



FOKUS  
Regionale  
Vermarktung

// Rund um Bayern //

# alpmonitor

Das Arbeitsprogramm 2024 der alp Bayern

[www.alp.bayern.de](http://www.alp.bayern.de)

**BV**  
alp Bayern

Agentur für Lebensmittel  
Produkte aus Bayern



## Fokus Regionale Vermarktung

# INHALT

---

<b>Regionalmarketing</b>	<b>4</b>
Geprüfte Qualität – Bayern	6
Der Bayerische Streuobstpakt	10
Das Bayerische Bio-Siegel	12
Initiative „30 für 30“	14
Bio-Erlebnistage	17
Die regionalen Genusshandwerke	18
Weltgenusserbe Bayern	19
<b>Exportmarketing</b>	<b>20</b>
<b>Messen</b>	<b>24</b>
alp Bayern Team	26



---

## Liebe Leserinnen und Leser,

Bayern ist einzigartig, darauf sind wir stolz! Aber wir erleben gerade unruhige Zeiten. Viele Bäuerinnen und Bauern, Erzeuger und Hersteller sind aktuell unzufrieden mit politischen Entscheidungen und haben ihren Unmut Anfang des Jahres zu Recht auf den Straßen kundgetan.

Umso wichtiger ist es gerade jetzt, fest an der Seite unserer bayerischen Land- und Ernährungswirtschaft zu stehen. Die alp Bayern, die Marketingeinheit des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus, unterstützt Sie, liebe Vertreterinnen und Vertreter der Branche, darin, Ihr Produkt noch besser am Markt zu platzieren und sichtbar zu machen. Lassen Sie uns gemeinsam weiter daran arbeiten, den Marktentscheidern und Verbraucherinnen und Verbrauchern von den Vorteilen heimischer Produkte zu erzählen und sie von deren Qualität zu überzeugen.

Die alp Bayern bietet Ihnen genau dafür eine Vielzahl von Programmen und Aktionen an. Informieren Sie sich in der neuen Ausgabe des alp Monitors über die Beteiligungsmöglichkeiten und anstehenden Termine in diesem Jahr. Ich lade Sie herzlich ein: Beteiligen Sie sich an diesem Angebot und profitieren Sie davon, damit Sie Ihre Qualitätsprodukte noch erfolgreicher in Bayern oder im Ausland vermarkten können.

**Michaela Kaniber**

*Bayerische Staatsministerin  
für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus*



## Geprüfte Qualität – Bayern

► [www.gq-bayern.de](http://www.gq-bayern.de)

Ein stufenübergreifendes Qualitätssicherungssystem mit Qualitätskriterien, die über den gesetzlichen Vorgaben liegen und somit mehr Sicherheit bei Lebensmitteln bieten.



## Bayerisches Bio-Siegel

► [www.biosiegel.bayern](http://www.biosiegel.bayern)

Das Bayerische Bio-Siegel verbindet eine hohe Bio-Qualität mit einer gesicherten Herkunft aus Bayern über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg.

## BAYERISCHER STREUOBSTPAKT

### Bayerischer Streuobstpakt

► [www.bayern-streuobstpakt.de](http://www.bayern-streuobstpakt.de)

Das Abkommen zwischen der Bayerischen Staatsregierung, vertreten durch das Bayerische Landwirtschafts- und das Bayerische Umweltministerium, und acht engagierten Verbänden hat das Ziel, bis 2035 eine Million zusätzliche Streuobstbäume zu pflanzen.



### Deine regionalen Genusshandwerke

► [www.genusshandwerke.bayern](http://www.genusshandwerke.bayern)

Die Initiative ist ein Zusammenschluss der fünf Genusshandwerke in Bayern – Bäcker, Brauer, Konditoren, Metzger und Müller – und hat sich die Unterstützung der Handwerks-tradition und der örtlichen Strukturen zum Ziel gesetzt.



### Bayern Brand

► [www.bayern-brand.de](http://www.bayern-brand.de)

Die Initiative der bayerischen Edelobstbrenner möchte die Kultur des Brennens und die Erhaltung der ökologisch wertvollen Streuobstwiesen vermitteln sowie eine gemeinsame Vermarktung schaffen.



### Bayern Blüht

► [www.bayern-blueht.de](http://www.bayern-blueht.de)

Die Initiative ist ein Zusammenschluss der gärtnerischen Verbände in Bayern, um die vielfältigen gärtnerischen Leistungen einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.



### Regio Verpflegung

► [www.regio-verpflegung.bayern](http://www.regio-verpflegung.bayern)

Das Online-Portal vernetzt bayerische Erzeuger, Verarbeiter und Händler mit Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung, um die gegenseitige Suche zu erleichtern.



### Ausgezeichnete Bayerische Küche

► [www.regio-verpflegung.bayern](http://www.regio-verpflegung.bayern)

Das Qualitätssiegel zeichnet Gastronomiebetriebe aus, die regionaltypische Küchenkultur und Produkte aus Bayern in den Mittelpunkt rücken.



## Weltgenusserbe Bayern

► [www.weltgenusserbe.bayern](http://www.weltgenusserbe.bayern)

Unter der Marke werden bayerische Agrarprodukte und Lebensmittel, Weine und Spirituosen beworben, die von der EU als geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) oder geschützte geografische Angabe (g.g.A.) anerkannt sind.



## Regionales Bayern

► [www.regionales-bayern.de](http://www.regionales-bayern.de)

Das Online-Portal bündelt Angebote, zeigt die Produktvielfalt und ermöglicht eine einfache Kontaktaufnahme der Direktvermarkter mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern aus allen Regionen Bayerns.



## Wirt sucht Bauer

► [www.wirt-sucht-bauer.de](http://www.wirt-sucht-bauer.de)

Das Online-Portal ermöglicht Gastronomen und landwirtschaftlichen Erzeugern, leicht in Kontakt zu treten und damit die regionale Wertschöpfung zu steigern.



## Spezialitätenland Bayern

► [www.spezialitaetenland-bayern.de](http://www.spezialitaetenland-bayern.de)

Die Datenbank verfolgt das Ziel, den Bekanntheitsgrad typisch bayerischer Spezialitäten zu erhöhen und die kulinarischen Traditionen der Region zu bewahren.

## Regionalmarketing

# HEIMISCHE QUALITÄT IM FOKUS

*Wir informieren über die Vorteile regionaler Qualitäts-*

*produkte: Mittels gemeinsamer Dachmarken und Aktionen bündeln wir die Kräfte der bayerischen Ernährungswirtschaft. Gemeinsam kommunizieren wir die starke „Marke Bayern“ und die Vielfalt der Regionen gegenüber den Verbraucherinnen und Verbrauchern.*

## Aktionen und Termine

- **Verleihung Staatsehrenpreis Edelbrenner** / 19. Juni 2024
- **Verleihung Staatsehrenpreis Metzger** / 10. Juli 2024
- **BR-Radltour** / 27. Juli bis 2. August 2024
- **Bauernmarktmeile München**  
8. September 2024
- **Bio-Erlebnistage**  
30. August bis 6. Oktober 2024
- **Hoffest im Advent**  
Anfang Dezember 2024
- **Verleihung Staatsehrenpreis Bäcker** / 4. Dezember 2024

Weitere Informationen und Termine finden Sie unter [alp-bayern.de/regional-marketing](http://alp-bayern.de/regional-marketing).

