

Zahl des Monats

4,0 %

mehr Bio-Fleisch haben die deutschen Verbraucher 2018 im Vergleich zum Vorjahr gekauft.

Quelle: AMI

Gastronomie des Einzelhandels als attraktiver Absatzmarkt

Die Vielfalt gastronomischer Angebote im Einzelhandel nutzen die Kunden aus unterschiedlichsten Gründen, wie die Studie „Der Konsument in der Handelsgastronomie 2019“ des Europäischen Handelsinstituts (EHI) belegt: als Geschäftsessen beim High-End-Supermarkt oder während des Shoppings in Einkaufszentren, als Unterwegsverpflegung Coffee-to-Go mit belegten Brötchen in der Tankstelle oder zur Entspannung mit tags in Restaurants des Möbelhandels. Es handelt sich demzufolge um einen attraktiven Wachstumsmarkt, der auch für Hersteller regionaler Frischeprodukte interessant sein könnte. Laut EHI-Studie geben die Gastro-Kunden durchschnittlich 22 Euro pro Monat für frische, verzehrfertige Speisen im Handel aus.

Geteilter Innovationspreis

Auf dem Tag der Ernährungswirtschaft sind kürzlich zwei Unternehmen mit dem Brandenburger Innovationspreis im Cluster Ernährungswirtschaft ausgezeichnet worden: die EWG Eberswalder Wurst GmbH und ihre Produktrange „100% Regional“ sowie Unicaps für den „kompostierbaren Bio-Tee für Nespresso und Dolce Gusto Maschinen“. Die beiden Firmen teilen sich das Preisgeld von 10.000 Euro zu gleichen Teilen. Bereits zum sechsten Mal richtete das brandenburgische Wirtschaftsministerium den Wettbewerb aus. Anerkennung von Wirtschaftsminister Jörg Steinbach: „Brandenburg hat in der Ernährungsbranche viele engagierte, kreative und innovative Unternehmen.“

Inhalt

AKTUELL Neues für die und aus der Region	1
PORTRÄT Lausiko's Manufaktur	2
PRODUKTE Spezialitäten aus der Region	3
PARTNER Meat Bringer.....	4
VERNETZUNG Exportberatung (FMIG).....	5
INTERN 25 Jahre Landpartie.....	6
TERMINE Wichtige Daten und Fakten.....	7

Beachtliche Branchenbilanz zum 70jährigen BVE-Jubiläum

„Trotz aller politischen Veränderungen und neuer Rahmenbedingungen hat sich die Ernährungsindustrie mit ihrem Produktangebot immer flexibel an die sich schnell wandelnden Wünsche der Verbraucher angepasst“, bilanziert die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) anlässlich ihres 70jährigen Jubiläums. In dieser Zeit habe sich der Branchenumsatz von 12,3 Milliarden DM in den alten Bundesländern auf den beachtlichen Wert von knapp 190 Milliarden Euro (2018) in Gesamtdeutschland erhöht. Auch die Internationalisierung hat einen großen Aufschwung erlebt: Die Exportquote stieg von 0,2 auf 33 Prozent.

Landpartie ein großer Erfolg

Die besucherstärkste Veranstaltung im ländlichen Raum Brandenburgs war auch an ihrem 25. Jubiläum ein großer Erfolg, berichtet der Landesbauernverband. Die mehr als 240 Betriebe, die am Wochenende des 15. und 16. Juni 2019 zwischen Prignitz und Lausitz ihre Pforten für Besucherinnen und Besucher geöffnete hatten, zogen eine positive Bilanz. Trotz Temperaturen jenseits der 30 Grad strömten wieder viele Tausende Gäste auf die Höfe, um zu entdecken und zu genießen. Vom Mähdrescherfahren und Expeditionen in den Kuhstall bis zu Führungen über Weinberge und Kräuterkunde gab es viel zu erleben (siehe auch Seite 6).

