

Impulstag Regionalvermarktung

für die Land- und Ernährungswirtschaft
im Großraum Leipzig

07.04.2025 | KONSUMZENTRALE
Projekt Zukunftsmarkt Regional

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Das Projekt wird im Auftrag des Sächsischen Landesamtes für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie realisiert und finanziert mit Mitteln des Bundes aus dem STARK-Programm sowie durch Steuermittel auf Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

A close-up photograph of a person's hand reaching into a field of green wheat stalks. The hand is positioned in the upper right quadrant, with fingers gently touching the wheat. The background is a soft-focus field of similar wheat stalks, creating a sense of depth and connection to nature. The overall color palette is dominated by various shades of green, from vibrant to muted, with a slight yellowish-green tint in the background.

Aus Ihren Ideen werden regionale Produkte und Umsätze

Projektvorstellung

Zukunftsmarkt Regional

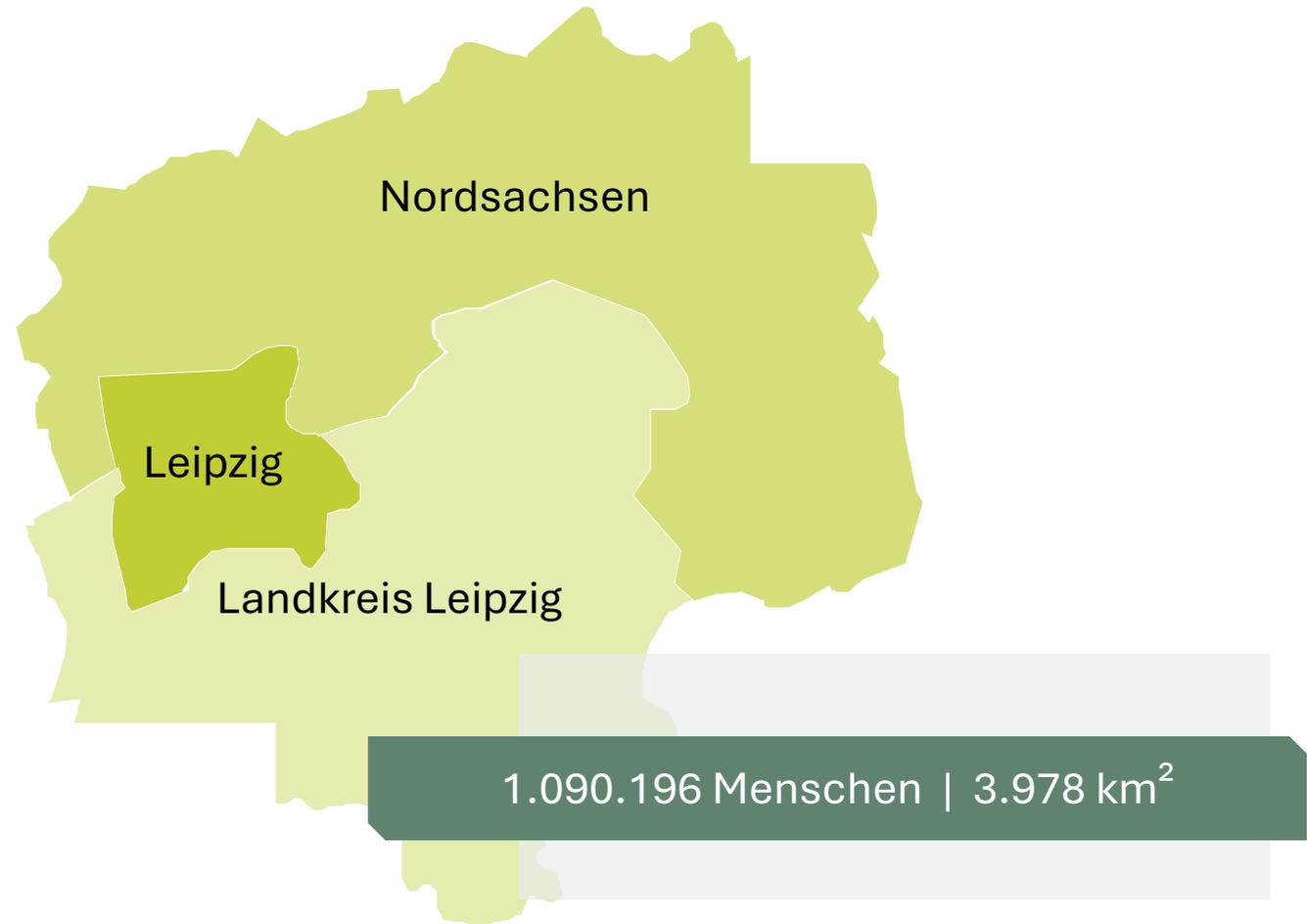
Ausbau regionaler und bioregionaler
Lebensmittel-Wertschöpfungsketten im
Braunkohlerevier Mitteldeutschland

