

Zahl des Monats

3 %

Umsatzplus erzielten die Vollsortimenter im Handel 2019. Die Discounter legten nur um 0,9 Prozent zu.

Quelle: GfK

Regionaler Bio-Fachhandel weiter im Aufwind

„2019 zeigt die Umsatzkurve der Berlin-Brandenburger Bio-Branche wieder steil nach oben“, berichtet die Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL). Nach deren Erhebungen liegt der Gesamtumsatz des regionalen Naturkostfachhandels (inklusive Direktvermarkter, handwerklich arbeitende Betriebe und Lieferdienste) bei über 580 Millionen Euro (plus ca. 10 Prozent gegen Vorjahr). Der Aufwärtstrend im regionalen Fachhandel werde wesentlich von den Bio-Supermärkten dominiert, deren Zahl von 126 auf aktuell 131 gestiegen sei. Regionaler Marktführer bleibt laut FÖL die Bio Company mit 52 Filialen, gefolgt von denn's Biomarkt (44), Alnatura (20) sowie LPG Biomarkt (9 Filialen).

Leichter Rückgang bei Fleisch

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts (Destatis) ist die erzeugte Fleischmenge 2019 gegenüber dem Vorjahr um 1,4 Prozent zurückgegangen, schreibt das Fachmagazin Lebensmittel Praxis. Ursache dieser Entwicklung sei die geringere Schweinefleischherzeugung, während die Produktion von Rind- und Geflügelfleisch zugelegt habe. Weiter heißt es, 2019 hätten die gewerblichen Schlachtbetriebe in Deutschland nach vorläufigen Ergebnissen 59,7 Millionen Schweine, Rinder, Schafe, Ziegen und Pferde geschlachtet. Einschließlich Geflügel hätten die Unternehmen insgesamt knapp 8,0 Millionen Tonnen Fleisch erzeugt.

Inhalt

AKTUELL Neues für die und aus der Region	1
PORTRÄT Bobalis Agrargesellschaft mbH.....	2
PORTRÄT Spezialitäten aus der Region.....	3
MESSE Internationale Grüne Woche.....	4/5
STATEMENTS Aussteller/Fachbesucher zur IGW.....	6
INTERN pro agro-Stammtisch.....	7
TERMINE Wichtige Daten und Fakten.....	8

Innovationspreis 2020: Frist für Bewerbungen bis zum 13. April

Das Wirtschaftsministerium des Landes Brandenburg lobt 2020 wieder den Innovationspreis für das Cluster Ernährungswirtschaft aus. Der Preis ist mit bis zu 10.000 Euro dotiert und wird für Innovationen aller Art verliehen, die gute bis sehr gute Marktchancen haben. Ausgezeichnet werden auch beispielgebende nicht-technische Innovationen wie Organisations- und Marketingkonzepte oder Geschäftsmodelle. Produkte, Technologien oder Verfahren, die neu, nützlich und potenziell nachgefragt sind, können bis zum 13. April 2020 [hier](#) eingereicht werden. Dazu Wirtschaftsminister Jörg Steinbach: „Die Innovationen nutzen nicht nur den Unternehmen; sie sichern vor allem die Wirtschaftskraft des Landes und schaffen Arbeitsplätze.“

Deutsche Branche 2019 im Plus

Nach ersten Schätzungen der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (BVE) konnte der Umsatz der Branche 2019 im Vorjahresvergleich um 2,2 Prozent auf 183,6 Milliarden Euro gesteigert werden. Damit habe sich die Branchenkonjunktur weiter auf hohem Niveau – trotz Anzeichen eines gesamtwirtschaftlichen Abschwungs – stabilisiert. Besonders erfreulich habe sich das Auslandsgeschäft entwickelt. Nach einem Rückgang 2018 seien dort die Umsätze 2019 mit 61,4 Milliarden Euro um 3,2 Prozent gestiegen. Auch das Inlandsgeschäft liege mit einem leichten Anstieg auf 122,2 Milliarden Euro weiterhin im Plus.

BOBALIS AGRARGESELLSCHAFT MBH

Immer stärkere Präsenz bei Events aller Art

Der 1998 in Jüterbog gegründete ökologische Büffelhof Bobalis hat in den vergangenen Jahren seine Vermarktungsaktivitäten stark erweitert. Geblieben ist allerdings das am Tierwohl orientierte Konzept: Die 60 Wasserbüffel-Kühe werden grundlegend artgerecht gefüttert und gehalten. In der eigenen Hofkäserei wird die Büffelmilch in Handarbeit zu Mozzarella, gereiftem Käse, Joghurt und Ricotta veredelt. Die stattlichen Tiere sind aber auch „Lieferanten“ von Fleisch- und Wurstwaren.

