



pro agro – Partner im ländlichen Raum

**Regionalmarketing für Brandenburg und Wertschöpfung für den
ländlichen Raum**

Landkreis Teltow-Fläming
Ausschuss für Landwirtschaft und Umwelt
Donnerstag, 30.01.2020 – Luckenwalde

Kai Rückewold
Geschäftsführer



natürlich **Brandenburg** – pro agro e. V.

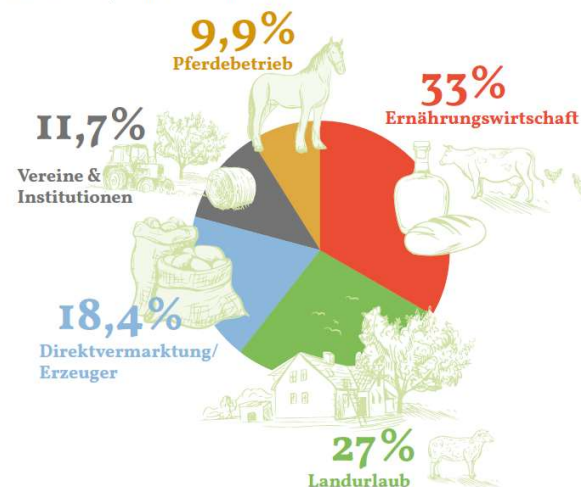
- seit 1992, einmalige Struktur in Deutschland
- 16 Mitarbeiter in jährlich über 35 Projekten
- ca. 365 Mitglieder aus Agrarwirtschaft, Direktvermarktung, Ernährungswirtschaft, Landtourismus und Landgastronomie
- **über 12.000 Mitarbeiter in den Mitgliedsbetrieben**
- Jahresumsatz der Mitgliedsbetriebe insgesamt über 2 Milliarden Euro
- Fördermitglieder, mit über 15.000 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von über 15 Milliarden Euro



**“Agrarmarketingverband” für
die Region **Brandenburg**-Berlin**

Mitgliederstruktur

pro agro hat aktuell knapp 350 Mitglieder, die in vielen Bereichen tätig sind. Dazu zählen z. B. Urlaubsanbieter und Pferdehöfe, Ernährungswirtschaft und Direktvermarkter, Verbände und Handelsunternehmen.



**wir vernetzen - wir kommunizieren -
wir vermarkten - wir qualifizieren**
www.proagro.de



Aufgaben und Produkte

Marketing

für die Ernährungswirtschaft und Direktvermarktung
(Veranstaltungen z. B. Brandenburger Schlachtfest)

Markterschließung

für die Ernährungswirtschaft und Direktvermarktung
(Kontaktanbahnung Absatzpartner, Fachveranstaltungen, Messen)

Marketing

für den Landtourismus und den ländlichen Raum
(Brandenburger Landpartie, BB Dorf- u. Erntefest)

Vernetzung

von regionalen Produkten mit landtouristischen
Angeboten bzw. Gastronomie (auf allen Veranstaltungen)

Themenkataloge

Landurlaub in BB, Pferdeland Brandenburg, Brandenburg kulinarisch

Imagebroschüren

für regionale Produkte und den ländlichen Raum

Markenführung

„VON HIER“, „natürlich Brandenburg“ und Prüfzeichen
„pro agro geprüft“ sowie Bündler für QS



BRANDENBURGER HOFLÄDEN
EINKAUF IM GRÜNEN
538 Adressen von Hofläden und Direktvermarktern im Land Brandenburg



