

Thema des Monats: Bio + regional = beste Wahl!

Regionalvermarktung bietet Chancen

Die Vermarktung regional erzeugter Lebensmittel ist insbesondere für kleine und mittelständische Betriebe eine gute Möglichkeit, sich zu profilieren. Oft ist dies auch eine gute Grundlage, um nachhaltige Handelsbeziehungen mit dem regionalen Naturkostfachhandel aufzubauen. Aufgrund der stark gestiegenen Nachfrage zählt allerdings die Rohstoffsicherung zu den aktuellen Herausforderungen. In Zeiten allgemein guter Verkaufspreise für landwirtschaftliche Erzeugnisse tun sich Erzeuger oftmals mit langfristigen Liefervereinbarungen schwer.

Schnelle Erkennbarkeit

Um die Erkennbarkeit von regionalen Erzeugnissen zu erleichtern, können die Zeichen der Vermarktungsgesellschaften einzelner Bundesländer genutzt werden. Diese kombinierten Logos setzen sich aus dem Bio-Siegel und dem Wappen des jeweiligen Landes zusammen. Da sich Regionalität jedoch nicht immer an politische Grenzen hält, wurde im Biosphärenreservat Rhön ein anderer Weg eingeschlagen. Die Grenzen der Regionalität wurden hierbei auf das Biosphärenreservat Rhön bezogen, ein Gebiet, das sich über fünf Landkreise und die drei Bundesländer Bayern, Hessen und Thüringen erstreckt.



regionales Bio-Siegel für Baden-Württemberg

Derzeit gibt es für folgende Regionen bzw. Bundesländer regionale Siegel:

- Hessen
- Baden Württemberg
- Mecklenburg-Vorpommern
- Röhn
- Eichsfeld

In unserem Monatsthema sind beispielhaft die Regional-Siegel für Baden Württemberg und die Röhn abgebildet.



regionales Bio-
Siegel für die Röhn

Kundeninformationen nötig

Der Zukauf regionaler Produkte ist oftmals teurer als der von weit her transportierten. Zudem müssen teilweise Zugeständnisse an die saisonale Verfügbarkeit gemacht werden und es ist ein höherer Organisationsaufwand für den Direkteinkauf bei Landwirten notwendig. Wichtig ist, dass Transparenz und Authentizität der Erzeugnisse den Kunden auch emotional vermittelt werden. Dies setzt eine umfassende Kundeninformation voraus. Einzelne Logos decken das Kundenbedürfnis nach Aufklärung nur teilweise und erklären nicht die dem Hersteller entstehenden Mehrkosten.



Bio schützt Grundwasser in Unterfranken

Mit dem Ziel die Trinkwassergewinnung zu verbessern, wurde in Unterfranken ein Projekt gestartet, dass die Umstellung auf ökologische Landwirtschaft fördern soll. Bereits zu Projektstart wurden regionale Verarbeitungsbetriebe einbezogen und zur regionalen Rohstoffversorgung befragt. Typische Probleme, wie "mangelnde Verfügbarkeit", "mangelnde Qualität", "fehlende werbliche Unterstützung" wurden hierbei erfasst. In einem weiteren Projektschritt wurden Verarbeitungs- und Handelsunternehmen als Kooperationspartner angefragt, die Ware von umstellenden Betrieben abnehmen. Zu den in biologischer Qualität gesuchten Produkten zählen beispielsweise Braugerste für die Neumarkter Lammsbräu, Holunder und Rübenzucker für Bionade, Gemüse für das Unternehmen tegut sowie Backgetreide für die Landshuter Kunstmühle. Ziel in der weiteren Projektlaufzeit ist es, in Unterfranken nachhaltige Vermarktungspartnerschaften aufzubauen und die ökologisch bewirtschaftete Fläche bis zum Jahr 2012 um mindestens 100 Prozent zu erhöhen.



