

Unsere neue Landkreis-Marke

Aus dem Landkreis – für den Landkreis.



LANDRATSAMT
ERDING



LANDRATSAMT
ERDING

Unsere Marke in aller Munde.

Erding soll eigene Marke werden

Bayerstorfer will Vermarktung von Landkreis-Produkten ankurbeln – Verein als Plattform

VON HANS MORITZ

Erding – Für CSU-Kreisvorsitzenden Martin Bayerstorfer ist „Regional das neue Bio“. Darum plant er, eine eigene regionale Marke in der Art „Made in Erding“ zu entwickeln. Das kündigte der 53-Jährige in der CSU-Sommerpressekonferenz an.

„Mit Regionalität von Produkten verbindet der Verbraucher Qualität, Transparenz, Vertrauen durch kurze Lieferketten, Nachhaltigkeit, aber auch Emotion“, so Bayerstorfer. Mit einer regionalen Marke würden sich für Konsumenten, Verbraucher und Produzenten, aber auch

für den Landkreis Vorteile ergeben, ist der Landrat überzeugt: „Es wird ein Bewusstsein für die Besonderheiten vor Ort geschaffen, ebenso eine direkte Unterstützung der lokal produzierten Erzeugnisse und Dienstleistungen bis hin zu einer Stärkung des Absatzes.“ Nicht zuletzt könnte so das Wir-Gefühl gestärkt werden.

Die Marke Erding stellt sich Bayerstorfer nicht nur für die Vermarktung regionaler Lebensmittel wie Fisch, Fleisch, Obst, Gemüse und Eier vor. Er will auch Dienstleistungen, Handwerk und Versorgung mit einbeziehen. Selbst Hotellerie und Gastronomie

sowie die Landwirtschaft könnten mitmachen. Der CSU-Kreischef hält das für eine Plattform für uner-



Erzeugnisse aus dem Landkreis gibt es beim freitäglichen Bauernmarkt in Erding. FOTO: PETER BAUER/SCHÖN

lächlich. „Die kann durch einen eingetragenen Verein erfolgen.“ Nach dem Prinzip der Freiwilligkeit könnte sich

jeder beteiligen. „Eine Satzung beziehungsweise ein Kodex gibt gewisse Kriterien vor, auf die sich jedes Mitglied verpflichten.“ Auch an Fördermitgliedern unter anderem für Gemeinden und interessierte Bürger denkt Bayerstorfer.

Er stellt klar, dass er die neue Marke nicht auf Bio begrenzen will: Auch die konventionelle Erzeugung soll berücksichtigt werden.

Auch deswegen denkt Bayerstorfer nicht an ein eigenes Siegel. Bioprodukte hätten aufgrund ihrer Kennzeichnung vor allem einen optische Wiedererkennungseffekt. Sie seien meist

zertifiziert und mit einem Siegel verbunden. Bei der Regionalität, erklärt der CSU-Vorsitzende, gebe es bisher keine einheitliche Regelung. Zudem sei der Begriff oft unterschiedlich und räumlich weit gefasst.

Bei der Erdinger Marke könnten sich die Verbraucher darauf verlassen, dass die Produkte aus dem Landkreis kommen. Bayerstorfer sieht in dem Vorstoß auch einen Beitrag, den Bauernmarkt jeden Freitagmorgen im Bauernhausmuseum des Landkreises an der Taufkirchener Straße in Erding zu fördern. Er soll bald ein neues Gebäude erhalten.

Regionale Marke bis zur Grünen Woche

Gezielte Werbung für Produkte und Dienstleistungen aus dem Landkreis Erding

VON HANS MORITZ

Erding – „Regional ist das neue Bio.“ Diesen Satz hat Landrat Martin Bayerstorfer (CSU) verinnerlicht. Deswegen will er eine eigene Marke entwickeln, die auf Produkte und Dienstleistungen aus dem Landkreis Erding hinweisen. Erstmals hatte Bayerstorfer seine Idee Anfang August in der CSU-Jahrespressekonferenz vorgestellt (wir berichteten), jetzt hat er es eilig. „Ziel ist, die neue Regionalmarke im Januar auf der Grünen Woche in Berlin vorzustellen“, erklärte er in der Sitzung des Strukturausschusses des Kreistags. Die Umsetzung sollte dann unmittelbar danach erfolgen. Auf

der weltgrößten Agrar-, Nahrungsmittel- und Tourismusmesse ist der Landkreis seit Jahren mit einem eigenen Stand vertreten.