Die Tiere werden ökologisch mit extensiver Fütterung gehalten. Sie ernähren sich von Gras, Heu, Heulage und eigens für sie angebautem Getreide. Das war für die Hofbetreiber-Familie Henrion sowie das gesamte Team wegen der extremen Trockenheit in den beiden vergangenen Sommermonaten eine große Herausforderung. Durch Anpassungen in der Grünlandplanung konnten gewohnte Fütterung und Größe der Herde jedoch weitgehend beibehalten werden. Zur artgerechten Haltung gehört auch, dass weibliche und männliche Büffelkälber in den ersten drei Lebensmonaten mit Büffelmilch gefüttert werden, die sie für eine gute Entwicklung benötigen.

Der Geschmack der Wasserbüffelmilch ist süß, mit einer leicht nussigen Note. Sie weist gegenüber der Kuhmilch einen höheren Gehalt an Eisen und Kalzium sowie an Vitaminen A, B und E auf. Der Cholesteringehalt im Fettanteil ist ca. 30 Prozent geringer als bei Kuhmilch. Insgesamt ist Büffelmilch mit durchschnittlich 4,8 Prozent Eiweiß, 7,5 Prozent Fett, 5,4 Prozent Lactose sowie den hohen Anteilen an essenziellen Aminosäuren und ungesättigten Fettsäuren äußerst gehaltvoll. Kuhmilchallergiker vertragen die Büffelmilchprodukte sehr gut, da sich das Milcheiweiß des Büffels von dem des Rindes strukturell unterscheidet.

In der Hofkäserei wird die Büffelmilch von Hand zu Mozzarella, gereiftem Käse (natur oder geräuchert), Joghurt und Frischkäse (Ricotta) verarbeitet. Büffelmilchmozzarella hat eine aromatische Geschmacksnote, die sich deutlich vom gleichnamigen Kuhmilchprodukt unterscheidet. Konservierungsstoffe und Stabilisatoren werden grundsätzlich nicht verwendet.

Die Schlachtreife erreichen die Tiere erst im Alter von zwei bis zweieinhalb Jahren. Nach der Schlachtung durchläuft das kurzfasrige und sehr aromatische Fleisch einen Reifeprozess von

zwei bis vier Wochen, bevor es als Frischfleisch mit 7-14tägiger Haltbarkeit vermarktet wird. Für die Wurst- und Schinkenproduktion wiederum hat man auf dem Hof eigens Klimakammern eingerichtet, um die geschmacklichen Eigenschaften des Büffel fleisches zu erhalten. So ist es möglich, eine schonende und langsame Wurst- und Schinkenreifung unter optimalen Bedingungen zu gewährleisten.

Seit einiger Zeit setzt Bobalis zudem auf einen heimischen Trend: die Wiederentdeckung von Brühen auf Knochenbasis. Das hat zur Entwicklung von „Brühey“ geführt, einer Knochenbrühe von Büffel, Rind und Huhn. Die Innovation wurde mit dem pro agro-Marketingpreis 2020 ausgezeichnet (siehe die Seite „Produkte“ in einer der nächsten Ausgaben des Newsletters).

Vermarktet werden die Produkte vornehmlich über Bio-Supermärkte (hier insbesondere Bio Company), Naturkostfachhandel und das Internet. Unter dem Stichwort „Streetfood“ wird darüber hinaus die Direktvermarktung ausgebaut. Beispiele dafür sind die seit 2015 kontinuierlich steigende Präsenz auf besonderen Events (Evangelischer Kirchentag in Berlin, Motor Cycle Jamboree in Jüterbog, Gortorfer Landmarkt in Schleswig). Selbst wenn sich das Unternehmen in diesem Jahr mit seinen Produkten auch auf überregionalen Events tummeln wird, so ist „das Highlight weiterhin die jährlich stattfindende Potsdamer Erlebnismacht Ende Juli“, wie es heißt.

Bobalis Agrargesellschaft mbH

Hauptstraße 30
14913 Jüterbog
Tel. 03372/43 29 88
info@bobalis.de
www.bobalis.de





Popcornflakes. Mit diesem Produkt wird Kinogefühl auf den Frühstückstisch gezaubert. Die Mischung in Bio-Qualität besteht aus Popcorn und zuckerfreien Cornflakes, bei dem nur 2 Gramm Zucker auf 100 Gramm entfallen. Der außergewöhnliche Frühstückssnack vermittelt also nicht nur ein spezielles Lebensgefühl, sondern schmeckt auch noch gut. Der Hersteller, BioCornflakes Box aus Senftenberg, vertreibt seine jüngste Innovation wie auch sein weiteres sortenreiches Angebot – Cornflakes mit Nüssen, Schokolade oder unterschiedlichen Früchten – vor allem über das Internet.