Projektziele: Was wir erreichen wollen!

Motor der Nachfrage nach regionalen und bio-regionalen Lebensmitteln

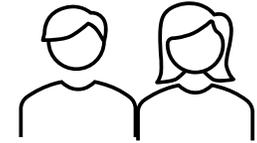
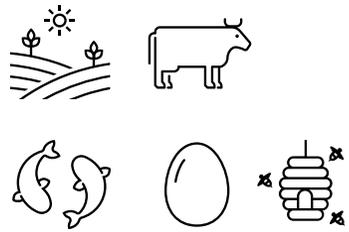
Steigerung der regionalen **Wertschöpfung** durch Aufbau und Weiterentwicklung zukunftsfähiger **Wertschöpfungsketten** regionaler und bioregionaler Lebensmittel

Schwerpunkt: **Absatzerhöhung im Lebensmitteleinzelhandel**



Zielgruppen: Für wen wir arbeiten!

Mehr als 700 Unternehmen im Projektgebiet und über 1 Mio. Verbraucherinnen und Verbraucher



Landwirte und
Primärerzeuger

Verarbeitende
Betriebe

Großhandel
und Logistik

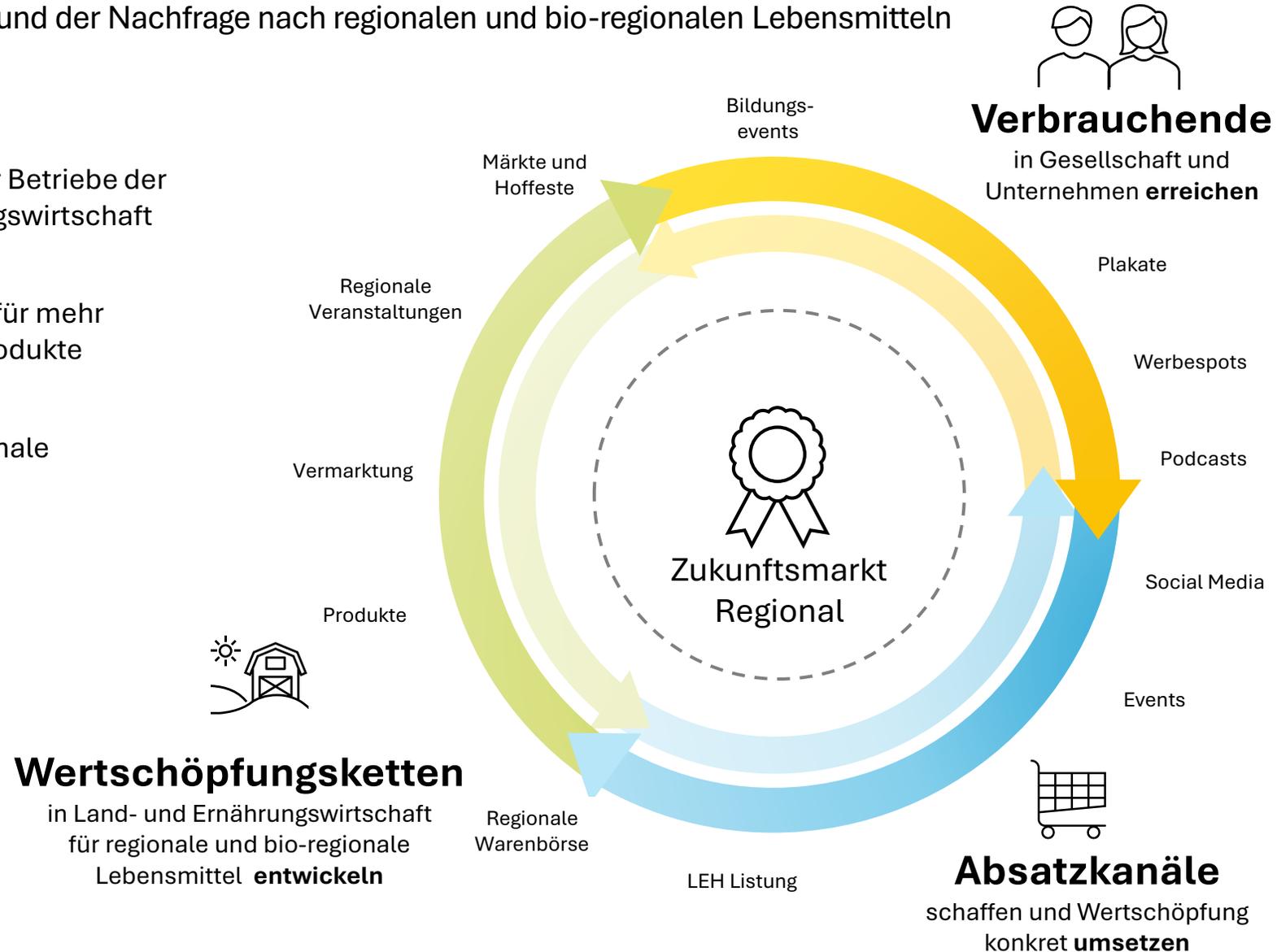
Lebensmittel-
einzelhandel

Kundinnen
und Kunden

Projekthalt: Was wir tun!

Förderung des Absatzes und der Nachfrage nach regionalen und bio-regionalen Lebensmitteln

- + **Veranstaltungen** für Betriebe der Land- und Ernährungswirtschaft
- + **Beratungsprojekte** für mehr Absatz regionaler Produkte
- + **Kampagne** für regionale Lebensmittel



Projekthalt: Was wir tun!

Unsere Veranstaltungen: Praxiswissen und Erfahrungsaustausch für eine erfolgreiche Vermarktung

+ **Trends und Impulse** für die Regionalvermarktung

+ mit Übungen und **Beispielen aus der Praxis**

+ **Erfahrungsaustausch und Feedback** untereinander

12
Veranstaltungen durchgeführt

86
Teilnehmerinnen und Teilnehmer

60
Veranstaltungen geplant



+ **Marke**

+ **B2B Verhandlung**

+ **Kundenkommunikation**

+ **Kalkulation**

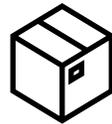
+ **weitere in Vorbereitung**

Projekthalt: Was wir tun!

