

Qualität von Nahe und Hunsrück gemeinsam vermarkten

Beste Qualität und kurze Wege kennzeichnen die Produkte der Marke „SooNahe“, die Ende September auf den Markt gebracht worden ist

Wenn Winzer, Bauern, Müller, Bäcker, Metzger und andere Lebensmittelerzeuger im Hunsrück und im Naheland auftischen, was ihre Betriebe hergeben, dann war die Tafel für die Verbraucher immer schon reichlich gedeckt. Seit September sind manche der Produkte aber nicht nur einfach köstlich, sondern sogar „ausgezeichnet“.

„SooNahe“ heißt die regionale Marke, die vom Regionalbündnis Soonwald-Nahe gemeinsam mit dem Hunsrückmarketing auf den Weg gebracht wurde. Erstmals hatte sie ihren Auftritt beim Bad Kreuznacher Bauernmarkt und auf den „Tagen der Region“ in Gemünden. 84 Gründungspartner mit ihren **Produkten aus Wäldern, Wiesen, Feldern und Weinbergen** beteiligten sich an dem Markenstart, eine Reihe Interessierter wartet darauf, dass sie nach eingehender Prüfung und entsprechender Eignung zur Gruppe der Auserwählten hinzu stoßen darf.

„Ziel des **Regionalbündnisses Soonwald-Nahe** und des **Hunsrück-Marketing** ist es, mit Hilfe dieser Marke das Verbraucherbewusstsein noch mehr für regionale Produkte, wirtschaftliche Kreisläufe und kurze Wege zu schärfen“, erklärt Dr. Rainer Lauf, der Vorsitzende des Regionalbündnisses. „Aber auch die Identifizierung der Bevölkerung mit der Heimatregion, ihren Erzeugern, hochwertigen Produkten und der dadurch entstandenen Kul-



Auf den Bauernmärkten der Region wurden SooNahe-Produkte erstmals präsentiert.

turlandschaft ist uns ein wichtiges Anliegen.“ Die Lizenzgebühren, die jeder Nutzer des Logos für seine Produkte zu entrichten hat, fließt in Marketingmaßnahmen. Allerdings sind die Mittel noch begrenzt. Insgesamt stehen nach den Angaben Rainer Laufs inklusive der Sponsorenbeiträge und Fördermittel jährlich rund 20.000 Euro zur Verfügung. „Damit können wir das Marketing der einzelnen Erzeuger nicht ersetzen.“

Um die hochwertigen Produkte auch an die Kundschaft zu bringen, bedarf es eines **funktionalen Vertriebs**. Dabei will SooNahe vor allem auf die bereits vorhandenen Strukturen bauen. Ein eigenes Vertriebsnetz soll daher nicht geschaffen werden, die Kunden sollen sich auch weiterhin direkt an die Betriebe wenden. Bäcker, Metzger und andere Verarbeiter wollen zusätzlich zu ihren eigenen Erzeugnissen „SooNahe“-Produkte in ihr Angebot aufnehmen.

„In erster Linie dient die Marke dazu, die guten Betriebe der Region unter einem Logo zusammenzufassen und ihnen mit dem breit angelegten gemeinsamen Marketing einen höheren

Stellenwert und ein besseres Image bei den Verbrauchern zu verschaffen“, erklärt Rainer Lauf. „Die Regionalmarke ist die Plattform für Betriebe mit hohem Qualitätsanspruch und einer regionalen Verankerung.“

Auch die **Gastronomie spielt hier eine große Rolle**. Die teilnehmenden Gaststätten und Restaurants verpflichten sich, Gerichte, Säfte und andere Grundprodukte von SooNahe-Erzeugern zu verwenden.

Winzerbetriebe können ebenfalls neben ihren eigenen Produkten ein zusätzliches Sortiment von SooNahe anbieten. „Dort besteht eine langjährige Erfahrung mit der Direktvermarktung – und bei den Weinkunden auch durch ein Bedürfnis nach zusätzlichen anderen attraktiven Leckereien aus der Region“, sagt Lauf.

