

## **KLEINE ANFRAGE**

**des Abgeordneten Udo Pastörs, Fraktion der NPD**

**Vermarktung und Bekanntheitsgrad regionaler Produkte  
und**

## **ANTWORT**

**der Landesregierung**

Wie die Ostsee-Zeitung in ihrer Ausgabe vom 31.12.2012 unter Berufung auf Ergebnisse einer Studie im Auftrag des MDR mitteilte, verlieren viele Marken, die auf dem Gebiet der ehemaligen DDR noch hergestellt werden („Ostmarken“), weiter an Bekanntheit. Darunter befänden sich auch Produkte aus Mecklenburg-Vorpommern. Der Geschäftsführer der MDR-Werbung erklärte gegenüber der OZ, dass viele Unternehmen die junge Zielgruppe vernachlässigen würden. Das sei der Hauptgrund für die abnehmende Bekanntheit.

1. Welche Maßnahmen plant die Landesregierung, um regionale Produkte in erster Linie bei jüngeren Zielgruppen bekannter zu machen (bitte auch begründen, falls keine entsprechenden Schritte unternommen werden)?

Die Landesregierung begleitet das Netzwerk Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V. (AMV) und unterstützt es im Rahmen der unternehmensbezogenen Netzwerkförderung. Als bedeutendstes Netzwerk der Ernährungswirtschaft des Landes organisiert der AMV gemeinsam Marketingaktivitäten und setzt den Schwerpunkt auf nachhaltige Absatzförderung.

Das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz stellt im Titel „Absatzförderung“ aktuell 560.000 € bereit, die für Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades regionaler Produkte eingesetzt werden können. Die Mittel werden insbesondere für die Beteiligung an regionalen, überregionalen, aber auch internationalen Messen und Ausstellungen verwendet. Auch im Rahmen der Landesmarketingkampagne wird die Vermarktung regionaler Produkte unterstützt.

Als ein Beispiel für das Engagement der Landesregierung im Bereich der Vermarktung regionaler Produkte wird auf die regionale Initiative „ländlichfein“ verwiesen. „ländlichfein“ ist ein Projekt von Gastronomen, Produzenten, Lebensmittel-Handwerkern, Köchen und Dienstleistern, die sich zur Erzeugung und Verarbeitung von hochwertigen, ökologischen Lebensmitteln aus Mecklenburg-Vorpommern sowie Fisch und Fleisch aus regionalem, nachhaltigem Wildfang und regionaler Jagd verpflichtet haben. Der Anspruch der Initiative, mit besten regionalen Produkten und höchsten Anforderungen an Herstellung, Verarbeitung und Zubereitung Qualität aus Mecklenburg-Vorpommern zu bieten, ist im wachsenden Markt der Bio-Plus- und Ökoprodukte sehr erfolgreich. Auf Veranstaltungen und Messen werden dabei auch gezielt die jüngeren Zielgruppen angesprochen. Die Landesregierung hat sich intensiv in den Aufbau dieser Initiative eingebracht und dafür bislang rund 40.000 € aus Mitteln der Absatzförderung zur Verfügung gestellt.

Als weiteres Beispiel wird auf das unter Federführung des Vereins Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V. ins Leben gerufene „Vitalmenü“ verwiesen. Mit dieser von der Landesregierung unterstützten Initiative werden Kinder und Jugendliche an Schulen in Mecklenburg-Vorpommern an regionale Produkte herangeführt und vermittelt, wie mit Zutaten aus der Region gesundes Schulessen zubereitet wird. Dies soll beispielgebend wirken und Lust auf Essen aus der Region auch außerhalb des Schullebens wecken.

2. Welche Kaufhäuser und/oder regionalen Märkte (als Vorbild sei an dieser Stelle „Karls Erdbeerhof“ in Rövershagen bei Rostock genannt), die schwerpunktmäßig regionale Produkte im Angebot haben, sind der Landesregierung bekannt?

Regionale Produkte werden in großer Vielfalt in den unterschiedlichen Vertriebsformen des Einzelhandels angeboten, insbesondere bei den Anbietern von Lebens- und Genussmitteln. Darüber hinaus gibt es in Mecklenburg-Vorpommern zahlreiche Hof-, Bio- und sonstige Läden, deren Sortiment überwiegend aus regionalen Produkten besteht. Diese Verkaufsstellen von regionalen, landestypischen Produkten leisten einen wichtigen Beitrag für die touristische Entwicklung des Landes. Ein Großteil dieser Verkaufseinrichtungen vermarktet seine regionalen Produkte auch über das Internet. Statistische Erhebungen, die den Anteil regionaler Produkte am Gesamtsortiment von Kaufhäusern und regionalen Märkten im Land erfassen, liegen der Landesregierung jedoch nicht vor.

3. Wäre es aus Sicht der Landesregierung denk- bzw. umsetzbar, in Mecklenburg-Vorpommern ein Netz aus Regionalkaufhäusern zu schaffen?

Die Landesregierung hat insbesondere im Lebensmittelbereich ein großes Interesse an regionalen Kreisläufen und unterstützt in diesem Zusammenhang bereits zahlreiche Initiativen. Es wird auf die Antwort zu Frage 1 verwiesen. Es obliegt jedoch letztlich der unternehmerischen Entscheidung der einzelnen Anbieter, ob und in welchem Umfang regionale Produkte in das Sortiment aufgenommen werden oder vernetzte Strukturen zum Vertrieb der Produkte geschaffen werden.