

„Tante Emma“ mit Spezialitäten vom Hof

Bundesweit einmaliges Franchise-System zur Vermarktung regionaler Produkte / „Q-Regio“ als neue Marke in Modellregion Barnim/Uckermark

Von DANIELA WINDOLFF

Uckermark (MOZ) „Q-Regio“ und die leuchtenden Farben grün, gelb und orange könnten das Markenzeichen für Spezialitätenläden werden, in denen man ausschließlich Qualitätsprodukte aus der Region kaufen kann, die es in keinem Supermarkt gibt. In der Uckermark ist das bundesweit erste Franchise-System für die Vermarktung regionaler Produkte entwickelt worden, gefördert von „Regionen aktiv“. Zwei Pilotläden in Prenzlau und Templin haben die Testphase erfolgreich bestanden. Nun sollen weitere Filialen in Uckermark und Barnim eröffnet werden.

Uckerkaas aus Bandelow, Blütenhonig aus Templin, Wildschweinsalami vom Gut Kerkow, Hemme-Milch aus Schmargendorf, Klimmek-Most aus Angermünde, Zimmermanns-Senf aus dem Barnim – wer wissen will, wie die Region schmeckt, muss derzeit auch wissen, wo er die leckeren Spezialitäten herbekommt. Bisher wird man meist nur in Hofläden, beim Erzeuger selbst oder an Marktständen bei Volksfesten fündig. Gerade für kleine Produzenten ist die Vermarktung schwierig. Der eigene Hofladen wird oft zu wenig besucht, der Absatz über Handelsketten ist bei kleineren Mengen kaum möglich. Zumal regionale Produkte oft Handarbeit und entsprechend teuer sind. Für Discounter sind sie deshalb trotz besonderer Qualität uninteressant. Den Erzeugern fehlt darüber hinaus oft das Know how und die Zeit für wirksame Werbung und Vermarktung.

Pieter Wolters, Inhaber der Bauernkäserei in Bandelow, kennt das Problem der Direktvermarkter aus eigener Erfahrung. Seinen Käse versuchte er in Hofläden, bei Festen oder bei

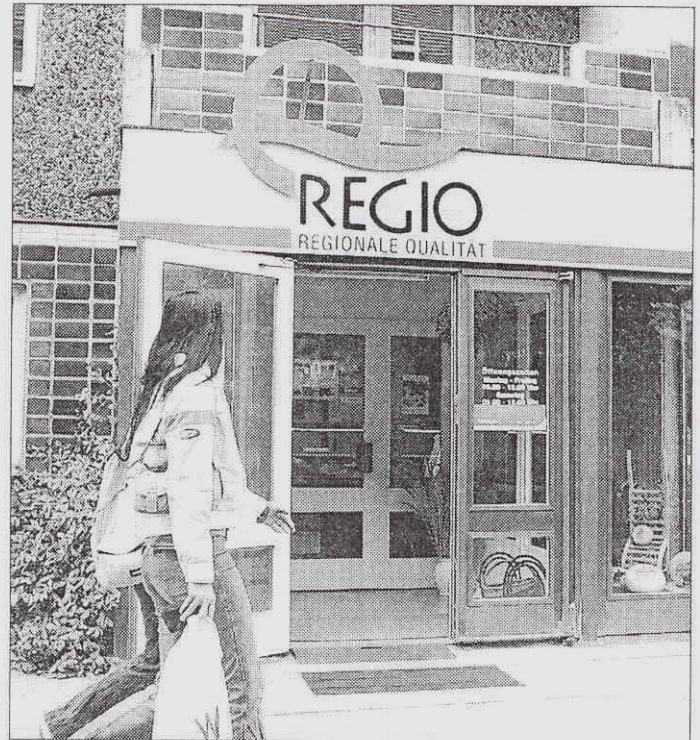
einigen Händlern an die Kunden zu bringen. Auch in Discountern versuchte er zu punkten. „Wir haben es probiert, aber unsere Produkte passen nicht. Und wir wollen auch nicht, dass unsere Erzeugnisse austauschbar mit Supermarktprodukten werden. Wir wollen uns bewusst abheben in Qualität und auch in der Präsentation und Beratung der Kunden“, erzählt Pieter Wolters.

Neue Wege sind gefragt. Der holländische Käsemann aus dem uckermärkischen Bandelow hatte die Idee, alle vermarktungsfähigen regionalen Produkte, vom Käse, über Honig bis zum Filzhut, zusammen zu vermarkten und entwickelte mit Förderung durch das Bundesprogramm „Regionen aktiv“ ein Franchise-System, das speziell auf die regionalen Besonderheiten abgestimmt ist. In zwei Regionalläden in Prenzlau und Templin wurde das System als Pilotprojekt getestet. Mit Erfolg. Das Franchise-System soll nun unter dem Namen „Q-Regio – Qualität aus der Region“ durch die Eröffnung weiterer Filialen in der Modellregion Uckermark und Barnim ausgebaut werden.