**Bayerische Herkunft & durchgängige Qualitätssicherung**

# GEPRÜFTE QUALITÄT - BAYERN



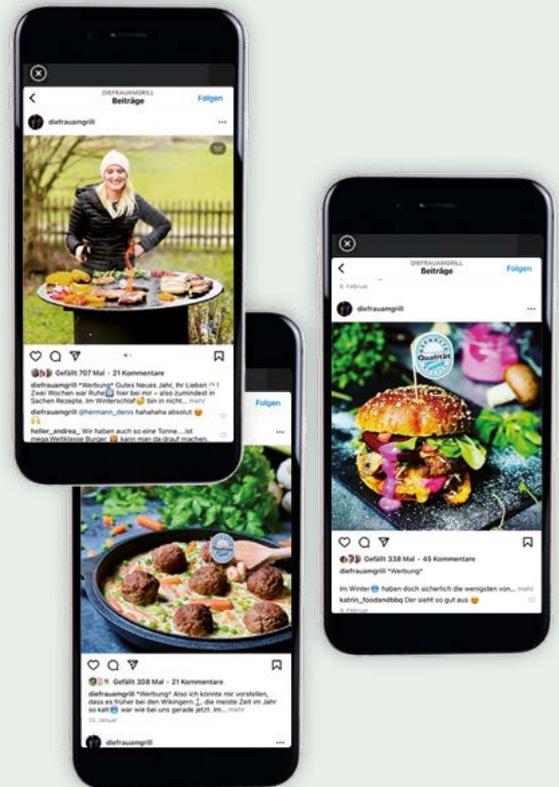
Das Qualitäts- und Herkunftssicherungsprogramm „Geprüfte Qualität – Bayern“ des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus steht seit über 20 Jahren für hochwertige Lebensmittel, die in Bayern produziert werden.

Das Siegel garantiert eine hohe Qualität, die über dem gesetzlich vorgegebenen Standard liegt, sowie eine transparente und nachvollziehbare Lieferkette innerhalb Bayerns.

**Der Bekanntheitsgrad des Siegels bei der bayerischen Bevölkerung ist hoch: Eine aktuelle, unabhängige Studie beziffert ihn auf rund 81 Prozent.**

Produkte mit dem GQB-Siegel werden zunehmend bewusst gekauft, was die Relevanz einer konstanten Qualität und deren Kontrolle bestätigt.

Für zukünftige Bewerbung des GQB-Siegels beim Lebensmitteleinzelhandel wurden dieses Jahr engagierte Botschafterinnen und Botschafter gesucht, gefunden und geschult. Die meisten haben einen landwirtschaftlichen Betrieb im Hintergrund, kennen daher das Siegel und seine Besonderheiten in Sachen Qualität, Prüfung und Regionalität sehr gut und möchten es den Verbraucherinnen und Verbrauchern ans Herz legen.



Social-Media-Kooperationen mit Influencerinnen und Influencern aus dem Bereich Food für die Kampagne „Wintergrillen“



Landingpage der Website zur Kampagne „Geprüfte Qualität Bayern“



Auffällige Großflächenplakate und Anzeigenwerbung sind effektive Instrumente zur Bekanntheitssteigerung von „Geprüfte Qualität – Bayern“.

### „GEPRÜFTE QUALITÄT – BAYERN“ BIETET

- ▶ höhere Qualität dank spezifischer Qualitätskriterien, die über den gesetzlichen Standards liegen
- ▶ stufenübergreifenden Nachweis der Herkunft
- ▶ unabhängiges, staatlich überwachtes Kontrollsystem
- ▶ Vertrauensbildung bei Verbraucherinnen und Verbrauchern
- ▶ erleichterten Zugang zu anderen Qualitätssicherungsprogrammen
- ▶ Kombinierbarkeit mit anderen Systemen

### BEKANNTHEIT BEI VERBRAUCHERINNEN UND VERBRAUCHERN

**81 %**

### EINGEBUNDEN SIND

rund **14.000** zertifizierte landwirtschaftliche Betriebe

**450**

Betriebe der Ernährungswirtschaft

rund **2.900**

Filialen bayernweit im Lebensmitteleinzelhandel

Angeboten werden

Produkte aus über **27** Produktkategorien

Produkte aus **100 %** bayerischer Rohware

## REGIONALES BAYERN

Direktvermarkter-Kampagne

Die neue Kampagne des Regionalportals [www.regionales-bayern.de](http://www.regionales-bayern.de) unter dem Motto „Rundum gut, lokal, Bayern.“ stellt zum ersten Mal bayerische Direktvermarkter in den Fokus, die auch auf den sozialen Netzwerken Ihren Followern/ den Verbrauchern Rede und Antwort stehen.



Hinter den Kulissen – beim Fotoshooting.

Out-of-Home und Anzeigen-Serie

## HEIMAT LIEBLINGE

Kampagne zum Muttertag

Für den Muttertag wurde eine Social-Media- & Radio-Kampagne für die Heimat Lieblinge durchgeführt. Ziel der Kampagne war die Bekanntmachung, Unterstützung und Stärkung der Initiative der Heimat Lieblinge. Neben Social Media Posts wurde die Kampagne durch eine Radio- und Ad-Kampagne unterstützt.



Social Media Post der Heimat Lieblinge-Kampagne zum Muttertag



## BAYERN TRUCK

*Hoamat auf d'Hand*

Bayerisches Streetfood auf die Hand gibt es nun schon seit 2021 von Salina und Giuseppe Messina, die den Bayern Truck betreiben.

*Dabei sind sie die Botschafter auf der Straße für die Siegel „Geprüfte Qualität – Bayern“ und „Bayerisches Bio-Siegel“ und zaubern mit den Produkten aus beiden Siegeln den leckeren Alpenburger und vieles mehr.*

Erfolgreich waren letztes Jahr auch die Roadshow-Termine zusammen mit dem Bayerischen Bauernverband und GQ-Bäuerinnen und -Bauern im direkten VerbraucherdialoG inklusive Verköstigung. Ebenso erfreuten sich die Besucherinnen und Besucher der Bauernmarktmeylen in Nürnberg und München an den regionalen und saisonalen Angeboten des Bayern Trucks. Sogar auf der Messe FOOD & LIFE im Winter und im Frühjahr fand der Bayern Truck auf der bayerischen Gemeinschaftsfläche seinen festen Platz.

**„Mit regionalen Produkten macht es mir immer Spaß zu kochen und bayerisches Streetfood zu kreieren, ganz einfach Hoamat auf d'Hand für alle!“**

*Giuseppe Messina*



**DIE NÄCHSTEN HEIMSPIEL-TERMINE IM SCHMUCKHOF DES LANDWIRTSCHAFTS-MINISTERIUMS**

- ▶ **Hoffest im Herbst**  
8. September 2024
- ▶ **Hoffest im Advent**  
Anfang Dezember 2024