BioCornflakes Box, Roßkaupe 10

01968 Senftenberg, Telefon 03573/8795118

kontakt@biocornflakebox.com



Hand Craft Bottle. Vor fünf Jahren hatte Michael Schultz, Inhaber der Glina Whisky Destillerie, die Idee, seine Hand in seine Whiskyflaschen einarbeiten zu lassen. Es hat lange gedauert, bis er einen Glasflaschenhersteller gefunden hat, der dieses Projekt umsetzen konnte. Entstanden ist eine Flasche mit dem originalen Handabdruck des „Machers“ und seiner Unterschrift in Glas. Den Verbrauchern wird dadurch sichtbar und spürbar verdeutlicht: Hier kommt alles aus einer Hand – vom Getreide über die Destillation bis zur Fasslagerung; Whisky made in Brandenburg. Die Idee wurde ausgezeichnet mit dem pro agro-Markteingpreis 2020.

Glina Whisky Destillerie, Karl-Liebknechtstraße 17a

14542 Werder, Telefon 03327/5079336

info@glina-whisky.de



Märkisches Kartoffelschwein. Bei dem Tier handelt es sich um eine Kreuzung aus Duroc und Alter Landrasse. Die Schweine werden auf dem AWO Reha-Gut Kemnitz im Freiland gehalten und mit gedämpften Kartoffeln sowie Raps- und Getreideschrot aus eigenem Anbau gefüttert. Zwei Dörfer weiter werden die Tiere in der Fleischerei Neumann einzeln und ohne Stress geschlachtet sowie in traditioneller, handwerklicher Art verarbeitet und veredelt. Die Produkte in Premiumfleisch-Qualität werden im Direktverkauf und über die Plattform „www.meatbringer.de“ vermarktet. Das Konzept wurde mit dem pro agro-Marketingpreis 2020 ausgezeichnet

Meat Bringer GmbH, Schwartzkopfstraße 6

15745 Wildau, Telefon 0176/21043846

olaf@meat-bringer.de

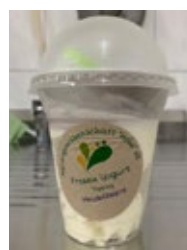


Teevariationen mit Gurke. Viele Menschen verbinden Brandenburg mit dem Spreewald bzw. der Spreewälder Gurke. Vor diesem Hintergrund hat die Teemanufaktur Candé Natura die mit Gurken aromatisierten Sorten „Kräutertee-Mischung“ und „Früchte/Kräutertee Mischung“ entwickelt. Die Gurken werden den Tees in Form von getrockneten Scheiben beigegeben. Auf dem Etikett sind außer dem Schriftzug „Brandenburger Original“ in variabler Gestaltung der Brandenburger Adler sowie die Umrisse des Landes zu sehen. Dadurch wird gleichzeitig Werbung für Brandenburg gemacht.

Candé Natura Teemanufaktur, Fercher Straße 29

14542 Werder/Havel, Telefon 03327/520396

Info@cande.de



Becky Steins Frozi. Der Frozen Joghurt ist „der Neue“ in der hofeigenen Eisproduktlinie der Agrargenossenschaft Höhe. 2018 wurde bereits das Softeis eingeführt und ist zum Renner in der Direktvermarktung am Hof Höhenland geworden (die Agrargenossenschaft hat vier Standorte). Zur Herstellung des Produkts wird die eigene Milch vor Ort mit der eigenen Maschine verarbeitet. Dabei entsteht der typische Frozen Joghurt-Charakter in saisonal wechselnden Sorten. Die Verpackung besteht, vom Löffel bis zum Becher, zu 100 Prozent aus Biokunststoff und ist kompostierbar. Die Milchkühe erhalten ausschließlich gentechnikfreies Futter.

