



Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Qualität und Genuss
aus den Regionen



Inhalt

Vorwort	4
1 Einleitung	6
2 Vielfalt der Regionen	9
2.1 Regionalinitiativen in ganz NRW	10
2.2 Direktvermarktung	14
2.3 Vielseitige Ernährungswirtschaft mit starkem Handwerk	16
2.4 Starker Standort für hochwertige Lebensmittel	26
3 Qualitätsgemeinschaften	29
3.1 Schutzgemeinschaften für regionale Spezialitäten	29
3.2 Bioprodukte – stark gefragt	35
3.3 Mehr Verbrauchervertrauen durch Qualitätssicherung	37
3.4 Qualitätszeichen NRW – Nachhaltigkeit im Fokus	39
4 Synergien schaffen durch Branchennetzwerke	40
4.1 Cluster Ernährung.NRW	40
4.2 Ein Verein jenseits der Branchen und Produktionsstufen	41
4.3 Vorsprung durch Wissenschaft	42
5 Die Region entwickeln – Förderprogramme	47
5.1 Gemeinsam die Vermarktung gestalten	47
5.2 Stärkung der Landwirtschaft in der Wertschöpfungskette	49
6 Verbrauchernahe Agrar- und Ernährungswirtschaft	51
6.1 Was Verbraucher wollen	51
6.2 Gesunde und frische Ernährung	52
7 Adressen von Verwaltung, Verbänden, Organisationen und Regionalinitiativen	55

Sehr geehrte Damen und Herren!



Nordrhein-Westfalen ist ein Land mit sehr unterschiedlichen regionalen Profilen und Produktionsschwerpunkten. In vielen Landschaften und Regionen haben sich regional-typische Schwerpunkte der Landwirtschaft entwickelt, die Einfluss auf die Lebensmittelherstellung nehmen. In Nordrhein-Westfalen liegen die Absatzmärkte vor der Tür, denn nirgendwo in Deutschland gibt es ein so dichtes Nebeneinander von ländlichen Kulturlandschaften und stark besiedelten Industrieregionen. Daher überrascht es nicht, dass die Nachfrage in Nordrhein-Westfalen nach heimischen Produkten steigt, zumal regionale Produkte einen Vertrauensvorschuss haben.

Zwar werden viele Lebensmittel unseres täglichen Bedarfs auch weiterhin über weite Strecken transportiert, bevor sie auf unserem Tisch landen. Aber immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher wollen wissen, wo und wie die Lebensmittel hergestellt werden. Regionale Identität und Herkunft sind heute ein wichtiges Qualitätskriterium, dies belegt der Erfolg von Bio- und fair gehandelten Produkten. Für regionale Produkte eröffnen sich neue Chancen in Hinblick auf angemessene Preise und neue Absatzwege.

Viele Regionalinitiativen aus Nordrhein-Westfalen sind längst auf diesem Markt aktiv. Dazu gehören Schutzgemeinschaften, die regionale Spezialitäten produzieren, Initiativen mit zusätzlicher Naturschutz- und Tierschutz-

ausrichtung, regionale Werbegemeinschaften oder Direktvermarkter. Sie alle engagieren sich für die Bewerbung und Vermarktung regionaler Produkte und setzen damit ein starkes Zeichen für Nordrhein-Westfalen!

Der Klimaschutz gewinnt in Zukunft für die Lebensmittelwirtschaft an Bedeutung. Ob Landnutzung, Tierhaltung, Fleischkonsum oder Warentransport – alle Bereiche der Erzeugung, der Verarbeitung und des Vertriebs sind auf ihre Weise klimarelevant. Heimische Produkte sind oftmals umweltfreundlicher, denn kurze Transportwege bedeuten weniger Luftschadstoffe und Klimagase. Auch das Kriterium „umweltfreundliches Wirtschaften“ gehört in die Wertschöpfungskette. Landwirte, Zulieferer, Verarbeitungsunternehmen, der Handel, Dienstleister und auch Regionalvermarktungsinitiativen streben aus eigenem Interesse ressourcenschonendes Wirtschaften an.

Das Thema „Lebensmittel“ ist aktueller denn je. Und es geht uns alle an!

Ihr

Johannes Remmel
Minister für Klimaschutz, Umwelt,
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



1 Einleitung

Die Land- und Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen hat eine ganze Menge zu bieten: Mit Bayern und Niedersachsen gehört Nordrhein-Westfalen zu den drei wichtigsten Agrarstandorten in Deutschland. Die leistungsstarke Landwirtschaft bildet damit die Basis für eine vielfältige und umsatzstarke Ernährungswirtschaft. Nordrhein-Westfalen erwirtschaftet etwa ein Fünftel des deutschen Gesamtumsatzes an Lebensmitteln. Die Landwirtschaft ist daher auch eine tragende Säule der ländlichen Regionen: Zusammen bieten Landwirtschaft, Ernährungswirtschaft und Ernährungshandwerk insgesamt

7

rund 400.000 Menschen Arbeit und gehören damit zu den wichtigsten Wirtschaftsfaktoren und zu den größten Arbeitgebern hierzulande.

Die Wettbewerbsposition der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft ist heute schon hervorragend: Qualität, Angebotspalette und Umsatzzahlen überzeugen. Mit rund 30 Milliarden Euro (Stand: 2010) ist die nordrhein-westfälische Lebensmittelwirtschaft die umsatzstärkste in Deutschland und belegt den fünften Platz unter den verschiedenen Wirtschaftszweigen des verarbeitenden Gewerbes. Daneben rücken weitere Kriterien in den Fokus: Soziale und ökologische Aspekte der Lebensmittelerzeugung und -verarbeitung gewinnen zunehmend an Bedeutung. Die Verbraucherinnen und Verbraucher ziehen oft Produkte vor, die nicht nur preiswert und hochwertig, sondern darüber hinaus auch unter annehmbaren sozialen und umweltfreundlichen Bedingungen erzeugt, verarbeitet und gehandelt werden. Der Markterfolg von fair gehandelten und Bioprodukten spricht für sich. Deshalb ist die Ausrichtung der Vermarktungskette an den Kriterien sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit ein weiterer ernstzunehmender Wettbewerbsfaktor auf dem von hohem Konkurrenzdruck geprägten Markt für Lebensmittel.

Die Unterstützung der Branchenakteure bei der Erschließung neuer und lohnenswerter Marktpotenziale ist ein wichtiges Anliegen des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV). Das Ministerium bietet entsprechende Finanzierungshilfen im Rahmen verschiedener Förderprogramme für die relativ klein strukturierte Branche mit überwiegend kleinen und mittelständischen Betrieben an. Darüber hinaus können die Marktakteure Beratungsleistungen der Regionalvermarktungsagentur in Anspruch nehmen, die beim Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen (LANUV) angesiedelt ist.

2 Vielfalt der Regionen

An der Vielfalt der Landschaften und Naturräume Nordrhein-Westfalens orientieren sich die Schwerpunkte der Land- und Ernährungswirtschaft: Das Münsterland ist von je her ein starker Standort der Tierhaltung. Im Rheinland dominieren Ackerbau, der Anbau von Obst und Gemüse sowie der Zierpflanzenanbau. Am Niederrhein liegt der Schwerpunkt auf der Milcherzeugung und im Gartenbau. Im Bergischen Land, in der Eifel, im Sauer- und Siegerland überwiegt die Haltung von Milchvieh und Mastrindern und auch die Forstwirtschaft spielt eine wichtige Rolle.

Primärproduktion wichtiger Agrarprodukte in Nordrhein-Westfalen 2010

Produkt	Produktion
Getreide	3,8 Mio. t
Weizen	2,2 Mio. t
Gerste	1,1 Mio. t
Kartoffeln	1,5 Mio. t
Zuckerrüben	3,7 Mio. t
Milch	2,9 Mio. t
Rindfleisch	0,2 Mio. t
Schweinefleisch	1,9 Mio. t

Mit Blick auf die aktuellen Produktionszahlen kann sich Nordrhein-Westfalen daher zu Recht als ein wichtiges Herkunftsland hochwertiger, vielfältiger und besonderer Lebensmittel bezeichnen. Durch den Zusammenschluss einzelner Betriebe zu Produktions- und Vermarktungsinitiativen stärken landwirtschaftliche Betriebe ihre Marktposition gegenüber dem Handel. Diese sind in der Lage, ein viel größeres und vielfältigeres Angebot regionaler Produkte auf den Markt zu bringen, als es dem einzelnen Produzenten möglich wäre. Einige regionale Initiativen





arbeiten auch mit Organisationen oder Partnern zusammen, die beispielsweise für die Wirtschaftsentwicklung, den Naturschutz oder das Handwerk die gleiche Zielrichtung verfolgen: Die regionale Wirtschaft zu entwickeln, die regionale Identität zu stärken und die Besonderheiten einer Region zu erhalten. Die Leistung der regionalen Vermarktungsinitiativen geht deshalb weit darüber hinaus, Marktnischen zu erschließen und den Absatz der eigenen Produkte zu sichern. Sie arbeiten am Image des Landes Nordrhein-Westfalen als lebenswerter und vielfältiger Genussstandort.

2.1 Regionalinitiativen in ganz NRW

Die Nachfrage nach Produkten aus der Region steigt stetig. Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher wollen wissen, wie und wo die Lebensmittel hergestellt wurden, und achten darauf, dass möglichst sichere und qualitativ hochwertige Produkte im Einkaufskorb liegen. Regionale Produkte genießen zunächst einmal ein größeres Vertrauen. An diesem Vertrauensvorschuss wollen sich die Erzeuger und Hersteller in Nordrhein-Westfalen messen lassen.

Landwirte und Lebensmittelhersteller suchen nach neuen Wegen, bisher noch ungenutzte Marktpotenziale zu er-

schließen und angemessene Preise für ihre hochwertigen Produkte zu erzielen. Mittlerweile sind zahlreiche Initiativen überall in NRW entstanden, um regional erzeugte Produkte in Zusammenarbeit mit anderen Wirtschaftspartnern zu verarbeiten und zu vermarkten. Dazu gehören Produkt- und Werbegemeinschaften wie die Genussregion Niederrhein e.V., die Spargelstraße NRW, bergisch pur e.V. und die nordrhein-westfälische Werbegemeinschaft Ei e.V., BIOlokal e.V., der Wandermarkt „Feines vom Land“ und viele mehr. Darüber hinaus gibt es einige gastronomische Zusammenschlüsse wie beispielsweise NRW kulinarisch Marketing e.V., „Regionale Speisekarte – So schmeckt das Münsterland“ oder „Bergische Gastlichkeit“. Und es gibt branchenübergreifende Zusammenschlüsse, die die Entwicklung des ländlichen Raums generell im Fokus haben. Dazu zählen die Regionalinitiative Nord oder auch die LEADER-Region Südliches Paderborner Land, die regionale Erzeugnisse und Lebensmittel als wichtigen Bestandteil des regionalen Entwicklungskonzepts betrachten. Die regionalen Vermarktungsinitiativen

Regionalinitiativen in NRW



decken oft die gesamte Produktpalette ab: Diese reicht von Obst und Gemüse über Zierpflanzen, Honig, Eier und Käse bis hin zu Fleisch- und Wurstwaren, Bieren, Bränden und Likören.