**Hoffest**

**Genuss Bayern**

Heimat des Guten



Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus





# Für eine Zukunft voller Vielfalt DER BAYERISCHE STREUOBSTPAKT

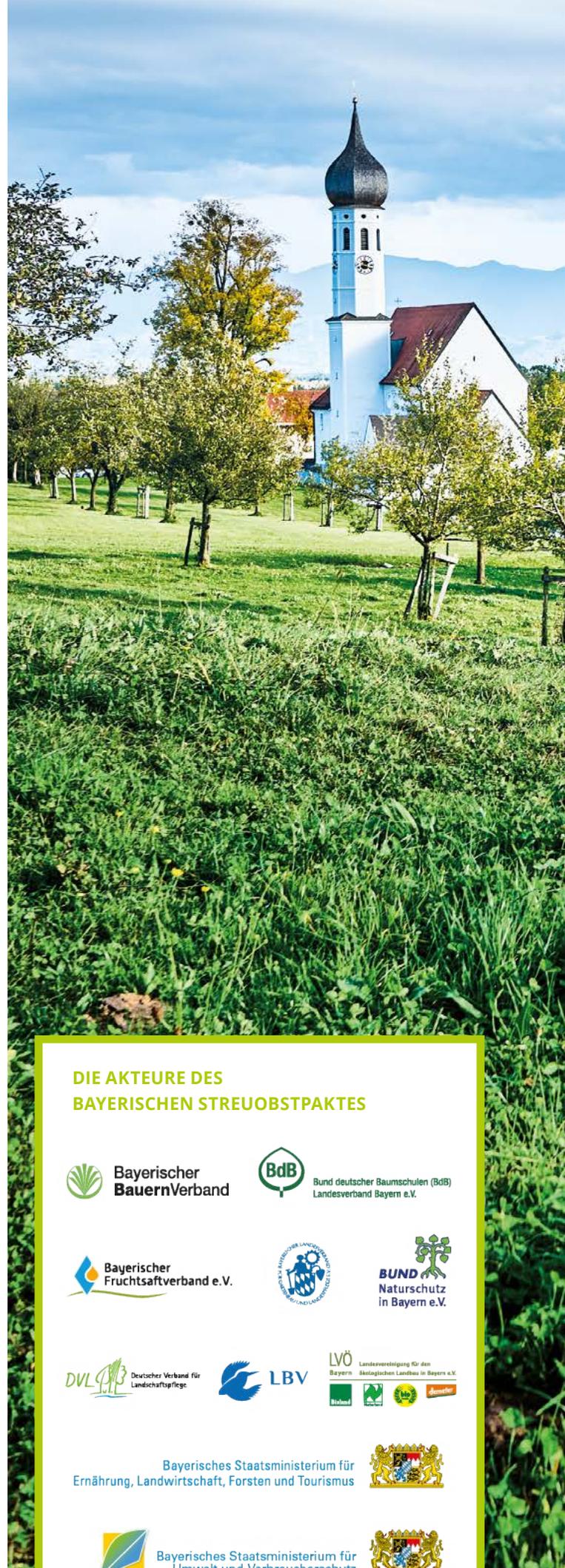
## BAYERISCHER STREUOBSTPAKT

*Bayerische Streuobstwiesen sind wundervolle Paradiese, die eine fantastische Vielfalt lebendig halten. Die UNESCO hat den Streuobstanbau in Deutschland als immaterielles Kulturerbe aufgenommen.*

**Rund 5.000 oftmals gefährdete Tier- und Pflanzenarten finden hier ihr Zuhause, die Wiesen sind wertvolle Lebensräume und helfen beim Erhalt der Artenvielfalt. Dazu kommen etwa 2.000 Obstsorten mit ihrer besonderen, gesunden Geschmacksvielfalt.**

*Typisches Streuobst sind Äpfel, Birnen, Kirschen, Pflaumen, Walnüsse sowie teilweise Quitten und Wildobst. Jedes Jahr verschwinden geschätzt etwa 100.000 Streuobstbäume in Bayern. Seit 1965 sind bereits 70 % der Bestände verloren gegangen.*

*Mit dem im Jahr 2021 geschlossenen Streuobstpakt unterstützt die Bayerische Staatsregierung die Anlage, die Pflege und den Erhalt der bayerischen Streuobstbestände. Staatsregierung und Zivilgesellschaft verpflichten sich wechselseitig, Streuobstbestände in Bayern anzulegen, zu pflegen und zu erhalten. Ziel ist darüber hinaus, zusätzlich eine Million Streuobstbäume neu zu pflanzen.*



### DIE AKTEURE DES BAYERISCHEN STREUOBSTPAKTES



Bayerischer  
BauernVerband



Bund deutscher Baumschulen (BdB)  
Landesverband Bayern e.V.



Bayerischer  
Fruchtsaftverband e.V.



Deutscher Verband für  
Landschaftspflege



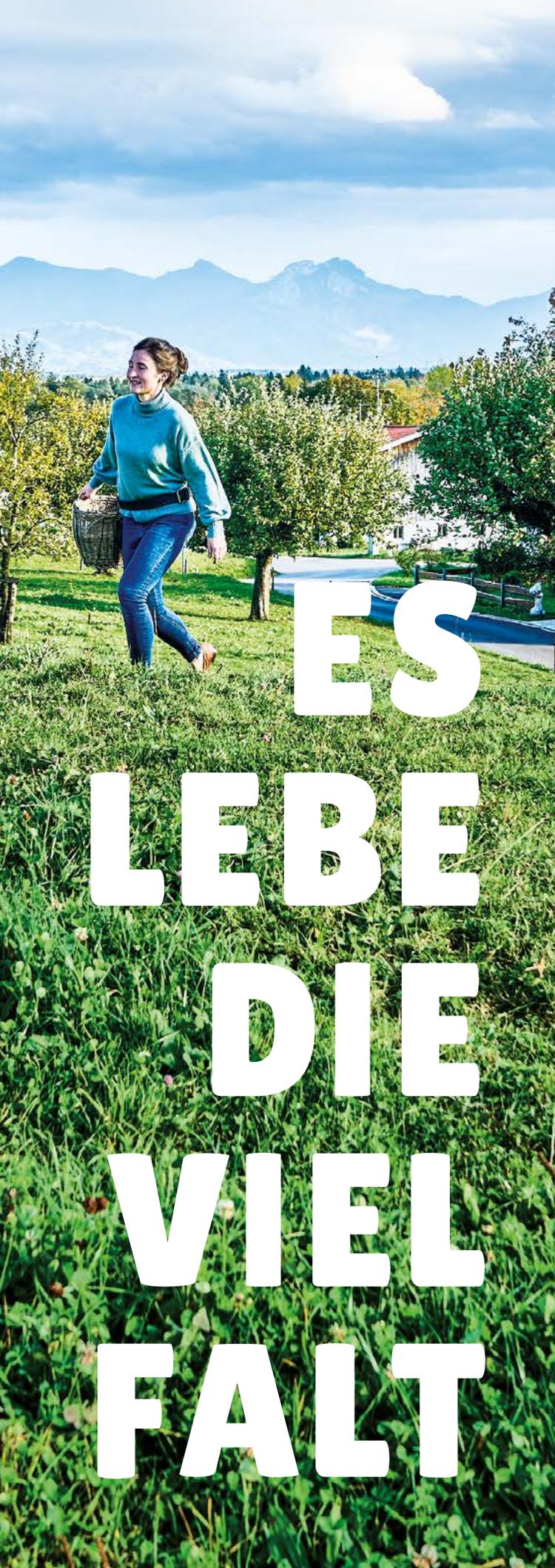
LVÖ  
Landesvereinigung für den  
ökologischen Landbau in Bayern e.V.

Bayerisches Staatsministerium für  
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



Bayerisches Staatsministerium für  
Umwelt und Verbraucherschutz





# ES LEBE DIE VIEL FALT

## STREUOBSTPAKT MARKETINGOFFENSIVE 2024

Für die Themen Vermarktung und Marketing wurde eine „Arbeitsgruppe Marketing“ eingerichtet. Diese wird von der alp Bayern geleitet. Die Arbeitsgruppe setzt sich aus Unterzeichnern des Streuobstpaktes sowie relevanten Streuobstakteuren aus Bayern zusammen. Ziel ist es, einen einheitlichen starken Auftritt des Streuobstpaktes mit klarer Wiedererkennung zu schaffen und gezielte Marketingmaßnahmen umzusetzen. Den Rahmen für die umfassende Marketingoffensive des Bayerischen Streuobstpaktes bildet die Wort-Bild-Marke mit dem Slogan „Es lebe die Vielfalt!“

- ▶ **Einheitliche Kommunikations- und Werbemittel für alle Streuobstakteure, die über die Streuobst-pakt-Website zum Download bzw. zur Bestellung zur Verfügung gestellt werden.**
- ▶ **Es werden Maßnahmen über Online-Werbung und soziale Medien durchgeführt und die Präsenz des Themas in der Presse wird erhöht.**
- ▶ **Ergänzend wird das Thema Streuobst bei öffent-lichkeitswirksamen Veranstaltungen wie der dies-jährigen BR-Radltour, dem Hoffest im Landwirt-schaftsministerium und auf verschiedenen Messen präsentiert.**
- ▶ **Gemeinsam mit den regionalen Saftproduzenten arbeiten wir eng mit dem Lebensmittelhandel zu-sammen, z. B. im Rahmen von Messepräsen-tationen oder Verkostungsaktionen.**

