



AG 1

Land- und Forstwirtschaft, Naturschutz und Landschaftsentwicklung

Protokoll

**Kleingruppengespräch mit dem Schwerpunkt „Regionale Produkte“
am 16. Oktober 2018, 18:00 Uhr bis 20:30 Uhr
im Schlossgut Bendeleben (Schloßstraße 7, 99707 Bendeleben)**

Teilnehmer/innen: 16 Personen
Moderation: Prof. Kunze (abraxas), Dr. Stegner (StegnerPlan)
Protokoll: Frau Bader (StegnerPlan)

Tagesordnung:

- TOP 1 Einführung zum Sachstand
- TOP 2 Impulse: Regionale Produkte aus Sicht eines Erzeugers; Regionale Produkte aus Sicht eines Vermarkters; Regionale Vermarktung im Biosphärenreservat Südharz Sachsen-Anhalt; Erfahrungen mit der Regionalvermarktung im Kyffhäuser
- TOP 3 Diskussion zu bisherigen Erfahrungen mit Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung regionaler Produkte; Zugang kleiner Anbieter zu regionalen Märkten; möglichen Kooperationen, Netzwerke, gemeinsamer Vermarktung; Wertschöpfungsketten; erforderliche Rahmenbedingungen und mögliche Chancen eines Biosphärenreservates für einen verbesserten Stand regionaler Produkte
- TOP 4 Fazit und Ausblick

TOP 1: Auftakt

Zweck der Arbeitsgruppe 1: nach den Erfahrungen früherer Jahre wird in einem moderierten Diskussionsprozess ergründet, ob ein Biosphärenreservat in der Region möglich und gewollt ist. Dazu sollen Menschen der Region Südharz/Kyffhäuser miteinander ins Gespräch gebracht werden. Im Diskussionsprozess werden Interessen und Möglichkeiten der Teilnehmenden ausgelotet sowie Chancen eines Biosphärenreservates als regionales Qualitätssiegel diskutiert. Mögliche oder befürchtete Einschränkungen von Landnutzern werden besprochen und nach Lösungsmöglichkeiten gesucht.

Ziel des Kleingruppengesprächs: Anbieter regionaler Produkte miteinander ins Gespräch zu bringen, Rahmenbedingungen für eine verbesserte Inwertsetzung zu diskutieren sowie die Frage zu eruieren, wieweit ein Biosphärenreservat diese Aktivitäten unterstützen kann.

TOP 2: Impulsvorträge

Impulse zum Einstieg in eine Diskussion (Kernaussagen):

1. Regionale Produkte aus Sicht eines Erzeugers (Fr. B. Pietzer, Agrargenossenschaft Heringen)
 - AG Heringen: Gemischtbetrieb in der Goldenen Aue, Obstanbau (Kirschen, Äpfel), Hopfen
 - Schwierigkeit, flexibel/kurzfristig auf Wünsche des Kunden einzugehen (Bedienung von Modetrends) aufgrund von Dauerkulturen (Baum braucht mind. 3 Jahre, um überhaupt Ernte zu bringen)
 - Schwerpunkt Direktvermarktung (Kirschen v.a. für Direktpflücker), Bedeutung von Mund-zu-Mund Propaganda und Tageszeitungen; keine Online-Vermarktung
 - Schwierigkeit, über große Ketten zu vermarkten (Regionalzertifizierung als Hürde, bürokratische Hürden); lediglich private Edeka-Märkte sind flexibler
 - Werbung wichtig, aber langwierig
 - Erfahrungen Scheunenhof Sundhausen: erst gut angenommen, dann war der Boom weg, Knackpunkt Fleischerei, Schweine wurden aufgegeben
2. Regionale Produkte aus Sicht eines Vermarkters (Hr. G. v. Bismarck, Gutshaus von Bismarck, Braunsroda)



