



Erläuterten die neuen Vermarktungsschritte von „LandGenuss Bayerwald“: Andreas Brunner, Lena-Maria Fischer und Roland Altmann (von links). Fotos: Linsmeier

Chamer Zeitung vom 26.11.2022

# Warum Genuss vom Land so wichtig ist

## Netzwerk regionaler Erzeuger reagiert mit digitaler Vermarktung auf wachsende Nachfrage

**Landkreis.** (tl) Wer kann schon genau sagen, woher sein Gemüse, sein Obst, seine Milchprodukte, eben vieles, was man kauft, stammt? Wer auf das Siegel „LandGenuss Bayerwald“ schaut, kann es. Denn hier kommt das Lebensmittel aus der Region, von einem Hersteller, den man kennt. „Früher haben Bauern das Volk vor Ort versorgt“, betont Andreas Brunner, Vorsitzender dieses Erzeuger-Netzwerkes. Bis dahin zurück ist es noch ein weiter Weg; doch ein großer, wichtiger Schritt dazu ist nun erfolgt: mit dem „digitalen LandGenuss“.

Dessen Hauptziel ist es, den Menschen im Landkreis mehr regionale Lebensmittel anzubieten. Hierzu sollen analoge Vermarktungsstrukturen gestärkt und digitale aufgebaut werden. Man will Erzeuger, Dienstleister und Kunden besser vernetzen, erklärten am Freitag Andreas Brunner (Hotel „Brunnerhof“), Vorsitzender des Vereins „LandGenuss Bayerwald“, und dessen Stellvertreter Lena-Maria Fischer (Milchhof Irrgang in Vilzing) sowie Roland Altmann (Raiffeisen-RegioMarkt Eschlkam) in einem Pressegespräch. „Wir wollen dieses Thema mehr in die Breite tragen“, sagt Brunner. Auch, weil er spürt, dass die Bürger gerade jetzt hierfür sehr empfänglich sind.

### Die Verbraucher wünschen sich Sicherheit

Versorgungsengpässe, Missstände bei der Herstellung und nicht zuletzt der Klimawandel würden Verbraucher zunehmend sensibler machen, ihr Verlangen nach regional und transparent hergestellten Produkten wachsen lassen. Ein gutes

Beispiel sind Brunners Hotel-Gäste. „Viele fragen nach, wo die Zutaten herkommen und sind dafür sehr dankbar“, erzählt er, weshalb in seinen Speisekarten nun detailliert aufgeführt ist, woher die Lebensmittel stammen. Und auf Wunsch verrät er auch, wo die Gäste diese selbst bekommen. Das kann Lena-Maria Fischer nur bestätigen.

„Zu uns kommen immer wieder Urlauber, kaufen was und nehmen das mit heim“, sagt sie, wobei Brunner ergänzt: „Und sie machen zu Hause bei sich auf diese Weise Werbung für uns.“ Ein weiteres gutes Beispiel für Regionalität: Sarah Baumgartner und deren Galloway-Rinder. „Ihre Tiere werden erst von ihr geschossen, wenn das komplette Fleisch zuvor einen Abnehmer gefunden hat“, erklärt Brunner.

### „Gemeinsam regional denken und handeln“

„Gemeinsam regional denken und handeln“, ist das Credo. Und hierfür wolle man weitere Absatzwege schaffen, „um diese Region noch besser nach außen zu tragen“. Denn regional erzeugte Produkte seien mittlerweile ein Aushängeschild. Doch gutes Marketing ist das eine, die Vergrößerung des Angebots und die Verbesserung der Vertriebsketten das andere. Deshalb wird bei Landwirten geworben, hier mitzuwirken, denn industrielle Fertigprodukte werden bei „LandGenuss Bayerwald“ nicht geführt.

Mit dem nun erfolgten digitalen Ausbau wurde in einem ersten Schritt eine Online-Plattform geschaffen, um Erzeuger und Wiederverkäufer von regionalen Produkten besser zu vernetzen. Wie das in

der Praxis funktioniert? „Wir haben mehrere Landwirte gewinnen können, die nun Gemüse anbauen und das nach Anbauplan“, erklärt Brunner. So weiß jeder, welche Gemüsesorte wann erntereif ist. Ein Logistiker nimmt die Bestellung bis 16 Uhr an und liefert sie bis spätestens am nächsten Tag gegen die Mittagszeit aus.

### Online-Bestellungen auf lokaler Ebene

„Das haben wir in der vergangenen Saison in einer Probephase ausprobiert. Das wollen wir weiter ausbauen und da auch Endverbraucher ins Visier zu nehmen.“ Dies soll künftig auf so viele Produkte wie möglich ausgeweitet werden, ergänzt Altmann, „auch wenn zum Beispiel jemand einen Honig verkauft“.

Ziel sei es, die Logistikkette so zu optimieren, dass nicht jeder Erzeuger selbst seine Produkte zu den Hotels, Gasthöfen, in die Märkte oder auch zu Endkunden bringen muss. „Somit werden Fahrtstrecken reduziert, was auch zur Nachhaltigkeit beiträgt.“ Ziel sei, dass alle Hersteller bei „LandGenuss Bayerwald“ Mitglied werden. „Wir haben 112 Direktvermarkter im Landkreis Cham. Von denen sind noch nicht alle dabei“, bedauert Brunner.