Nordrhein-Westfälische Werbegemeinschaft Ei e.V.

Der erfolgreichen Regionalinitiative „Nordrhein-Westfälische Werbegemeinschaft Ei e.V.“ gehören 13 Legehennenhalter an, die über das ganze Bundesland verteilt sind – auch ein Biobetrieb ist dabei. Die Werbegemeinschaft vermarktet qualitätsgesicherte Eier unter einer eigenen Marke direkt an den Lebensmitteleinzelhandel. Zwei Mitglieder der Werbegemeinschaft, Dietrich Vriesen (Vorstand) und Karl-Frieder Kottsieper (Gründungsvorstand der Werbegemeinschaft Ei e.V.), geben Auskunft über Hintergründe und Vorteile ihrer Kooperation:

Herr Vriesen, warum haben Sie die „Werbegemeinschaft Ei e.V.“ gegründet?

Vriesen: Die Verbraucher sind zunehmend über die Herkunft ihrer Lebensmittel verunsichert. Viele Eier kommen von weit her und werden am Ursprungsort häufig unter unbekanntem Bedingungen produziert. Wir haben hier oft strengere Anforderungen an Tier- und Umweltschutz. Deshalb wollen wir für die Verbraucher an der Ladentheke sicherstellen, dass ihre Eier aus bäuerlichen Landwirtschaftsbetrieben in Nordrhein-Westfalen stammen. Die Eierkartons sind mit unserer Marke „Mein Ei – natürlich vom Hof“ in den Landesfarben bedruckt.

Was ist den Menschen diese Garantie wert?

Kottsieper: Die Kunden honorieren das mit 10 bis 20 Cent pro Verpackung. Und wenn ich die Anforderung unserer Gruppe bei Verkaufsgesprächen mit frei einkaufenden Supermärkten ins Spiel bringe, stehe ich schon viel besser da!

Welche Anforderungen sind das?

Vriesen: Alle Eier müssen in Nordrhein-Westfalen gelegt worden sein und dürfen nur aus der eigenen Erzeugung unserer Mitglieder stammen. Zukauf außerhalb der Werbegemeinschaft gibt es bei uns nicht. Außerdem unterliegen unsere Ställe der QS-Qualitätssicherung, die auch Kontrollen unabhängiger Dritter vorsieht.

Kottsieper: Außerdem müssen unsere Eier auch in einer eigenen Packstelle verpackt werden. Uns ist es wichtig, selbst die Kontrolle über Qualität, Frische und Sicherheit zu behalten. Deshalb besteht unsere Werbegemeinschaft allein aus Familienunternehmen. So vermischt sich das „Mein Ei“ auch nicht mit anderen Eiern. Wir stellen fest, dass in NRW zunehmend Importware vermarktet wird. In anderen Ländern sind die Haltungsanforderungen mitunter weniger streng als bei uns. Gegen diese Produkte können wir uns mit unserem eigenen Logo abgrenzen.

Wie werben Sie für Ihre Markeneier und wie finanzieren Sie die Werbung?

Vriesen: Unter anderem haben wir einen Werbespot drehen lassen. Der ist auch im Internet auf unserer Homepage zu sehen. Dort erfahren Interessierte Wissenswertes rund ums Ei. Außerdem sind wir auf Messen und regionalen Aktionstagen mit unserem Gemeinschaftspavillon präsent. Weiteres Informationsmaterial unserer Initiative finden Sie im Geschäft direkt am Eierregal.

Kottsieper: Wer die Marke nutzt, bezahlt eine Lizenzgebühr. Mit diesem Geld finanzieren wir unsere Werbe-

Fortsetzung von Seite 13

maßnahmen. Am Anfang haben wir vom NRW-Landwirtschaftsministerium eine Anschubfinanzierung bekommen. Das entspricht der Hälfte der Anlaufkosten unseres Vermarktungskonzepts. Wir sind froh, dass das Land uns nicht im Regen stehen lässt und hilft, die Vermarktung regionaler Produkte voranzutreiben.

Welche Zukunftspläne haben Sie?

Vriesen: Wir wollen ein gesundes Wachstum. Dafür ist eine steigende Verbrauchernachfrage die Voraussetzung. Zunächst wollen wir weitere Ketten des Lebensmittel-einzelhandels von „Mein Ei“ überzeugen. Wenn uns das gelingt – und die Chancen stehen gut –, wäre an die Aufnahme weiterer Mitglieder in unsere Werbegemeinschaft zu denken. An einer deutlichen Aufstockung unserer einzelnen Hühnerbestände sind wir allerdings nicht interessiert. Eine industrielle Tierhaltung passt nicht zu unseren Zielen und zu unserer Marke.

2.2 Direktvermarktung

Um ihre Produkte gemeinsam in der Region zu vermarkten und das Vertrauen ihrer Kunden weiter zu stärken, haben sich zahlreiche Erzeuger in Nordrhein-Westfalen zu Direktvermarkterinitiativen zusammengeschlossen. Diese werden auch von der Landwirtschaftskammer NRW unterstützt. So haben beispielsweise Landwirte und Gärtner aus dem Rheinland den Verein „**Rheinische Bauernmärkte e.V.**“ gegründet. Die Bauernmärkte finden in verschiedenen Städten am Niederrhein statt – in Hamminkeln, Krefeld, Neukirchen-Vluyn, in Düsseldorf und Umgebung. Die dem Verein angehörenden Landwirte und Gärtner offerieren eine reichhaltige und frische Palette regionaler Produkte. Die hohe Qualität des Angebots wird fortwährend durch neutrale Kontrolleure gewährleistet. Die rhei-

nischen Bauernmärkte garantieren kurze Transportwege und Frische. Darüber hinaus informiert der Verein über Herkunft, Produktion und Zubereitung und trägt damit zur Transparenz der Nahrungsmittelerzeugung bei.

Die **Vereinigung der Direktvermarkter NRW (VDNRW)** unterstützt ihre Mitglieder bei der Vermarktung und tritt in den Verhandlungen mit dem Handel als geschlossene Gemeinschaft auf. Auf diese Weise verbessert sich die Verhandlungsposition der einzelnen Erzeuger gegenüber Großkunden, weil das zur Verfügung stehende gemeinsame Angebot größer ist als bei einem alleinigen Marktauftritt. Manche Direktvermarktungsprodukte sind nicht ganzjährig verfügbar; ein einzelner Betrieb kann lediglich ein begrenztes Sortiment oder eine relativ geringe Menge liefern und ist damit allein für den Handel nicht attraktiv. Der Verein sorgt als Ansprechpartner für Erzeuger und Handel dafür, dass sich Lieferanten und Abnehmer finden. Die dabei ausgehandelten Konditionen sind für beide Seiten ein Gewinn, weil sich die Lieferbedingungen – anders als bei einer Zentrallistung – an den Produktionsbedingungen der meist kleinen Produzenten orientieren. Der Zusammenschluss zu einer Vereinigung der Direktvermarkter ermöglicht es rund 50 landwirtschaftlichen Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen, gemeinsam und ganzjährig ein Sortiment verschiedener Produkte anzu-



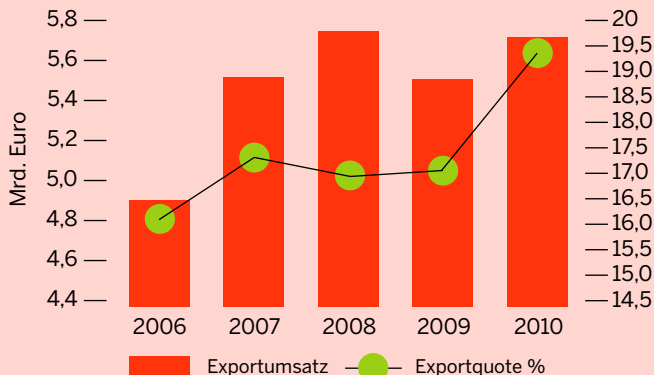
bieten, das sich „direkt von Bauernhöfen aus Ihrer Region“ an die Kundinnen und Kunden richtet – mit Erfolg.

Auf dem Internet-Portal www.landservice.de stellt auch die Landwirtschaftskammer regionale Anbieter vor, um Verbraucher und Touristen auf deren umfangreiche Produktpalette aufmerksam zu machen. Hier sind Hofläden und Bauernhofcafés zu finden, die Termine von Bauernmärkten und Hoffesten, aber auch Empfehlungen für Ausflugstouren. Die nordrhein-westfälischen Regionalinitiativen sind auf diesem Portal ebenfalls präsent.

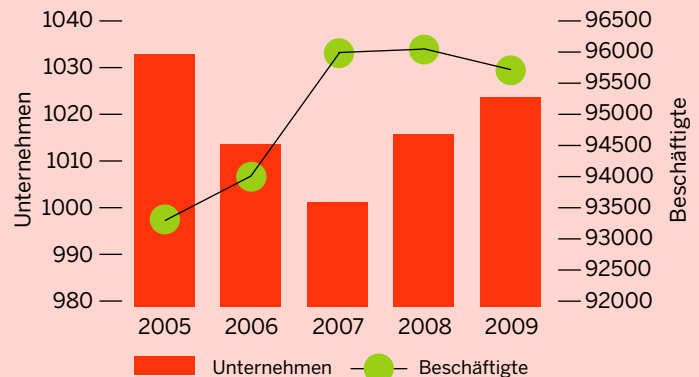
2.3 Vielseitige Ernährungswirtschaft mit starkem Handwerk

Charakteristisch für die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen sind die kleinen und mittelständischen Unternehmen. Besonders punkten können die Nahrungsmittelproduzenten im In- und Ausland mit Fleisch und Fleischwaren, Backwaren, Süßwaren, Milch und Milchprodukten sowie mit der Obst- und Gemüseverarbeitung. Auch bei der Bierherstellung ist Nordrhein-Westfalen stark.

