

REGIONALE IDENTITÄT

Rückblick Netzwerktreffen/ Anbieterforum 13.10.21

Über 30 Akteure und Interessierte lassen sich im beeindruckenden Ambiente des Kloster Wettenhausen inspirieren und tauschen sich aus

Bei der Veranstaltung gaben erfahrene Unternehmer*innen Einblicke in verschiedene Facetten der regionalen Vermarktung, sorgten für Inspiration und für einen konstruktiven Austausch.

Nach Begrüßung durch Projektmanagerin Hannah Lottermann-Young, Olaf Ude für das Kloster Wettenhausen und Hr. Landrat Dr. Hans Reichhart stellten – gekonnt moderiert von Judith Zacher vom Bayerischen Rundfunk – unterschiedliche Praktiker aus der Region ihre Ansätze und Erfahrungen, ihre Überzeugungen und Ideen, ihre Mittel und Wege im Kontext regionaler Produkte vor:

Jürgen und Jakob Lenzer, Geschäftsführer und Juniorchef der Bäckerei Himmelbäck aus Lauingen

Sie erklären, warum die Herkunft der von ihnen verwendeten Rohstoffe ihnen so wichtig ist und wo sie regional was beziehen. Für sie bzw. die Qualität ihrer Produkte spielt außerdem der Faktor Zeit eine bedeutsame Rolle. Sie fordern eine Volldeklaration aller Inhaltsstoffe. Ohne Enzyme beispielsweise sind Backwaren nicht nur leckerer und länger frisch, sondern auch bekömmlicher. Traditionelle Handwerkskunst und moderne Medien? Aus Sicht des Juniorchefs überhaupt kein Widerspruch, sondern ein sehr guter Weg, Kunden aus der Region erfolgreich und günstig zu informieren und anzusprechen.

Ulrich Geh, Geschäftsführer von Uli v. Bocksberg Eis in Bocksberg

Er beschreibt als sein Erfolgsrezept „man muss nur bissl verrückt sein“ und meint damit Wille und Ehrgeiz sowie den Mut, Dinge einfach mal auszuprobieren – z.B. auch schöne Eissorten wie Zitrone-Basilikum oder Heu-Eis. Er verkauft vor allem an Wiederverkäufer – „... selbst raus fahren, authentisch und ehrlich sein und überzeugen“, lautet seine Devise. Natürlich aber zählt auch, genau zu wissen, was ins Produkt reinkommt, so hochwertig wie möglich zu produzieren und in der Qualität nie nachzulassen.

Sophia Spitzer und Peter Baumgartner, Gründer von „schnitz & butzen“ aus Haunsheim

Sie stellen als Braumeisterin und Innenarchitekt bzw. Koch die Idee ihrer Herstellung von Apfel-Schaumwein aus Obst von heimischen Streuwiesen vor und ihre Motivation zum Einstieg in diesen Bereich. Corona war ihr Impulsgeber, inzwischen sind sie seit einem Jahr aktiv und im Vertrieb bis in Restaurants und Bars in Augsburg und München erfolgreich.

Hendrik Mächler, Geschäftsführer von „Gutes von hier“ in Ulm

Er spricht über seine Idee und seinen Geschäftserfolg mit allen Höhen und Tiefen. Sein Geschäft bzw. seine 2 Läden + Onlineshop werden aktuell von 60 Manufakturen mit insgesamt 500 Produkten beliefert, die er regional und thematisch zusammenstellt. Lläuft der Handel stationär oder online besser? Seiner Meinung nach braucht es beides – er verkaufe wesentlich mehr und auch lieber im Laden, der Onlineshop sei aber auch als Katalog und im Sinne von „multi channel“ wichtig.

Michaela Pisone, Marketing-Verantwortliche bei Lokbest in Wertingen

Sie präsentiert die Idee und Möglichkeiten dieses regionalen Anbieterportals. Die Plattform stellt Produkte und vor allem auch die Menschen dahinter vor, ist eine zentrale Anlaufstelle für den Endverbraucher und sozusagen der verlängerte Arm für Produzenten, die keine eigene Webseite und Social Media Kanäle haben. Als Herzensprojekt des Eigentümers läuft das Portal als Non-Profit-Organisation.

Stephan Bissinger vom Günzburger Kreisverband des Bayerischen Bauernverbandes

Er stellt die Verbraucherkampagne „Unsere bayerischen Bauern“ vor. Bauern betreiben schon immer regionale Wertschöpfung. Die Wertschätzung der landwirtschaftlichen Produkte bzw. der Landwirtschaft zu steigern, beschreibt er als das Ziel der Kampagne, die mit verschiedenen Imagefilmen (www.unsere-bauern.de) und vielfältigen, anschaulichen Verbraucherinformationen für seine Branche und das Thema „Heimat und Vielfalt“ wirbt.

Die Unternehmer*innen sorgten für Inspiration und ganz im Sinne „besonderer Verbindungen“ aus dem Projekttitle für einen konstruktiven Austausch. Und dies nicht nur in Wort, Bild und Gesprächen, sondern auch ganz konkret für den Gaumen im Rahmen einer **Verkostungsaktion** regionaler Produkte im Anschluss an den Vortragspart der Veranstaltung.

Im Netzwerk mitwirken und vom „Gemeinsam“ profitieren

Wer als Produzent oder Anbieter regionaler Produkte Interesse hat, sich noch in das Netzwerk einzuklinken, am Gemeinschaftsprojekt „Regionale Identität“ mitzuwirken und von den entsprechenden Synergien, dem Erfahrungs- und Ideenaustausch zu profitieren, ist dazu herzlich eingeladen und meldet sich bitte bei der Projektmanagerin Hannah Lottermann-Young, lottermann-young@donautal-aktiv.de. Weitere Informationen zum Projekt „Regionale Identität“ sind auch zu finden auf www.donautal-aktiv-genuss.de.