



<https://agrarbericht.bayern.de/landwirtschaft/absatzfoerderung.html>

Absatzförderung

Die Regionalvermarktung war in den Jahren 2020 und 2021 Schwerpunktthema im Bereich Absatzförderung des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF).

Die Corona-Krise hat den Trend zur Regionalität und die Nachfrage nach regional erzeugten Lebensmitteln im Lebensmitteleinzelhandel und bei Direktvermarktern enorm verstärkt. Diese Entwicklung hat die alp Bayern (Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern) in ihrer Arbeit schnell aufgegriffen. Mit neuen Absatzfördermaßnahmen hat sie auf die aktuelle Entwicklung reagiert, um die Chancen, die sich für den Absatz regionaler Lebensmittel eröffnet haben, auch langfristig zu nutzen. In enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaft wurden entsprechende organisatorische Strukturen geschaffen.

Der Internetauftritt www.alp.bayern.de bietet ausführliche Informationen zu den verschiedenen Regionalinitiativen, Exportmaßnahmen und Messebeteiligungen sowie eine Möglichkeit zur Online-Bestellung von Werbemitteln. Interessierten Verbrauchern gewährt die Website einen raschen Überblick über die Programme und Veranstaltungen der alp Bayern.

Regionalmarketing

Die Programme der alp Bayern im Regionalmarketing zielen darauf ab, die Wahrnehmung für erstklassige regionale Lebensmittel weiter zu verbessern, den Qualitätsaspekt deutlich zu kommunizieren und das Vertrauen der Verbraucher in regionale Nahrungs- und Genussmittel zu stärken.

Schwerpunkte der Kommunikationsmaßnahmen in Bayern bilden die Qualitäts- und Herkunftssicherungsprogramme „Geprüfte Qualität – Bayern“ (www.gq-bayern.de) und „Bayerisches Bio-Siegel“ (www.biosiegel.bayern) sowie die auf europäischer Ebene herkunftsgeschützten Agrarprodukte und Lebensmittel. Die Vielfalt der bayerischen Regionen und Landschaften bietet die ideale Voraussetzung für die Hervorhebung bzw. Vermarktung regionaltypischer Qualitätsprodukte.

Die Internet-Plattform www.spezialitaetenland-bayern.de ist eine europaweit einmalige Internetdatenbank mit über 250 regionaltypischen Spezialitäten aus Bayern. Sie gibt Auskunft über die Geschichte, die Zubereitung sowie regionale Besonderheiten der Produkte.

Unter der Marke WeltGenussErbe Bayern (www.weltgenusserbe.bayern) wird für bayerische Agrarprodukte und Lebensmittel, Weine und Spirituosen geworben, die von der Europäischen Union als geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) oder geschützte geografische Angabe (g.g.A.) anerkannt sind. Über 50 bayerische Spezialitäten sind aktuell von der Europäischen Union vor Nachahmung geschützt.

Das Regionalportal vernetzt unter www.regionales-bayern.de Erzeuger mit Direktvermarktung und Verbraucher. Die Internetplattform bietet eine einfache und zeitgemäße mobile Webanwendung, die es schnell und unkompliziert ermöglicht, regionale Produkte, landwirtschaftliche Dienstleistungen und Veranstaltungen in der eigenen Umgebung zu finden. Registrieren kann sich jeder Vermarktungsbetrieb und jede Regionalinitiative aus Bayern, die ihre Produkte oder Dienstleistungen direkt von der bayerischen Landwirtschaft herstellen lässt. Zum 1. Dezember 2021 waren 3 100 Anbieter landwirtschaftlicher Direktvermarktungsangebote registriert. Dieses Angebot wird durch zwei weitere Portale ergänzt: Unter www.wirt-sucht-bauer.de und www.regio-verpflegung.bayern vernetzen sich Erzeuger von landwirtschaftlichen Produkten mit Abnehmern aus Gastronomie bzw. Gemeinschaftsverpflegung.

Im Rahmen der Initiative „Streuobst blüht“ (www.streuobst-blueht.de) werden Maßnahmen

durchgeführt, um das Bewusstsein der Verbraucher für regionale Streuobstprodukte zu steigern und so den Arten- und Klimaschutz zu fördern. Neben einer bayernweiten Informationskampagne werden besonders kreative und innovative Streuobst-Ideen in einem Wettbewerb prämiert (Bewerbungszeitraum: November 2021 bis Februar 2022). Mit diesen Maßnahmen wird auch auf die aktuell große gesellschaftliche und politische Bedeutung von Streuobst reagiert (siehe auch Streuobstpakt).

Mit der Dachmarke „Bayern Brand“ (www.bayern-brand.de) wird das Bewusstsein der Verbraucher für die Spitzenprodukte der bayerischen Edelbrenner geschärft, die Verwendung in der Gastronomie vorangebracht und der überregionale Absatz der heimischen Edelbrände gefördert. Als Maßnahme zur Verbesserung der Produktqualität und der Vermarktung wurden 2020 im Rahmen der Bayerischen Obstbrandprämierung über 500 Produkte prämiert und die zehn besten Brenner Bayerns mit dem Bayerischen Staatsehrenpreis für Edelbrenner ausgezeichnet.