Bayerstorfer berichtete, dass er den Marken-Gedanken am 3. September in der Bürgermeisterdienstbesprechung vorgestellt habe. Bis auf Hans Schreiner (Bockhorn) und Max Kresslirer (Finsing/Beide FW) hätten alle Rathauschefs zugestimmt. Schreiner, der auch Landratskandidat ist, begründete sein Nein nicht mit der Ablehnung der Idee. Seiner Meinung nach sei die Bürgermeisterdienste kein beschließendes Organ, und er könne nicht ohne das vorherige Votum seines Gemeinderats

entscheiden. Bayerstorfer sieht in der Marke Wirtschaftsförderung, eine Aufgabe (auch) des Landkreises. Mit Region verbinden die Konsumenten nach Auffassung des Landrats kurze Transportwege, Unterstützung der (Land-)Wirtschaft vor Ort, Schonung der Umwelt, eine bessere CO₂-Bilanz, Frische, Saisonalität, Vertrautheit, Tradition, Genuss und persönlichen Kontakt.

Nadia Fusarri stellte das Vorhaben und den Weg dorthin vor. Grundsätzlich schlug sie eine Vereinsgründung vor. Dort könnten alle regionalen Erzeuger, aber auch der Landkreis, die Gemeinden sowie Bürger Mitglied werden. Es müssten Kriterien

entwickelt werden. Der Absatz selbst müsste dann über eine GmbH erfolgen.

Fusarri wies daraufhin, das „Regional“ bislang nicht klar definiert sei. Wie bei „Bio“ gebe es viele Siegel. Die Marke Erding hingegen würde die Herkunft klar zum Ausdruck bringen. „Viele Konsumenten ist das wichtiger als Bio oder Faire Trade“, erklärte sie. „Das Maß an Nachhaltigkeit ist hier am größten.“

Die Vermarktungsgesellschaft würde nicht nur für die Produkte und Dienstleistungen werben, sie würde auch Kontakt zu den Handelsunternehmen herstellen. Dabei kann sich Fusarri vorstellen, auch mit den Branchenriesen wie Rewe oder

Edeka zu verhandeln.

Die nächsten Schritte seien die Vereinsgründung und die Festlegung auf Statuten. Um die Marke bereits in vier Monaten auf der Grünen Woche in Berlin vorstellen zu können, müsse jetzt rasch ein Logo entwickelt werden.

Die Kosten dafür konnten weder Fusarri noch Bayerstorfer beziffern. Der Landrat meinte: „Das wird sich in einem Bereich abspielen, in dem ich noch selbst entscheiden kann.“ Erst ab 10 000 Euro müssen Investitionen in die Kreisregionen. Das war Schreiner zu wenig: „Zumindest eine Hausnummer hätte ich schon gerne.“

Rupert Lanzinger (FDP) forderte: „Qualität und Nachhaltig-

keit müssen in jedem Fall gewährleistet sein.“

Ulla Dieckmann haderte damit, dafür Personal des Landratsamtes abzustellen. Bayerstorfer verwies auf die Kreisauflage Wirtschaftsförderung. Der Landkreis sei ja auch Mitglied der Tourismusregion und bis zu deren Auflösung in der Airfolgsregion. Er sprach aber lediglich von einer „Begleitung“ des Vorhabens.

Rainer Forster (noch ÖDP) erschien der „Zeitanlage bis Januar“ sehr ambitioniert. „Man sollte auch mit der Genossenschaft Tagwerk reden.“ Sie kann Mitglied werden“, erwiderte Bayerstorfer.

Der Ausschuss stimmte danach für das Vorhaben.

„Regional ist das neue Bio“

Landratsamt wirbt bei Tourismusregion für Landkreis-Marke – 1,3 Millionen Übernachtungen 2018

Dorfen – Der Landkreis Erding wird als Urlaubsziel immer attraktiver. Darauf verwies Margit Aschenbrenner in der Jahreshauptversammlung der Tourismusregion Erding im Jakobmayer-Saal in Dorfen. „Kulturell, landwirtschaftlich aber auch gastronomisch hat die Region viel zu bieten“, sagte die Vorsitzende des eingetragenen Vereins, die mit ihrem gesamten Team wiedergewählt wurde.