---

*Mit den genannten Maßnahmen wollen wir den Verbrauche-rinnen und Verbrauchern den Wert des Streuobstes näher-bringen und ihnen die vielfältigen Genüsse, die sich daraus kreieren lassen, schmackhaft machen. Letztendlich haben auch die Kundinnen und Kunden mit ihren Kaufentschei-dungen den Hebel in der Hand, ob der Bayerische Streuobst-pakt zum Erfolgsmodell wird.*



BR-Radltour 2023

# Bio aus Bayern

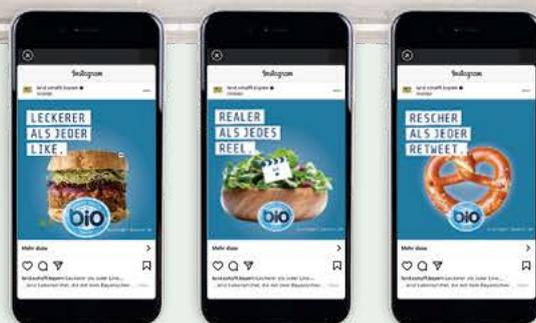
## DAS BAYERISCHE BIO-SIEGEL



Bayern ist Vorreiter in Sachen Bio: Heute bewirtschaften 11.800 Öko-Betriebe in Bayern nahezu 416.000 Hektar Fläche. Und es soll noch weiter gehen: Mit dem Programm „BioRegio 2030“ steckte sich das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus zum Ziel, dass 30 Prozent der landwirtschaftlichen Flächen Bayerns bis zum Jahr 2030 ökologisch bewirtschaftet werden sollen.

Dazu gilt es, nicht nur das Angebot, sondern auch die Nachfrage und damit den Absatz bayerischer Öko-Erzeugnisse zu stärken. Wir bieten hierfür in enger Zusammenarbeit mit der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern e.V. sowie der Landwirtschaftlichen Qualitätssicherung Bayern GmbH vielfältige Maßnahmen an.

Dazu gehört neben den bereits etablierten Kommunikationsmaßnahmen der Absatzförderung für das Bayerische Bio-Siegel auch die Einrichtung der Netzwerkkoordination „Bio aus Bayern“ (mehr dazu auf Seite 14).

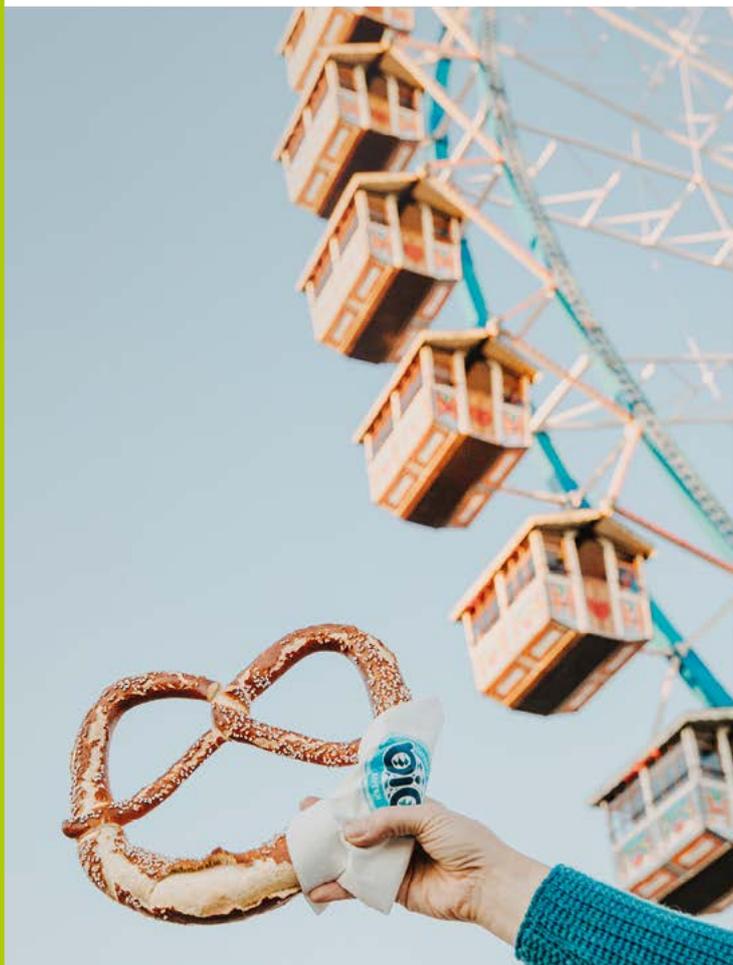


Auffällige Großflächenplakate und Anzeigenwerbung



## KAMPAGNEN ZUR BEKANNT- MACHUNG DES QUALITÄTS- UND HERKUNFTSSICHERUNGSPRO- GRAMMS „BAYERISCHES BIO-SIEGEL“

- ▶ **Kooperationen mit dem Handel** (z. B. Einsatz von Bio-Botschafterin-  
nen und Bio-Botschaftern in den  
Märkten)
- ▶ **Redaktionelle Beiträge und  
Printanzeigen** in Fach- und  
Verbraucherzeitschriften
- ▶ **Belegung von Großflächen** an  
Verkehrsknotenpunkten und im  
öffentlichen Nahverkehr
- ▶ **Werbespots** im Radio
- ▶ **Social-Media**-Kommunikation und  
Rezeptentwicklung in Kooper-  
ationen mit Influencerinnen und  
Influencern
- ▶ **Teilnahme an Fach- und  
Verbrauchermessen** mit eigenen  
Info-Ständen
- ▶ **Auch der „Bayern Truck“** ist für  
die Qualitäts- und Herkunftssiche-  
rungsprogramme „Bayerisches  
Bio-Siegel“ und „Geprüfte Qualität –  
Bayern“ im Einsatz  
(www.food-truck.bayern).



Zeichennutzer des Bayerischen Bio-Siegels können nun  
die Werbemittel ganz bequem online bestellen.

**BAYERN IST VORREITER  
IN SACHEN BIO**

Heute bewirtschaften

**11.800**

Öko-Betriebe  
in Bayern nahezu

**416.000**

Hektar Fläche.

Die neuen Leuchtturmprojekte für Bio aus Bayern stehen fest:

# INITIATIVE „30 FÜR 30“



## Bio leuchtet

Bei der Initiative „30 für 30“ werden in sechs Runden insgesamt 30 Leuchtturmprojekte gekürt, die mit modernen und innovativen Maßnahmen die bio-regionale Ernährung in Bayern voranbringen. Sie sollen den Weg zu 30 Prozent Öko-Landbau in Bayern weisen.

Die Projekte zeichnen sich dadurch aus, dass ein weiteres bayerisches Bio-Lebensmittel entstanden ist oder ein bayerisches Bio-Produkt neue Vermarktungswege geht. Dies kann z. B. durch neue regionale Kooperationen, die Intensivierung der Zusammenarbeit innerhalb der Wertschöpfungskette oder die Ausweitung auf andere Zielgruppen wie beispielsweise Außer-Haus-Verpflegung geschehen.

Fünf Runden wurden mittlerweile erfolgreich abgeschlossen. Dabei spiegeln die ausgewählten Projekte die Vielfalt der bayerischen Bio-Betriebe wider: von lang etabliert bis Start-up, von Direktvermarkter bis Großhändler und von Bier über Knödel bis hin zu Tellergerichten. Alle Gewinnerprojekte werden auf der Homepage ([www.biosiegel.bayern/de/30für30](http://www.biosiegel.bayern/de/30für30)) durch entsprechende, von der alp Bayern finanzierte Werbevideos vorgestellt. Die sechste und damit letzte Runde geht noch bis 24.08.2024. Teilnehmen können alle Bio-Siegel-Zeichnutzer.



Der Biohof Eckert GbR ist mit dem Bau einer Verarbeitungsanlage und eines Kühllagers für Bio-Hopfen nur ein Beispiel von vielen Leuchtturmprojekten der Initiative „30 für 30“.

