Neue Wege in der Direktvermarktung

Runder Tisch Es gab viele Infos über innovative Absatzmöglichkeiten für regionale landwirtschaftliche Produkte.

Über innovative Vermarktungswege von Regionalprodukten haben sich 23 Direktvermarkter aus dem Landkreis Neumarkt im Kloster Plankstetten informiert. Pia Hoffmann-Heinze (Mitte, stehend) stellte die Marktschwärmerei Postbauer-Heng vor. (Foto: Sandra Foistner)

NEUMARKT - Insgesamt 23 Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter, sowohl mit konventionellen als auch ökologischen landwirtschaftlichen Betrieben aus dem Landkreis Neumarkt, haben sich über innovative Vermarktungswege von Regionalprodukten informiert und ausgetauscht.

Der Runde Tisch Direktvermarkter wurde von der Regina GmbH in Kooperation mit dem Amt für Landwirtschaft Neumarkt organisiert und fand im Kloster Plankstetten statt – einem Vorzeigeunternehmen in Sachen Ökolandbau und Bio-Direktvermarktung.

Laut Harald Gebhardt, Behördenleiter am Amt für Landwirtschaft in Neumarkt, ist das System Bauernmarkt bisher ein guter Weg für die Versorgung mit Regionalprodukten gewesen. „Aber auch Vermarktungsstrukturen entwickeln sich weiter. Heute können Verbraucher regionale Produkte – sowohl aus konventioneller Erzeugung, als auch in Bio-Qualität – in virtuellen Räumen kaufen und in der Region abholen oder zuhause empfangen.“ Dies ist laut Gebhardt ein Vorteil sowohl für Konsumenten als auch für Produzenten.

Im Zuge der vierstündigen Veranstaltung informierten drei Vermarktungsunternehmen und der Betreiber der Kampagne OriginalRegional über innovative Absatzmöglichkeiten für Regionalprodukte. Pia Hoffmann-Heinze und Anja Kissling stellten das System Marktschwärmerei vor, ein Vermarktungssystem, das 2011 in Frankreich entstand und seit 2014 zur Gründung von 164 regionalen Schwärmereien in Deutschland führte. Eine davon ist die Marktschwärmerei Postbauer-Heng, die von den beiden genannten „Gastgeberinnen" – so der Name der regionalen Organisatorinnen – im Herbst 2022 aus dem Nachbarort Ezelsdorf übernommen wurde.

Einfach und komfortabel

Das System ist einfach und komfortabel: Regionalerzeugnisse aus dem Umkreis von 40 Kilometern können online bestellt und bezahlt werden. Die persönliche Warenausgabe findet einmal wöchentlich beim Krausenbäck in Postbauer-Heng sowie auch in Ezelsdorf statt – hier können sich Erzeuger und Verbraucher treffen und austauschen. Direktvermarkter bespielen die Plattform selbst, stellen Produkte, Fotos sowie Verkaufspreise ein und betreiben Marketing für sich selbst.

„Der Kunde muss sich auf der Plattform darstellen, die Kommunikation mit den Kunden ist äußerst wichtig", betonte Pia Hoffmann-Heinze. Wöchentlich erhalten die Verkäufer eine Auflistung aller bestellten Artikel und liefern am zentralen Ort aus. Die Bezahlung wickelt der in Berlin ansässige Betreiber ab. Vom Nettoumsatz geht automatisch eine Servicegebühr in Höhe von 18,35 Prozent ab, von welchem acht Prozent die Gastgeberinnen für ihre Arbeit sowie zehn Prozent das Marktschwärmer-Team in Berlin für die Betreibung der Plattform erhält.

Einen ähnlichen Weg geht der TLA Frischeservice aus dem Landkreis Amberg-Sulzbach: Regionalprodukte können online bestellt werden und kommen dann per Lieferservice direkt beim Kunden an. Derzeit hat das Unternehmen 36 Regionalerzeuger gelistet, die ebenfalls selbstständig auf der TLA-Plattform ihr Unternehmen darstellen und Produkte samt Verkaufspreisen listen. „Bis zu sieben Liefertouren fährt der TLA Frischeservice täglich, um Regionalprodukte in der nördlichen Oberpfalz auszuliefern", so Andrea Popp von TLA. Auch ein spezieller Bestellkatalog für Senioren wurde entwickelt, um der älteren Generation die Bestellung von Regionalprodukten zu erleichtern. Dazu kommt, dass künftig nicht nur online, sondern auch telefonisch bestellt werden kann.

