www.proagro.de

Branche *Aktuell*

natürlich BRANDENBURG pro agro e.V.

November 2015

Die Ernährungswirtschaft in der Region Brandenburg/Berlin

Regionale und Bio-Produkte weiter im Trend

Der deutsche Einzelhandel wird im laufenden Jahr insgesamt 471 Mrd. Euro umsetzen. Allein das Weihnachtsgeschäft taxiert der Handelsverband Deutschland (HDE) auf fast 87 Mrd. Euro. Wachstumstreiber bleibt der Online-Handel. Für den LEH weist der HDE in den ersten neun Monaten 2015 Umsatzsteigerungen von 2,5 Prozent aus; für 2016 erwartet man eine „solide Entwicklung". Regionale und Bio-Produkte werden weiter nachgefragt, wenngleich sie gegenüber dem Massenkonsum weniger ins Gewicht fallen, heißt es.

Zahl des Monats

77 %

der Verbraucher kaufen Innovationen nur dann, wenn sie den verbesserten Nutzen verstanden haben. *Quelle: DLMW*

Shopper-Studie: „Anlassbezogenes Einkaufen" gut für die Umsätze

Brach liegende Umsatzpotenziale in der Lebensmittelwirtschaft lassen sich nicht nur durch Ausschöpfung neuer Vertriebskanäle (E-Commerce) aktivieren. Auch mit klassischen Instrumenten kann man die Erlöse steigern. So brachte Alexander Lauer (Ferrero Deutschland) beim SG-Süßwarenkongress in Berlin das „anlassbezogene Einkaufen" ins Spiel, das nicht erschöpfend thematisiert und genutzt wird: saisonale Feste sowie Jahreszeit bezogene oder ganzjährige Anlässe. Fast die Hälfte aller Einkäufe gehen darauf zurück. Ferrero hat deshalb eine entsprechende Shopper-Studie initiiert, die von Juni 2015 bis Mai 2016 läuft.

Edeka betreibt komplettes Einkaufszentrum

Die Edeka hat kürzlich ihr siebtes E-Center in Berlin eröffnet. Es befindet sich im sog. Hansa-Center – einem Einkaufszentrum im Bezirk Lichtenberg, das die zuständige Regionalgesellschaft (Minden-Hannover) wenige Jahre zuvor gekauft und anschließend mit 19,5 Mio. Euro modernisiert hatte. Das E-Center selbst bietet auf rund 3.300 m^2 Verkaufsfläche mehr als 50.000 Artikel an – darunter auch Nonfood. Der Lebensmittelhändler forciert die Listung von regionalen Produkten. Derzeit arbeitet man mit ca. 100 regionalen Lieferanten zusammen, die mit 2.500 Artikeln in den Regalen vertreten sind.

Innovative Verpackungslösungen

Verpackungen dienen nicht nur dem Produktschutz und der Produktsicherheit. Wegen der hohen Kontakthäufigkeit mit dem Kunden sind sie auch für das Marketing essentiell – z.B. bei der Marken- und Zielgruppendifferenzierung, wie Winfried Batzke, Geschäftsführer des Deutschen Verpackungsinstituts (dvi) jüngst beim pro agro-Stammtisch zum Thema „Innovative Verpackungslösungen für die Ernährungswirtschaft" betonte. In den vergangenen Jahren sei die Menge der Verpackungen pro Produkt nicht gestiegen, wenngleich sie wegen der zunehmenden Produktvielfalt insgesamt zugelegt habe. Relevanz erhalten Verpackungen u.a. durch die Themen Gesundheit, Unterwegs-Märkte oder E-Commerce (siehe auch S. 4).

Inhalt

AKTUELL Neues für die und aus der Region.....1

PORTRÄT Auerochsenreservat Spreeaue.....2

PRODUKTE Spezialitäten aus der Region.....3

PARTNER Deutsches Verpackungsinstitut.....4

INSIDE Leitsätze der pro agro-Arbeit.....5

VERMARKTUNG Marheineke Markthalle.....6

TERMINE Wichtige Daten.....7

RESPONSE Messen 2016.....8

Zurück zur Natur in den Spreeauen

Die Fleischprodukte des Bio-Hofs nahe Cottbus finden aus vielerlei Gründen ihre Abnehmer: Die Kunden schätzen die naturverträgliche Arbeit und die damit einhergehenden Qualitätsmerkmale wie intensiver Geschmack und bessere Konsistenz.