Die ausgezeichneten Leuchtturmprojekte der vierten und fünften Runde, ausgezeichnet am 14.02.2024 auf der Biofach.



**BIOHOF ECKERT GBR, Eckental (Lk. Erlangen-Höchstadt)**

**PROJEKT: Bau einer Verarbeitungsanlage und eines Kühllagers für Bio-Hopfen**

„Mit unserem Projekt haben wir einen echten Mehrwert geschaffen“, freut sich Markus Eckert über die Auszeichnung. Der Nutzen der neuen Anlage und des neuen Lagers liegt auf der Hand: „Eine konsequente, durchgängige Bio-Linie von der Erzeugung über die Verarbeitung bis hin zum fertigen Produkt der Brauerei. Die Wertschöpfung bleibt so in Bayern, in der Region und speziell bei uns auf dem Bauernhof.“

**OBERLAND BIOWEIDERIND GMBH, Weyarn (Lk. Miesbach)**

**PROJEKT: Aufbau einer Wertschöpfungskette für bio-regionales Weiderindfleisch**

„Mit ein paar Mitstreitern haben wir die Oberland Bioweiderind GmbH gegründet, um eine neue Bio-Wertschöpfungskette von Bio-Weiderindfleisch vor allem in der Außer-Haus-Verpflegung aufzubauen. Es ist uns eine große Ehre, als Leuchtturm-Projekt der Initiative „30 für 30“ ausgezeichnet zu werden.“, erklärt Olaf Fries, Geschäftsführer der Oberland Bioweiderind GmbH.

**PICHLER BIOFLEISCH**



**VERTRIEBS GMBH & CO. KG,  
Geretsried (Lk. Bad Tölz)**  
**PROJEKT: ganzjährige  
Herstellung und Vermark-  
tung von Original-Bio-  
Regio-Wiesnhendl**

„Die Auszeichnung ‚30 für 30‘

bedeutet uns sehr viel, weil sie große Anerken-  
nung und Wertschätzung unserer Arbeit aus-  
drückt.

Das Projekt verbindet die Tradition des  
Wiesnhendls mit den Werten des ökologischen  
Landbaus und ermöglicht, dass das gegrillte  
Wiesnhendl mit dem Bayerischen Bio-Siegel  
das ganze Jahr über und nicht nur zur  
Wiesn-Zeit angeboten werden kann“, erklärt  
Eva Klotz, Vertreterin der Geschäftsführung  
bei Pichler Biofleisch, stolz.



**KONRADHOF GEMÜSEMETZGEREI,  
Unering/Seefeld (Lk. Starnberg)**

**PROJEKT: Gemüsemetzgerei – küchenfertige Verarbei-  
tung von Bio-Gemüse für die Außer-Haus-Verpflegung**

„Der Preis zeigt, dass es sich lohnt, gute Ideen zu entwickeln  
und diese konsequent umzusetzen. Wir hoffen, dass das  
Thema durch die Auszeichnung noch mehr Aufmerksamkeit  
bekommt und der Anteil an Bio im Außer-Haus-Markt weiter  
wächst. Denn die küchenfertige Verarbeitung von regionalem  
Bio-Gemüse ist ein wichtiger Baustein, um bio-regionale Zu-  
taten in der Kita-, Schul- und Kantinenverpflegung zu etablie-  
ren“, erklärt Bio-Landwirt Stefan Dellinger vom Konradhof.



**BIO-BÄCKEREI GÜRTNER,  
Oberroth (Lk. Dachau)**

**PROJEKT: Hanf und Dinkel aus  
der Region für die Region**

„Die Bio-Bäckerei Gürtner arbeitet seit Jahrzehnten  
nur mit regionalen Bio-Landwirten zusammen. Meine  
Motivation ist, Regionalität in einer neuen Dimension  
zu erschaffen. Unsere Region, den Konsumenten und  
unsere Kunden gute, gesunde Grundnahrungsmittel  
mit besten Nährstoffeigenschaften und mit dem Bezug  
auf unsere bayerische Kultur und Lebensart anzubie-  
ten“, sagt Anton Gürtner.



**38. DEUTSCHER EVANGELISCHER  
KIRCHENTAG NÜRNBERG 2023 E.V.,  
Nürnberg**

**PROJEKT: Gläsernes Restaurant  
des Kirchentages**

„Durch die Zertifizierung der Zutaten  
mit dem Bayerischen Bio-Siegel konnten  
beim Kirchentag in Nürnberg im Juni  
2023 die hohe Bio-Qualität und regionale  
Herkunft der Zutaten sehr glaubwürdig  
kommuniziert werden; bei den Gästen  
genauso wie bei den Küchenkräften.  
Der Kirchentag in Nürnberg hat mit dem  
Gläsernen Restaurant bewiesen, dass Bio  
in der Großküche möglich ist“, ist sich  
Enno Eike Nottelmann aus dem Vorbe-  
reitungsteam des Gläsernen Restaurants  
sicher.

Die Bio-Bäckerei Gürtner verwendet Hanf und Dinkel  
aus der Region für ihre Bio-Produkte.





**GOOD CROP GMBH,  
München**

**PROJEKT: Convenience für die  
Außer-Haus-Küche der Zukunft**

„Damit sich eine ‚neue Küche‘ durchsetzt, muss sie einfach umzusetzen sein“, erklärt Gründer Moritz Wiest den Beweggrund für die Gründung der Good Crop GmbH. „Wir nutzen dazu die besten landwirtschaftlichen Erzeugnisse unserer Region, um eine neue Generation von Convenience-Lebensmitteln herzustellen, die praktisch, vielseitig, nachhaltig, wirtschaftlich und lecker sind. Unsere Produkte sind nicht fix und fertig, aber fix und effizient, das heißt, sie sparen Arbeitsschritte, die maschinengestützt, effizient und kostengünstig ausgeführt werden können.“



**LECHTALER KÜRBISKERN GBR,  
Rehling (Lk. Aichach-Friedberg)**

**PROJEKT: Salat-Topping aus  
heimischen Ölsaaten**

Bio-Landwirtin Johanna Strobl betont: „Wir wollten mit dem Salatkern-Mix ein Produkt entwickeln, das zur täglichen, gesunden Ernährung beiträgt und das nur aus Zutaten besteht, die wir auf unserem eigenen landwirtschaftlichen Bio-land-Betrieb anbauen. [...] Wir möchten mit unserem Produkt bei Verbraucherinnen und Verbrauchern Bewusstsein schaffen, dass ein solches Produkt auch bei uns regional erzeugt werden kann. Somit können unnötige Lieferwege und CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden werden.“



Original Bio-Regio-Wiesenhendl  
von Pichler Biofleisch  
Vertriebs GmbH & Co. KG



**STIFTL GMBH,  
München**

**PROJEKT: Wiesenzelt „Schützenlisl“ mit 90 Prozent  
bayerischen Bio-Produkten**

„Die Auszeichnung ist für uns eine große Ehre und Anerkennung unserer Bemühungen, innovative und nachhaltige Lösungen für die Bio-Landwirtschaft in Bayern zu fördern. Durch den Einsatz von 90 Prozent bayerischen Bio-Produkten in unserem Volkssängerzelt Schützenlisl auf der Oidn Wiesn eröffnen wir neue Vermarktungswege für Bio-Produkte und verstärken die Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette“, ist sich das Wirtepaar Christine und Lorenz Stiftl sicher.

