

Runder Tisch Regionale Vermarktung

„Wie können wir mehr Verbraucher erreichen?“

In der Halle der Landwirtschaftskammer in Rendsburg fand am 3. September unter Federführung von Staatssekretärin Dr. Dorit Kuhnt, Landwirtschaftsministerium (Melund), der Runde Tisch Regionale Vermarktung als Weiterführung des Dialogforums Landwirtschaft 2040 statt. Die Corona-Krise habe das Thema Regionalität beflügelt, jetzt gehe es darum, in die aktive Umsetzung zu kommen, leitete Kuhnt die Runde ein.

Sie sei froh, dass der ursprünglich für Mai geplante Termin nun nachgeholt werden könne. Gemeinsam wolle man die aktuelle Situation mit allen wichtigen Akteuren im Land beleuchten und die Bedarfe – also da wo der Schuh drückt – sichtbar machen. Anschließend sei zu prüfen, wo Politik unterstützen könne. Es gehe darum, Direktvermarktung zu stärken, Wertschöpfungsketten auszubauen und auch den Bereich der Digitalisierung weiter zur befördern.

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde der Teilnehmenden stellte Sven von der Geest, Melund, die Historie der Absatzförderung im Land vor. Er berichtete, dass diese bis 2009 bei der Landwirtschaftskammer als Weisungsaufgabe des Landes angesiedelt gewesen sei. Nachdem aber das Absatzfondsgesetz gekippt worden war und auch



Anfang September tagte der Runde Tisch regionale Vermarktung.

Fotos: Daniela Rixen

die Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) nicht weiter existieren durfte, habe sich ein Bruch bei der Umsetzung der Absatzförderung ergeben. Der für das Regional- und Produktmarketing zur Verfügung stehende Etat sei gesunken. 2013 rückte die regionale Vermarktung wieder stärker in den Fokus. Mittlerweile gebe es verschiedene nebeneinander bestehende Initiativen, darunter „Schleswig-Holstein is(s)t lecker“, die KäseStraße, Nordbauern Schleswig-Holstein, Feinheimisch, Gutes-vom-Hof.SH, die alle vergleichbare Ziele verfolgten. Von der Geest

stellte die wichtigsten Marketingmaßnahmen der vergangenen Jahre vor, mit denen für die regionalen Produkte und ihre Erzeuger geworben wurde, darunter der feste Auftritt auf der Grünen Woche, auf der Norla sowie die entsprechenden Broschüren und Webauftritte. Er machte die Schlüsselrolle der Landwirtschaftskammer mit ihrem Gütezeichen deutlich, die auch die Internetplattform Gutes-vom-Hof.SH für das Land umgesetzt habe.

Gesa Gerstenberg von der Landwirtschaftskammer stellte die Internetplattform im Detail vor. Sie berichtete über die Möglichkei-

ten für die Direktvermarkter und für Verbraucher, den passenden Erzeuger in ihrer Nähe mit dieser Web-App zu finden und seit Kurzem auch online einzukaufen. Das Ministerium sprach sich dafür aus, diese Plattform weiter auszubauen.

Mehrwert durch Kooperation

Auf die Frage von Staatssekretärin Kuhnt nach dem Idealzustand 2040, Perspektiven und Chancen, brachte es die Vorsitzende der KäseStraße, Cindy Jahnke, auf den Punkt. Sie beschrieb die bunte Vielfalt der Akteure im Land und dass Betriebe oft in mehreren Vereinen aktiv seien. Daher sollte es doch gelingen, sich stärker gemeinsam zu präsentieren und sich weiter zu vernetzen. „Daraus entsteht doch für uns alle ein Mehrwert.“ Der Vorsitzende des Vereins Feinheimisch, Oliver Firla, pflichtete dem bei. Man habe im Land so tolle Vereine, und es sei so wichtig, gemeinsam zu kommunizieren ohne Konkurrenzdenken. Er machte deutlich, wie wichtig es sei, kleine Manufakturen zu erhalten. Außerdem gehe es darum, die Logistik für den Bedarf der Gastronomie zu verbessern, diese könne große Mengen regionaler Produkte abnehmen. Doch gab er auch zu bedenken, dass eine 100%ige regionale Nachfrage derzeit gar nicht zu decken sei. Einigkeit bestand in der Runde darüber, mehr auf Kooperation zu setzen.



Abbildung: Die Plattform Gutes-vom-Hof.SH

Screenshot: gutes-vom-hof.sh

Stärker für Nachwuchs werben

Die Innungsvertreter bemerkten, wie wichtig es sei, jetzt den Schalder für mehr Nachwuchskräfte im Handwerk umzulegen, und wünschten sich eine groß aufgelegte Imagekampagne.

Fehlende Beschilderung ist ein Problem

Heinrich Mougin vom Bauernverband und auch Annette Stünke von den Bioanbauverbänden Nord machten deutlich, dass es oft für die Betriebe mit Direktvermarktung ganz praktisch an einer gut sichtbaren Beschilderung hapere, die direkt an der Straße nicht zulässig sei. Oft führen Kunden vorbei, weil sie das Angebot oder den Betrieb nicht fänden, dieses gelte auch für die Gastronomie. Dr. Kuhnt versprach, dieses Thema mit dem zuständigen Ressort zu prüfen, genauso wie den Zugang zu Wochenmärkten für Direktvermarkter, die nur saisonal anbieten. Anzusprechen seien hier die Kommunen.



