



Agrarmarketing
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

REPORT

Wir schaffen Verbindungen.

2-2016



MeLa 2016 in Mühlengiez

Mitglieder, Fördermitglieder und
Kooperationspartner berichten

Aus dem Vereinsleben

Mecklenburg
Vorpommern 
MV tut gut.



Liebe Mitglieder, Fördermitglieder und Kooperationspartner, liebe Leserinnen und Leser,

die Ernährungswirtschaft steht vor zahlreichen Herausforderungen: Verbraucheransprüche steigen und Essgewohnheiten verändern sich, der Lebensmittelhandel konzentriert sich weiter, Produktions- und Logistikkosten steigen und die Volatilität der Rohstoffpreise nimmt zu. Laut einer Studie im Auftrag der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE) ist die Zahl der Unternehmen in der Ernäh-

rungsindustrie in Deutschland von 2008 bis 2013 um 16% gesunken, davon betroffen waren vor allem Klein- und Kleinunternehmen. Befragungen der BVE haben ergeben, dass 61% der Unternehmen in Deutschland für die kommenden drei Jahre sinkende oder stagnierende Erträge erwarten. Diese Tendenz hat auch das Barometer Ernährungswirtschaft des AMV von Juni 2016 bestätigt.

Vor dem Hintergrund der Landtagswahlen im September fordert der AMV die Politik auf, die Entwicklung in der Branche im Auge zu behalten und Innovationen und Investitionen weiterhin zu unterstützen.

Mehr Unterstützung wünscht sich der AMV im Gemeinschaftsmarketing und bei der gemeinschaftlichen Vermarktung, um vor allem die Beschäftigung in der Branche zu sichern, aber auch, um das Image des Landes unter dem Landessignet weiter zu festigen.

Dem verstärkten Miteinander innerhalb der Branche kann sich heute kaum noch jemand entziehen. Künftig wird die Bereitschaft zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit eine noch größere Rolle spielen, denn dadurch können Res-



ourcen gebündelt und Risiken geteilt werden. Über den AMV besteht dafür seit nunmehr fast 16 Jahren aufgrund von Marktkenntnis sowie vermittelnder und vernetzender Rolle eine verlässliche Plattform. Hier kann sich jeder persönlich aktiv mit konstruktiven Ideen einbringen.

Am 23. November wählt der Verein turnusmäßig für die kommenden zwei Jahre einen neuen Vorstand. Einige Mitglieder scheiden altersbedingt aus. Wir freuen uns auf neue engagierte Mitstreiter, die das Netzwerk mit ihren Erfahrungen und Kontakten bereichern.

Ihr Günther Neumann

Wir begrüßen neue Mitglieder in unserem Verein:



Ökologischer Landbau Schilling GbR

Wir begrüßen neue Fördermitglieder in unserem Verein:



Norfisk Wismar GmbH



Arbeitgeberverband Nordernährung e.V.



CSB-System AG

Richtigstellung: In unserem letzten AMV-Report hat sich bei der Begrüßung unserer neuen Mitglieder ein Fehlerteufel eingeschlichen. Statt FLEISCHMANNSSCHAFT GmbH & Co. KG muss es richtig heißen FLEISCHMANNSSCHAFT AG. Wir bitten, das Versehen zu entschuldigen.



MeLa – Vier Tage Messetrubel in Mühlengiez



Vom 15. bis zum 18. September 2016 heißt es wieder: Das Beste im September. Die MeLa, die größte und traditionsreichste Fachausstellung für Landwirtschaft und Ernährung, Fischwirtschaft, Forst, Jagd und Gartenbau im Nordosten Deutschlands, öffnet dann bereits zum 26. Mal ihre Pforten.

In vier Fachhallen, sechs Tierhallen und im Freigelände präsentieren sich über 1.000 Aussteller den knapp 70.000 Besuchern in Mühlengiez. Im großen Vorführung wird ein vielfältiges Programm geboten: Tierpräsentationen, die Show der Berufsausbildung, die Landeselite-stutenschau, Jungzüchterwettbewerbe oder Vorführungen historischer Landmaschinen sorgen für einen kurzweiligen Aufenthalt. Das Widderkaninchen – diesjähriges Tier der MeLa – hält ebenfalls einige Highlights bereit.



Vor allem Aussteller und Fachbesucher schätzen die MeLa als Plattform zur Präsentation und zum Kennenlernen von Innovationen aus Forschung und Technik – jährlich werden zahlreiche Landes-, Europa- und Weltneuheiten vorgestellt. Auch Agrarpolitik spielt im Fachforum und während des Landesbauern-tages eine große Rolle. Nach der erfolgreichen Erstaufgabe des MeLa-Karrieretages und der MeLa-Job-

börse im letzten Jahr möchte der Veranstalter auch 2016 etwas für die Fachkräftegewinnung im Land tun.

Die Zweitaufgabe der MeLa-Gartenträume lädt im Block F zum Entspannen, Eintauchen und Genießen ein. 17 Partnerfirmen, die in Zusammenarbeit mit der Künstlerin Emell Gök Che sechs verschiedene Ausstellungsbereiche kreieren, präsentieren innovative Ideen und Produkte rund um den Garten. In Halle 1 sind Besucher eingeladen, das abwechslungsreiche, kulinarische Angebot Mecklenburg-Vorpommerns unter die Lupe zu nehmen: Wurst- und Backwaren, Fisch und Wild, Obst und Gemüse, Molkerei- und Honigprodukte; dem Besucher wird die Vielfalt der Ernährungsbranche des Bundeslandes vorgestellt. Die Aussteller stehen für Fragen über ihre Produkte zur Verfügung.



MELA ORIENTIERUNGSPLAN 2016

Fachausstellung für Landwirtschaft und Ernährung, Fischwirtschaft, Forst, Jagd und Gartenbau



Weitere Informationen unter www.mela-messe.de.

MAZ - Messe- und Ausstellungszentrum Mühlengiez GmbH
 Grabenstr. 16
 18273 Güstrow
 Tel.: 03843-773330, Fax: -7733320
maz@maz-messe.de
www.maz-messe.de

- 1 Fachhalle 1**
LU-Ministerium, Bauernverband, Ernährungswirtschaft M-V, Behörden und Verbände, Bildungsvereine, Direktvermarkter M-V
 - 2 Fachhalle 2**
Informationsdienstleistungen, Saat- und Pflanzgut, Düngemittel, Verbände und Vereine, Computersoftware, Energie- und Umwelttechnologie, Bioenergie, nachwachsende Rohstoffe
 - 3 Fachhalle 3**
Futtermittel, Milchhygiene, Land- und Stalltechnik, Verbände und Vereine, Informationsdienstleistungen, Energie- und Umwelttechnologie, Bioenergie, nachwachsende Rohstoffe
 - 4 Fachhalle 4**
Handwerk, Jagd und Forst, Bauen auf dem Lande Leben und Freizeit im ländlichen Raum
- A B Land- und Kommunaltechnik**
 - C Stalltechnik Tierproduktion**
 - D Land- und Kommunaltechnik, Energie**
 - E Wald, Forst und Landtechnik**
 - F Leben und Freizeit im ländlichen Raum**
- Tierhallen 2-7**
Präsentation von verschiedenen Nutztieren, Schaumelken
 - DRK**
medizinischer Versorgungspunkt



Sehr geehrte Damen und Herren,

die MeLa ist die traditionsreichste und besucherstärkste Fachausstellung für Landwirtschaft und Ernährung, Fischwirtschaft, Forst, Jagd und Gartenbau in Mecklenburg-Vorpommern. In ihrer Kombination von Technik, Präsentationen und züchterischen Spitzenleistungen ist sie einmalig in Norddeutschland. Gleichzeitig bietet sie auch Familien ein umfangreiches und interessantes Programm mit Verbraucherinformationen, Angeboten für Kinder sowie Unterhaltung. Diese gelungene Kombination aus Fach- und Erlebnischarakter macht sie so besonders.

Unser Bundesland Mecklenburg-Vorpommern und auch die MeLa sind im vergangenen Jahr 25 Jahre alt geworden. Nachdem wir dies zum Anlass genommen haben, Bilanz zu ziehen, möchten wir die diesjährige 26. MeLa dazu nutzen, um den Blick nach vorne zu richten. Wenn es um die Weiterentwick-

lung des ländlichen Raums geht, kommen wir an der Ernährungswirtschaft nicht vorbei. Sie zeichnet sich durch eine große Zahl leistungsfähiger mittelständischer Unternehmen sowie ein qualitativ hochwertiges und vielfältiges Produktsortiment aus. Insgesamt arbeiten derzeit rund 16.000 Beschäftigte in 163 Unternehmen mit einer Größe von über 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in dieser Branche. Zu den bedeutendsten Produktionsbereichen gehören die Backwarenindustrie, die Fleischverarbeitung, die Milchverarbeitung, die Fischverarbeitung und die Getränkeherstellung.

Für die MeLa ist die Ernährungswirtschaft seit jeher ein wichtiger thematischer Pfeiler. Auch in 2016 ist sie mit vielen Unternehmen präsent und stellt sich und ihre Produkte umfangreich in Halle 1 aus. Man kann ohne Übertreibung sagen, dass die Halle 1 das kulinarische Zentrum der MeLa ist und für Besucherinnen und Besucher ein beliebter Anlaufpunkt. Hat die MeLa in ihren bescheidenen Anfängen 200 Aussteller und 15.000 Besucher gezählt, sind es mittlerweile mehr als 1.000 Aussteller und rund 70.000 Besucher – eine Erfolgsgeschichte.

Viele Unternehmen, die in Halle 1 ausstellen, sind Mitglieder des Vereins Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern (AMV). Er bündelt die Interessen der kleinst-, klein- und mittelständischen Unternehmen und präsentiert seine Projektarbeit auf der diesjährigen MeLa. Das überregional aktive Netzwerk hat

der Ernährungswirtschaft hierzulande ein Gesicht und vor allem eine starke Stimme gegeben. Aufgrund seiner Historie besitzt der Verein einen kurzen Draht zu den Themen, die die Branche tatsächlich umtreiben und kann auf Herausforderungen schnell reagieren.

Dem Verein ist es gelungen, mit seinen aktiven, aber auch den vielen fördernden Mitgliedern, Maßnahmen des Gemeinschaftsmarketings, wie gemeinsame Messebeteiligungen oder Verkaufsförderaktionen im LEH, umzusetzen. Mittlerweile verfolgt der AMV über diese Kernkompetenzen hinaus ein ganzes Bündel von Zielen, damit der Absatz heimischer Erzeugnisse innerhalb und außerhalb unseres Bundeslandes verbessert wird. Davon profitieren letzten Endes alle Mitglieder.

Für die Zukunft der MeLa wünsche ich mir, dass wir den positiven Trend der vergangenen Jahre fortführen können, sodass wir noch mehr Menschen – auch die, die nicht unmittelbar mit der Land- und Ernährungswirtschaft zu tun haben – für die MeLa begeistern können.

Machen Sie sich auf den folgenden Seiten und natürlich vor Ort selbst ein Bild von den Unternehmen aus Mecklenburg-Vorpommern.

Dr. Till Backhaus
Minister für Landwirtschaft, Umwelt
und Verbraucherschutz M-V



Agrarmarketing auf der MeLa 2016 mit starker Präsenz



Das AMV-Netzwerk ist mit 24 Mitgliedern, Fördermitgliedern und Kooperationspartnern auf der diesjährigen MeLa vertreten. Die Mehrzahl der Aussteller präsentiert sich in Halle 1.

Für die MeLa konnten neue Mitstreiter gewonnen werden: die Neue Nottorf Räucherfisch GmbH & Co. KG aus Kühlungsborn, der Erzeugerzusammenschluss Fürstenhof GmbH und die Güstrower Schlossquell GmbH & Co. KG.



Mitglieder, Fördermitglieder und Kooperationspartner des AMV e.V. auf der MeLa:

		Stand-Nr.
Halle 1	Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V.	142
	Arla Foods Deutschland GmbH	101
	Bauernverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.	118
	DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e.V.	142
	Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.	157
	Die Rostocker Wurst- und Schinkenspezialitäten GmbH	133
	EO Mecklenburger Ernte GmbH	145
	Erzeugerzusammenschluss Fürstenhof GmbH	142
	Greifen-Fleisch GmbH	103
	Güstrower Schlossquell GmbH & Co. KG	152
	Hochschule Neubrandenburg	153
	Landesmarketing Mecklenburg-Vorpommern	159
	Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern e.V.	130
		+142
	Mecklenburger Kartoffelveredlung GmbH	150
	Mecklenburger Landpute GmbH	102
Mecklenburgische Brauerei Lübz GmbH	140	
MÖWE Teigwarenwerk GmbH	134	
Neue Nottorf Räucherfisch GmbH & Co. KG	142	
TORNEY Landfleischerei Pripsleben GmbH	143	
Halle 2	DKB Deutsche Kreditbank AG	252
	Textil Service Mecklenburg GmbH	231
Halle 3	Müritz-Milch GmbH (DMK Deutsches Milchkontor GmbH)	349
Freigelände	Brinkmann GmbH	A-83
	Fisch Domke	
	w.Holz GmbH	



Agrarmarketing auf der MeLa mit starker Präsenz



Mittig in Halle 1 lenkt ein 5m hoher Turm die Aufmerksamkeit der Besucher schnell auf sich. Hier trifft der Besucher auf eine 135 qm umfassende gebündelte Präsentation folgender Aussteller:

- AMV mit Informationen und Produktverkostungen
- DEHOGA-Kochstudio mit Verkostungen leckerer Gerichte

- Gesundheitswirtschaft mit dem Thema Aquaponik im Rahmen der Strategie „Ernährung für die Gesundheit“
- Landurlaub mit dem Lewitzer Knollen-Projekt „Rund um die Kartoffel“
- Erzeugerzusammenschluss Fürstehof mit Bioprodukten wie Eiern, Kartoffeln, Geflügelfleisch und Saft
- Neue Nottorf Räucherfisch mit leckeren Angeboten.