pro agro – Partner im ländlichen Raum

Schwerpunkte der Verbandsarbeit - Umsetzung des Corporate Designs

LANDURLAUB BRANDENBURG

Ferien, Freizeit und Einkaufen beim Bauern – 2020



PFERDELAND BRANDENBURG

Grenzenlos reiten, Pferdezucht und Reitsport – 2019



BRANDENBURGER LANDPARTIE

15. und 16. Juni 2019 – Das Wochenende der offenen Tore



9 Broschüren sind geplant; 1 Verbandsbrosche

BRANDENBURGER AUSFLUGSPLANER

Entdeckungsreisen durch die ländlichen Regionen – Frühjahr & Sommer 2019



BRANDENBURGER AUSFLUGSPLANER

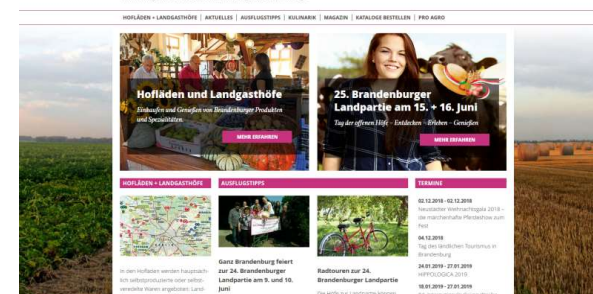
Entdeckungsreisen durch die ländliche Region – Herbst & Winter 2018



natürlich
BRANDENBURG
pro agro e.V.

LANDPARTIE BRANDENBURG

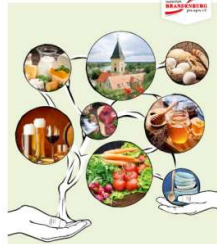
Entdeckungsreisen durch die ländlichen Regionen Brandenburg



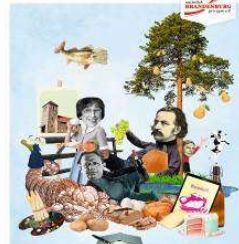
Ein reich gedeckter Tisch
Willkommen
im Scharaffenland
Brandenburg!



Handgemacht –
mit Lust und Liebe
Genuss made
in Brandenburg!



Die Hand gereicht
aus gutem Grund –
Brandenburger Initiativen,
Kooperationen & Netzwerke



Dichter, Denker,
dicke Bäuche.
Brandenburger
Kulturvielfalt erleben!

pro agro Marketingpreis 2020

NEUES AUS BRANDENBURG

Innovative Produkte und Vermarktungskonzepte aus dem Land Brandenburg



Brandenburger Landpartie

(traditionell 2. Juniwochenende)

26. BRANDENBURGER LANDPARTIE

13. und 14. Juni 2020 – Das Wochenende der offenen Tore

Entdecken

Das Land zwischen
Prignitz und Lausitz

Erleben

Bäuerliche Traditionen
Gläserne Landwirtschaft

Genießen

Regionale Spezialitäten
Ausflug ins Ländliche

www.brandenburger-landpartie.de

Alle
Teilnehmer
& Orte



antenne
Märkische Allgemeine rbb



25. Brandenburger Landpartie - Ergebnis 2019

- **225 Teilnehmerbetriebe; ca. 100.000 Besucher**
 - mehr Kooperationspartner – Dorfgemeinschaften
 - verstärkte Darstellung gesellschaftlich relevanter Themen wie: Insektensterben, nachhaltiges Landleben, nachhaltige Landwirtschaft, Integrations- und Inklusionsbetriebe
 - 29 Ökobetriebe, 24 Ausbildungsbetriebe, 36 reine Landwirtschaft, 17 Weinbau
- **Intensivierung der Marketingmaßnahmen**
 - mehr Print-und Online-Anzeigen, Auflage Broschüre 105.000
- **über 650 Berichterstattungen in den Medien** (Print, Funk, Fernsehen)
- **Website: 20.060 Nutzer, Seitenaufrufe: 186.622**
 - Social Media-Aktivitäten wurden weiter intensiviert (43 Posts)
- Synergien zwischen den Partnerverbänden weiter ausbaufähig
- Verstärkung der Präsenz in der Fläche
- neue Formate wie die Radpartien im Havelland stießen auf gutes Interesse

Potenzielle
Reichweite
47,05 Mio.
(Zeitraum 01.05.-28.06.19)



Umsetzung Jahresthemen

- 2016 – „Ein reich gedeckter Tisch
Willkommen im Schlaraffenland Brandenburg!“
- 2017 – „Handgemacht mit Lust & Liebe
Genuss made in Brandenburg!“
- 2018 – „Die Hand gereicht aus gutem Grund
Brandenburger Initiativen, Kooperationen und Netzwerke“
- 2019 – „Dichter, Denker, dicke Bäuche
Brandenburger Kulturvielfalt erleben!“