Simone Münsterer-Reis von der Abteilung Category Management der Rewe Group schaltete sich der Veranstaltung online zu und stellte die Voraussetzungen für Direktvermarkter zur Belieferung von Rewe dar. Als Voraussetzungen für die Listung würde der Konzern analysieren, ob das Produkt in der Nähe bereits bezogen werde und Bedarf daran bestehe. Weitere Voraussetzung sei die Zertifizierung und Kodierung der Produkte. „Jedes gelistete Produkt braucht einen EAN-Code – nur so können die Produktzahlen sauber ausgewertet werden“, so Münsterer-Reis.

Zusammenfassend meinte die für Südbayern zuständige Mitarbeiterin, dass der Konzern auf Vertrauen und Ehrlichkeit setze, bei verkaufsfördernden Maßnahmen unterstütze und faire Preise zahle. „Derzeit beliefern rund 350 Regionalerzeuger die Rewe-Märkte in Bayern“, so die Managerin, was zeige, dass der Großhandel durchaus auch Direktvermarktern attraktive Absatzchancen biete.

Die Regionalkampagne OriginalRegional stellte Susanne Niemela, Projektmanagerin an der Geschäftsstelle der Metropolregion Nürnberg, vor. „1500 Direktvermarkter in 32 Partnerinitiativen der 3,6 Millionen Einwohner zählenden Metropolregion Nürnberg – vom Landkreis Neumarkt bis zur Grenze nach Thüringen und von Kitzingen bis an die tschechische Grenze reichend – vermarkten Regionalprodukte unter dem OriginalRegional-Logo, einem hellgrünen Punkt mit geschwungenem, rotem „N“.

Jeder Direktvermarkter kann kostenlos an der Kampagne teilnehmen und das Logo auf seinen Regionalprodukten platzieren, sofern er die Voraussetzungen unter anderem zur Verarbeitung von 80 Prozent regionalen Rohstoffen, Gentechnikfreiheit und der Wahrung von Qualitätsstandards erfüllt.

Im Landkreis Neumarkt können sich Regionalerzeuger bei Sandra Foistner, Regina GmbH, unter Telefon (0 91 81) 5 09 29 14 zu OriginalRegional informieren und anmelden. Den teilnehmenden Direktvermarktern bietet sich unter anderem die Möglichkeit, ihre Regionalerzeugnisse etwa auf der Bauernmarktmeile Nürnberg, der Consumenta oder dem jährlich über zwei Millionen Besucher zählenden Christkindlmarkt in Nürnberg anzubieten.

Mit einem Spezialitätenwettbewerb, der kulinarischen Landkarte und einem Angebot von 15 regionalen Genusstouren – durchführbar mit öffentlichen Verkehrsmitteln – sollen Verbraucher und Direktvermarkter zusammengebracht und der Regionalvermarktung weiter Schubkraft verliehen werden. Natürlich wird auch ordentlich Kampagnen-Werbung in allen Print- und Online-Medien gemacht.

Niemela stellte auch die RegioApp vor, ein digitales Tool, über welches Verbraucherinnen und Verbraucher jederzeit, überall und ganz bequem Verkaufsstellen für konventionell und ökologisch erzeugte regionale Lebensmittel in der Nähe finden könnten. Die RegioApp ist downloadbar auf Smartphones und somit zu Hause oder auch unterwegs nutzbar.

Nach dem theoretischen Teil besuchten die Teilnehmenden den klösterlichen Bioland-Betrieb Staudenhof. Martin Fischer, Betriebsleiter für den Pflanzenbau führte über den Hof und beschrieb die unterschiedlichen Aspekte der Rinderhaltung im Offenfrontstall mit Tiefstreu sowie der Schweinehaltung mit Auslauf. Des Weiteren konnte die Gruppe das Getreidelager und die hofeigene Biogas-Anlage besichtigen. **vnp**