

Gütezeichen aktuell

Nr. **14** Ausgabe Dezember
2016

Direktvermarktung
in Schleswig-Holstein
Seite 04

Handelsaktionen
Seite 06

Regionale Spezialitäten
zum Landesgeburtstag
Seite 08

*Der Mensch
hinter der Marke:
Henning Plotz*



Liebe Leserinnen und Leser,

unser Infobrief blickt zurück auf ein buntes und ereignisreiches Jahr 2016. Mit den Ergebnissen unserer zweiten Gütezeichen-Werkstatt haben Sie uns wichtige Eckpunkte für die Weiterentwicklung des Zeichens gegeben. Gleichzeitig schauen wir natürlich auch auf weitere Handlungsfelder im Food- und Agrarmarketing in Schleswig-Holstein. Insbesondere den Potentialen der Direktvermarktung haben wir viel Aufmerksamkeit gewidmet – und eine sehr gute Resonanz erhalten. Gemeinsam mit dem Landwirtschaftsministerium und vielen engagierten Erzeugern erstellen wir ein gemeinsames Direktvermarkter-Portal für den Echten Norden, natürlich auch optimiert für mobile Endgeräte. Viel unterwegs waren wir mit dem Gütezeichen. Bei 26 Verbraucher- und Fachveranstaltungen, bei Verkostungsaktionen im LEH sowie in zahlreichen Presseartikeln haben wir über die Vorzüge regionaler Lebensmittel informiert – und woran man die besten unter ihnen erkennen an.

Wir freuen uns auf das neue Gütezeichen-Jahr mit Ihnen!
Herzliche Grüße

S. van Hoorn

Sandra van Hoorn

MENSCH HINTER DER MARKE

Der Matjes-Retter

Für Henning Plotz ist echter Matjes klein und zart, mildsalzig und fettglänzend. Als junger Hering im Frühsommer gefangen, reich an gesundem Omega-3-Fett. Und natürlich von Hand geputzt. So muss Matjes sein.

Dafür steht Henning Plotz, Glückstädter Gastronom und Matjesproduzent, der sich seit 20 Jahren mit dem milden Salzhering beschäftigt. Die Geschichte des Glückstädter Matjes nimmt im Jahr 1893 ihren Anfang. Mit der Gründung der Glückstädter Heringsfischer beginnt der Siegeszug dieser schleswig-holsteinischen Spezialität. Auf ihren hölzernen Segelloggern gehen die Männer auf mehrmonatige Fangreisen. Der gefangene Hering wird noch an Bord verarbeitet: Mit einem Messer kehlen die Fischer ihren Fang und lagern ihn auf Salz. Den Rest übernehmen die körpereigenen Enzyme des Fisches – sie lassen ihn zur berühmten Delikatesse, dem Original Glückstädter Matjes, reifen. Auch heute ist das noch so. Zumindest bei Henning Plotz. Er hat die Tradition wieder aufleben lassen, hat sie sogar gerettet, Mitte der Neunzigerjahre, als in Glückstadt der letzte Matjesproduzent seinen Laden dichtmachte. Dass der Matjes in Glückstadt ausstirbt, das wollte Plotz auf keinen Fall

zulassen. Also bewahrte er die alten Verfahren, besorgte sich die traditionellen Rezepte und wurde, eigentlich gelernter Gärtner, selber Matjesproduzent. Seinen Hering bezieht er heute aus Skaagen. Schockgefroren werden die im Juni gefangenen jungen, besonders fetthaltigen Fische zu ihm nach Glücksstadt geliefert. Plotz taut sie nach Bedarf auf und kehlt sie genau wie damals an Bord der Logger von Hand. Dabei verbleibt ein kleiner Teil des Darms im Körper des Fisches. Vermengt mit Salz sorgen nun die körpereigenen Enzyme für die natürliche Reifung. Nach einigen Tagen im Kühlraum ist der Hering schließlich fertig und wird von Hand säuberlich filetiert. So viel Leidenschaft ist auch der EU eine Auszeichnung wert. Der Glückstädter Matjes wurde in das europäische Qualitätsregister aufgenommen und darf nun die offizielle Bezeichnung „geschützte geografische Angabe“ tragen. Seinen Matjes, 200 Tonnen im Jahr, verschickt Plotz in alle Welt bis nach Singapur. Und manchmal geht er mit seinen Fischen auch selbst auf die Reise. Immer dann, wenn er Teile seiner Familie in Südafrika besucht. Das mit der Einfuhr von Lebensmitteln ist dort so eine Sache. „Aber die Zoll-Hunde haben noch nie etwas im Koffer erschnüffelt“, sagt Plotz. Vermutlich auch ein Zeichen für die Qualität seines Matjes.



