

Weitere ONNO-Veranstaltungen

Lukullischer Kontrapunkt zum "Musikalischen Sommer"

Der "Musikalische Sommer in Ostfriesland" der Ostfriesischen Landschaft gehört seit Jahren zu den herausragendsten Kulturveranstaltungen in der Region. Mit der Initiierung des "Kulinarischen Sommers in Ostfriesland" hat ONNO zu diesem etablierten Festival nun einen lukullischen Kontrapunkt gesetzt.

Mit der Unterstützung regionaler Erzeuger und Gastronomen gestaltete ONNO vom 26. Juli bis zum 10. August 2003 an insgesamt zehn Festivalorten die Beköstigung des Konzertpublikums. Von Beginn an fand das gastronomische Angebot begeisterten Anklang bei den insgesamt beinahe 5000 Besuchern. Gerade die sommerliche Witterung und die Möglichkeit, in dem einzigartigen Dreiklang von musikalischem Erlebnis, romanischen Kirchen und herrlichen Pfarrgärten regionale Spezialitäten und ausgesuchte Getränke zu bekommen, sorgte an jedem Festivalort für großen Publikumsandrang vor.

Die an einem speziellen Infostand vorgehaltenen Informationsbroschüren über regionale Qualitätsprodukte fanden großen Zuspruch. Durch das fachkompetente ONNO-Personal konnten darüber hinaus zahlreiche vertiefende Beratungs- und Informationsgespräche geführt werden. Ebenso große Resonanz fand die von der Universität Oldenburg durchge-

führte Publikumsbefragung, deren Ergebnisse wertvolle Erkenntnisse über eine potentielle Erweiterung und Modifikation des Veranstaltungsformates hervorgebracht hat. Die regionale Presse begleitete das Projekt mit großem Interesse und uneingeschränkt positiv.

Die Vorbereitungen für den zweiten Kulinarischen Sommer vom 16. Juli bis 8. August 2004 laufen bereits. Interessierte Gastronomen können sich mit uns in Verbindung setzen.

Ernährungskohltour in die Zukunft

Am 25. November startete vom Landhotel Oltmanns in Friedeburg aus eine Kohltour der besonderen Art: In Zusammenarbeit mit dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanzierten Projekt OSSENA, Universität Oldenburg, veranstaltete ONNO das **I. Zukunftsmahl** in Ostfriesland. Die rund 50 geladenen Gäste diskutierten über den Ist-Zustand und die Zukunft der ernährungskulturellen Situation in der Region. Hierbei konnten sie die Vielfalt des ostfriesischen Grünkohls genießen.

In regelmäßigen Abständen werden in den kommenden zwei Jahren Zukunftsmahle stattfinden. Sie richten sich an Multiplikatoren aus der Region, die als Verantwortliche dazu beitragen können, das Thema Regionale Produkte und die Stärkung der regionalen Wertschöpfungskette in den Blick zu rücken.

Im WorldWideWeb regional surfen

www.onno-net.de: mit der laufend aktualisierten Liste der ONNO-Unternehmen und aktuellen Informationen und Terminen aus der Region

www.osse-na-net.de: Forschungsprojekt des Bundesministeriums für Bildung und Forschung an der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg "Ernährungsqualität als Lebensqualität"

www.modellregion-ostfriesland.de: alles über den Bundeswettbewerb "Regionen aktiv!" in Ostfriesland - Strukturen, Förderhinweise, Ansprechpartner und natürlich viele Infos zu laufenden Projekten

www.lhv.de: bei Fragen rund um die Landwirtschaft Ihr kompetenter Partner

In Kürze

Neue Aufgabe für ONNO

Am 1. Juli 2003 hat ONNO eine neue Aufgabe übernommen. Das Projekt OSSENA "Ernährungsqualität als Lebensqualität" nahm seine Arbeit an der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg auf. Die Wissenschaftler beschäftigen sich zweieinhalb Jahre lang mit der Ernährungssituation in Ostfriesland. Es werden landwirtschaftliche Produktionswege durchleuchtet, der Handel wird mit einbezogen. Aktionen in unterschiedlichen Schulen finden statt, und das Einkaufsverhalten einzelner Haushalte in Ostfriesland wird evaluiert. Angesiedelt ist das Projekt am Lehrstuhl für Unternehmensführung und Betriebliche Umweltpolitik sowie am Lehrstuhl für Absatz und Marketing. ONNO leistet seinen Beitrag in Form von öffentlichkeitswirksamen Aktionen. Hier sind vor allem der Kulinarische Sommer sowie die regelmäßig stattfindenden Zukunftsmahle und Ostfrieslandmahle zu nennen.