LAUSIKO'S MANUFAKTUR

Natürliche Produkte als Mehrwert für den Körper

Eine fromme und vielseitig gebildete Frau aus der Blütezeit des Mittelalters steht Pate für natürliche und gesunde Produkte der Gegenwart: Bei der Herstellung und der Neuentwicklung von Rezepten für Aufstriche, Pestos & Dips sowie fruchtige Cremes orientiert sich Lausiko's Manufaktur an der Heillehre der seinerzeit berühmten Nonne Hildegard von Bingen. Auf dem Fundament ihres umfangreichen Wissens über die Heilkräfte der Natur stehen heute die Produkte für den modernen Bewusst- und Genussesser.



Seit 2015 beschäftigt sich Inhaber Wolfgang Mattheus (Foto) intensiv mit der Heillehre Hildegard von Bingens. „Die 1179 im Kloster Rupertsberg geborene Von Bingen war eine Benediktinerin, Dichterin und Komponistin und hat ihr Wissen über die Eigenschaften von Kräutern, Bäumen und Nährstoffen mit der Volksmedizin zusammengebracht und eine Lehre entwickelt, die sich in Lausiko's Manufaktur wie ein roter Faden durch die Rezepturen zieht“, erzählt er.

Doch nicht nur darauf setzt der gebürtige Thüringer, sondern auch auf höchste Qualitätsstandards. Paul Smerda, Marketing-Manager der Manufaktur, erklärt das so: „Nur das Beste aus der Region kommt bei uns ins Glas. Das ist für uns sehr wichtig und das setzen wir konsequent zu 100 Prozent um. Auf Zusätze wie Konservierungsmittel und Geschmacksverstärker verzichten wir gänzlich.“ Stattdessen werden bei den fruchtigen Cremes Edelkastanien oder Honig zur Verdickung und Agavendicksaft, Datteln und Kokosblütenzucker zum Süßen eingesetzt.

Lausiko's Partner sind kleine regionale Gemüse- und Obst-anbaubetriebe. So stammen z.B. die Kürbiskerne von Syring Feinkost. Walnuss, Hanf, Leinsaat, Mandelmehl wiederum kommen aus der Kanow-Mühle Golßen. Den Dinkel bezieht die Manufaktur von dem Bio Landwirtschaftsbetrieb Löhnert aus Zockau bei Bautzen, das Micro- Dinkelvollkornmehl aus-

schließlich aus der Stadtmühle Geisingen. Und das Bier für die neuesten herzhaften Brotaufstriche stammt aus Finsterwalde oder Fürstlich Drehna.

Der Entschluss, den Menschen etwas aus der Natur zu geben und etwas Eigenes zu kreieren, das dem Begriff LEBENSmittel gerecht wird, entstand 2011. Die Anfangszeiten waren noch holprig und experimentell, entstanden sind in der Zeit verschiedene Gemüsearmeladen, die sich zu Aufstrichen und Pestos entwickeln sollten. Mittlerweile umfasst die Produktpalette drei Pestos aus Brennessel, zwei Brotaufstriche mit Dinkel und drei mit Kichererbsen, fünf Senfe, drei Edelkastaniencremes und vier Puddingpulver auf Dinkelbasis. Die Produkte sind in Regio- und Bioläden von Berlin bis Görlitz und im eigenen Online-Shop zu finden.

„Superfood“ nennt Mattheus seine Kreationen. Damit meint er natürliche Lebensmittel, die eine positive Wirkung auf Leib und Seele haben. Viele heimische Pflanzen verdienen seiner Meinung nach das Prädikat „Superfood“: Vor der Haustür wächst alles, was die Manufaktur braucht. Mattheus hat da seine Philosophie: „Essen ist Genuss und soll schmecken, da sind wir uns alle einig, aber es muss auch unserem Körper einen Mehrwert bringen. Genau dafür steht Lausiko.“ Daher verbirgt sich hinter dem Begriff Lausiko schlicht und einfach „Lausitzer Koestlichkeiten“. Dem Kunden fühlt sich Mattheus verpflichtet: So finden sich in den Zutaten nicht nur die aufgezählten Ingredienzen, sondern auch – und das ist wahrscheinlich der wichtigste Zusatz – eine Prise Liebe zur Natur.