Staatssekretärin Dr. Dorit Kuhnt zeigte sich zufrieden mit dem breiten Strauß an Themen, der diskutiert wurde. Weitere Zusammenkünfte sind in Planung.

Bildung zum bewussten Konsum

Ebenfalls vom Bauernverband betont wurde das Thema Bildung. Verbrauchern müsse am besten schon im Kindesalter gezeigt und gelehrt werden, wie Nahrungsmittel produziert, verarbeitet und zubereitet werden. Hier müsse ein großer Wurf her, am besten wäre es, bereits in Kita und Schule anzusetzen. Anne Benett-Sturles vom BNUR ergänzte, dass es hier darum gehen müsse, ein gesamtgesellschaftliches Bewusstsein zu schaf-

fen. Dr. Kuhnt berichtete von der Strategie zur Bildung für nachhaltige Entwicklung, die gerade ressortübergreifend überarbeitet werde.

Benett-Sturles stellte in den Raum, dass man viele Verbraucherinnen und Verbraucher zum Thema regionaler Konsum bisher noch nicht erreicht habe. In der Runde verstärkte sich immer mehr der Wunsch nach einer landesweiten Kampagne. Dies betonte auch Eckhard Voß, der die Zeitschrift „Mohl-tied“ herausgibt. Das Thema sei noch immer nicht bekannt genug. Es brauche eine große Klammer, um die Bekanntheit zu steigern, gemeinsam nach außen aufzutre-



Sven von der Geest vom Melund gab einen Abriss über die Historie der Absatzförderung und Entwicklungen.

ten und die Binnennachfrage zu steigern. Der Präsident des Dehoga SH, Axel Strehl, betonte, dass es insbesondere darum gehen müsse, für Betriebe und Gastronomie über Wertschätzung und Wertschöpfung faire Preise zu erzielen.

Daniela Rixen
Landwirtschaftskammer
Tel.: 0 43 31-94 53-110
drixen@lksh.de

FAZIT

Die Verbände, Vereine und Institutionen, darunter das Gütezeichen der Landwirtschaftskammer, die Nordbauern und die Käsestraße, Feinheimisch, Dehoga, Fleischerinnung und andere suchten nach Perspektiven, in der regionalen Vermarktung künftig stärker an einem Strang zu ziehen. Dabei soll die Plattform Gutes-vom-Hof.SH weiter ausgebaut werden. Die Teilnehmer des Runden Tisches waren sich einig, nach gemeinsamen Lösungen zu suchen und die Gespräche fortzusetzen.

Silieren von Mais in Rundballen als Alternative zum Fahrсило

Verlust- und Silagequalitätsuntersuchungen sind abgeschlossen

Im Rahmen des Bau- und Energieleherschautages im Oktober 2019 wurden während der Praxisvorführung der Maisballenpressen LT Master von Göweil und I-BIO von Kuhn 29 Ballen gepresst, die für eigene Untersuchungen herangezogen wurden. Aktuell liegen die Ergebnisse vor: Die Silierung war mit minimalen Verlusten und einer durchgängig sehr guten Silagequalität verbunden.

Die Maisernte steht kurz bevor. Bedingt durch die lange Trockenheit und die hohen Temperaturen der letzten Wochen zeigen die Bestände standortabhängig bereits Anzeichen von Trockenstress. Insofern wird es wahrscheinlich auch zu variierenden Ernteterminen kommen. Neben der allgemein üblichen Vorgehensweise, Mais im Fahrсило zu silieren, stehen als Alternativen die Silierung im Schlauch oder im Rundballen zur Verfügung. Da das Maisballenverfahren in Schleswig-Holstein noch relativ unbekannt, aber für einige Betriebe durchaus von In-

teresse ist, informierte die Landwirtschaftskammer im Rahmen eines Bau- und Energieleherschautages in

Futterkamp im vergangenen Herbst über das Verfahren (siehe Bauernblatt, Ausgabe 45/2019).



Bei der LT Master von Göweil gleitet der fahrbare Wickeltisch unter die Presse und übernimmt den mit vier Lagen Mantelfolie umwickelten Ballen. Während in der Kammer schon der nächste Ballen gepresst wird, sorgt der Doppelwickelarm für das Einstretchen des Ballens. Fotos: Dr. Susanne Ohl

Das Verfahren der Maisballensilierung

Für die Herstellung von Maisrundballen kommen Press-Wickel-Kombinationen zum Einsatz. Es gibt stationäre, „teilmobile“ und mobile Pressen. Während die stationären Pressen über eine Zubringereinheit und eine Fördereinrichtung mit gehäckseltem Mais versorgt werden, fährt eine „teilmobile“ Presse über das auf einer Bodenplatte abgelegte Erntegut und nimmt dieses über die Pick-up auf. Mobile Pressen verfügen über eine trichterförmige Aufnahmeeinheit und nehmen das Erntegut direkt vom Feldhäcksler auf.

Bei den im Rahmen der Vorführung vorgestellten stationären Pressen handelte es sich um Festkammerpressen. Statt einer Netzbindung wird in der Regel eine Mantelfolie verwendet. Diese Verstärkung der Flanken stellt einen guten Schutz der Stretchfolie vor Perforation beim Ballentransport dar. Die Durchsatzleistung ist ma-