WORKSHOPS

Zukunftswerkstatt Gütezeichen

Beginnend im Jubiläumsjahr 2015 wurden die Hersteller von Gütezeichen-Produkten auch in diesem Jahr in moderierten Workshops in die Weiterentwicklung des Zeichens eingebunden. Gemeinsam wurden aktuelle Problemstellungen diskutiert und die Ziele des regionalen Qualitätszeichens definiert. Die sehr hohe Beteiligung der zeichenführenden Unternehmen und das große Engagement der Hersteller gaben wichtige Impulse für die künftige Ausrichtung des Zeichens hinsichtlich Qualität und Regionalität.

Das Votum der Teilnehmer war eindeutig: Unter der Führung des Qualitätsausschusses bei der Landwirtschaftskammer soll sich das Gütezeichen in Zukunft noch stärker an den Vorstellungen der Verbraucher hinsichtlich Transparenz und Regionalität ausrichten. Der Erhalt der großen Gemeinschaft der Gütezeichenfirmen mit einer gemeinsamen Aussage steht dabei im Vordergrund.

NEUE BROSCHÜRE

Bio mit Gütezeichen

„Bio“ und „regional“ sind seit vielen Jahren Trends, die aus dem Lebensmitteleinzelhandel nicht mehr wegzudenken sind. Längst vorbei sind die Zeiten, in denen Bio-Produkte nur von einer sehr kleinen Zielgruppe ausschließlich im Hofladen oder im Naturkostfachgeschäft nachgefragt wurden.

Das neue Gütezeichen-Magazin „bio. echt regional“ verknüpft diese beiden Themen und wirft dabei auch einen Blick auf die Bio-Geschichte in Schleswig-Holstein. Zu Wort kommen viele Bio-Produzenten aus dem echten Norden, zum Teil langjährige Gütezeichen-Mitglieder. Das Magazin richtet sich vor allem an die Gruppe der LOHAS (lifestyle of health and sustainability). Diese Verbraucher legen unter anderem Wert darauf, mit ihrer Kaufentscheidung gleichzeitig einen Beitrag zur nachhaltigen Lebensmittelproduktion zu leisten. Gern senden wir Ihnen Exemplare zur weiteren Verteilung zu.



ERHEBUNG

Direktvermarkter-
Befragung

Zu Beginn des Jahres wurde in Zusammenarbeit mit der CAU zu Kiel eine groß angelegte Befragung rund um das Thema Direktvermarktung durchgeführt. Zielsetzung war, den aktuellen Stand und die Bedürfnisse kleinerer Betriebe hinsichtlich online-Lösungen zu ermitteln: Wie ist die gegenwärtige Internetpräsenz und weiterer Bedarf an online-Vermarktung einzuschätzen?

Generell sind die Betriebe prinzipiell bereit, sich mehr auf das Online-Angebot zu konzentrieren und weisen diesem zukünftig eine wichtigere Rolle zu. Die meisten Direktvermarkter sind bereits im Internet präsent. Dabei steht die Informationsgewinnung über die betreffenden Betriebe und ihr Sortiment deutlich im Vordergrund. Auch das Auffinden der Betriebe und passende Informationen zur Lokalisierung der Betriebe sind dem Nutzer wichtig. Der Internet-Auftritt wird bei etwa 75% durch den Betriebsleiter oder die Familie gepflegt. Daher fehlt es oft an Professionalisierung. Gleichzeitig erkennen viele Betriebe in diesem Bereich Handlungsbedarf für die nächsten Jahre und sind offen für neue Modelle.