Lausiko's Manufaktur

Waldsiedlung 8a,
03238 Rückersdorf
Tel. 0170-1602613
wolfgang@superfood-regional.de
www@superfood-regiona.de
www.facebook.com/lausiko/





Feine Rosen-Salami. Der Hersteller hochwertiger Fleisch- und Wurstspezialitäten, „homemade“ aus Karstedtshof, zeigt bei diesjährigen Festivitäten heimische Flagge: Eigens zur Wittstocker Landesgartenschau wurde die Salami entwickelt, die auf dem dortigen Regionalmarkt zum Bestseller geworden ist. „Theodors schärfster Wegbegleiter“ wiederum, die Wurstspezialität zum Fontane-Jubiläum, nehmen auch viele Touristen als kulinarisches Andenken mit ins Gepäck. Neu im Sortiment ist ferner die „Würzige Fenchel-Koriander-Wurst“, die bei Stammkunden regen Zuspruch findet.

Homemade – Jo Thießen & Eva Paulus GbR,
Karstedtshofer Str. 20/21, 16909 Wittstock/Dosse
Telefon 0177/1595332, info@homemade4us.de



Humboldt Gin. „Eine geistreiche Hommage an den großen Naturforscher Alexander von Humboldt“ nennen die Spreewood Distillers ihre jüngste Kreation. Im Rahmen des 250jährigen Geburstagsjubiläums brachten sie einen Gin auf den Markt, der die mehrjährige Forschungsreise des gebürtigen Berliners nachzeichnet. Er hat ein fein würziges Profil mit frischen Kräuternoten, einem Hauch Zitrus und deutlicher Wacholderfrische. Die zentralen Aromengeber stammen von Pflanzen aus den Ländern, die der berühmte Forscher während seiner Südamerikareise besucht hat. Die Berliner Humboldt-Sammlung lieferte die Idee dafür.

Spreewood Distillers GmbH, Dorfstraße 56
15910 Schlepzig, Telefon 035472/659142
order@spreewood-distillers.com



Mangalitz Leberwurst. Für das Produkt von „Fläminger Genussland“ werden ausschließlich Schweine der Rasse Mangalitz eingesetzt, deren Ursprung in Ungarn liegt. Bei den Herstellern befinden sie sich in eigener Freilandaufzucht. Sie werden in der Region geschlachtet und zerlegt. Die Tiere haben also keinen Stress durch lange Transportwege. Das Produkt gibt es im 165g-Glas. Neben der Schweine- und Rinderhaltung verfügt der landwirtschaftliche Betrieb über eine hochmoderne Ölmühle, mit deren Hilfe unterschiedliche Speiseöle produziert werden. Wochenmärkte, Online-Shop sowie Edeka und Rewe zählen zu den Vertriebswegen.

Fläminger Genussland GmbH, Hohenkuhnsdorfer
Weg 8, 14913 Nieder Fläming/OT Reinsdorf,
Tel. 033746/80610, info@flaeminger-genussland.de



Fontanes Wanderstab. „Viel Zeit für guten Geschmack“ lautet die Devise der Bäckerei und Konditorei Plentz. Dem Weizenbaguette mit Birne und Haselnuss gönnt man eine lange Teigruhe, weshalb es auch besonders bekömmlich ist. Natürlich ist die Spezialität der Handwerksbäckerei, wie man sich selber nennt, eine Kreation im Rahmen des diesjährigen Fontane-Jubiläums, des märkischen Schriftstellers und Dichturfürsten, vor allem aber eine in Form gebrachte kulinarische Anspielung auf dessen Reiseberichte und Anekdoten unter dem Titel „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“.