- Bauernmarkt einmal im Monat: Vermarkter verkaufen Produkte selber; mehr als 50% der Anbieter sind Erzeuger; z.B. Oktober 2018: 56 Teilnehmer
 - Viel Bürokratie zur Anmeldung/Gebühren; Vermarktergebühren fallen an; jeweils 14 Tage vor nächstem Markt ein Treffen, Anmeldung, Erstellung Standplan, Einweisung, Marktordnung, Verkehrslenkung
 - Kunden überwiegend aus der Region (Kyffhäuser, Südharz), viele Kunden über 50, in-zwischen auch vermehrt Besuch aus Erfurt (großzügiger mit ihren Ausgaben, wollen das besondere Erlebnis)
 - zusätzliche Umsatzquelle für Vermarkter, attraktives Einkaufserlebnis, große Angebotspalette, für Touristen interessant; gutes Feedback der Vermarkter zum wirtschaftlichen Beitrag: im Sommer weniger Besucher zur Urlaubszeit, April Mai und November Dezember viel Betrieb, z.T. 60 % mehr Umsätze gegenüber Wochenmärkten
 - Anbieter: aus Erfurt, Oberhof, Weimar, Thüringer Wald, Sachsen-Anhalt, jedoch nicht wirklich viele hier aus der Region (neben ‚hartem Kern‘ steter Wechsel von Anbietern)
3. Regionale Vermarktung im Biosphärenreservat Südharz Sachsen-Anhalt (Fr. C. Funkel, Biosphärenreservat Karstlandschaft Südharz)
- Biosphärenreservat in Anhalt ist auf Partner angewiesen (Land- und Forstwirtschaft)
 - Viele regionale Besonderheiten: sollten vermarktet und vermittelt werden
 - Führen viele Veranstaltungen durch (Holunderabend, Ausstellungen, Organisation größerer Veranstaltungen, Wanderungen, Kräuterfest, Obsttage, Apfelfest, Erzeugerstammtische); Ausbildung von Imkern, länderübergreifendes LEADER-Projekt Sachsen-Anhalt und Thüringen als Pilotprojekt für Märkte
 - Biosphärenreservat nimmt regionale Anbieter und deren Termine mit in ihren Biosphärenreservat-Kalender auf
 - Zertifizierungsproblem: Biosphärenreservat kann Vermarktung einer Marke unterstützen (z.B. „Produziert im Südharz“), aber Biosphärenreservat ist bislang zu klein; Marke „Typisch Harz:“ mit Kosten verbunden, Biosphärenreservat in Sachsen-Anhalt hat bislang nicht das deutliche Alleinstellungsmerkmal
 - Biosphärenreservats-Märkte: geringe Gebühr, Anbieter brauchen dafür kein Label
4. Erfahrungen mit der Regionalvermarktung im Kyffhäuser (Hr. Dr. J. Pusch, Naturparkverwaltung Kyffhäuser/Südharz)
- Wichtig sind: Ehrlichkeit, Vertrauen, Nachvollziehbarkeit,
 - Frage von Marktlücken: jeder muss sie für sich finden;
 - Einmaligkeit in Region: größter Obstgartenbestand von ganz Deutschland, Salzwasser, Hopfen; Besonderheiten müssen als konkurrenzlos hervorgehoben werden
 - Kulturlandschaft/Naturschutz: Schafe sehr wichtig, erhalten Vielfalt, deshalb: Schafhaltung erhalten und durch Vermarktung unterstützen

TOP 3: Diskussion

Während der Diskussionsrunde wurden u.a. folgende Themen diskutiert:

- Vermarktungsprobleme kleiner Betriebe und Anbieter (z.T. im Nebenerwerb):
 - Oft fehlen Zeit und Personal, um mehr Möglichkeiten der Direktvermarktung überhaupt zu nutzen; vor allem zu umsatzstärksten Zeiten Personalmangel, dadurch auch Gefahr mangelnder Kontinuität der Angebote
 - Lösung möglicherweise durch bezahlbare Verkaufsunterstützung durch Dritte (z.B. auch Vereine)
- Landwirtschaft:
 - Möchte in der Region noch besser mitgenommen und eingebunden werden
 - Zertifizierungsprobleme für kleine Betriebe
- Schafzucht und -vermarktung in der Region im Speziellen:
 - Zzt. unwirtschaftlich
 - Betriebe fühlen sich zerrieben zwischen Ansprüchen an Landschaftspflege und Förderung (v.a. bürokratischem Aufwand, für viele Betriebe nicht oder nur schlecht leistbar; Androhungen von Sanktionierung) → v.a. praktische Unterstützung in Förderangelegenheiten gewünscht
 - Grundlage für Mitarbeit in einem Biosphärenreservat v.a. Ehrlichkeit und gegenseitiger Respekt der verschiedenen Akteure und Behörden → diesbezüglich jedoch gute