Agrargenossenschaft Höhe eG, Brunower Straße 1

16259 Höhenland, Telefon 033454/223

Info@agrargenossenschaft-hoehe.de

Starker Auftritt von Lidl

Bruttoinvestitionen in klassische Werbeträger 2019, in Millionen Euro

Lidl	393,2
Aldi Nord+Süd	206,2
Rewe	204,5
Edeka	187,8
Kaufland	182,3

Quelle: Nielsen/LZ



INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE (IGW) IN BERLIN

Dreh- und Angelpunkt für gute Geschäfte und Kontakte

Mit einer Rekordbeteiligung von 1.810 Ausstellern aus 72 Ländern hat die Internationale Grüne Woche Berlin (IGW) auch 2020 ihren Stellenwert als globale Leitmesse für Landwirtschaft, Ernährung und Gartenbau unterstrichen. Über 400.000 konsumfreudige Messe- und Kongressbesucher gaben an den Ständen gut 52 Millionen Euro aus. In der Brandenburghalle (21a) präsentierten sich an 73 Messeständen wieder mehr als 200 Unternehmen aus der Region. Das Interesse der Konsumenten und des Fachpublikums an heimischen Produkten, kulinarischen Spezialitäten und touristischen Besonderheiten stimmte die Aussteller sehr zufrieden.

Zehn Tage lang war die komplett neu gestaltete Brandenburghalle eine Plattform für die Präsentation neuer Produkte und die Information der Verbraucher sowie für regionales, nationales und internationales Netzwerken. Nach Auffassung des brandenburgischen Agrar- und Umweltministers Axel Vogel trafen darüber hinaus „die Konsumentinnen und Konsumenten auf die Brandenburger Landwirtschaft, die sich bereits auf den Weg gemacht hat, klimaschonender und ökologischer zu produzieren.“

Schon am ersten Messetag erlebten die Besucher einen Höhepunkt: die Prämierung kreativer und innovativer Unternehmen mit dem pro agro-Marketingpreis 2020 „Natürlich Brandenburg“. Die Preisverleihung nahmen Minister Vogel, die Verbandsvorsitzende Hanka Mittelstädt und Geschäftsführer Kai Rückewold vor. Am Wettbewerb unter dem Motto „Innovative Produkte und Vermarktungskonzepte“ hatten 50 Unternehmen und Institutionen in den Kategorien Ernährungswirtschaft (20 Bewerber), Direktvermarktung (23) sowie Land- und Naturtourismus (7) teilgenommen. Im Foodbereich wurden folgende Bewerber ausgezeichnet:



Ernährungswirtschaft

- (1) Glina Whisky Destillerie (Hand Craft Bottle)
- (2) Bäckerei Exner (Brandenburger Urkraft – das gesunde Brot für Sportler)
- (3) Bobalis Agrargesellschaft (BRÜHEY – Knochenbrühe von Büffel, Huhn und Rind)



Direktvermarktung

- (1) Brandenburger Kochfamilie (Der Brandenburger Bierkarpfen)
- (2) Meat Bringer (Märkisches Kartoffelschwein – das Neue ist das Alte)
- (3) ICU Investor Center Uckermark (Der beschwipste Cupcake und der Uckermärker Kuchen-Freitag)

Als Anerkennung erhalten die genannten Preisträger ein pro agro-Marketingpaket und die ersten Gewinner jeweils einen Kurzfilm über das Unternehmen und Produkt.

EDEKA-Regionalpreis

Unter den Bewerbern der Kategorien Ernährungswirtschaft und Direktvermarktung wurde dieser Preis auch 2020 ausgelobt. Geschäftsführer Hans-Ulrich Schlender übergab die Auszeichnung an Evelina Deutschland GmbH. Das Unternehmen erhält eine exklusive Erstvermarktung des eingereichten Produkts über die EDEKA-Handelsgesellschaft.

Die Broschüre „*Neues aus Brandenburg - Ein Land voller Ideen*“ fasst alle Produkte, Produktideen und Vermarktungskonzepte der 50 Wettbewerbsteilnehmer zusammen und stellt diese werbewirksam über das gesamte Jahr dar. Unter dem Stichwort „Publikationen“ auf www.proagro.de findet man die Gewinner der einzelnen Kategorien und kann sich die Broschüre herunterladen.

Handels- und Gastronomierundgänge

Was 2009 mit sechs Vertretern des Handels begann, hat sich in den letzten Jahren außergewöhnlich gut weiterentwickelt. So waren diesmal rund 480 interessierte Händler und Gastronomen der persönlichen Einladung des Verbandes pro agro in die Brandenburghalle gefolgt. Die Aussteller hatten dadurch Gelegenheit, sich und ihre Produkte persönlich zu präsentieren sowie auf kurzem Weg Kontakte zu knüpfen und zu vertiefen. Die Resonanz war auf beiden Seiten äußerst positiv (siehe „Statements“ Seite 6).