Bäckerei & Konditorei Plentz, Dorfstraße 43
16727 Oberkrämer/Schwante, Telefon 033055/79010
info@plentz.de



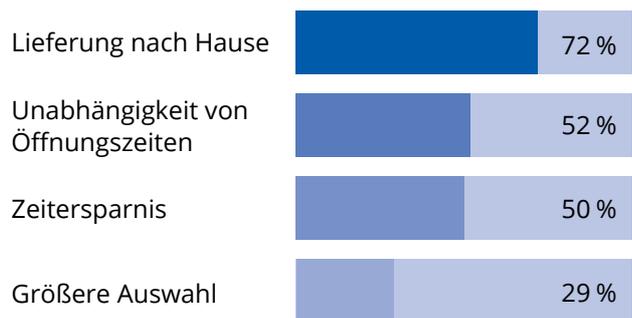
Beef Ribs BBQ. Das Produkt aus dem Hause Mischau ist „sous-vide“ gegart, also im Beutel einvakuiert und bei konstanter Temperatur (immer unter 100 Grad) im Wasserbad gelassen.

Dadurch wird das Fleisch butterzart, und ist somit sehr gut geeignet für die Zubereitung auf dem Grill, im Backofen oder Kombidämpfer. In dem mittelständischen Familienunternehmen wird das irische Rindfleisch vor dem Vakuumieren mit ausgesuchten Gewürzen verfeinert, in eine BBQ-Marinade eingelegt und schonend vorgegart. Abgepackt ist das Produkt im 2er und 4er Cut erhältlich. Der Berliner Wurstproduzent ist in verschiedenen LEH-Unternehmen gelistet.

Mischau GmbH & Co. KG, Wiesendamm 29-31
13597 Berlin, Telefon 030/3000960
info@mischau.de

Komfort ist entscheidend

Hauptvorteile des Online-Lebensmitteleinkaufs, Verbraucherangaben in Prozent (Mehrfachnennungen)



Quelle: A.T. Kearney

PREMIUM-FLEISCH VOM MÄRKISCHEN KARTOFFELSCHWEIN

Das bringt's: Onlinebestellung, Hauslieferung oder Abholstation

Meat Bringer – so nennt sich das in Wildau (Dahme-Spreewald) angesiedelte, im Frühjahr 2019 gegründete Vertriebs-Unternehmen, dessen Firmennamen Programm ist. Beim „Fleisch-Bringer“ handelt es sich nämlich um einen Lieferservice, der das online bestellte Premiumfleisch des „Märkischen Kartoffelschweins“ dem Kunden direkt vor die Haustür bringt, und zwar derzeit in Potsdam, Kleinmachnow und vielen Stadtteilen Berlins. Das regionale Vertriebsnetz wird Zug um Zug ausgebaut, was letztlich von drei Variablen abhängt: Kundennachfrage, Schlacht- und Logistikkapazitäten.

Das Märkische Kartoffelschwein ist eine Kreuzung aus Duroc-Schwein und Alter Landrasse. Diese Kreuzung garantiert fein marmoriertes Fleisch mit intramuskulösem Fett, was den besonderen Geschmack ausmacht, wobei das Schwein selbst nicht gleich verfettet. Besonders wichtig für das Märkische Kartoffelschwein ist eine naturnahe Haltung mit viel Bewegung und traditioneller Fütterung. Konkret: Es wird ausschließlich mit naturbelassenem Futter von eigenen Feldern und aus eigener Produktion des landwirtschaftlichen Inklusionsbetriebs AWO Reha-Guts Kemnitz gefüttert (siehe Newsletter 01-02/2019).

Durch die großen Frei- und Auslaufflächen mit Suhlen und direkten Zugängen zu den Ställen ohne Spaltenboden, nur mit Stroheinstreu, wächst

das Märkische Kartoffelschwein artgerecht auf. Die Bewegungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten wirken sich sehr positiv auf die Qualität des Fleisches aus. „Eine gängige Mast mit Wachstumsbeschleunigern oder Fremdfutter aus Soja o.ä. sowie Nutzung von Antibiotika sind bei uns ein No-Go“ betont Olaf Mahr, Gründer und Geschäftsführer von Meat Bringer (Foto). „Unsere Schweine dürfen länger leben und erreichen nach einem Jahr ein Gewicht von ca. 160 bis 180 kg, wodurch wir beispielsweise wieder richtige Koteletts bekommen, die wie früher schmecken“, fügt er hinzu.