Darüber hinaus gibt es jetzt schon im regionalen Vertrieb erfahrene Verkaufsstellen wie den **Bad Kreuznacher Regiomarkt**, der auch bisher schon viele SooNahe-Erzeuger im Angebot hatte und dies noch ausweiten wird. Auch auf einigen Märkten der Region sind SooNahe-Teilnehmer mit ihren Verkaufswagen oder

BEZIEHUNGSKISTE

Ein beziehungsreicher Name:

Der Warenkorb mit SooNahe-Produkten soll die Beziehung zur Region auch namentlich ausdrücken und kann zum eigenen Konsum, aber in erster Linie auch als Präsent für Privatpersonen und Firmen bezogen werden. Enthalten sind beispielsweise haltbare Lebensmittel wie Wurst, Säfte, Honig und vieles mehr.



SOONAHE

Lizenzgebühr:

Die Grundgebühr beträgt 100 Euro im Jahr. Je nach Produkt und Umsatz kann sie bis auf 200 Euro steigen. Kleinerzeuger erhalten entsprechende Nachlässe.

Kriterien:

Um seine Waren mit dem SooNahe-Logo schmücken zu dürfen, müssen Kriterien erfüllt werden, die von Produkt zu Produkt unterschiedlich und die in so genannten Pflichtenheften zusammengefasst sind. Gemeinsam haben sie: Sie müssen aus der Region stammen. Eine ökologische Produktionsweise ist nicht zwingend erforderlich.

Ständen präsent. Dazu kommen neue Anlaufstellen wie der Museumsladen im Freilichtmuseum Bad Sobernheim oder am Disibodenberg. Während die Erzeuger der Markenprodukte bisher aus den Landkreisen Bad Kreuznach und Rhein-Hunsrück stammen, sollen in Zukunft auch Anbieter aus dem Raum Birkenfeld mit einbezogen werden.

Für 2009 setzen sich die Verantwortlichen das Ziel, das **Vertriebsnetz auszubauen** und in allen Mittelpunkorten der Kreise und Verbandsgemeinden entsprechende Verkaufsstellen zusammen mit vorhandenen Partnern zu etablieren, damit SooNahe-Produkte flächendeckend erhältlich sind. Eine Kooperation läuft derzeit mit einer großen Supermarktkette, die eine „SooNahe-Regionaltheke“ eingerichtet hat.

Gesucht wird noch nach Interessenten für einen Lieferservice, der die Transportlogistik leistet, damit immer mehr Erzeuger und Verkaufsstellen verknüpft werden können.

Lieferlogistik ist auch beim derzeit am meisten nachgefragten Einzelprojekt notwendig, der **„Beziehungskiste“** von SooNahe. Hierin befinden sich in einem attraktiv gestalteten Karton verschiedene haltbare Produkte aus der Region.

Insgesamt sehen die Markeninitiatoren nach der großen öffentlichen Aufmerksamkeit, die das Projekt schon beim Start begleitet, eine gute Zukunftschance, ihre Ziele langfristig zu etablieren und die Bevölkerung von der Notwendigkeit regionalen Denkens und Handelns zu überzeugen. ■ T.S.

KONTAKT

Die Rechte an der Marke „SooNahe“ hält das Regionalbündnis Soonwald-Nahe, ein gemeinnütziger ehrenamtlicher Verein. Der Hunsrück-Marketing e.V. übernimmt die organisatorische und wirtschaftliche Betreuung der Marke und deren Produkten.

Regionalbündnis Soonwald-Nahe e.V.
Ringstraße 17 · 55627 Weiler
Tel.: (06754) 9 45 99 29
E-Mail: info@soonah.de
Internet: www.soonah.de

Hunsrück Marketing e.V.
Helmut Hehner
Hauptstraße 4 · 55596 Waldböckelheim
Tel.: (06543) 50 89 06

E-Mail: info@hunsrueck-marketing.de
Internet: www.hunsrueck-marketing.de