Mit dem Programm „Bayern blüht“ (www.bayern-blueht.de) wurde eine gemeinsame Kommunikationsplattform für die gärtnerischen Kompetenzträger in Bayern geschaffen. In der herausfordernden Pandemie-Zeit wurde durch die Erstellung von Video- und Bildmaterial auf die Vielfalt gärtnerischer Leistungen über die sozialen Medien aufmerksam gemacht.

Die Initiative „Deine regionalen Genusshandwerke“ vermittelt Verbrauchern mit einer Social Media-Kampagne sowie der Webseite www.genusshandwerke.bayern den hohen Stellenwert von regional und handwerklich gefertigten Lebensmitteln. Die Ansprache von Schulabgängern steht aktuell besonders im Fokus, um Nachwuchskräfte für das bayerische Ernährungshandwerk zu gewinnen.

Messen und Ausstellungen

Um den mittelständischen Unternehmen der bayerischen Agrar- und Ernährungswirtschaft die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Erzeugnisse unter vertretbaren Kosten auf dem Markt zu präsentieren, organisiert die alp Bayern im In- und Ausland Gemeinschaftsstände auf ernährungswirtschaftlichen Fachmessen sowie bedeutenden überregionalen Ausstellungen und betreut die ausstellenden Firmen.

Aufgrund der Corona-Pandemie konnten einige geplante Messebeteiligungen in den Jahren 2020 und 2021 nicht durchgeführt werden, andere fanden im Rahmen digitaler Messeformate statt. Gemeinsam mit Verbänden und Herstellerbetrieben der bayerischen Ernährungswirtschaft erfolgte in den Jahren 2020 und 2021 eine Beteiligung u. a. an folgenden Messen und Ausstellungen:

Inland:

- Internationale Grüne Woche, Berlin, 2020
- Internationale Grüne Woche digital, 2021
- Intergastra, Stuttgart, 2020
- Biofach, Nürnberg, 2020
- Biofach e-Special 2021 (digitales Format)
- BioSüd, Augsburg, 2021
- Anuga, Köln, 2021
- HOGA, Nürnberg, 2021

Ausland:

- Alles für den Gast, Salzburg, 2021
- REGAL Branchentreff, Wien 2021

Nicht stattfinden konnten folgende geplante Messebeteiligungen:

Inland:

- Consumenta, Nürnberg, 2020 und 2021
- Food & Life, München, 2020 und 2021

Ausland:

- Alles für den Gast, Salzburg, 2020
- REGAL Branchentreff, Wien 2020
- Gustav, Dornbirn, 2020 und 2021
- SIAL Paris, 2020

Darüber hinaus beteiligte sich das StMELF über die Ämter für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (ÄELF) im Rahmen seines Informations- und Beratungsauftrages an Regionalausstellungen und ähnlichen Veranstaltungen. Insgesamt wurden in den Jahren 2020 und 2021 jährlich rund 20 derartige Maßnahmen durchgeführt.

Exportmarketing

Im Rahmen der „Bayerischen Exportoffensive für die Marke Bayern“ wurden in den Jahren 2020 und 2021 verschiedene Markterschließungsmaßnahmen durchgeführt.

Aufgrund der Pandemie fanden diese Maßnahmen überwiegend digital statt. Dazu gehörten virtuelle B2B-Gespräche zwischen bayerischen Herstellern und potenziellen Handelspartnern aus Italien, Dänemark, Japan, Kroatien, Polen, Portugal, Rumänien und Schweden, Listungsgespräche mit dem führenden Lebensmitteleinzelhändler in den Niederlanden sowie eine mehrtägige, digitale Unternehmerreise in die USA. Ein weiterer Baustein war die Beteiligung an Messe- und Ausstellungsbeteiligungen im Ausland (siehe auch „Messen“). Bei diesen Maßnahmen, die der Kontaktaufnahme zu ausländischen Handelspartnern dienen, beteiligen sich in der Regel zwischen 8 und 15 bayerische Lebensmittelhersteller aus unterschiedlichen Sparten der Ernährungswirtschaft, darunter überwiegend Molkereien und Brauereien. Zur Vorbereitung und Hinführung auf neue Absatzmärkte wurden außerdem Informationsseminare für exportinteressierte Hersteller über die Märkte Argentinien und Japan durchgeführt und Marktanalysen über weitere ausgewählte Länder interessierten Unternehmen bereitgestellt.

Ein weiterer Schwerpunkt des Exportmarketings sind Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen (sogenannte „Bayerische Wochen“) im ausländischen Lebensmitteleinzelhandel. Abgerundet wurden diese Maßnahmen durch unterstützende Werbemittel des StMELF, die vor Ort in den Supermärkten eingesetzt wurden. Dazu zählen unter anderem Bayern-gebrandete Verkostungsstände für die Kundenansprache, Dekomaterial, Motivplakate und Regalschilder. In den Jahren 2020 und 2021 wurden jeweils ca. 15 sogenannte Bayerische Wochen in Italien sowie in Ländern des Fernen Ostens und in Osteuropa umgesetzt.