

2. Newsletter: Projektergebnisse aus Modul 3 und Einblicke in die Nischenmarkt-Praxis durch Fallbeispiele

Geografische Angaben und EU-Qualitätsregelungen: Anwendung, Nutzen und Mehrwert

Das **dritte Modul** des ERASMUS+ Projekts Niche-Market-Farming widmet sich den Instrumenten und dem Zertifizierungsprozess für Qualitätssiegel für geografische Angaben.

In dem ersten Modulteil steht ein **Leitfaden zu den EU-Qualitätsregelungen** und ihrer Bedeutung für die Aufwertung von Qualitätsprodukten auf dem internationalen Markt im Fokus. In einem zweiten Modulteil werden sich **abzeichnende Trends für Lebensmittel-Nischenmärkte** beschrieben. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Verbindung von Zertifizierungen und Nischenanbau, auch mit Bezug auf funktionelle/gesunde Lebensmittel und Smart Food, lokale Biodiversität sowie gastronomische Bereiche.

Zum Schutz und zur Förderung von Erzeugnissen mit Merkmalen, die mit ihrem geografischen Ursprung verbunden sind, sowie von traditionellen Erzeugnissen hat die EU-Qualitätslogos mit den Bezeichnungen "**geschützte Ursprungsbezeichnung**" (g.U.), "**geschützte geografische Angabe**" (g.g.A.) und "**garantiert traditionelle Spezialität**" (g.t.S.) geschaffen. Sie garantieren, dass es sich bei einem EU-Produkt um ein echtes Produkt und nicht um eine Nachahmung oder Fälschung handelt, und dienen dazu, seine nationale und internationale Anerkennung zu stärken. Die EU-Qualitätsregelungen tragen dazu bei, das Erbe des europäischen Agrarsektors zu schützen und die Anerkennung von Qualitätsprodukten durch die Verbraucher in der ganzen Welt zu verbessern. Diese Symbole erscheinen auf den Produktverpackungen mit entsprechenden Logos und erleichtern die Identifizierung dieser Produkte auf dem Markt.

Die traditionellen Lebensmittel, die unter die Qualitätsregelungen fallen, weisen die **folgenden Merkmale** auf:

- die meisten Produktionsschritte werden in einem begrenzten geografischen Gebiet durchgeführt.
- Die Rezeptur nach der Herstellung ist authentisch, mit Original-Rohstoffen und traditionellen Herstellungsverfahren und/oder regionalspezifischen Merkmalen
- sie sind oft seit mindestens 50 Jahren auf dem Markt erhältlich
- sie sind Teil des gastronomischen Erbes einer Gesellschaft/Gemeinschaft.

Weitere Informationen rund um geografische Angaben und den EU-Qualitätsregelungen hinsichtlich Voraussetzungen, Vorzüge und Herausforderungen der Registrierung etc. sowie über sich abzeichnenden Trends bei Lebensmitteln für Nischenmärkte finden Sie demnächst auf der [Projektwebseite](#).



Labels für g.U., g.g.A. und g.A.

Fallbeispiele aus der Praxis:

Schaffung und Erschließung von Nischenmärkten- Verschiedene Vermarktungswege im Hofgut Kapellenhof

In der Nischenlandwirtschaft gibt es verschiedene Verkaufs- und Vertriebsmethoden, die die Landwirtinnen und Landwirte für den Absatz ihrer Produkte nutzen können. Es kann beispielsweise zwischen traditionellen (Ab-Hof-Verkauf, Marktstände etc.) und moderneren/innovativen Vermarktungswege (Onlineshop, Abonnementmodelle etc.) unterschieden werden.

Diese Modelle können einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg eines Nischenmarktbetriebs haben. Welche Verkaufs- und Vertriebsmethoden ein Betrieb wählt, sollte von dem jeweiligen Produkt, dem Zielmarkt und den ihm zur Verfügung stehenden Ressourcen abhängen. Der landwirtschaftliche Betrieb sollte bei seiner Entscheidung auch die Kosten und die Logistik des Vertriebsmodells berücksichtigen. Für einige Betriebe könnte auch eine Kombination der verschiedenen Vertriebsmodelle und Verkaufsmethoden von Vorteil sein.

