



Sensibilisierung/ Verbraucher informieren/ Markt schaffen für neue Sorten

ZIEL / NUTZEN	<ul style="list-style-type: none"> • Sortiments- und Marktanpassung der Land- und Ernährungswirtschaft • Stärkung des Marktpotentials und Unterstützung der land- und ernährungswirtschaftlichen Betriebe bei der Vermarktung klimaangepasster Sorten und Arten
BESCHREIBUNG	<p>Aufgrund sich ändernder Klimabedingungen können Sorten, die bislang aus wärmeren Regionen Europas bekannt sind, teilweise auch in BW angebaut werden. Darüber hinaus gelangen besser an den Klimawandel angepasste neue bzw. „erneuerte/wiederentdeckte“ Arten und Sorten in die Produktion. Dadurch eröffnen sich neue Marktchancen, die es durch Informations- und Aufklärungsmaßnahmen entlang den betreffenden Wertschöpfungsketten zu begleiten gilt (Qualitätsprogramme BIOZBW, QZBW, ggf. Geoschutz z. B. über die Regionalkampagne "Natürlich. VON DAHEIM").</p>
BEISPIELE	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <ul style="list-style-type: none"> • Anbau der Rebsorten Merlot und Cabernet Sauvignon • Wiederbelebung des Satzanbaus (Wein) • Kiwi (Bodensee) • Kichererbsen (Main-Tauber) • (Winter-)Mohn (Main-Tauber, Schw. Alb) </div> </div> <p style="text-align: right; font-size: small;">Abb.: Kiwi -Pflanze; © milivigerova – pixabay.com</p>
SYNERGIEN / ANKNÜPFUNGSPUNKTE ZU WEITEREN THEMEN	<p>Es bestehen Synergien mit dem Themenbereich Biodiversität.</p>
<p>ZUSTÄNDIGKEIT</p> <p>Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Marketinggesellschaft BW (MBW)</p>	<p>BETEILIGUNG</p> <p>Landwirtschaftliche Betriebe, Ernährungshandwerk und -gewerbe, Lebensmitteleinzelhandel (LEH), Außerhausverpflegungseinrichtungen</p>
<p>FREQUENZ</p> <p>Fortlaufend</p>	<p>KOSTEN</p> <p>Personalkosten, Sachkosten (v. a. Werbemittel)</p>
<p>FÖRDERMÖGLICHKEITEN</p> <p>Im Rahmen der Notifizierung der o. g. Qualitätsprogramme, wie z. B. Marketing- und Entwicklungsprojekte</p>	
<p>ERFOLGSKRITERIEN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Zeichennutzung • Anteil am Vermarktungsvolumen
<p>INDIKATOREN (MONITORINGBERICHT 2020 BW/ ERGÄNZEND)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl Zeichennutzer • Listung Großhandel, LEH, etc. • Passendes Kommunikationskonzept der Zeichennutzer

Weiterführende Links

- <https://www.gemeinschaftsmarketing-bw.de/qualitaetszeichen-bw/>
- <https://www.gemeinschaftsmarketing-bw.de/bio-zeichen-bw/>
- <https://www.landwirtschaft-bw.info/pb/MLR.LW.Lde/Startseite/Betrieb%20und%20Umwelt/Direktvermarktung>