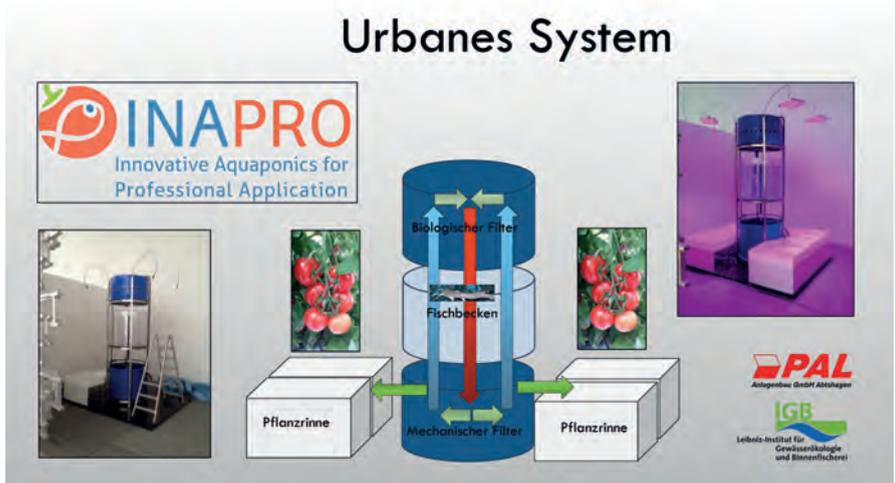
Die Besucher können auf ein Aquaponikmodell gespannt sein: Die PAL Anlagenbau GmbH wird in Zusammenarbeit mit Grönfingers das Projekt erklären. Und es werden Produkte wie Tomaten und Kräuter zum Verkosten und Verkauf angeboten.

Der AMV präsentiert erneut seine Präsenze unter der Marke „Hanseland“ und erinnert mit einem speziellen Angebot an das bevorstehende Weihnachtsfest.

Wie im vergangenen Jahr laden AMV und Messeveranstalter MAZ Fachpublikum zu einem Standempfang auf den Stand ein. Im lockeren Gespräch gilt es, die MeLa als Plattform für den Gedankenaustausch zu nutzen und von langjährigen Ausstellern deren Beweggründe für eine Teilnahme an der MeLa zu erfragen. Vielleicht trägt diese Art der Bekanntmachung der größten Fachausstellung in MV dazu bei, dass sich im kommenden Jahr neue Aussteller präsentieren und damit das Gesamtbild der MeLa bereichern.



„Aquaponik“ setzt sich aus den beiden Wörtern „Aquakultur“ und „Hydroponik“ zusammen. Bei einer solchen Anlage handelt es sich immer um die Kombination einer geschlossenen Kreislaufanlage zur Fischproduktion und einer Hydroponikanlage zur Pflanzenzucht, zum Beispiel für Gemüse und Kräuter. Durch die Verbindung beider Systeme kann man Synergieeffekte nutzen, Fische und Pflanzen profitieren dann voneinander. Siehe: www.tomatenfisch.igb-berlin.de/aquaponik.html



Halle 1, Stand-Nr. 152

Güstrower erstmals auf der MeLa Kompetenz in Gastronomie und Handel

Güstrower Schlossquell, die Nr. 1 in der Gastronomie Mecklenburg-Vorpommerns, nimmt zum ersten Mal an der MeLa vom 15. bis 18. September in Mühlengeez teil.

„Wir sind ein fester Bestandteil der Genuss-Welt von Mecklenburg-Vorpommern, deswegen war es für uns selbstverständlich, uns irgendwann mit einem Stand auf der MeLa zu präsentieren“, so Maik Ramforth-Wüllner, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens. „Die Reinheit und ausgezeichnete Qualität hat nicht nur die Gastronomie überzeugt, auch immer mehr Endverbraucher greifen zu Güstrower Schlossquell, was sich im stetig wachsenden Absatz im Lebensmittel-einzelhandel zeigt“, so Maik Ramforth-Wüllner weiter.



Auf der MeLa wird der regionale Brunnen aus Güstrow nicht nur Mineralwasser in Glas und PET im Gepäck haben, sondern auch vier Mate-Getränke, die schon erfolgreich unter der Marke „m²“



in der hiesigen Gastronomie verkauft werden, einem breiten Publikum vorstellen.

Güstrower Schlossquell GmbH & Co. KG
Ziegeleiwielse 5
18273 Güstrow
Tel.: 03843-24010, Fax: -240114
info@guestrower.de
www.guestrower.de

Halle 1, Stand-Nr. 103

Pommern gehört unsere Leidenschaft Greifen-Fleisch Greifswald setzt auf regional typische Rezepturen



Bernd Dittmann – Geschäftsführer der Greifen-Fleisch GmbH

Ob Fleischblutwurst, Leberwurst oder Schlackwurst, so unterschiedlich die Re-

zepturen auch sind, eines eint alle drei Wurstsorten. Ihre Rezepturen wurden in Pommern entwickelt. Und genau das will die Greifswalder Greifen-Fleisch mit ihrer inzwischen über 125jährigen Tradition gern als Alleinstellungsmerkmal für alle Zeiten festgeschrieben wissen. Mit „Pommersche“ vor jeder Wurstsorte. Doch während die Mühlen mit den dafür typischen Gewürzen nahezu rund um die Uhr laufen, mahlen die der für die Genehmigung zuständigen Behörden vergleichsweise langsam.

Nichtsdestotrotz. Die Nachfrage nach den über 60 Erzeugnissen aus der Hansestadt wächst ständig. Längst gelüftetes Geheimnis des Erfolgs sind die hervorragende Qualität und der herzhafteste Geschmack der regionalen Spezialitäten. Gold-, Silber- und Bronzemedailles der DLG sind dafür beredter Beweis.



Und ständig kommen weitere Angebote hinzu. Verbraucherwünschen entsprechend, wurden drei neue Wurstsorten auf Rindfleischbasis entwickelt: Wiener, Knacker und Bratwurst.

80 engagierte Mitarbeiter stehen für eine erfolgreiche Kombination aus traditionellem Handwerk und modernster Technik. Gleiches gilt auch für die vier Greifen-Fleisch-Tochterunternehmen; die Uckermärkischen Schinkenspezialitäten in Templin, den Zerlege- und Vertriebspezialist HARO in Lychen, die TrendFood GmbH in Strasburg und die MENÜKO Insel Usedom GmbH.

Greifen-Fleisch GmbH
Wolgaster Straße 114
17489 Greifswald
Tel.: 03834-57140, Fax: -502867
kontakt@greifen-fleisch.de
www.greifen-fleisch.de

Halle 1, Stand-Nr. 133

Und ewig lächelt der Matrose Klasse Wurst von „Die Rostocker“

Ob Brühwurst, Bockwurst, Bratwurst, ob Salami oder Scheibletten bzw. die legendäre Hafenerleberwurst – auf jeder Packung der Fleischwarenfabrik „Die Rostocker“ lächelt ein Matrose im typischen Outfit mit Mütze, quergestreiftem Hemd und Pfeife im Mund die Kunden an. Ein hoher Wiedererkennungseffekt, der zunehmend mehr Menschen zielgerichtet zu den über 100 Angeboten des traditionsreichen Unternehmens greifen lässt. Und das überall in Norddeutschland und darüber hinaus. Auch Großverbraucher inklusive Gastronomen sind längst Stammkunden.

Mit Rindersaftschinken, fein abgeschmeckt mit Meerrettich oder auch Steakpfeffer, liegt eine Neuheit in den Verkaufstheken und erfreut sich großer Beliebtheit. Nur im Werksverkauf erhältlich und einzigartig ist das Kachelfleisch, eine extra dünn aufgeschnittene



Felix Bothe präsentiert die Erzeugnispalette „Die Rostocker“

ne und damit besonders zarte Variation vom Schwein. Für das Pulled Pork gilt das stets aufs Neue. Speziell zur Grill-saison ist das gute Stück Fleisch aus



der Schweineschulter mit seinem leichten Rauchgeschmack ein Renner und wesentlicher Bestandteil der Heiligen Dreifaltigkeit, der Holy Trinity, wie es in der Barbecue-Sprache heißt. Zusammen mit Spareribs und Beef Brisket.

Im Werksverkauf findet sich vieles dazu bereits entsprechend vorbereitet bzw. dort liegen die entsprechenden Zutaten aus. Für alle Hobby-Fleischer, die gern selbst Hand anlegen. Vielleicht erwächst ja daraus auch eine berufliche Leidenschaft. Azubis und Seiteneinsteiger sind jedenfalls jederzeit herzlich willkommen.

Die Rostocker Wurst- und Schinkenspezialitäten GmbH
Erlensumpfr. 1
18147 Rostock
Tel.: 0381-65843, Fax: -6584431
info@die-rostocker.com
www.die-rostocker.com

Halle 1, Stand-Nr. 145



Die Erzeugerorganisation Mecklenburger Ernte GmbH (EO) ist mit aktuell 27 Erzeugern in 7 Bundesländern vertreten. Handelsseitig wichtigster Vertragsvermarkter ist die BEHR AG mit Sitz in Seevetal. Die BEHR AG ist europaweit agierender Gemüsegroßhändler. Die Kernaufgaben und Ziele der EO sind die qualitäts- und marktgerechte Produktion und die gemeinsame Vermarktung der Erzeugnisse.

Unter dem Namen SalaFleur bereichert in diesem Sommer eine frische Pflücksalatmischung mit zarten, essbaren Blüten das Sortiment der BEHR AG.

EO Mecklenburger Ernte GmbH
Wölzower Weg 7
19243 Wittenburg
Tel.: 038852- 68010, Fax: -68070
info@eo-gmbh.de
www.eo-gmbh.de

SalaFleur Salat mit essbaren Blüten

Der Salatanteil kann in den verschiedensten Verhältnissen aus den jeweils verfügbaren Einzelkulturen gemischt werden, z. B. rotem und grünem Batavia-salat, Mizuna und rotem und grünem Pak Choi. Der Geschmack der einzel-



nen Salatsorten reicht von mild, nussig bis senfartig. Die Mischung ist geschmacklich abwechslungsreich und optimal aufeinander abgestimmt. Bei den Blütenblättern setzen wir z. B. auf kleine Hornveilchen (Stiefmütterchen) oder Kornblumen. Hornveilchen kennt man als Lebensmittel ansonsten zum Aromatisieren von Essig und zum Kandieren. Kornblumen sind ein gern gesehener Bestandteil des Fluggebiets ihrer Bienen für Imker, da ihr Nektar einen recht hohen Zuckeranteil aufweist. Im SalaFleur sind die jeweiligen Blütenblätter ein attraktiver Salatbestandteil.

BEHR AG
Parkstr. 2
21220 Seevetal-Ohlendorf
Tel.: 04185-7977732, Fax: -7977739
verkauf@behr-ag.com
www.behr-ag.com



Halle 1, Stand-Nr. 134

Möwe – 65 Jahre Nudelkompetenz



Werbemotiv 60er Jahre

Die Möwe Teigwarenfabrik bereitet sich auf ihren 65. Geburtstag vor. Dabei blickt das nördlichste Nudelwerk Deutschlands auf eine lange Tradition mit einer bewegten Biografie zurück.

Im Jahre 1952 als „MeTeWa“ – Meck-



Werbemotiv 2016

lenburger Teigwarenfabrik Waren gegründet, war man bis zum Ende der DDR der mit Abstand größte Nudelhersteller. Nach der Wiedervereinigung erkannten verschiedene Investoren das Know-how des Unternehmens und den Wert der Marke „Möwe“.



Bis 2011 gehörten die Warener zum „Birkel“-Konzern. Dann übernahmen in einem MBO der damalige Betriebsleiter Wolfgang Sengewisch und sein Sohn das Unternehmen. Inhabergeführt mit zahlreichen Zertifizierungen und Investitionen u.a. für die Produktion von Babyfood-, Vollkorn- und Bioprodukten ist man mittlerweile einer der Spezialisten innerhalb der Teigwarenindustrie.

Die Marke „Möwe“ feiert in diesem Jahr ihren 60. Geburtstag und steht seither für Erfahrung, Tradition und Qualität.

Zahlreichen Ausformungen in zwei Sortenranches – mit Ei „Himmlische“ und ohne Ei „Meine Liebsten“ – positionieren die Artikel klar am Markt.

Möwe Teigwarenfabrik GmbH
Am Alten Bahndamm 15
17192 Waren (Müritz)
Tel.: 03991-7420, Fax: -742110
info@moewe-teigwaren.de
www.moewe-teigwaren.de

Halle 1, Stand-Nr. 157

Speisesalzgehalt in Lebensmitteln senken als Beitrag zur Gesundheitsförderung



Auch in diesem Jahr präsentieren sich wieder die Vernetzungsstellen Kita- und Schulverpflegung in MV sowie die DGE - Sektion MV mit einem Aktionsstand bei der MeLa. Diesjährige Schwerpunkte der Aktionen werden einerseits das Thema „Zu gut für die Tonne“ bzw. Lebensmittelwertschätzung als auch der Speisesalzgehalt in Lebensmitteln sein.

Die Zusammenhänge zwischen Salzzufuhr und Blutdruck sind eindeutig: Eine hohe Zufuhr erhöht das Risiko für Bluthochdruck. Dieser gehört zu den wichtigsten Risikofaktoren für Herz-Kreislauf-Krankheiten, welche mit knapp 40% die häufigste Todesursache in Deutschland sind. Daher betont die DGE



die Notwendigkeit, die Zufuhr an Salz zu senken. Gerade Brot, Fleisch, Wurst und Käse sind die täglichen Hauptlieferanten. Den größten Beitrag bei der Einsparung kann Brot leisten. Um dies praktisch zu verdeutlichen, wird es an dem DGE-Stand dieses Jahr unter anderem einen Brot-Test geben. Hier können Brote mit unterschiedlichen Gehalten an Salz verkostet werden.

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.
Sektion Mecklenburg-Vorpommern
Am Grünen Tal 50
19063 Schwerin
Tel.: 0385-5213455
info@dge-mv.de, www.dge-mv.de

Halle 1, Stand-Nr. 130 + 142

Die neue Karte „Hofläden und Hofcafés in Mecklenburg-Vorpommern“

Das Erleben kulinarischer Genüsse gehört in jedes Urlaubsprogramm. Seit den letzten Jahren wächst das Interesse zu erfahren, wo Lebensmittel herkommen und wie sie produziert werden. Regional, saisonal, Bio-Qualität, am besten handgemacht und direkt vom Landwirt – so soll ein schmackhaftes Gut sein.



Der Fachverband LANDURLAUB Mecklenburg-Vorpommern präsentiert druckfrisch seine beliebte Karte „Hofläden und Hofcafés in Mecklenburg-Vorpommern“.

Über 100 Anbieter zeigen den Weg zu regionalen Produkten und machen Appetit auf mehr. Auch Imker, Bäcker, Fischer, Gärtnereien und Kunsthandwerker sind verzeichnet.