Personalien

Zuwachs für ONNO

ONNO hat Zuwachs bekommen. In Zukunft werden **Elise Fritze, Andreas Behrends** und **Thorsten Helmerichs** die drei anderen Teammitglieder **Veronika Nölle, Karsten Uphoff** und **Edzard Wagenaar** bei ihrer Arbeit unterstützen. **Jens Albowitz** hat seine Ämter zum Ende des Jahres niedergelegt. Das ONNO-Team bedankt sich für seine Arbeit und wünscht ihm weiterhin alles Gute.

Neuer ONNO-Vorstand

Auf der Jahreshauptversammlung am 16. Dezember wurde ein neuer Vorstand gewählt. Den Posten des 1. Vorsitzenden übernimmt **Prof. Dr. Reinhard Pfriem**. **Monika Rösemeier-Harms** ist 2. Vorsitzende, **Udo Schumacher** Schriftführer. Als Kassenwart wurde **Andreas Behrends** gewählt.



Infos aus dem Ökologischen Unternehmensnetzwerk Ostfriesland e.V.

01 2004

EDITORIAL

Moin, liebe Leserin, lieber Leser!

Jetzt ist es endlich soweit, neue Nachrichten aus und über das ONNO-Netzwerk. Wir möchten Sie nun in dieser zweiten Ausgabe des Newsletter über vergangene und geplante Aktivitäten des Netzwerks, seine Mitgliedsunternehmen und Aktuelles aus der Region informieren. Wiederum soll dieser Newsletter Sie anregen, „aktiv“ zu werden, und wir hoffen, Sie auf unseren Veranstaltungen, Messen und Workshops begrüßen zu können.

Ihr ONNO-Team

INHALT

- Qualität verbindet.** Regionale Gastronomie schätzt heimische Produkte **1**
- ONNO-Nachrichten** **2/3**
- Lieferdienst mit Logo.** Direktvermarkter, Gastronomen und Logistiker planen gemeinsam **3**
- Service** **4**

IMPRESSUM / KONTAKT

Herausgeber: ONNO - das ökologische Unternehmensnetzwerk Ostfriesland e.V., Der Vorstand, Emder Str. 2, 26603 Aurich, Tel. 0 17 9 - 2 33 00 22, E-Mail: info@onno-net.de
Redaktion: Elise Fritzen
Satz und Gestaltung: profero Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikation, Varel, Tel. 04451 - 9686960, E-Mail: joerg.spanjer@profero-info.de
Druck: Solleremann, Leer



Ostfriesische Köche bringen immer häufiger regionale Erzeugnisse auf den Tisch. Zum Beispiel Udo Schumacher (r.) beim Zukunftsmahl am 25. November 2003 in seinem Landhotel Oltmanns.

Qualität verbindet

1 Regionale Gastronomie schätzt heimische Produkte

Immer mehr Köche kooperieren mit hiesigen Erzeugern und bringen ihren Gästen Gutes aus Ostfriesland auf den Teller. Und das nicht nur aus reinem Idealismus.

Einmal bitte das Wirdumer Perlhuhnragout und einmal das Geschnetzelte vom Salzwiesenkalb aus Neßmergroden!“ Wenn **Michael Vogel** vom Lokal Albert in Emden diese Bestellung hört, dann zaubert er aus dem reichhaltigen Schatz ostfriesischer Qualitätsprodukte eine wahre Gaumenfreude.

Wie immer mehr seiner Kollegen in Ostfriesland hat der gebürtige Österreicher sich darauf besonnen, seinen Gästen

ostfriesische Qualität auf dem Teller zu präsentieren. Dabei kommt es ihm nicht darauf an, nur regionaltypische Gerichte zu kochen. Er schwört vielmehr auch auf den Einfluss aus anderen kulinarischen Regionen.

In **Jens Behrends**, Züchter vom Salzwiesenkalb, hat er einen zuverlässigen Geschäftspartner gefunden. Die Wege

Weiter geht's auf der nächsten Seite ►

Qualität verbindet

Fortsetzung von voriger Seite

► sind kurz in Ostfriesland, und gerade diesen Faktor nutzen Vogel und Behrends in ihren Geschäftsbeziehungen. Zustande gekommen ist der Kontakt durch die Initiative von Michael Vogel, der auf der Suche war nach einer Alternative zu den Großlieferanten. Er wollte die Erzeuger vor Ort unterstützen - und dies nicht nur aus reinem Idealismus. Die Qualität und das Preis-Leistungsverhältnis müssen stimmen, schließlich sollen nicht nur seine Gäste satt werden!