Der nächste Schritt sei dann die Online-Vermarktung bei den Endkunden. Dazu trägt auch der sogenannte „LandGenuss-Taler“ aus Holz bei. Hierbei handelt es sich um eine Art Gutscheine, der für 10 oder 25 Euro Warenwert verschenkt und bei vielen „LandGenuss“-Erzeugern eingelöst werden kann. Aber können sich die Gäste und Konsu-

menten die regional erzeugten Produkte insbesondere mit Blick auf die Inflation leisten?

### Preislich konkurrenzfähig, beim Vertrauen unschlagbar

„Ja“, sagt Altmann, denn „wer jetzt schon eine vernünftige Ware kauft, für den kommt das auch nicht teuer“. Das lasse sich auch durch die Kundenresonanz bestätigen, wie Lena-Maria Fischer anfügt: „Die Leute müssen sparen, aber da sparen viele nicht. Das hat sich bereits in der Corona-Pandemie gezeigt: Die Leute suchen wieder Vertrauen, wollen Transparenz.“ Deshalb würden trotz Inflation viele Direktvermarkter keinen Rückgang feststellen.

Und dieses Vertrauen wolle man nicht nur durch Marketing fördern, sondern auch durch die strikte Umsetzung der selbst auferlegten Qualitätsrichtlinien. Das habe Vorbildcharakter. Es gibt zwar in Bayern bereits vergleichbare regionale Erzeugernetzwerke, „die machen es aber nicht so konsequent wie wir“, betont Brunner. Und da stehe auch die regionale Politik sehr dahinter, wie er auf unsere Nachfrage hin wissen lässt: „Wir haben die volle Breite der Unterstützung von unserem Landrat. Ohne die wäre der digitale LandGenuss nicht stemmbar gewesen.“ So kam man für dieses Projekt auch in den Genuss einer Leader-Förderung.

Andreas Brunner zusammenfassend: „Wir haben eine Leistungsstufe erreicht, mit der wir uns auf allen Ebenen präsentieren können. Damit können wir gut in die Zukunft schauen, vor allem in Sachen Nachhaltigkeit!“

## 72 Mitglieder, ein Ziel

### Das steckt hinter dem Netzwerk „LandGenuss Bayerwald“

Zurück zu den Wurzeln der Nahversorgung. – So könnte neben „Gemeinsam regional denken und handeln“ die Devise dieses Netzwerkes lauten. Doch was steckt genau hinter diesem Verein? Das sollen die nachfolgenden Zeilen erläutern:

- **Der Verein:** Gegründet wurde er 2011 durch qualitätsorientierte Gastronomen und Landwirte. Inzwischen gehören ihm 72 Landwirte, Lebensmittelveredler, Hoteliers, Gastronomen und Märkte des Landkreises Cham an. Ziel des Vereins ist die partnerschaftliche Vernetzung, die Stärkung des Verbraucher-Vertrauens durch Transparenz und zertifizierte Qualität, die Erschließung neuer Absatzwege und eine neue Identität für die Region zu schaffen.
- **Das Netzwerk:** Es besteht aus 36 Landwirten, fünf Metzgereien, drei Bäckereien beziehungsweise

Mühlen, drei Brennereien oder Brauereien, neun Märkten oder Hofläden, zwölf Hotels oder Gastronomien und zwei Veredlungsbetrieben. Voraussetzung ist, dass das jeweilige Unternehmen im Landkreis Cham oder einer angrenzenden Gemeinde angesiedelt ist, sich Prüfkriterien hinsichtlich Betriebs- und Personalhygiene, aber auch Einhaltung der intern festgelegten Qualitätsvorgaben unterwirft.

- **Landwirtschaft:** Hier gilt, dass pflanzliche Produkte zu 100 Prozent im Landkreis Cham oder angrenzenden Gemeinden erzeugt werden müssen. Bei tierischen Produkten muss die Aufzucht zu zwei Dritteln im Landkreis Cham erfolgen. Ebenso müssen die Futtermittel zu zwei Dritteln aus Landkreis-Erzeugung stammen.
- **Gastronomie:** Bei allen Angeboten auf Speisekarten müssen mindestens drei regionale Gerichte of-



Mit diesem Logo wirbt „LandGenuss Bayerwald“.

feriert werden, welche zu zwei Dritteln aus Produkten der Mitglieder des Vereins stammen. Die regional deklarierten Produkte müssen ohne

Einsatz industrieller Fertigprodukte handwerklich hergestellt worden sein.

- **„Digitaler LandGenuss“:** Hierbei handelt es sich um ein Konzept des Landkreises Cham, das als eines von zehn deutschlandweit als Modellprojekt des Bundesinnenministeriums ausgewählt wurde. Ziel ist die Förderung digitaler Lösungen zur Sicherung der Daseinsvorsorge und Verbesserung der Lebensqualität in strukturschwachen ländlichen Regionen. Folge: Sieben Landwirte aus dem Landkreis haben mit Feldgemüseanbau begonnen. Deren Anbaufläche beträgt zwei Hektar. 35 verschiedene Kulturen werden angebaut. Zudem stehen zwei Gemüseerzeuger aus dem Landkreis den Landwirten als Fachberater zur Seite. Ein Ziel ist es, die Direktvermarktung sowie die Vermarktung an Gastronomie und Märkte zu verstärken.