Erstmals wird die Hoflädenkarte ergänzt durch eine 42-seitige Broschüre mit weiteren Informationen zu regionalen Produzenten, Direktvermarktern, Hofläden sowie Hofcafés in ganz Mecklenburg-Vorpommern.

Ganz neu und exklusiv können Interessierte in das Erlebnis „Landwirtschaft“ eintauchen. Mehrere Agrarbetriebe im Land öffnen ihre Tore und geben Einblick in große landwirtschaftliche Dimensionen.

Die Karte online anschauen, downloaden und bestellen unter:
www.auf-nach-mv.de/hoflaeden.

LANDURLAUB Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Konrad-Zuse-Str. 2
18057 Rostock
Tel.: 0381-4030631, Fax: -4030556
landurlaub@m-vp.de
www.landurlaub.m-vp.de

Halle 2, Stand-Nr. 231

Martin Eberwein übernimmt die Verkaufsleitung bei der DBL Parchim



Martin Eberwein

Für eines der marktführenden Dienstleistungsunternehmen zu arbeiten, welches sich mit seinem Produktportfolio von den Wettbewerbern abhebt und hinter dem ein starkes Team steht – diese

Attribute ließen Martin Eberwein im September 2015 den Entschluss fassen, das Angebot anzunehmen und die DBL in Parchim zu bereichern.

Der Familienvater kennt seine Tätigkeiten nur zu gut. Zuvor arbeitete er in der Hydraulik Nord Gruppe. Zu seinen Aufgaben gehörte neben der Führung von Mitarbeitern und dem Beachten wirtschaftlicher Aspekte schon immer der Gesichtspunkt des Vertriebs.

Herr Eberwein freut sich auf seine neue Herausforderung und hat sich große Ziele für die nahe Zukunft gesteckt.



Ganz in diesem Sinne arbeitete seine Vorgängerin Jutta Mester. Viele von Ihnen kennen sie, unsere langjährige Verkaufsleiterin. Sie genießt jetzt ihre dritte Lebensphase. An dieser Stelle möchten wir uns nochmal ganz herzlich für ihren Einsatz und ihr Engagement für die DBL bedanken. Wir wünschen ihr alles erdenklich Gute.

Textil-Service Mecklenburg GmbH
Am Spargelacker 9 - 10
19370 Parchim
Tel.: 03871-62160, Fax: -621616
info@dbl-tsm.de
www.dbL-tsm.de

Freigelände

Vielfalt aus dem Fischkaufhaus

Fisch Domke erobert Kaiserbäder



André Domke mit frischem Lachs

André Domke ist stolz auf das Erreichte. Und das mit Recht. Innerhalb von nur 6 Jahren hat sich der Jungunternehmer des Jahres zur unumstrittenen

Nr. 1 in Sachen Fisch auf der Sonneninsel Usedom entwickelt. Mit einem Mix aus Gastronomie, Verkauf und selbstgefertigten Feinkostspezialitäten. Und das nicht nur in Sachen Fisch.

Nach Rezepturen von Oma Domke gehören auch typische pommersche Spirituosen, Gewürze, Suppen, Chutneys und darüber hinaus Weine und Kaffee, Salze und Öle, Senf, Süßigkeiten und ganz frisch zudem Brot und Kuchen zum Angebot.

Nach Restaurants in Ahlbeck, Heringsdorf und Bansin ist die mit 9 Metern längste Fischtheke auf der Sonneninsel in einer komplett umgebauten ehemaligen Wäscherei André Domkes jüngste Errungenschaft. Günstig gelegen, direkt an der Ahlbecker Chaussee, dort, wo nur einen Steinwurf entfernt Europas längste Strandpromenade beginnt, die



sich über 12 km bis nach Swinemünde erstreckt. Um die abzuwandern, muss man sich schon mal ordentlich stärken. Am besten mit einem frisch gebratenen Ostseefisch oder einer Fischsülze mit Räucherfisch oder einem Bruschetta Matjes, manch einem reicht vielleicht auch eine Lachsknacker oder eine Fischsuppe oder, oder, oder.

Fisch Domke – gerade vom Magazin Seafood Star in der Kategorie Bestes Gastro-Konzept geehrt – kann (fast) jeden Wunsch erfüllen. Natürlich ist das erfolgreiche Unternehmen als Caterer auch auf der MeLa präsent.

Fisch Domke
Seestr. 24
17419 Seebad Ahlbeck
Tel.: 038378-801750, Fax: -801749
fisch-domke@web.de
www.fischdomke.de

Mitglied

Immer wieder eine frische Brise in Schaprode



Mathias Schilling

Mit einem Gasthof, einem Gästehaus und einem Hofladen bringt der junge Landwirt Mathias Schilling gastronomi-

schen Schwung in das ruhige Fischerdorf Schaprode. Auf der Speisekarte bieten Mathias Schilling und sein Köcheteam viele regionale und saisonale Spezialitäten. Auf zwei Dinge ist er besonders stolz: den Hiddenseer Kutterfisch und das Salzwiesen-Fleisch der von ihm gezüchteten Öhe-Rinder.

Nur unwesentlich weiter, ein paar Ruderschläge über den Schaproder Strom, liegt die Insel Öhe. Sie ist schon seit Jahrhunderten im Besitz der Familie von Mathias Schilling. Auf der kleinen Insel, umweht von der frischen Seeluft, stehen seine Rinder und Schnucken und grasen auf den Salzwiesen. Ihr einzigartiges Fleisch kann man im Gasthof genießen.

Im kleinen Hofladen, direkt neben dem Gasthof, verkauft Familie Schilling die



beliebte Wurst und Salamis vom Öhe-Rind.

Am neu eröffneten Schillings Fischhaus kann man auf der längsten Bank des Ortes sitzen und leckere Fischbrötchen sowie den Hafeblick genießen. Frischen Fisch und Fischfeinkost von den Hiddenseer Kutterfischern gibt es auch außer Haus.

Ökologischer Landbau Schilling GbR
Insel Öhe 1, 18569 Schaprode
info@insel-oehe.de
www.insel-oehe.de

Schillings Gasthof
Hafenweg 45, 18569 Schaprode
Tel.: 038309-1216
post@schillings-gasthof.de
www.schillings-gasthof.de

Teevielfalt aus dem Lassaner Winkel Kräutergarten Pommerland bietet Tees für alle



Von A wie Anis Ysop bis Z wie Zitronenverbene, kaum etwas, was in Pulow – gleich gegenüber der Sonneninsel Usedom – nicht in die Tüte kommt. Allerlei Kraut macht allerlei Tees möglich. 725 Jahre Dorf Pulow, 15 Jahre Kräutergarten – in diesem Jahr gab es gleich zwei Jubiläen zu feiern. Und

dafür gibt es allen Grund. Dass Tee in der strukturschwachen Region einmal eine wichtige Einnahmequelle sein würde, hat noch vor ein paar Jahren niemand geglaubt. Umso erfreuter ist das Frauenteam um Genossenschaftsgründerin Christiane Wilkening, dass mit dem Angebot die Nachfrage ständig gewachsen ist und damit auch das Unternehmen und die Arbeitsplätze.

Ob Pommerland-Klassiker wie Venusmond, Nachtfeuer oder Elfenraum oder Fastentees oder die Dreieinigkeit von Blüten für den Körper, Wurzeln für den Geist und Blätter für die Seele – für alle Spezialitäten gibt es längst Liebhaber deutschlandweit.

Die Reihe der dabei verwendeten Kräuter wird immer umfangreicher. Auch hier



reicht die Palette längst von A bis Z, von Apfelmintze bis Zitronenthymian.

Längst nicht mehr alle, aber doch immer noch ein kleiner Teil Kräuter wachsen auf dem eigenen Hof und werden nach der Ernte in modernen Anlagen der Teemanufaktur für die spätere Verarbeitung entsprechend aufbereitet. Und das alles rein ökologisch.

Kräutergarten Pommerland eG
Am Sonnenacker 3-5
17440 Lassan, OT Pulow
Tel.: 038374-80652, Fax: -809915
cw@kraeutergarten-pommerland.de
www.kraeutergarten-pommerland.de

MADE WITH LUVE setzt auf Lupinen und etabliert neue Maßstäbe für vegane Lebensmittel



Mehr als 1.000.000 verkaufte Produkte in nur 12 Monaten! Beeindruckende Zahlen für ein Start-up-Unternehmen. Mit MADE WITH LUVE etablierte die Prolupin GmbH eine der innovativsten veganen Marken im Food-Bereich.

Seit Mai 2015 bereichert das junge Unternehmen aus Mecklenburg-Vorpommern den Markt mit Lebensmitteln auf

Basis von Eiweiß aus der Blauen Süßlupine. Und die Fan-Gemeinde der heimischen Alternative zu Soja, Reis, Mandel und Kokos wächst rasant.

Denn ganz egal, ob Lupinen Milch, Joghurt, Frischkäse, Dessert oder Eis – MADE WITH LUVE ist vor allem eins: extrem lecker! Zudem kommen die Produkte in Sachen Geschmack und Sensorik den Vorbildern aus Kuhmilch sehr

nah und setzen somit im direkten Vergleich mit anderen pflanzlichen Alternativen neue Maßstäbe. Lupine steht für Geschmack und für Zukunft.



Nach dem Launch der Dachmarke MADE WITH LUVE entwickelte das Unternehmen bis heute 22 neue Produkte.

Aktuelles Highlight: MADE WITH LUVE hat zwei neue Eissorten mit Keks auf den Markt gebracht. Von der Idee bis zur Marktreife geht es bei Prolupin stets schnell: meist dauert es nur wenige Monate, manchmal auch nur Wochen.

Prolupin GmbH
Tribseer Chaussee 1
18507 Grimmen
Tel.: 038326-53830, Fax: -538311
info@prolupin.de
www.prolupin.de

Seit 25 Jahren sprudelt der Sekt unter Wismar ...



Produkte 2016



Rüttelkeller 2016

Hervorgegangen ist die Hanse Sektkellerei Wismar – heutige Tochtergesellschaft der Schloss Wachenheim AG – am 30.09.1991 aus der traditionsreichen UHLE Sektkellerei Schwerin.

Von Anfang an war man in der nördlichsten Sektkellerei Deutschlands stolz auf die Herstellung der Flaschengärsekte. Im Jahre 1995 wurde das Gewölbe aus dem 17. Jahrhundert restauriert und eine neue Abfüllanlage installiert. Seit dieser

Zeit werden jährlich ca. 15.000 Flaschen Sekt im traditionellen Flaschengärverfahren hergestellt. Durch regionale und maritime Ausstattungen veredelt, sind diese Sekte ein ganz besonderer Hingucker.

Die Etiketten zeigen auch häufig Firmenlogos, denn viele Unternehmen nutzen die Möglichkeit einer Sekt-Eigenmarkenausstattung, um ihre Kunden mit einem besonderen Präsent zu überraschen.



Hanse Sektkellerei Wismar

Das „Alte Gewölbe“ der Hanse Sektkellerei Wismar bietet das passende Ambiente für Feste und Feiern. Bei einer Führung durch die Sektkellerei erfährt man viel Interessantes zur Geschichte des Gewölbes und Sektherstellung in Wismar – natürlich mit Sektprobe.

Von Montag bis Samstag ist auch der Kellereiverkauf im „Alten Gewölbe“ für alle Interessierten von 10:00 - 16:00 Uhr geöffnet. Wer ein besonderes Geschenk sucht, ist hier genau richtig. Besonders zum Jahreswechsel halten die Mitarbeiter der Hanse Sektkellerei Wismar hochwertige und individuell zusammengestellte Sekt- und Weinpräsente bereit.

Hanse Sektkellerei Wismar GmbH
 Turnerweg 4
 23966 Wismar
 Tel.: 03841-48480, Fax: -484847
info@hanse-sektkellerei.de
www.hanse-sektkellerei.de

Traditionelle Handarbeit in neuem Design



Im kommenden Jahr feiert das Hanse Tee Contor sein 25jähriges Jubiläum und putzt sich schon jetzt mit neu gestalteten Etiketten und Serien für die

kommenden 25 Jahre heraus. Die neuen Layouts und Produkte verbinden den traditionellen Manufakturbetrieb mit modernen Designs, doch handgemacht



bleibt handgemacht. Nach wie vor wird auf hauseigene Produktion am Standort in Bäbelin/Mecklenburg-Vorpommern gesetzt, so dass die Kunden Tee, Marmelade, Liköre und Feinkost regional aus einer Hand beziehen können. Darauf ist das gesamte Team sehr stolz und freut sich auf die Jubiläumsfeier im Frühling 2017.

HANSE TEE CONTOR Wismar GmbH
 Dorfstr. 1a
 23992 Züsow, OT Bäbelin
 Tel.: 038429-44874, Fax: -44876
kontakt@hanseteecontor.de
 Firmenportrait: <https://www.youtube.com/watch?v=l8XmAkG0Ps>

„Unser reines Roggen“ Ein beliebter „Neuling“ der Mecklenburger Backstuben GmbH



„Unser reines Roggen“ – beliebter Neuling bei den Mecklenburger Backstuben

Roggen ist eine alte Getreideart, die allerdings lange ein Schattendasein fristete, vor einigen Jahren wiederentdeckt

wurde und sich nun immer größerer Beliebtheit erfreut. Auch bei den Kunden der Mecklenburger Backstuben GmbH mit Sitz in Waren.

Schon lange spielen Roggenprodukte eine große Rolle bei den Traditionsbäckern von der Müritz, regelmäßig kommen neue Kreationen hinzu. So wie das „Reine Roggen“, ein quadratisches Roggenbrot mit saftiger Krume, kräftig brauner Kruste sowie aromatischem Geschmack.

Anders als viele Roggenbrote, die derzeit auf dem deutschen Markt erhältlich sind, besteht das „Reine Roggen“ der Mecklenburger Backstuben GmbH, wie der Name sagt, zu 100 Prozent aus dieser beliebten Getreideart – auf Weizenmehl wird also komplett verzichtet.



„Dadurch ist dieses Brot besonders ballaststoffhaltig“, erklärte Key Account Manager Christian Wegner und fügte hinzu, dass die Mecklenburger Backstuben für ihr Roggenbrot den hauseigenen Kesselsauerteig verwenden. „Dabei handelt es sich um einen aufwendig hergestellten Natursauerteig, der viel Zeit braucht, aber besonders aromatisch und bekömmlich ist – und das wissen die Kunden auch zu schätzen“, so Christian Wegner.

