

Werner Bätzing/Ulrich Ermann/Kirsti Scheu

(Institut für Geographie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg)

Regionale Absatzwege land- und forstwirtschaftlicher Erzeugnisse aus dem Landkreis Neumarkt i. d. OPf.

Der Landkreis Neumarkt i. d. OPf., der zwischen 1840 und 1960 ein typischer strukturschwacher, benachteiligter Raum ist, entwickelt sich 1960 auf eine doppelte Weise: Dank räumlicher Ausweitung des Verdichtungsraumes N-FÜ-ER und dank guter Verkehrserschließung verzeichnet der Nordwestteil des Landkreises eine sehr positive Wirtschafts- und Bevölkerungsentwicklung, die jedoch die Abhängigkeit von Nürnberg verstärkt. Im übrigen Landkreisgebiet (mit punktuellen Ausnahmen entlang der Autobahn A 3) brechen dagegen zahlreiche Arbeitsplätze weg und bleibt der Charakter der Wirtschaftsschwäche erhalten.

Auf diesem Hintergrund kommt der Intensivierung regionalwirtschaftlicher Kreisläufe eine sehr hohe Bedeutung zu: Im strukturschwachen Landkreisteil haben sie vor allem die Aufgabe, dezentrale Arbeitsplätze zu erhalten und zu stärken, im Einzugsbereich von Nürnberg steht die Stärkung des Regionsbezuges und die Aufwertung der sogenannten „weichen Standortfaktoren“ im Zentrum.

Die wichtigsten Erzeugnisse des primären Wirtschaftssektors im Landkreis Neumarkt sind Milch, Fleisch, Getreide und Holz, die im Rahmen der Studie RALF (**R**egionale Absatzwege land- und forstwirtschaftlicher Erzeugnisse aus dem Landkreis Neumarkt) detailliert untersucht wurden. Wie in allen ländlichen Regionen gibt es auch im Landkreis Neumarkt eine deutliche Überversorgung bei diesen Produkten. Bei der Intensivierung der regionalen Wirtschaftskreisläufe kann deshalb nicht der Landkreis allein der Bezugspunkt sein, sondern der Landkreis mit den benachbarten Städten (Nürnberg-Fürth-Erlangen, Regensburg, Ingolstadt). Hier leben zahlreiche und zahlungskräftige Menschen, die ein großes Kundenpotenzial für regionale Produkte aus dem Landkreis darstellen. Der Schlüsselgedanke für die Intensivierung und bessere Nutzung der regionalen Potenziale ist die Frische und die hohe Qualität der Landkreisprodukte. Dazu sind auf Grund der Marktlage zwei verschiedene Strategien notwendig:

1. In der sogenannten Konventionellen Produkte, welche die überwiegende Menge der Produkte betrifft, kann die Qualität der Produkte in kleinen Schritten weiter gesteigert werden. Zwar gibt es kaum Primärverarbeiter (Molkereien, Käsereien, Mühlen, Mälzereien usw.) im Landkreis mehr – und es ist aus Konkurrenz- und Kostengründen auch nicht sinnvoll, solche wieder aufbauen zu wollen –, aber die Landkreisprodukte besitzen teilweise heute schon eine überdurchschnittliche Qualität, die in enger Zusammenarbeit mit den zahlreichen, im Landkreis ansässigen Sekundärverarbeitern (Brauereien, Metzger, Bäcker usw.) ein großes Potenzial für hochwertige Qualitätsprodukte beinhalten.
2. Die Produktion von Bio- oder Öko-Produkten besitzt im Landkreis bereits eine gewisse Tradition, vor allem im sogenannten „Landl“ (soziale und kulturelle Gründe für wichtige Innovationen), hat aber mengenmäßig noch eine geringe Bedeutung. Hier stellt die systematische Vergrößerung dieser Marktnischen die zentrale Aufgabe dar. Dazu ist eine enge Zusammenarbeit der Produzenten, der gezielte Aufbau von Verarbeitungsstrukturen im Landkreis (anders als im konventionellen Bereich) und eine effiziente Vermarktung in den Großstädten sinnvoll.

Zu den Produktbereichen im Einzelnen:

Milch

Die Umsatzerlöse der Erzeuger im Landkreis betragen 73 Mio. DM, der Selbstversorgungsgrad liegt bei 308 %. Von den 125.000 t vermarkteter Milch werden im Landkreis weniger als 5 % konsumiert (weniger als 15 % der im Landkreis verbrauchten Milch). Da 90 % der Milchbauern Mitglied beim bayerischen Qualitätsmarkenprogramm „Offene Stalltür“ sind, besitzt die Milch aus dem Landkreis eine höhere Qualität als im bayerischen Durchschnitt, was sich jedoch nicht in einem höheren Erzeugerpreis niederschlägt. Die besten Möglichkeiten zur Realisierung dieses Potenzials bestehen derzeit bei den Milchwerken Regensburg (gesonderte Erfassung der Milch aus dem Landkreis Neumarkt), aber auch eine gesonderte Vermarktung im Lebensmitteleinzelhandel hätte Chancen. Wie wichtig der Bereich Milch im Landkreis ist, zeigt sich daran, dass eine Erhöhung des Milchpreises für die Milch-

viehbetriebe um einen Pfennig (als Gegenwert für höhere Qualität) eine Wertschöpfung von 1 Mio. DM im Landkreis bedeutet. Deshalb stellt der Bereich Milch (Anteil der Biomilch derzeit unter 1 % der im Landkreis produzierten Menge) den zentralen Bereich für die Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe dar.

