



# Leitfaden zum Verwendungsnachweis

**Titel des Projektes:** „Regionalwert vermarktet“-Nachhaltige Stärkung der Wertschöpfung von Bio-Lebensmitteln und die damit verbundene regionale Vermarktung in der Metropolregion Hamburg

**Zuwendungsempfänger:** Regionalwert AG Hamburg

**Laufzeit:** 01.05.2021 bis 30.04.2024

## Kurzbeschreibung der WSK/ Besonderheit

Die Vermarktung von regionalen, hochwertigen Produkten in der Metropolregion Hamburg und Schleswig-Holstein stand im Fokus der Projektlaufzeit. Die Wertschöpfungskettenmanagerin betrachtete unterschiedliche Produktgruppen und Vermarktungswege und loteten mögliche Absatzwege aus.

## Projekt

Das zentrale Ziel war es die Bio-Wertschöpfung in der Metropolregion Hamburg und Schleswig-Holstein zu steigern. Das Netzwerk der Regionalwert AG Hamburg ist bereits vielfältig aufgestellt. Sowohl landwirtschaftliche Betriebe, Lebensmittelhandwerker, Gastronomen, sowie lokale Einzelhändler und Großhändler sind Partner:innen. Nach wie vor bestehen Lücken innerhalb der verschiedenen Wertschöpfungsketten. Neben der Fleischverarbeitung und dem Obstanbau herrscht zudem ein Bedarf an einer Produktionsstätte zur Lebensmittelverarbeitung, sowie der Logistik. Die geschaffene Projektstelle sollte dazu beitragen diese Lücken zu erkennen, die Betriebe im Netzwerk näher zusammenzubringen und wirtschaftlich attraktive Vermarktungswege, auch außerhalb des Netzwerkes, zu etablieren. Ein wichtiger Punkt bei der Vermarktung spielte die Bereitstellung von Informationen, insbesondere auf Messen, für die Verbraucher:innen in der Metropolregion Hamburg und Schleswig-Holstein. Den Rahmen des laufenden Projekts bildeten folgende Meilensteine:

AP 1: Entwicklung von Vermarktungsmöglichkeiten
AP 2: Konzept der Vermarktung
AP 3: Akquise Partnerbetriebe
AP 4: Akquise Schnittstellen / neue Betriebe
AP 5: Akquise Verbraucher
AP 6: Sondierung Logistikmöglichkeiten
AP 7: Konkrete Planung Vermarktungskonzepte
AP 8: Konkrete Planung Partnerbetriebe
AP 9: Konkrete Planung Verbraucher
AP 10: Konkrete Planung Logistik
AP 11: Administration & Projektentwicklung

AP 12: Öffentlichkeitsarbeit & Werbung
AP 13: Förderprogramm

### **Ausgangslage/Hintergrund**

Die Ausgangslage ist die, dass erste Absatzwege innerhalb der Bio-Branche in der Metropolregion Hamburg und Schleswig-Holstein bestehen. Allerdings beschränken sich diese Wege auf einzelne Akteure. Eine gut geplante und damit effektive Logistik wäre ein erster Schritt um die Beteiligten in einem strukturschwachen Land, wie Schleswig-Holstein, zu vernetzen. Der Aufbau einzelner Läger (Hubs), bzw. Bündler könnten ebenfalls zu einer erfolgversprechenden Vermarktung beitragen. Außerdem Im Fokus: die Betrachtung der Wertschöpfung der Fleischbranche und der damit teilmobilen oder mobilen Schlachtung.

### **Projektbeteiligte**

Beim Thema der „mobilen Schlachtung“ gab es eine enge Zusammenarbeit insbesondere mit den Fleischproduzenten „Waldhof Zydek“, „Erdmannshof“ und „Carstens Highlands. An runden Tischen und bei Onlineveranstaltungen gaben die Projektteilnehmer anderen Teilnehmern und der WSK-Managerin brauchbare Tipps aus der Fleisch-Branche. Der „Groth Hof“ brachte seine Kompetenz aus dem Gemüseanbau mit in das Projekt ein. Der Biolandhof Andresen teilte gerne sein Wissen über den Kartoffelanbau, als auch über der Haltung von Hühnern.

