



## Pressemitteilung

Feuchtwangen, 7.08.2008

Das Netzwerk:

### Nachbar, wir brauchen uns

### Die Stadt braucht das Land und das Land braucht die Stadt, oder?...

... Ja. Das zeigen aktuelle Untersuchungen. Eine Befragung des Masterstudienganges Regionalmanagement der Fachhochschule Weihenstephan, Abteilung Triesdorf und weitere Facharbeiten beschäftigten sich mit der Zusammenarbeit der Städte mit ihrem Umland. Die Ergebnisse belegen, dass - als Beispiel einer solchen Zusammenarbeit - eine professionelle Vermarktung regionaler Produkte in der Metropole ein Gewinn sowohl für den Ballungsraum als auch für den ländlichen Raum ist.

Die Ergebnisse der Arbeiten wurden im Rewe-Markt in Schwabach als Dankeschön für die langjährige Unterstützung des Bezirks Mittelfranken an den Bezirkstagspräsidenten Richard Bartsch übergeben. Durch die Ergebnisse wird bestätigt, dass sich das Engagement des Bezirks Mittelfranken bei der Unterstützung der Regionaltheke zur Schaffung einer guten Stadt- Umland Beziehung auszahlt.

Im Rahmen der Masterarbeit an der Fachhochschule Weihenstephan „Untersuchung der Zusammenarbeit von Europäischen Metropolregionen und ihrem Umland – dargestellt am Beispiel des Regionaltheken-Systems in der Europäischen Metropolregion Nürnberg“ von Annegret Heckmann wurden Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Verbänden und Wissenschaft befragt. Dabei wird deutlich, dass mit konkreten Kooperationen, wie es die Regionaltheke ist, Stadt-Land-Beziehungen erst im wahrsten Sinne des Wortes greifbar werden. Die Produkte, die es im Lebensmittelgeschäft im Ballungsraum zu kaufen gibt, stammen aus dem Umland, vom Nachbar nebenan. „Jedes Produkt spiegelt die Natur und die Vielfalt des Wirtschaftens wider. Die Region zu erleben, bedeutet auch, ihre Spezialitäten zu genießen.“ so Heiner Sindel, Vorsitzender des Vereins Artenreiches Land – Lebenswerte Stadt e.V. Eine solche Stadt-Umland-Beziehung bietet zudem die Möglichkeit Vertriebswege wie diverse Betriebsrestaurants zu erschließen bzw. zu erweitern. Außerdem ist es laut den Befragten wichtig, dass z.B. die regionale Gastronomie mit originellen Rezepten die Besucher an die regionale Küche heranführt. „Schulungen von Gastronomen zum Thema Regionalität wären eine Möglichkeit“, so Bezirkstagspräsident Richard Bartsch. Auch in Schulen sollte das Thema „Region und Stadt“ mittels Lehrerschulungen und über Lehrpläne verstärkt gebracht werden. Durch eine gute Nahversorgung entstehen identitätsstiftende und wirtschaftlich positive Impulse für ländliche Räume, das bestätigen die Ergebnisse der Facharbeit „Die regionale Kreislaufwirtschaft als Strategie für nachhaltige Entwicklung – dargestellt am Beispiel der Regionaltheke in der Metropolregion Nürnberg“ von Svenja Haffner am Neuen Gymnasium Nürnberg. Die Befragung der Regionaltheken-Lieferanten ergab, dass durch den Absatz im



Ballungsraum Arbeitsplätze in der Landwirtschaft und in der Weiterverarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse erhalten und ausgebaut werden können. So gut wie alle Erzeuger haben neben der Regionaltheke weitere Vermarktungsstrategien, wie Verkaufsstand auf dem Hof, Selbstpflückaktionen oder Bauernmärkte. Für alle Befragten jedoch ist der Absatzweg ihrer Produkte von ihrem ländlichen Standort hinein in den Ballungsraum mittels Regionaltheke ein nicht mehr wegzudenkendes Standbein ihrer Vermarktung geworden. Auch der Imagegewinn für die Region wurde von den Interviewten als bedeutender Grund für den Anschluss an die Regionaltheke betrachtet. So misst sich der Erfolg eines Stadt-Land-Projekts nicht nur an Umsatzzahlen, sondern auch an der Erzielung eines Images der lokalen Verwurzelung und Verantwortung jenseits von grell-bunter Anonymität. Ein gutes Eigenimage der Bewohner einer Region regt zu Kreativität an und fördert die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit.

Die Ergebnisse der „Unternehmensanalyse Marketing Die Regionaltheke“ von Jörg Uysmüller, Sven Schuster und Christian Basler an der Technikerschule Triesdorf zeigen zudem, dass bei aller Vielfältigkeit der verschiedenen Anbieter / Produkte und Akteure des ländlichen Raums, eine klare Marketingstrategie sehr wichtig ist. So sind bezüglich der Produktpolitik eine hohe Qualität entscheidend. Zudem geht ein regionales Produkt regelrecht in der Gastronomie, den Betriebsrestaurants, den Ladentheken und den anderen Vertriebswegen der Region unter, wenn es nicht durch ein auffälliges evtl. mit anderen regionalen Produkten einheitliches Erscheinungsbild ins Auge fällt.

#### **Hintergrundinformation zur Regionaltheke:**

Seit über zehn Jahren betreuen die Initiativen „Artenreiches Land – Lebenswerte Stadt“, „Original Regional“, „Region Bamberg – weil's mich überzeugt“ und „Main Franken PLUS“ in enger Zusammenarbeit mit der ORIGINAL REGIONAL Regionaltheken GmbH über 140 Regionaltheken in ganz Franken.

Zu den Partnern des klassischen Lebensmitteleinzelhandels gehören Edeka, Marktkauf, Rewe, Konsum, „Um`s Eck“ und Kaufland.

Die Geflügelhöfe Mahler (aus Mühlhausen bei Estenfeld im Landkreis Würzburg), Rubensdörfer (aus Kaierberg bei Dentlein im Landkreis Ansbach) und Winkler (aus Kleinweisach bei Vestenbergsgreuth im Landkreis Erlangen-Höchstadt) sorgen für eine pünktliche Belieferung der Märkte.

Die Logistiker werden von Winzern, Müllern, Metzgern und anderen ca. 50 Erzeugern aus ganz Franken beliefert. Das Warenangebot umfasst in erster Linie ein Trockensortiment mit etwa 250 Produkten. Der Kunde kann Nudeln aus der fränkischen Schweiz, Holundergetränke aus dem Fränkischen Seenland, Mühlenprodukte aus Dinkelsbühl und vieles mehr kaufen.

Wo Sie eine Regionaltheke finden sowie weitere Informationen unter [www.die-regionaltheke.de](http://www.die-regionaltheke.de)

#### **Pressekontakt:**

Heiner Sindel, 1. Vorsitzender  
Artenreiches Land - Lebenswerte Stadt e.V.  
Museumstraße 1  
91555 Feuchtwangen  
Tel: 09852/1381  
Fax: 09852/615291  
E-Mail: [sindel@artenreiches-land.de](mailto:sindel@artenreiches-land.de)  
Internet: [www.artenreiches-land.de](http://www.artenreiches-land.de)