Presse - Öffentlichkeitsarbeit – Botschafter – Ausstellung - Folder

Ziel:

- Unternehmen, Traditionen und die lebendige Kultur des ländlichen Raumes in Brandenburg stärken
- veränderte Blickwinkel auf die kreativen Produktideen des Landes aus regionaler Kulinarik und ländlichem Tourismus



Themenbasierte und crossmediale Vermarktung landtouristischer Angebote in imagetragenden Veranstaltungen und Produkten 2020

in Umsetzung

Veranstaltungen z.B. Spreewälder Gurkentag und Printprodukte z.B. Landurlaubskatalog

Leitidee:

Brandenburg gibt den Menschen Nahrung aus der Natur von Fisch/ Fleisch über Obst bis hin zu Gemüse **und** bietet unberührte Natur – Wasser, Wald und Wiesen als Paradies direkt vor der Haustür!

Assoziationen:

naturnahe Produkte, eine „stille Oase“, Arten- und Produktvielfalt

Botschafter:

Stephen Ruebsam: Schlossgut Altlandsberg

Thomas Syring: SYRINGHOF

Jo Thießen: homemade

→ touristisches Eingangstor

→ Landwirtschaft &
Direktvermarktung als
Eingangstor



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Nutzung als Ausstellung und Folder (über 200 Betriebe)

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit um Themen des ländlichen Raumes -positiv- in den Fokus rücken

- **Printprodukte** Broschüren des Verbandes, von Mitgliedern, Veranstaltungen
- **Pressearbeit** Branchenrelevante Themen und Anlässe
- **Newsletter** Fachnewsletter Ernährungswirtschaft
- **Medienkooperationen** Antenne Brandenburg, Berliner Woche, Tagesspiegel etc.
- **Anzeigen** Fach- und Publikumsmedien
- **Social Media** Facebook

pro agro – Marketingpreis

pro agro Marketingpreis 2020
NEUES AUS BRANDENBURG



BRANDENBURGER HOFLÄDEN EINKAUF IM GRÜNEN
538 Adressen von Hofläden und Direktvermarktern im Land Brandenburg



Verkaufsförderung für Regionale Produkte aus Brandenburg in Handel und Gastronomie

Ziel: Steigerung des Bekanntheitsgrades und Absatzes zur Förderung des Marktzugangs und der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen der regionalen Agrar- und Ernährungswirtschaft

Maßnahmen:

- Vermittlung von Kontakten zu Absatzpartnern aus Handel, Gastronomie, Markthallen etc.
- Organisation von BrandenburgWochen, Verkostungsaktionen im Lebensmittelhandel
- Gemeinschaftsanzeigen in branchenrelevanten Fachmagazinen
- pro agro –Fachnewsletter Ernährungswirtschaft Brandenburg
- Stammtische / Workshops / Informationsveranstaltungen
- Markteintrittsunterstützung (Zertifizierungskosten/ Audits)



Das Beste aus der Region



pro agro – Partner im ländlichen Raum

Vermarktung regionaler Produkte – Informationsveranstaltungen, Promotion, Handelskontakte



„Landkreistouren pro agro mit Edeka“

- Information und Abbau von Hemmnissen

Promotionaktionen - Verkostungen

- 2010 – 2019 **über 700 Aktionen**

Handelsbörsen / Hausmessen

- 2010 – 2019 **über 35**

Nutzen der IGW für Handelskontakte

- **2010 – 6 Vertreter von Handelsketten**
- 2011 – 22
- 2012 – 39
- 2013 – 89
- 2014 – 224
- 2015 – 246
- 2016 – 225
- 2017 – 250
- 2018 – 260 Vertreter vom Handel + 100 Gastronomen
- 2019 – 400 Vertreter vom Handel + 100 Gastronomen
- **2020 – 360 Vertreter vom Handel + 120 Gastronomen**



pro agro – Partner im ländlichen Raum

Vermarktung regionaler Produkte

pro agro NEWSLETTER

Die Ernährungswirtschaft in der Region Brandenburg/Berlin

12/2019

Zahl des Monats

10 %

der privaten Konsumausgaben in Deutschland entfallen auf den organisierten Lebensmittelhandel.