**WALLNERS BIOPUTEN GMBH & CO. KG,  
Hebertshausen (Lk. Dachau)**

**PROJEKT: eigene Bio-Hofschlachtere  
für Bio-Puten**

Barbara Wallner bringt das ganzheitliche Hofkonzept des Familienbetriebs auf den Punkt: „Mit eigener Futter-, Energie- und Wärmeherstellung, der Aufzucht der Bio-Puten sowie der Schlachtung und Vermarktung am Hof setzen wir auf einen ganzheitlichen Ansatz. Somit tragen wir aktiv zur Steigerung des regionalen Bio-Anteils in Bayern bei. Die Auszeichnung der Initiative ‚30 für 30‘ ist eine Anerkennung unseres Engagements für eine nachhaltige, moderne und zugleich tief verwurzelte regionale Lebensmittelerzeugung.“



**ALLE GEWINNERVIDEOS  
FINDEN SIE UNTER:**

▶ [www.biosiegel.bayern.de/30für30](http://www.biosiegel.bayern.de/30für30)



Lasst uns Bio zu einem Erlebnis machen!

# BIO-ERLEBNISTAGE



Im Spätsommer – vom 30. August bis 6. Oktober 2024 – vermittelt die ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft dieses Jahr bereits zum 24. Mal unterhaltsam Wissen rund um den Öko-Landbau. Auf den bayernweit rund 200 Veranstaltungen wird während der Bio-Erlebnistage ein vielfältiges Programm geboten.

Groß und Klein sind eingeladen: auf Hoffeste, zu Tagen der offenen Tür, Mitmach-Aktionen, Vorträgen, Führungen, Radltouren u. v. m. Dafür öffnen landwirtschaftliche Bio-Betriebe, Verarbeitungsbetriebe, die Bio-Gastronomie und Bio-Händler ihre Tore und lassen Besucherinnen und Besucher hinter die Kulissen blicken. Für die Betriebe sind die Bio-Erlebnistage eine besondere Möglichkeit, mit der eigenen Ziel- und Kaufgruppe ins Gespräch zu kommen und rund um den ökologischen Landbau zu informieren. Die Veranstaltungsreihe wird gemeinsam mit der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern e.V. (LVÖ) und ihren Mitgliedsverbänden Bioland, Naturland, Biokreis und Demeter organisiert.

Auch 2024 öffnen bayernweit wieder landwirtschaftliche Bio-Betriebe, Verarbeitungsbetriebe, die Bio-Gastronomie und Bio-Händler ihre Türen und lassen Kinder und Erwachsene staunen.



V. l. n. r.: Maria Hohenester (Geschäftsführerin LVÖ Bayern), Stefan Bauer (Betriebsleitung Obst von Bauer), Stefan Purucker (Bio-Landwirt), Benedikt Böhm (Siebenäckerhof), Michaela Kaniber (Bayerische Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus), Bio-Königin Raphaela I., Stefanie Schmid (Öffentlichkeitsarbeit Herrmannsdorfer Landwerkstätten), Barbara Birk (Betriebsleitung Archehof Birk), Thomas Lang (1. Vorsitzender LVÖ Bayern)

**Besondere Lebensmittel  
herstellen – dem haben sich die  
fünf Genusshandwerke in Bayern  
verschrieben!**

## DIE REGIONALEN GENUSSHAND- WERKE



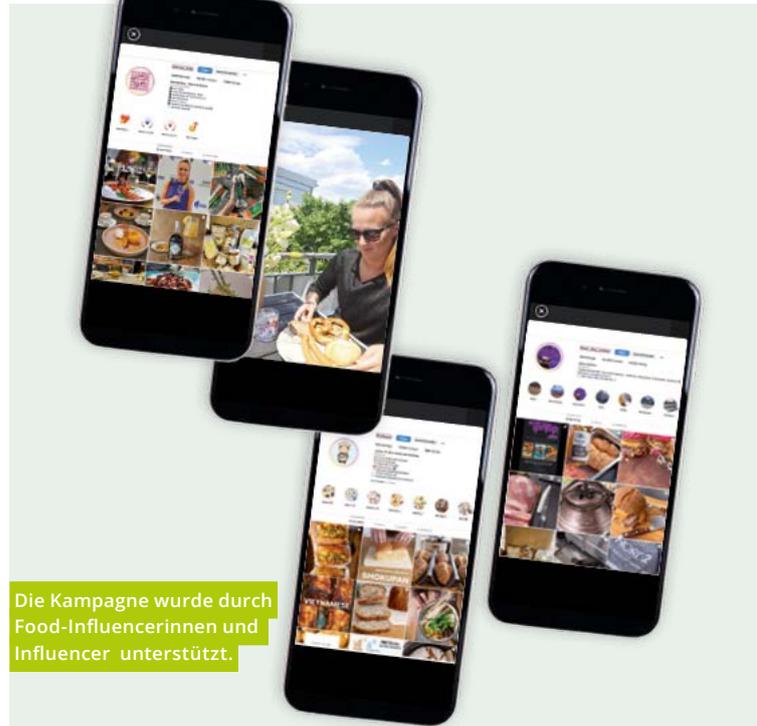
*Richtig gute Lebensmittel herzustellen, ist eine Kunst für sich. Da braucht es echte Profis – solche wie die der fünf Genusshandwerke. Das gewachsene Bewusstsein für Nachhaltigkeit, aber auch die Corona-Krise haben deutlich gemacht, wie wertvoll eine klein- und mittelständisch strukturierte Ernährungswirtschaft für unser Wohlergehen ist.*

*Mit der Kampagne „Deine regionalen Genusshandwerke“ entwickeln wir gemeinsam mit den Dachverbänden der bayerischen Bäckerinnen und Bäcker, Brauerinnen und Brauer, Konditorinnen und Konditoren, Metzgerinnen und Metzger sowie Müllerinnen und Müller zahlreiche Aktionen, um die Wertschätzung der Verbraucherinnen und Verbraucher gegenüber handwerklich hergestellten Lebensmitteln aus der Heimat weiter zu erhöhen. Denn mit jedem Kauf dieser besonderen Produkte geben wir ein Statement ab – für den Erhalt unserer örtlichen Strukturen, die Beziehungen von Mensch zu Mensch und die Wertschätzung, die wir regional erzeugten Lebensmitteln und den Profis dahinter entgegenbringen.*



genusshandwerker\_bayern

[www.genusshandwerke.bayern](http://www.genusshandwerke.bayern)



Die Kampagne wurde durch Food-Influencerinnen und Influencer unterstützt.



## Bayerns Spezialitäten – wahre Originale

# EU-HERKUNFTSSCHUTZ – WELTGENUSSERBE BAYERN

*WeltGenuss*    
Erbe Bayern

Mit derzeit 54 EU-herkunftsgeschützten Spezialitäten ist Bayern als Genussland deutschlandweit führend. Unter der Marke WeltGenussErbe Bayern wirbt das StMELF für bayerische Agrarprodukte und Lebensmittel, Weine und Spirituosen, die von der Europäischen Union als geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) oder geschützte geografische Angabe (g.g.A.) anerkannt sind.



Vertreterinnen und Vertreter der bayerischen Brauereien und ihre italienischen Vertriebspartner präsentierten „Bayerisches Bier g.g.A.“ auf der Messe Hospitality.

### BAYERISCHE ORIGINALE BEI BERLINER ABEND

Bayerische Spezialitäten mit Herkunftsschutz standen am 25. April im Mittelpunkt eines politischen Abends bei der Bayerischen Landesvertretung in Berlin. Sieben Schutzgemeinschaften nutzten die Plattform, um die rund 150 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Medien der Bundeshauptstadt für aktuelle Fragen rund um den europäischen Herkunftsschutz zu sensibilisieren. Die ehemalige Deutsche und Fränkische Weinkönigin Nicole Then führte kenntnisreich durch die Diskussion. Im Anschluss wurden die Themen an den Tischstationen der Schutzgemeinschaften weiter vertieft. Für kulinarischen Genuss sorgte ein Flying Buffet auf Basis der bayerischen Spezialitäten.