Um aus dem Märkischen Kartoffelschwein ein optimales Endprodukt zu erhalten, arbeitet das Unternehmen mit dem Schlachter-Meisterbetrieb Neumann in Petkus zusammen. Durch die räumliche Nähe werden den Tieren lange Transportwege und unnötiger Stress erspart. Die Schweine werden schonend, in Einzelschlachtung, fachmännisch verarbeitet. Dieses Vorgehen



ist wesentlich teurer als die Massenschlachtung in großen Schlachthöfen, trägt aber erheblich zur besseren Fleischqualität bei. Zudem wird auf diese Weise der regionale Fleischerbetrieb durch faire Bezahlung und ohne Lohndumping unterstützt. Das Fleisch wird selbstverständlich ohne Farbstoffe, chemische Zusätze, Zugabe von Wasser oder „ähnlichen Tricks“ (Olaf Mahr) verarbeitet. Die online bestellte Ware wird in den genannten Gebieten direkt nach Hause geliefert, kann aber auch an verschiedenen Standorten abgeholt werden.

Die Herstellung und Lieferung von Premiumfleisch des „Märkischen Kartoffelschweins“ steht seit der Firmengründung im Frühjahr 2019 im Vordergrund der Aktivitäten. Doch darüber hinaus arbeitet „Jungunternehmer“

Mahr mit einem Partnernetzwerk zusammen, dem Bauern, Jäger, Fleischereibetriebe und eine Bäckerei angehören. Dadurch wurde das Meat Bringer-Angebot um handgemachte Produkte erweitert, z.B. Wildschwein- oder Reh-Burger, dry-aged Angus Burger, Bratwurst mit Bio-Zitronenabrieb und Salbei oder eine Leberwurst mit Bio-Aroniabeeren. Auch dabei soll's nicht bleiben: Weitere Hersteller von Fleisch- und Wurstwaren können sich gern bei Meat-Bringer melden.

Meat Bringer GmbH

An der Düne 14
15837 Baruth/Mark
Direktverkauf:
Schwartzkopffstr. 6, 15745 Wildau
Tel. 0176/210 438 46
olaf@meat-bringer.de
www.meat-bringer.de

EXPORTBERATUNG – MARKTANALYSEN – AUSLANDSKONTAKTE

FMIG: Ein kompetenter und erfolgreicher Wegbereiter

Für mittelständische deutsche Lebensmittelhersteller gewinnt der internationale Handel weiter an Bedeutung. Bereits seit zehn Jahren bietet der Verein Food – Made in Germany e. V. (FMIG) genau dieser Zielgruppe kompetente Beratung, Marktinformationen und ein erstklassiges Netzwerk von Handelspartnern und Kontakten im Ausland.

FMIG-Vorstandsvorsitzender Lorenz Mestwerdt, Leiter Vertrieb International des Kartoffelveredlers Agrarfrost, betonte auf der Jubiläumsfeier des Vereins die große Bedeutung einer fundierten Exportberatung für kleine und mittlere Betriebe (KMU). Seit Bestehen des Vereins stieg das Exportvolumen der deutschen Lebensmittelbranche von 49 Milliarden auf ca. 71 Milliarden Euro. „In den kommenden Jahren stellen wir die Zusammenarbeit mit den ausländischen Importeuren und Distributoren noch stärker in den Fokus“, so FMIG-Geschäftsführer Ralf Pohle (Foto). „Besonders die vielfältigen regionalen Spezialitätensortimente bieten noch erhebliche Potenziale. Zwei Drittel unserer Mitgliedsfirmen stellen zudem gefragte Biosortimente her“.