Die Aueroxenreservat Spree Aue GmbH ist ein großer Öko-Betrieb am nördlichen Stadtrand von Cottbus. Seit 2000 arbeitet das Unternehmen im Bereich der Herstellung von tierischen und pflanzlichen Produkten strikt nach den Grundsätzen des ökologischen Landbaus. Es ist Mitglied im Naturland e.V. Auf einer landwirtschaftlichen Nutzfläche von ca. 2.400 ha werden Marktfrüchte wie Sonnenblumen, Winterroggen, Hafer und Winterweizen angebaut. Jährlich werden ca. 250 Mastochsen und Mastfärsen der Rasse Uckermärker verkauft. Neben dem kompletten Verzicht auf den Anbau von Monokulturen und den Einsatz chemischer Mittel wie Herbizide, Kunstdünger oder Antibiotika wird auch der Einsatz gentechnisch veränderten Saatguts und Futtermittel strikt abgelehnt.

Weit über die Grenzen der Lausitz hinaus bekannt sind die Aueroxen und Wasserbüffel, die in der renaturierten Spreeaue grasen. Des Weiteren züchtet man auf dem Hof vom Aussterben bedrohte Haustierrassen wie Merinofleischschaf, Deutsches Sattelschwein, Thüringer Waldziege, Vorwerk- Huhn oder Pommern-Ente. Alle Tiere wachsen wie auf einem traditionellen Bauernhof auf, natürlich und ohne intensive Mast.

Die Aueroxenreservat Spreeaue GmbH setzt bei Zucht und Produktion für die Direktvermarktung ausschließlich auf traditionelle, vom Aussterben bedrohte Haustierrassen. Im Gegensatz zu den mit modernen Methoden (künstliche Besamung, Embryotransfer, einseitige Selektion auf Gewichtszunahme und hohe Schlachtausbeute) gezüchteten Hochleistungsrassen für die Massenproduktion haben die früher meist nur regional verbreiteten alten Rassen wertvollen Eigenschaften. Dazu gehören ein eine gute Anpassungsfähigkeit an die natürlichen Lebensbedingungen vielfältigeres Leistungsvermögen, höhere Vitalität, natürliche Widerstandsfähigkeit gegen Krankheiten, hohe Fruchtbarkeit und Langlebigkeit. Die Haltung der vom Aussterben bedrohten Haustierassen ist zugleich ein Stück landwirtschaftliche Traditionspflege.

Unter Beachtung der strengen ökologischen Haltungsbedingungen bekommen Schafe, Ziegen, Schweine oder Geflügel auf dem Bio-Hof in der Nähe von Cottbus eine natürliche Aufzucht. Die Jungtiere bleiben länger bei den Eltern und leben ohne intensive Mast. All dies sorgt für hohe Qualitätsmerkmale, einen intensiveren Geschmack und bessere Konsistenz bei den von uns angebotenen tierischen Produkten, bedingt durch einen natürlichen Wachstums- und Reifeprozess der Tiere. Das Anliegen ist, Produkte in Premiumqualität zu verkaufen.

Die Produktpalette ist entsprechend des vielfältigen Tierbestands breit aufgestellt und reicht von Frischfleisch und Eiern bis zu verarbeiteten Spezialitäten wie Wurst oder Schinken. Auch auf fertige Angebote im Glas kann der Verbraucher zugreifen: zum Beispiel Gulasch oder Soljanka (die säuerlich-scharfe Suppe der osteuropäischen Küche) – alles in Bio-Qualität. Vermarktet werden die Produkte entweder direkt auf dem Hof oder über den Kooperations-Partner „Spreewälder Hofladen“ in Raddusch, und zwar sowohl stationär als auch online. Richtschnur der Direktvermarktung der Aueroxen und der Tiere der vom Aussterben bedrohten Haustierrasse ist, dass das auf dem Hof vermarktet wird, was auf dem Hof heranwächst. Die Entwicklung des Tierbestandes richtet sich nach dem Absatz.