Unsere Region soll fairer werden

In Berlin-Brandenburg hat sich eine Initiative die Weiterentwicklung einer fairen, sozialen und umweltverträglichen Bio-Branche in der Region als gemeinsames Ziel gesetzt. Eine fair®ional-Charta wurde ausgearbeitet, sie bildet als verbindlicher Standard die Grundlage für eine langfristige Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die Charta enthält neben Anforderungen an nachhaltige Wirtschafts- und Handelsbeziehungen zwischen den Betrieben, auch soziale Kriterien, Anforderungen an das Umweltmanagement und Transparenz und Kommunikation für bzw. mit dem Verbraucher. Die fair & regional erzeugten Produkte können mit dem zertifizierungspflichtigen Siegel gekennzeichnet werden.

LOHAS – Die Zielgruppe der Zukunft

Die Wissenschaft hat eine neue Zielgruppe für die Bio-Vermarktung identifiziert: die sogenannten LOHAS ("Lifestyle of Health and Sustainability" = Lebensstil für Gesundheit und Nachhaltigkeit). Die Gruppe der LOHAS umfasst alleine in Deutschland nach Meinung von Wissenschaftlern der Universität Hohenheim fünf Millionen Haushalte mit einem Marktpotenzial von schätzungsweise 300 Milliarden Euro. Für viele LOHAS sind Bio und Regional wichtige Kaufkriterien, weitere sind beispielsweise Klimafreundlichkeit, fairer Handel und allgemeine Unternehmensethik. Internetportale wie Utopia bieten für LOHAS die Möglichkeit, sich umfassend zu informieren und auszutauschen.

Portalinhalte zum Thema Bio + regional = erste Wahl

Im Folgenden haben wir Portalinhalte zum Thema Region & Bio für Sie zusammen gestellt:

Kooperationen in der Öko-Vermarktung

Die Erschließung des Öko-Marktes scheitert sehr häufig an organisatorischen, logistischen Problemen oder daran, dass die Kosten für die Realisierung eines Vorhabens sehr hoch sind. Hier können Regionalinitiativen Vorteile haben, denn solche Hemmnisse können durch sinnvolle Kooperationen überwunden werden.

[Vertikale Kooperationen in der Öko-Vermarktungskette](#)

Vermarktungswege

Durch eine erfolgreiche Vermarktungsstrategie muss ein Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort verfügbar gemacht werden. Dies kann z.B. die klassische Direktvermarktung sein. Stärker dienstleistungsorientierte Vermarktungsformen wie Hauslieferservice sind auf dem Vormarsch und auch die Belieferung des Großhandels kann bei geschickter Produktauswahl gewinnbringend sein.

Milcherzeugnisse - Vermarktungswege

Regionale Wurstrezepte

Mit regionalen Rezepten können Sie Ihren Kunden etwas Besonderes bieten. Unser Rezeptfinder enthält eine Vielzahl praxisbewährter Rezepte für die Öko-Wurstherstellung.

Rezepte für Bio-Wurstwaren

Auch andere Teilportale von Oekolandbau.de haben die regionale Vermarktung als Thema. Im Folgenden stellen wir Ihnen Portalinhalte aus dem Händler-Bereich vor:

Basiswissen zur Regionalvermarktung

Der folgende Beitrag informiert sie über Möglichkeiten der Lieferantensuche oder Bewerbung von regionalen Bio-Produkten.

Basiswissen regionale Bio-Produkte

Qualität regionaler Produkte

Die Kaufentscheidung für oder gegen regionale Produkte hängt häufig von einer Mischung aus verschiedenen Qualitätsaspekten ab, lesen Sie mehr darüber...

Ist das Gute aus der Nähe immer am besten?

Programme zur Förderung regionaler Vermarktungsinitiativen

Die Stärkung der regionalen Vermarktung ist vielfach ein wichtiges politisches Ziel der Regionalentwicklung. Aus diesem Grund gibt es in diesem Bereich eine Vielzahl an Förderprogrammen.

Programme zur Förderung regionaler Vermarktungsinitiativen

Hinweis

Das Thema "Bio + Regional = beste Wahl!" steht in diesem Monat auch in den anderen Portalbereichen von Oekolandbau.de im Mittelpunkt:

- Erzeuger-Bereich
- Händler-Bereich
- Großverbraucher-Bereich
- Verbraucher-Bereich
- Kinder-Bereich

Letzte Aktualisierung: 01.07.2008

© BLE 2008

Seitenende
