



Positions-Papier des OV Norden Bündnis 90/Die Grünen

zum Aufbau regionaler Produktions-, Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen in Norden und Umgebung, April 2014

Schon eine große Zahl von Regionalinitiativen in den ländlichen Gebieten Deutschlands befassen sich mit dem Auf- und Ausbau regionaler Vermarktungen. Der Trend hält an, gesunde Lebensmittel sowie handwerkliche gefertigte Produkte von bekannten Erzeugern wird zunehmend nachgefragt. Nicht nur Gesundheitsbewusste und Allergiker wissen gesunde Lebensmittel zu schätzen, auch Feinschmecker entdecken mehr und mehr die Qualität von frischen naturbelassenen Produkten.

Durch die Vermarktung regionaler Produkte werden regionale Wertschöpfungsketten gestärkt. Da es in erster Linie um landwirtschaftliche Erzeugung aber auch die kunstgewerbliche und handwerkliche Fertigung geht, kommt dies vor allem dem ländlichen Raum zugute. Im Einzelhandel, in der Gastronomie sowie auch im Bereich des Tourismus werden regionale Produkte vom Verbraucher geschätzt und mit einem Bonus belohnt. Umweltschonende Produktionsmethoden kommen dem Natur- und Landschaftsschutz entgegen. Sie fördern u.a. die Erhaltung alter Arten und Nutztier-Rassen, womit gegen den globalen Trend deren Überleben gesichert werden kann. Das bedeutet einen besonderen Beitrag zum Erhalt der biologischen Vielfalt wie auch zur Bewahrung von Kulturlandschaft. Ein nicht geringer Vorteil ergibt sich durch die kurzen Transportwege bei Erzeugung und Vermarktung für den Klimaschutz. Darüber hinaus wird die Anonymität der Erzeuger aufgehoben und Transparenz wird möglich. Regionale Produktion und Vermarktung nützen ferner dem Gemeinwohl. So ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung eine stärkere Identifikation mit ihrer Region erlangen und dies auch den Touristen gegenüber erlebbar machen kann. Dies alles zusammen führt zu einer deutlichen Verbesserung der Lebensqualität und wirtschaftlichen wie touristischen Attraktivität der Region Norden/Norddeich.

Der OV Norden begleitet und unterstützt die Vorbereitungs- und Aufbauphase einer regionalen Vermarktungsinitiative. Wichtige Partner und regionale Akteure wollen wir dazu motivieren sich einzubringen. Gemeinsame Ziele sollen erarbeitet und die Machbarkeit geprüft werden. Zum grundlegenden Teil des Aufbauplans ist eine Analyse der regionalen Gegebenheiten erforderlich ebenso wie die Klärung der Finanzierungs- und Förderungsmöglichkeiten. Ein gemeinsames, demokratisches und solidarisches Handeln z.B. in Form einer Genossenschaft ist hierbei das Gebot der Stunde.

Die Nutzung des Schlachthofes in Norden und seiner Nebengebäude wären für einen solchen Betrieb optimal. Eine Schließung würde das gesamte Projekt in Frage stellen.

Umfang der Vermarktungsinitiative

Erzeuger der regionalen Produkte

Eine Vermarktungsinitiative sollte ein breites Spektrum an Akteuren einbinden. Zuerst fallen die Erzeuger der regionalen Produkte ins Gewicht. Ohne sie gäbe es keine regionale Produktvielfalt für eine Vermarktung. Dazu gehören auch die Zuliefer- und Weiterverarbeitungsbetriebe. Erst dann kann die ganze Produktionskette vollständig regional abgedeckt werden.

