

# Hilfestellungen für Direktvermarkter – was ist möglich und nötig

Piroska Patzak

Planungsbüro für Regionalentwicklung,  
Freiraum & Umwelt



11. Weiterbildungsveranstaltung für Direktvermarkter  
am 21. März 2011 in Bernburg-Strenzfeld

# Gliederung

- Kurzvorstellung **PP** Consult - meine Leistungen für Direktvermarkter
- Vermarktungsbeispiele für regionale Produkte
- Vermarktungsbeispiel für „Nischenprodukte“ mit hohem naturschutzfachlichen Wert
- Zusammenfassung



## Beispiele aus dem BR „Mittelerde“



Obst an Deichen



Biberpraline



Elbekiste



## PP Consult steht für:

- Planung, Beratung, Umsetzung
- Tatkraft und gute Ideen
- Kompetenz und vielseitige Erfahrungen auf dem Gebiet der Regionalentwicklung
- Fachübergreifende Beratung



## PP Consult hilft bei:

- der Erschließung von Förderprogrammen und gibt Unterstützung bei der Antragstellung
- dem Aufbau eines Netzwerk zwischen Erzeugern und Vertriebspartnern
- dem Herausfinden der regionalen Besonderheiten und der Produktentwicklung

## PP Consult bietet:

- Beratung und Unterstützung beim Aufbau von Vermarktungsstrukturen



## Beispiel Elbeburger®

- Projekt des FÖLV
- Ziele: Erhöhung der regionalen Wertschöpfung!  
Naturschutz durch Nutzung!
- Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern
- seit März 2011 „Vertrieb mit Elbeburger-Mobil“



## Regionale Produkte liegen im Trend und sind Premiumlebensmittel!

### Alleinstellungsmerkmale finden:

- Besondere Obst-, Gemüse- oder Getreidesorten; alte Haustierrassen
- Spezialitäten / alte Rezepte
- Besondere Herstellungsverfahren



 Diese Chance erkennen und nutzen!

## Definition über die Landschaft

Was sind prägende Landschaftselemente und wie spiegelt sich das in den Produkten wider?

Streuobstwiese – Apfelprodukte

Lebensraum Fluss / Stillgewässer – Fischprodukte

Grünland und Deiche - Weidetiere





## Vermarktungsbeispiel Wiesenheu

**Ziel:** Erhalt der Kulturlandschaft und Erhöhung der biologischen Vielfalt!

**Konflikt:** Erhaltung der Artenvielfalt auf diesen Wiesen ist nur durch eine weitere Nutzung und Offenlandhaltung möglich.

**Aber:** Geringer Ertrag auf diesen Standorten, deshalb kein Interesse konventioneller Landwirte.



# Entwicklung eines neuen Angebotes

**Zielgruppe:** Private Pferdehalter und Gestüte

**Besonderheit:** Für Tiere mit Heustauballergie:  
Heulageballen; qualitativ hochwertiges Heu, hoher  
Heilkräuteranteil

**Kosten:** Minirundballen (ca. 30 kg)  
ab Wiese 5,- € / Stk.  
Heulage 9,- € u. 20,- €



# Zusammenfassung

- Vermarktungsbeispiele regionaler Produkte in Großschutzgebieten (z.B. Elbeburger, Ebekiste, Regionalbuffet)

## **Naturschutz durch Nutzung zentrales Thema!**

- Ziel: Erhalt der Landschaft / Erhalt und Förderung regionaler Betriebe
- Voraussetzung: umfassende Analyse, mit dem Ziel, noch ungenutzte Potenziale zu erkennen



Vielen Dank für Ihr Interesse!



Nichts auf der Welt ist so mächtig,  
wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.

Victor Hugo