FACHVERANSTALTUNG

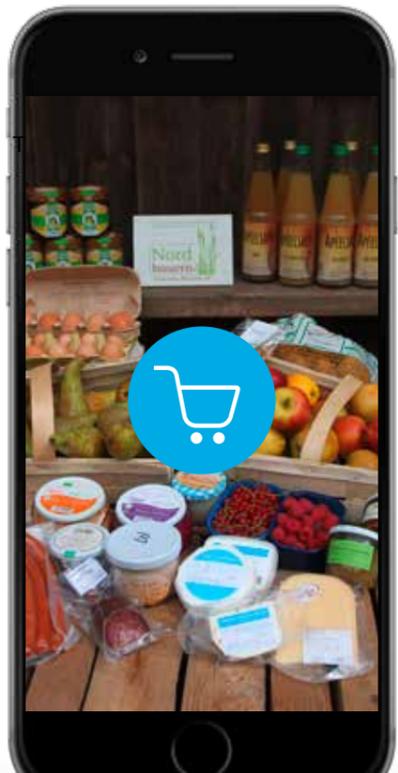
Direktvermarktung 2.0

Vernetzung unter Direktvermarktern und die Präsentation des Betriebes in den digitalen Medien waren die Schwerpunktthemen bei der Fachveranstaltung „Direktvermarktung 2.0“ Mitte Juni in der Halle der Landwirtschaftskammer auf dem Rendsburger Messegelände. Gleichzeitig hatten die über 120 Besucher die Gelegenheit, selbst Stellung zu beziehen. Verschiedene Referenten stellten im zweiten Teil der Veranstaltung Themen rund um die Präsenz kleinerer Betriebe im Internet dar. Auch die Ergebnisse der diesbezüglichen Direktvermarkterbefragung aus dem Februar wurden präsentiert. Insgesamt war das Interesse der Betriebe am Ausbau ihrer Internetpräsenz sehr groß. Die Mehrheit des Publikums sprach sich in der Abstimmung für die Einrichtung eines zentralen Direktvermarkterportals für Schleswig-Holstein aus. Das Internetportal hätte den Vorteil, die Kunden zu bündeln und gemeinsam neue Kunden anzusprechen. Dennoch wurde klar: Der Erfolg des eigenen Betriebes bei der digitalen Vermarktung hängt vor allem vom eigenen Engagement ab.

NEUES PORTAL

Gutes vom Hof

Regionale Lebensmittel direkt vom Erzeuger erfreuen sich bei Verbrauchern einer zunehmenden Beliebtheit. Eine Förderung dieses regionalen Absatzes mit seinen kurzen Vermarktungs- und Transportwegen ist im Sinne der Nachhaltigkeit erstrebenswert und bietet eine Möglichkeit der Einkommensstabilisierung in Zeiten niedriger Lebensmittelpreise. Mit dem neuen Direktvermarkter-Portal wird mit Unterstützung des Landwirtschaftsministeriums eine Internet-Plattform zur Bündelung der Online-Aktivitäten der Direktvermarkter in Schleswig-Holstein aufgebaut. Zentraler Bestandteil ist die Suche nach Hofläden und Produkten sowie Terminen und Veranstaltungen. Ergänzt wird die Plattform durch redaktionelle Inhalte wie News, Saisonkalender, Rezepte und Warenkunde.



CHARITY

Spende für Integrations-
projekt in Berlin

Ibrahim Ali Khan vom Multikulturellen Jugend Integrationszentrum e.V. in Charlottenburg freute sich bei der Scheckübergabe in Berlin durch Kammerpräsident Claus Heller Ende Mai über die Spendensumme aus Schleswig-Holstein. Auch in diesem Jahr hatte das Gütezeichen Schleswig-Holstein im Rahmen der Internationalen Grünen Woche im Januar gemeinsam mit der Berliner Morgenpost zur Spendenaktion aufgerufen. Durch den Verkauf der beliebten Güte-Tüte konnten über 2.000 Euro für den guten Zweck erzielt werden. Die Spenden kamen von den Firmen Gut von Holstein, Niederegger, dem Hause Behn, Böklunder Würstchen, Glückstädter Matjes, Flensburger Bier und eine aktuelle Ausgabe des Besseresser-Magazins „Mohlthied!“.

VERMARKTUNG

Große SH-Aktion im
Berliner Handel

Eine groß angelegte Schleswig-Holstein-Aktion fand im Berliner Feinkosthandel bei Galeria Gourmet am Alexanderplatz statt. In der hochwertig ausgestatteten Lebensmittelabteilung von Kaufhof wurde im Vorkassenbereich auf 300 Quadratmeter Fläche, mithilfe von Dekorationselementen aus dem Norden wie Strandkörbe (Gosch-Lounges), Fischernetze oder traditioneller Kostüme aus Schleswig-Holstein, eine maritime Atmosphäre geschaffen. Darin wurden heimischen Lieferanten zahlreiche Zweit- und Drittplatzierungen bereitgestellt, die mit eigens produzierten Deckenhängern markiert wurden. Insgesamt 25 Firmen aus Schleswig-Holstein beteiligten sich an der Aktion mit einer Laufzeit von zwei Wochen, unterstützt wurde der Verkauf vor Ort mit etwa 40 Verkostungstagen. Insgesamt war die Aktion ein großer Erfolg für den Handelspartner und für die beteiligten Lieferanten. Begleitend dazu wurden zahlreiche Neulistungen im Berliner Lebensmitteleinzelhandel erreicht.

GRÜNE WOCHEN

Gütezeichen, Direktvermarkter,
Tourismus

Zur Grünen Woche zeigte das Gütezeichen der Landwirtschaftskammer den Messebesuchern in Halle 22a seine ganze Vielfalt. Es wurden die Bereiche regionale Qualitätsprodukte, handwerkliche Betriebe und ländlicher Tourismus in Berlin präsentiert. Auch angeschlossene Vereine wie die Nordbauern, die KäseStraße oder der Verein Holsteiner Katenschinken waren persönlich oder mit Spezialitäten vor Ort.

