

Sie sind kurz vor dem Ziel: Zwölf nominierte Unternehmen bereiten sich auf den entscheidenden Schritt im Wettbewerb „Regional-Star 2024“ vor. Am 23. Januar entscheidet sich, wer triumphiert.

Bettina Röttig



Der Abschluss-Event bietet erneut auch Raum für politische Diskussionen.

Bereit für die große Bühne

Die ersten Hürden haben sie genommen: Je drei Kandidaten in vier Kategorien haben die Experten-Jury des Wettbewerbs Regional-Star 2024 überzeugt und wurden in die engere Wahl genommen. Sie zeigen eindrucksvoll, was Landwirte, Produzenten und Lebensmittelhändler gemeinsam bewirken können, um lokale Wirtschaftsstrukturen aufzubauen, den Versorgungsgrad mit heimischen Lebensmitteln zu erhöhen – und die Wünsche der Verbraucher zu erfüllen.

Denn auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten legen die Bundesbürger nach wie vor Wert auf Lebensmittel aus der Nachbarschaft, das zeigte auch der Ernährungsreport 2023 des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. Dabei sind einige Kategorien klar im Fokus. So ist es 88 Prozent der Befragten bei Eiern sehr wichtig beziehungsweise wichtig, dass



Unterstützt von



sie aus der Region kommen, in der sie wohnen. Ähnlich vielen ist dies auch bei frischem Obst und Gemüse sowie bei Brot und Backwaren sehr wichtig oder wichtig, gefolgt von den Segmenten Fleisch- und Wurstwaren sowie Milch und Milcherzeugnisse.

Damit Kunden auch zugreifen, braucht es jedoch die richtigen Vermarktungsstrukturen, Produkte sowie Kommunikations- und Marketingkonzepte. Und schließlich müssen heimische Produkte in den umfangreichen Sortimenten der Supermärkte auch hervorstechen.

Erfolgreiche Regionalitätskonzepte aus Landwirtschaft, Verarbeitung und Lebensmittelhandel, die unter Aspekten der Nachhaltigkeit und Fairness die Vermarktung regionaler Produkte voranbringen und zur Nachahmung anregen, würdigen Lebensmittel Praxis und Grüne Woche seit 2016 mit der Auszeichnung Regional-



Jury-Sitzung: Die Nominierten müssen beweisen, dass sie – in ihrer Kategorie – den ersten Platz verdienen.

Star. Unterstützt wird der Branchenwettbewerb vom Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH) und dem Fachmagazin Top Agrar als Medienpartner.

Einladung zum Abschluss-Event

In diesem Jahr wurden die Kategorien noch einmal neu definiert, um noch stärker Leistungen entlang der gesamten Wertschöpfungsketten zu fördern: Produktinnovation, Verarbeitung, Handelskooperation sowie Marketing. Die Nominierten in den Kategorien stellen wir Ihnen auf den nächsten Seiten vor. Noch ist das finale Rennen um die ersten Plätze in den vier Kategorien offen. In einem letzten Schritt werden sie am Morgen des 23. Januar während der Grünen Woche in Berlin vor die Jury treten, noch einmal deren letzte Fragen beantworten und dafür kämpfen, dass ihr Konzept auf den ersten Platz in ihrer Kategorie gewählt wird.

Noch am gleichen Abend geht es für alle Kandidaten auf die Bühne in der Bayernhalle.



Hier finden Sie das Programm und die Anmeldung zur Verleihung der „Regional-Stars 2024“.

Sie werden sich und ihre Konzepte selbst dem Publikum vorstellen und ihr Herzblut beweisen können. Zuvor geht es in einer Podiumsdiskussion um das Thema „Quo vadis, Regionalität? Wie geht es weiter in Zeiten von Preisdruck, Kaufzurückhaltung, Regulierungen?“. Hierzu diskutieren LP und Top Agrar mit Dr. Ophelia Nick (Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft und Bundestagsabgeordnete von Bündnis 90/Die Grünen), Günther Felßner (Landwirt und Präsident des Bayerischen Bauernverbandes), Peter Klingmann (Vorstandsvorsitzender Regionalfenster e. V. und Geschäftsführer Regionalfenster Service GmbH), Katja Ölberger (Bundesvorsitzende Fördergemeinschaft Einkaufen auf dem Bauernhof) und Lutz Richrath (selbstständiger Rewe-Händler im Großraum Köln und Vorstandsmitglied der Rewe West e. G.)

