

Am Ende der Offensive bleiben nur drei Projekte übrig

Die Kreise Calw und Rastatt suchen nach gemeinsamen Vermarktungsmöglichkeiten für regionale Produkte

Von Armin Guzy

Kreis Calw. Wird es in Supermärkten oder Tankstellen der Kreise Calw und Rastatt bald ein spezielles Regal geben, das ausschließlich mit regionalen Produkten gefüllt ist? Sicher ist das zwar noch nicht, aber nachgedacht wird darüber.

Anregungen für solche und ähnliche Gedanken rund um das Thema »Regionalvermarktung« sollte gestern im Calwer Landratsamt das Ergebnis einer Studie bringen, die von der Aktionsgruppe »Leader+«, bei der Landrat Hans-Werner Köblitz den Vorsitz hat, in Auftrag gegeben worden war. Wer dabei vom Büro »neuLand« allerdings die angekündigten »konkreten Maßnahmenvorschläge« erwartet hatte, sah sich am Ende eher Konzepten im Aufbau stadium gegenüber.

Immerhin, das Ziel ist klar: Die Landkreise der Region Nordschwarzwald wollen sich und ihre Produkte langfristig



Brüten über den Plänen für die Vermarktung regionaler Produkte: Von links Dajana Grzesik, Geschäftsführerin der Leader-Aktionsgruppe, Martin Steudinger vom Landratsamt Freudenstadt, Landrat Hans-Werner Köblitz, Rastatts stellvertretender Landrat Claus Haberecht, sowie Hannes Bürckmann und Michael Rebmann vom Büro »neuLand«.

Foto: Guzy

gemeinsam vermarkten. Dazu gilt es zunächst entsprechende Projekte anzuschleichen. Und ein solches ist das EU-Programm »Leader+«, in dessen Rahmen Calw und Rastatt

gemeinsam ihre Infrastrukturschwächen bekämpfen wollen.

Eine Möglichkeit dieser Zusammenarbeit wird in der »Regionalvermarktung« gese-

hen, zu der im Vorfeld der Studie auch in den Gemeinden der beiden Kreise etliche Vorschläge gesammelt worden waren. Von diesen bleiben nun nach Einschätzung

der »neuLand«-Planer aber lediglich drei halbwegs realistische Projekte übrig.

Eines davon ist das »Regionale Regal«. Ziel ist es hierbei, vor allem Direktvermarkter und Nebenerwerbsproduzenten von Schnäpsen, Honig und Fleisch auf einen einheitlichen Standard einzuschwören. Dann, so die Idee, könnten deren Produkte in den Supermärkten der Region selbst, aber auch in denen der angrenzenden Baulungsräume gut vermarktet werden.

Aber auch einer Erzeugergemeinschaft, wie es sie im Kreis Freudenstadt bereits gibt, räumt das Büro einige Chancen ein. Beim dritten Projekt setzen die Planer auf Gastronomie-Kampagnen, um die Vermarktung anzukurbeln.

Was davon nun umgesetzt wird, wird sich laut Köblitz im kommenden Frühjahr zeigen. Dann sollen die bisher »Leader+«-Projekte mit »spektakulären Events« umgesetzt werden. Man darf gespannt sein.