Stammtisch der Brandenburger Ernährungswirtschaft

Traditionell fand im Rahmen der Grünen Woche der erste pro agro-Unternehmerstammtisch des Jahres statt. Bei diesem Treffen ging es um Themen wie branchenrelevante Ziele der neuen Landesregierung, Bewertung der IGW aus Ausstellersicht und Veranstaltungshighlights 2020. Teilgenommen haben neben 35 Unternehmen der Ernährungswirtschaft und der Direktvermarktung auch die neue

Staatssekretärin Silvia Bender sowie Abteilungsleiter Eduard Krassa vom Brandenburger Landwirtschaftsministerium (Einzelheiten siehe Seite 7). Deren Teilnahme unterstreicht die politische Wertschätzung der Politik für die Ernährungsbranche und ihrer Fragestellungen.

Jahresthema 2020

Im Rahmen des pro agro-Bühnenprogramms am ersten Messetag stellte Kai Rückewold mit Unterstützung des „Märkischen Wanders“ das diesjährige Jahresthema des Verbands vor. Mit den jährlich wechselnden Themen möchte pro agro Unternehmen, Traditionen und die lebendige Kultur des ländlichen Raums in Brandenburg stärken und damit einen immer wieder veränderten Blickwinkel auf die kreativen Produktideen des Landes aus regionaler Kulinarik und ländlichem Tourismus bieten. „*Nahrhaft & schön – das Paradies vor der Haustür!*“ lautet in diesem Jahr die Überschrift aller Aktivitäten und Veranstaltungen des Verbands. Im Mittelpunkt steht hier die Brandenburger Genussvielfalt – Nahrung, Natur und Kultur direkt vor der Haustür. Als Genussbotschafter konnten der Touristik-Unternehmer Stephen Ruebsam (Schloss Altlandsberg), der Landwirt Thomas Syring (Syringhof) sowie der Direktvermarkter Jo Thießen (homemade) gewonnen werden.

26. Brandenburger Landpartie

Im Rahmen des pro agro-Bühnenprogramms am Brandenburgtag (20. Januar) wurde bekanntgegeben, dass die zentrale Eröffnungsveranstaltung 2020 von der Hemme Milch GmbH & Co. KG ausgerichtet wird. Die komplette Broschüre mit allen wichtigen Informationen, teilnehmenden Betrieben und deren Angeboten erscheint Ende April.

pro agro-Kochstudio

Der gut besuchte Anlaufpunkt zeigte an allen zehn Messetagen, wie vielfältig das Land Brandenburg auch in der Kulinarik ist. Köche aus 36 Brandenburger Restaurants und Landgasthöfen sowie Ernährungshandwerker, Netzwerker und Aussteller demonstrierten ihre Fertigkeiten und stellten schmackhafte Gerichte mit heimischen Produkten her. Beinahe alle Regionen konnten sowohl kulturell auf der Bühne als auch kulinarisch im Kochstudio präsentiert werden. Insgesamt wurden mehr als 7.500 Kostproben verteilt.

IFS Focus Day

Die diesjährige Gemeinschaftsveranstaltung von IFS Management GmbH, Messe Berlin und pro agro stand ganz im Zeichen der Lebensmittelsicherheit und -qualität. Thematisch und praxisnah ging es darum, wie insbesondere das IFS Global Markets-Programm den kleinen und mittelgroßen Unternehmen dabei helfen kann, effiziente Qualitätsmanagementprozesse aufzubauen. In einem der nächsten Newsletter werden wir über die wesentlichen Inhalte berichten.

Weitere Informationen über den Auftritt der brandenburgischen Lebensmittelbranche auf der IGW 2020 finden Sie unter dem Stichwort „Aktuelles“ bei: www.proagro.de



WIE DIE BRANCHE DIE RUNDGÄNGE SIEHT

Auf Tuchfühlung mit den Geschäftspartnern

Statements zu den Handels-Rundgängen:

Stimmen zu den Handels-Rundgängen:

Marcus Reh (EDEKA Minden-Hannover). „Abseits vom Alltagsgeschäft gibt es auf der IGW vielfältige Möglichkeiten, sich mit einem neuen Produkt auseinanderzusetzen. Hier bietet sich die Gelegenheit zum direkten Kontakt, um die vielen guten Brandenburger Produzenten kennenzulernen, Termine zu vereinbaren oder Geschäfte abzuschließen.“