Entwicklung des Branchenexports und der Exportquote in den vergangenen Jahren*



Anzahl der Verarbeitungsunternehmen und der Beschäftigten in den vergangenen Jahren*

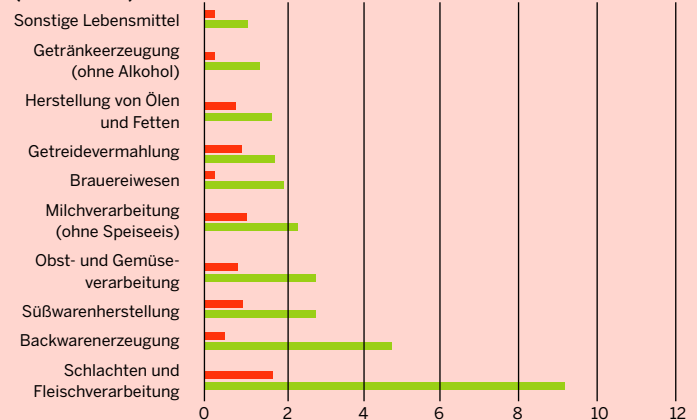


Die Agrar- und Lebensmittelbranche ist eine der wichtigsten Arbeitgeber in Nordrhein-Westfalen. Die Landwirtschaft und die Nahrungsmittelverarbeitung bieten zusammen rund 400.000 Arbeitsplätze. Damit ist die Land- und Lebensmittelwirtschaft eine der tragenden Säulen der nordrhein-westfälischen Wirtschaft und spielt eine Schlüsselrolle für die Entwicklung der ländlichen Räume.

*Seit 2008 inkl. Futtermittelherstellung.

Quellen: NEWS; Information und Technik NRW

Umsatz und Exporterlös der Ernährungswirtschaft in 2010* (in Mrd. Euro)





Fleisch- und Wurstwaren – über die Landesgrenzen hinaus geschätzt

Fleisch- und Wurstwaren aus Westfalen oder den rheinischen Regionen werden weit über die Landesgrenzen hinaus hoch

geschätzt. Knochenschinken, Rauchfleisch, Brat- und Mettwürste aus diesen Gebieten sind über die Landesgrenzen hinaus sehr begehrt und für den westfälischen Schinken wird sogar die Anerkennung der Europäischen Union als regionale Spezialität angestrebt. Die Teilbranche „Schlachten und Fleischverarbeitung“ ist mit deutlichem Abstand die umsatzstärkste der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft. Mit 9,7 Milliarden Euro im Jahr 2010 erwirtschaftete dieses Segment nahezu ein Drittel des Gesamtumsatzes der NRW-Ernährungsbranche. Die Exportquote der Fleischwirtschaft aus Nordrhein-Westfalen erhöhte sich auf gut 16 Prozent. Mit fast 20.000 Personen weist die Fleischbranche die zweithöchste Beschäftigtenzahl der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft aus.

Die mitunter recht großen Produktionsstätten sind Ausdruck der zunehmenden Konzentration, die auch nicht vor Nordrhein-Westfalen Halt macht. Aber auch das Fleischerhandwerk behauptet sich in Nordrhein-Westfalen mit Erfolg gegenüber den großen Verarbeitern und der ausländischen Konkurrenz. Viele Fachgeschäfte sind inzwischen als moderne Ernährungs- und Service-Dienstleister ausgestattet.



Backwaren vor allem für den heimischen Markt

Gemessen an der Zahl der Beschäftigten ist die Herstellung von Backwaren mit rund 30.000 Mitarbeitern die wichtigste Branche in Nordrhein-Westfalen

noch vor der Fleischsparte. Im Jahr 2010 setzten die Unternehmen rund 4,5 Milliarden Euro mit Backwaren um – und zwar in erster Linie auf dem heimischen Markt.

Bei der Vermahlung von Getreide – ein entscheidender Grundstoff der Backwarenhersteller – steht Nordrhein-Westfalen bundesweit an der Spitze. Die 26 Mühlen im Land erreichten im Jahr 2009 einen Anteil von fast 20 Prozent am deutschen Produktionswert. Als Kompetenzregion bei den Mühlen gilt die Stadt Neuss und ihre Umgebung.

Milch und Milchprodukte aus dem Milchland NRW

Die Milchbäuerinnen und Milchbauern tragen in vielen ländlichen Regionen Nordrhein-Westfalens dazu bei, die Vielfalt und den Artenreichtum unserer Landschaften zu erhalten. Die Haltung von Milchkühen ermöglicht die flächendeckende Landbewirtschaftung unserer Grünlandregionen. Über Jahrhunderte entstandene abwechslungsreiche Kulturlandschaften bleiben uns durch die bäuerliche Bewirtschaftung erhalten. Die Menschen wissen das zu schätzen: Kurz-, Rad- und Wanderurlaube in den regionalen Landschaften Nordrhein-Westfalens gewinnen weiter an Zuspruch.



Nordrhein-Westfalen ist das drittgrößte „Milchland“ in Deutschland. So wurden 2010 hierzulande rund 3 Millionen Tonnen Milch erzeugt. Nur in Bayern und Niedersachsen wurde mehr produziert. Zugleich ist die Milchverarbeitung inklusive der Herstellung von Speiseeis gemessen am Umsatz die fünftstärkste Branche der Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalens. Die Erlöse beliefen sich im Jahr 2010 auf rund 2,1 Milliarden Euro.

Die drei Bundesländer mit der größten Milchproduktion (2010)

Bundesland	Menge
Bayern	7,8 Millionen t
Niedersachsen	5,8 Millionen t
Nordrhein-Westfalen	2,9 Millionen t

Eine relativ hohe regionale Konzentration der Milchverarbeitung weisen das Münsterland, der Kölner Raum und die Region Niederrhein auf. Dabei sind neben kleinen und mittelgroßen Firmen auch international agierende Branchengrößen vertreten.

Darüber hinaus gibt es über 100 Hofkäseereien in Nordrhein-Westfalen mit einem bemerkenswerten Sortiment an schmackhaften Käsesorten. Probieren und kaufen kann man die Käsespezialitäten auch direkt beim Erzeuger: Entlang der „Käseroute NRW“ haben sich 25 qualifizierte Hofkäseereien zusammengeschlossen. Hier entstehen auch typische regionale Spezialitäten wie etwa „der Schwatte“ aus dem Sauerland. Hinter diesem Namen verbirgt sich Möhrenkäse mit essbarer Pfefferkruste. Die ostwestfälische Käsespezialität Nieheimer Käse hat den regionalen Herkunftsschutz bei der EU sichern können und gilt nun als Produkt mit geschützter geographischer Angabe (siehe Kapitel 3.1).



Zucker- und Süßwaren in allen Variationen

Einen großen Auftritt vor Fachleuten aus aller Welt haben Leckereien aus Nordrhein-Westfalen jedes Jahr im Rahmen der Internationalen Süßwarenmesse

ISM in Köln. Bei diesem Branchen-Highlight, das immer tausende Besucher anlockt, zeigt sich regelmäßig, dass

das Angebot der Süßwarenbranche in Nordrhein-Westfalen riesig ist. Zahlreiche Unternehmen produzieren Schokolade, Pralinen, Bonbons und Brotaufstriche in allen Variationen.

Weltweit bekannt sind beispielsweise die Aachener Printen, die auch über einen EU-Geoschutz verfügen (siehe Kapitel 3.1). In Köln, einem wichtigem Standort der Schokoladenherstellung, trägt das Schokoladenmuseum dieser Bedeutung Rechnung. Die Beliebtheit nordrhein-westfälischer Süßwaren macht sich auch in der hohen Exportrate bemerkbar. Mit einem Ausfuhranteil von gut einem Viertel des Umsatzes ist sie eine der führenden Exportbranchen der heimischen Lebensmittelwirtschaft. Zusammen mit den Auslandsverkäufen erlöste die hiesige Süßwarenbranche im Jahr 2010 gut 2,6 Milliarden Euro.

Gemüse und Obst: Vielfalt im Angebot

Der Gemüse- und Obstbau trägt erheblich zur Angebotsvielfalt der Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalens bei. Vor allem in den klimatisch begünstigten Rheinregionen werden Möhren, Spinat, Buschbohnen, Frischerbsen und Weißkohl im Freiland angebaut. 2010 umfasste die Gemüsefläche insgesamt rund 20.000 Hektar. In Gewächshäusern werden vor allem Gurken und Tomaten angebaut.



Vielerorts in Nordrhein-Westfalen wird auch Spargel angebaut. Das „weiße Gold“ kann entlang der nordrhein-westfälischen „Spargelstraße“ auch direkt beim Erzeuger verkostet und erworben werden. Im „Vestischen Spargelmuseum“ in Herten wird die Geschichte des in unserem Bundesland traditionell verankerten Spargelanbaus anschaulich erklärt. Insgesamt bauten im Jahr 2010 rund 500 landwirtschaftliche Betriebe auf gut 3.000 Hektar Spargel an.

Auch Kartoffeln haben im Bundesvergleich einen hohen Stellenwert. Nordrhein-Westfalen ist bezogen auf die Anbaufläche (rund 32.000 Hektar im Jahr 2010) nach Niedersachsen und Bayern Deutschlands drittgrößtes Kartoffelanbauland. Dies ist nicht zuletzt auf eine Verdoppelung der Anbaufläche seit Mitte der 90er-Jahre zurückzuführen.

Der Obstanbau ist aufgrund des milden Klimas im Köln-Bonner Raum – insbesondere Meckenheim – und am Niederrhein weit verbreitet. Das Angebot an Obst- und Beerenarten ist reichhaltig. Auch die nordrhein-westfälischen Saffthersteller nehmen eine bedeutende Stellung ein: Bei der Fruchtsaftproduktion gehört Nordrhein-Westfalen innerhalb Deutschlands zu den großen Drei.



Hochburg NRW bei Bier und Mineralwasser

Die nordrhein-westfälische Brauereilandschaft bringt eine Vielzahl von Biersorten und Bierspezialitäten hervor: Kölsch aus Köln, Altbier vom Niederrhein,

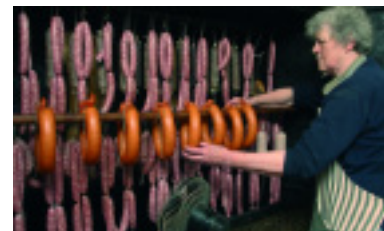
Pils und Export aus Dortmund sowie die zahlreichen Münsterland-Biere sind nur die umsatzstärksten Sorten. Mit einem Ausstoß von rund 23 Millionen Hektolitern kann man Nordrhein-Westfalen zu Recht als deutsche Bierhochburg bezeichnen – noch vor Bayern. Damit stammt rund ein Viertel des in Deutschland produzierten Bieres aus den rund 130 nordrhein-westfälischen Braubetrieben.

Auch bei Mineralwassern und Erfrischungsgetränken steht Nordrhein-Westfalen mit einem Absatzanteil von mehr als einem Viertel deutschlandweit an der Spitze. Rund 3,8 Milliarden Liter Mineralwasser und Erfrischungsgetränke wurden 2009 im Land produziert. Die Mineralwasser unterscheiden sich zum Beispiel hinsichtlich ihres Gehalts an Mineralien und Spurenelementen. Jedes Mineralwas-

ser, ob aus der Eifel oder aus Ostwestfalen-Lippe, spiegelt so seine jeweilige Region und deren geologische Gegebenheiten wider. Nordrhein-Westfalen ist damit auch ein erstklassiges Mineralbrunnenland.