Abgerundet wurde der Auftritt mit dem Verkauf der Güte-Tüte; gefüllt mit großzügigen Warenspenden der Firmen Gut von Holstein, Böklunder Würstchen oder der Flensburger Brauerei kam der Erlös zu 100 Prozent einem sozialen Projekt in Berlin zu Gute. Diese Charity-Aktion stand im Mittelpunkt einer sehr wirksamen Pressearbeit in Zusammenarbeit mit der Berliner Morgenpost.



LANDESVERTRETUNG

Echte Gütezeichen-
Qualität

Zum Empfang der Landesregierung zur Vorpremiere des Schleswig-Holstein-Musikfestivals im Juni und zum Tag der offenen Tür im Oktober werden leckere Schleswig-Holsteinische Produkte in der Berliner Landesvertretung präsentiert: Käse von der Käsestraße Schleswig-Holstein, Wurst vom Angler Sattelschwein, Original Glückstädter Matjes, Honigspezialitäten aus Wankendorf oder Lammprodukte aus Husum werden den zahlreichen Gästen dort geboten. Unter dem Dach des Gütezeichens werben die Erzeuger damit gemeinsam unter dem Motto: „Echter Norden. Echte Qualität.“ für ein positives Image des Landes in der Hauptstadt.

HANDELSAKTIONEN

HEIMISCHE PRODUKTE

Aktionen mit CITTI und Markant

In heimischen Märkten finden regelmäßig gemeinschaftliche Maßnahmen zur Unterstützung des Verkaufs statt und werden von den Handelspartnern kommunikativ begleitet. In den CITTI-Märkten Kiel, Flensburg und Lübeck sowie in den 25 Markantfilialen stehen mehrmals im Jahr Gütezeichenprodukte im Mittelpunkt. Durch Handzettelwerbung, Dekorationen und Sonderplatzierungen werden die beliebten heimischen Spezialitäten deutlich hervorgehoben. Zusätzlich bieten an besonders frequentierten Wochentagen unsere Botschafterinnen für heimische Produkte Kostproben an und informieren die Kunden über die regionalen Produkte, zusätzlich wird mit einer Verlosungsaktion Aufmerksamkeit erzeugt.



WARENBÖRSEN

Regionalmessen mit dem Einzelhandel

Der Einzelhandel ist nach wie vor bestrebt, Produkte regionaler Hersteller in seine Sortimente aufzunehmen. Um weitere Lieferanten zu gewinnen, veranstaltete das Warenhaus real gemeinsam mit dem Fachbereich Gütezeichen regionale Lieferantenmessen, auf der Firmen sich und ihre Produkte präsentieren konnten. In Zusammenarbeit mit der Marketinggesellschaft Niedersachsen zeigten sich in Hamburg und Goslar rund 25 Aussteller. Besucher der Messe waren alle Marktleiter der Gebietskulisse Norddeutschland (Schleswig-Holstein, Hamburg, Teile Niedersachsens). Die Hersteller nutzten die Gespräche mit den Kunden, um bestehende Beziehungen zu vertiefen und auch neue Produkte vorzustellen. So konnte auf unkompliziertem Wege eine hohe Kontaktqualität mit der relevanten Zielgruppe erreicht werden.



FRISCHESORTIMENT

Schwerpunkt Hamburg

Gemeinsam mit Rewe Nord (Norderstedt) wurden im Jahresverlauf insgesamt drei Aktionen vor allem im Hamburger Raum gestartet. Das vorhandene Sortiment an regionalen Gütezeichenprodukten wurde im Handzettel mit einer Auflage von 1,5 Mio. Exemplaren kommuniziert und die regionale Warenpräsentation in den rund 150 norddeutschen Märkten deutlich hervorgehoben. Ein vierseitiger Einleger im Handzettel machte auf die Vielfalt aufmerksam: Mehr als 30 Gütezeichen-Artikel wurden beworben - meist Frischwaren, aber auch Getränke und Spirituosen. Dazu wurden allgemeine Informationen zum Zeichen und seinen Inhalten vermittelt. In den Märkten wurde mit Postern, Broschüren, Servietten und Fahnenketten das regionale Sortiment deutlich gekennzeichnet und so für die Konsumenten leicht erkennbar. Begleitend zu der Verkaufsaktion wurden Neulistungen beim Handelspartner angestrebt.

KARTOFFELVERMARKTUNG

Aktion im Großhandel

Auch im Großhandel ist das Gütezeichen mit seinen Maßnahmen mehr und mehr präsent. Im laufenden Jahr wurde bei einer Hausmesse des C&C-Marktes Metro-Gastro in Kiel erstmals eine Gütezeichen-Kartoffelverkostung durchgeführt. Zielgruppe der Maßnahme waren hier vor allem die Großverbraucher wie Küchen, Kantinen oder sonstige Gewerbetreibende mit relativ großen Abnahmemengen. Auch bei diesen Aktionen werden die Verkostungen und die Kommunikation mit den Fachkunden von den Botschafterinnen für heimische Produkte durchgeführt. So konnten Produkte mit besonderen Eigenschaften beworben werden: Es standen Kartoffeln mit Übergrößen im Blickpunkt, die ohne zusätzliche Erklärung durch kompetente Mitarbeiter eher schwierig zu vermarkten sind.