Quelle: KPMG

Exporteure: Geschäftslage derzeit eher suboptimal

Das Exportklima in der deutschen Ernährungsindustrie ist weiter eingetrübt. Das ergab eine Umfrage der ATC Management Consulting im Auftrag der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE). Der Rückgang um fünf auf 37 Punkte im Vergleich zum Vorjahr sei vor allem auf eine gesunkene Einschätzung der aktuellen Geschäftslage zurückzuführen. Dabei konnten 55 Prozent der Unternehmen keine neuen Märkte erschließen, nur ein Drittel der Befragten hat ihre Exportmärkte weiter diversifiziert. Der Blick in die Zukunft ist laut BVE hingegen optimistischer. Die Geschäftserwartungen konnten um einen Punkt zulegen: 42 Prozent der Exporteure schätzen ihre Wettbewerbsfähigkeit im kommenden Jahr besser ein als bisher.

LBV unterstützt Berliner Initiative

Der Landesbauernverband Brandenburg (LBV) stellt sich hinter die Ankündigung des Berliner Senats, die Ernährung in der Hauptstadt nachhaltiger als bisher zu gestalten. Die Versorgung Berlins mit guten regionalen Produkten „würde nicht nur kürzere Transportwege und damit weniger CO2-Emissionen bedeuten, es könnte auch zu einer gemeinsamen Identität in der Hauptstadtregion Brandenburg-Berlin beitragen“, betonte LBV-Präsident Henrik Wendorff. Voraussetzung sei jedoch die Bereitschaft der Berliner, für regionale Produkte „einen ehrlichen Preis zu bezahlen“.

Inhalt

AKTUELL Neues für die und aus der Region	1
PORTRÄT Landwirtschaftsbetrieb Guido Leinitz	2
PORTRÄT Spezialitäten aus der Region	3
PRODUKTE IASPIAumboldt-Universität	4
PARTNER Internationale Grüne Woche 2020	5
MARKETING pro agro-Stammtisch	6
TERMINE Wichtige Daten und Fakten	7

Besserer Marktzugang durch Aufbau und Pflege von Kontakten

Bei Veranstaltungen mit Herstellern und Händlern können Geschichten hinter den Produkten erzählt sowie Kontakte aufgebaut und gepflegt werden, sagte pro agro-Geschäftsführer Kai Rückewald kürzlich in einem Interview mit dem Fachmagazin Lebensmittel Praxis. Wenn man sich kennt, erleichtert das „den Herstellern den Marktzugang und somit das Erschließen neuer Absatzmöglichkeiten“. Die größten Hürden sieht er darin, Hersteller wie Händler für die Welt des jeweils anderen zu sensibilisieren. Als erfolgreichste Maßnahmen in diesem Sinne nannte Rückewald Unternehmer Stammtische, Landkreistouren mit dem Handel, Brandenburgwochen im Handel und Handelsrundgänge bei der Grünen Woche.

Handel: An einem Strang ziehen

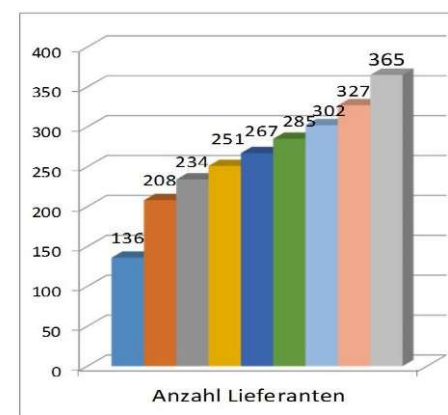
Der Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL) begrüßt das Anliegen der neuen EU-Kommission, mit dem „Green Deal“ ein umfassendes Konzept vorzulegen, um Europa bis 2050 klimaneutral zu machen. „Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, müssen alle Akteure an einem Strang ziehen“, heißt es. Darüber hinaus sei eine systematische und ganzheitliche Herangehensweise nötig, um die globalen Herausforderungen des Klimawandels zu meistern. Als Teil der Wertschöpfungskette und Bindeglied zum Verbraucher sei der Lebensmittelhandel ein wichtiger Partner bei dieser Aufgabe.