Mecklenburger Backstuben GmbH
Am Alten Bahndamm 15
17192 Waren (Müritz)
Tel.: 03991-7380, Fax: -738130
info@meckback.de
www.meckback.de

BIO am SUND GmbH berät in Bio- qualität – Langjährige eigene Erfahrungen kommen Kunden zugute



v. r.: Claudia Krüger-Bellman, Martin Nätischer und Daniel Rosenfeld
Foto: © Claas Abraham – Fotodesigner

BIO am SUND ist ein vergleichsweise junges Unternehmen, gleichwohl garantiert die langjährige praktische Erfahrung des Teams um Geschäftsführer Martin Nätischer den Kunden ein Höchstmaß an Unterstützung. Sei es

bei der Neugründung oder auch weiteren Entwicklung eines bereits bestehenden Bio-Unternehmens.

Bio ist nach wie vor auf dem Vormarsch. Doch nicht immer und überall werden die richtigen Weichen gestellt, bestehende Chancen optimal ausgelotet. Genau hier setzt die Unterstützung, die unternehmerische Hilfeleistung

von BIO am SUND an. Ziel ist es, stets mit einem Optimum an Möglichkeiten die Produktion und Vermarktung von Bio-Erzeugnissen noch stärker als bisher in der Ernährungsbranche zu etablieren und dabei gleichzeitig auf die

Wertigkeit und Qualität der Produkte mit dem grünen Siegel hinzuweisen.

Dabei kommen dem Team um Martin Nätischer dessen eigene praktische Erfahrungen in der Branche zugute. Über Jahre hat der innovative Unternehmer erfolgreich Bio-Obst und Gemüse zu Chips und Mehl verarbeitet. Für Martin Nätischer Grund genug zu überlegen, mit einer neuen Produktionsstätte in Mecklenburg-Vorpommern wieder selbst aktiv in die Produktion einzusteigen. Doch vorerst steht weiterhin die nachhaltige Begleitung von Bioprojekten anderer Investoren im Fokus.

BIO am SUND GmbH
Knieperstr. 10 (Kniepertor)
18439 Stralsund
Tel.: 03831-2033040, Fax: -2033711
office@bio-am-sund.de
www.bio-am-sund.de

ORGANIC – ein Projekt des Hotel- und Sportresort Fleesensee Landwirtschaft zum Anfassen für den Gast

Gesund leben, bewusst essen – immer mehr Menschen nutzen den Urlaub, um sich hinsichtlich Lebensführung und gesunder Ernährung neu zu orientieren. Das Hotel- und Sportresort Fleesensee bietet mit ORGANIC ein spezielles Projekt, das mit einer erlebbaren Landwirtschaft vor Ort diesem Wunsch entspricht. Dabei stehen gesunde, aus nachhaltiger Tierhaltung und Feldwirtschaft stammende Rohstoffe im Mittelpunkt der Lebensmittelangebote.

Beispielsweise Eier von Araucana-Hühnern. 225 Tiere der ursprünglich in Südamerika beheimateten Rasse sind in einem fahrbaren Stall untergebracht, der ihnen neben ausreichend Platz jederzeit die Möglichkeit bietet, immer

dort zum Grasern hingezogen zu werden, wo das Weidegrün am saftigsten ist.



Vielfältige Gemüse- und Kräutersorten komplettieren das ORGANIC-Programm. Direkt am Schloss-Platz, einem



der drei 18-Loch-Golfplätze der Anlage – für jedermann sichtbar – sind in diesem Jahr auf 3.000 Quadratmetern mehr als 9.000 Pflanzen herangewachsen. Und weil zu frischem Gemüse aus eigenem Anbau auch ein gutes Stück Fleisch gehört, wird die ganzheitliche Landwirtschaft im Resort inzwischen durch Black Angus Rinder und zukünftig durch Wollschweine komplettiert. Beste Zutaten, um ein gesundes Dinner zu servieren.

Hotel & Sportresort Fleesensee
c/o Land Fleesensee Service GmbH
Tannenweg 1
17213 Göhren-Lebbin
Tel.: 039932-800100, Fax: -80103188
kontakt@fleesensee.de
www.fleesensee.de

Bestes aus Lachs & Co. Norfisk Wismar mit vielfältiger Angebotspalette

Wer auf eine kulinarische Fischrundreise gehen möchte, sollte bei Norfisk buchen. Das Wismarer Unternehmen gehört mit über 100 Artikeln zu den namhaftesten Lachsspezialisten in Deutschland.

Ob Spanische Leidenschaft, Französischer Genuss oder Italienische Lebensfreude, auf die nationalen Besonderheiten abgestimmte Rezepturen lassen den vornehmlich in Norwegen gefangenen Lachs zu einer wahren Delikatesse

werden. Orangen-Senf-Sauce, Kräuter der Provence, Parmesan und Vinaigrette – es sind diese Zutaten, die dem aus zertifizierten Aquakulturen oder nachhaltiger Bewirtschaftung stammenden Lachs die ganz besondere Note verleihen. Klassischer Stremellachs, Gravedlachs und Wildlachs vervollständigen das Angebot.

Neben Lachs, der zu den weltweit beliebtesten Fischarten zählt, komplettieren Forellen, Makrelen, Sprotten, Heil-



butt und weitere Fischarten die vielfältige Norfisk-Palette.

Handwerkliches Knowhow der Mitarbeiter und innovatives Experimentieren ermöglichen es Norfisk, immer neue Fischerzeugnisse in höchster Qualität auf den Markt zu bringen. Zuletzt waren es 6.000 Tonnen Fertigprodukte in 37 Millionen Verpackungen in nur einem Jahr. Tendenz steigend. Nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich, der Schweiz, Polen, Tschechien und anderen europäischen Ländern sind die Fisch-Spezialitäten aus Wismar zunehmend gefragt.

Norfisk Wismar GmbH
Am Seeufer 5
23970 Wismar
Tel.: 03841-227170, Fax: -227171
info@norfisk.de
www.norfisk.de



enviaM eBox Line



Mit der enviaM-Ladebox holen Sie sich die bequeme und sichere Ladung für Ihr Elektrofahrzeug.

Produktdetails und technische Daten:

- sicheres Laden durch Leitungs- und Fehlerstromschutz sowie automatische Steckerverriegelung während des gesamten Ladevorgangs
- schnelles Laden mit bis zu 11 kW Ladeleistung
- Verbrauchsmessung mittels eines vorhandenen Zählers in die bestehende Hausinstallation
- Wandmontage
- im Innen- und Außenbereich einsetzbar
- hochwertiges, präzises Design
- individuelle Folierung möglich

Elektrische Daten	eBox Line
Steckvorrichtung	Fahrzeugstecker (entsprechend einer IEC-Typ-2-Steckvorrichtung gemäß VDE-AR-E 2623-2-2) mit automatischer Stecker- verriegelung
Ausgangsleistung	Drehstrom 400 V AC, dreiphasig, 16 A (22 bzw. 11 kW); auch Wechselstrom 230 V AC, einphasig zu betreiben
Ladebetriebsart	Mode 3 gemäß IEC 61851
Schutztechnik	Personenschutz: Fehlerstromschutzschalter (RCD) gegen das Bestehenbleiben eines unzulässigen hohen Berührungstroms (in vorgelagerter Hausinstallation) Kurzschluss-/Überlastschutz: Leitungsschutzschalter (in vorgelagerter Hausinstallation)



Sie haben Fragen oder möchten weitere Informationen zu anderen Produkten wie z. B. Ladesäulen? Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

envia Mitteldeutsche Energie AG
Platz der Jugend 6
19053 Schwerin
Kostenfreie E-Mobility-Ruf-Nr.:
0800-3706070
Tel.: 0385-39583010, Fax: -39583029
Geschäftskunden-Nord1@enviaM.de
www.enviam.de

Kompetenz und Erfahrung Dienstleistungsgesellschaft für Lebensmittel- technologie und Ernährung Penzlin mbH

Die DLE GmbH bietet Dienstleistungen im Bereich der Produkt- und Technologieentwicklung für die Ernährungswirtschaft an. Langjährige Erfahrungen in den Schwerpunkten Forschung und Entwicklung machen uns zu einem zuverlässigen Partner.

Die Durchführung und Unterstützung bei Forschungs- und Entwicklungsaufträgen; Unterstützung bei der Beantragung und Koordinierung von Förderprojekten sowie technologische Beratung in KMU zählen zu unseren Kompetenzen.

In der Kochschule und der ernährungswissenschaftlichen Versuchsküche bieten wir Beratung im Bereich Gemein-



v. l.: Holger Gniffke, Kathrin Vogt und Julia Heyden

schaftsverpflegung, Gastronomie, Technik, Schulungen/Kochkurse und Ernährungsberatung an.

DLE
 Dienstleistungsgesellschaft
 für Lebensmitteltechnologie
 und Ernährung Penzlin mbH

Die Lebensmittelsensorik ist eines unserer Kernthemen. Wir führen Untersuchungen mit geschulten Prüfern oder ungeschulten Probanden nach DIN- und DLG-Vorschriften sowie Produktprüfungen/-bewertungen und Verbrauchertests für die Qualitätssicherung oder Produktentwicklung durch.

**Dienstleistungsgesellschaft für
 Lebensmitteltechnologie
 und Ernährung Penzlin mbH**
Am Markt 4
17217 Penzlin
Tel.: 03962-2216464, Fax: -2216465
info@dle-mv.de
www.dle-mv.de

Bewegendes aus Stahl – HAB Hallen- und Anlagenbau mit Flexibilität und Leidenschaft



Dass Gebäude und Anlagen aus Stahl nicht nur gut aussehen und bestens in die Landschaft passen, sondern auch optimal auf die Auftraggeberwünsche abgestimmt werden können, das beweist seit über 60 Jahren die Firma HAB Hallen- und Anlagenbau GmbH.

„Qualität aus Leidenschaft ist wichtig für unseren Erfolg“, verrät Geschäftsführer Andreas Pörsch. So entstehen moderne Gebäude mit einem Höchstmaß an Wirtschaftlichkeit, Funktionalität, Flexibilität und Energieeffizienz. „Das geht nur im Team und mit Expertise“, so Pörsch.

In enger Kooperation mit Universitäten und Forschungseinrichtungen optimieren die HAB-Ingenieure und -Monteure ständig angewandte Technologien und Verfahren. Europaweit über 1.000 reali-



Andreas und Kathrin Pörsch

sierte Projekte liefern dafür den Beweis. Zu den Kunden gehört auch Junge

Die Bäckerei. Aus der Unternehmenszentrale heißt es: HAB geht optimal auf unsere Bedürfnisse ein. Innovation, Individualität und eine qualitativ hochwertige Arbeit haben uns überzeugt.

Als Generalunternehmen bietet HAB das gesamte Paket aus einer Hand – vom Baurecht über Entwurfsvorschläge, Statikberechnung, Ausführungsplanung bis hin zur kompletten Installation der Gebäudetechnik inklusive Beantragung möglicher Fördermittel.

HAB Hallen- und Anlagenbau GmbH
Greifswalder Str. 14
17509 Wusterhusen
Tel.: 038354-3580, Fax.: -35829
info@hab-wusterhusen.de
www.hab-wusterhusen.de

Frische, die man sehen kann

VARIOVAC ist ein erfahrenes Maschinenbauunternehmen mit Sitz in Zarrentin am Schaalsee. Alle dort konstruierten und montierten Verpackungsmaschinen dienen beim Kunden in erster Linie zum Verpacken von Nahrungsmitteln und Non-Food-Artikeln. Zu den typischen Endkunden gehören z.B. Zerlege-, Lebensmittelverarbeitungs- sowie Molkereibetriebe.

Getreu dem Motto „Frische, die man sehen kann“ produziert VARIOVAC Verpackungsmaschinen, mit denen Frischeprodukte erstklassig, unter höchsten hygienischen Bedingungen, mit modernster, verlässlicher Technik verpackt werden. Das elegante Design der Tiefziehmaschinen ist robust und für höchste Stabilität während des gesamten Verpackungsprozesses ausgelegt.

Sowohl Tiefziehmaschinen, als auch Schalensiegler gehören zum Portfolio von VARIOVAC. Zu den Tiefziehmaschinen gehören zum einen die VARIOVAC



Optimus. Durch ihre kompakte aber dennoch effiziente Bauweise eignet sie sich perfekt als wirtschaftlicher Einstieg zum automatischen Verpacken. Außerdem gehört die leistungsstarke, vollautomatische Tiefziehmaschine, die Primus, zum Repertoire von VARIOVAC.

Speziell für die Anforderungen von kleineren Herstellern oder Metzgern bietet der Schalensiegler Rotarius Verpackungsmöglichkeiten. Dieser verpackt frische, gekühlte und gefrorene Lebensmittel in vorgefertigte Schalen.



Wie bei allen VARIOVAC-Maschinen wurde auch bei den neuen Maschinen generationen viel Wert auf einfachste Bedienung, kurze Umrüstzeiten, ein intuitives Betriebssystem und wash-down-Fähigkeit gelegt.

VARIOVAC PS SystemPack GmbH
Ernst-Litfaß-Str. 3 und 5
19246 Zarrentin am Schaalsee
Tel.: 038851-8230, Fax: -823220
info@variovac.de
www.variovac.de

Im Norden gut auf Kurs K&K Personaldienstleister mit hohem Standard

Persönliche Betreuung der Mitarbeiter und Kunden ist bei K&K oberstes Gebot. Das Unternehmen für Industriebau und Personalbetreuung ist mit seinem modernen Konzept jederzeit dazu in der Lage, bestens ausgebildete Mitarbeiter zu vermitteln.

Mit Niederlassungen in Rostock, Wismar, Neubrandenburg, Waren/Müritz, Hannover und Eisenach ist die Gesellschaft mit Hauptsitz in Berlin hauptsächlich in der Lebensmittelbranche, in der Logistik sowie im Entsorgungsbereich aktiv. Bestnoten bei Audits zur Qualitätssicherung in der Lebensmittelbranche bestätigen den hohen Standard.

Gleichzeitig ermöglicht K&K seinen Mitarbeitern gute berufliche Entwicklungschancen. Ob vom 400-Euro-Job zum IT-Projektleiter oder von dem einfachen Mitarbeiter im Vertrieb hin zum Chef



einer Niederlassung – alles ist möglich. Bei K&K sind solche Berufswege eher die Regel und nicht die Ausnahme.

