

Regionales Bayern – Marketing für das Essen der Zukunft



Christina Brandhuber, Netzwerkerin für die Online-Plattform
Regionales Bayern

„SAISONAL ESSEN – REGIONAL EINKAUFEN“ DIESEN GRUNDSATZ BEHERZIGEN

IMMER MEHR BAYERISCHE VERBRAUCHER. Lebensmittel aus der Region sind gut für Natur und Umwelt und zu Recht im Trend. Kaum ein anderes Bundesland weist ein so reiches regionales Angebot auf wie das Agrarland Bayern. Die LfL fördert auf vielfältige Weise die direkte regionale Vermarktung bayerischer Erzeugnisse. Am Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte entsteht in Kooperation mit dem Kompetenzzentrum für Ernährung derzeit ein europaweit einzigartiges Online-Netzwerk.

DIE SOGENANNTRE TRILOGIE REGIONALE PLATTFORMEN bringt nicht nur Verbraucher mit regionalen Anbietern aus nächster Nähe zusammen. Dank „Wirt sucht Bauer“ und „RegioVerpflegung“ finden Landwirte jetzt zusätzliche Wege zur regional arbeitenden Gastronomie und zu Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung. Und mit einer eigenen App wird Regionales Bayern bald auch auf dem Smartphone einen wichtigen Platz einnehmen.

Selbst Christina Brandhuber ist immer wieder von Neuem überrascht, wie bunt und vielfältig die Palette bayerischer Lebensmittel und Spezialitäten ist. Die findigen bayerischen Landwirte beschränken sich längst nicht mehr nur auf traditionelle regionale Produkte wie Gemüse, Obst, Fleisch, Milch oder Eier. Ob Alpakawolle aus Mittelfranken, Bisonfleisch aus dem Spessart, Popcorn von der Amper oder Straußenfedern aus dem Chiemgau, allein die Produktpalette wird immer bunter. Zugleich vernetzen sich die lokalen Akteure, entwickeln neue Produkte und sogar Dienstleistungen, unterstützen sich bei Vertrieb und Marketing und führen gemeinsam Veranstaltungen durch. „Bayern ist die Hochburg regionaler Initiativen in Deutschland. Zugleich steigt die Nachfrage nach regionalen Erzeugnissen. Verbraucher kaufen und wertschätzen immer mehr Produkte aus der Region – am liebsten direkt beim Landwirt. Genau hier setzen wir seit Jahren an.“ Christina Brandhuber ist für das Projekt Regionales Bayern

Starkes Trio

Die Portale Regionales Bayern, Wirt sucht Bauer und RegioVerpflegung bilden zusammen die *Trilogie Regionale Plattformen*.



www.regionales-bayern.de



www.wirt-sucht-bauer.de



www.regio-verpflegung.bayern

an der LfL zuständig und weiß: „Mit unserem Portal sind wir mittlerweile erste Adresse für bayerische Anbieter. Das haben wir uns in den letzten zehn Jahren kontinuierlich erarbeitet.“ Heute gehört das LfL-Portal mit über 3.000 Anbietern zu einem der größten regionalen Verbraucherplattformen Europas. Und das neutral, unabhängig und werbefrei.

Der unkomplizierte Profileintrag für alle drei Portale ist für bayerische Anbieter kostenlos und ermöglicht auch kleinen Direktvermarktern einen schnellen Weg zu Verbrauchern in ihrer Nähe. Außerdem reicht die einmalige Registrierung, um bei den Partnerplattformen vertreten zu sein. Somit ist neben der Absatzmöglichkeit an den Endverbraucher auch die Erweiterung der Geschäftsbeziehungen untereinander gegeben. Nicht ohne Grund lautet das Motto der Trilogie „Gemeinsam stark sein, gemeinsam profitieren“.

„Wirt sucht Bauer“ bietet eine Vernetzungsstruktur für bayerische Wirtshäuser, die regionale Produkte ohne jeglichen Zwischenhändler beschaffen wollen. Und „RegioVerpflegung“ eröffnet ein Netzwerk für regionale Erzeuger, Verarbeiter und Händler, welche neue Absatzmöglichkeiten bei einem der vielen Gemeinschaftsgastronomen, die täglich immerhin 1,8 Millionen Mittagessen in Bayern bereitstellen.

Die bayerischen Verbraucher jedenfalls schätzen das Portal Regionales Bayern, das zeigen die beachtlichen Klickzahlen. Die Suchabfrage findet schnell und unkompliziert die nächsten regionalen Anbieter. Die gewünschten Ergebnisse werden über eine Bayernkarte mit Anfahrtswegen gezeigt, sortiert nach Orten und Postleitzahlen. So geht es blitzschnell zum



„Die Portal-Trilogie ist das Netzwerk Nummer eins in Bayern – für alle Direktvermarkter und Multiplikatoren entlang der gesamten Wertschöpfungskette.“

Christina Brandhuber

Regionales Produktsortiment auf einem Bauernmarkt

nächstgelegenen Hofladen oder Bauernmarkt, zum Urlaubshof, Bauernhofcafé oder Weingut. Demnächst ist auch eine gezielte Suche nach 24/7-Shops und -Automaten möglich. Dort kann man rund um die Uhr regionale Produkte kaufen.

