

20. Oberfränkischer Direktvermarktertag 2015 im Bauernhofmuseum Kleinlosnitz

Sehr geehrte Damen und Herren, Liebe Direktvermarkter und -Direktvermarkterinnen,

nachdem uns der Hausherr des Bauernhofmuseum Herr Popp

begrüßt hat, möchte mich ganz herzlich bei ihm für die

Bereitstellung der Räumlichkeiten und für seine Unterstützung, dass wir unsere Veranstaltung hier abhalten dürfen, bedanken.

Hier haben wir auch die Gelegenheit die gesamte Mediene Ausstattung, (sog. Bauernhofkino) die über Leader-Fördermittel bezuschusst wurde, auf Funktionalität zu testen.

So jetzt zum eigentlichen Thema:

Der oberfränkische Direktvermarktertag hat eine gute und langjährige Tradition.

Er findet bereits zum 20. Mal statt. Es ist heute ein Jubiläum und eine Erfolgsgeschichte für Oberfranken. Hier im Saal sitzen viele Pioniere die vor 25 Jahren in die Direktvermarktung eingestiegen sind. Ein wichtiges Element war auch die 5 b-Förderung in den 90-ziger Jahren.

In dieser Zeit sind viele landwirtschaftliche Betriebe beraten und auch gefördert worden. Oberfrankenweit sind in dieser Zeit ca. 500

landwirtschaftliche Betriebe in den Betriebzweig Direktvermarktung eingestiegen. Der Anteil an Bio-Betrieben wird auf 10% geschätzt.

Wie sie sich auch erinnern können, waren auch einige Hürden zu überwinden. Es wurden die Voraussetzungen geschaffen im

Zusammenwirken, z.B. mit den Veterinärämtern, Lebensmittelüberwachungsstellen und der Handwerkskammer von Oberfranken eine erfolgreiche Direktvermarktung aufzubauen. Hier gilt auch festzustellen, dass die Anforderungen in Bezug auf Hygiene und Lebensmittelkennzeichnung immer weiter gestiegen sind und somit einen hohen Arbeitsaufwand bei der Verarbeitung und Verkauf der erzeugten Produkte verursachen. Auch ein betriebliches Eigenkontrollsystem musste aufgebaut werden. Aber Sie haben das bisher in hervorragender Weise gemeistert.

Dies zeigt, dass der regionalen Vermarktung in Oberfranken großes Interesse und Wertschätzung entgegengebracht wird.

Die Beliebtheit der regionalen Vermarktung kommt nicht von ungefähr.

Häufig stellen diese Produkte wesentliche Elemente der regionalen Küche sowie ihrer traditionellen und kulturellen Wurzeln dar.

Vor allem Eier, Fleisch- und Wurstwaren, frisches Gemüse und Milchprodukte werden gern aus regionaler Herkunft gekauft.

Der Verbraucher profitiert hier von der hohen Qualität sowie der Frische der regionalen Produkte, bedingt durch die kürzeren Vermarktungswege.

Neben der Direktvermarktung der Produkte über Hofläden und Bauernmärkte gewinnen die Vermarktungsschienen von regionalen

Produkten an den Lebensmitteleinzelhandel immer mehr an Bedeutung, weil dort ein größeres Kundenpotential erschlossen werden kann.

Gute Erfahrungen haben einzelne ldw. Betriebe bereits mit der Belieferung von selbst erzeugten Produkten an die Regionaltheken im Lebensmitteleinzelhandel gemacht.

Auch gute Beispiele sind bei der Belieferung von regionalen Produkten an die Gastronomie und an Metzgereien zu verzeichnen (z.B. Frankenwaldküche, essbares Fichtelgebirge (Wildkräuterköche) und Frankenwald-Weiderind), aber hier gibt es noch große Reserven. Hier ergibt sich ein weiterer Ansatz für den Aufbau von Wertschöpfungsketten.

In letzter Zeit sind einige Betriebe mit Erfolg in die Bauernhofgastronomie eingestiegen. Dazu wird auch ein bayernweites Qualifizierungsseminar angeboten. Einige Direktvermarkter aus Oberfranken haben dieses Seminar mit mehreren Modulen (insgesamt 100 Unterrichtsstunden) besucht.