Fleisch

Die Umsatzerlöse der Erzeuger im Landkreis liegen bei geschätzten 46,7 Mio. DM, davon entfallen 28,4 Mio. DM auf die Rinder- und 18,3 Mio. DM auf die Schweinevermarktung. Der Selbstversorgungsgrad liegt für Rindfleisch bei 337 %, für Schweinefleisch bei 114 % und für Lammfleisch bei 125 %. Von den im Landkreis erzeugten 6.300 t Rindfleisch verbleiben ca. 10 % im Landkreis, was etwa 30 % der im Landkreis verbrauchten Menge an Rindfleischprodukten entspricht. Die im Landkreis erzeugten 7.500 t Schweinefleisch gelangen zu ca. 30 % im Landkreis an den Endverbraucher (38 % des Verbrauchs im Landkreis). Angesichts der BSE-Skandale besitzt regional produziertes Fleisch mit streng kontrollierter Herkunft ein großes Marktpotenzial, das derzeit zu wenig genutzt wird. Ein wichtiges Potenzial stellen darüber hinaus auch die zahlreichen Metzgereien und andere fleischverarbeitenden Betriebe mit ihren zahlreichen Produkten (teilweise hochwertigen Spezialitäten) dar. Eine bessere und gezieltere Zusammenarbeit zwischen Produzenten und Sekundärverarbeitern zum Zwecke hochwertiger Qualitätsprodukte und einer Herkunftsgarantie (vor allem Rindfleisch) könnten Absatz und Wertschöpfung deutlich erhöhen.

Getreide

Die Umsatzerlöse der Erzeuger liegen bei etwa 15,5 Mio. DM, davon entfallen 8,6 Mio. DM auf Braugerste und 4,1 Mio. DM auf Weizen. Der Selbstversorgungsgrad für Weizen liegt bei 152 %, für Braugerste bei 527 %. Von den im Landkreis erzeugten 17.300 t Weizen werden weniger als 2 % im Landkreis Neumarkt konsumiert (ca. 3 % des gesamten Verbrauchs), von den 29.000 t Braugerste verbleiben weniger als 2 % der Erzeugung im Landkreis (weniger als 10 % des Verbrauchs). Mit dem „Kreisläuberl-Projekt“ und der Bierproduktion aus ökologischem Anbau durch die Neumarkter Lammsbräu gibt es bereits zwei wichtige Beispiele für eine Aufwertung von Getreideprodukten, die um andere Qualitäts-Produkte erweitert werden können, vor allem da zahlreiche Bäckereien vorhanden sind. Allerdings brauchen solche Projekte Zeit, um sich durchzusetzen.

Holz

Der Selbstversorgungsgrad von Holz liegt im Landkreis lediglich bei 59 %, und weniger als 1 % des im Landkreises geschlagenen Holzes wird hier auch verbraucht. Die größten ungenutzten Potenziale liegen bei den 2.898 privaten Waldbesitzern (Privatwaldfläche 60 %), die ihre Wälder relativ extensiv nutzen. Würde das gesamte Holz, das im Landkreis pro Jahr nachwächst, auch geschlagen, ergäbe sich ein Selbstversorgungsgrad von 134 %. Bei der Sägewerken läuft ein starker Strukturwandel ab (zwei Drittel aller Betriebe sind bereits geschlossen worden), der unbedingt beendet werden muss, wenn die regionalen Wirtschaftskreisläufe gestärkt werden sollen (Investitionen, bessere Ausstattung, Zusammenarbeit, öffentliches Bewusstsein). Die Absatzwege, die trotz der schwierigen Preissituation aufgewertet werden könnten, wären die Baubranche, die im Landkreis relativ stark ist, die Errichtung von Biomasseheizwerken (wichtigste Zielsetzung) sowie eine bessere Zusammenarbeit mit der Firma Pfeleiderer. Nicht übersehen werden dürfen die noch weitgehend geschlossenen Kreisläufe von Lohnschnitt und Brennholz, die wichtige Potenziale direkt nutzen und die nicht geschwächt werden dürfen.

Zusammenfassung

Es bestehen also im Landkreis bei den Erzeugnissen Milch, Fleisch, Getreide und Holz wertvolle Potenziale, die eine bessere Nutzung als Qualitätsprodukte „in der Region“, das heißt, im Landkreis und in den benachbarten Großstädten, ermöglichen. Teilweise braucht es dafür relativ wenig, meist jedoch eine erhebliche Menge von Vorarbeiten bei Erzeugern, Be- und Verarbeitern und Konsumenten. Und damit sich das einzelne Qualitätsprodukt auf dem großen Lebensmittelmarkt beim Verbraucher besser durchsetzen kann, ist es sehr wichtig, die Landkreisprodukte unter einer „Landkreismarke“/einem „Landkreislablel“ zusammenzufassen.