Jenseits der rein praktischen Aufgabe der Portale sieht Christina Brandhuber aber noch ganz andere Perspektiven für eine bayerische Landwirtschaft der Zukunft: „Wir verstehen uns nicht nur als reines Netzwerk regionaler Lebensmittelbeschaffung, sondern wollen darüber hinaus mehr Transparenz schaffen. Wir brauchen eine veränderte Haltung zu unseren Lebensmitteln nach dem Prinzip: Wertschätzung durch regionale Wertschöpfung und Wertschöpfung durch regionale Wertschätzung“. Das Team um Christina Brandhuber will jedenfalls den eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen. Neben dem weiteren Ausbau der Bekanntheit des Portals soll zukünftig eine App entwickelt werden, die Regionales Bayern auch auf viele Smartphones bringen wird. Weitere Funktionalitäten wie Warenkorb, Kunden- und Bestelldaten und eine Nachrichtenfunktion sollen aus „Regionales Bayern“ einen bayerischen Online-Marktplatz für regionale Produkte machen. So wird die Gesamtheit der Plattformen dazu beitragen, dass die einzigartige kleinbetriebliche Landwirtschaftsstruktur in Bayern auch langfristig erhalten bleibt.

Gute Gründe für den regionalen Einkauf

Ein Zukunftsbaustein der bayerischen Landwirtschaft ist die Regionalisierung.

Viele Argumente sprechen dafür:

- Klimaschutz, Nachhaltigkeit und weniger Lebensmittelverschwendung durch kurze Lieferwege
- Wirtschaftliche Stabilität und Arbeitsplätze vor Ort durch regionale Wertschöpfung
- Erhalt der bäuerlichen Familienbetriebe und der jahrhundertealten Kulturlandschaft in Bayern
- Mehr Biodiversität dank Kulturartenvielfalt
- Ausgewogene, geschlossene Nährstoffkreisläufe
- Entkoppelung vom globalen Markt
- Sichere Lebensmittelversorgung auch in Krisenzeiten



Handarbeit

In der eigenen Metzgerei wird noch in traditioneller Handwerkskunst gearbeitet. Seit einigen Jahren bauen die Murrs auch erfolgreich Spargel an.



Mehr Regionalität geht (fast) nicht

Von Futteranbau und Mast, Schlachtung und Metzgerei bis zum Verkauf – die **MURRS VOM SONNENHOF** im Nördlinger Ries nehmen Regionalität und Nachhaltigkeit ernst und machen darum alles selbst.

DASS MAN NICHT DER ERSTE IST, DER DURCH DEN BETRIEB GEFÜHRT WIRD, MERKT MAN SOFORT. Transparenz wird großgeschrieben am Sonnenhof, und so sind Daniela Murr und ihr Mann Ulrich souveräne Begleiter zu den wichtigsten Stationen des modernen Familienbetriebs in Rudelstetten bei Nördlingen.

2007 haben die beiden Brüder Thomas und Ulrich nebst Familien den elterlichen Betrieb übernommen und ihn konsequent zum Selbstvermarktungsbetrieb ausgebaut. Dazu errichteten die Murrs einen modernen Schlacht- und Zerlegebetrieb mit EU-Zulassung. Die Schweinemast stammt noch vom Vater, in den auf zehn Schweine ausgerichteten Buchten hält man aber mittlerweile nur noch sechs Tiere, deutlich weniger als gesetzlich erlaubt – den Schweinen soll es schließlich gut gehen. Das

gesamte Futtergetreide wird am Hof angebaut, gedüngt wird mit eigener Schweinegülle und Mineraldünger nur nach Bedarf, fast eine Kreislaufwirtschaft, wie sie auch der Ökolandbau fordert.

Am Schlachthaus beginnt unsere Führung. Jede Woche werden hier 50 Schweine geschlachtet und zerlegt. Die Tiere müssen zur Schlachtung lediglich über den Hof getrieben werden. Im angrenzenden Verarbeitungsbetrieb machen fünf Metzger aus dem Schlachtvieh hervorragende Fleisch- und Wurstwaren. Ob Kochsalami oder Bauerngeräuchertes, Bratwürste oder Presssack, hier wird so ziemlich alles in handwerklicher Manier und nur mit natürlichen Rohstoffen hergestellt. Die eigene Metzgerei erlaubt außerdem die sogenannte Ganztierverarbeitung, die möglichst alle Teile des Schlachtkörpers verwendet. Für Ulrich Murr ist das nicht nur wirtschaftlich opportun, sondern auch nachhaltig und eine Wertschätzung des geschlachteten Tieres. Um nicht auf verderblicher Ware sitzen zu bleiben, wird ein Teil der Produktion in Dosen abgefüllt und länger haltbar gemacht. Mit der Dosenwurst

ist der Sonnenhof mittlerweile im Regimentsortiment einer Supermarktkette, ein weiteres Standbein der Selbstvermarktung.

Unsere Führung endet in einer großen Garage. Hier stehen die Fahrzeuge für den wichtigsten Vertriebsweg der eigenen Produkte, zwei große Verkaufswagen mit Grillanhänger. Sie werden jeden Abend beladen und fahren Dienstag bis Samstag jeweils zwei Bauernmärkte in München an. Auf den Münchener Märkten hat man sich in den letzten Jahren eine treue Stammkundschaft aufgebaut, die Regionalität und die Handwerkskunst der Metzger aus dem Ries zu schätzen wissen.

Daniela und Ulrich Murr schauen optimistisch in die Zukunft. Demnächst werden die Kinder in den Betrieb einsteigen und zusätzlich frischen Wind und neue Ideen in die Firma bringen. Und Regionalität ist angesagt, davon werden sie als Direktvermarkter auch in den kommenden Jahren profitieren.



Hof Laden

Daniela und Ulrich Murr vertreiben ihre regionalen Produkte auf Bauernmärkten und im eigenen Hofladen.