Carsten Lindner (Kaufland Dallgow). „Das Interesse an den Handelsrundgängen des Verbandes pro agro ist riesig. In diesem Jahr nutzten wir diese Möglichkeit vor allem für unsere Azubis (siehe Foto). Sie lernten die Unternehmen und Unternehmer sowie die Leidenschaft kennen, die hinter jedem Produkt steckt. Das stärkt die gegenseitige Bindung.“

Jan Schleicher (REWE Ost). „Der gemeinsame Rundgang mit den Kaufleuten ist eine sehr gute Gelegenheit, eine andere Perspektive auf die Produkte zu bekommen. Dieser Rundgang ist für uns ein absoluter Mehrwert. Wir werden anschließend verschiedene Unternehmen nochmal besuchen und neue Listungen sondieren.“

Inge Marschall (REWE-Marktmanagerin). „Brandenburg hat eine überraschende Vielfalt an Unternehmen und Produkten. Die Präsentation ist toll. Durch den direkten Kontakt mit den Geschichten zu den Erzeugnissen können wir viel besser verkaufen.“

Thomas Quasdorf (Luisenhof Milchmanufaktur). „Die Handelsrundgänge sind perfekt, um unsere Marke bekannter zu machen. Man gewinnt Kontakte und kann sein Netzwerk ausbauen. Wir haben sehr gute Gespräche geführt.“

Carolin Trautmann (Klosterfelder Senfmühle). „Sehr hilfreich während der Unternehmenspräsentation ist der Austausch der Kaufleute untereinander. So werden positive Erfahrungen mit unseren Produkten direkt weitergegeben.“

Tino Ryll (Fläminger Genussland). „Für uns als kleines Unternehmen ist die Teilnahme an der Grünen Woche finanziell schwer zu stemmen. Mit Unterstützung von pro agro können wir unsere hochwertigen Produkte gut präsentieren.“

Uwe Engelmann (Landkost-Ei). „Vielen Vertretern großer Handelsketten ist die Regionalität einzelner Produkte nicht sofort ersichtlich. Im direkten Gespräch kann man intensiv informieren und Liefermöglichkeiten klären.“

Martin Wietz (Mosterei Wietz). „Durch die Handelsrundgänge kommt man direkt mit den Filialen in Kontakt. Alle Teilnehmer sind an Regionalität interessiert, haben also ein offenes Ohr für uns.“

Stimmen zum Gastronomie-Rundgang:

Angela Führer (Kongresshotel Potsdam). „In der Brandenburghalle sieht man immer wieder neue und interessante Produkte, und wir sind gern hier, um zu schauen, was es am regionalen Markt Neues gibt. Wir haben ein à la carte-Restaurant und möchten unseren Gästen eine frische, regionale Küche anbieten.“

Jo Thießen (homemade). „Wir streben eine intensivere Zusammenarbeit mit der Gastronomie an. Für uns ist es die perfekte Symbiose: Wir können auf besondere, individuelle Wünsche eingehen, und die Gastronomie weiß genau, woher die eingesetzten Produkte kommen und welche Geschichten dahinterstehen.“

Mike Daschewski (Mozzarella Paoella). „Ausschlaggebend für unsere Teilnahme als Aussteller war das Thema Gastro. Unser Credo ist der direkte Kontakt. So können wir individuell und auf kurzem Wege reagieren.“

Ronald Koch (Bauernhof Koch). „Wir hoffen darauf, Kontakte zu Gastronomen zu bekommen, die hochwertige Produkte schätzen. Das sieht aktuell gut aus: Mit zwei Häusern werden wir uns nach der IGW zusammensetzen.“

PRO AGRO-UNTERNEHMERSTAMMTISCH

Ein erstes Treffen nach der Regierungsbildung

Wie in den Vorjahren trafen sich die Mitglieder und Partner von pro agro im Rahmen der Internationalen Grünen Woche (IGW) 2020 zum Unternehmerstammtisch der regionalen Ernährungswirtschaft. Der Zuspruch war diesmal so groß, dass es eng wurde im Besprechungsraum der Brandenburghalle: Allein 35 Unternehmen der Ernährungswirtschaft und der Direktvermarktung waren vor Ort. Als Gäste zusätzlich begrüßen konnte die pro agro-Vorsitzende Hanka Mittelstädt die neue Staatssekretärin Silvia Bender sowie Abteilungsleiter Eduard Krassa, beide vom Brandenburger Landwirtschaftsministerium.