Vielfalt und Innovation aus der Hauptstadtregion



Regionale Lieferanten

- Regionale Lieferanten in 2009:
- 136 Firmen mit ca. 2000 Artikeln
- Regionale Lieferanten in 2011:
- 208 Firmen mit ca. 2700 Artikeln
- Regionale Lieferanten in 2012:
- 234 Firmen mit ca. 2900 Artikeln
- Regionale Lieferanten in 2013:
- 251 Firmen mit über 3000 Artikeln
- Regionale Lieferanten in 2014:
- 267 Firmen mit über 3100 Artikeln
- Regionale Lieferanten in 2015:
- 285 Firmen mit über 3300 Artikeln
- Regionale Lieferanten in 2016:
- 302 Firmen mit über 3500 Artikeln
- Regionale Lieferanten in 2017:
- 327 Firmen mit über 3750 Artikeln
- Regionale Lieferanten 2018
- 365 Firmen mit über 3800 Artikeln





Marke „natürlich Brandenburg“

Aktualisierung und Schärfung der Nutzungsbedingungen

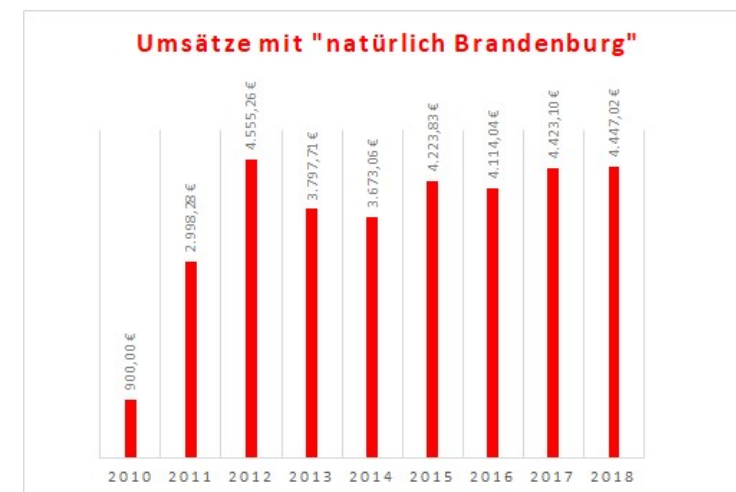
Schwerpunkt: regionale Wertschöpfung, Brandenburger Produktion

→ Wertschätzung der engagierten Produzenten und wertigen Produkte

Marke „VON HIER“

Ausbau der Zusammenarbeit mit REWE

Suche nach neuen weiteren Partnern



Bündlertätigkeit von pro agro für QS weiter ausbauen

256 Landwirtschaftsbetriebe mit 362 Standorten





Interessenvertretung für die Entwicklung des ländlichen Raumes

- durch intensive Einbindung der Mitglieder (Verband = Mitglieder)
- durch intensive, diskriminierungsfreie Zusammenarbeit mit
Unternehmen, landesweit tätigen Verbänden, Landkreisen, regionalen Netzwerken,
und potenziellen Vermarktungspartnern
Wirken als Mediator in gewachsenen Kooperationsstrukturen

Umsetzung des Brandenburger Agrarmarketings

- Zusammenarbeit in 60 Gremien – regional und überregional
- Informationsveranstaltungen, Newsletter
- Brandenburger Landpartie, Brandenburger Dorf & Erntefest



Förderung der Zusammenarbeit von Kleinstunternehmen bei der Vermarktung landtouristischer Angebote

themengestützte Öffentlichkeitsarbeit & Vermarktung

Gewinnung von Partnern zur Fortführung der Brandenburger Genießertouren

Förderung der ganzheitlichen Entwicklung des Pferdetourismus in Brandenburg

themen- und zielgruppenorientierte Erlebniswelten / Marke PFERDELAND BRANDENBURG

Zusammenarbeit für Landbewirtschaftung und klimaschonende Landnutzung – Erhalt der Biodiversität in privaten Gärten und Entwicklung/ Etablierung von BZ als Netzwerk regionaler Kompetenzstellen für Agrobiodiversität

Kooperationsprojekt von 10 Partnern inkl. dem VERN e. V., HU zu Berlin und pro agro e. V.