Eine vom Unternehmen herausgegebene Broschüre zeichnet interessierten Bewerbern die Aufstiegschancen detailliert auf und bietet so einen anschaulichen Überblick über alle Vorteile, die Neueinsteigern geboten werden. Dank des Engagements seiner Mitarbeiter gehört das seit 1993 erfolgreich am Markt agierende Unternehmen heute zu den gefragtesten Zeitarbeitsdienstleistern in Norddeutschland.

**K&K Industriebau und
Personalbetreuungs GmbH**
Wilhelm-Külz-Platz 2
18055 Rostock
Tel.: 0381-37582070, Fax: -375820720
rostock@kuk-personal.de
www.kuk-personal.de

Nordernährung e.V. Starke Partner der Ernährungswirtschaft

Die Nordernährung e.V. betreut mit 5 spezialisierten Juristen über 175 Mitgliedsunternehmen, vom Kleinunternehmen bis zum Konzern, individuell und praxisnah in allen arbeits- und tarifrechtlichen Angelegenheiten. Dies von der Anbahnung, über den Bestand und über die Beendigung in allen individual- und kollektivrechtlichen Fragestellungen sowie in Einigungsstellenverfahren und bei Tarifverhandlungen.

Unser Verbandsgebiet umfasst Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern.

Wir vertreten unsere Mitglieder satzungsgemäß kostenfrei vor allen Arbeits- und Landesarbeitsgerichten sowie den Sozialgerichten und dem Bundesarbeits- und Bundessozialgericht. In Mecklenburg-Vorpommern allein be-

treuen wir über 30 Mitgliedsunternehmen. Hierzu gehören u. a. Dr. Oetker Tiefkühlprodukte Wittenburg KG, Nestlé Deutschland AG – Werk Schwerin, Carl Kühne KG (GmbH & Co.) – Niederlassung Hagenow, Sweet Tec GmbH, Grabower Süßwaren GmbH, Mecklenburger Backstuben GmbH, Pfanni GmbH & Co. OHG Stavenhagen, Trolli GmbH, Rügen Fisch AG.

Ihr Vorteil:

Wir sind nah an der betrieblichen Wirklichkeit, nah an den Unternehmen und vernetzt in der Wirtschaft und politischen Gremien und ermöglichen den Personalleitern und Entscheidern darüber hinaus Kontakte untereinander. Dies ist, neben dem Kostenvorteil, ein entscheidender Pluspunkt einer Mitgliedschaft in unserem Hause. Eine sol-



che qualifizierte Beratung kostet vergleichsweise bei qualifizierten Anwaltsbüros 400,00 € pro Stunde. Ein durchschnittliches Arbeitsgerichtsverfahren kostet 2.000,00 €. Diese Leistungen bezahlen Sie bereits mit dem Mitgliedsbeitrag.

Sollten Sie Interesse an einer Partnerschaft haben, so kommen Sie gerne auf uns zu. In einem persönlichen Gespräch loten wir auch die Vorteile für Ihre Unternehmung gerne aus.

**Arbeitsgeberversand
Nordernährung e.V.**
Winterhuder Weg 76
22085 Hamburg
Tel.: 040-5472100, Fax: -545032
info@nordernaehrung.de
www.nordernaehrung.de

NETTO positioniert sich mit MEHR NETTO neu

**MEHR
NETTO**

NETTO

Der regionale Lebensmitteldiscounter NETTO mit Sitz in Stavenhagen positioniert sich als MehrWerte-Discounter neu im deutschen Markt. Mitte Juli startete unsere umfassende Kommunikationskampagne hierzu. Mit unserem neuen Marktauftritt unter dem Motto „MEHR NETTO“ wollen wir unsere Kernwerte Regionalität, Engagement und Teamgeist stärken. Für die Kunden bedeutet das zukünftig noch mehr Frische, mehr Auswahl und mehr Artikel in den Märkten.

Mehr Regionalität

Produkte aus der Region sind für uns unverzichtbar. Es ist uns ein großes Anliegen, mehr Verantwortung für die heimische Wirtschaft zu übernehmen. Über 300 fest gelistete, regionale Produkte und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten zeichnen uns aus. Ca. 30 % des Umsatzes erzielen wir mit Produkten aus der Region.

Mehr Engagement

Soziale Projekte, wie z. B. die „NETTO-Marktpatenkinder“, sind ein fester Bestandteil von MEHR NETTO als Mehr-



NETTO-Marktpatenkinder beim Salate schnippeln

Werte-Discounter. Seit 2011 werden jährlich 65 Kitas mit insgesamt über 4.000 Kindern mit Geld- und Sachspenden unterstützt. Jeder dieser Kitas steht der lokale NETTO-Markt als Pate für Aktionen, beispielsweise zum Thema gesunde Ernährung, zur Verfügung.

Mehr Teamgeist

Wir sind innovativ, haben freundliche Mitarbeiter und Kollegen mit viel Humor und großem Teamgeist. Durch flache

Hierarchien und ein starkes Miteinander sind auch unsere Partner und Lieferanten ein wichtiger Teil unseres familiären Teams. Insgesamt beschäftigt NETTO in seinen 349 Märkten in acht Bundesländern, im Lager und in der Verwaltung knapp 5.000 Mitarbeiter.

NETTO ApS & Co. KG

Preetzer Str. 22
17153 Stavenhagen
www.netto.de/mehr

Pockrandt setzt auf „Low Migration“ und eine neue Flexodruck-Linie

pockrandt 
Etiketten



Immer mehr Etiketten- und Verpackungsdrucker setzen Low-Migration-Farbserien ein. Bekanntlich müssen UV-bedruckte Lebensmittelverpackungen den Migrations-Grenzwert < 10 ppb einhalten, was nur mit „Low Migration“ Farb- und Lacksystemen erreicht werden kann.

So hat auch Pockrandt Etiketten mithilfe professioneller Farblieferanten die Produktion erfolgreich auf „Low Migration“ umgestellt. Ausgezeichnete Verdrückbarkeit, Farbstärke und schöner

Glanz bei kaum wahrnehmbarem Geruch und niedrigem Migrationspotenzial zeichnen die Low-Migration-Farben aus.

In Kombination mit der neuen Flexo-Drucklinie, die ab Herbst 2016 bei Pockrandt Etiketten zum Einsatz kommt, wird nicht nur eine weitere Grundlage für Just-in-Time-Lieferungen, sondern eine hohe Druckqualität mit bis zu 8 Farben garantiert.

Pockrandt Etiketten

Silder Moor 2
18196 Kavelstorf / Rostock
Tel.: 038208-60041, Fax: -60042
info@pockrandt-druck.de
www.pockrandt-etiketten.de

Investieren im Landkreis Rostock Wirtschaftsförderung ist kompetenter Partner bei der Beratung



Landrat Sebastian Constien

Regional hergestellte Produkte, die Verwurzelung in der Heimat und Urlaub in Deutschland rücken bei den Menschen wieder verstärkt in den Mittelpunkt. Daraus ergeben sich Chancen für die Landwirtschaft, das verarbeitende Gewerbe, Dienstleistungen und Tourismus. Der Landkreis Rostock ist ein attraktiver Wirtschafts- und Tourismus-

standort und unterstützt Investoren bei ihren Vorhaben. Ziel ist es, die Region als Lebens-, Arbeits- und Erholungsraum zu stärken, so Landrat Sebastian Constien.

Unternehmen und Existenzgründer finden bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft WLR die richtigen Ansprechpartner für ihr Vorhaben. „Wir begleiten Sie, wenn gewünscht, von der Projektidee bis zur Eröffnung“, sagt Geschäftsführer Christian Fink.

„Durch den gezielten Einsatz von Fördergeldern, als Ergänzung zu eigenen Ressourcen, können wir die Region nachhaltig stärken und für die Zukunft

sichern“, erklärt Martina Wessolowski, die Leiterin der Zentralen Fördermitelstelle.

Landkreis Rostock – Der Landrat
Am Wall 3 - 5, 18273 Güstrow
Tel.: 03843-75512000, Fax: -75512800
info@lkros.de
www.landkreis-rostock.de

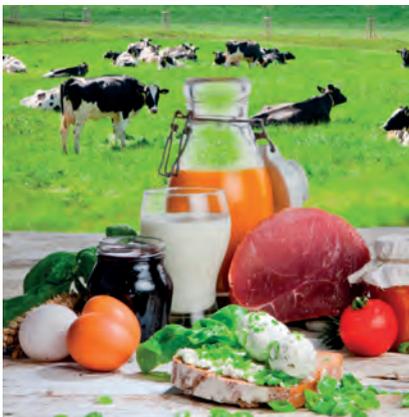
Wirtschaftsförderung Landkreis Rostock GmbH
Am Wall 3 - 5, 18273 Güstrow
Tel.: 03843-75561000, Fax: -75510800
christian.fink@lkros.de
www.w-lr.de



Wir sind für Sie da im Landkreis Rostock

Wirtschaftsförderung Landkreis Rostock GmbH (WLR): Wir beraten zu geeigneten Gewerbe- und Industrieflächen für Ihr Ansiedlungsvorhaben. Wir begleiten Sie bei der Realisierung von Erweiterungsvorhaben am Unternehmensstandort. Wir vermitteln Kontakte zu regionalen Unternehmen und Institutionen.

Regionalproduktmesse Vorpommern in Greifswald



Die Wirtschaftsfördergesellschaft (WFG) Vorpommern richtet in Zusammenarbeit mit der Universitäts- und Hansestadt Greifswald, den Landkreisen Vorpommern-Greifswald und Vorpommern-Rügen sowie dem Rügen Produkte Verein e.V. in diesem Jahr erstmalig eine Regionalproduktmesse Vorpommern

am 19. Oktober von 10 bis 17 Uhr im Pommerschen Landesmuseum in Greifswald aus.

Dieses für Greifswald neue Format ist analog der bereits seit vielen Jahren etablierten Regionalproduktmesse Rügen konzipiert und soll regionale Wirtschaftskreisläufe in der Region Vorpommern stärken und die regionale Wertschöpfung erhöhen. Ziel ist es vor allem, Großabnehmer wie Mensen und Kantinen, aber auch gastronomische Betriebe stärker mit regionalen Produzenten aus dem Bereich Ernährungswirtschaft zusammenzubringen.

Die Herkunft der Aussteller ist dabei nicht auf die Region Vorpommern begrenzt, sondern bezieht ebenso Betriebe aus ganz Mecklenburg-Vorpommern bis ins nördliche Brandenburg mit ein.



Die Messe bietet allen teilnehmenden Produzenten eine ausgezeichnete Plattform, um mit regionalen Abnehmern (Großküchen, Einzelhandel, Hotellerie/Gastronomie, Privatkunden) ins Gespräch zu kommen, Erfahrungen auszutauschen und die eigenen Produkte oder Dienstleistungen bekannt zu machen, die Leistungs- und Lieferfähigkeit regionaler Produkte wird vermittelt und so von Kunden- und Abnehmerseite stärker wahrgenommen. Ansprechpartner für weitere Informationen und Anmeldung:

Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern mbH
Steffen Piechullek
Brandteichstr. 20, 17489 Greifswald
Tel.: 03834-550608, Fax: -550551
piechullek@invest-in-vorpommern.de
www.invest-in-vorpommern.de

Unternehmen aus MV wollen Umsatz im Handelsmarkengeschäft erhöhen



Agrarmarketing
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Die jährlich stattfindende internationale Fachmesse „Welt der Handelsmarken“, die PLMA in Amsterdam, öffnete am 24. und 25. Mai 2016 ihre Pforten für über 11.000 internationale Top-Einkäufer und Hersteller aus 110 Ländern. Erneut waren Aussteller aus Mecklenburg-Vorpommern dabei, um Absatzchancen im weltweiten Private-Label-Geschäft zu nutzen.

Im 30. Jahr ihres Bestehens wurden an mehr als 4.300 Messeständen in 55 nationalen und regionalen Pavillons preisgünstige Alternativen, aber auch innovative Premium-Produkte aus der Nahrungsmittelbranche wie Frisch-, Kühl- und TK-Lebensmittel, Getränke und haltbare Lebensmittel sowie Produkte aus dem Non-Food-Bereich angeboten.

Zudem wurden auf dem „Ideen-Supermarkt“ Handelsmarkenlinien von 60 Einzelhändlern aus der ganzen Welt vorgestellt.

Andere Ausstellungen widmeten sich

Produktzutaten, Verpackungsmaterialien und kreativen Fernsehspots zur Bewerbung von Eigenmarken. Eine „Neue Produkte-Expo“ stellte Artikel vor, die erstmals auf der Messe gezeigt wurden.

156 deutsche Aussteller präsentierten sich erneut unter dem deutschen Gemeinschaftsdach „Made in Germany“. Zu den Ausstellern aus Mecklenburg-Vorpommern zählten die biosanica Manufaktur GmbH, die Klaus GmbH & Co. KG, die Mecklenburger Backstuben GmbH, die Mecklenburger Kartoffelveredlung GmbH, die Rügen Fisch AG und die FEMEG Produktions- und Vertriebs GmbH. Dazu kamen die mit ihrem Mutterkonzern vertretenen Firmen Eisbär Eis Produktions GmbH, riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG sowie die Deutsche Milchkontor GmbH (DMK).

„Der AMV organisierte und betreute im Auftrag des Landes die Ausstellergemeinschaft auf der Messe in Amsterdam“, sagte AMV-Geschäftsführerin Jarste Weuffen, „im Vorfeld der Messe haben wir mehr als 400 Einkäufer aus aller Welt mit einem Mailing und einem Flyer in deutscher und englischer Sprache auf die Aussteller und Produkte aus MV aufmerksam gemacht und auf die Stände eingeladen.“

Die Ausstellergemeinschaft aus MV präsentierte sich unter „Best of Northern Germany“. Logotafeln direkt neben dem Firmenlogo und Bodenaufkleber mit dem Landessignet als Standbegrenzung machten als Eye-Catcher auf das Bundesland aufmerksam.

Mit Handelsmarken werden in Deutschland lt. der Studie Nielsen Shopper-Trends 2016 insgesamt ca. 4 von 10 EUR im Einzelhandel erzielt. Neun von zehn Verbrauchern bescheinigen in aktuellen Umfragen Handelsmarken ein gutes Preis-Leistungsverhältnis. Sie erwarten, dass der Handel Eigenmarken führt. Im Food-Bereich sind derzeit Süßwaren, SB-Wurstwaren, Trockenfertigprodukte und Feinkost die Renner. Rückgänge des Eigenmarkenanteils sind vor allem bei alkoholfreien Getränken und Molkereiprodukten zu verzeichnen.