Über 1,3 Millionen Übernachtungen, in 76 Betrieben, mit insgesamt 6687 Betten, könnten sich sehen lassen: „Die Zahl der Übernachtungen steigt kontinuierlich – die Bilanz für das erste Halbjahr 2019 zeigt jetzt schon eine weitere Steigerung um 5,5 Prozent.“

Stellvertretend für Martin Bayerstorfer war Nadia Fusarri vom Landratsamt vor Ort und warb für die Idee des Landrats, eine eigene Marke zur Vermarktung regionaler Produkte zu entwickeln. „Durch wird das Wir-Gefühl gestärkt, der Landkreis bekommt eine Identität stiften- des Image“, sagte Fusarri und zitierte ihren Chef: „Regional ist das neue Bio.“ Der Verbraucher verbinde Qualität, eine kurze Lieferkette, Nachhaltigkeit aber auch Emotionen mit den heimischen Erzeugnissen. Ein kleiner grüner Aufkleber könnte bei-



Werben für den Landkreis als Touristenmagnet (1. Reihe, v. l.): Christian Wolf, Margit Aschenbrenner und Ingrid Renner; (2. Reihe, v. l.) Julia Hofstetter, Evelyn Gerson und Franz Hofstetter sowie (3. Reihe, v. l.) Manfred Kroha, Thomas Albrecht, Franz Scharl. FOTO: MICHAELE HESKE

spielsweise einen Apfel als Produkt des Landkreises zertifizieren – ebenso aber auch Hotel und Gastronomie. Auf der Grünen Woche vom 16. bis 19. Januar 2020 in Berlin, der weltweit größten Agrar- und Verbrauchermesse, werde der Landkreis Erding wieder vertreten sein, so Fusarri. Sollte das Erdinger Label alle politischen Gremien passieren, würden dort Logo und Slogan präsentiert: „Die Marke braucht ein Gesicht, muss gleichermaßen modern und heimisch sein.“ Der Verein war im vergangenen Jahr fleißig bei der Vermarktung des Landkreises. Kaum eine wichtige Messe wurde ausgelassen. Teilnahmen in Wien, Innsbruck oder Wels, bei der CMT in Stuttgart oder dem Mannheimer Maimarkt summieren sich auf 89 Messetage.

Und auch im kommenden Jahr soll der Landkreis wieder in den Fokus von Touristen und Geschäftsleuten gestellt werden: „Das Erdinger Weißbier und vor allem die Thematik sind natürlich die Magnete, die Reisende in die Region locken“, so 2. Vorsitzender Christian Wolf. Beim Mannheimer Maimarkt hätten im Schnitt 60 000 Interessenten pro Tag den Stand der Tourismusregion besucht. „Bei diesen Messen treffen wir auf unsere Gäste.“

Die Region sei nicht nur für Urlauber interessant. Monteure, Geschäftsleute und Messageliste, merken immer mehr, dass der Standort außerst günstig ist: „Die Anbindung nach München durch S-Bahn und Regionalzug garantiert stau- und stressfreie Anfahrten“, erklärte Wolf.

Neu in den Vorstand wurde Stefan Tremmel vom Landkreis Dorfen gewählt. Er verstärkt das Team künftig als Beisitzer.

MICHAELE HESKE

Warum eine eigene Marke?



LANDRATSAMT
ERDING



Warum eine eigene Marke?

Allgemeiner Bezug:

- Die Marke ist ein Garant für klar definierte Werte.
- Sie stärkt die regionale Wertschöpfungskette.
- Sie unterstützt den Landkreis Erding.
- Sie fördert Zusammenhalt und „Wir-Gefühl“.
- Sie wirkt identitätsstiftend für die Bevölkerung (Heimatverbundenheit und Tradition).
- Sie verstärkt das positive Image des Landkreises nach außen.

Warum eine eigene Marke?



LANDRATSAMT
ERDING

Region

Aus deiner Region



demeter
Berchtesgadener Land
Frische Bio-Alpenmilch
3,8% Fett,
je 1-l-Fl.
zzgl. 0,15 Pfand

Aktionspreis
1,39

demeter
Andechser Natur
Süßholzwurzel
je 500-g-Glas (1 kg = 2,58)
zzgl. 0,15 Pfand

Aktionspreis
1,29

demeter
Andechser Natur
Bio Fruchtojoghurt mild
versch. Sorten,
je 500-g-Glas (1 kg = 3,98)
zzgl. 0,15 Pfand

Aktionspreis
1,99

In Bayern gemacht
von Bayern geprüft

Beste Qualität aus deiner Region.