Unser Beratungsangebot: Mit konkreten Piloten und Prototypen erfolgreich in der Region vermarkten



Individuelle
Beratung



Aus **Ideen**
werden **Prototypen**



Anpassung von Konzepten
und Vorgehensweisen **an**
den Markt



Kunden- und
Marktorientierung



Reaktionen im Markt
frühzeitig testen

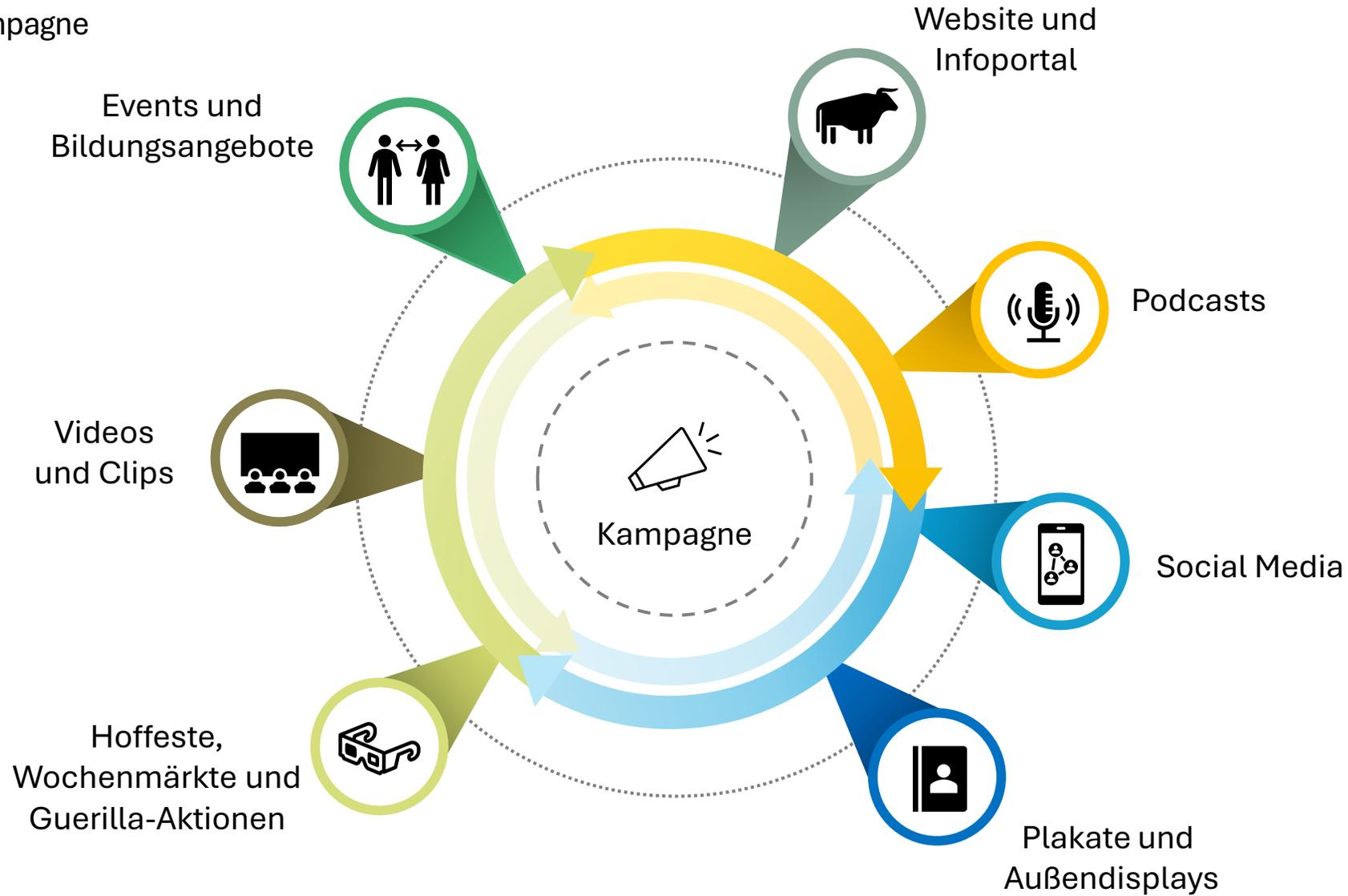


Nachhaltige und
erfolgreiche Marktplatzierung



Projekthalt: Was wir tun!