Mit unterschiedlichen Vereinen und Verbänden der Bio- und Lebensmittelbranche aus Hamburg und Schleswig-Holstein arbeitete die WSK-Managerin in engem Austausch zusammen.

### **Durchführung**

Zu Anfang stand die Sondierung der Vermarktungssituation, vorerst unserer Partner. Ebenfalls im Fokus stand die Sondierung der bereits vorhandenen Logistik.

Regelmäßige Treffen, auch an sogenannten runden Tischen, brachten zudem gute Gespräche und umfangreiche Erkenntnisse der Branche.

Zusammen mit anderen Organisationen versuchten wir erste Wege entlang der Wertschöpfungskette zu ermitteln und sichtbar zu machen.

Die wichtigsten Meilensteine waren am Anfang, wie beschrieben, die Sondierung der Ausgangslage. Die konkrete Planung der Logistik stellte ein weiterer wichtiger Meilenstein dar. Zudem verloren wir den Verbraucher nicht aus den Augen, veranstalteten Informationsveranstaltungen oder kamen auf verschiedenen Fachmessen mit interessierten Menschen in Kontakt.

### **Ergebnisse**

Insbesondere zu Anfang der Projektlaufzeit zeigten Umfrageergebnisse, dass es einen großen Bedarf an Vermarktungsstrategien, als auch der nachgelagerten Logistik gibt. Lücken wurden erkannt und insbesondere im Bereich Logistik zusammen mit anderen Organisationen in Schleswig-Holstein unterschiedliche Möglichkeiten abgeklopft. Daraus resultierten die Fragen:

Gibt es Multiplikatoren? Kann die Regionalwert AG Hamburg unterstützend zur Seite stehen? Müssen Anschaffungen oder Investitionen zur Schließung der Lücken getätigt werden? Ein wichtiger Baustein beim Wertschöpfungskettenmanagement ist die Bildung eines gut funktionierenden Netzwerks. Die mobile oder teilmobile Schlachtung hat sich insbesondere in Schleswig-Holstein als nicht rentabel erwiesen. Zum Thema Logistik konnten ein Konzept vorgestellt werden, leider wurde dieses bisher nicht angenommen. Nach der Vorarbeit der WSK-Managerin wurde das weitere Vorgehen zum Thema Logistik nach Abschluss des Projekts an die Regionalwert AG Hamburg weitergegeben und wird an dieser Stelle weiterverfolgt.

### **Herausforderungen**

In der heutigen Zeit ist eine der großen Herausforderungen eine gut funktionierende Arbeitsgruppe zusammenzustellen. Die zeitlichen Kapazitäten der einzelnen Akteure sind sehr begrenzt. Somit sollte die Planung vorab zielführend sein und zeiteffizient. Zudem sollte auch kosteneffizient gearbeitet werden. Die Meilensteine müssen schon am Anfang der Antragstellung genau definiert werden, um etwaige Kosten im Blick zu haben.

### **Empfehlungen**

Unabdingbar sind genau definierte Fragestellungen und eine realistische Zielsetzung. Recherchearbeiten gehören genauso dazu, wie auch eine gut durchdachte Gruppenzusammensetzung. Damit Maßnahmen umgesetzt werden können, braucht es eine motivierte Arbeitsgruppe. Des Weiteren wichtig: eine strukturierte Arbeitsweise und die Meilensteine nicht aus den Augen zu verlieren. Ein gutes Tool zum Überprüfen seines Standpunkts ist die Visualisierung der Ergebnisse, entweder anhand von Whiteboards oder einfach „old school“ mit Papier und Stift.

Bitte senden Sie uns ein **aussagekräftiges Bild** unter Angabe der **Quelle** mit.