Kontakt:
Aueroxenreservat
Spreeaue GmbH
Dissener Straße 29
03055 Cottbus-Sielow
Tel. 0355 / 87 07 42
kontakt@agrar-cottbus.de

Produkte

Für die Gänsepfanne verwendet der Hersteller Dithmarscher Geflügel ausschließlich Tiere aus „Bäuerlicher Freilandhaltung“. Ihnen steht unbegrenzter Auslauf zur Verfügung. Die Haltung wird vom Bundesverband Tierschutz kontrolliert. In der stabilen Aluschale befindet sich eine halbe Gans (1.600 g), die in eine Brusthälfte mit Flügel und einer Keule zerlegt ist. Das tief gefrorene Produkt ist bereits mit natürlichen Zutaten ofenfertig gewürzt. Das Gericht ist für zwei bis drei Personen gedacht.

Dithmarscher Geflügel, Am Fuchsbau 24
14554 Seddiner See, Tel. 033205/26780
kontakt@dithmarscher-gefluegel.de

Fußball und Grillen gehören zusammen. Damit bei der Europameisterschaft 2016 in Frankreich beste Grilllaune aufkommt, können Geflügelfans auf marinierte Produkte von Friki zugreifen: Hähnchen-Minutenschnitzel und Hähnchen-Unterschenkel gehen eine Verbindung mit den Raffinessen der französischen Küche ein. Zur Auswahl stehen die vier Marinaden „Provenzalische Art“ mit Kräutern, „Café de Paris“ mit Estragon-Butter, nach „Elsässer Art“ oder mit feinem Trüffelaroma.

Frikifrisch GmbH, Fürstenwalder Straße 55
15859 Storkow, Tel. 033678/404000
info@friki.de

Seit Sommer 2015 ist Landkost-Ei im Besitz einer Lizenz von Hertha BSC. Auf der Basis dieser Marketing-Idee hat man zwei exklusive Artikel entwickelt und auf den Markt gebracht: „Hertha Unterwegs“ – zwei hart gekochte und gefärbte Eier (weiß und blau) to go in der Klarsichtverpackung; „Hertha 9er“ – neun weißschalige Eier in der Lizenzverpackung. Die Eier stammen aus Bodenhaltung bzw. aus Erzeugung ohne Gentechnik.

Landkost-Ei GmbH, Motzener Straße 111
15741 Bestensee, Tel. 033763/79146
info@landkost-ei.de

Die naturtrüben und zum Teil glutenfreien Jütro Premium-Fonds dienen als Basis für Fleisch-, Geflügel-, Gemüse- und Fischgerichte. Sie sind tafelfertig und dienen zum Auffüllen, Angießen und Zubereiten von Suppen, Saucen oder Beilagen. So lassen sich mit geringem Zeitaufwand geschmackvolle Gerichte fertigstellen. Der Enten-Fond bewährt sich gerade in der Weihnachtszeit, da er der gebackenen Ente die notwendige aromatische Grundlage für die weitere Zubereitung gibt.

Jütro GmbH & Co. KG, Gewerbering 1
14913 Jüterbog, Tel. 03372/4212-0
info@juetro.de

Das „Imperial Porter“ ist ein kräftiges „Stout“ (obergärig, tiefschwarz, ausgeprägt cremefarbene Schaumkrone), dessen Alkoholgehalt 8,1 Prozent beträgt. Mit seinem Schwarzbier besinnt sich die Klosterbrauerei Neuzelle auf die englischen Ursprünge des „Porters“ – ein ebenfalls tiefschwarzes Bier, das es schon im London des 18. Jahrhunderts gegeben haben soll. Der Hochprozenter verfügt über einen würzigen Geschmack, der von intensiven Röst- und Malzaromen geprägt wird.