KÄSEPRÜFUNG

Käse ist nicht gleich Käse

Die Käsevielfalt aus Schleswig-Holstein ist beeindruckend und von ausgezeichneter Qualität. Davon konnten sich über 40 Absolventen der Lehr- und Versuchsanstalt für Milchwirtschaft in Malente überzeugen. Dort fand erneut eine öffentliche sensorische Käseprüfung statt, die von Käseexperten aus dem Verein ehemaliger Schüler der Milchwirtschaftlichen Lehranstalten Kiel und Malente e.V. abgehalten wurde. Mit der Prüfung wird die Qualität der Produkte weiter erhöht und dem Nachwuchs wertvolles Käse-Wissen vermittelt. Bewertet wurden Konsistenz, Geruch und Geschmack sowie äußeres und inneres Aussehen der

SAISONSTART

Der erste Schaf- und Ziegenkäse 2016

Der Saisonbeginn für Ziegen- und Schafskäse wird von Feinschmeckern jedes Jahr sehnsüchtig erwartet. Im Frühling war der Ziegenhof Jahnke in Sörup Schauplatz dieses Events, zu dem Käsestraße mit ihren Schaf- und Ziegenkäseherstellern aus ganz Schleswig-Holstein und Landwirtschaftskammer traditionell die Presse des Landes einladen. Auch in Jahnke's Familienbetrieb werden mit Tierhaltung, Käseherstellung und Vermarktung alle Produktionsschritte in Eigenregie übernommen. Neben den Klassikern aus dem Frischkäsesortiment gab es auch Besonderheiten zu kosten. Dass aus Ziegenmilch auch ein exzellentes Sommerprodukt geschaffen werden kann, zeigen die Jahnkes mit ihrem neuen Ziegenmilcheis. Kammerpräsident Claus Heller zeichnete das Produkt anlässlich der Saisonöffnung mit dem Gütezeichen „Gepüfte Qualität Schleswig-Holstein“ aus.



mehr als 60 Sorten. Es zählten objektive Qualitätsansprüche, bei der mögliche Abweichungen erkannt und in einem Bericht festgehalten werden. Die Prüfung diente somit der Kontrolle des eigenen Qualitätsstandards und bot den Produzenten gute Gelegenheit, sich mit anderen Käseereien zu vergleichen und Anregungen aufzunehmen. 14 Sorten erreichten bei der Prüfung in Malente die volle Punktzahl: Der Marienburger (Meiereigenossenschaft Sarzbüttel), die Sorten Feldstein, Fredamer und Pirschbachbrie (Domäne Fredeburg), der Holtseer Tilsiter (Käserie Holtsee), die Sorten Schafskäse natur, Biikesäis, Hansfelder Bio-Möhrenkäse, Vete-

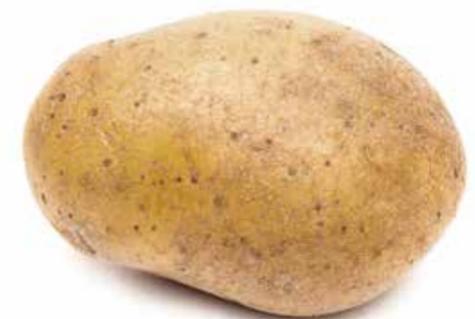
ranenkäse und der 5-Sprachen-Käse (meierhof Möllgaard); Butterkäse, Steppenkäse und der Wilstermarsch (Breitenburger Milchzentrale) sowie der Frischkäse italienisch (Jahnke's Ziegenkäse). Ebenfalls die volle Punktzahl, jedoch außer Konkurrenz, erhielt die Jahnke's Ziegenbutter.



KARTOFFELN

Die Knolle liebt es feucht

Das Kartoffelanbaujahr 2016 war aufgrund der kühlen und feuchten Witterungsbedingungen für den Kartoffelanbau vorteilhaft. Vielerorts konnten durchschnittliche bis gute Erträge erzielt werden. Die trockene Witterung im September begünstigte eine gleichmäßige Ernte mit guten Qualitäten. In den Kartoffellägern liegen zurzeit Spitzenqualitäten, die auf die Vermarktung warten. Nach ersten Qualitätsuntersuchungen der eingelagerten Ware ist davon auszugehen, dass in dieser Vermarktungssaison ein höherer Übergrößenanteil in den Kartoffelpartien fraktioniert wird. Die Nitratgehalte in der Frischmasse der Kartoffeln sind auf sehr niedrigem Niveau. Der Grenzwert von 100 mg/Kilogramm Frischmasse für das Gütezeichen kann von fast allen Kartoffelpartien erreicht werden. Die Vermarktungsaussichten sind positiv. Der Durchschnittspreis liegt in etwa auf Vorjahresniveau. Einzelne Werbungs-Offerten der Handelspartner haben einen Vermarktungsdruck im Herbst abgeschwächt.





