

Ausschnitte aus

vom 12.07.03

- Kreisnachrichten  
 Schwarzwälder Bote

- Enztäler  
 Pforzheimer Zeitung

Stuttgarter Zeitung

# Honig ist Vermarktungs-Hit

**Auch Rindfleisch** hat laut „Leader+“ gute Verkaufs-Chancen – Milch aus der Region ist kein Verkaufsschlager

CALW. Welche landwirtschaftlichen Produkte sind im Nordschwarzwald in ausreichender Menge vorhanden und lassen sich zudem Erfolg versprechend vermarkten? Das ist, vereinfacht gesagt, die Fragestellung, mit der sich das Leader+-Projekt „Regionalvermarktung“ in Trägerschaft der Landkreise Calw und Rastatt beschäftigt. Erste Zwischenergebnisse einer laufenden Studie wurden jetzt im Landratsamt Calw vorgestellt.

Leader+ ist die Bezeichnung für eine EU-Initiative, die sich eine nachhaltige Entwicklung in strukturschwachen und ländlichen Räumen zum Ziel gesetzt hat. Das Leader+-Fördergebiet erstreckt sich über die Landkreise

Calw, Freudenstadt und Rastatt. Die Mitglieder der Leader+-Aktionsgruppe Nordschwarzwald (LANS) sind regionale Akteure aus diesem Gebiet. Vorsitzender der Aktionsgruppe ist der Calwer Landrat Hans-Werner Köblitz.

Eine der Arbeitsgruppen, die sich im Dezember 2002 in Freudenstadt konstituiert hat, beschäftigt sich mit der wichtigen Frage der direkten Vermarktung von regionalen Produkten zur Stärkung der heimischen Landwirtschaft und damit letztlich auch zum Schutz der gewachsenen Kulturlandschaft.

Ziel ist die Schaffung regionaler Wirtschaftskreisläufe von der Produktion über die Verarbeitung bis zum

Verkauf mit höheren Erlösen für die Erzeuger. Das mit der Studie beauftragte Büro „neuLand“ kam zum Ergebnis, dass unter allen Naturprodukten Honig das beste Potenzial hat. Es gibt im Schwarzwald viel Honig in hoher Qualität, das Image stimmt und die Nachfrage auch. 75 Prozent des in Deutschland verzehrten Honigs müssen importiert werden.

An zweiter Stelle folgt das Rindfleisch, für das die Gutachter bei hoher Qualität gute Absatzchancen zum Beispiel in der Gastronomie sehen. Mit der schlechtesten Bewertung landete Milch auf dem letzten Platz. Es gebe zwar ausreichende Mengen, doch überhaupt keine Struktur für Verarbeitung und

Vermarktung in der Region. Relativ schlecht schnitt ein typisches Schwarzwald-Produkt ab: für eine Vermarktungsinitiative von Obstbränden ist nach Ansicht der Gutachter noch sehr viel Arbeit nötig.

Bis Ende August soll die Studie fertig sein. Die Gutachter wollen in nächster Zeit mit den Betroffenen vor Ort intensive Gespräche führen. Die fertige Studie soll aufzeigen, welche Projekte sich für welche Produkte eignen. Das Ergebnis werden wirtschaftlich sinnvolle Grundkonzepte für schnell umsetzbare „Schlüsselprojekte“ sein. Auch den Fragen nach der Förderung und Finanzierung werden die Gutachter nachgehen.