Wir haben auch mit einigen Problemen zu kämpfen, wie z.B. mit dem Generationswechsel, wobei bei einigen Betrieben die Direktvermarktung nicht mehr weitergeführt werden kann oder die nachfolgende Generation eine andere Ausrichtung des landwirtschaftlichen Betriebes wählt oder der Betrieb aufgegeben bzw. verpachtet werden muss.

Auch einige Bauernmärkte mussten geschlossen werden, da immer weniger Anbieter vorhanden waren

Evt. weglassen!

Nach Verbraucherumfragen bundesweit sind es bis zu 82 %, die häufig und regelmäßig im Supermarkt einkaufen, davon nur 15 % bevorzugen den Wochenmarkt, ganze 8 % den landwirtschaftlichen Direktvermarkter.

Ich möchte noch zwei beispielhafte Projekte nennen, das ist die Frankenfarm, wo sich vor über 20 Jahren zehn Landwirte zusammengeschlossen haben und in Himmelkron eine gemeinsame Vermarktungsschiene mit Hofladen und Gastronomie aufgebaut haben.

Die Frankenfarm hat sich zu einem großen gewerblichen Dienstleistungsbetrieb entwickelt.

Ein beispielhaftes Pilotprojekt ist die Genussregion Oberfranken, das als Kooperationsprojekt mit Leader –Fördermitteln unterstützt wird.

Hier zu nennen ist die

Spezialitätendatenbank mit 318 oberfränkischen Spezialitäten

Genussdestinationen

Ausbildung von 84 Genussbotschaftern

Ausarbeitung von Genusswegen in den einzelnen 9 Landkreisen

Der Begriff der „Genussregion Oberfranken“ entwickelt sich zu einem Markenzeichen, es rücken Spezialitäten und Erzeuger in die Position imagestiftender Sympathieträger.

Unterstützt durch die Handwerkskammer für Oberfranken wirbt der Verein mit zahlreichen Veranstaltungen und Marketingmaßnahmen

dafür, die traditionell gewachsene Kultur hochwertiger Lebensmittelerzeugung in der Region zu erhalten und zu fördern.

Hier arbeiten auch die lokalen Aktionsgruppen von Oberfranken als Kooperationspartner mit.

.
.

Man könnte hier noch vieles andere ausführen, aber dabei sollte es belassen werden.

Bei der heutigen Veranstaltung geht es um das Leitthema:

„Oberfränkische Spezialitätenvielfalt genießen-mit allen Sinnen-“

Bei dieser Veranstaltung steht die kulinarische Vielfalt Oberfrankens, insbesondere die Produkte im Landkreis Hof im Vordergrund.

Bevor ich auf das heutige detaillierte Programm eingehen werde,

lassen Sie mich noch einige **Anmerkungen** zum Stand der

Direktvermarktung **im Regierungsbezirk Oberfranken machen.**

Seit einigen Jahren wurde ein Netzwerk Direktvermarktung auch im Regierungsbezirk Oberfranken installiert, d.h. an jedem Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten ist ein Ansprechpartner benannt.

Am AELF Bamberg ist Frau Sigrid Gebhardt,

AELF Bayreuth ist Frau Astrid Kestler,

Am AELF Coburg ist Frau Simone Vetter,

Am AELF Kulmbach ist Frau Ursula Willenberg,

und am AELF Münchberg ist meine Person zuständig in Zusammenarbeit mit Frau Reinert-Heinz bzw. Frau Seuß.

Das Netzwerk Direktvermarktung hat im Dezember 2014 den siebenten Info-Brief an alle gelisteten Direktvermarkter in den jeweiligen Dienstgebieten herausgegeben.

In diesem sog. Info-Brief werden aktuelle und wichtige Informationen für die Direktvermarkter zusammengestellt.

Jetzt möchte ich noch, meine sehr verehrten Damen und Herren auf das heutige Programm eingehen.

Diese Veranstaltung wird aus Mitteln des Clusters Ernährung finanziell unterstützt.

Dafür möchten wir uns sehr herzlich bei Herrn Dr. Reitmeier (Kern, Standort Kulmbach) als Geschäftsführer vom Cluster Ernährung bedanken.

Vorstellung des Programms

Wir haben ein straffes Programm, das wir heute abzuarbeiten haben, deshalb bitte ich auch um ihre Disziplin, damit wir nicht in Zeitverzug kommen.

Erster Hauptredner ist Herr Dieter Heberlein von der BBV-

Hauptgeschäftsstelle Bamberg mit dem Thema:

Regionale Direktvermarktung in den Großstädten

Danach stellen sich die Direktvermarkter aus dem Landkreis Hof mit einer Spezialitätenverkostung vor.