Ernährungshandwerk mit Tradition

Nach Zahlen der Handwerkskammern gab es im Jahr 2010 rund 5.200 Handwerksbetriebe im Bereich Lebensmittel. Mit insgesamt rund 116.000 Beschäftigten erwirtschafteten sie einen Gesamtumsatz von etwa 9,6 Milliarden Euro. Davon entfällt annähernd je die Hälfte auf Fleischer sowie auf Konditoren und Bäcker. Als ortsnahe Versorger mit frischen und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln hat das Nahrungsmittelhandwerk auch eine Vielzahl an regionaltypischen Produkten zu bieten.



Die große Bedeutung der handwerklichen Produktion von Brot, Schinken, Käse und Bier für die Alltags- und Kulturgeschichte lässt sich beispielsweise bei einem Besuch der vier „Mitmach-Museen“ des „Westfalen Culinariums“ im ostwestfälischen Nieheim nachvollziehen (Käsemuseum, Brotmuseum, Schinkenmuseum, Biermuseum). Dort werden alte bäuerliche und handwerkliche Traditionen wie die Weideschweinehaltung, das Pumpernickelgaren, das Sauermilchkäsen, das Salzen und Räuchern des Schinkens und das „Handbrauen“ gepflegt.

Bei den Konsumenten genießen Bäcker, Konditoren und Fleischer ein hohes Ansehen, weil sie für hervorragende Qualität und schmackhafte Produkte stehen. Die heutigen Fleischerinnungen sind im vorigen Jahrhundert aus den Zünften hervorgegangen, die zum Teil auf eine mehr als



Schutzgemeinschaft Westfälischer Pumpernickel e.V.

Thomas Gill, Mitglied in der Schutzgemeinschaft Westfälischer Pumpernickel e.V., über den „Westfälischen Pumpernickel“ und die Bedeutung des traditionellen Ernährungshandwerks für die Region:

Was unterscheidet den Westfälischen Pumpernickel von anderen Brotsorten?

Das Herstellungsverfahren beruht auf einem alten Familienrezept, das wir beständig weiterentwickeln. Das Roggenschrot beziehen wir von zwei Mühlen aus der Region. Da wir Brot als ein reines Naturprodukt verstehen, setzen wir keine Konservierungsstoffe, Emulgatoren und sonstige Fremdzusätze ein. Und der Pumpernickel-Teig wird nicht gebacken, sondern 20 Stunden lang bei über 100 Grad und mit Überdruck gekocht, wie in einem Dampfkochtopf. So erhält der Pumpernickel seinen unverwechselbaren süß-saftigen Geschmack und ist dunkler als andere Roggenschrot-Brote. Und noch etwas Besonderes: Durch das schonende Verfahren der Pasteurisierung erreichen wir eine mehrmonatige Haltbarkeit.

Wo kann man den Westfälischen Pumpernickel kaufen?

Hauptsächlich im Großraum Rhein/Ruhr in Nordrhein-Westfalen. Mit unserem Frischdienst versorgen wir den Lebensmitteleinzelhandel und Bäckereibetriebe – die backen selbst keinen Pumpernickel, weil das Verfahren viel Know-how erfordert und auch sonst recht aufwändig ist. Die Verbraucher honorieren Regionalität und damit können wir hier punkten. Außerdem liefern wir mit steigender Tendenz ins Ausland, wo der Westfälische Pumpernickel als Delikatesse gilt. Fast die Hälfte der Exportware kommt mittlerweile aus Westfalen.

Wäre es da nicht sinnvoll, sich vor Imitaten zu schützen?

Durchaus – deshalb haben wir mit einigen kleineren Herstellern eine Schutzgemeinschaft gegründet, um gemeinsam den EU-Herkunftsschutz zu beantragen. Beim Antragsverfahren lassen wir uns vom Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz (LANUV) beraten. Wenn unser Antrag bewilligt wird, dann wollen wir mit dem EU-Siegel der geschützten geografischen Angabe gemeinsam für Westfälischen Pumpernickel werben. Außerdem sind gemeinsame Werbeaktionen mit anderen Spezialitätenherstellern angedacht, deren Produkte hervorragend zum Pumpernickel passen: Nieheimer Käse und Westfälischer Knochenschinken.

800 Jahre alte Tradition zurückblicken. Auch heute noch lebt das Fleischerhandwerk von seinen Traditionen und pflegt deren Werte. Allerdings haben sich die Fleischereien zu modernen Fleischer-Fachgeschäften mit einer vielfältigen Produktpalette weiterentwickelt. Neben der Veredelung von Fleischprodukten und der Herstellung eigener Wurstwaren nach traditionellen Rezepturen gehören vielfach auch regionaltypische verzehrfertige Speisen und herzhaft-eintöpfe zum Angebot.

Das nordrhein-westfälische Bäckerhandwerk trägt zum besonderen Ruf Deutschlands bei, über eine Vielfalt an Brotsorten zu verfügen, die weltweit ihresgleichen sucht. Hier eröffnet sich dem Feinschmecker ein reichhaltiges Angebot an besonderen Rezepturen und einzigartigen Spezialitäten. Dazu zählen beispielsweise das Eifeler Brot, das Paderborner Brot oder der original Westfälische Pumpernickel – das saftig-süße Schwarzbrot aus Roggen wird im In- und Ausland geschätzt.

2.4 Starker Standort für hochwertige Lebensmittel

Mit dem „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“ ehrt das Land NRW das Engagement der Unternehmen für



außergewöhnliche Qualität. Prämiert werden Nahrungsmittelhersteller aus Nordrhein-Westfalen, die bei der jeweils jüngsten Qualitätsbewertung durch die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) eine Goldmedaille gewinnen konnten. Zu den Kriterien zählen dabei eine sorgfältige Rohstoffauswahl, optimale Verarbeitung und Zubereitung sowie hervorragender Geschmack. Im Jahr 2010 erhielten über 200 Preisträger die Auszeichnung des Landes in den Kategorien „Back- und Süßwaren“, „Bioprodukte“, „Bier“, „Fisch“, „Frischfleisch“, „Fruchtgetränke“, „Molkereiprodukte“, „Spirituosen“ und „Wasser“.

Die Auszeichnung stärkt die Position der regionalen Hersteller im nationalen und internationalen Vergleich und trägt dazu bei, die Bedeutung des Ernährungsstandorts NRW besonders hervorzuheben. Seit der Landesehrenpreis zum ersten Mal im Jahr 2009 vergeben wurde, hat er bei den nordrhein-westfälischen Lebensmittelherstellern ein sehr hohes Ansehen gewonnen: Ein Jahr später stuften beinahe alle ausgezeichneten Unternehmen den „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“ als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ ein und werben gerne damit.



3 Qualitätsgemeinschaften

Der Markt wird immer stärker differenziert. Neben dem Preis liegen zunehmend weitere Kriterien einer Kaufentscheidung zugrunde: Die Verbraucherinnen und Verbraucher achten zunehmend auf Lebensmittel besonderer Qualität. Diese besondere Qualität bieten ganz besonders regionale Spezialitäten, herkunftsgeschützte Produkte, Bioprodukte und durch Qualitätssicherungssysteme wie das QS-System zertifizierte Produkte. Das Angebot der Land- und Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalens orientiert sich an den hohen Ansprüchen der Verbraucherinnen und Verbraucher und wird damit den verschiedenen Qualitätsansprüchen gerecht.

3.1 Schutzgemeinschaften für regionale Spezialitäten

In Nordrhein-Westfalen werden verschiedene regionale Spezialitäten angeboten – von Aachener Printen bis Walbecker Spargel. Zunehmend gründen sich Schutzgemeinschaften, die den Wert ihres lokalen Erzeugnisses erkannt haben und diesen bei der EU schützen lassen wollen. Vier Produkte sind bereits geschützt: Die zwei Biere Kölsch und Dortmunder sowie die Aachener Printe und kürzlich

Regionale Spezialitäten und Schutzgemeinschaften, die den EU-Schutz anstreben

- Rheinisches Rübenkraut und Rheinisches Apfelkraut
- Westfälischer Knochenschinken
- Märkische Hotte
- Walbecker Spargel
- Bornheimer Spargel
- Aachener Karlswurst
- Fleisch vom Bunten Bentheimer (Schwein)
- Niederrheinisches Gänseei
- Stromberger Pflaume
- Westfälischer Pumpernickel
- Kölsche Flönz





erst der Nieheimer Käse. Doch damit ist das Potenzial regionaler Produkte und Spezialitäten aus Nordrhein-Westfalen noch längst nicht erschöpft. Für weitere zwölf nordrhein-westfälische Spezialitäten, die von den jeweiligen Schutzgemeinschaften angemeldet wurden, läuft noch das Zulassungsverfahren (siehe Kasten Seite 29). Und viele weitere Spezialitäten aus Nordrhein-Westfalen haben diesen Schutz verdient.

Damit ein regionales Nahrungsmittel von der EU geschützt werden kann, müssen sowohl seine Zutaten als auch sein Herstellungsverfahren exakt definiert sein. So wird sichergestellt, dass sich die Konsumenten auf gleichbleibend hohe Qualität verlassen können. Das System sieht drei Schutzkategorien mit unterschiedlichen Standards vor:



Geschützte geographische Angabe (g. g. A.):

Diese Registrierung gibt Auskunft über die besonderen Eigenschaften des Produkts. Mindestens eine spezialisierende Produktionsstufe (Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung) muss sich in dem festgelegten Herkunftsgebiet befinden. Das heißt aber nicht, dass die gesamten Zutaten aus diesem Herkunftsgebiet stammen müssen.



Geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.):

Hier gelten höhere Anforderungen als bei der g. g. A. Die gesamte Herstellung des Produkts (Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung) muss in der definierten Region nach einem festgelegten Verfahren erfolgen.



Garantiert traditionelle Spezialität (g. t. S.):

Diese Kategorie bezieht sich nicht auf einen geografischen Ursprung, sondern hebt die traditionelle Zusammensetzung des Produkts oder ein traditionelles Herstellungs- und/oder Verarbeitungsverfahren hervor.

Mit dem Schutzsystem der besonderen Agrarerzeugnisse und Lebensmittel mit geografischen Angaben will die Europäische Kommission die Diversifizierung der landwirtschaftlichen Produktion fördern, Produktbezeichnungen vor Missbrauch und Nachahmung schützen und Verbraucherinnen und Verbrauchern ein unmissverständliches Qualitätssignal geben.