Klosterbrauerei Neuzelle GmbH, Brauhausplatz 1
15898 Neuzelle, Tel. 033652/810-0
fritsche@klosterbauerei.com

Regional: Gut für den Handel

„Händler, die auf den Verbraucherwunsch nach mehr regionalen Produkten reagieren, liegen völlig richtig“, sagt Prof. Dr. Ulrich Hamm (Universität Kassel). Eine Studie gibt Auskunft, wo die Kunden heimische Produkte kaufen:

Supermarkt	89,7 %
Fachmarkt	72,4 %
Wochenmarkt	58,4 %
Discounter	33,0 %
Erzeuger	31,6 %
Bioladen	10,6 %

Quelle: Handelsblatt/Universität Kassel

dvi. vernetzt. impulse.

Verpackung ist mehr als nur Produktschutz

Das Deutsche Verpackungsinstitut (dvi) mit Sitz in Berlin gibt es jetzt seit 25 Jahren. Es versteht sich als Netzwerk der Verpackungsindustrie, unterstützt den Know-how-Transfer und fördert den Dialog zwischen Unternehmen, Institutionen, Partnern und der Öffentlichkeit. Seine Mitgliedsunternehmen kommen aus allen Stufen der Wertschöpfungskette.

Als Plattform für Innovationen, Informationen, Einblicke und Wissenstransfer nimmt das Netzwerk aus seinem Umfeld Impulse auf und gibt auch selbst immer wieder wichtige Impulse. Zu den zahlreichen Initiativen des *dvi* gehören die Verpackungsakademie, der Deutsche Verpackungspreis, der Verpackungskongress, die Dresdner Verpackungstagung, PackVision und eine Reihe von Expertenforen (Arbeits- und Beraterkreise). Mitglieder des *dvi* sind Unternehmen und Institutionen aus allen Stufen der Wertschöpfungskette der Verpackung.

Auch für die Lebensmittelwirtschaft bietet das Netzwerk Möglichkeiten zum Austausch und Wissenserwerb, zum Beispiel im Rahmen der jährlich stattfindenden Dresdner Verpackungstagung oder des Deutschen Verpackungskongresses. Hier werden Themen von der Lebensmittelsicherheit über die Kennzeichnungsverordnung, Recycling, Nachhaltigkeit und Zertifizierungsmöglichkeiten bis hin zur Kommunikation mittels Verpackungen behandelt. Auch beim wohl renommiertesten Wettbewerb der Branche, dem Deutschen Verpackungspreis, nehmen innovative Lösungen aus dem Bereich Nahrungsmittel traditionell eine bedeutende Rolle ein.

Für die Mikrowelle geeigneter Standbodenbeutel

Andererseits stellt das Institut sein spezifisches Know-how den Mitgliedern von pro agro direkt zur Verfügung. Erst vor knapp einer Woche hat *dvi*-Geschäftsführer Winfried Batzke im Rahmen eines pro agro-Stammtischs über innovative Verpackungslösungen für die Ernährungswirtschaft und die neuesten Trends berichtet. Da ging es unter anderem um so wichtige Themenfelder wie Umwelt und Verpackung, Convenience (ready to use, leichtes Öffnen, Wiederverschließbarkeit, Portionierbarkeit) oder Produktschutz. Unabhängig davon versteht sich das Institut auch als Berater der Branche, um sie mit der wachsenden Rolle der Verpackung vertraut zu machen: Sie dient nicht nur dem Schutz des Produkts bei weiten Transportwegen, sondern leistet auch ihren Beitrag zur Verlängerung der Haltbarkeitsdauer; sie unterstützt ferner die Markenführung sowie das Marketing und gewährleistet Produkt- und Fälschungssicherheit. Batzke: „Gerade für die Lebensmittelindustrie müssen Verpackungen die unterschiedlichsten Anforderungen erfüllen, um im Markt und beim Kunden bestehen zu können."