Unsere Kampagne



A woman with reddish-brown hair tied in a bun is shown in profile, looking at a jar of jam in a grocery store. She is wearing a blue and white striped shirt under a pink and white patterned jacket. The background is blurred, showing other people and store lights.

Hype oder echte Marktchance? Marktpotenzial für regionale Lebensmittel

Was Verbraucherinnen und Verbraucher wirklich wollen und was im Handel eine Chance hat: Eine regionale Perspektive auf Kaufmotive, Marktpotenziale und das Angebot regionaler Lebensmittel.

A woman with red hair in a bun, wearing a blue and white striped shirt and a pink and white patterned jacket, is looking at a product on a shelf in a grocery store. The background is blurred, showing other shelves and lights.

Nordsachsen

3.978 km²

Leipzig

Landkreis Leipzig

1.090.196

Verbraucherinnen und
Verbraucher in der Region
Leipzig in **564.000** Haushalten

2.868 €

Kaufkraft für Nahrungs-
und Genussmittel pro
Person und Jahr

150 Euro

je Woche für einen
Dreipersonen-
Haushalt

> 40%

Anteil HH
mit 3+
Personen

3.101.000.000 €

insgesamte jährliche Kaufkraft*

**Markt-
potenzial**

≈ 300 Mio. €

bei 10% regionalem
Warenkorb

1.794.000 €

Stadt Leipzig

750.000 €

Landkreis Leipzig

557.000 €

Nordsachsen

* EH-Kaufkraft für Nahrungs- und Genussmittel 2023

Potenziale für regionale Produkte

45%

präferieren regionale Produkte

regional
oder bio



Geschmack + Preis +
Saisonalität + Regionalität
schlagen Bio*

* Für welche Produkte würden Sie sich entscheiden, wenn sie in allen anderen Eigenschaften identisch wären? (Quelle: LfULG)