Inzwischen hat Michael Vogel mehrere Produkte aus der engsten Region auf der Speisekarte stehen. Neben dem Perlhuhn vom Diekenshoff bezieht er auch regelmäßig Käse vom Käsehof Rozenburg in Pilsum sowie Gemüse vom Demeterhof Kehl am Dollart.

ONNO festigt geschäftliche Verbindungen

Neben den exzellenten Erfahrungen, die Michael Vogel mit ostfriesischen Erzeugern macht, gibt es aber auch Schattenseiten. Lieferengpässe sind von kleineren Lieferanten schwer zu überbrücken. Es ist immer noch schwierig, den Kunden zu verdeutlichen, warum sie für diese hochwertigen Qualitätsprodukte tiefer in die Tasche greifen müssen. Massenproduktion ist aufgrund der hergestellten Menge eben meist kostengünstiger als landwirtschaftliche Produkte, die Sorgfalt und Zeit in Anspruch nehmen. Doch natürlich bezahlt der Verbraucher trotzdem den Preis: die Qualität sinkt, und das Risiko, minderwertige Lebensmittel zu beziehen, steigt!

Dieses Projekt wurde gefördert mit Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor.



Ostfriesland schmeckt: Michael Vogel, Koch im Emdrer Lokal Albert, beim Kulinarischen Sommer.

Mit anderen Problemen hat **Udo Schumacher** vom Landhotel Oltmanns in Friedeburg zu kämpfen. Auch er ist kein Ur-Ostfrieser, hat sich aus dem Rheinland in den hohen Norden aufgemacht und mit viel Liebe den alten Landgasthof zu einer kulinarischen Perle herausgeputzt.

Udo Schumacher versteht sich in der Tradition der Region, was bei ihm vor allem bedeutet, sich auf die regionaltypischen Speisen zu konzentrieren. Seine

Produkte bezieht er vielfach vom Großhändler, jedoch: "Wenn es stabile und funktionierende Lieferbeziehungen in Form einer zentralen Bestelladresse oder ähnlichem geben würde, könnte ich es mir überlegen, mehr Produkte direkt aus der Region zu beziehen."

Doch trotz dieses Hindernisses wurde eine Geschäftsverbindung geschaffen, die nicht zuletzt auf einem Workshop von ONNO gefestigt wurde. So lieferte der **Biohof Harms** aus Ostgroßefehn Rindfleisch in Bio-Qualität an die Küche des Landhotels Oltmanns. Obwohl dies nur eine bislang kurzfristige Zusammenarbeit war, sind solche Experimente gerade für die Gastronomie immer wieder vonnöten. Dadurch werden Möglichkeiten geschaffen, dem Kunden etwas Besonderes anzubieten und gleichzeitig die Nachfrage und die Zahlungsbereitschaft der Kunden zu testen.

In den kommenden Wochen startet ONNO e.V. eine Initiative, die vor allem ostfriesische Käsespezialisten bekannter machen soll. Dieser Testlauf soll die Nachfrage bei den Kunden abklopfen und den Gastronomen Anregungen für die Verwendung der regionalen Qualitätsprodukte liefern.

Vernetzung in der Tagespresse

Über das Vernetzungsprojekt der Modellregion Ostfriesland e.V. hat ONNO die Artikelserie „Ostfriesland Aktiv“ in der Ostfriesen-Zeitung angeregt. 22 Artikel erschienen jeweils mittwochs auf den Regionalseiten. Berichtet wurde über Erzeuger, Handwerksbetriebe und Gastronomen aus der Region. Beachtliche, manchmal schon vergessene, handwerkliche Fähigkeiten und kulinarische Besonderheiten erstrahlten in neuem Glanz. Viele Unternehmen konnten durch diese Öffentlichkeitsarbeit den einen oder anderen neuen Kunden gewinnen.

Alle wollen den Einkaufsführer

Am 28. September präsentierten sich zahlreiche Anbieter kulinarischer Genüsse aus dem Nordwesten vor der historischen Kulisse des Museumsdorfes Cloppenburg. ONNO präsentierte dort die Modellregion Ostfriesland e.V. und die Direktvermarkter aus Ostfriesland. Der neu entwickelte Einkaufsführer fand reißenden Absatz. Am Stand von ONNO e.V. konnten die Besucher ostfriesische Käsespezialitäten probieren und sich von der hohen Qualität und dem guten Geschmack überzeugen. Das Brot dazu kam von der Landbäckerei Lorenz aus Osteel.