Schutzgemeinschaft Rheinischer Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut

Im Gespräch über die Motive der „Schutzgemeinschaft Rheinischer Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut“ zeigt Bernd Spelten, Geschäftsführer einer Apfel- und Rübenkrautfabrik in Wegberg-Holtum, die Vorteile eines gemeinsamen Marktauftritts auf:

Herr Spelten, was ist das Besondere an Ihren Produkten?

Unser Zuckerrübensirup und unser Apfelkraut sind keine x-beliebigen Brotaufstriche. Die Rezepte dieser rheinischen Traditionsprodukte sind 100 bis 200 Jahre alt und unsere Mitgliedsbetriebe sind seit drei bis vier Generationen aktiv! Ein Drittel unserer Äpfel kommt aus privaten Gärten und den landschaftsprägenden Streuobstwiesen der Region, zu deren Erhalt wir auf diese Weise beitragen. Die traditionelle Rezeptur des Apfelkrauts ergibt den typischen säuerlichen Geschmack. Der Zusatz von Birnen sorgt für eine angenehm süßliche Note. Der Fruchtanteil unseres Apfelkrauts ist deutlich höher als bei herkömmlichen Brotaufstrichen.

Wie kommen Ihre Produkte bei den Verbrauchern an?

Wir liegen gut im Nachfragetrend: Immer mehr Verbraucher suchen nach natürlichen Produkten, denen sie vertrauen können. Unsere Rohstoffe, also Obst und Rüben,

beziehen wir ausschließlich aus dem Rheinland, aus dem nördlichen Rheinland-Pfalz, dem Raum Meckenheim, aus dem Bergischen Land und aus der Voreifel.

Gibt es bei Ihnen eine Qualitätssicherung?

Beim Zuckerrübensirup haben wir genaue Anbauvorgaben für die Landwirte, beispielsweise für den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln auf den Rübenfeldern. Dass diese Vorgaben auch eingehalten werden, kontrollieren wir stichprobenartig. Bei der Abholung von Äpfeln aus Streuobstwiesen achten unsere Fahrer darauf, dass die Ware die richtige Qualität hat. Für den Anbau auf Obstplantagen gelten ohnehin sehr strenge Auflagen für die Belieferung des Frischmarktes. Die entsprechenden Dokumentationen können wir einsehen.

Wo kann man Ihre Produkte kaufen?

Zum einen in den Hofläden der rheinischen Obstbauer, die uns auch mit Rohware beliefern. Zum anderen beliefern die Unternehmen der Schutzgemeinschaft zahlreiche Handelskunden und ausgewählte Industriebetriebe. Denn das Rheinische Rübenkraut wird auch als wertvolle Zutat in Backwaren oder anderen fein gesüßten Lebensmitteln verwendet. Auch im Ausland, etwa in Kanada und den USA, sind unsere Produkte beliebt. Man kann sagen, dass unser Apfel- und Rübenkraut zu den Aushängeschildern der Region gehört und hat damit auch eine zunehmende Bedeutung für den hiesigen Tourismus erlangt.

Warum haben Sie sich mit zwei anderen Unternehmen zu einer Schutzgemeinschaft zusammengeschlossen?

Um die Informationen über unsere Produkte noch besser als bisher bei den Verbrauchern rüberzubringen. Gemeinsam lässt sich die Vermarktung deutlich effizienter gestalten als im Alleingang. Da wir uns verpflichtet haben, unserem speziellen Produktionsverfahren treu zu bleiben, können wir im Falle steigender Kosten im Rohstoffeinkauf nicht auf geringere Qualitäten ausweichen. Wenn wir dann zum Ausgleich die Preise für unsere Produkte an-

heben müssen, können wir das unseren Kunden mit Verweis auf die hohen Qualitätsstandards unserer Schutzgemeinschaft nachvollziehbar erklären.

Sie haben kürzlich den EU-Herkunftsschutz für Ihre Erzeugnisse beantragt?

Ja, mit der geschützten geografischen Angabe „Rheinisches Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut“ wollen wir die Verbraucher darauf hinweisen, dass alle drei Hersteller und damit auch unsere Produkte „rheinisch“ sind. Die Genehmigung durch die EU-Kommission erwarten wir Ende dieses Jahres. Mit dem offiziellen g.g.A.-Logo der Europäischen Union können wir dann das Verkaufsargument „Regionalität“ noch deutlicher als bisher kommunizieren. Das ist deshalb so wichtig, weil die Verbraucher zunehmend nach vertrauenswürdigen Produkten aus der Region suchen – wahrscheinlich haben auch die Lebensmittelkrisen dazu beigetragen. Und noch ein wichtiger Punkt: Mit dem g.g.A.-Logo können wir uns vor Konkurrenz durch illegale Nachahmerprodukte schützen.

Wie werben Sie für Ihre Produkte?

Im Jahr 2010 haben wir mit einem selbst eingerichteten Infomobil eine Roadshow kreuz und quer durch Nordrhein-Westfalen gemacht. Mit dieser Informationskampagne haben wir die Verbraucher beispielsweise über den Unterschied zwischen Apfelkraut und Konfitüre aufgeklärt. Dabei haben wir auch türkischsprachige Flyer eingesetzt. Außerdem waren wir auf Spezialitätenmessen und -märkten, wie z. B. „NRW kulinarisch“ präsent. Für diese Aktionen haben wir als Schutzgemeinschaft Fördermittel aus dem Landeshaushalt bekommen. Zurzeit sind wir dabei, einen Radiospot in NRW zu lancieren – als Einzelunternehmen und ohne EU- und Landeshilfe wären wir nicht in der Lage, solche Kampagnen zu finanzieren. Ein gutes Argument bei der Beantragung von öffentlichen Kofinanzierungsmitteln für unsere Gemeinschaftswerbung dürfte künftig auch die EU-Anerkennung als Produkt mit geschützter geografischer Angabe sein.



Die Landesregierung hält es angesichts der großen Vielfalt hochwertiger regionaler Erzeugnisse und Spezialitäten in Nordrhein-Westfalen für sinnvoll, die heimische Land- und Ernährungswirtschaft bei der Erschließung dieses Marktes zu unterstützen. Deshalb befürwortet sie das europäische Qualitätsprogramm und fördert die Gründung von Schutzgemeinschaften. Weitere Informationen zu den Förderprogrammen des Landes Nordrhein-Westfalen finden Sie im Kapitel 5.

Weitere Informationen zu geografischen Angaben und traditionellen Spezialitäten finden Sie auch auf der Internetseite der Europäischen Kommission: ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_de.htm

3.2 Bioprodukte – stark gefragt

Der Markt für ökologisch erzeugte Lebensmittel hat in NRW deutlich zugelegt. Hauptgrund dafür war die deutliche Ausweitung von Verkaufsflächen für Biolebensmittel. Bei einigen Produkten überstieg die Nachfrage bereits die Produktion mit der Folge, dass die Importe zunahmen. Inzwischen haben sich Angebots- und Nachfrageraten wieder einander angenähert. Für die Zukunft erwarten Marktexperten weiterhin ein kontinuierliches, am Bedarf orientiertes Wachstum.

In Nordrhein-Westfalen werden mittlerweile 67.756 Hektar ökologisch bewirtschaftet. Das entspricht 4,6 Prozent der NRW-Landwirtschaftsfläche. Nahezu 3.300 Unternehmen



erzeugen, verarbeiten und handeln Ökolebensmittel (Stand: 2010). Darunter sind 1.800 landwirtschaftliche Betriebe, von denen etwa 250 die eigenen Erzeugnisse zu einer Vielfalt von Produkten weiterverarbeiten. Außerdem gibt es rund 1.000 spezialisierte Hersteller. Dazu gehören unter anderem Bäcker, Metzger, Mühlen und Molkereien, aber auch Brauereien und Süßwarenhersteller.

Damit die Nachfrage stärker aus heimischer Erzeugung gedeckt werden kann, unterstützt die Landesregierung umstellungswillige Landwirte. Mit Erfolg: Allein im Jahr 2011 sind in NRW bereits rund 2.561 Hektar Anbaufläche und 88 landwirtschaftliche Betriebe neu hinzugekommen.

Bei Verbraucherinnen und Verbrauchern ist zunehmend das Bedürfnis nach mehr Sicherheit und weniger Anonymität bei Lebensmitteln erkennbar. Auch die steigenden Ansprüche an den Umwelt- und Tierschutz bei der Erzeugung spielen eine große Rolle. Die Menschen erwarten bei ökologisch erzeugten Lebensmitteln nachprüfbar Informationen und die Sicherstellung durch ein vertrauenswürdigen Kontrollsystem. Die Verbände Demeter, Bioland, Naturland und Biokreis organisieren gemeinsam mit der Landwirtschaftskammer eine Vielzahl von Veranstaltungen, um über den ökologischen Anbau und ökologisch erzeugte Produkte zu informieren. Alljährlich findet wäh-

rend der „Aktionstage Ökolandbau NRW“ im Herbst ein buntes Programm rund um den ökologischen Landbau statt. Die Aktionstage tragen mit zahlreichen Hoffesten, Verkostungen und Informationsveranstaltungen dazu bei, dass sich die Verbraucher von den Vorteilen der ökologischen Landwirtschaft vor Ort überzeugen können.

3.3 Mehr Verbrauchervertrauen durch Qualitätssicherung

Eine der Stärken der Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen ist, dass sie höchsten Qualitätsansprüchen genügen und sich durch die Verwendung hochwertiger Rohstoffe auszeichnen, die mit modernster Technik umweltfreundlich und schonend verarbeitet werden. Die strengen gesetzlichen Vorgaben für die Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung sowie entsprechende Kontrollen stärken das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher in die Sicherheit und Qualität der heimischen Produkte. Darüber hinaus verfolgen viele Unternehmen aus Eigeninitiative das Ziel, sich durch besondere Qualität abzuheben und dokumentieren dies durch verschiedene anerkannte Qualitätssicherungssysteme.

Durch die konsequente Anwendung des Grundsatzes „Vom Stall bis auf den Teller“ wird die gesamte Produktionskette einbezogen. Dabei garantiert das firmeneigene





Qualitätsmanagement in Zusammenarbeit mit den Behörden und privatwirtschaftlichen Organisationen den Verbraucherinnen und Verbrauchern größtmögliche Lebensmittelsicherheit. Dieses erprobte Zusammenspiel stellt sicher, dass nicht allein die nationalen und EU-weiten Vorschriften etwa zur Tiergesundheit und zur Hygiene eingehalten werden, sondern auch die zum Teil noch strengeren Kriterien nichtstaatlicher Qualitätssicherungssysteme.

Die international anerkannten, privatwirtschaftlich organisierten Qualitätssicherungssysteme für Lebensmittel decken die gesamte Wertschöpfungskette ab und ermöglichen eine stufenübergreifende Rückverfolgbarkeit. Dazu zählen beispielsweise das QS-System, GLOBALG.A.P. und International Food Standards (IFS). Damit wird den Wünschen der Kunden entsprochen, die Lebensmittel mit nachvollziehbarer Herkunft und aus streng überwachten Produktionsprozessen nachfragen.