wahrgenommen. O-Ton eines Geschäftsführers im Anschluss an die Beratung: „Die Marktdaten dieser Zielländer sind eine gute Basis zum Aufbau zukunftsfähiger Exportbeziehungen, auf die wir keineswegs verzichten möchten. Wir sind überaus zufrieden, in FMIG einen starken Partner für die Exportförderung gefunden zu haben.“

Die enge Zusammenarbeit mit der GEFA (German Export Association for Food and Agriproducts), den deutschen Verbänden sowie der europäischen Importeursvereinigung ESMA und der Dialog mit dem Bundesministerium helfen, den Unternehmen umfassende Förder- und Beratungsangebote zu sichern oder Auslandsmessen und Geschäftsreisen für die Branche umzusetzen.

FMIG startete 2009 als Brancheninitiative mit 26 Unternehmen und ist in den vergangenen zehn Jahren kontinuierlich gewachsen. Heute zählt der Verein 67 Mitglieder aus allen Bundesländern. Dazu kommen 16 Fördermitglieder, darunter auch der Verband pro agro. Für die Mitglieder und Fördermitglieder ist FMIG die verlängerte Werkbank im Export – über das ganze Jahr, für alle Länder, für viele Themen, für deutsche Hersteller und deren potenzielle Auslandskunden.

Einige Beispielfragen illustrieren das Tagesgeschäft: Wer importiert deutsche Produkte in Spanien? Wer bietet Christstollen für Großbritannien an? Gibt es eine Anwaltskanzlei mit Büros in Deutschland und Japan? Welcher Exportleiter kann von der letzten Messe in Südkorea ein Feedback geben? Wie läuft die Anmeldung für die deutsche Beteiligung auf der internationalen Handelsmarken-Messe PLMA Amsterdam? Welche Auswirkungen hat das Freihandelsabkommens mit Kanada auf unser Sortiment?

Seit 2015 bietet der Verein allen deutschen Unternehmen eine ExportInhouse-Beratung an, die bis Ende 2020 vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert wird. Während einer solchen Beratung filtert das FMIG-Team im Dialog mit dem Unternehmen potenzielle Märkte heraus und erarbeitet anschließend warengruppenspezifische Exportmarktanalysen für bis zu drei Märkte. Dazu werden Markt- und Konsumdaten, LEH-Strukturen und aktuelle, sortimentsbezogene Kontakte von Importhäusern zusammengestellt.

„Unsere Expertise und unser umfangreiches Serviceangebot bieten allen Unternehmen eine gute Ausgangsbasis für den Auf- und Ausbau von Exportmärkten weltweit“, betont Ralf Pohle. Dabei sei auch die Politik gefordert, verlässliche Rahmenbedingungen für den nachhaltigen Handel sicherzustellen. „Dies eröffnet unseren kleinen und mittelständischen Unternehmen die Chance, sich im internationalen Wettbewerb zu etablieren.“

Überdies erhalten die Unternehmen detaillierte Hinweise zu Markterschließung, Zoll- und Zertifizierungsfragen sowie Empfehlungen für Messeteilnahmen. Über 70 Firmen, darunter fünf aus dem Raum Berlin/Brandenburg, haben das Angebot bereits

Food – Made in Germany e.V.

Johannsenstraße 10
30159 Hannover
Tel. 0511/34879-30
r.pohle@fmig-online.de
www.fmig-online.de



25. BRANDENBURGER LANDPARTIE

Eindrucksvolle Erfolgsstory für die gesamte Region

Was vor 25 Jahren unter dem Motto „Ein Sonntag auf dem Lande“ mit überschaubaren Teilnehmerzahlen – egal, ob landwirtschaftliche Betriebe oder Besucher – begann, ist heute eine von beiden Seiten hervorragend angenommene Veranstaltung: die „Brandenburger Landpartie“. Seit 1996 findet das Ereignis jeweils am zweiten Juni-Wochenende statt, der Zuspruch ist kontinuierlich gestiegen: In den vergangenen Jahren haben sich regelmäßig über hunderttausend Städter und Nachbarn zu einer Entdeckungstour ins ländliche Brandenburg aufgemacht.