LANDESgeburtstag IN EUTIN

Regionale Spezialitäten zum 70. Geburtstag

Den 70. Geburtstag des Landes Schleswig-Holstein feierten Einwohner und Besucher am 1. und 2. Oktober in Eutin. Bis zu 50.000 Besucher wurden in Verbindung mit der Landesgartenschau erwartet. Ministerpräsident Torsten Albig eröffnete das Bürgerfest. „Überzeugen Sie sich bei einem Rundgang über die Festmeile von der Vielfalt dieses Landes, von seiner Schönheit, von seiner Innovationskraft und von seiner Kultur“ betonte Albig. Für den kulinarischen Genuss sorgten regionale Gütezeichen-Erzeuger wie Betriebe der Nordbauern und der Käsestraße.

Cindy Jahnke, Ute Thode, Silke Kühl, Eckard Voß und Detlef Möllgaard über das vorzügliche Lebensmittelangebot aus Schleswig-Holstein.

MOHLTIED GREEN MARKET

Neuer Markt in Eckernförde

Hochzufriedene Aussteller, Veranstalter und Besucher: Der 1. Mohltied Green Market in Eckernförde war für alle Beteiligten ein voller Erfolg. Rund 30.000 Gäste kamen an den malerischen Hafen und ließen sich die vielfältigen Spezialitäten schmecken. Viele der kleineren Erzeuger vermarkten ihre Produkte ausschließlich direkt im Hofladen oder auf dem Wochenmarkt. Viele der Aussteller wollen zum nächsten Green Market wiederkommen - der Termin steht bereits fest: Erneut soll der Markt im Rahmen des Green Screen Festivals stattfinden.

NDR-LANDPARTIEFEST

Eine starke Gemeinschaft

Zahlreiche Aussteller mit Gütezeichen-Produkten präsentierten sich beim großen NDR-Landpartiefest mit Heike Götz in Rendsburg rund 50.000 Besuchern. Insgesamt waren mehr als 120 Aussteller der Einladung gefolgt und zeigten, wie sie arbeiten und wie ihre Produkte entstehen. Zu der Standgemeinschaft gehörten neben der Imkerei Butenschön und der Obstquelle Schuster auch die beiden Meiereien Geestfrisch und die Meierei Horst mit den Ökomelkburen. Daneben wurde die beliebte Güte-Tüte zugunsten der Aktion MachMittag verkauft – einer Kieler Initiative gegen den Kinderhunger in der Stadt. Außerdem wurde über Kartoffeln informiert, die Carsten Fedder von Gut Schirnau ebenfalls für die Aktion zur Verfügung stellte.

MESSE

Spezialitäten direkt vom Hersteller

Auch zur NORLA wurde den über 70.000 Besuchern von den Gütezeichen-Ausstellern ein toller Einblick in die kulinarische Vielfalt des Landes geboten. Im Cocktailzelt wurden heimische Cocktails angeboten: „Meine Güte“ oder „Flensburger Sprötte“ heißen die Kreationen, hergestellt mit Spirituosen, Fruchtsaft oder Pilsener aus Schleswig-Holstein. Die Meierei Geestfrisch aus Kropp, die Meierei Horst eG aus Horst und die Ökomelkburen aus Lentförden zeigten mit ihren Sortimenten, zu welcher unterschiedlichen Produkten der Rohstoff Milch verarbeitet werden kann. Am Gütezeichenstand gab es heimische Kartoffeln mit Quark und als Beilage Holsteiner Katenschinken oder Glückstädter Matjes. Besondere Fleisch- und Wurstwaren boten die Familie Pauli oder die Schäferei Bährs an, die Obstquelle Schuster präsentierte ihr umfangreiches Sortiment an Kernobst.



JUBILÄUM

125 Jahre Meierei Horst

In der Meierei Horst weht trotz des diesjährigen 125jährigen Jubiläums ein überaus frischer Wind. Dies liegt vor allem an der Führung der Meierei, die seit mehr als zwei Jahren mithilfe innovativer Konzepte die Geschicke des Unternehmens bestimmt. So ist die Neuorganisation der Meierei Horst als Konsumgenossenschaft zukunftsweisend und greift ein modernes Verständnis von Mitbestimmung auf. Interessierte Verbraucher können als Genossen Anteile an der Meierei erwerben und das Geschick des Betriebes mitbestimmen. Und auch bei der Produktpolitik werden alte Wege neu beschritten. So hat zum Jubiläum die hochwertige, mit einem Sylter Koch entwickelte Butter mit Meersalz als neuntes Produkt der Meierei Horst das Gütezeichen Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein erhalten und damit konsequent auf regionale Qualität gesetzt.