Für die kommenden Jahre werden Diätprodukten, speziellen Produkten für ältere Menschen und ethnischen Produkten große Chancen im Handelsmarkensegment eingeräumt.

Die nächste PLMA findet am 16. und 17. Mai 2017 statt.



Die nächste PLMA findet am 16. und 17. Mai 2017 statt.

Die internationale Fachmesse „Welt der Handelsmarken“ ist eine Veranstaltung der Private Label Manufacturers Association (PLMA), die weltweit mehr als 4.000 Mitgliedsunternehmen repräsentiert.



v. r.: Dana Kienast, Thomas Göttische, Kathrin Rossa, Jörg Jakob, Michael Greve, Christian Wegner

VitalMenü – schmackhaft, wirtschaftlich, sicher: So einfach kann Kochen für Kinder sein!



Kai Senf-Grunert erklärt die Zubereitung

Gemeinsam mit der Mecklenburger Landpute GmbH sowie den Projektpartnern rogateg GmbH und der Vernetzungsstelle Schulverpflegung in MV fand am 14. Juni 2016 der zweite Workshop „VitalMenü – schmackhaft, wirtschaftlich, sicher“ bei der rogateg GmbH in Rostock statt.

Im Rahmen des Workshops diskutierten die Teilnehmer, was getan werden muss, damit VitalMenüs mit ihren regionalen

Zutaten unter Berücksichtigung der DGE-Empfehlungen in die Speisepläne der Schulcaterer integriert werden. Unter dem Motto „Rund um die Pute“ wurden sehr praxisnah eine nährstoffschonende und sichere Zubereitung, Warmhaltung und Verteilung der VitalMenüs vorgestellt, Gerichte zubereitet und verkostet. Die Caterer und Köche erhielten zudem Tipps für die Umsetzung.

Mit Unterstützung von EFRE-Mitteln ist der AMV im Jahre 2009 mit einer Projektgruppe in das Projekt „VitalMenü – Regionale Produkte in der Schulverpflegung in Mecklenburg-Vorpommern“ gestartet.

Eine Vielzahl schmackhafter VitalMenüs ist seitdem gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern verschiedener Altersstufen entwickelt, gekocht und getestet worden.

Die Rezepte umfassen vegetarische, Fleisch- und Fischgerichte und können von jedem Koch bzw. Caterer beim AMV angefordert werden.

Der Einsatz regionaler Produkte gewährleistet Frische, Qualität und kurze Wege und stärkt regional Wirtschaftskreisläufe.

Mit den VitalMenüs wird ein wichtiger Beitrag für eine ausgewogene Ernährung von Kindern geleistet.

VitalMenü-Tag auf der Hanseschau in Wismar Showkochen und Auswertung des Schülerwettbewerbs

Zwischen August 2015 und Februar 2016 suchte der Verein Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern zusammen mit seinen Projektpartnern im Rahmen des Schülerwettbewerbs "Schulessen – frisch, regional und lecker!?" neue leckere Rezepte und fetzige Namen für das Projekt „VitalMenü – Regionale Produkte in der Schulverpflegung“.

Auf der Hanseschau in Wismar kürten Minister Dr. Till Backhaus, Robert Wolter vom AMV sowie Frau von Tilinski von der AOK NORDOST - Die Gesundheitskasse am 04.03.2016 die Gewinner: In der Kategorie "Leckere Gerichte" gewann das Schülerteam der Klasse 8/9 des Überregionalen Förderzentrums SEHEN aus Neukloster. In der Kategorie "Fetzige Namen" wurden die Schülerinnen und Schüler der Regionalschule Bertolt Brecht aus Wismar ausgezeichnet.



Moderator Frank Markwardt überreicht gemeinsam mit Minister Dr. Backhaus den Sieger-Check für „Fetzige Namen“ an die Schülerinnen und Schüler der Regionalschule Bertolt Brecht aus Wismar.

Das Siegergericht „Heiße Kartoffel mit Frischekick“ aus der Kategorie "Leckere Gerichte" wurde während der Hanseschau von Minister Dr. Backhaus, Ministerin Birgit Hesse und vom Bürgerchaftspräsidenten der Hansestadt Wis-



Ministerin Hesse und Minister Dr. Backhaus haben sichtlich Vergnügen bei der Ausgabe des Siegergerichtes „Heiße Kartoffel mit Frischekick“.

mar, Tilo Gundlack, unter fachmännischer Anleitung von Holger Gniffke, Geschäftsführer der DLE GmbH, gekocht und dem Publikum zur Verkostung angeboten.

Unternehmen der Ernährungswirtschaft prüften Absatzchancen auf dem schwedischen Markt



Wirtschaftsdelegation aus MV zu Besuch bei der Firma Nordrest (Foto: AHK Schweden)

Vom 25. bis 28. April 2016 weilte eine Delegation der Ernährungswirtschaft des Landes zu einer Markterkundungsreise in Schweden. Die Reise hatte der Verein Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern (AMV) im Auftrag und mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz organisiert.

Die Gruppe von Vertretern aus 11 Unternehmen wurde durch Dr. Jürgen Buchwald, zuständiger Abteilungsleiter aus dem Landwirtschaftsministerium, und AMV-Geschäftsführerin Jarste Weuffen begleitet. Das Programm war mit Unterstützung der Auslandshandelskammer vorbereitet worden. Der Delegation

gehörten Vertreter aus den Bereichen Fleisch- und Wurstwaren, Molkereiprodukte, Fisch, Feinkost, Tiefkühlprodukte und Trockenprodukte aus dem konventionellen und Biobereich an.

Insgesamt wurden in den drei Tagen 14 spannende Termine wahrgenommen, darunter Kontakte zu Zentraleinkäufern einer großen schwedischen Handelskette und zu NETTO Schweden, ein Termin mit dem Chefeinkäufer eines Caterers im Bereich Schulverpflegung, Großküche und Restaurant, ein Unternehmensbesuch, der Messebesuch auf der GastroNord sowie acht Store Checks in den verschiedenen Formaten der Handelsketten. Einführend erhielt die

Gruppe in der AHK detaillierte Informationen zum schwedischen Lebensmittelmarkt.

„Im Vorfeld der Reise hatten wir bereits auf die rasante Entwicklung des ökologischen Marktanteils in Schweden hingewiesen. Davon konnten sich jetzt alle Reisetilnehmer selbst überzeugen. Unser Engagement auf der Bio- und Naturproduktmesse in Malmö seit drei Jahren hat sich als richtiger Schritt erwiesen“, schätzt Jarste Weuffen ein, „deutlich wurde, dass der Lebensmitteleinzelhandel und die Kommunen mit ihren Großküchen den Schwerpunkt für ökologische Produkte bilden.“

Stockholm selbst verfügt nur über verschwindend wenige Biomärkte. Einen davon, „Paradiset“, besuchte die Gruppe und war beeindruckt von dem hohen Standard und Engagement. Für die Gruppe aus MV war besonders erfreulich, dass der Biomarkt auch das alkoholfreie Störtebeker Bier und in Süderholz von biosanica produzierte Apfelflips führte.



Im Biomarkt Paradiset



Unternehmensbesuch bei Saltåkvärn

Ein weiterer deutlicher Trend in den Märkten war die Auslobung der Produkte als „Schwedische Produkte“. Nur selten ging man bei der Auslobung in lokalere Strukturen. Das Land mit 9,7 Mio. Einwohnern sieht offenbar in der Betonung „Schweden“ den besten Ansatz bei der Vermarktung.

Hochkarätiger Branchentag Ernährungswirtschaft

Marke im Wandel – Wohin geht die Reise?



Am 30. März 2016 lud Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V. (AMV) zum 17. Branchentag Ernährungswirtschaft ins Hotel THE GRAND in Ahrenshoop ein. Etwa 140 Gäste nutzten die Plattform für den Austausch untereinander und als Informationsbasis zum Thema Marke. Zu den Teilnehmern zählten Unternehmer und Dienstleister der Bran-

che, Vertreter des Lebensmitteleinzelhandels und wissenschaftlicher Einrichtungen des Landes sowie Mitglieder des Landtages, der Kammern und Verbände.

Grußworte von Landtagspräsidentin Sylvia Bretschneider, die in Begleitung von zwei Vizepräsidentinnen des Landtages erschien, und von Landwirt-

schaftsminister Dr. Till Backhaus standen am Beginn der Veranstaltung. Minister Dr. Backhaus lobte das Engagement des AMV für das Gemeinschaftsmarketing und die Vernetzung im Land und hob die professionellen Messeauftritte hervor.

Dann stand das Thema MARKE im Mittelpunkt des Nachmittages.

„Marke im Wandel – Wohin geht die Reise?“ erwies sich als hochaktuelles Thema für die Branche.

Wie der Handel über Marken denkt und agiert, zeigt die neue exklusive Studie der Lebensmittel Zeitung „Das Wertschätzungsprinzip“, ausgeführt von Rheingold Salon auf der Basis von tiefenpsychologisch durchgeführten Interviews mit Entscheidern aus Handelszentralen und Niederlassungen im Auftrag der Lebensmittel Zeitung. Die interessanten Ergebnisse präsentierte LZ-Marketingleiterin Beate Ohlsen. Noch in den Pausen bot dieser Vortrag viel Diskussionsstoff und regte zum Gedankenaustausch an.

Handelsmarken nehmen seit Jahren einen breiten Raum in allen Handelsstrukturen ein. Handelsmarkenspezialist Hermann Sievers analysierte das Segment, das zunehmend auch Trendthemen aufgreift. Gerade hier können kleine und mittelständische Unternehmen profitieren, beispielsweise bei Produkten „frei von“, regionaler Herkunft, vegetarischer und veganer Ernährung sowie Snackprodukten.



Landtagspräsidentin Sylvia Bretschneider



Minister Dr. Till Backhaus



LZ-Marketingleiterin Beate Ohlsen



Handelsmarkenspezialist Hermann Sievers



Andreas Pogoda

Andreas Pogoda von der Hamburger Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG schlug anhand von Beispielen den sehr anschaulichen Bogen zur wirksamen Markenwerbung und Kommunikation. Er beeindruckte mit seiner Präsentation und den Beispielen und bekam mit 98% positiver Stimmen die höchste Bewertung aller Referenten.

Die abschließende Podiumsdiskussion brachte AMV-Mitglieder auf die Bühne, die aus verschiedenen Blickwinkeln zum Thema „Marke, Handelsmarke, regionale Marke, lokale Marke – wie geht es weiter?“ diskutierten. Tobias Blömer, Dr. Sylva Rahm-Präger und Michael Greve beantworteten wie auch Landesmarketingchef Peter Kranz-Glatigny die Fragen von Moderator Werner Prill.

Das Landesmarketing begleitete die Veranstaltung ebenso wie die Sponsoren, die sich in einer fachbegleitenden Ausstellung präsentierten, ganz vorn enviaM, aber auch die Lebensmittel Zeitung, HAB Hallen- und Anlagenbau GmbH, VARIOVAC PS System-Pack GmbH sowie die Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern mbH.

Der Branchentag Ernährungswirtschaft zählt zu den bedeutendsten Branchentreffs in Norddeutschland. Das neue Format einer Halbtagsveranstaltung mit Abendprogramm erwies sich einmal mehr als richtig. Am Abend wurde kräftig weiter diskutiert und gefeiert.



Podiumsdiskussion

v.l. Moderator Werner Prill, Tobias Blömer, Dr. Sylva Rahm-Präger, Michael Greve, Peter Kranz-Glatigny



envia Mitteldeutsche Energie AG, HAB Hallen- und Anlagenbau GmbH, VARIOVAC PS SystemPack GmbH – Sponsoren, die sich in einer fachbegleitenden Ausstellung präsentierten

AMV-Seminare: abwechslungsreich – anschaulich – kurzweilig – interessant

Der AMV richtet seine maßgeschneiderten Schulungsangebote auf die aktuellen Anfragen der Ernährungsbranche aus. So geht es auch in diesem Jahr beispielsweise um Neuerungen des bisher bestehenden Rechts und seine Auswirkungen auf spezielle Bereiche. Die Teilnehmenden nehmen stets „gute Anregungen und vielfältige Sichtweisen“ mit zurück in den Arbeitsalltag.

Aus dem Programm:

Heike Fahlandt von der BIOSERV GmbH präsentierte die überarbeiteten Leitsätze für Fleisch und Fleischerzeugnisse.

Rechtsanwalt Hanspeter Schmidt aus Freiburg erläuterte die neuesten, sehr umstrittenen Entwicklungen des EU-Bio-Rechts praxisnah.

Eva Thomas war mehrfach im Kommunikationstraining im Einsatz.

Hier einige Teilnehmeräußerungen: Ausgehend von einer „optimalen Grup-



Eva Thomas

pengröße“ und einem „großen Erfahrungsschatz in der Gruppe“ sowie der „sehr ähnlichen Ebene als Führungskräfte“ bestehen überall „die gleichen Probleme“. Der eine oder andere hat sich „auch gefragt, warum unser GF uns hierher geschickt hat ..., aber dann habe ich gemerkt: es sind doch immer wieder die gleichen Themen für alle. Und das war gut“.

„Es war „toll, dass keine Powerpoint eingesetzt wurde“, „in den Pausen ein intensiver Austausch untereinander stattfand“ und „individuell auf uns eingegangen und nichts Vorgefertigtes“

präsentiert wurde. „Das Seminar ist gewachsen, statt nach Plan durchgezogen“, „am liebsten würde ich die ganze Plakatwand mitnehmen“. Die „Rollenspiele waren gute Szenarien“. „Mir ist vieles bewusst geworden, was bisher unbewusst war. ... Der Perspektivwechsel muss erst bei mir beginnen, bevor ich ihn vom Kunden erwarten kann. ... Transparenz und Vertrauen sind starke Werkzeuge“.

Zum Abschluss noch der O-Ton eines weiteren Teilnehmers: „Ich habe schon viele Seminare und Coachings besucht, ..., aber so gut wie Ihr Training war keines: Sie haben Ihr Wissen auf UNSERER Ebene vermittelt, standen nicht ÜBER uns. ... So konnte ich wesentlich mehr mitnehmen.“

Auch im letzten Quartal des Jahres bietet der AMV spannende Schulungsangebote an. Die aktuellen Themen und Termine finden Sie auf der Rückseite des AMV-Reportes.