Projekte mit Zuwendungen des Landes Brandenburg

VKF-Maßnahmen für regionale Produkte aus Brandenburg 2020

Gemeinschaftspräsentationen Brandenburger Unternehmen auf Fach- und Publikumsmessen (Stuttgart, Bremen)

Agarmarketing/Landesmarketing

Zusammenarbeit und Einbindung des ländlichen Raumes

Sommerfest der Brandenburger Landesregierung

Tag der Deutschen Einheit in Potsdam

Sommerempfang im deutschen Generalkonsulat in Breslau

Kampagne „Brandenburg es kann so einfach sein“

Norddeutscher Ernährungsgipfel in Warnemünde



Qualitätsprogramm für Brandenburger Erzeugnisse?



Übernahme eines EU-notifizierten Qualitätsprogrammes

„Gemeinsames Ziel der Koalitionsparteien ist der Ausbau der regionalen Produktion und Weiterverarbeitung landwirtschaftlicher Produkte. Hierzu werden wir mit qualifizierten Organisationen ein zweistufiges EU-notifiziertes Qualitätssiegel für regionale Produkte erarbeiten.“
(Zeilen 3668 bis 3670 des Koalitionsvertrages)



Name der Veranstaltung	Datum	Ort
HansePferd in Hamburg pro agro Gemeinschaftsstand PFERDELAND BRANDENBURG	24. – 26.04.	Messe Hamburg
Brandenburg Tag in Spandau pro agro Stand	25.04.	Marktplatz Berlin-Spandau
Eröffnung der Brandenburger Ausflugs- und Frischesaison; pro agro Regionalmarkt für Brandenburger Unternehmen	25. + 26.04.	Schlossgut Altlandsberg
Brandenburgische Landwirtschaftsausstellung ; pro agro Regionalmarkt für Brandenburger Unternehmen	07. – 10.05.	MAFZ Paaren im Glien
Märkisches Dampfspektakel pro agro Regionalmarkt für Brandenburger Unternehmen	02. + 03.05.	Ziegeleipark Mildenberg
Landmarkt „Der Tagesspiegel“ pro agro Stand	17.05.	Berlin
Gartenfestival Park & Schloss Branitz; Regionalmarkt für Brandenburger Unternehmen mit pro agro Stand	22. – 24.05.	Park & Schloss Branitz, Cottbus
Beelitzer Spargelfest pro agro Regionalmarkt für Brandenburger Unternehmen	05. – 07.06.	Beelitz
26. Brandenburger Landpartie	13. + 14.06.	Land Brandenburg

Fakten

über **40**
Veranstaltungen

über **700**
Unternehmen

über **2.000.000**
Verbraucher/
Fachbesucher

mind. 9 Broschüren
Auflage über
300.000



Was erwartet der Verband pro agro e.V. von der neuen Landesregierung!

- Fortführung und Ausbau der Unterstützung des Verbandes pro agro und dessen Maßnahmen zur Vernetzung, Vermarktung und damit Wertschätzung der regionalen Land- und Ernährungswirtschaft sowie des Landtourismus
- Intensivierung der diskriminierungsfreien Zusammenarbeit innerhalb des Landes, „Miteinander reden“ und gemeinsam für den ländlichen Raum und den dort tätigen Unternehmen und Menschen wirken
- Für Klein- und Kleinstunternehmen ist ein Abbau der überhöhten bürokratischen Auflagen notwendig
- Umsetzung eines Gemeinschaftsmarketings für Brandenburger Erzeugnisse und gleichzeitig Unterstützung des Landesmarketings, um noch stärker das Land nach „außen“ zu tragen

**Nutzen der gut vernetzten Strukturen des Verbandes pro agro
als verlässlichen Partner seit 27 Jahren!**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

pro agro - Verband zur Förderung des ländlichen Raumes
in der Region Brandenburg-Berlin e.V.

Gartenstr. 1-3

14621 Schönwalde-Glien

www.proagro.de

Folgen Sie uns auf



Natürlich Brandenburg – pro agro