Nach einer kurzen Pause kommt der Vortrag über Slow Food (Entstehung, Ziele und Entwicklung) von Herrn Markus Hahnel, er ist der Leiter des Slow Food Conviviums München.

Im Anschluss daran wird die Initiative Genussgemeinschaft Städter und Bauern Einkaufsgemeinschaft & Hofladen von der 2. Vorsitzenden der o.g. Einkaufsgemeinschaft Frau Marlene Hinterwinkler aus München vorgestellt.

Vor der Mittagspause folgt der Praxisbericht Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall w. V. (Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch) von Herrn Christian Bühler. Auch hier sind wir sehr gespannt auf die Ausführungen.

Nach dem Vortrag gibt es das Mittagessen.

Ich möchte auch auf die regionale Speisekarte mit den einzelnen Direktvermarktern, als Lieferanten der Produkte, die in ihrer sog. Pressemappe enthalten ist, hinweisen. Die Hauptprodukte für die Menüs haben die Direktvermarkter selbst geliefert.

Nach einer zeitlich ausgedehnten Mittagspause geht es um 13:45 Uhr weiter mit der Referentin Frau Anke Wehking von der Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) München mit dem Thema: „Authentische Produkte und Dienstleistungen aus regionaler Vermarktung mit der

Vorstellung des Regionalportals am Beispiel von oberfränkischen Regionalinitiativen“.

Unmittelbar danach erfolgt die Vorstellung einer weiteren Vernetzungsplattform „Regionale Produkte in der oberfränkischen Gastronomie“ von Herrn Robin Ehrhardt vom Kompetenzzentrum Ernährung (KErn) Kulmbach.

Zum Schluss um 15:15 Uhr berichtet Frau Prof. Hengelhaupt über die Genussregion Oberfranken e.V. als beispielhaftes Pilotprojekt zur Vermarktung regionaler Lebensmittel.

So gegen 16:00 Uhr ist die Kaffeepause mit Spezialitäten von den Direktvermarktern und Abschlussbemerkungen geplant.

Ca. 16.30 Uhr ist offizielles Ende.

Für jeden Teilnehmer ist eine Pressemappe mit wichtigen Informationen von der Veranstaltung vorbereitet worden.

Im Vorraum liegen noch einige Prospekte und die neue Zeitschrift Hof direkt 1/2015 sowie einige Schreibutensilien zum Mitnehmen bereit.

Ich bin sehr gespannt auf die Vorträge.

So jetzt möchte ich zum Schluss meiner Ausführungen kommen und der Veranstaltung einen guten Verlauf wünschen.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, jetzt möchte ich den ersten Referenten der heutigen Veranstaltung Herrn Dieter Heberlein das Wort geben mit dem Thema: Regionale Direktvermarktung in den Großstädten.

Jetzt kommen wir zur Vorstellung der Direktvermarkter mit ihrer Produktpräsentation. Im Landkreis Hof sind offiziell 40 Direktvermarkter zu verzeichnen. Ich bitte um Vorstellung in der festgelegten Reihenfolge.

Frau Sabine Böhm wird noch einige Ausführungen zum Leader-Projekt Naturhof Faßmannsreuther Erde machen.

Ich darf jetzt die beiden eingetroffenen Referenten aus München Herr Markus Hahnel und Frau Hinterwinkler ankündigen und um ihre Vorträge bitten.

Jetzt sind wir gespannt auf den Praxisbericht von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch-Hall von Herr Christian Bühler.

Auf Grund der fortgeschrittenen Zeit, können wir auch die Gelegenheit nutzen, um in der Mittagspause über bestimmte Fragen mit den einzelnen Referenten zu diskutieren.

Abschluss

Ich möchte mich bei allen Anwesenden herzlich bedanken, dass sie so zahlreich erschienen sind und mit Interesse an der Veranstaltung teilgenommen haben.

Die gute Resonanz gibt uns die Bestätigung, dass dieser Tag wichtig ist und

bestärkt uns in unserem Bestreben, die Regionalität voranzubringen und die

Direktvermarktungsprodukte (Spezialitäten) den Kunden näher zu bringen.

Besonders möchte ich mich bei allen Referenten und Mitwirkenden ganz herzlich bedanken, auch bei meinen Kollegen im Fachzentrum, u.a. bei Herrn Wunderlich, als Technikexperte.