Lebensmittelkauf in der Region Leipzig

1.500

Lebensmittelfachgeschäfte

230

Discounter

Netto
Aldi
Lidl
Penny
Norma

150

Supermärkte

Rewe
EDEKA
Konsum
Kaufland

75

Hofläden

44

Märkte

≈ **44%**
Einkaufsfläche in
Supermärkten

+ 15 Solawis, Abo-Kisten, etc.
+ weitere Direktvermarktungsstrukturen

Kaufmotive für regionale Produkte

Regionalität steht für

87 % Frische

81 % kurze Transportwege

81 % saisonale Produkte

78 % Unterstützung der Landwirtschaft

75 % Geschmack

73 % Qualität

Maßnahmen für mehr Regionalität im LEH

= **mehr Information**

76 % mehr Hinweise im LEH

73 % größeres Sortiment

72 % besser kennzeichnen

71 % mehr Präsenz regionaler Erzeuger

Regionalität im LEH

Bsp. REWE Naunhof





Aus deiner Region

WURST



FISCH 37,9

Regional 3,99

Aus deiner Region

Regional Jagdwurst Schräganschnitt 3,49



 14 km

Wurzener
Nahrungsmittel GmbH

Schönberger
Geflügelhof

58 km 

Winzervereinigung
Freyburg/Unstrut

 14 km

Landgut Nemt

Kaffee &
Manufaktur

km 

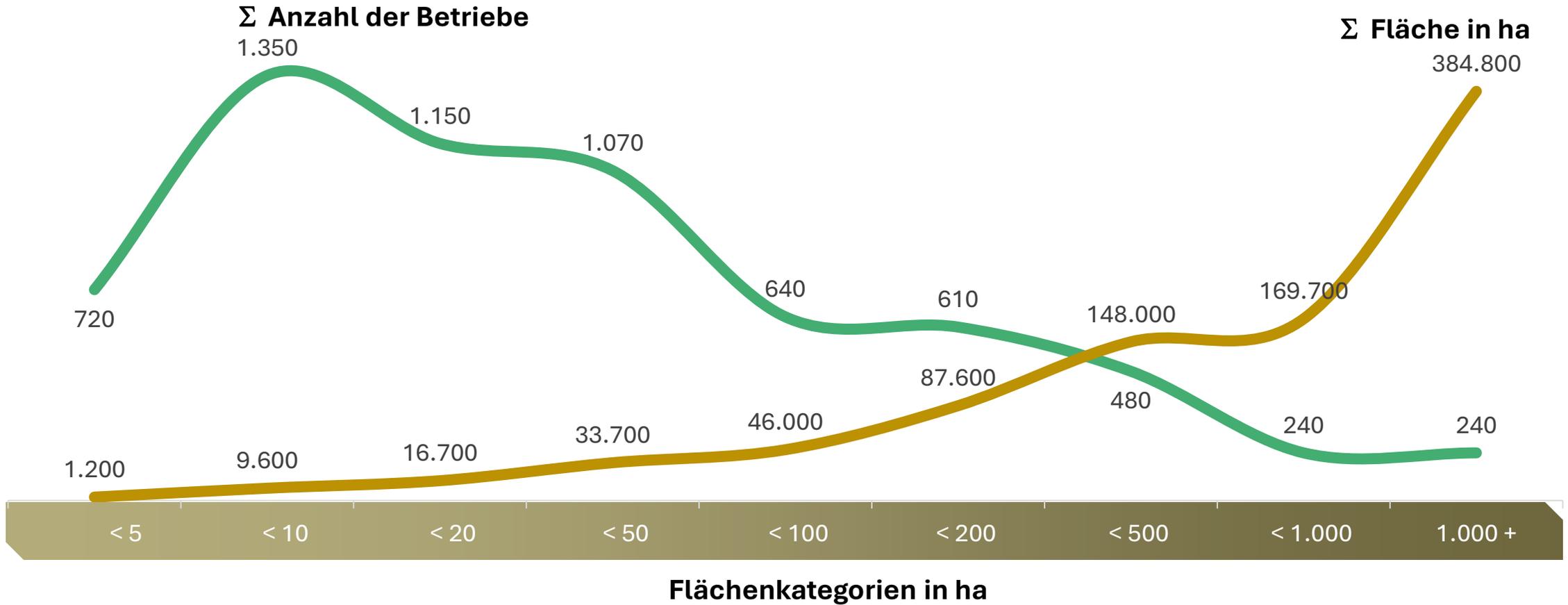
A man in a dark jacket and overalls is shown from the chest up, leaning forward and inspecting wheat in a field. The background is a soft-focus landscape with rolling hills under a warm, golden sunset sky. The lighting is warm and directional, coming from the upper left, creating long shadows and highlighting the texture of the wheat and the man's clothing.