- Immer mehr Menschen schätzen hochwertige Lebensmittel aus der Heimat. Sie unterstützen damit:
- kurze Lieferwege
 - regionale Wirtschaftskreisläufe
 - unsere heimische Kultur und Landwirtschaft



bio
Bio Biene
Bio Wald- oder Bio
Blütenhonig
je 490-g-Glas (1 kg = 14,27)

Aktionspreis
6,99

bio
Allg. Ötmühle
Bio Hanf- oder Bio
Kürbiskernöl
je 250-ml-Fl.
(100 ml = 3,20)

20% gespart
7,99

Bio
Münchener Kindl
Grillsauce
versch. Sorten,
je 250-ml-Glas
(100 ml = 1,30)

21% gespart
2,99

Geprüfte Qualität
Ull's Becksberg Eis
Heimat-Mix
je 4 x 80-ml-Becher
(1 l = 15,59)

Aktionspreis
4,99

so o
Gute
male
lev
dü
ei

REWE DEIN MARKT

TIERISCH GUT. FÜR DIE KUH. UND FÜR DICH.

EIN SCHÖNES ZUHAUSE
Ein gut durchlüfteter, helles und ruhiger Laufstall mit ausreichend Platz sowie frischer Abfall auf flüssiger Wiesen und Weiden.

GESUNDE ERNÄHRUNG
Täglich frische Alpen Berg- und Wiesentrücker im Sommer-Heu und mineralstoffreicher Getreidestroh in der Winterzeit. Silofressen ständlich ohne Gentechnik.

AUF AUGENHÖHE
Rückgratfraktion-Liegung mit sanfteren Kälben. Regelmäßige und vorbeugende Gesundheitskontrollen.

ALLES UNTER KONTROLLE
Regelmäßige Überprüfung der Tierwohlkriterien am **MIER PFOTEN** Gütesiegel durch unabhängige Kontrollstellen.

TIERISCH GUT. FÜR DIE KUH. UND FÜR DICH.

TIER GEHT'S GUT - MIR GEHT'S GUT
Für noch mehr Kuhwohl!
Neue zertifizierte Bio-Heumilch Produkte.
TÄGLICH VOM REWE!

bio Allgauer Hof-Milch Bio Bergkäse
je 180-g-Bl.,
(100 g = 2,22)
Aktionspreis
3,99

bio Allgauer Hof-Milch Bio Heumilch
je 400-g-Becher
(1 kg = 2,73)
Aktionspreis
1,09

bio Allgauer Hof-Milch Bio Heumilch
je 1-l-Pckg.
Aktionspreis
1,39

alität
etzt.

Maidhof
Johann Maidl aus Eichendorf

»Frische Gurken aus der Region mit ausgewählten Gewürzen ohne künstliche Aromen oder Konservierungsstoffe. Mehr braucht es nicht.«

bio Maidhof Gurkensticks und Gewürzgurken
je 720-ml-Glas
(1 l = 1,65)
20% gespart
1,19

Kriegel Essig
Peter Kriegel aus Pilsing

»1950 hat mein Vater unsere Essig-Manufaktur gegründet. Heute weiß kaum mehr jemand, wie gesund guter Essig ist.«

bio Kriegel Salatessig
je 0,75-l-Fl.
(1 l = 1,99)
21% gespart
1,49

lie 2013).
nblick auf

Oehm
Carina Goldbrunner aus Moosburg

»Ob leckere Knusperwaifen, würzige Cracker, knusprige Schlotflieger oder feine Waffel-Becher: Höchste Qualität ist unser Anspruch.«

bio Oehm Waffelbecher für Eis & Likör,
16 Stück,
je 50-g-Pckg.
(100 g = 2,98)
21% gespart
1,49

Anderbauer
Johann Huber aus Frasdorf

»Unsere Käsespezialitäten werden nach alter Handwerkskunst und Tradition von Hand geschöpft und durch ständige Kontrolle bei Tier, Milch und Käse erhalten wir die stetig hohe Qualität unserer Produkte.«

bio Anderbauer Bio Ziegenfrischkäse
pur, mind.
45% Fett,
je 150-g-Becher
(100 g = 2,66)
20% gespart
3,99

Wie wird die Marke aufgebaut?