In diesem Jahr öffneten wieder rund 240 Betriebe zwischen Prignitz und Lausitz am 15. und 16. Juni ihre Tore: Bauernhöfe, Agrar- und Fischereibetriebe, Gärtnereien, Förstereien und Landgasthöfe sowie Kultureinrichtungen mit landwirtschaftlichem Bezug. Was den Besuchern vor Ort geboten wurde, war ein Potpourri aus Betriebs- bzw. Hofbesichtigungen, Feldrundgängen, Demonstration alter und neuer Landtechnik, Vorführungen von traditionellem Handwerk, Kulinarik (regionale Spezialitäten) und Traktorrundfahrten. Wissensvermittlung, Erlebnis und Unterhaltung – das sind generell die zentralen Bausteine der Veranstaltung, wobei die Landwirtschaft das eigentliche Herzstück bildet.

Die Landpartie bietet also eine gute Gelegenheit, das ländliche Brandenburg von einer nicht alltäglichen Seite kennen zu lernen. Am Anfang stand die Idee, Städtern „den Hof zu machen“. Denn immer weniger Menschen haben direkt mit der Erzeugung von Lebensmitteln zu tun. Deshalb schlägt die Veranstaltung die Brücke zwischen Erzeugern und Verbrauchern. Sie ermöglicht das Gespräch zwischen beiden vor Ort, wo Landwirtschaft praktiziert wird. In Zeiten von Supermärkten und Discountern ist das nicht selbstverständlich. Und dort, wo Milch, Fleisch, Gemüse oder Getreide erzeugt werden, lässt sich der Wandel ländlichen Lebens und Arbeitens sehr anschaulich zeigen. Neben Betrieben der konventionellen Landwirtschaft nehmen auch Biohöfe an der Brandenburger Landpartie teil.

Darüber hinaus erfüllt das Wochenend-Ereignis einen wichtigen wirtschaftlichen Zweck. Durch die Begegnung von Produzenten und Konsumenten abseits des reinen Kaufakts und die damit verbundenen direkten Informationen über die landwirtschaftliche Erzeugung, die Veredelung und die Vermarktung entsteht ein Vertrauensverhältnis zwischen beiden Seiten. Hinzu kommt,



dass die landesweite Veranstaltung den Tagestourismus beflügelt und die Nachfrage nach Angeboten aus Brandenburg weckt bzw. fördert.

Das macht das ländliche Wochenendereignis auch unter monetären Gesichtspunkten interessant: Berechnungen haben ergeben, dass durch zusätzliche Übernachtungen, Restaurantbesuche, Direktverkäufe vor Ort etc. im Schnitt rund 2,5 Millionen Euro während der beiden Tage bei den Akteuren hängenbleiben. Die Brandenburger Landpartie leistet also einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen und Einkommen im ländlichen Raum. Und was sich nicht in barer Münze ausdrücken lässt, aber langfristig ebenfalls von enormer Bedeutung ist, sind die Image-Gewinne für die Landwirtschaft und den ländlichen Raum – ein nicht zu unterschätzender Marketing-Effekt.

Auf einen Nenner gebracht: Die Brandenburger Landpartie leistet wertvolle Öffentlichkeitsarbeit, und der Landwirt ist der beste authentische Botschafter des ländlichen Raums. Anmeldungen zur 26. Auflage der Veranstaltung nimmt pro agro ab Oktober wieder entgegen (kontakt@proagro.de).