Produktgerechter Flaschenversandkarton

Über die Verpackungsakademie bietet das *dvi* neben Inhouse-Schulungen zahlreiche Seminare und Workshops zur Aus- und Weiterbildung an. Zu den Themen gehören unter anderem das aktuelle Recht für Lebensmittelkontakt und Migration, die Grundlagen der Sterilisation und deren Einfluss auf die Verpackung oder Entwicklungen und Möglichkeiten im Bereich aktiver und intelligenter Verpackungen.

Mit seinem monatlichen Newsletter versorgt das Institut interessierte Leser entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Verpackung mit relevanten Informationen. Die *dvi*-Publikation liefert darüber hinaus eine tägliche Presseschau der Fachmagazine und verfolgt dabei auch die entsprechenden Medien der Lebensmittelwirtschaft.

Kontakt:
Deutsches Verpackungsinstitut e.V.
Kunzendorfstraße 19
14165 Berlin
Tel. 030/308049858-0
info@verpackung.de

Feste Grundsätze und ein neues Logo für die konkrete Arbeit

pro agro steht für regionale Produkte aus Brandenburg, für deren Vermarktung und Wertschätzung sowie für die Förderung des ländlichen Raumes durch Tourismus und Ernährungswirtschaft. Messen, Ausstellungen, Veranstaltungen und andere Projekte dienen dazu, die Region zu präsentieren und nachhaltig zu entwickeln. Geschäftsführer Kai Rückewold: „Das neue Logo ist ein weiterer Akzent, um den Weg des Verbandes als Botschafter Brandenburgs weiter zu beschreiten. Wir wollen damit unsere Heimatregion optisch in den Mittelpunkt rücken." pro agro arbeitet nach folgendem Leitbild:

Präambel

Im Zentrum der Arbeit von pro agro stehen die Menschen und ihre Erzeugnisse, sowie die Erhaltung der Landschaft, Natur und Kultur in der ländlichen Region Brandenburg-Berlin.

Diese nach außen zu repräsentieren, zu vermarkten und für die Nachwelt zu schützen ist oberstes Ziel.

natürlich BRANDENBURG pro agro e.V.

Das neue pro agro-Logo

pro agro verbindet die Vielfalt von Agrar- und Ernährungswirtschaft mit Land- und Naturtourismus und sieht sich als Partner aller Unternehmen und Verbände, die ihre Dienstleistungen und Produkte als typischen Bestandteil der ländlichen Region Brandenburg-Berlin sehen.

pro agro handelt nachhaltig im Sinne der Ökologie, Ökonomie und der Bewohner der ländlichen Region Brandenburg-Berlin.

Leitsätze

1. Wir stehen für regionale Produkte aus Brandenburg, deren Vermarktung und Wertschätzung

pro agro ist der Interessenverband in Brandenburg, der die Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft, der Direktvermarktung und des ländlichen Tourismus an einen Tisch bringt, um durch Vernetzung einen Mehrwert für alle zu schaffen. Ein starkes Bekenntnis zur Region Brandenburg ist dabei die Grundlage für alle Handlungen.

2. Wir setzen uns für eine nachhaltige Entwicklung ein

Zu den Grundwerten der Vermarktungsstrategie von pro agro gehört eine nachhaltige und qualitätsvolle Entwicklung des ländlichen Raumes in Zusammenarbeit mit den Verbandsmitgliedern und Partnern.

3. Wir unterstützen und fördern Unternehmen im ländlichen Raum

pro agro nimmt unterschiedliche Aufgaben zur Förderung der Unternehmen der Region Brandenburg wahr. Dazu zählen Vernetzung, Produktentwicklung, Vermarktung, Schulungen und Informationsveranstaltungen sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. pro agro begleitet Unternehmen der Region Brandenburg bei ihrer strategischen Entwicklung und repräsentiert ihre Interessen nach außen.

4. Wir sind ein erfolgreiches Netzwerk

Die Einzigartigkeit von pro agro besteht in seinem großen Netzwerk, das Menschen, Verbände und Unternehmen der ländlichen Region Brandenburg-Berlin verbindet. Der gemeinsame Nenner ist die Wertschätzung der Produkte und Angebote der Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie des Land- und Naturtourismus und die Verbundenheit mit der Kultur des Landes Brandenburg.