Seien Sie dabei, lassen Sie sich inspirieren, und kommen Sie ins Gespräch. ■

Die Experten-Jury 2024



Marcus Arden, Redaktion Top Agrar



Lars Jaeger, Projektleiter, Internationale Grüne Woche/ Messe Berlin



Stefan Leuer, Leiter Fachbereich Markt, Qualitätsmanagement, Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen



Lutz Richrath, Inhaber Rewe Richrath Supermärkte, Bergheim



Dr. Josef Efken, wissenschaftlicher Mitarbeiter Thünen-Institut für Marktanalyse



Dr. Axel Kölle, Leitung ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung, Uni Witten/Herdecke



Michaela Meyer, Leitung Geschäftsbereich Nachhaltigkeit, Edeka Südwest



Bettina Röttig, Redaktion Lebensmittel Praxis



Johannes Esslinger, Inhaber Edeka Esslinger, Weißensberg



Fritz Konz, Leitung Qualität und Umwelt, Tegut



Franz-Martin Rausch, Hauptgeschäftsführer BVLH



Nicola Tanaskovic, Bereichsleitung Nachhaltigkeit, Rewe Group



NOMINIERT IN DER KATEGORIE

Handelskooperation



E-Center Schneider:
Hofladen Bayreuther Land



Rewe Fürst OHG:
Regionalität gemeinsam leben



Rewe Jan Radke oHG:
„Von um die Ecke“ mit Herz

+++ Hofladen: Regionale Spezialitäten auf 15 m² präsentiert
+++ Definition: Aus 30 km Umkreis kommen die Produkte
+++ Aktionen: Hierfür gibt es eine Sonderfläche im Markt

+++ Engagiert: Akquise und Betreuung regionaler Erzeuger
+++ Sortiment: Rund 760 regionale Produkte
+++ Definition: Aus maximal 75 km Entfernung

+++ Lokal: Äpfel aus 22 km Luftlinie sind Star des Sortiments
+++ Entwicklung: Aus Most-äpfeln wurde wachsende Range
+++ Sicherheit: Kooperation ermöglicht Investitionen in Betrieb

Kleinstherzeuger weiterentwickelt

Edeka-Händler Patrick Schneider hat die Erzeuger-Dachmarke Bayreuther Land als Kooperationspartner gewonnen und einen attraktiven Hofladen für die Produkte der Kleinstherzeuger als Shop-in-Shop-Konzept geschaffen. Zuvor fehlte der Dachmarke ein fester Ort zur Vermarktung. Auf 15 Quadratmetern werden die Besonderheiten im E-Center präsentiert – Tiefkühlung und Schindeldach inklusive. Eine Heimatentwicklerin wurde über die Initiative Heimatunternehmen Bayern dafür gewonnen, die Erzeuger auf die Vermarktung mit Edeka Schneider vorzubereiten.

Stetiger Ausbau des Regio-Anteils

Andrea Fürst setzt sich in ihrem Rewe-Markt in Wiesau seit 2005 für die Förderung regionaler Wertschöpfungsketten ein. 45 Erzeuger aus der Nachbarschaft liefern heute mehr als 760 heimische Artikel, darunter Spezialitäten wie Straußen-Eierlikör. Diese stehen für 12 Prozent des Gesamtumsatzes. Präsentiert werden sie auf dem aufmerksamkeitsstark gestalteten Marktplatz. Über Zusatzplatzierungen, Aktionen und Regio-Messen macht das Rewe-Team auf sie aufmerksam und bringt Kunden und Lieferanten zusammen. Fürst arbeitet täglich am Ausbau des Angebots.

Kreatives aus lokalen Äpfeln

Möglichst lokale Erzeuger suchten Jan und Kerstin Radke für ihre Rewe-Märkte: der Beginn einer besonderen Kooperation. Mit dem Obstbaubetrieb von Walter Wittig können sie ihren Kunden Apfelsorten bieten, die es im regulären Handel kaum zu kaufen gibt, wie den allergikerfreundlichen Wellant. Um den Betrieb stärker zu unterstützen, lassen Radkes zudem Äpfel weiterverarbeiten, Start für die Produktrange „Von um die Ecke“. Neben Apfelsäften wurden gemeinsam Glüh- und Fruchtweine kreiert, mit einer regionalen Seifenmanufaktur sogar drei verschiedene Apfelseifen.