Dem stufenübergreifenden QS-System beispielsweise liegt eine Übereinkunft von Handel und Erzeugern über die Qualitäts- und Sicherheitskriterien zugrunde. Alle Akteure der Lebensmittelproduktion vom Landwirt bis zum Handel sind eingebunden. Am QS-System für Fleisch nehmen zurzeit rund 370 Unternehmen der Futtermittel-



wirtschaft, 130 Schlacht- und Zerlegebetriebe und Verarbeitungsunternehmen sowie knapp 19.000 Landwirtschaftsbetriebe aus Nordrhein-Westfalen teil. Beim QS-System für Obst, Gemüse und Kartoffeln sind es rund 1.200 landwirtschaftliche Betriebe.

3.4 Qualitätszeichen NRW – Nachhaltigkeit im Fokus

Der Wunsch der Verbraucherinnen und Verbraucher nach regionalen Lebensmitteln hat das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) dazu veranlasst, ein erstes Konzept für ein produktübergreifendes Qualitätszeichen NRW zu entwickeln. Durch die unmissverständliche Kennzeichnung mit dem Qualitätszeichen NRW und den dahinter stehenden Qualitätskriterien soll das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher in nordrhein-westfälische Produkte gestärkt werden.

Sämtliche Vertreter der Land- und Ernährungswirtschaft über die gesamte Wertschöpfungskette, kleine, mittlere und große Unternehmen der regionalen Agrar- und Ernährungswirtschaft, sind in diesen Entwicklungsprozess einbezogen. Auch die Verbraucherzentrale und andere Interessenvertretungen werden eingebunden.

4 Synergien schaffen durch Branchennetzwerke

Die Akteure der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft kooperieren zunehmend in Netzwerken, die teilweise auch von der Landesregierung etabliert und forciert wurden mit dem Ziel, Synergien zu generieren und Stärken herauszubilden. Netzwerke bieten Wettbewerbsvorteile für alle Beteiligten, was wiederum der gesamten Region zugute kommt. Erfolgreiche Unternehmen haben schon seit längerem die Wichtigkeit von Netzwerken und Kooperationen innerhalb der Branche und mit der Wissenschaft erkannt.

4.1 Cluster Ernährung.NRW

Das Cluster Ernährung.NRW ist eine wirtschaftspolitische Initiative der Landesregierung in Nordrhein-Westfalen und eines von zunächst 16 branchenspezifischen Clustern des Landes. In regionalen oder überregionalen Netzwerken kooperieren unterschiedliche Akteure verschiedener Branchen, Produktions- und Vermarktungsstufen entlang der Wertschöpfungsketten des Lebensmittelsektors.

Auch die Wissenschaft ist eingebunden. Die im Jahr 2008 in NRW gestartete Initiative richtet sich an alle Beteiligten der Land- und Ernährungswirtschaft – sowohl an die zahlreichen regionalen Werbe-, Produkt- und Schutzgemeinschaften als auch an einzelne Landwirte, Verarbeiter, Dienstleister, Lieferanten und Forschungseinrichtungen. Angesprochen sind vor allem kleinere und mittelständische Unternehmen, die den Großteil der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft ausmachen. Zentrale Zielsetzung des Clusters Ernährung.NRW ist es, die Vernetzung innerhalb der Branche mit Unterstützung des Clustermanagements voranzutreiben. Auch die im Rahmen des Clusters Ernährung.NRW durchgeführten Förderwettbewerbe unterstützen Verbundprojekte. Sie sollen

die Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen stärken.

Die Federführung bei der Ausrichtung des Wettbewerbs haben das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV). Die ausgewählten Projekte werden mit Mitteln aus der europäischen Strukturförderung (EFRE) und des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Programms „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007–2013“ finanziell unterstützt.

Ziele des Clusters Ernährung.NRW

- Kooperation von Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft fördern
- Innovationspotenziale entlang der gesamten Wertschöpfungskette aufdecken
- Synergien schaffen
- das Image Nordrhein-Westfalens stärken
- Innovations- und Wachstumsdynamik auslösen
- Anpassung an sich wandelnden Rahmenbedingungen und Markterfordernisse beschleunigen
- Wertschöpfung in der Branche erhöhen

4.2 Ein Verein jenseits der Branchen und Produktionsstufen

Ein wichtiger Meilenstein der Clusterpolitik war die Gründung der neuen Landesvereinigung Ernährung.NRW e.V. im ersten Quartal des Jahres 2010: Unter dem Dach dieser Organisation haben sich 70 Unternehmen, Organisationen und Verbände aus allen Bereichen der nordrhein-westfälischen Agrar- und Ernährungswirtschaft zusammengeschlossen.

4.3 Vorsprung durch Wissenschaft

Besonders für die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft ist das weit gefächerte Wissenschafts- und Forschungsumfeld in



Ernährung.NRW

Der Vorstandsvorsitzende des Vereins Andreas Heinz gibt einen Überblick über die Aufgaben und Zukunftspläne:

Herr Heinz, wer kann Ernährung.NRW e.V. beitreten?

Ernährung.NRW e.V. ist offen für Betriebe und Unternehmen jeglicher Größe und Ausrichtung. Angesprochen sind die landwirtschaftlichen Zulieferer, Verarbeiter, Dienstleister, der Handel, die Gastronomie und alle Initiativen und Verbände der Agrar- und Ernährungsbranche in Nordrhein-Westfalen. Mittlerweile hat sich die Anzahl der Mitglieder von ursprünglich 40 fast verdoppelt. Damit erfüllt der Verein die wichtige Aufgabe, die Akteure der Wertschöpfungskette zu vernetzen und auf diese Weise Synergieeffekte zu entfalten und Innovationen zu fördern.

Welche weiteren Ziele verfolgt der Zusammenschluss?

Wir wollen den Absatz von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen im In- und Ausland un-

Nordrhein-Westfalen von Vorteil. Das ist eine hervorragende Voraussetzung für den Ausbau des Qualitätsvorsprungs im internationalen Wettbewerb. Das Land bietet eine dichte und dynamische Forschungs- und Ausbildungslandschaft: rund 70 Hochschulen, mehr als 50 außer-

terstützen. Damit übernehmen wir auch Aufgaben der ehemaligen Centralen Marketing Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA) und ergänzen diese durch eigene Strategien. Zunächst konzentrieren wir uns auf die Öffentlichkeitsarbeit für regionale Produkte und entsprechende Messebeteiligungen.

Warum hat auch die Regionalvermarktung einen so hohen Stellenwert?

Nordrhein-Westfalen ist ein agrargeprägtes Land und muss sich auch in punkto Know-how und Spezialitätenvielfalt nicht hinter anderen Bundesländern verstecken. Das wird in der Öffentlichkeit allerdings noch nicht so wahrgenommen und daran müssen wir arbeiten. Zu diesem Zweck haben wir gemeinsam einen Plan für die kommenden zweieinhalb Jahre aufgestellt.

Wie wollen Sie denn die Regionalvermarktung voranbringen?

In Kürze ist beispielsweise ein Pressefrühstück geplant, bei dem unsere Mitglieder ihre Spezialitäten vorstellen werden. Dabei sollen Lebensmittel mit dem EU-Geoschutz im Fokus stehen. Darüber hinaus sind wir bestrebt, die verschiedenen bereits laufenden Initiativen zur Regionalvermarktung und zur Direktvermarktung an den Lebensmitteleinzelhandel zu koordinieren und gegebenenfalls zusammenzuführen. In einem weiteren Projekt, an dem Wissenschaftler der Uni Bonn maßgeblich beteiligt sind, entwickeln wir ein innovatives Marketingkonzept für regionale Produkte.



universitäre Forschungseinrichtungen sowie rund 100 an den Hochschulen angesiedelte Forschungsinstitute arbeiten in intensivem Wissensaustausch mit den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der Unternehmen.

Die Forschungsbereiche Agrarwissenschaften sowie Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften werden von den nordrhein-westfälischen Hochschulen breit abgedeckt. Dort entstehen die Grundlagen für Produkte und Prozesse, mit denen die Agrar- und Ernährungswirtschaft des Landes auch zukünftig im Wettbewerb punkten kann. Folgende Hochschulen in Nordrhein-Westfalen bieten entsprechende Studienschwerpunkte an:

- Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
- Fachhochschule Südwestfalen in Soest
- Universität Münster
- Hochschule Ostwestfalen-Lippe in Lemgo
- Hochschule Rhein-Waal in Kleve
- Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach

Mit dem Ziel, die Zusammenarbeit in der Agrarforschung zu vertiefen, wurde mit Unterstützung des Ministeriums

für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz ein Forschungsnetzwerk mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen des Landes gegründet. Am Forschungsnetzwerk NRW-Agrar beispielsweise sind die Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität, die Fachhochschule Südwestfalen, die Hochschule Rhein-Waal, das Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz NRW (LANUV) und die Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen beteiligt. Das Netzwerk dient der Diskussion aktueller wissenschafts- und agrarpolitischer Herausforderungen und dem schnellen Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis. Umgekehrt erhält die Forschung Impulse durch aktuelle Fragestellungen aus der betriebswirtschaftlichen Praxis.

Mit dem Aufbau des Clusters Ernährung.NRW fördert das Ministerium unter anderem auch den Wissenstransfer über die in das Netzwerk eingebundenen Forschungseinrichtungen (siehe Kapitel 4.1). Durch die eigene Innovationskraft der Unternehmen, die Unterstützung von Forschung und Entwicklung sowie bestens qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft auf dem modernsten Stand und hervorragend auf künftige Entwicklungen vorbereitet.



5 Die Region entwickeln – Förderprogramme

Es ist erklärtes Ziel der nordrhein-westfälischen Landesregierung, die Land- und Ernährungswirtschaft als wichtigen Pfeiler der sozialen und wirtschaftlichen Infrastruktur Nordrhein-Westfalens zu stärken und in ihren Anstrengungen für ein nachhaltiges Wirtschaften zu unterstützen.

Im Fokus entsprechender Förderprogramme des Landes stehen Initiativen nordrhein-westfälischer Wirtschaftspartner, die gemeinsam Agrarprodukte und Lebensmittel vermarkten wollen. Vor allem die kleinen und mittelständischen Betriebe der Land- und Ernährungswirtschaft sind mit diesen Förderprogrammen angesprochen.

Potenzielle und bereits laufende Initiativen werden von der Regionalvermarktungsagentur im Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz (LANUV) beraten und aus Landes-, Bundes- und EU-Mitteln bezuschusst. Zahlreiche der in den vorherigen Kapiteln genannten Regionalinitiativen haben diese Programmhilfen bereits in Anspruch genommen und behaupten sich heute am Markt.