- Erfahrungen im Biosphärenreservat in Sachsen-Anhalt (direkte Unterstützung der Landwirte durch Mitarbeiter des dortigen Biosphärenreservat)
- Preisdruck beim Schaffleisch (z.B. regionales Fleisch: 8,50 €/kg; neuseeländisches Schaffleisch: 7,99 €/kg) → regional produziertes Fleisch müsste auch durch wirtschaftliche Rahmenbedingungen gefördert werden, ggf. auch durch entsprechende Förderung im Rahmen der Vermarktung (z.B. geringere Standgebühren etc.) für regionale Anbieter
 - Zurzeit fehlende Nutzung des ganzen Schafes (nur Keulen sind gewünscht) → Verweis Beispiel „Krenzers Rhön“ aus dem Biosphärenreservat Rhön: nahezu komplette Nutzung des Schaffleisches (u.a. als Hackfleisch) → dazu jedoch in Nordthüringen bislang kein Abnehmer
 - **Vermarktung:**
 - Gerade für kleine Unternehmen sollte online-Vermarktung besonders wichtig sein, jüngere Unternehmer aus der Region praktizieren dies bereits erfolgreich
 - Lösung möglicherweise in regional aufgestelltem „Online-Kaufhaus“, in das auch weniger technikaffine Produzenten leicht Angebote einpflegen können (ev. über LEADER-RAGen)
 - Ansatz: Vermarktung von in Regional-Kisten zusammengefassten Produkten (wie bereits im Kyffhäuser)
 - in Sachsen-Anhalt: ebenfalls Unterstützung der Vermarktung durch das dortige Biosphärenreservat
 - **Zugang zur regionalen Gastronomie:**
 - Touristen wünschen eigentlich regionale gastronomische Produkte (auch höhere Zahlungsbereitschaft) - derzeit nicht oder nur unzureichend angeboten
 - Produzenten haben derzeit kaum Chancen, an die Gastronomie zu verkaufen; Gastronomie (bis hin zu Schulküchen) greift v.a. zu Billigprodukten
 - Erste diskutierte Ansätze:
 - Schaffung einer Zertifizierung regionaler Gastronomiebetriebe („Produkte aus der Region“), evtl. auch durch Regionalmarke
 - Weitere Gesprächsrunde mit ähnlichem Teilnehmerkreis, zu der insbesondere Gastronomiebetriebe eingeladen werden sollen
 - Möglichkeiten suchen, um das Wissen über Fleisch-(bzw. generell Essens-)qualität bei Konsumenten zu verbessern (Verbraucheraufklärung)

TOP 4: Fazit und Ausblick

Es wird festgestellt, dass bereits in der heutigen kleinen Runde viel Fachwissen und Engagement versammelt ist. Der Ansatz, Produzenten, Verarbeiter, Vermarkter und Unterstützer zusammenzubringen, soll

- in einem zielorientierten, arbeitsfähigen, erforderlichenfalls anlassbezogenen (Gesprächsbedarf) und sich nach Möglichkeit zu einem Selbstläufer entwickelnden Stammtisch „Regionale Produkte“
- außerhalb des derzeit laufenden moderierten Diskussionsprozesses zu einem Biosphärenreservat (würde dessen Möglichkeiten übersteigen)
- unter Unterstützung der Wirtschaftsförderungen der Landkreise (Zusage bereits durch LRA Kyffhäuser)

fortgesetzt werden.

Wichtige Arbeitsthemen der Zukunft werden sein:

- Zusammenarbeit verschiedener Erzeuger, Vermarkter, Verarbeiter, Unterstützer und Ehrenamt;
- Vermarktungsstrategien;
- Verbraucheraufklärung;
- Zugang zur regionalen Gastronomie;
- Unterstützung der Schafhaltung;
- ... (fortzusetzen)

Zum Abschluss wurde folgendes weiteres Vorgehen vereinbart:

1. Ein Protokollentwurf der Besprechung geht allen Teilnehmern zu. Die Besprechungsteilnehmer werden gebeten, Wünsche für Ergänzungen/Korrekturen etc. zurückzumelden.



2. Das endgültige Protokoll wird im Internet veröffentlicht (www.moderation-biosphärenreservat.de).
3. Die Ergebnisse dieser Diskussion fließen in die Empfehlungen des Moderationsteams an das TMUEN ein.
4. Hinweise auf weitere Veranstaltungen:
 - 5. Dezember 2018 in der Forst-Farm Herreden: Kleingruppengespräch „Kulturlandschaft“ (gemeinsame Diskussion von Akteuren aus Naturschutz und Landwirtschaft)
 - Januar 2019: Abschließende Sitzung der Arbeitsgruppe 1 (genauer Termin wird noch mitgeteilt)

Der Moderator bedankt sich für die konstruktive AG-Sitzung und beendet die Veranstaltung.

Dr. Stegner
StegnerPlan