Lieferdienst mit Logo

Vermarkter, Logistiker und Gastronomen planen gemeinsamen Service

Wir brauchen einen Lieferservice mit einem einheitlichen Logo für ostfriesische Qualitätsprodukte“, so die Stimmen vieler Direktvermarkter. Das hört sich gut an, ist aber viel schwerer zu realisieren, als wir anfangs dachten.

Viele Direktvermarkter fahren ihre Produkte einzeln zu den Kunden. Dabei geht Zeit verloren, die für die Produktion genutzt werden könnte. Da liegt es nahe, die Produkte mit anderen Kollegen zu bündeln und ein Logistikunternehmen zu beauftragen, das die zuverlässige Belieferung garantiert.

Mit Unterstützung der Modellregion Ostfriesland wurde dieses Vorhaben in Angriff genommen. Auf einem Workshop mit Direktvermarktern, Logistikern und Gastronomen wurden folgende Anforderungen formuliert: man braucht ein einheitliches Logo, Bio- und konventionelle Ware muss deutlich unterscheidbar sein, und das Logo sollte zusätzlich einen Hinweis auf die Herkunft geben. Der

Viele Direktvermarkter fahren ihre Erzeugnisse selbst zu den Kunden. Das kostet Zeit, die für die Produktion fehlt. Doch die Bündelung der Transporte gestaltet sich schwierig.

Logistiker muss Professionalität gewährleisten können und zwecks Akquise von Neukunden in der Region etabliert sein. Eine einheitliche Bestelladresse würde Kunden die Bestellung erleichtern.

Offensive für ostfriesische Produkte

Aber mit diesen Anforderungen wurde bereits Uneinheitlichkeit deutlich. Einige Direktvermarkter möchten die Akquise selber betreiben, denn nur sie können von der Qualität ihrer Produkte überzeugen. Auch zur Frage, ob der Logistiker die Rechnungsabwicklung betreiben sollte, gab es unterschiedliche Meinungen. Einige Logistiker halten ein zentrales Lager für sinnvoll, dies würde allerdings die Kosten erhöhen.

Die Gastronomen erwarten Proben, um sich von der Qualität der Produkte überzeugen zu können sowie eine zentrale Bestelladresse und eine pünktliche Lieferung in der geforderten Menge zu einem angemessenen Preis. Auch die zunächst als einfach angesehene Zuladung bei bestehenden Lieferunternehmen gestaltet sich schwieriger als erwartet. Die Berechnungsgrundlage der eingegangenen Angebote von Logistikern war höchst unterschiedlich. Einige berechnen nach Volumen mit einem monatlichen Grundpreis, andere wiederum nach Gewicht mit einer Anfahrtspauschale, wieder andere berechnen die Preise ganz unterschiedlich nach eingegangenen Aufträgen. In der Konsequenz bedeutet dies, dass je nach Art der Ware, der Produktmenge und der Anfahrtswege die Preise sehr unterschiedlich ausfallen können und jeder Direktvermarkter für sich entscheiden muss, welches Modell das kostengünstigere ist.

Neu: Projekt "Küche der kurzen Wege"

Im Zuge dieses Projektvorhabens, das ONNO in Kooperation mit Region Ostfriesland e.V. durchführt, soll die Vermarktung regionaler Produkte und regionaltypischer Speisen entwickelt werden. Gastronomen werden gemeinsam mit regionalen Erzeugern sowohl den Ostfriesen als auch Touristen die Vielfalt regionaler Produkte und Speisen näher bringen. Die erste im Zuge des Projektes geplante Aktion: „Der Ostfriesland-Teller“, wird im Mai 2004 an den Start gehen. Gemeinsame Vermarktungsaktivitäten sind bereits in Planung. Infos bei Karsten Uphoff Tel. 0441 / 798 4173.

Die verbliebenen Logistikangebote sollten nun allen Direktvermarktern vorgelegt werden. Mit einem Zusammenschluss benachbarter Betriebe könnten die Kosten verringert werden. Damit wären zunächst die dringenden Lieferschwierigkeiten gelöst. Mit der Entwicklung der Dachmarke kann der nächste Schritt zu einem einheitlichen Marktauftritt angegangen werden. Das Jahr 2004 sollte ein Jahr der Offensive für ostfriesische Qualitätsprodukte werden - der Kulinarische Sommer, vier große Ostfrieslandmahle und die Bereitschaft des Handels auf regionale Qualität zu setzen, lassen hoffen.