5. Qualität ist unser Anspruch

pro agro garantiert als Inhaber der Regionalmarken „natürlich Brandenburg" und „VON HIER" die Sicherung einer gleichbleibenden Qualität und Sorgfalt in der Herstellung. Das Qualitätszeichen „Qualitätserzeugnis – pro agro geprüft" schafft Vertrauen in die regionalen Produkte. Gleiches gilt für das Siegel „Gebietsheimische Gehölze".

Ein Erlebnismarkt und Besuchermagnet

Bis zu 13.000 Kundinnen und Kunden besuchen täglich die Marheineke Martkthalle in Berlin-Kreuzberg. Rund 50 Händler und Gastronomen sorgen nicht nur für's leibliche Wohl; etliche sonstige Dienstleistungen sind unter dem Dach der Markthalle im „Bergmann-Kiez" angesiedelt.

Die Marheineke Markthalle, das sind 2.500 m² exklusive Frische mit einem hochwertigen Angebot an Fleisch, Käse, Milch, Brot, Fisch, Säften, Obst, Gemüse und Blumen. Sämtliche Erzeugnisse sind von hoher Qualität und stammen zum Teil aus biologischer und regionaler Produktion. Hinzu kommen Spezialitäten – allerdings nicht nur aus heimischen Landen, sondern auch aus Italien, Griechenland, Spanien, Frankreich und dem arabischen Raum.

Vor wenigen Monaten ist die Delikatess-Vielfalt in der Markthalle um vegane Lebensmittel bereichert worden: Im Obergeschoss auf der Galerie hat der Fachmarkt „Veganz" eine seiner Berliner Filialen eröffnet. Auch beim gastronomischen Angebot kommt jeder Besucher auf seinen Geschmack: So gibt es Gelegenheit, sich während der Sommersaison im Bio-Eissalon mit feinen Kreationen zu erfrischen; überdies gibt es einen Weinhandel, internationale Imbisse, Cafés und das Restaurant Matzbach mit seiner Terrasse zum lebendigen Marheinekeplatz.

Abgerundet wird das Angebot der Markthalle mit Handwerk und Dienstleistungen wie Schlüsseldienst, Schuster, einem Buchladen und vieles mehr. Und der Radiosender multicult fm sendet direkt aus der Marheineke Markthalle; er macht sie somit zu einem kulturellen Erlebnis, das weit über den „Bergmannkiez" hinaus wahrgenommen wird.

Mit ihrem breiten und hochwertigen Angebot an Lebensmitteln, Delikatessen, Gastronomie und Dienstleistungen sorgen die rund 50 Händler und Gastronomen für einen Erlebniseinkauf; weitere regionale Erzeuger und Verarbeiter, die ihre Produkte unter dem Dach der Halle direkt verkaufen wollen, können das Centermanagement direkt kontaktieren (siehe Kasten).

Kontakt:
Marheineke Markthalle
Marheinekeplatz 15
10961 Berlin
Tel. 030/61 28 61 46
www.meine-markthalle.de

Termine

Internationale Grüne Woche 2016
15.-24.01.2016

Die 81. Internationale Grüne Woche (IGW) in Berlin, die weltgrößte Ausstellung für Landwirtschaft, Ernährung und Gartenbau, öffnet wieder ihre Tore. Im Zentrum des Interesses steht wieder die Brandenburghalle mit einer Vielzahl heimischer Unternehmen. Das pro agro-Kochstudio wird ebenso Anziehungspunkt sein wie die Verleihung des „pro agro Marketingpreises – Neues aus Deutschland“, den der Verband in den Kategorien Land- und Naturtourismus, Direktvermarktung und Ernährungswirtschaft vergibt. Siehe auch: ***www.proagro.de***

pro agro Stammtisch auf der IGW
21.01.2016

Wie in den Vorjahren auch, treffen sich Mitglieder und Partner von pro agro im Rahmen der Internationalen Grünen Woche (IGW) zum Stammtisch. Das Meeting beginnt um 15 Uhr und findet voraussichtlich wieder in der Brandenburghalle statt (die genauen Daten folgen per Einladung). Themen sind unter anderem eine Zwischenbilanz zur IGW sowie die Vorstellung der von pro agro geplanten Aktivitäten und Maßnahmen. Dabei geht es auch um die Erarbeitung von Themen für Workshops und Informationsveranstaltungen. Mehr dazu: ***www.proagro.de***