25. BRANDENBURGER LANDPARTIE

12.-14.07.2019

HanseStadtFest Bunter Hering in Frankfurt/Oder

Bereits zum 15. Mal organisiert pro agro einen Regionalmarkt auf dem Stadtfest, das sich zu einem überregionalen Ereignis entwickelt hat. In den letzten Jahren nahmen jeweils mehr als 110.000 Besucher an der dreitägigen Veranstaltung teil. Der pro agro-Regionalmarkt befindet sich in der Carl-Philipp-Emanuel-Bach-Straße und verbindet das Geschehen auf der Hauptbühne am Rathaus mit den Aktivitäten an der Oder. Dargestellt werden landtouristische Angebote und ländliches Handwerk. Darüber hinaus präsentieren sich Direktvermarkter und Unternehmen der Ernährungswirtschaft. Weitere Informationen: [Sandra Hentschel, hentschel.proagro.de](mailto:Sandra.Hentschel@proagro.de)

27.07.2019

Potsdamer Erlebnisnacht

Potsdams Innenstadt mit der charmanten Mischung aus Barock und Moderne bietet erneut die Kulisse für ein einzigartiges Fest: Ansässige Gastronomen, Händler und Unternehmen aus der Region präsentieren Kunst, Kultur und Kulinarika. Sie alle zeigen, dass Potsdam mehr als nur Schlösser und Parks zu bieten hat. Die Erlebnisveranstaltung lockt jedes Jahr etwa 100.000 Besucher in die Landeshauptstadt. Auch diesmal findet auf dem Luisenplatz wieder ein lebhafter und vielfältiger Regionalmarkt mit Partnern aus der heimischen Land- und Ernährungswirtschaft sowie des Tourismus statt. Weitere Informationen: [Kristin Mäurer, maeurer@proagro.de](mailto:Kristin.Maeurer@proagro.de)

10.-11.08.2019

21. Spreewälder Gurkentag

Golßen wird am zweiten Augustwochenende wieder zum Schaufenster für Brandendenburger Spezialitäten, traditionelles Handwerk und die kulturelle Vielfalt im Spreewald. Kern der Veranstaltung ist ein buntes Markttreiben. An weit über hundert Ständen offerieren Unternehmen, Händler und Aussteller Erzeugnisse und kulinarische Produkte aus dem Spreewald und aus ganz Brandenburg – allen voran natürlich Spreewälder Gurken. Heimat- und Traditionsvereine demonstrieren traditionelle Handwerkstechniken, dörfliches Brauchtum und historische Arbeitsweisen. Weitere Informationen: [Sandra Hentschel, hentschel@proagro.de](mailto:Sandra.Hentschel@proagro.de)

17.-18.08.2019

Brandenburger Spezialitätenmarkt Berlin/Dahlem

Die Domäne Dahlem, als „Grüne Oase im Süden Berlins“ bezeichnet, ist erneut Ausrichter der Veranstaltung. Das ehemalige Rittergut und heutige Freilandmuseum für Agrar- und Ernährungskultur präsentiert im Herrenhaus, in restaurierten Ställen und auf dem Gutshof rund 50 Brandenburger Erzeuger mit regionalen Produkten und landtouristischen Angeboten. An beiden Tagen werden ca. 5.000 Besucher aus Berlin und Brandenburg erwartet, denen neben den Ausstellerpräsentationen ein unterhaltsames Familienprogramm mit Musik, Kutschfahrten und Hofführungen geboten wird. Weitere Informationen: [Sandra Hentschel, hentschel@proagro.de](mailto:Sandra.Hentschel@proagro.de)

19.-20.11.2019

Personalrecruiting & Personalbindung im LEH

Qualifiziertes und leistungsbereites Personal zu gewinnen und im nächsten Schritt zu binden, wird heutzutage immer schwieriger. Das Seminar der Lebensmittel Praxis Akademie (Ort: Dorint Hotel Köln) bietet effektive Strategien und Fallbeispiele aus der Praxis. Seminartag 1 behandelt die Frage: Was kann Ihr Unternehmen tun, um gute Bewerber auf sich aufmerksam machen? Seminartag 2 geht der Frage nach: Was kann Ihr Unternehmen tun, um qualifiziertes und leistungsbereites Personal an sich zu binden? Beide Seminare können auch separat gebucht werden. Weitere Informationen: www.lebensmittelpraxis.de/akademie

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