GÜTEZEICHEN BEIM WACKEN OPEN AIR

Kartoffeln und Matjes für den guten Zweck



Auch beim diesjährigen „Wacken Open Air Festival“ überzeugte die Landwirtschaftskammer in Kooperation mit den Wackener Landfrauen die Metal-Fans von heimischen Produkten. Gütezeichen-Kartoffeln mit Quark und Matjes sind hier das bewährte Erfolgsrezept. Die Landfrauen aus Wacken boten bis spät in die Nacht bei jeder Wetter- und Musikklage in bester Stimmung den Gästen frisch zubereitete Kartoffelgerichte an. Den Original Glücksstädter Matjes hatte Henning Plotz für den guten Zweck gespendet. Alle Einnahmen des Gütezeichen-Standes in Wacken werden zugunsten der Wacken-Foundation gespendet. Die regionalen Spezialitäten haben inzwischen eine eigene Fangemeinde beim WOA und werden jedes Jahr stärker nachgefragt. Im Vergleich zu 2015 konnte in diesem Jahr die Spendensumme mit 3.200 Euro fast verdoppelt werden, die komplett der Unterstützung talentierter Nachwuchskünstler zu Gute kommt. Das Wacken Open Air Anfang August zählte in diesem Jahr erneut über 75.000 Besucher.

KULINARIK AM KIELER BOOTSHAFEN

Heimischer Käse trifft süddeutschen Wein

Mehr als 20.000 Besucher ließen sich am dritten Juliwochenende Spezialitäten der Käsestraße Schleswig-Holstein mit süddeutschen Wein schmecken. Das kulinarische Highlight in der Kieler Innenstadt bot Feinschmeckern die Gelegenheit, die mehr als 100 Sorten der Käsestraße Schleswig-Holstein zu entdecken – und den passenden Wein zum Lieblingskäse zu finden. Kammerpräsident Claus Heller lobte das Engagement der Produzenten: „Der Verein Käsestraße hat in den vergangenen zwölf Jahren bei Schleswig-Holsteinern wie auch Touristen das Interesse an heimischem Käse weiter gefördert.“ Schlemmen und Gutes tun – das funktionierte auch in Kiel: Am Gütezeichen-Stand wurde der beliebte Käsestraßenteller mit 10 verschiedenen Spezialitäten angeboten; alle Einnahmen wurden der Aktion „MACH MITTAG“ gespendet, die warme Schulmittagessen für Kieler Kinder aus sozial benachteiligten Familien finanziert.

Das Jahr 2016 in Zahlen:

26 Verbraucherveranstaltungen und Messen

950.000 Gesamtbesucherzahl an Infoständen und Präsentationen

ca. 75 Verkostungstage im Einzelhandel

Medienpräsenz in einer Gesamtauflage von über 4 Mio Exemplaren



TERMINE

Internationale Grüne Woche, Berlin
20. bis 29. Januar 2017

Hochschultagung CAU, Kiel
2. Februar 2017

Biofach, Nürnberg
15. - 18. Februar 2017

Berlin:
15.-24.01. 2016, IGW

Landesvertretung
SH in Berlin:
31.05. 2016, Eröffnung SMHF
03. 10. 2016, Tag der offenen Tür
10. - 13.02. 2016, Biofach
Nürnberg ↘

Seit mehreren Jahrzehnten betreibt der Fachbereich Gütezeichen Agrarmarketing in Schleswig-Holstein und bündelt durch Vereine die Interessen zahlreicher Betriebe im Land. Dadurch ergeben sich viele Synergieeffekte zur Gütezeichen-Arbeit.

NORDBAUERN SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V.

Gut vernetzt

Der Verein hat das Ziel, kleinere landwirtschaftliche Direktvermarkter zu unterstützen und deren Interessen zu vertreten. Dazu gehört die Vernetzung der Betriebe untereinander, um gewinnbringende Kooperationen zu bilden. Dabei spielt die Logistik eine zunehmend wichtige Rolle. Hierzu hat der Verein auf seiner Webseite eine Art Mitfahrzentrale für Produkte eingerichtet. Dort können Betriebe ihre Touren eintragen und freie Kapazitäten anbieten. Ebenso können Gesuche aufgegeben werden, die dann allen Nutzern angezeigt werden. Weitere Maßnahmen sind Fortbildungen, Hofführungen oder auch eigene Veranstaltungen mit der Zielsetzung Öffentlichkeitsarbeit und/oder Verkauf.

www.nordbauern.de



ANGLER SATTELSCHWEIN E.V.