NOMINIERT IN DER KATEGORIE

Verarbeitung



Barnhouse Naturprodukte GmbH:
Barnhouse Liefergemeinschaft

- +++ **Ab 2020:** Krunchy-Sortiment mit 100 Prozent Regio-Flocken
- +++ **Sicherheit:** mehrjährige Verträge mit festen Preisen
- +++ **50 km:** 80 Prozent der Landwirte kommen aus dem Radius

Regionales Bio weiterentwickelt

Mehr Bio-Anbau: Barnhouse Naturprodukte will Anreize geben, Bio-betriebe zu erhalten oder auf Bio umzustellen. Heute bauen knapp 90 Bio-Landwirte der Verbände Demeter, Naturland, Bioland und Biokreis aus einem Umkreis von maximal 100 Kilometern für Barnhouse Hafer und Dinkel an – Hauptzutaten in jedem Bio-Knuspermüsli der Marke. Geflockt wird das Korn beim Partner PrimaVera-Mühle vor Ort. Gemeinsam wird der Öko-Anbau in der Region weiterentwickelt: Auf den Barnhouse-Feldern werden Artenvielfalt und Bodenqualität gefördert.



Edeka Südwest Fleisch: Hofglück – das Schweine- und Geflügel-Markenfleischprogramm von Edeka Südwest Fleisch für eine tiergerechtere Haltung

- +++ **Tierwohl:** Kriterien des Deutschen Tierschutzbundes
- +++ **Transporte:** maximal 200 km beziehungsweise vier Stunden
- +++ **Futter:** Großteil aus eigenem Anbau, gentechnikfreies EU-Soja

Zertifiziertes Fleischprogramm

Höchstes Tierwohl aus der Region für die Region: Diesen Anspruch verfolgt die Edeka Südwest Fleisch seit 2013 mit ihrem Markenfleischprogramm Hofglück. Basis bilden die Richtlinien des Tierschutzlabels „Für Mehr Tierschutz“ des Deutschen Tierschutzbundes in der Premiumstufe. Heute sind mehr als 70 Familienbetriebe angeschlossen. Neben Schweinefleisch bietet Edeka Südwest seit 2021 auch regionales Geflügelfleisch von Hofglück an. Die Zahl der gesichert abgenommenen Tiere liegt heute bei 1.600 Schweinen und 2.300 Masthähnchen pro Woche.



Unser Land GmbH:
Unser Land Logistik – regionale Logistikköslung

- +++ **Service:** Mikrologistik für Netzwerkpartner
- +++ **Lager:** von Esting werden 850 Handelspartner beliefert
- +++ **CO₂-Reduktion:** optimierte Logistik mit Synergieeffekten

Ausgeklügelte Logistik-Struktur

Passgenaue logistische Lösungen sieht das Netzwerk Unser Land als Schlüssel zur erfolgreichen Regionalvermarktung. Erzeugung, Vermarktung und Verkauf der Unser-Land-Produkte finden im Netzwerkgebiet mit einem Durchmesser von 72 Kilometern statt. Aufgebaut wurde eine Mikrologistik mit Synergieeffekten, da Produkte auch direkt auf der Auslieferungstour bei Erzeugern abgeholt werden. Vom Lager in Esting aus werden rund 850 Supermärkte und Hofläden beliefert, bei jeder Tour die vom Gewicht her drei stärksten Läden zuerst, was CO₂ einspart.



NOMINIERT IN DER KATEGORIE

Marketing



E-Center Warnow Park GmbH:
Unsere Partner – das Herz der Region



Rewe Center Egelsbach:
Gemeinsam regional stark für Egelsbach



Rewe Stenten:
„Aachen Liebe“

+++ **Regionalwelt:** auf 150 m² inklusive FC-Hansa-Fanshop
+++ **Multimedia-Konzept:** mit Videos, Blog, Social Media
+++ **Bon:** Der regionale Durchschnittsbeton liegt bei 40 Euro

+++ **Aktionen** sorgen für Umsatzplus und Wertschätzung
+++ **Definition:** Regionales aus maximal 100 km Umkreis
+++ **Fokus:** gesamte Wertschöpfungskette in Hessen

+++ **Kampagne:** Mitarbeiter stellen ihre Lieblings-Produkte vor
+++ **Heimat-Sortiment:** 400 Produkte aus maximal 25 km
+++ **PoS:** Präsentation in „Stenten Regional“-Möbeln

Trommeln auf allen Kanälen

Das **Rostocker E-Center Warnow Park** präsentiert traditionelle Köstlichkeiten und innovative Kreationen von rund 80 Lieferanten aus Mecklenburg-Vorpommern in einer 150 Quadratmeter großen Regionalwelt im Markt sowie über digitale Kanäle. „Oftmals haben diese Betriebe nicht die nötigen Ressourcen, um entsprechende Marketingkampagnen durchzuführen“, erklärt Geschäftsführer Stephan Cunäus. Das E-Center lässt auf eigene Kosten Imagefilme drehen und stellt seine heimischen Produzenten auf Website, Social Media und im eigenen Regional-Blog vor.