Silvia Bender nutzte die Gelegenheit, eine Auswahl der (neuen) **Akzente der Regierungspolitik** zu nennen. Grundsätzlich gehe es beispielsweise darum, „die regionale Wertschöpfungskette zu optimieren“. Das heißt konkret: Laut Koalitionsvertrag sollen regionale Erzeugung und Weiterverarbeitung landwirtschaftlicher Produkte ausgebaut und ein Förderprogramm zum Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten entwickelt werden. Hierzu will die Regierung ein zweistufiges EU-notifiziertes **Qualitätsprogramm für regionale Produkte** erarbeiten.

In diesem Zusammenhang und mit Blick auf das in der Öffentlichkeit immer wieder diskutierte Spannungsverhältnis zwischen ökologischer und konventioneller Anbauweise brach der Landwirt und Direktvermarkter Thomas Syring (Syringhof bei Beelitz) eine Lanze für das **gedeihliche Nebeneinander** beider Betriebsarten. Er praktiziere dies seit Jahren erfolgreich auf seinem Hof: Auf knapp 200 ha Fläche gehen hier beide Prinzipien der landwirtschaftlichen Erzeugung konfliktfrei Hand in Hand.

Generell herrschte bei den Teilnehmern Einvernehmen darüber, dass die Verbraucher stark an qualitativ hochwertigen Produkten aus der Region interessiert sind. Dem damit verbundenen Mehrwert für Erzeuger und Verarbeiter steht allerdings ein Mehraufwand gegenüber: Die Kunden erwarten absolute **Transparenz in der Wertschöpfungskette** bzw. entsprechende Informationen darüber. Das sei insbesondere für kleine Betriebe keine leichte Aufgabe, sagte Jo Thießen (homemade). Dass Hersteller für regional erzeugte, marktgängige Produkte auskömmliche Preise erzielen müssen, darüber waren sich alle Teilnehmer einig.

pro agro-Geschäftsführer Kai Rückewold wies auf die Notwendigkeit hin, „den **Schulterschluss** zwischen kleinen und großen Betrieben hinzukriegen“. Das habe sich der Verband auf die Fahnen geschrieben mit dem Ziel, umfassende Kontakte zwischen Lieferanten regionaler Lebensmittel (Direktvermarkter, Weiterverarbeiter) und Händlern herzustellen. Ein Instrument dazu ist der Unternehmerstammtisch, der auch diesmal ein Ort lebhafter Diskussionen war. Es hat sich

erneut gezeigt, wie wichtig der gemeinsame Austausch sowie die Bildung von Netzwerken sind, um gemeinsam neue Produkte zu entwickeln.

Neben den bereits auf den Seiten 4/5 dieses Newsletters genannten Veranstaltungshinweisen für das Jahr 2020 stellte Kristin Mäurer, pro agro-Bereichsleiterin Ernährungswirtschaft, einige weitere **Programmhilights** vor, darunter insbesondere

Norddeutscher Ernährungsgipfel. Die von pro agro mitgetragene Veranstaltung (26.03.2020) dient nicht nur der Wissensvermittlung, sondern ist auch eine hervorragende Plattform für den Erfahrungsaustausch mit Branchenplayern anderer Regionen.

Tag der Deutschen Einheit. Ausrichter des 30-jährigen Jubiläums ist das Land Brandenburg, das rund um den 3. Oktober in Potsdam durch mannigfache Aktivitäten erlebbar und sichtbar gemacht werden soll (Motto: „Wir genießen miteinander“). Die Staatskanzlei stellt das Thema „Regionalität“ in den Vordergrund – insbesondere im Bereich der angebotenen Kulinarik.

Tag der Direktvermarktung. Das erfolgreiche Tagungsformat wird auch in diesem Herbst (29.10.2020) in der Heimvolksschule am Seddiner See angeboten. Ziel ist, den Teilnehmern eine nachhaltige Perspektive für die Marktbearbeitung zu geben.

Branchen-Workshops. Übers Jahr verteilt haben Branchenteilnehmer darüber hinaus Gelegenheit, sich im Rahmen themenspezifischer pro agro-Workshops beispielsweise zu Fragen der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit oder Verpackung kundig zu machen.

Zu guter Letzt kündigte Staatssekretärin Bender an, dass alle brandenburgischen IGW-Aussteller demnächst vom Landwirtschaftsministerium zu einem **Meinungs- und Erfahrungsaustausch** über die IGW im allgemeinen und über das neue Hallenkonzept im besonderen eingeladen werden.

