

7.3 Ergebnisse der Vermarktungsanalyse

7.3.1 Überprüfung der Voraussetzungen für eine Regionalvermarktung von „naturschutzgerecht“ erzeugten Produkten aus dem niedersächsischen Elbetal

Eine regionale Vermarktungskonzeption verspricht nur Erfolg, wenn die beiden Grundvoraussetzungen Regionalität und Qualität erfüllt werden. Um zu prüfen, ob diese beiden Aspekte für das niedersächsische Elbetal gegeben sind, wurde eine Unternehmens- und Umweltanalyse für die befragte Gruppe landwirtschaftlicher Betriebe im niedersächsischen Elbetal vorgenommen. Dazu wurden neben Literatur die Befragungen auf allen Vermarktungsstufen herangezogen. Schließlich wurden Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken für ein regionales Vermarktungskonzept herausgearbeitet und die Ergebnisse auf die wesentlichen Voraussetzungen hin geprüft.

Die beiden genannten Grundvoraussetzungen sind für das niedersächsische Elbetal gegeben. Die Untersuchungen zeigen für die Region ein positives Image, unterstützt durch einen hohen Bekanntheitsgrad¹ sowie als Besonderheit einen hohen Anteil an Naturschutzflächen und die Anerkennung als Biosphärenreservat. Eben dieser hohe Anteil an Naturschutzflächen eignet sich, um gerade in dieser Region besonders hochwertige Produkte durch eine umweltschonende Bewirtschaftung zu erzeugen.

Weiterhin ist zu klären, ob die Herkunft Elbetal und die Prozesseigenschaft „naturschutzgerecht“ auch zu Präferenzen auf allen Vermarktungsstufen führen. Auch diese Voraussetzungen sind erfüllt. Somit erscheint die Entwicklung eines Regionalvermarktungskonzepts für das niedersächsische Elbetal aussichtsreich.

Ein umsetzbares Marketing-Konzept allein reicht allerdings für den Erfolg nicht aus. Es bedarf zudem einer erfolgreichen Umsetzung durch Engagement und Initiative aus der Region, unternehmerischer Persönlichkeit und einer guten Organisationsstruktur (vgl. BESCH et al. 2000; BESCH/HAUSLADEN 1999; RATH-KAMPE 2000 und WIRTHGEN et al. 1999b). Damit sollte es dann wohl auch gelingen, die erforderliche Akzeptanz in der Gesellschaft zu erreichen.

¹Das niedersächsische Elbetal ist unter 80 % der Befragten bekannt. Von den 20 % der Befragten, die nichts mit dem Begriff des niedersächsischen Elbetals verbinden, stammt die Hälfte aus Hamburg, ein Drittel aus Lüneburg und ein Sechstel aus der Region selbst (KONSUMENTENBEFRAGUNG 1999).