5.1 Gemeinsam die Vermarktung gestalten

Um die Nachfrage nach regionalen Agrarprodukten und Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen zu steigern, müssen die Verbraucher auf die hohe und besondere Qualität der Ware aufmerksam werden. Deshalb bezuschusst das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) entsprechende Werbe- und Informationsmaßnahmen, bei denen zum Beispiel die nordrhein-westfälische Herkunft und der EU-Geoschutz explizit ausgelobt werden können.

Grundsätzlich förderfähig sind Erzeuger- und Vermarktungszusammenschlüsse, Verbände und Organisationen



der Land- und Ernährungswirtschaft sowie überregional tätige Vereine, die landwirtschaftliche Erzeugnisse aus Nordrhein-Westfalen vermarkten. Zu den geförderten Maßnahmen gehören beispielsweise gemeinsame Roadshows, die gemeinsame Teilnahme an Messen und Ausstellungen und die gemeinsame Herausgabe von Werbematerial (wie Plakate, Flyer usw.). Darüber hinaus begleitet das Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz (LANUV) die Gründung von Schutzgemeinschaften und das Antragsverfahren für den EU-Geoschutz für regionale Spezialitäten, das zuletzt für den Nieheimer Käse erfolgreich abgeschlossen wurde.

Absatzförderung

- Erstellung eines Vermarktungskonzepts basierend auf Marktstudien, Marktanalysen usw.
- Antragstellung von EU-Schutz für Produkte mit geografischen Angaben und garantiert traditionelle Spezialitäten
- Beratung und Begleitung von Schutzgemeinschaften
- Beihilfen für Standkosten bei Messen und Ausstellungen, bei Auslandsmessen auch für Dolmetscher
- Unterstützung der Durchführung von Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen zu innovativen Vermarktungsstrategien; Unterstützung der Teilnahme an entsprechenden Veranstaltungen
- Gemeinschaftswerbung und Öffentlichkeitsarbeit: Dazu zählen Publikationen und Plakate, die Gestaltung von Internetauftritten und die Organisation von Informationsveranstaltungen

Weitere Informationen dazu im Internet auf www.lanuv.nrw.de/agrar/foerderprogramme/absatzfoerderung.htm

5.2 Stärkung der Landwirtschaft in der Wertschöpfungskette

Effiziente Absatzstrukturen sind ein wichtiger Wettbewerbsfaktor der Land- und Ernährungswirtschaft. Deshalb bezuschusst Nordrhein-Westfalen im Rahmen des „NRW-Programms Ländlicher Raum“ Projekte, die auf eine bessere Verarbeitung, Vermarktung und Qualität sowie den Auf- oder Ausbau neuer Absatzmärkte abzielen.

Bezuschusst werden können beispielsweise Erzeuger, die ihr Angebot gemeinsam vermarkten – durch diese Bündelung verbessert sich die Verhandlungsposition gegenüber den Abnehmern. Für die Entwicklung von Vermarktungskonzepten, beispielsweise zur Entwicklung neuer Absatzideen, werden im Rahmen dieses Programms ebenfalls Beihilfen bereitgestellt. Darüber hinaus soll die Förderung von Erstinvestitionen und Innovationen insbesondere kleine und mittlere verarbeitende Unternehmen, die eng mit landwirtschaftlichen Erzeugern zusammenarbeiten, dazu befähigen, den Herausforderungen des Marktes zu begegnen. Der Förderetat besteht aus Landes-, Bundes- und EU-Mitteln.

Fördermaßnahmen des Landes Nordrhein-Westfalen zur Marktstrukturverbesserung

- Zuschüsse für Erstinvestitionen zur Verbesserung der Vermarktung
- Förderung der Zusammenarbeit zur Entwicklung neuer Produkte und Verfahren sowie neuer Technologien
- Beratung und Unterstützung von Erzeugergemeinschaften bzw. Erzeugerzusammenschlüssen

Weitere Informationen dazu im Internet auf www.lanuv.nrw.de/agrar/foerderprogramme/struktur.htm

6 Verbrauchernahe Agrar- und Ernährungswirtschaft

Die nordrhein-westfälische Agrar- und Ernährungswirtschaft zeichnet sich durch eine große Verbrauchernähe aus: Die rund 18 Millionen Einwohnerinnen und Einwohner des bevölkerungsreichsten Bundeslandes können aus einem breiten Nahrungsmittelangebot aus heimischen Produkten wählen. Allerdings wandeln sich die Ansprüche der Verbraucherinnen und Verbraucher ständig: Gefragt sind nicht allein Produkte guter Qualität zu angemessenen Preisen, sondern auch immer mehr Nahrungsmittel von besonderer Qualität.

6.1 Was Verbraucher wollen

Studien zufolge kauft die Mehrzahl der Verbraucherinnen und Verbraucher preisbewusst ein. Allerdings äußern etwa 20 Prozent bei Umfragen eine erhöhte Zahlungsbereitschaft für Premiumprodukte, knapp 50 Prozent der Bevölkerung zeigen sich gegenüber dem Kauf dieser höherpreisigen Erzeugnisse „aufgeschlossen“. Dazu gehören beispielsweise regionale Produkte, ökologisch erzeugte Lebensmittel („Bioprodukte“) und lokale Spezialitäten. Die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen reagiert auf die zunehmende Differenzierung des Marktes innovativ: Mittlerweile reicht das Angebotsspektrum von preiswerten Standardprodukten über Premiumprodukte bis hin zu Mischsegmenten, wie z. B. Bio-Convenience-Produkten.

Der Wunsch vieler Verbraucherinnen und Verbraucher nach Lebensmitteln mit spezifischer regionaler Herkunft hat neben der Nachfrage nach Bioprodukten in den vergangenen Jahren stetig zugenommen. Immer beliebter werden auch die heimischen Lebensmittel und Gerichte aus Nordrhein-Westfalen. Die Ergebnisse von Verbraucherbefragungen begründen dies mit einer Rückbesin-



nung auf Bewährtes und Vertrautes – auf überschaubare Zusammenhänge im Zeitalter der Globalisierung und der industrialisierten Produktion: Regionale Produkte geben das Gefühl von Heimat und schaffen regionale Identität.

6.2 Gesunde und frische Ernährung

Regionale Lebensmittel schützen wegen der kurzen Transportwege die Umwelt! Vor allem unverarbeitete Ware aus der Region ist frisch und schmackhaft und hat einen hohen Vitamingehalt. Die nordrhein-westfälische Landesregierung hat sich zum Ziel gesetzt, das öffentliche Bewusstsein für eine gesunde, ausgewogene Ernährung und einen gesunden Lebensstil zu stärken. Um vor allem Kindern und Jugendlichen möglichst früh einen gesünderen Lebensstil nahezubringen, führt das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) gemeinsam mit dem Schulministerium (MSW) die von der Europäischen Union aufgelegten Programme „Schulmilch“ und „Schulobst“ durch.

Milch in den Schulen

Milch und Milchprodukte sind Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung. Deshalb werden Kinder und Jugendliche, Erzieherinnen und Erzieher, Lehrkräfte und Eltern seit vielen Jahren im Rahmen des Schulmilchprogramms über die Bedeutung von Milch aufgeklärt. Dazu gehören viele ernährungsphysiologische Vorteile, wie zum Beispiel der hohe Gehalt an Calcium, das der Mensch zum Knochenaufbau benötigt.

Im Rahmen der NRW-Schulmilchförderung werden Schulklassen unterschiedlicher Jahrgangsstufen verschiedene Medien und Bildungsbausteine zum Thema Milch angeboten. An der Schulmilchförderung, die von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft e.V. koordiniert wird, beteiligen sich auch die nordrhein-westfälischen Land-



frauenverbände, deren Mitglieder als Milchbotschafterinnen in die Schulen gehen. Das Medienangebot, die Arbeit und die Informationsmaßnahmen werden aus Landesmitteln bezuschusst.

Wenn es um die Erzeugung der Milch und deren Bedeutung zum Erhalt unserer Kulturlandschaft geht, bieten die Milchwanderwege eine gute Gelegenheit, hautnah zu erleben, wie Milch produziert wird. Am Wegesrand erfahren Interessierte auf zahlreichen Informationstafeln, wie nahrhaft Milch ist und wie die Kooperation von Milcherzeugern mit dem Naturschutz funktioniert. Mehr Informationen unter www.kuhlturlandschaft.de

Mehr Obst und Gemüse für Kinder

Obst und Gemüse sind fester Bestandteil einer gesunden Ernährung. Doch der Obst- und insbesondere der Gemüseverzehr von Kindern liegen



Schulobst.nrw.de

deutlich unter der von Ernährungsexperten empfohlenen Menge – fünf Portionen am Tag. Deshalb beteiligt sich Nordrhein-Westfalen seit dem Frühjahr 2010 am EU-Schulobstprogramm NRW. Das Ziel

dieses Programms, das von EU und Land getragen wird, ist es, die Kinder im Schulalltag an eine gesunde, vitamin- und mineralstoffreiche Ernährung von klein auf heranzuführen. Die Schulen begleiten das Programm pädagogisch, etwa durch Projektstage, Unterrichtseinheiten und Bauernhofbesuche. Auf diese Weise wird den Kindern vermittelt, wo und wie die Lebensmittel entstehen, die sie täglich konsumieren. Kinder lernen dadurch auch, den Wert von Nahrungsmitteln zu erkennen.

Die teilnehmenden Schulen bekommen von zugelassenen Schulobstlieferanten frisches Obst und Gemüse kostenlos geliefert. Das vollständig aus EU- und Landesmitteln finanzierte Programm startete im Schuljahr 2009/2010 an 355 nordrhein-westfälischen Grund- und Förderschulen. Im darauffolgenden Schuljahr nahmen bereits gut 450 Schulen mit insgesamt rund 85.000 Kindern teil. Im neuen Schuljahr 2011/2012 werden voraussichtlich rund 100.000 Schülerinnen und Schüler von dem Programm profitieren.