**Zwischen Rohstoffproduktion
und Verbraucher-Nähe
Wie wirtschaftlich ist
Regionalvermarktung für
große Agrarbetriebe?**

Aktuelle Praxisbeispiele zur regionalen
Erzeugung, Nutzen verbrauchernaher
Direktvermarktung für Landwirtschaftsbetriebe
der Marktfruchtproduktion

62 % der Landwirtschaftsfläche wird durch große Betriebe über 500ha genutzt

Landwirtschaftliche Betriebe und genutzte Flächen in Sachsen 2023



Vorteile großer Betriebe

Effizienz durch Größe

Finanzielle Stärke

Management-Kompetenz

Flächenpotenzial

Kooperationsstärke

Gesellschaftliche Wirkung



Risiken großer Betriebe

Weltmarkt-Abhängigkeit

Geringe Sichtbarkeit

Regulatorischer Druck / Bürokratie

Flächenkonkurrenz

Fachkräftemangel

Austauschbarkeit

Anonyme Produktion ohne Verbraucherbindung führt zu **Akzeptanzproblemen in der Gesellschaft.**



Herausforderungen im Bäcker- & Fleischerhandwerk

Preisdruck durch Industrie & Kundenabwanderung zum LEH

Rückgang der Betriebe - besonders im ländlichen Raum

Sinkende Wertschätzung & Sichtbarkeit handwerklicher Qualität

Unsicherheit bei Rohstoffen: Herkunft, Qualität, Preis

Fachkräftemangel & hohe Personal- und Betriebskosten



Das Ernährungshandwerk steht unter Druck ...