Seminar „Außendienstmitarbeiter“



Seminar „Rolle vorwärts“



Regionale Produkte im Mittelpunkt: Globus Roggentin und AMV ziehen positive Bilanz für die MV-Woche



Am 4. April war es wieder so weit: Erneut erfolgte der Startschuss für eine Mecklenburg-Vorpommern-Woche im Globus Roggentin. Offiziell eröffnet wurde diese MV-Woche durch Landwirtschaftsminister Dr. Till Backhaus gemeinsam mit dem stellvertretenden Landrat des Landkreises Rostock, Wolfgang Kraatz, Geschäftsleiter Frank Meißler und AMV-Geschäftsführerin Jarste Weuffen.

Regional, frisch und lecker! Bis zum 9. April 2016 präsentierten 16 regionale Unternehmen Produkte der heimischen Ernährungswirtschaft. Die Palette der Leckerbissen reichte von Wurstspezialitäten aus Rostock, Altentreptow und Greifswald über Molkereiprodukte aus Poseritz, Upahl und Wismar bis zu Erzeugnissen der Mecklenburger Kartoffelveredlung sowie Fischfeinkost der Firmen Werner Lauenroth und Mecklenburger Fischfeinkost. Heimische Bierhersteller aus Rostock, Lübz, Stralsund und Ramin, Hersteller von alkoholfreien Getränken aus Güstrow und Bad Doberan sowie Säfte aus Satow rundeten das Bild ab. Transparenz und Vertrauen! Die Aktionswoche lenkte die Aufmerksamkeit der Kunden aktiv auf die regionale Vielfalt. Jeder Kunde konnte sich von der Qualität der in MV hergestellten Erzeugnisse überzeugen und sie sofort vor Ort verkosten. „Die MV-Wochen sind deshalb so wichtig für Erzeuger und Kunden, weil das Produkt als solches in

dieser Woche aus dem allgemeinen Regal-Dasein in den Focus tritt und der Kunde es ggf. erst jetzt wahrnimmt oder verkosten kann. Der Artikel wurde sprichwörtlich „wachgeküsst“! Dadurch sind besonders in dieser Woche Steigerungsraten zu normalen Wochen von bis 1.000% möglich“, schätzt Geschäftsleiter Frank Meißler ein.

Begleitet wurde die Aktionswoche durch das Landesmarketing. Strandkörbe luden zum Verweilen ein und unterstrichen das maritime Flair der Aktion. Ebenso gab es Informationsmaterialien zum Thema Urlaub in MV. Von der Leistungsstärke des Globus in Roggentin konnten sich während der MV-Woche interessierte Mitglieder des AMV bei einem Rundgang durch den „gläsernen“ Globus überzeugen. Mit dem Öffnen seiner Türen für einen Rundgang durch den sehr übersichtlich und großzügig angelegten Markt ge-

währte Frank Meißler einen exklusiven Blick hinter die Kulissen.

In der hauseigenen Fachmetzgerei und in der betriebseigenen Meisterbäckerei wurden den Teilnehmern alle Schritte im Fertigungsprozess erläutert. Hauseigenes Brot und eigene Tortencreations sind ebenso ein Aushängeschild des Warenhauses wie die hauseigene Eisproduktion. Verkostung überall inklusive!

Die MV-Woche knüpft an die Aktionswochen der Vorjahre an. „Durch die langjährige Zusammenarbeit mit Globus konnten bereits mehrere Mitgliedsunternehmen über den AMV den Kontakt zum Globus-Markt herstellen und eingelistet werden“, so Jarste Weuffen. „Das genau ist das Anliegen des AMV mit derartigen Aktionen.“

Der AMV dankt dem Globus Roggentin für die sehr gute und kooperative Zusammenarbeit.



Genieße Mecklenburg-Vorpommern. Wie man aus frischen, regionalen Zutaten schmackhafte, ausgewogene und einfache Gerichte zubereiten kann, wurde interessierten Kunden mit dem Kochen des VitalMenüs „Himmel und Erde“, einem traditionellen mecklenburgischen Gericht, exklusiv vor Ort präsentiert. Sehr interessiert verfolgte vor allem die ältere Kundschaft die Zubereitung dieses VitalMenüs und fachsimpelte mit der Köchin über die verschiedenen Varianten, die sie noch aus ihrer Kindheit kannten. VitalMenüs sind Gerichte, die der AMV in Zusammenarbeit mit Partnern aus dem Land für die Schulverpflegung entwickelt, gekocht und gemeinsam mit Kindern verschiedener Altersstufen getestet hat.

ZWEIMAL „MV auf dem Teller“ im Juni – doppelt schmeckt besser



Allerhand Regionales und Kulinarisches bot der diesjährige Juni in Mecklenburg-Vorpommern, denn gleich zwei „MV auf dem Teller“-Aktionswochen führte der Verein Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern (AMV) im Rahmen seines Großversorgerprojektes durch. Neben dem bereits bewährten Partner Studierendenwerk Rostock-Wismar konnte für das Aktionswochen-Konzept ein neuer Partner gewonnen werden.

Die „MV auf dem Teller“-Aktionswoche mit dem Studierendenwerk, welche in den Mensen der Universität Rostock und der Hochschule Wismar nach 2015 bereits zum zweiten Mal unter dem

Motto „Feines zur Spargelzeit“ stand, fand vom 06. bis 10. Juni statt. Im Mittelpunkt stand heimischer Spargel in unterschiedlichen Variationen und abwechselnd flankiert von verschiedenen regionalen Köstlichkeiten. Eine Presse-runde am 06. Juni in der Rostocker Mensa Süd, bei der neben einigen teilnehmenden Lieferanten auch verschiedene Vertreter der Print-, Hörfunk- und Fernsehmedien anwesend waren, gab den Startschuss.

Die verschiedenen Spargelvariationen, deren Rohware der Spargelhof Gast aus Waschow lieferte und die vom einfachen Stangenspargel über Kartoffel-

Spargel-Gratin, gebratenen Spargel und Spargelsalat bis hin zur Puten-Spargelpfanne reichten, wurden abwechselnd angereichert mit Schinken von der Firma Die Rostocker Wurst- und Schinkenspezialitäten, Stremellachs von Norfisk Wismar, Bio-Hähnchenschenkel vom EZ Fürstenhof, Wels von Fischgut Nord und Putenfleisch von der Mecklenburger Landpute.

Zusätzlich führte die Firma Sonnländer Getränke aus Elmenhorst eine Verkostungsaktion in der Mensa Süd durch. Mit einem Verkaufsanteil der Komponenten für die MV-Menüs von über 31% konnte das bislang beste Ergebnis aller Aktionswochen mit dem Studierendenwerk erzielt werden.

Die zweite Aktionswoche wurde erstmals gemeinsam mit den AWO-Unternehmen A+S Service GmbH und A+S Westmecklenburg GmbH durchgeführt. In den Mutter-Kind-Kliniken in Rerik und Kühlungsborn sowie im Sportinternat Schwerin wurden vom 20. bis 24. Juni verschiedene leckere Gerichte mit regionalen Komponenten angeboten.

Unter anderem belieferten die Firmen Neue Nottorf Räucherfisch aus Kühlungsborn mit ihrem Lachsburger und die Molkerei Naturprodukt aus Poseritz mit ihrem Backkartoffelquark die drei Einrichtungen. Weiterhin waren die Rostocker Urtyp-Bratwurst sowie Produkte der Mecklenburger Landpute dabei. Kartoffeln und Gemüse stammten vom Großhandel Gülzow und von Agrar Frisch Wendelstorf. Außerdem beteiligten sich die Firmen Backstübchen Kühlungsborn, Eier-Frischdienst Leibscher und F & F Fisch- und Feinkost Handels GmbH an der Aktionswoche in Rerik, Kühlungsborn und Schwerin.

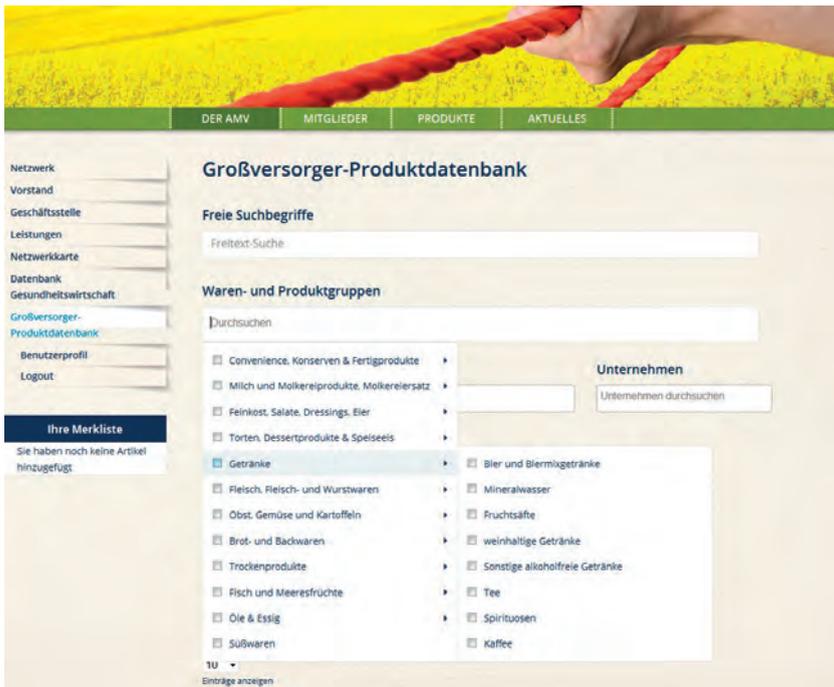
Der AMV dankt sich ganz herzlich beim Studierendenwerk sowie bei den beiden A+S-Unternehmen für die gute und erfolgreiche Zusammenarbeit. Für die zweite Jahreshälfte 2016 sowie für 2017 plant der AMV weitere Aktionswochen. Neue Partner sind willkommen.



Das Projekt Dienstleistungen für die Koordinierung zur Stärkung regionaler Lebensmittel für eine Ernährung für die Gesundheit in Großversorgungseinrichtungen wird kofinanziert von der Europäischen Union aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und aus Mitteln des Landes Mecklenburg-Vorpommern.



Vernetzung von Ernährungs- und Gesundheitswirtschaft: Neue AMV-Produktdatenbank ist online



Nach über einem halben Jahr Entwicklungszeit war es am 13. Juli 2016 soweit: Auf der 12. Nationalen Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft in Rostock-Warnemünde stellte der Verein Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern (AMV) dem interessierten Fachpublikum die neue umfangreiche Online-Produktdatenbank vor. Anfang Januar 2016 hatten die Arbeiten zur Entwicklung der Produktdatenbank mit Gesundheitsbezug begonnen. Konzipiert wurde sie primär für Küchenleiter, Köche, Caterer, Verwaltungs- und Hauswirtschaftsleiter und weitere verantwortliche Personen im Verpflegungsbereich von Gesundheitseinrichtungen wie Krankenhäusern, Reha-Kliniken, Alten- und Pflegeheimen. Aber auch Gastronomen und Küchenchefs in Hotels und Restaurants können die Daten nutzen. Dementsprechend wurden die Funktionen anhand der Bedürfnisse dieses Zielpublikums kreiert und erfüllen im Wesentlichen zwei Anforderungen:

Erstens gibt die Datenbank dem jeweiligen Nutzer einen schnellen und unkomplizierten Überblick über ein vielfältiges Angebot regionaler Lebensmittel und

Getränke mit den dazugehörigen Produkteigenschaften wie beispielsweise Nährwertangaben, Allergenkennzeichnung, Verpackungsangaben und Lagerung. Erkennbar ist auch, ob es sich um ein konventionelles oder Bioprodukt handelt, ob es halal- oder koscherzertifiziert ist.

Ein wichtiges Hilfsmittel für das Auffinden bestimmter Produkte ist dabei die Suchmaschine, mit der der Nutzer nach Waren- und Produktgruppen sowie nach Unternehmen und Schlagworten suchen kann. Weiterhin können bei der Suche nach Artikeln einzelne Allergene ausgeschlossen werden. Auf diese Weise besteht die Möglichkeit, individuelle und präzise Trefferlisten zu generieren. Die Trefferlisten enthalten schließlich die Datenblätter der Artikel. Vorhandene Produktspezifikationen sind den jeweiligen Artikeln hinterlegt.

Zweitens dient die Produktdatenbank als Kontaktabahnungs- und Kommunikationsplattform zwischen den Großver-

sorgungseinrichtungen und den produzierenden Unternehmen. Mittels eines integrierten Email-Kontaktfeldes kann der Nutzer direkt mit dem Produzenten in Kontakt treten und weitere Informationen z. B. zu den jeweiligen Artikeln, zur Logistik oder zu den Preisen erfragen. Die Datenbank ist über die AMV-Homepage zu erreichen. Sie ist passwortgeschützt. Zugang erhalten Fachkunden und Produzenten, nachdem sie das Anmeldeformular ordnungsgemäß ausgefüllt haben und durch den AMV freigeschaltet worden sind. Die Nutzung ist kostenfrei. Alle Produzenten im Land haben die Möglichkeit, ihre Produkte in die Datenbank einzuspeisen, denn je mehr Produkte enthalten sind, desto interessanter wird die Datenbank für die Fachkunden.

Die Produktdatenbank ist Bestandteil des aktuellen AMV-Großversorgerprojektes, welches das Ziel verfolgt, die Verzahnung der Gesundheits- mit der Ernährungswirtschaft des Landes voranzutreiben und von der Europäischen Union mit EFRE-Mitteln sowie vom Wirtschaftsministerium des Landes gefördert wird.



Minister Harry Glawe informierte sich auf der Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft am Stand des AMV über die Datenbank und ließ sich vom Projektmanager Robert Wolter deren Funktionsweisen erklären.



Das Projekt **Dienstleistungen für die Koordination zur Stärkung regionaler Lebensmittel für eine Ernährung für die Gesundheit in Großversorgungseinrichtungen** wird kofinanziert von der Europäischen Union aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und aus Mitteln des Landes Mecklenburg-Vorpommern.