Online Handel Kongress in Düsseldorf
26.-27.01.2016

Bei der 12. Kongress-Auflage versammeln sich rund 300 E-Commerce-Experten im Düsseldorfer Van der Valk Airporthotel, um über die neuesten Trends des Online-Handels zu diskutieren und sich gegenseitig zu inspirieren. Zu erwarten sind wegweisende Vorträge von Branchenkennern aus dem In- und Ausland – seien es Repräsentanten von wissenschaftlichen Einrichtungen oder Unternehmen. Die Teilnehmer erfahren aus erster Hand, worauf sich Händler und Lieferanten jetzt und in Zukunft einstellen müssen. Weitere Infos: www.***managementforum.com***

PromoFood 2016 in Potsdam
28.-29.2016

Die IHK Potsdam veranstaltet zum 7. Mal das internationale Unternehmertreffen für die Ernährungswirtschaft. Die PromoFood versteht sich als Kooperationsbörse: Über bilaterale Gespräche will man nationale und grenzüberschreitende Geschäftskontakte initiieren; angesprochen werden insbesondere kleine und mittelständische Betriebe. Die Profile teilnehmender Unternehmen werden vor der Veranstaltung veröffentlicht, so dass eine optimale Vorbereitung mit Vereinbarung von Einzelgesprächen möglich ist. Anmeldung unter: ***www.promofood.de***

Fruit Logistica 2016 in Berlin
03.-05.2016

Über 2.700 Aussteller nutzen die Gelegenheit, das ganze Spektrum der Obst und Gemüse-Branche zu präsentieren. Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette des grünen Sortiments – vom Global Player bis zum kleinen oder mittelständischen Anbieter aus der Region Berlin-Brandenburg – sind vertreten. Die Besucher erwartet ein kompletter Überblick über sämtliche Innovationen, Produkte und Dienstleistungen in allen Handelsstufen; den Ausstellern werden Kontakte zu den wichtigsten Zielgruppen ermöglicht. Informationen: ***www.fruitlogistica.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. 033230/2077-33
maeurer@proagro.de

Redaktion:
Matthias Kersten
Dipl.-Volkswirt/Journalist
Baseler Straße 136
12205 Berlin
Tel. 030/76 90 45 45
Handy 0177/960 8442
m.kersten@mediafritzen.de

Der pro agro- Newsletter wird gefördert durch das Ministerium für Ländliche Entwicklung, Umwelt und Landwirtschaft des Landes Brandenburg.

LAND BRANDENBURG
Ministerium für Ländliche Entwicklung, Umwelt und Landwirtschaft

Unteressenbekundung

Wir haben **Interesse** an einer **Teilnahme** an **folgenden Messen im Jahr 2016**. Bitte senden Sie uns die entsprechenden Informationen und Anmeldeunterlagen zu (bitte ankreuzen).

O „Land & Genuss“, Frankfurt/Main – 26. bis 28. Februar 2016

O „Markt des Guten Geschmacks – Slow Food“, Stuttgart
31. März bis 3. April 2016

O „Land & Genuss“, Dortmund – 5. bis 9. Oktober 2016

O „Fisch & Feines“, Bremen – 4. bis 6. November 2016

Firma: .....

Ansprechpartner: .....

Telefon/Fax: .....

E-Mail: .....

_____ _____
Ort/Datum Unterschrift/Stempel

Rücksendung bis 30. November 2015 an pro agro:

o per Post: Gartenstraße 1-3, 14621 Schönwalde-Glien
o per Fax: 033230/2077-69
o per E-Mail: maeurer@proagro.de