

Produktvielfalt ist die Stärke

Regionalmarke „SooNahe“ wird bei der Selbsthilfemesse erstmals im Kreis Birkenfeld präsentiert – Verkaufsstellen geplant

Seit drei Wochen sind Produkte von „SooNahe“ erhältlich. Über die Regionalmarke sollen die Einwohner des Kreises Birkenfeld nun mehr erfahren.

KREIS BIRKENFELD. Dem von allen Seiten bescheinigten Traumstart in Bad Kreuznach und Gemünden folgt nun die Präsentation der neuen Regionalmarke im Kreis Birkenfeld: Bei der Selbsthilfemesse am Samstag, 18. Oktober, in der Idar-Obersteiner Mikadohalle unter dem Motto „Gut essen – gesund genießen“ sind auch die Vertreter von „SooNahe – Gutes von Nahe und Hunsrück“ mit von der Partie.

Mit 84 Gründungspartnern, davon ein Dutzend aus dem Kreis Birkenfeld, sieht Dr. Rainer Lauf, der Vorsitzende des Regionalbündnisses Soonwald-Nahe als Träger der Marke, „SooNahe“ gut aufgestellt. „Die Vielfalt der Erzeugnisse ist unsere Stärke“, glaubt der Kinderarzt aus Bad Sobernheim: Auf der Woge des erfolgreichen Leitprodukts Nahewein bieten die beteiligten Betriebe eine beachtliche Produktpalette an, die gentechnikfrei ist und unter anderem Rind-, Schweine- und Lammfleisch, Wild, Fisch, Obst und Gemüse, Säfte und Backwaren umfasst. In 15 Pflichtenheften sind die jeweiligen Qualitätsrichtlinien niedergeschrieben.

Dem Regionalbündnis und seinem Wirtschaftspartner Hunsrück-Marketing geht es nicht darum, neue Läden aufzubauen, sondern vorhandene Strukturen zu stärken. „In erster Linie dient die Marke dazu, die guten Betriebe der Region unter einem Logo zusammenzufassen und ihnen mit einem breit angelegten gemeinsamen Marketing hö-



Regionale Erzeuger von Nahe und Hunsrück haben einiges zu bieten: Nach der „Beziehungskiste“, die mit haltbaren Waren aus der Region bestückt ist, herrscht bereits große Nachfrage.

heren Stellenwert und Image bei den Verbrauchern zu verschaffen“, erläutert Lauf. Eigene „SooNahe“-Shops existieren

folglich nicht. Vielmehr ergänzen die Produkte die Angebote von Bäckern, Metzgern, Hofläden sowie des Re-

gionmarkts Nahe in Bad Kreuznach und weiterer Geschäfte. In zwei bis drei Jahren soll es in allen Mittelpunkorten der Verbandsgemeinden Verkaufsstellen geben.

Eine vom rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium und der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) finanzierte Machbarkeitsstudie kam zu dem Ergebnis, dass die Kreise Bad Kreuznach, Rhein-Hunsrück und Birkenfeld über genügend Potenzial an Erzeugern und Abnehmern verfügen. „Unser Ziel ist, das Verbraucherbewusstsein noch mehr für regionale Produkte,

wirtschaftliche Kreisläufe und kurze Wege zu schärfen“, sagt Lauf, den die große Nachfrage für die mit haltbaren Waren aus der Region gespickten „Beziehungskiste“ ermutigt.

Bereits bei der Konferenz „Ackern & Genießen“ des Regionalbündnisses 2003 entstand die Idee für eine Regionalmarke „SooNahe“, blickt der 50-Jährige zurück, der zusammen mit Helmut Hehner aus Waldböckelheim, dem Vorsitzenden von Hunsrück-Marketing, den Markenvorstand leitet: Unter dem Motto „Landwirtschaft hat Zukunft“ wurden den Bauern Wege aufgezeigt. (ks)

Stichwort

Regionalbündnis Soonwald-Nahe

1997 schlug die Geburtsstunde des Regionalbündnisses Soonwald-Nahe, das seit 2001 als eingetragener Verein organisiert ist und inzwischen rund 370 Mitglieder zählt. Das Spektrum der Aktivitäten reicht von bundesweit beachteten Umweltprojekten wie „Lebendiger Soonwald“ und „Lebendige Nahe“ über eine Solarinitiative, Gesundheitsthemen und historische Kurse bis hin zu den alljährlichen „Tagen der Region“. Derzeit gilt das Hauptaugenmerk dem Aufbau der Regionalmarke „SooNahe“.