21.-22.03.2020

Frühlingsfest auf der Domäne Dahlem

Das ehemalige Rittergut und heutige Freilandmuseum für Agrar- und Ernährungskultur präsentiert im Herrenhaus, in restaurierten Ställen und auf dem Gutshof Brandenburger Erzeuger mit regionalen Produkten und landtouristischen Angeboten. An beiden Veranstaltungstagen werden 5.000 Besucher aus Berlin und Brandenburg erwartet. Zum Angebot zählen außerdem: unterhaltsames Familienprogramm mit Musik, Zugrindervorführung auf dem Domänenacker inklusive Anbinden, Putzen, Anschirren von Arbeitskühen, Vorführen von landwirtschaftlichen Arbeiten sowie Hofführungen. Weitere Informationen: [Sandra Hentschel, hentschel@proagro.de](mailto:hentschel@proagro.de)

26.03.2020

4. Norddeutscher Ernährungsgipfel in Warnemünde

Für Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft veranstaltet die Marketinggesellschaft Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern mit Unterstützung von pro agro und weiterer Marketinggesellschaften den 4. Norddeutschen Ernährungsgipfel. Rund 300 Teilnehmer aus Wirtschaft, Handel, Politik, Verwaltung, Kammern, Verbänden und Medien treffen sich, um sich zum Thema „Zeitenwandel – Veränderungen in der Gesellschaft und Auswirkungen auf die Branche“ auszutauschen. Die Halbtagskonferenz mit begleitender Ausstellung und Abendveranstaltung findet im Hotel Neptun statt. Weitere Informationen: [4. Norddeutscher Ernährungsgipfel](#)

16.-19.04.2020

Slow Food Messe in Stuttgart

Der „Markt des guten Geschmacks“ ist die Leitmesse von Slow Food Deutschland. Auf einem 25.000 qm großen Marktplatz präsentieren rund 450 Genusshandwerker aus ganz Europa Verbrauchern und Fachbesuchern eine große Vielfalt traditionell hergestellter Spezialitäten. Die Produkte müssen den strengen Qualitätskriterien von Slow Food genügen. Überdies vermittelt die Messe einen Eindruck von unverfälschtem Geschmack, von Individualität und Lebendigkeit handwerklicher Produkte. pro agro organisiert erneut eine Gemeinschaftspräsentation Brandenburger Genusshandwerker. Weitere Informationen: [René Lehmann, lehmann@proagro.de](mailto:lehmann@proagro.de)

25.-26.04.2020

Eröffnung der Brandenburger Ausflugs- und Frischesaison

Die Eröffnungsveranstaltung findet in Altlandsberg statt. Regionale Produkte und Angebote aus den Bereichen Ernährungswirtschaft und Direktvermarktung, dem ländlichem Handwerk und Tourismus laden zum Entdecken der Seenlandschaft Oder-Spree und des gesamten Landes Brandenburg ein. Die druckfrische Broschüre „Brandenburger Ausflugsplaner – Entdeckungsreisen durch die ländlichen Regionen Brandenburgs“ für das Frühjahr und den Sommer 2020 werden auf der Bühne dem Publikum vorgestellt und sind neben weiteren Publikationen für die Gäste am Stand von pro agro erhältlich. Weitere Informationen: [Manuela Lenz, lenz@proagro.de](mailto:lenz@proagro.de)

07.-10.05.2020

30. Brandenburgische Landwirtschaftsausstellung

Brandenburg riechen, schmecken und entdecken können die Besucher der 30. BraLa auf dem Gelände des Märkischen Ausstellungs- und Freizeitzentrums (MAFZ) in Paaren Glien. Im Rahmen des pro agro-Regionalmarkts präsentieren sich auf über 3.000 m² Fläche wieder regionale Unternehmen. Besucher haben reichlich Gelegenheit, sich über kulinarische Spezialitäten aus dem Land Brandenburg zu informieren, zu probieren und zu kaufen. Außerdem werden landtouristische Angebote für Kinder, Jugendliche und Erwachsene vorgestellt. Für Unterhaltung sorgt ein Bühnenprogramm. Weitere Informationen: [Sandra Hentschel, hentschel@proagro.de](mailto:hentschel@proagro.de)

Impressum



HERAUSGEBER

pro agro – Verband zur Förderung des ländlichen Raumes in der Region Brandenburg-Berlin e.V.

Gartenstraße 1-3
14621 Paaren-Glien

Kristin Mäurer, Tel.: 033230/207733
maeurer@proagro.de

REDAKTION

Matthias Kersten
Dipl.-Volkswirt/Journalist

Baseler Strae 136
12205 Berlin

Tel.: 030/76 90 45 45
Mobil: 0177/960 84 42
m.kersten@mediafritzen.de

GEFÖRDERT DURCH



LAND
BRANDENBURG

Ministerium für Landwirtschaft,
Umwelt und Klimaschutz