

<http://www.agrarbericht-2020.bayern.de/landwirtschaft-laendliche-entwicklung/markterschliessung.html>

> Landwirtschaft, Ländliche Entwicklung > Markt und Marktstellung der bayerischen Agrarwirtschaft > Markterschließung

Markterschließung

Absatzförderung

Die Absatzförderung bayerischer Agrarprodukte im In- und Ausland war in den Jahren 2018 und 2019 Schwerpunktthema im Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF).

Die alp Bayern (Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern) hat erheblich dazu beigetragen, die Wertschätzung für die „Marke Bayern“ auf allen Marktstufen zu verbessern. In enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaft wurden entsprechende organisatorische Strukturen geschaffen. Das spiegelt sich auch in den Exportzahlen wider, die zwei Jahre hintereinander eine Steigerung aufwiesen.

Der Internetauftritt www.alp.bayern.de informiert bayerische Unternehmen über Aktivitäten und Beteiligungsangebote zur Markterschließung. Die Website bietet ausführliche Informationen zu den verschiedenen Regionalinitiativen und Exportmaßnahmen, zu Messebeteiligungen sowie eine Online-Bestellmöglichkeit für Werbemittel. Interessierten Verbrauchern gewährt die Website einen raschen Überblick über die Programme und Veranstaltungen der alp Bayern.

Messen und Ausstellungen

Um den mittelständischen Unternehmen der bayerischen Agrar- und Ernährungswirtschaft die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Erzeugnisse unter vertretbaren Kosten auf dem Markt zu präsentieren, organisiert die alp Bayern im In- und Ausland Gemeinschaftsstände auf ernährungswirtschaftlichen Fachmessen sowie bedeutenden überregionalen Ausstellungen und betreut die ausstellenden Firmen.

Gemeinsam mit Verbänden und Firmen der bayerischen Ernährungswirtschaft erfolgte in den Jahren 2018 und 2019 eine Beteiligung u. a. an folgenden Messen und Ausstellungen:

Inland

- Biofach, Nürnberg, 2018 und 2019
- Consumenta, Nürnberg, 2018 und 2019
- Food & Life, München, 2018 und 2019
- Internationale Grüne Woche, Berlin, 2018 und 2019
- Anuga, Köln, 2019
- HOGA, Nürnberg, 2019
- Intergastra, Stuttgart 2018

Ausland

- Alles für den Gast, Salzburg, 2018 und 2019
- REGAL Branchentreff, Wien 2018 und 2019
- Gustav, Dornbirn, 2018 und 2019
- SIAL Paris, 2018
- Bio Austria, Wieselburg, 2018

Darüber hinaus beteiligte sich das StMELF über die Ämter für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (ÄELF) im Rahmen seines Informations- und Beratungsauftrages an Regionalausstellungen und ähnlichen Veranstaltungen. Insgesamt wurden in den Jahren 2018 und 2019 jährlich etwa 35 derartige Maßnahmen durchgeführt.

Exportmarketing

Ein wichtiger Baustein des Exportmarketings sind Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen (Bayern-Wochen) im Lebensmitteleinzelhandel im Ausland. Vorausschauende Planung und eine rechtzeitige Information der bayerischen Ernährungswirtschaft über die Aktionstermine sowie attraktive und individuelle Kommunikationshilfen des StMELF für den Ort des Verkaufs (Point of Sale), z. B. Motivplakate, das Bayern-Regal und die Bayern-Warenschütte zur Warenpräsentation, ermöglichen eine erfolgreiche Verkaufsförderung für bayerische Lebensmittel. In den Jahren 2018 und 2019 wurden jährlich zwischen 10 und 15 solcher Aktionen realisiert. Schwerpunktländer bei der Absatzförderung waren neben dem wichtigsten Exportmarkt Italien die mittel- und osteuropäischen Länder sowie Asien (hier besonders China).