7 Adressen von Verwaltung, Verbänden, Organisationen und Regionalinitiativen

7.1 Landesministerien, Landwirtschaftskammer, Landesbehörden, Verbraucherzentralen

Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz
Nordrhein-Westfalen (LANUV)
Leibnizstraße 10
45659 Recklinghausen
Tel.: 02361 305-0
Fax: 02361 305-3215
E-Mail: poststelle@lanuv.nrw.de
Internet: www.lanuv.nrw.de

Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen
Nevinghoff 40
48147 Münster
Tel.: 0251 2376-0
Fax: 0251 2376-521
Siebengebirgsstraße 200
53229 Bonn
Tel.: 0228 703-0
Fax: 0228 703-8498
E-Mail: info@lwk.nrw.de
Internet: www.landwirtschaftskammer.de

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen
Schwannstraße 3
40476 Düsseldorf
Tel.: 0211 4566-0
Fax: 0211 4566-388
E-Mail: poststelle@mkulnv.nrw.de
Internet: www.umwelt.nrw.de

Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen
und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
Jürgensplatz 1
40219 Düsseldorf
Tel.: 0211 837-02
Fax: 0211 837-2200
E-Mail: poststelle@mwebwv.nrw.de
Internet: www.wirtschaft.nrw.de

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.
Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf
Tel.: 0211 3809-0
Fax: 0211 3809-216
E-Mail: vz.nrw@vz-nrw.de
Internet: www.vz-nrw.de

7.2 Landesverbände und Vereine

Bäckerinnungs-Verband Rheinland
Am Kiekebusch 4
47269 Duisburg
Tel.: 0203 710120
Fax: 0203 7681213
E-Mail: info@biv-rheinland.de
Internet: www.biv-rheinland.de

Bäckerinnungs-Verband Westfalen-Lippe
Bergstraße 79/81
44791 Bochum
Tel.: 0234 516591-0
Fax: 0234 516591-20
E-Mail: vb@biv-wl.de
Internet: www.biv-wl.de

Biokreis NRW e.V.
Dammstraße 19, 57271 Hilchenbach
Tel.: 02733 124455
Fax: 02733 124457
E-Mail: biokreis-nrw@t-online.de
Internet: www.biokreis.de

Bioland Landesverband NRW e.V.
Im Hagen 5
59069 Hamm-Süddinker
Tel.: 02385 9354-0
Fax: 02385 9354-25
E-Mail: info-nrw@bioland.de
Internet: www.bioland.de

Demeter Nordrhein-Westfalen
Arbeitsgemeinschaft für biologisch-dynamische
Wirtschaftsweise e.V.
Alfred-Herrhausen-Straße 44
58455 Witten
Tel.: 02302 915218
Fax: 02302 915222
E-Mail: info@demeter-nrw.de
Internet: www.demeter-nrw.de

Ernährung.NRW e.V.
Wormersdorfer Straße 22-26
53340 Meckenheim
Tel.: 02225 919025
Fax: 02225 15016
E-Mail: info@ernaehrung-nrw.de
Internet: www.ernaehrung-nrw.de

Fleischerverband Nordrhein-Westfalen
Rosenstraße 20
40479 Düsseldorf
Tel.: 0211 513450-0
Fax: 0211 513450-19
E-Mail: inf@fleischer-nrw.de
Internet: www.fleischer-nrw.de

Landesvereinigung der Milchwirtschaft e.V.
Bischofstraße 85
47809 Krefeld
Tel.: 02151 4111-400
Fax: 02151 4111-499
E-Mail: info@milch-nrw.de
Internet: www.milch-nrw.de

Naturland Landesverband NRW e.V.
 Rommersch 13
 59510 Lippetal-Lippborg
 Tel.: 02527 9302-13
 Fax: 02527 9302-20
 E-Mail: nordrhein-westfalen@naturland.de
 Internet: www.naturland.de

Provinzialverband Rheinischer Obst- und
 Gemüsebauer e.V.
 Rochusstraße 18
 53123 Bonn
 Tel.: 0228 625041-42
 Fax: 0228 616142
 E-Mail: info@provinzialverband.de
 Internet: www.provinzialverband.de

Rheinischer Landwirtschafts-Verband (RLV)
 Rochusstraße 18
 53123 Bonn
 Tel.: 0228 52006-100
 Fax: 0228 52006-159
 E-Mail: info@rlv.de
 Internet: www.rlv.de

Westfälisch-Lippischer Landwirtschaftsverband (WLV)
 Schorlemerstraße 15
 48143 Münster
 Tel.: 0251 4175-01
 Fax: 0251 4175-136
 E-Mail: info@wlv.de
 Internet: www.wlv.de

7.3 Zusammenschlüsse, Schutzgemeinschaften und Regionalinitiativen

Anbaugemeinschaft Speisekartoffeln
 östliches Münsterland e.V.
 Internet: www.kartoffel-prinzessin.de

Arbeitsgemeinschaft (ARGE)
 Regionale Vermarktung im Mühlenkreis
 Internet: www.muehlengarten-regional.de

Bäckerinnung Aachen/
 Schutzgemeinschaft Aachener Printen g.g.A.
 Internet: www.aachener-baecker.de

bergisch pur
 Internet: www.bergischpur.de

Bergische Gastlichkeit e.V.
 Internet: www.bergischegastlichkeit.de

BiOlokal
 Internet: www.bioloikal.de

Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland
 & Diemeltal e.V./Tag der Regionen
 Internet: www.tag-der-regionen.de

Burgi Spargel
 Internet: www.burgi-spargel.de

Erzeugergemeinschaft Märkischer Landmarkt GmbH
 Internet: www.maerkischerlandmarkt.de

Erzeugergemeinschaft Buntes Bentheimer Schwein
 Internet: www.bunte-bentheimer-schweine.de

Fördergesellschaft des Lippischen Gaststätten-
 und Hotelgewerbes mbH
 „Land-WIRTE“
 Internet: www.land-wirte.de

Genussregion Niederrhein e.V.
Internet: www.genussregion-niederrhein.de
www.feines-vom-land.net

Honiggemeinschaft regionaler Imker
Internet: www.honigland.org

Interessengemeinschaft Füchtorfer Spargel
Internet: www.fuechtorfer-spargel.de

KäseRoute NRW
Internet: www.kaeseroute-nrw.de

Kölner Brauerei-Verband e.V.
Internet: www.koelner-brauerei-verband.de

LAG „Der Selfkant“ e.V.
Internet: www.leader-derselfkant.de

LAG Eifel beim Naturpark Nordeifel e.V.
Internet: www.leader-eifel.de

LAG Region Lippe-Issel-Niederrhein e.V.
Internet: www.lippe-issel-niederrhein.de

LAG Steinfurter Land e.V.
Internet: www.lag-steinfurterland.de

LAG Tecklenburger Land e.V.
Internet: www.lag-tecklenburgerland.de

Landaktiv an Ruhr & Lippe
Internet: www.landaktiv-ruhrlippe.de

Lippequalität e.V.
Internet: www.lippequalitaet.de

Mergelwind e.V.
Internet: www.mergelwind.com

Netzwerk Münsterland Qualität e.V.
Internet: www.muensterland-qualitaet.de

Neuland
Internet: www.neuland-fleisch.de

Niederrheinisches Gänseei
Internet: www.niederrheinische-gaenseeier.de

Nordrhein-Westfälische Werbegemeinschaft Ei e.V.
Internet: www.mein-ei-nrw.de

NRW kulinarisch Marketing e.V.
Internet: www.nrw-kulinarisch.de

Regionale Landwirtschaft Münsterland e.V.
Internet: www.rlm-ev.de

Regionale Speisekarte Münsterland
Internet: www.so-schmeckt-das.muensterland.de

Regionalforum Südliches Paderborner Land e.V.
Internet: www.suedliches-paderborner-land.de

Regionalmarke EIFEL GmbH
Internet: www.regionalmarke-eifel.de

REKA Rheinische Erzeugergemeinschaft Kartoffeln
Internet: www.reka-rheinland.de

Rheinischer Bauernmarkt e.V.
Internet: www.rheinischer-bauernmarkt.de

Schinkenland Westfalen
Schutzgemeinschaft Westfälische Schinken- und
Wurstspezialitäten e.V.
Internet: www.schinkenland-westfalen.de

Schutzgemeinschaft Aachener Wurstspezialitäten
Internet: www.aachener-fleischer.de

Schutzgemeinschaft Rheinischer Zuckerrübensirup/
Rheinisches Apfelkraut
Internet: www.sg-zuckerruebensirup.de

Schutzgemeinschaft Stromberger Pflaumen
c/o Gerhard Stemich
Nottbeck 4
59302 Oelde-Stromberg

Schutzgemeinschaft Westfälischer Pumpnickel
c/o Thomas Gill
An der Landwehr 1
45883 Gelsenkirchen

Senne Original e.V.
Internet: www.senne-original.de

Spargelbau-Genossenschaft Walbeck und Umgegend e.G.
Internet: www.walbeck.net

Spargelstraße NRW
Internet: www.spargelstrasse-nrw.de

Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V.
Internet: www.brauerverband-nrw.de

Verein Bornheimer Spargelanbauer e.V.
Internet: www.spargelausbornheim.de

Verein Schutzgemeinschaft Nieheimer Käse
c/o Käserei Pott
Untere Mauerstrasse 32
33039 Nieheim

Vereinigung der Direktvermarkter NRW
c/o Landwirtschaftskammer NRW
Frau Dorothee Gerleve, Ref. 22
Tel.: 0251 2376-359
E-Mail: dorothee.gerleve@lwk.nrw.de

Westfalen Culinarium
WestfälischKulinarische Museums-
und Erlebnismeile GmbH
Internet: www.westfalen-culinarium.de

Westfälisch Genießen e.V.
Internet: www.westfaelisch-geniessen.de

Herausgeber:

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen
Referat Öffentlichkeitsarbeit, 40190 Düsseldorf

Fachredaktion:

Referat II-2
Agrarmarkt, Ernährungswirtschaft, Tierproduktion, Agrartechnik

Fachtext:

Klaus Knippertz

Gestaltung:

Projekt-PR Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit mbH, www.projekt-pr.de

Bildnachweis:

ClipDealer (Titel, S. 8, 12, 20, 28); DBB (Titel, S. 31); schinkenland-westfa-
len (Titel); Fotolia (S. 6, 8, 18, 21, 27, 28, 39, 50, 54, R.); Schmörikes (S.10);
Rainer Hackenberg/Visum (S. 15); Thomas Willemsen (S. 22); Westfalen-
Culinarium (S. 23); Jürgen Christ (S. 23); Ost/foodzentrale Hamburg
(S. 24); Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. (S. 26);
R. Schmitz/Stockfood (S. 28); Ela2007 (S. 30); Martina Urban/Stockfood
(S. 32); vario images (S. 35, 44); Bioland e. V. (S. 36); photothek.net (S. 38);
Thomas Pflaum/Visum (S. 45); Seite 46: Kreis Wesel, Jo Becker, Franz-
Josef Schulze Zumkley, Nordrhein-Westfälische Werbegemeinschaft Ei e. V.,
Schutzgemeinschaft Westfälischer Schinken- und Wurstspezialitäten e.V.;
Axelle Schinski (S. 50); Linus Morgen (S. 50)

Druck:

Völcker Druck, Goch

Stand:

November 2011

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucher-
schutz des Landes Nordrhein-Westfalen
40190 Düsseldorf
Telefon 0211 4566-666
Telefax 0211 4566-388
infoservice@mkulnv.nrw.de
www.umwelt.nrw.de