.... Landwirtschaft als Teil der Lösung

Regionale
Rohstoffe

Qualität &
Regionalität

Echte
Geschichten

Persönliche
Beziehungen

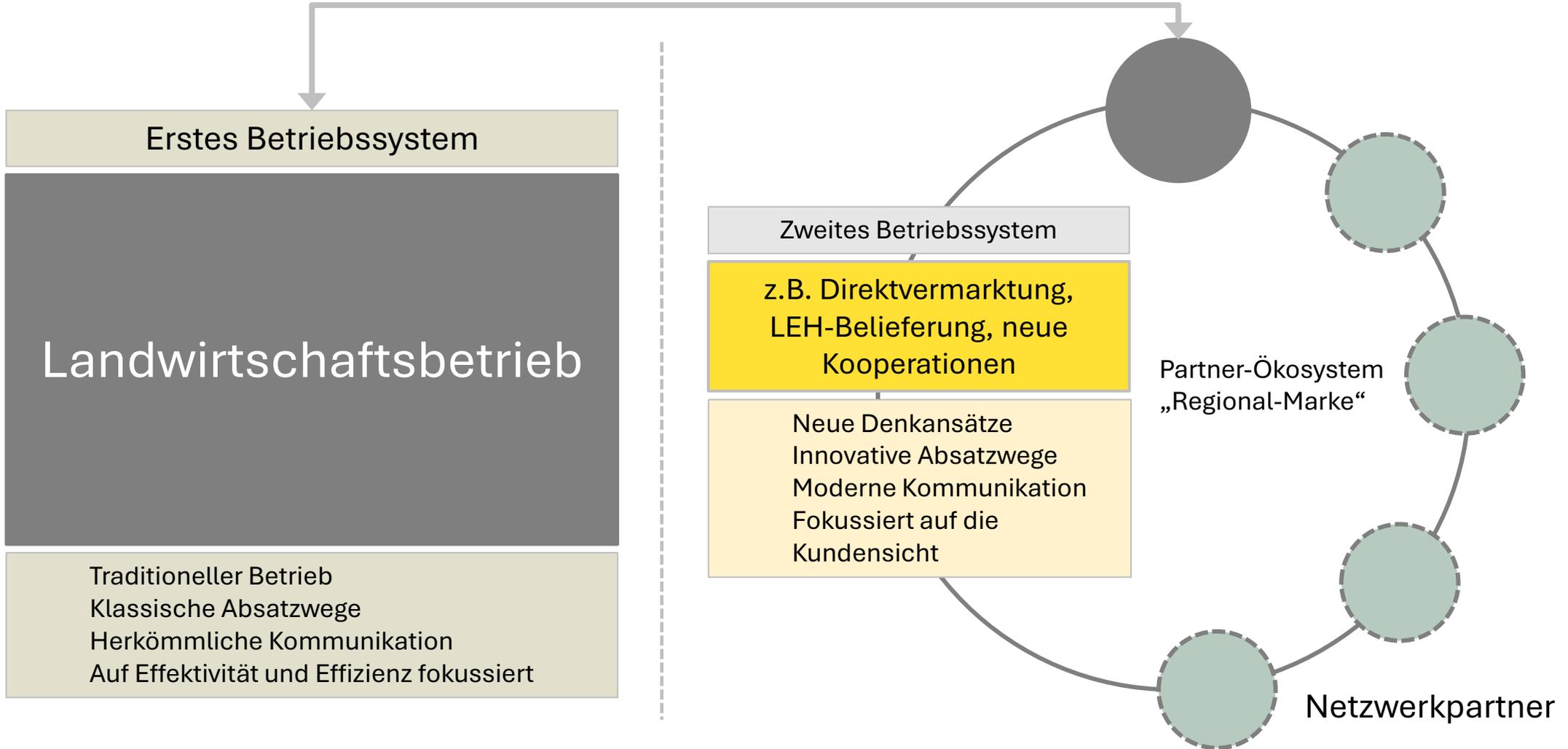
Gemeinsame
Entwicklung

Neue
Spezialitäten

Regionale
Resilienz



Zweites Betriebssystem als Lösungsansatz für ein neues „Standbein“



Regionale Vermarktungsansätze sind ein Ansatz für die Zukunftsfähigkeit landwirtschaftlicher Betriebe

Starke Bindung: intern & extern

Regionalität stärkt die Identifikation von Mitarbeitenden & Verpächtern das reduziert Fluktuation & steigert Zufriedenheit.

Landwirtschaft mit Gesicht

Wer zur regionalen Marke wird, wird sichtbar – und schafft Vertrauen bei Konsumenten, Mitarbeitenden & Partnern.

Das macht niemand anders für die Landwirte !

Wirtschaftliches Potenzial nutzen

Regionale Vermarktung bringt nicht nur Image, sondern neue Absatzwege & Risikostreuung.

Jetzt starten:

Schon **kleine Schritte** wirken.

Projekte (wie unseres 😊) begleiten beim Aufbau von Kooperationen & Vermarktung.



A close-up photograph of a black and white cow with a yellow ear tag, eating from a metal trough filled with brown feed. The cow is the central focus, with other cows visible in the background. The image is overlaid with a dark blue semi-transparent box containing text.

Zwischen Markterfolg und Herausforderungen im Alltag

Aktuelle Praxisbeispiele zur regionalen
Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung im
Großraum Leipzig **aus den ersten 6 Monaten
unseres Projektes**



Torgauer
Kräutersetzlinge
 Frisch geerntet.
 Direkt aus Torgau.



SAMSTAG
MARKT



HEIDERIND
 LOSSATAL

LEIPZIGER PROTEIN BITES mild
 Käse-Snacks mit Blauschimmel
KÄSE LEHMANN
41g Protein pro Pack*
 ↓ **WENIG FETT** ↓ **LOW CARB** ↑ **HIGH PROTEIN**
 100 % Natürlich | 100 % Leipziger Handwerksprodukt



Expertenrunde zu regionalen Lebensmitteln

Wo stehen wir und welche Potenziale hat die Region?

Gesprächsrunde mit Unternehmern aus der Land- und Ernährungswirtschaft sowie dem Handel – und Ihren Fragen



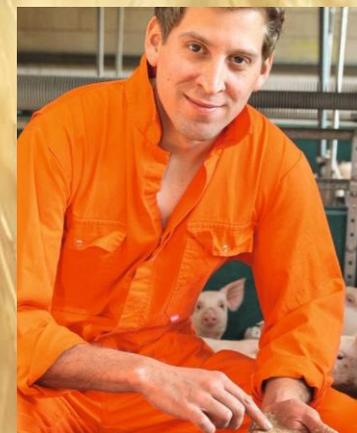
René Döbelt
Landwirt, Landgut
Nemt Gruppe



Tom EBrich
Bäckermeister,
Bäckerei EBrich



Ricco Hahn
REWE Ricco Hahn
oHG Naunhof



David Oberhoff
Inhaber, Oberhoff
Tierzucht Beilrode



Thomas Breitling
Moderation

Unser Angebot für Betriebe der Land- und Ernährungswirtschaft aus der Region

nutzen Sie gerne unser **kostenloses Beratungsprogramm**
oder melden sie sich zu einer unserer **Veranstaltungen** an

www.zukunftsmarkt-regional.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Das Projekt wird im Auftrag des Sächsischen Landesamtes für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie realisiert und finanziert mit Mitteln des Bundes aus dem STARK-Programm sowie durch Steuermittel auf Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.