Das mögliche Angebot aus der Region Norden/Norddeich und Umgebung könnte umfassen:

- Beeren, Obst und daraus hergestellte Marmelade
- aus Streuobstwiesen gewonnenes Fallobst und weiterverarbeitet zu Apfelsaft, Most oder Spirituosen
- Kartoffeln und der Schäldienst für die Gastronomie
- eine Vielzahl an weiteren Gemüsesorten: Mohrrüben, Grünkohl, Rotkohl, Brokkoli, Romanescu, viele Salatsorten, Spinat, Zwiebeln, Sauerkraut, Zuckrerbsen, Grüne Bohnen (auch getrocknet, Insetbohnen, Updrögt Bohnen), Sellerie, Porree, Rote Beete, Kürbisse und mehr
- Eier und Geflügel
- Fleischeierprodukte über die Gläserne Kette aus Rind, Schaf, Schwein
- Honig aus regionaler Imkerei
- Getreide und Weiterverarbeitung zu Mehl und Bäckerei/Konditorei-Produkte
- über örtliche Molkerei eine Vielzahl an Milchprodukten wie Käse, Milch, Ziegenmilch, Jogurt, Buttermilch u.a.. Lager und Kühlräume wären hierfür unabdingbar, ständen aber im Schlachthof zur Verfügung
- Wild- und Gartenkräuter, die es in Ostfriesland noch gibt
- Vegane Brotaufstriche
- aus regionaler Wolle hergestellte Kleidung
- Gärtnerei
- kunst- und handwerkliche gefertigte Produkte
- und vieles mehr wie z.B. die Bereitstellung von Präsentkörben.

Abnehmer

Daneben braucht es natürlich die Endkunden als auch die Großabnehmer. Da gerade letztere ihren Absatzmarkt vor Ort seit langem kennen, muss versucht werden sie in eine Vermarktungsinitiative frühzeitig einzubinden.

Hierzu gehören in der Region Norden/Norddeich und Umgebung:

- der örtliche Einzelhandel
- die Marktbeschicker
- die Lieferanten/Speditionen für die Inseln
- öffentliche Einrichtungen
- Heimanstalten, Kantinen, die Krankenhäuser und Kureinrichtungen
- die Gastronomie, Catering-Service
- und viele andere mehr.

Technische Umsetzung und Unterstützung

Eine erfolgreiche Vermarktungsinitiative benötigt Unterstützung, um zu gelingen. Von technischer Seite her ist selbstverständlich eine Geschäftsführung von Nöten.

- Die rechtliche Betreuung der Genossenschaft,
- Schutz und Pflege des regionalen Markenkerns mittels Werbung als auch über Kontrolle der Einhaltung der regionalen Produktionsvereinbarung und Qualitätssicherung,
- der Vertrieb über einen Laden bzw. einen eShop,

all das will gemanagt werden.

Daneben kann eine Unterstützung der Initiative aus der Gesellschaft, z.B. über einfache Genossenschaftsmitgliederinnen und -mitglieder, und Politik nur förderlich sein.

Förderung des Umweltbewusstseins, regionale Identität, Interesse an Herstellungsprozessen

Über die Vermarktungsinitiative laufende Veranstaltungen wie z.B.

- Umwelttage
- Hoffeste
- Feldbegehung
- Besuche auch von Schulklassen bei den Erzeugern
- Info-Veranstaltungen
- Werkstätten- und Betriebsbesuche zum Kennenlernen oder Erlernen alter Fertigkeiten

kann das Umweltbewusstseins, die regionale Identität wie auch das Interesse an den Herstellungsprozessen gefördert werden. Die regionalen Produkte werden so erlebbar und eine stärkere Kundenbindung möglich.

Fazit

Das Gelingen einer regionalen Vermarktung hängt von vielen Faktoren ab. Wichtig ist, einen positiven Bezug zu den Verbrauchern und Abnehmern herzustellen. Zukünftig wird eine Änderung der Produktherstellung wie auch des Konsumverhaltens für die Bevölkerung und für die Region von großen Vorteil sein. So ist zu wünschen, dass auch die Politik eine nachhaltige Entwicklung ernst nimmt und eine aktive Förderung des Projektes betreibt. Die aktive Förderung des Projektes ist eine wichtige Grundlage, um die Erzeuger in der Region für eine Teilnahme zu gewinnen.