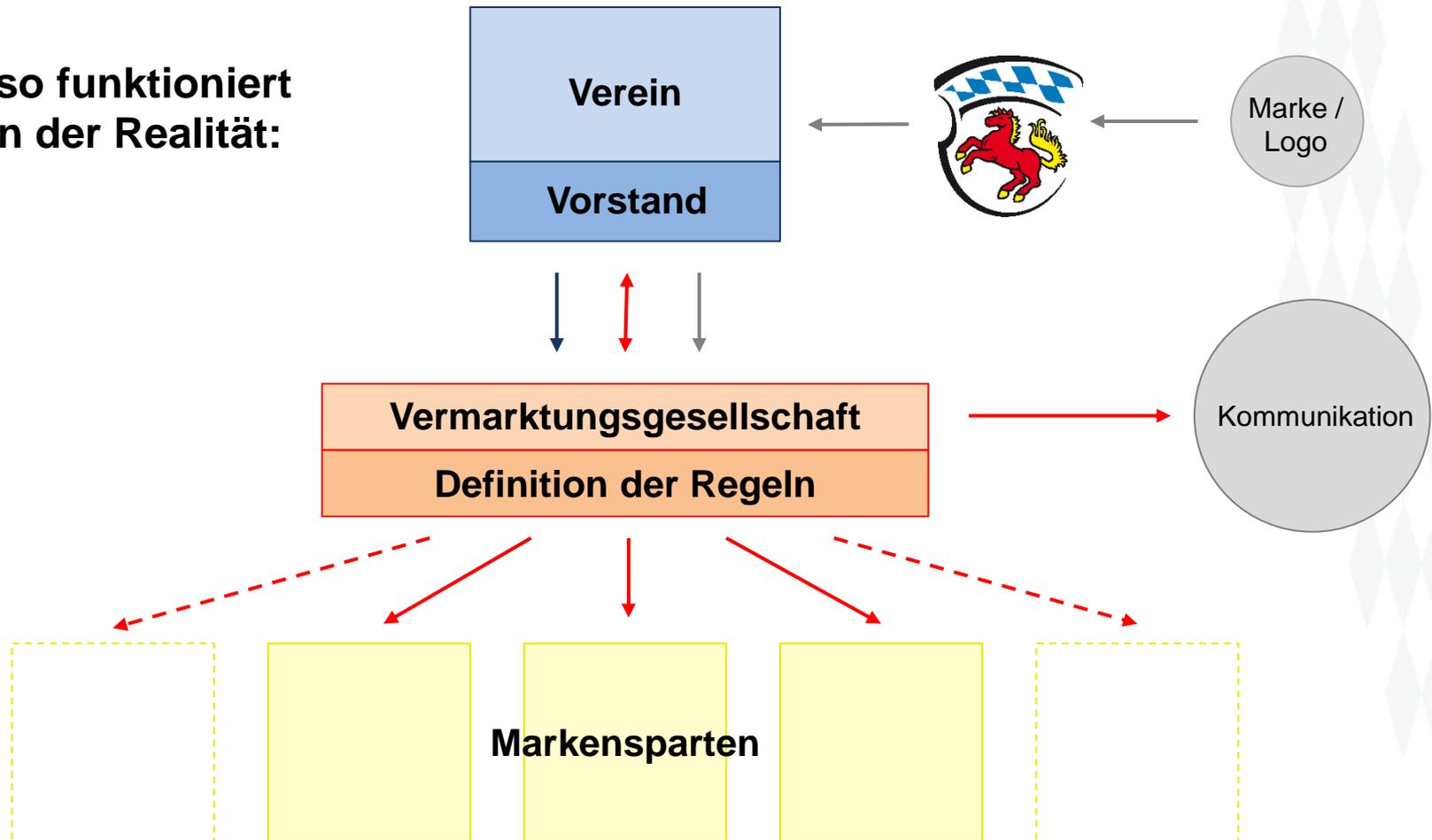


LANDRATSAMT
ERDING



Wie wird die Marke aufgebaut?

Und so funktioniert das in der Realität:



Wo wird die Marke sichtbar?



LANDRATSAMT
ERDING





Wo wird die Marke sichtbar?



Landwirtschaftliche Produkte z.B.
Eier, Milch, Obst, Gemüse, Fleisch usw.



Tourismus

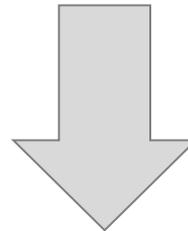


Verarbeitete Lebensmittel z.B.
Teigwaren, Käse, Spirituosen, Honig usw.



Versorger

Handwerk



Allgemeine Kommunikation:

Werbung (z.B. Anzeigen, Infolyer) / Social Media / Messen / Veranstaltungen usw.

Die nächsten Schritte



LANDRATSAMT
ERDING



Die nächsten Schritte