Neues AMV-Projekt: „Marketing für eine Ernährung für die Gesundheit in MV (Dienstleistungen und Umsetzung)“

Die Zunahme von Übergewicht und Adipositas ist ein ernstzunehmendes Gesundheitsproblem. In MV waren im Jahresdurchschnitt 2013 insgesamt 59,9 Prozent der Erwachsenen übergewichtig, besonders besorgniserregend sind die Zahlen bei Kindern und Jugendlichen. Neben Bewegungsmangel spielt das Essverhalten eine große Rolle. Auf der anderen Seite ist aufgrund der gegenwärtig zunehmenden öffentlichen Diskussion zum Gesundheitswert und der Qualität von Lebensmitteln Handlungsbedarf geboten. Lebensmittel in Deutschland waren noch nie so sicher wie heute. Dennoch misstraut ein Teil der Bevölkerung vielen Produkten und deren Herstellern.

Hier setzt das Projekt an. Regionalität ist in aller Munde. Vertrauen, Nähe und Transparenz müssen für das Marketing viel stärker als bisher genutzt werden. Derzeit gibt es in MV keine Marketing-

strategie für eine Ernährung für die Gesundheit, Umsetzungsmaßnahmen sind bislang nicht definiert worden. Auf der Basis der Marketingkonzeption für die Gesundheitswirtschaft soll mit diesem Projekt das Marketing für eine Ernährung für die Gesundheit mit imagestärkendem und wertschöpfendem Effekt wirkungsvoll entwickelt und sukzessive umgesetzt werden.

Mit der zu entwickelnden Marketingstrategie und daraus resultierenden Umsetzungsmaßnahmen soll öffentlichkeitswirksam kommuniziert werden, dass regionale Lebensmittel aus MV, einem Land mit gesunder Natur und sauberen Gewässern, den Menschen gut tun und ihre Gesundheit stärken.

Nach Auftragsvergabe an ein Markenberatungsunternehmen fanden im Juni zwei spannende Input-Workshops unter Beteiligung von Produzenten, Handel, Krankenkassen, Ministerien, Landesmarketing, BioCon Valley und wissenschaftlichen Einrichtungen des Landes statt. Im Juli startete eine webgestützte Onlinebefragung. Die je 500 Befragten aus MV und 500 Befragten aus ganz Deutschland wurden auf Basis geeigneter Online-Panels rekrutiert.

Der AMV ist gespannt auf die Ergebnisse. Zur Jahresmitgliederversammlung des AMV am 23. November 2016 wird die Marketingstrategie mit Handlungsempfehlungen vorgestellt.



Das Projekt **Marketing für eine Ernährung für die Gesundheit in MV (Dienstleistungen und Umsetzung)** wird kofinanziert von der Europäischen Union aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und aus Mitteln des Landes Mecklenburg-Vorpommern.



Das Projekt "Marketing für eine Ernährung für die Gesundheit in MV (Dienstleistungen und Umsetzung)" läuft vom 01.01.2016 bis 31.12.2018 und ist eines der Leitprojekte aus den von der Strategieguppe "Ernährung für die Gesundheit" des Kuratoriums Gesundheitswirtschaft des Landes MV definierten und verabschiedeten Leitprojekten. Die Projektidee entstand unter Berücksichtigung der Zielstellungen des vom Kuratorium Gesundheitswirtschaft verabschiedeten Masterplans Gesundheitswirtschaft MV 2020, der Handlungsempfehlungen im Masterplanprozess Mensch und Land und der Marketingkonzeption für die Gesundheitswirtschaft MV in der Strategieguppe V. Interessenten an einer Mitarbeit wenden sich bitte direkt an den AMV.
www.mv-ernaehrung.de/marketing.html

Noch Plätze frei: Unternehmerreise zur veganfach nach Köln am 3./4. November 2016

Im Auftrag des Ministeriums für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz MV organisiert und begleitet der AMV einen Messebesuch auf der veganfach in Köln. Dazu startet ein Bus am 3. November in Bentwisch mit Zwischenstopp in Westmecklenburg.

Am 4. November empfangen uns Vertreter der KoelnMesse. Sie informieren

und begleiten die Gruppe auf einem Messerundgang, bevor sich jeder Teilnehmer im Anschluss individuell anschauen kann.

Ziel der Reise ist es, sich einen Überblick über die Qualität und das Messeprofil zu verschaffen, um dann ein Gefühl entwickeln und im Nachgang diskutieren zu können, ob eine Teilnahme an



der Messe durch einen Gemeinschaftsstand künftig sinnvoll sein könnte.

Die Teilnehmer tragen nur die eigenen Übernachtungs- und Verpflegungskosten.

Weitere Informationen zum Ablauf und zur Anmeldung erteilt der AMV.

Barometer Ernährungswirtschaft: Ertragsdruck auf Ernährungswirtschaft wächst



Agrarmarketing
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Die Ernährungswirtschaft als umsatzstärkster Wirtschaftszweig im verarbeitenden Gewerbe mit einem Anteil von mehr als einem Drittel ist einer der wichtigsten Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor in allen Regionen in Mecklenburg-Vorpommern.

Seit fünf Jahren erhebt Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V. (AMV) zweimal jährlich Daten zum Geschäftsklima in der Ernährungsbranche des Landes. Das Frühjahrsbarometer Ernäh-

rungswirtschaft 2016 weist eine Rücklaufquote von 27,6% auf. An der Umfrage beteiligten sich von 127 angeschriebenen Unternehmen insgesamt 35 Unternehmen (N = 100), der Rücklauf unter den AMV-Mitgliedern lag bei beachtlichen 53%. 75% der befragten Unternehmen produzieren konventionell, während 47% im Biobereich tätig sind.

Die größte Gruppe der Teilnehmer an der Befragung stellt, wie in allen früheren Befragungen, wiederum die Fleisch-

und Wurstwarenbranche dar, gefolgt von Herstellern von Fischspezialitäten, Konserven, Convenience- und Fertigprodukten sowie Trockenprodukten und Getränken.

Das Barometer bildet mit insgesamt 57% in erster Linie die KMU ab, 20% der Befragten sind nach Umsatz Kleinunternehmen und 11,5% sind Unternehmen mit mehr als 50 Mio. € Jahresumsatz. 11,5% lieferten keine Angaben zur Unternehmensgröße.

Umsatz: Waren die Umsätze der Unternehmen im vergangenen Jahr noch bei einem Drittel gleich geblieben, so spricht jetzt jedes zweite Unternehmen von gleich gebliebenen Umsätzen. Insgesamt erfreulich ist aber, dass 92% der Unternehmen steigende oder gleich bleibende Umsätze anzeigen.

Ertrag: 51% der Unternehmen zeigen für 2016 gleich bleibende Erträge an. Nur noch 23% (vgl. 54% in 2012) der Unternehmen verzeichnen gestiegene Erträge gegenüber dem Vorjahr, bei 26% sind die Erträge gesunken. Der Kostendruck auf die Unternehmen hat sich zunehmend erhöht. Laut Umfrageergebnis haben 60% der Hersteller ihr Produktprogramm erweitert. Preisadjustierungen, wie sie die steigenden Produktions- und Rohstoffkosten eigentlich erfordern, erweisen sich als nicht umsetzbar.

Investitionsabsichten: Nach 2014, als mehr als die Hälfte der Unternehmen angab, dass ihre Investitionsausgaben gestiegen sind, hat sich dieser Wert in 2016 auf 29% relativiert und liegt wieder auf dem Niveau von 2013. Bei 34% der Unternehmen sind die Investitionsausgaben gegenüber dem Vorjahr gleich geblieben, bei 29% gesunken.

Beschäftigte: In MV waren 2015 in 166 Unternehmen des Ernährungsgewerbes mit mehr als 20 Beschäftigten (Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln sowie Getränkeherstellung) 16.767 Menschen tätig. Erfreulich ist die Tatsache, dass 80% der Unternehmen die Arbeitsplätze sichern konnten. Dennoch ist die Zahl derer, die mehr Arbeitskräfte beschäftigen, innerhalb von 2 Jahren von 40% auf 14% gesunken. In Sachen Fachkräfte halten 60% der Befragten (53% im Jahr 2015) die Situation für gut bzw. noch nicht beunruhigend. Derzeit beschäftigen vier von zehn Unternehmen keine Azubis. Hauptgründe liegen in der geringen Verfügbarkeit geeigneter junger Leute in den überwiegend ländlichen Räumen sowie der Erreichbarkeit der Unternehmen mit privaten oder öffentlichen Verkehrsmitteln, aber auch im Image bestimmter Berufsbilder und im Bildungsniveau.

Aktuelle Herausforderungen: Die größten Sorgen für die Unternehmer der Ernährungsbranche bereiten derzeit die Rohstoffkosten, gefolgt vom Fachkräftemangel und vom Absatz beim Handel wegen der Preise. Wirtschaftliche und gesetzliche Rahmenbedingungen, der Mindestlohn sowie Auflagen und Restriktionen folgen auf den weiteren Plätzen.

Absatzmärkte: Die Ernährungsbranche konzentriert sich stark auf den heimischen Markt. Nur jedes zehnte Unternehmen (11%) gibt in der Umfrage an, dass seine Exportquote gegenüber dem Vorjahr gestiegen ist, bei mehr als der Hälfte der Unternehmen (57%) ist sie gleich geblieben, 9% verzeichnen einen Exportrückgang und fast jedes vierte Unternehmen (23%) macht dazu keine Angaben.

Zertifizierungen: Sie spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, Händler mit Produkten kontinuierlich beliefern zu dürfen. Drei Viertel der Befragten haben IFS. Knapp die Hälfte der Befragten verfügt über Bio-Zertifikate.

Zusammenarbeit mit den Hochschulen: Seit 2012 macht etwa ein Drittel keine Angaben dazu. Gut ein Drittel beschreibt die Zusammenarbeit als „ausreichend“, kein einziges als „sehr gut“. Die Quote derer, die die Zusammenarbeit als „besser geworden“ einschätzt, liegt bei 14%. Angesichts der Anforderungen an Produktentwicklungen, Prozessoptimierungen und Qualitätssicherung, an Digitalisierung und Vernetzung, an innovative Formen der Kundenansprache und grundsätzliche Optimierung der Produktentwicklung ist dies als bedenklich einzustufen.

Aufgaben für den AMV: Zu den wichtigsten Aufgaben für den AMV befragt, stehen laut Umfrage die optimale Vertretung und Durchsetzung der Mitgliederinteressen mit Forderungen an das zentrale politische Entscheidungssystem, Erfahrungsaustausch und Netzwerkarbeit, Weiterbildungsangebote und die jährlich stattfindenden Branchentage Ernährungswirtschaft, die Umsetzung gemeinsamer Marketing- und Absatzförderungsaktivitäten im Bereich der Verkaufsförderung und die Beteiligung an nationalen und internationalen Fachmessen im Fokus.

Wichtige Termine für 2016/2017

30. August 2016

Workshop „Gesetzliche Änderungen und Tendenzen in der IFS-Auditpraxis“

07. September 2016

Tag der Logistik mit der Nagel Group – Optimierung der Logistikprozesse im Handel und deren Auswirkungen auf die Lebensmittellogistik

15. - 18. September 2016

Gemeinschaftsauftritt auf der MeLa in Mühlengenez

22. September 2016

Fördermitgliedertreffen bei der Mecklenburger Landpute in Severin

11. Oktober 2016

ET Länderreport Mecklenburg-Vorpommern in der Lebensmittel Praxis

12. Oktober 2016

VARIOVAC PS SystemPack GmbH lädt AMV-Mitglieder ein: Information, Besichtigung und Austausch

17. Oktober 2016

Seminar „Lebensmittelrecht – „Rechtssichere Kennzeichnung und Bewerbung von Lebensmitteln“

20. - 22. Oktober 2016

Bauerntage mit Globus Rostock-Roggentin

02. November 2016

Seminar „Reinigung und Desinfektion in der Zukunft unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit“ mit IGEFA

03. - 04. November 2016

Gemeinsamer Besuch der Messe veganfach in Köln (Busreise)

07. November 2016

Unternehmerforum Ernährungswirtschaft in Wusterhusen – HAB Hallen- und Anlagenbau lädt ein in Kooperation mit BIO am SUND, AMV und WFG Vorpommern

16. - 17. November 2016

Ausstellergemeinschaft MV auf der NOFF/NPS in Malmö/Schweden

23. November 2016

AMV-Jahresmitgliederversammlung, Präsentation der Marketingstrategie aus dem EFRE-Projekt „Ernährung für die Gesundheit“

01. Dezember 2016

Seminar „Lebensmittelbewerbung und ihre Grenzen – Praktische Erfahrungen mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben“

20. - 29. Januar 2017

Internationale Grüne Woche in Berlin

10. Februar 2017

ET Länderreport MV in der Lebensmittel Zeitung

15. - 18. Februar 2017

Ausstellergemeinschaft MV auf der BIOFACH in Nürnberg



Hanseland - das besondere Präsent zu Weihnachten Mecklenburg-Vorpommern handverpackt zum Verschenken

Das Jahr geht schnell vorbei und bald steht Weihnachten vor der Tür. Und wieder einmal stellt man sich die Frage: Was schenken? Hier kann Ihnen der Verein Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern gerne behilflich sein. Unsere Präsenten umfassen eine repräsentative Auswahl von Produkten unserer Mitgliedsfirmen aus Mecklenburg-Vorpommern. Ansprechend und liebevoll in einer rustikalen Holzkiste oder einem geschmackvoll gestalteten Tragekoffer verpackt, erhalten Sie ein ideales Geschenk für Ihre Geschäftspartner, Freunde, Verwandten, Bekannten oder Mitarbeiter.

www.hanseland.de
Tel.: 0381-2523871

Eine Initiative des



Herausgeber: Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Feldstraße 2 . D - 18182 Bentwisch
Tel.: +49 (0)381 252 38 71 . Fax: +49 (0)381 252 38 72
www.mv-ernaehrung.de . info@mv-ernaehrung.de
Redaktion: Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V.,
Jarste Weuffen / Jürgen Drewes

Fotos: AMV e.V., Jürgen Drewes, beteiligte Unternehmen,
Claus Abraham, Danny Gohlke, AHK Schweden
Layout: kw Agentur für Kommunikation und Werbung GmbH
Lange Straße 17 . 18055 Rostock
Druck: Pockrandt Formular + Werbedruck GmbH . Silber
Moor 2 . 18196 Kavelstorf

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des
Herausgebers. Namentlich gekennzeichnete Beiträge spie-
geln nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers
wider. Alle Informationen werden mit äußerster Sorgfalt
recherchiert und überarbeitet, eine Haftung schließen wir
jedoch aus.