Im Rahmen der „Bayerischen Exportoffensive für die Marke Bayern“ wurden in den Jahren 2018 und 2019 zahlreiche Markterschließungsmaßnahmen durchgeführt. Dazu gehörten Unternehmerreisen nach Bulgarien, Rumänien, Tschechien, Niederlande und Spanien (alle 2018) sowie nach Schweden, Portugal, Dänemark und Polen, Matchmaking-Veranstaltungen in München für Handelspartner aus Portugal und Kroatien (2018) sowie Italien (2019), die Einrichtung eines regelmäßig stattfindenden Marketingkreises Italien (seit 2016), die Beteiligung an Fachausstellungen in Wien (2018 und 2019), Promotion bayerischer Spezialitäten auf den Flügen einer italienischen Fluglinie zur Oktoberfestzeit (2019) und Messebeteiligungen im Ausland (siehe auch „Messen“). Bei diesen Maßnahmen, die der Kontaktaufnahme dienen und Handelsbeziehungen zwischen bayerischen Ausstellern und ausländischen Handelspartnern ermöglichen, beteiligen sich in der Regel zwischen 8 und 15 bayerische Lebensmittelhersteller, darunter überwiegend Molkereien und Käsereien sowie Brauereien. Zur Vorbereitung und Hinführung auf neue Absatzmärkte wurden verschiedene Informationsseminare für die exportinteressierten und -orientierten bayerischen Firmen veranstaltet und Marktinformationen bereitgestellt.

Regionalmarketing

Die Programme der alp Bayern im Regionalmarketing zielen darauf ab, die Wahrnehmung für erstklassige regionale Lebensmittel weiter zu verbessern, den Qualitätsaspekt deutlich zu kommunizieren und das Vertrauen der Verbraucher in regionale Lebens- und Genussmittel zu stärken.

Die Kommunikationsmaßnahmen in Bayern drehen sich um die Qualitäts- und Herkunftssicherungsprogramme „Geprüfte Qualität – Bayern“ (www.gq-bayern.de) und „Bayerisches Bio-Siegel“ (www.biosiegel.bayern) sowie um die auf europäischer Ebene herkunftsgeschützten Agrarprodukte und Lebensmittel. Die Vielfalt der bayerischen Regionen und Landschaften ist die ideale Voraussetzung für die Hervorhebung bzw. Vermarktung regionaltypischer Qualitätsprodukte.

Die Internet-Plattform www.spezialitaetenland-bayern.de ist eine europaweit einmalige Internetdatenbank mit über 250 regionaltypischen Spezialitäten aus Bayern. Sie gibt Auskunft über die Geschichte, die Zubereitung sowie regionale Besonderheiten der Produkte.

Unter der Marke WeltGenussErbe Bayern (www.weltgenusserbe.bayern) wird für bayerische Agrarprodukte und Lebensmittel, Weine und Spirituosen geworben, die von der Europäischen Union als geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) oder geschützte geografische Angabe (g.g.A.) anerkannt sind. Über 50 bayerische Spezialitäten sind aktuell von der Europäischen Union vor Nachahmung geschützt.

Das Regionalportal www.regionales-bayern.de, das Erzeuger und Verbraucher in der regionalen Direktvermarktung noch besser vernetzen soll, bietet Verbrauchern eine einfache und zeitgemäße

mobile Webanwendung, die es schnell und unkompliziert ermöglicht, regionale Produkte, landwirtschaftliche Dienstleistungen und Veranstaltungen in der eigenen Umgebung, zu finden. Registrieren kann sich jeder Vermarktungsbetrieb und jede Regionalinitiative aus Bayern, die ihre Produkte oder Dienstleistungen direkt von der bayerischen Landwirtschaft herstellen lässt. Zum 1. Mai 2019 waren 2 500 Anbieter landwirtschaftlicher Direktvermarktungsangebote registriert.

Aus der Webseite www.bayern-brand.de finden Verbraucher Informationen rund um hochwertige Destillate aus den bayerischen Regionen.

Mit dem neuen Webauftritt www.streuobst-blueht.de werden Verbraucher über die Vorteile und hohe Qualität von heimischem Streuobst und die daraus gewonnenen Produkte informiert. Die Webseite enthält zudem eine Übersicht regionaler Verkaufsstellen von bayerischen Streuobstprodukten.

Auf der Webseite www.bayern-blueht.de werden die Aktionen der Initiative „Bayern blüht“, für die sich die gärtnerischen Verbände in Bayern zusammengeschlossen haben, dargestellt. Durch die Seite soll auch das Gärtnerwissen in der Gesellschaft erhalten bleiben.

Die Initiative „Ihre regionalen Genusshandwerke“ vermittelt Verbrauchern mit einer Plakatkampagne sowie der Webseite www.genusshandwerke.bayern.de den hohen Stellenwert von regional und handwerklich gefertigten Lebensmitteln.