Alte Rasse bewahren

Der Förderverein und der Vermarktungsverein des Angler Sattelschweines wollen die züchterische Arbeit auf ein gefestigtes Fundament stellen und so den Erhalt der Rasse sichern. Hierfür werden momentan Untersuchungen an Gewebeprobe von Schweinen der unterschiedlichen Linien durchgeführt. Außerdem soll künftig die Vermarktung über das europäische Herkunftssiegel vorangetrieben werden.

www.angler-sattelschwein.de



SCHUTZGEMEINSCHAFT SCHLESWIG-HOLSTEINISCHER SCHINKENHERSTELLER E.V.

Geschütztes Produkt

Rund 25 Schinkenhersteller haben sich als Verein zusammengeschlossen, um sich mit dem Holsteiner Katenschinken einer regionalen Spezialität zu widmen. Nach sechs Jahren Arbeit war schließlich das große Ziel erreicht: Der Holsteiner Katenschinken steht als geschützte geografische Angabe unter dem Schutz der EU und darf seitdem nur im Land unter Anwendung bestimmter Verfahren produziert werden. In diesem Jahr ist unter dem neuen Vorstand eine Arbeitsgruppe entstanden, die neue Impulse für die Vermarktung des Katenschinkens setzen will.

www.holsteiner-katenschinken.de



KÄSESTRASSE SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V.

Echte Vielfalt

Die tollen und einzigartigen Produkte kleinerer Käsereien sind häufig nur begrenzt erhältlich, etwa im Hofladen oder auf Märkten. Um die Verfügbarkeit von Spezialitäten der Käsestraße Schleswig-Holstein zu erhöhen, sollen künftig die Produkte verschiedener handwerklich arbeitender Betriebe gemeinschaftlich im Einzelhandel angeboten werden, um sie so einer größeren Anzahl von Kunden verfügbar zu machen.

www.kaesestrasse-sh.de



NEUE FIRMEN UND PRODUKTE

Jahnkes Ziegenkäse

24966 Sörup

Ziegenmilcheis, verschiedene Sorten

Schönmoorer Hof

24635 Rickling-Schönmoor

Rapsöl, Leinöl

Meierei Horst eG

25358 Horst

Butter mit Meersalz

De Ökomeikburen

24632 Lentförden

Bio-Rindersalami, Bio-Rinds-Wiener,

Bio-Rinds-Bratwurst

August Ernst GmbH & Co. KG

23843 Bad Oldesloe

Kräutertropfen

Godeland Vermarktungsgesellschaft mbH

25709 Kronprinzenkoog

Möhren, Weißkohl, Rotkohl, Wirsingkohl,

Spitzkohl, Rosenkohl, Blumenkohl,

Chinakohl



*Die frische
Meersalz-Butter
von der Meierei
Horst*

QUALITÄTSAUSSCHUSS IM FLEISCHWERK DER EDEKA NORD

Erfolgreiches Konzept



Die 232. Sitzung des Qualitätsausschusses bei der Landwirtschaftskammer führte die Vertreter aus Land- und Ernährungswirtschaft, Handel, Handwerk und Verbraucherschutz in das Nordfrische Center der EDEKA Nord in Valluhn, Mecklenburg-Vorpommern. Einen Steinwurf von der schleswig-holsteinischen Grenze entfernt baut die EDEKA Nord die Produktionsmengen seit 2006 stetig aus. Inzwischen arbeiten über 600 Mitarbeiter auf 43.000 qm Produktionsfläche. „Regionalität ist dabei ein unverzichtbarer Bestandteil des Konzeptes“ betonte Geschäftsführer Stephan Weber. Das Schweinefleisch wird ausschließlich aus der Region Nord eingekauft. Auch das Markenfleischprogramm „Gutfleisch“ wird stetig weiterentwickelt. Sandra Erdmann, Tierschutzbeauftragte der EDEKA Nord, legt dabei großen Wert auf die Transparenz der regionalen Lieferkette sowie die Integration von Tierwohlmaßnahmen. Für die Teilnahme am Gutfleisch-Programm ist Voraussetzung, dass sich die Betriebe für die Initiative Tierwohl anmelden. Die Mitglieder des Qualitätsausschusses zeigten sich beeindruckt von der hohen Prozessqualität im Fleischwerk und der Qualitätssicherungskette vom Ferkelerzeuger bis an die Fleischtheke.

IMPRESSUM

Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein
Fachbereich Gütezeichen
Grüner Kamp 15-17, 24768 Rendsburg

Redaktion:

Sandra van Hoorn T. 04331.94 53-400,
Dr. Markus Heid T. 04331.94 53-401

Fotos:

Dr. Markus Heid, Sandra van Hoorn, Björn Stähler,
Pressestelle der Landwirtschaftskammer SH, fotolia.de

Gestaltung:

boy | Strategie und Kommunikation GmbH