### GEMEINSCHAFTSSTAND „BAYERISCHES BIER G.G.A.“ AUF ITALIENISCHER FACHMESSE

Italien ist der wichtigste Exportmarkt für die bayerischen Brauereien. Zur Unterstützung dieses wichtigen Absatzmarktes organisierte die alp Bayern erstmalig einen Gemeinschaftsstand „Bayerisches Bier g.g.A.“ auf der italienischen Fachmesse Hospitality in Riva del Garda in Norditalien (05. – 08. Februar). Kooperationspartner war der Bayerische Brauerbund. Das Angebot richtete sich an bayerische Brauereien mit EU-herkunftsgeschütztem Bier (Bayerisches Bier g.g.A.) und mit bereits bestehendem Vertriebsnetz in Italien. Ziel der Messeteilnahme war die Generierung von Neukunden. Rund dreiviertel der Messebesucher sind italienische Fachbesucher aus Gastronomie und Hotellerie rund um den Gardasee, einer der europaweit stärksten Tourismusregionen.

# Exportmarketing

## DAS AUSLAND ISST BAYERISCH

Exportwillige bayerische Hersteller unterstützen die alp Bayern im Jahr 2024 mit rund 30 unterschiedlichen Maßnahmen. Ziel dieser Projekte ist stets, Absatzkanäle im Ausland zu festigen oder neu zu erschließen und den Abverkauf der bayerischen Produkte auf den internationalen Märkten zu unterstützen.

Die Formate sind vielfältig: Markterkundungsreisen, Markteinstiegsseminare, Verkaufswochen bei ausländischen Handelsketten („Bayerische Wochen“), Netzwerkpflge, Gemeinschaftsauftritte auf Fachmessen oder Presse-Events mit Show-Cooking und geführten Verkostungen.

**Die Schwerpunkte liegen auf den Kernmärkten Italien, Österreich und Osteuropa.**



Mit sogenannten Bayerischen Wochen bei ausländischen Handelsketten wird der Abverkauf gelisteter bayerischer Produkte gestärkt und der Platz im Regal dadurch gesichert.

## EXPORTFÖRDERUNG – AKTUELLE TERMINE

### ► B2B-Aktivitäten

🇨🇳 **CHINA** | 3. Quartal 2024  
Infoseminar Frankenwein

🇭🇰 **HONGKONG + SÜDCHINA** | 21. – 25. Oktober 2024  
Markterkundungsreise

🇳🇱 **NIEDERLANDE** | 15. – 16. Oktober 2024  
Markterkundungsreise, Fokus „Bio“

🇦🇹 **ÖSTERREICH** | 14. Oktober 2024  
Food Night in Wien

### ► Infoseminare

🇮🇪 **IRLAND** | 10. Oktober 2024  
Online-Infoseminar

### ► Messen und Branchentreffs

🇦🇹 **ÖSTERREICH** | 20. Juni 2024  
REGAL Branchentreff Wien – bayer. Gemeinschaftsstand

🇦🇹 **ÖSTERREICH** | 18. – 20. Oktober 2024  
GUSTAV Dornbirn – bayer. Gemeinschaftsstand

🇦🇹 **ÖSTERREICH** | 09. – 13. November 2024  
Alles für den Gast Salzburg – bayer. Gemeinschaftsstand

ALLE TERMINE FINDEN SIE  
STETS AKTUELL AUF  
[www.alp-bayern.de/export-marketing/](http://www.alp-bayern.de/export-marketing/)



## BAYERNS LEBENSMITTEL-EXPORTE IN ZAHLEN

Nach den vorläufigen Zahlen des Statistischen Landesamtes stieg der Export von Produkten der bayerischen Ernährungswirtschaft im Jahr 2023 gegenüber dem Vorjahr mit 2,2 % nur geringfügig auf 21,1 Mrd. Euro.



**DIE SCHWEIZ STEHT AUF PLATZ 1 DER EXPORT-DRITTLÄNDER,**  
gefolgt vom  
Vereinigten Königreich,  
China und den USA.

### DIE DREI UMSATZSTÄRKSTEN TIERISCHEN PRODUKTE WAREN:

**Käse**  
(2,2 Mrd. Euro)

**Milch und  
Milcherzeugnisse**  
(1,4 Mrd. Euro)

**Fleisch und  
Fleischwaren**  
(1,4 Mrd. Euro)



Insgesamt wurden

**78,4 %**

aller ernährungswirtschaftlichen Produkte in die EU-Mitgliedsländer ausgeführt.

### BESONDERS POSITIV ENTWICKELTEN SICH DIE AUSFUHREN NACH

- + **Polen**  
(12,0 %)
- + **Spanien**  
(13,0 %)
- + **Ungarn**  
(13,8 %)

### IM GEGENSATZ DAZU SANKEN DIE AUSFUHREN VOR ALLEM IN DIESE LÄNDER

- **Niederlande**  
(-9,2 %)
- **Schweiz**  
(-8,1 %)
- **USA**  
(-7,3 %)
- **Griechenland**  
(-6,5 %)

### WICHTIGSTER EXPORTMARKT FÜR BAYERISCHE LEBENSMITTEL IST TRADITIONELL



**Italien**  
(2,1 Mrd. Euro)

#### GEFOLGT VON



**Österreich**  
(1,7 Mrd. Euro)

#### UND



**Niederlande**  
(920 Mio. Euro)

# Verkaufsförderung „BAYERISCHE WOCHEN“

Ganzjährig werden für gelistete Lieferanten sogenannte „Bayerische Wochen“ bei ausgewählten Handelsketten im Ausland durchgeführt. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, die Marktposition der bayerischen Hersteller beim jeweiligen Handelspartner nachhaltig zu festigen, das Interesse der Endverbraucherinnen und -verbraucher für bayerische Erzeugnisse zu steigern und den Abverkauf im Aktionszeitraum zu erhöhen.



BEI FOLGENDEN AUSLÄNDISCHEN  
HANDELSKETTEN SIND FÜR 2024  
VERKAUFSFÖRDERNDE BAYERISCHE  
WOCHEN GEPLANT:

- ▶ Konzum, Kroatien
- ▶ Rimi, Lettland
- ▶ Central Food, Thailand
- ▶ NTUC, Singapur
- ▶ Bingo, Bosnien-Herzegowina
- ▶ Idea, Serbien
- ▶ Tesco, Slowakei
- ▶ Fantastiko, Bulgarien
- ▶ Mercator, Slowenien

#### Italien

- ▶ Iper Futura (GDA-Gruppe)
- ▶ Talento (GDA)
- ▶ Deco (Multicedi)
- ▶ Emisfero (Unicomm)
- ▶ Famila (Unicomm)
- ▶ Emi (GMF)



Produktverkostungen und Promotionsflächen mit Kundenansprache sind wichtige Elemente der Bayerischen Wochen im ausländischen Handel.

**SIE WOLLEN KEINE TERMINE  
MEHR VERPASSEN?**

Um immer auf dem aktuellen Stand zu sein,  
registrieren Sie sich für unseren Newsletter –  
[www.alp-bayern.de/serviceangebot/newsletter/](http://www.alp-bayern.de/serviceangebot/newsletter/)

**AKTIV  
WERDEN &  
BETEILIGEN!**





## MARKTERKUNDUNGSREISE NIEDERLANDE

September 2023

Die Niederlande mit fast 18 Millionen Konsumentinnen und Konsumenten sind innerhalb der EU der größte Abnehmer deutscher Lebensmittel und Agrarprodukte. Für Bayern sind die Niederlande der dritt wichtigste Exportmarkt. Hier bestehen gewachsene und gut etablierte Handelsverbindungen.

Nach zwei virtuell durchgeführten Listungstagen mit der führenden Handelskette Albert Heijn in den Jahren 2020 und 2021 wurde 2022 ein weiterer Listungstag mit deren Partnerorganisation AMS Sourcing, der größten europäischen Einkaufsallianz, durchgeführt. Im Herbst 2023 organisierte die alp Bayern dann gemeinsam mit der Deutsch-Niederländischen Handelskammer (AHK Niederlande) eine Markterkundungsreise, an der sich sieben bayerische Hersteller beteiligten.

Die Teilnehmer wurden im Vorfeld und während der Gesprächstermine mit niederländischen Handelspartnern betreut und nutzten die Reise, um erste Geschäftskontakte zu knüpfen und Markteintrittschancen für sich zu bewerten.