Bindungen fördern

Produkte aus maximal 100 Kilometern Entfernung zum Markt und möglichst nach den Kriterien des Siegels „Gutes aus Hessen“ erzeugt stehen im Rewe Egelsbach im Vordergrund. Um die Köstlichkeiten Kunden näherzubringen, organisiert das Marktteam zahlreiche Aktionen, vom Bauernmarkt zu Pfingsten über Events zur Weinlese mit Verkostung bis zu Erntedankfest, Regional-Messen und Ausflügen zu Lieferanten. Steigende Regional-Umsätze und das wachsende Interesse an den Aktionen seitens der Kunden und Lieferanten sind Beweis für den Erfolg.

Mitarbeiter sind Testimonials

Neu gedacht: Rewe Stenten gibt seinen heimischen Spezialitäten ein Gesicht. Doch nicht die Produzenten standen für die emotionale Kampagne vor der Kamera, sondern 40 Mitarbeiter stellen je ihr persönliches regionales Lieblingsprodukt vor. Die Kampagne unter dem Motto „Aachen Liebe“ sorgte auf 50 gemieteten Citylight-Flächen in Aachen sowie in der Aachener Zeitung für Aufmerksamkeit, aber auch für Absatzsteigerungen. Ein Absatzplus von 15 bis 70 Prozent verzeichnete Rewe Stenten während des Kampagnenzeitraums mit den Produkten.

NOMINIERT IN DER KATEGORIE
Produktinnovation



Antonius Gemeinsam Begegnen gGmbH:
Emma-Aufstriche

- +++ **Vegan:** Aufstriche auf Basis des Urgetreides Emmer
- +++ **Inklusive** Anbau- und Produktionsbetriebe
- +++ **Kooperativ:** Entwicklung mit der Hochschule Fulda

Emmer ersetzt Kichererbse

Einen veganen Brotaufstrich aus regionalen Zutaten nachhaltig produzieren: Die Antonius Gemeinsam Begegnen gGmbH hat diese Idee gemeinsam mit der Hochschule Fulda umgesetzt. In Anlehnung an das Trendprodukt Hummus entstanden drei Aufstriche auf Basis des Urgetreides Emmer. Die Sorte ist klimaresistenter und benötigt weniger Wasser und Düngemittel. Die Rohstoffe kommen aus der Bio-Produktion der rund 3 Kilometer entfernten Antonius Gemeinsam Wachsen gGmbH, ein inklusiver landwirtschaftlicher Schwesterbetrieb.



Biolandhof Familie Baur:
Biolandprodukte direkt aus den Stauden

- +++ **Ursprünglich:** Urdinkel und Mehrnutzungshühner
- +++ **Lokal:** Im Radius von 17 Kilometern wird das Korn verarbeitet
- +++ **Leistung:** Biodiversität nachweislich gesteigert

Hyperlokal, bio, ursprünglich

Im bayerischen Reichertshofen bauen die Junglandwirte Stefanie und Alexander Baur vom Biolandhof Familie Baur Urdinkel an und halten Hühner gefährdeter und seltener Rassen. Ihre Urdinkelmehle sowie Teigwaren aus Urdinkel tragen sowohl das Bioland- als auch das Bayerische Bio-Siegel. Der Urdinkel der Sorte Oberkulmer Rotkorn wird von einem Lohnunternehmer in der direkten Nachbarschaft gedroschen und in der nächstgelegenen Mühle entspelzt, gereinigt und vermahlen. Die Belieferung von Einzelhändlern erfolgt in einem Umkreis von acht Kilometern.



Followfood GmbH:
Followfood Bio Kartoffelprodukte aus regenerativer Öko-Landwirtschaft

- +++ **Bio Plus:** Aufbau von Ökosystem und Bodenfruchtbarkeit
- +++ **Innovativ:** erste Produkte aus regenerativem Öko-Anbau
- +++ **Koordiniert:** Anbaumethode, Partner- und Produzentensuche

Heimische Böden aufbauen

Bio, regional und regenerativ: Followfood will Bio weiterentwickeln und eine Lebensmittelproduktion fördern, die Ökosysteme wieder aufbaut. Das Unternehmen unterstützt den Unteren Berghof im Schwarzwald beim Versuchsanbau regenerativer Kartoffeln mit Mulch. Das Projekt wird aus dem Followfood-Bodenretter-Fonds finanziert und wissenschaftlich begleitet. In dem Projekt werden Kartoffeln in einer bodenaufbauenden Art in die Fruchtfolge integriert. Erstes Ergebnis sind Pommes frites, Kroketten und Rösti in Demeter-Qualität im Followfood-Sortiment.