„Mit Direktvermarktung kann man kein Gold verdienen, aber jeder sollte davon leben können. Deshalb müssen wir mit unseren Produkten dorthin kommen, wo die Leute in der Regel einkaufen. In die Innenstädte, in die Ladenstraßen.“

Für kleine Erzeuger wäre das die Möglichkeit, ihre Produkte professionell und in größerer Breite vermarkten zu können. Für arbeitslose Frauen oder Männer böte das Franchise-System die Chance, sich mit einem kleinen „Q-Regio“-Laden eine eigene Existenz aufzubauen.

Dazu werden nun Partner gesucht. Bisher gibt es rund 40 Produzenten als Partner, zum Beispiel Hemme-Milch, das Gut Kerkow, Fruchtzauber Boitzenburg, die Mosterei Klimmek



Erkennungszeichen Q: Der Regionalladen in Prenzlau wurde als Pilotprojekt für die Direktvermarktung getestet.

aus Angermünde, Klosterfelder Senf oder die Apfel-Gräfin Daisy. „Wir sind jedoch offen für weitere interessante Produkte und wollen möglichst viele Erzeuger gewinnen, ihre Produkte in unseren Läden anzubieten, um ein möglichst breites und attraktives Sortiment bereit zu halten. Voraussetzung: Es müssen regionale Produkte sein, Qualität und Etikettierung müssen stimmen“, erklärt Jana Keller, die das Marketing entwickelt hat. Vor allem werden aber auch Franchise-Partner gesucht, die sich beispielsweise als Ich-AG mit einem „Q-Regio“-Laden selbstständig machen wollen. „Dafür werden die Interessenten auch ausgebildet in Sachen Werbung, Produktpräsentation, Betriebswirtschaft. Auch geeignete Ladenflächen an geeigneten Standorten müssen gesucht

werden. „Schon jetzt ist das Interesse bei Existenzgründern groß. Derzeit gibt es zum Beispiel konkrete Gespräche mit Interessenten in Schwedt, Pinnow und Eberswalde“, freut sich Michael Ahlers vom Regionalmanagement „Regionen aktiv“. Weiterhin werden potenzielle Geschäftsstandorte im Barnim, u. a. in Bernau, Strausberg, Groß Schönebeck aber auch in Neuruppin oder Oranienburg erkundet. Dort könnten regionale Produkte des jeweiligen Umlandes vermarktet werden.

Ziel ist es schließlich, ein breites Netzwerk zu knüpfen und zu testen, ob dieses bundesweit bisher einmalige Franchise-System zur Direktvermarktung auch auf andere Regionen übertragbar wäre und dortige regionale Produkte berücksichtigt. „Das ist schließlich auch das Anlie-



Die Macher: Pieter Wolters, Chef der Bauernkäserei (l.) und die Marketingexperten Jana Keller und Fritz Franke, präsentieren das neue Franchise-System.

MOZ-Fotos: Daniela Windolt

gen einer Modellregion“, sagt Michael Ahlers.

Um das Besondere der „Q-Regio“-Produkte zu vermitteln, werden die Geschäfte auch mit einem einheitlichen Ambiente in den typischen Farben grün, gelb und orange ausgestattet. „Q-Regio“-Geschäfte verstehen sich als Fachgeschäft für Erlebniseinkauf von regionalen Qualitätsprodukten. Deshalb steht auch Beratung und Information der Kunden über die Produkte, die Erzeuger, die Rohstoffe, die Kreisläufe im Mittelpunkt. „Wir wollen damit Geschmackserlebnisse verschaffen aber auch die Region erlebbar machen“, meint Jana Keller. In Prenzlau scheint das Konzept bereits aufzugehen. Im Dezember 2003 wurde in der Innenstadt der Regionalladen eröffnet. „Anfangs war das Interesse verhalten,

die Leute mussten sich erst an das neue Geschäft gewöhnen. Aber mit der Zeit kamen immer mehr, die nur mal schauen wollten, es sprach sich schnell rum und mittlerweile haben wir viele Stammkunden. Auch viele Touristen loben das Angebot regionaler Spezialitäten“, erzählt Cordula Janetzke, die den Laden leitet.

Neben den besonderen Angeboten und der behaglichen Atmosphäre genießen die Kunden natürlich die individuelle Beratung. Und so ist auch ein kleiner Hauch „Tante Emma“ zu spüren, der das Unverwechselbare von „Q-Regio“ ausmacht.

Kontakt: Regionalmanagement „Regionen aktiv“: Tel. (03331) 298791 oder Bauernkäserei Pieter Wolters, Tel: (039749) 20274.

Franchise

Franchise ist ein Vertriebssystem, das auf einer engen und fortlaufenden Zusammenarbeit rechtlich und finanziell selbstständiger und unabhängiger Unternehmen basiert. Der Franchise-Nehmer hat das Recht und die Pflicht, ein Geschäft entsprechend dem Konzept des Franchise-Gebers zu betreiben. Dies berechtigt und verpflichtet ihn über einen Vertrag, den Systemnamen und das Know-How des Franchise-Gebers zu nutzen. Dieser wiederum gewährt dafür technische, fachliche und betriebswirtschaftliche Unterstützung.