Dem Bauernmarktverein des Landkreis Hof und den einzelnen Direktvermarkter bzw. Lieferanten, die die Produkte für die Spezialitätenverkostung und für die regionale Speisekarte und für die Produktpräsentation geliefert haben – - gebührt recht herzlicher Dank und sie haben einen Applaus verdient.

Auch der Chefköchin des Hauses Frau Herold mit ihrem Team für die Zubereitung der Menüs mit den regionalen Produkten ein herzliches Dankeschön –es hat ganz ausgezeichnet geschmeckt.

Das Essen bleibt das wichtigste soziale Ereignis, das war eine wichtige Aussage von Herrn Magister Eiselsberg aus Österreich! Die Zukunft der „ **Lebensmittel mit Nähe und Wert** “.

Die Slow Food- Bewegung unterstützt die Erhaltung der Esskultur und setzt sich für den kulinarischen Genuss und für ein moderates Lebenstempo ein.

Aus der ursprünglichen Idee erwuchs die Einsicht, dass auch die bäuerliche Landwirtschaft, das Lebensmittelhandwerk und eine gesunde Umwelt für eine gute, saubere und faire Esskultur unerlässlich sind.

Nur über eine gute Qualität der Produkte (Spezialitäten) kann man die Verbraucherinnen und Verbraucher überzeugen, dass sie beim Direktvermarkter einkaufen.

Die Vorteile und der Zusatznutzen der Direktvermarktungsprodukte, die auch als Spezialitäten bezeichnet werden können, konnte heute besonders gut verdeutlicht werden.

Ich möchte nochmals auf die Veranstaltung im März 2015 zur Eintragung in das Regionalportal mit Frau Wehking von der LfL im März 2015 am AELF Bayreuth erinnern. Alle Interessenten können sich in die ausgelegte Liste eintragen.

Zum Abschluss meiner Ausführungen möchte ich noch auf das Energiemanagement bei der Direktvermarktung eingehen.

Ohne Messung des Energieverbrauchs lassen sich kaum Änderungen durchführen. Deshalb war es uns wichtig, im Rahmen der kleinen Bestandsaufnahme, die wir mit Frau Dr. Weinberger- Miller bei Direktvermarktern im letzten Sommer und Herbst durchgeführt haben, tatsächliche Messwerte zu erfassen. Mit diesen lässt sich schon zeigen, wie energieaufwändig Wärmeprozesse, aber auch Schnittstellen zwischen Abläufen sein können. Deshalb kann auch nur eine durchgängige Kontrolle aller Abläufe zur kontinuierlichen Verbesserung führen und notwendige Nachweise zur Energieeffizienz bringen.

Es ist nachahmenswert, wie sich Direktvermarkter der Energieeffizienz widmen.

Ein großes Potential steckt dabei in der Beleuchtung als Kriterium für die Qualität der Arbeitsplätze, entfallen doch 50 % der Energie auf die Beleuchtung in Unternehmen. Mit einem Ersatz von Leuchten ist es nicht getan! Es gehört eine intelligente Lichtsteuerung dazu, um ein an den Bedarf angepasstes, stufenlos dimmbares Licht einzurichten. Nur so kann beste Wirtschaftlichkeit und Effizienz erreicht werden.

Letztlich sind in Richtung Energieeffizienz 2 Wege gleichzeitig zu gehen: Eine maßvolle, maßgeschneiderte technische Erneuerung, die intelligent gesteuert wird! Bei großen Perspektiven in der Zukunft gibt es weitere unzählige Ansätze dazu.

Wir möchten Sie motivieren, die Energieeffizienz bei allen Prozessen der Direktvermarktung zum Thema zu machen!

Hierbei können Sie sich auch an unseren Fachzentrumsleiter Herr LD Just mit seinen Projektmitarbeitern wenden.

Wir wünschen allen Direktvermarktern viel Erfolg in ihrer Direktvermarktung und zufriedene Kunden und würden uns freuen sie alle im nächsten Jahr beim 21. Oberfränkischen Direktvermarktertag begrüßen zu dürfen, der im Landkreis Coburg stattfinden wird. Dieser Direktvermarktertag wird dann von Frau Vetter, AELF Coburg organisiert.

Damit ist die Veranstaltung offiziell beendet. Ihnen allen eine gute Heimreise.