Besuch der bayerischen Delegation bei  
Albert Heijn XL in Amsterdam-Gelderlandplein

**„Eine sehr gut organisierte Reise, auf der interessante Kontakte und Einblicke in den niederländischen LEH- und Großverbrauchermarkt zum weiteren Geschäftsaufbau gewährt und vermittelt wurden. Optimal geeignet für den Einstieg in den dortigen Markt.“**

*Daniel Stich,  
Key Account Manager,  
LEIMER KG*



Nur wer sich zeigt,  
wird auch gesehen

# MESSEN

## Kommende Fachmessen

Profitieren auch Sie vom starken Image Bayerns im B2B-Bereich und präsentieren Sie Ihre Produkte auf von der alp Bayern organisierten Gemeinschaftsständen bei folgenden Fachmessen:

### REGAL

20. Juni 2024 | Wien

Branchentreff 2024

► [www.regal.at](http://www.regal.at)

Für alle Ernährungsbranchen

### ALLES FÜR DEN GAST

9. – 13. November 2024 | Salzburg

Branchen-Leitfachmesse für die Gastronomie und Hotellerie im Donau-Alpen-Adria-Raum

► [www.gastmesse.at](http://www.gastmesse.at)

Für alle Ernährungsbranchen

### HOGA

12. – 14. Januar 2025 | Nürnberg

Die Messe für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung

► [www.hoga-messe.de](http://www.hoga-messe.de)

Für alle Ernährungsbranchen

### Biofach

12. – 14. Februar 2025 | Nürnberg

Weltleitmesse für Bio-Produkte

► [www.biofach.de](http://www.biofach.de)

Für alle Ernährungsbranchen /  
ausschließlich Bio-Produzenten



Die nächste **GRÜNE WOCHE**  
findet vom 17. bis 26. Januar 2025 statt.

## ALMEN UND ALPEN -

# Bayern präsentiert sich auf Grüner Woche in Berlin als Genussland und Top-Urlaubsregion

Mit einem erstklassigen weiß-blauen Auftritt präsentierte sich Bayern zu Jahresbeginn auf der Grünen Woche in Berlin. In der Bayernhalle 22b drehte sich alles um typisch bayerische Spezialitäten und um das facettenreiche Angebot der Urlaubsregion Bayern.

Auf der diesjährigen Sonderfläche „Almen und Alpen – Milcherzeugung auf Bayerisch“ konnten die Messebesucherinnen und -besucher feinste Käse von oberbayerischen Almen und Allgäuer Alpen genießen. Außerdem wurden technische Innovationen rund um die traditionelle Weidewirtschaft, wie ein GPS-gesteuertes Ortungssystem für Tiere zur Sicherstellung des Tierwohls auf der Alm/Alp und eine Management-App zur Unterstützung der Hirten und des Talbetriebs, erlebbar gemacht.

**Mehr als 80 bayerische Aussteller zeigten ihr Angebot in der Bayernhalle, darunter Erzeuger von Frankenweinen und Klosterbieren, von Gewürzen, Honig und Strohschwein-Spezialitäten. Ebenfalls vor Ort waren Tourismusverbände, Landkreise und die Anbietergemeinschaften „Urlaub auf dem Bauernhof“. Zusätzlich stellen unterschiedliche Verbände Bayerns Vielfalt unter anderem bei Weinbau, Fischereiwirtschaft und dem ökologischen Landbau vor.**

Eine Neuheit war die Podcast-Liegewiese. Zum ersten Mal konnten die Messebesucherinnen und -besucher dort akustisch in die Geschichte und Geschichten rund um das Urlaubsland Bayern eintauchen.

## Kommende Verbrauchermessen

*Profitieren auch Sie vom starken Image Bayerns bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern und präsentieren Sie auf folgenden Verbrauchermessen Ihre Produkte:*

### GUSTAV

**18. – 20. Oktober 2024 | Dornbirn**

Verbrauchermesse für Design, Handwerk und Genusskultur

► [www.gustav.messedornbirn.at/](http://www.gustav.messedornbirn.at/)

### FOOD & LIFE (WINTER)

**27. November – 01. Dezember 2024 | München**

Verbrauchermesse für handwerklich gefertigte Spezialitäten

► [www.food-life.de](http://www.food-life.de)

### GRÜNE WOCH

**17. – 26. Januar 2025 | Berlin**

Verbrauchermesse für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau

► [www.gruenewoche.de](http://www.gruenewoche.de)

**AKTIV  
WERDEN &  
BETEILIGEN!**

**SIE HABEN INTERESSE AN DEN  
BAYERISCHEN GEMEINSCHAFTSSTÄNDEN  
UND/ODER MÖCHTEN SICH FÜR DAS  
MESSEPROGRAMM ANMELDEN?**

Hier erhalten Sie alle Informationen  
[www.alp-bayern.de/messen/](http://www.alp-bayern.de/messen/)





## alp Bayern TEAM

Die alp Bayern ist eine eigenständige Einheit im Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus. Unsere Aufgabe besteht darin, die bayerische Ernährungswirtschaft durch erfolgreiche regionale, überregionale bis hin zu internationalen Werbemaßnahmen zu unterstützen.



**Anton Kreitmeir**  
Leitung der  
Agentur alp Bayern



**Claudia Gräber**  
Stv. Leitung,  
Exportmaßnahmen,  
Lebensmittelfachmessen



**Ellen Dankowski**  
Kommunikations-  
maßnahmen,  
Regionalmarketing



**Birgit Endres**  
Teamassistentz



**Susanne Ening**  
Regionalausstellungen,  
Teamassistentz



**Simone Fischer**  
Kommunikations-  
maßnahmen,  
Regionalmarketing



**Gundula Dietrich**  
Exportmarketing,  
Mediakooperationen



**Christine Franke**  
Regionalmarketing,  
Netzwerkkoordination  
„Bio aus Bayern“



**Michaela Schröder**  
Teamassistentz



**Dr. Christine Wenzl**  
Regionalmarketing,  
Netzwerkkoordination  
„Bio aus Bayern“



## Impressum

### Herausgeber:

Bayerisches Staatsministerium für  
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten  
und Tourismus  
Ludwigstraße 2, 80539 München  
[www.stmelf.bayern.de](http://www.stmelf.bayern.de)  
E-Mail: [info@stmelf.bayern.de](mailto:info@stmelf.bayern.de)  
Stand: Juni 2024

### Text und Redaktion:

Agentur für Lebensmittel –  
Produkte aus Bayern (alp Bayern)  
Dienstgebäude: Ludwigstraße 15  
Postanschrift: Ludwigstraße 2,  
80539 München  
[www.alp.bayern.de](http://www.alp.bayern.de)  
E-Mail: [info@alp.bayern.de](mailto:info@alp.bayern.de)

### Bildnachweis:

Bayerisches Staatsministerium für  
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und  
Tourismus außer Staatsministerin  
Michaela Kaniber:  
Hauke Seyfarth/StMELFT

### Gestaltung:

CUBE Kommunikationsagentur GmbH

### Druck:

Hausdruckerei StMELFT

### Hinweis:

Diese Druckschrift wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von 5 Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.



# Rund- um

gut,  
lokal,  
Bayern.

Zum Beispiel frische Kräuter und  
Gemüsesetzlinge aus der  
Biogärtnerei Herb und andere  
geniale regionale Produkte.

Einkaufen im Hofladen ist gut für  
dich, die Landwirte, nachhaltig und  
insgesamt eine runde Sache.

[regionales-bayern.de](https://regionales-bayern.de)



 **biogaertnerherb**

Eva-Maria Herb, Biogärtnerei Herb in Kempten **#Hoffluencer**

Einer von über 3.000 bayerischen Hofläden in deiner Nähe: [regionales-bayern.de](https://regionales-bayern.de)

Bayerisches Staatsministerium für  
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