Hofgut Kapellenhof nutzt bereits unterschiedliche Wege der Vermarktung. Das Hofgut ist ein zertifizierter Bio-Bauernhof. Der Betrieb befindet sich in Deutschland, im Bundesland Hessen, in Hammersbach. Der Hof bewirtschaftet etwa 75 Hektar Acker- und Grünland: Anbau von Weizen, Gerste, Dinkel und Ackerbohnen. Diese werden als Futtergetreide oder auch als Speisegetreide verwendet. Ein Haupteinkommen bringt die Zucht von Schafen (Lacaune-Schafherde), für den Verkauf von Milch und Lammfleisch. Er besitzt eine Schafskäserei und stellt eigene Produkte her (Schafskäse, Joghurt, Frischkäse, Eis, Wurst, etc.).

Das Hofgut Kapellenhof hat verschiedene Möglichkeiten entwickelt, seine Produkte zu verkaufen:

- Er bietet einen Hofgut-Verkauf an. Dabei handelt es sich um einen Selbstbedienungsladen, in dem man 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche die Produkte des Hofes und Produkte anderer regionaler Bauernhöfe kaufen kann.
- Die Produkte werden auch über verschiedene Partner in der Region (z.B. Supermärkte) vermarktet.
- Darüber hinaus bietet der Hof Hofbesichtigungen, Käse- und Weinabende an ☞ Wissensvermittlung: Der Verbraucher bekommt einen exklusiven Blick hinter die Kulissen, lernt die Abläufe auf dem Hof kennen und erfährt Wissenswertes über den ökologischen Landbau

In Zukunft hat die Einrichtung eines Hofrestaurants als zusätzlicher Vermarktungsweg hohe Priorität.

Weitere Informationen rund um das Thema Schaffung und Erschließung von Nischenmärkten und was dabei beachtet werden sollte, finden Sie auf der [Projektwebseite](#).



Bilder: Hofgut Kapellenhof

Fallbeispiele aus der Praxis:

Deckers Biohof- Erhalt der biologischen Vielfalt durch Streuobstwiesen

Seit dem 15. Jahrhundert werden in Deutschland Streuobstwiesen bewirtschaftet. Vor allem in **Baden-Württemberg** sind traditionelle Streuobstwiesen noch recht weit verbreitet. Streuobstwiesen sind nicht nur eine schön anzusehende Anbaumethode, sondern sie sind auch Heimat von rund 5000 Pflanzen- und Tierarten. Gemäß der Roten Liste der Biotope Baden-Württembergs sind Streuobstwiesen und die darin lebende Artenvielfalt gefährdet.

Der landwirtschaftliche Betrieb **Deckers Biohof** besitzt zwei Hektar Obstplantagen, auf denen er alte Apfelsorten anbaut und somit zur biologischen Vielfalt beiträgt.

Deckers Biohof ist ein zertifizierter landwirtschaftlicher Betrieb. Seine Flächen werden seit 2004 nach Demeter-Richtlinien bewirtschaftet. Der Hof befindet sich in Bühl (Baden-Württemberg), das zur Nationalparkregion Schwarzwald gehört. Auf 20 Hektar Ackerfläche baut der Betrieb verschiedenste Gemüsesorten an. Neben den **eigenen Streuobstwiesen mit alten Apfelsorten** pflegt der Betrieb auch andere Wiesen und pachtet weitere Streuobstflächen von der Stadt in der Umgebung. Der Anbau und die Verarbeitung von alten Sorten lohnen sich sehr. Der Saft wird sehr gut angenommen und es gibt eine große Nachfrage danach. Folgende alte Apfelsorten baut der Betrieb an:

- Goldparmene
- Grafensteiner
- Kaiser-Wilhelm
- Jakob Fischer
- Brettacher Gewürzapfel

Die Produkte vermarktet der Biohof auf verschiedenen Weisen: Direkt auf dem Hof durch den Hofladen, über Marktstände in der Region sowie über zwei eigene bewirtschaftete Bioläden in der Region. Außerdem bietet der Betrieb einen Online-Shop mit Lieferservice an. Ein Schwerpunkt liegt dabei "Öko-Kisten". Mit diesem Konzept können Kunden Lebensmittel in ihrem gewünschten Rhythmus bestellen und sich liefern lassen.



Bild: Deckers Biohof



Bild: Ifls/ H. Nitsch

Bleiben Sie dran und folgen Sie uns für die nächste Ausgabe!

