

als Beitrag einer nachhaltigen Entwicklung



Während die Schnellebigkeit durch neue Techniken unaufhaltbar erscheint, entwickelt sich ein neuer Nischentrend. Immer mehr Menschen erlauben sich den »Luxus« der Langsamkeit und bevorzugen Qualität statt Masse.

Dieses macht sich u. a. daran bemerkbar, dass der Sinn für regionale Lebensmittel steigt. Wochen- und Bauernmärkte sowie Ab-Hof-Verkauf und Lieferservice-Angebote mit regionalen Produkten für die Gastronomie oder die Inanspruchnahme der gelieferten Abo- bzw. Gemüsebox für private Haushalte nehmen zu. Die Vermarktung direkt vom Erzeuger zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass die Ware aus erster Hand kommt, ein Kontakt zwischen Hersteller und Verbraucher/in möglich ist, und dass die Aufwendungen für die Konservierung der Produkte, die Transporte und Verpackungen gering gehalten werden. Darüber hinaus wird das saisonale Angebot gestärkt und es besteht die Möglichkeit Einblick in die Nahrungsmittelerzeugung zu nehmen. Insofern leistet die Direktvermarktung für alle drei Kriterien einer nachhaltigen Entwicklung einen positiven Beitrag:

- **Ökologie** Kurze Transporte führen zu geringeren Klimaschädigungen und für einfachere Verpackungen werden weniger Rohstoffe verbraucht.
- **Ökonomie** Die regionale Wirtschaft wird gestärkt.
- **Soziales** Der Kontakt zu den Herstellern ermöglicht eine Festigung der Nachbarschaftsverhältnisse.

Es macht es aber keinen Sinn nur für die Direktvermarktung und gänzlich gegen globale Wirtschaftsformen zu plädieren. Für einige Betriebe ist es sinnvoll, sowohl für den regionalen als auch für den über-regionalen Markt zu produzieren. Das gleiche gilt für die meisten Kunden. Diejenigen, die regional erzeugte Produkte bevorzugen, erwerben sicher auch welche, die ganz woanders hergestellt wurden. Es muss daher eine Produktpalette angeboten werden, mit der

- eine größtmögliche Kundenzufriedenheit erzeugt werden kann,
- die Unternehmen im Osnabrücker Land gestärkt werden und
- positive Auswirkungen auf die Beschäftigungssituation entstehen.

In den vergangenen Jahren wurden vor allem globale Arbeits- und Vermarktungsformen ausgebaut. Daher ist es nunmehr an der Zeit, die regionale Wirtschaft mit Strukturen der Direktvermarktung zu fördern.

Vor diesem Hintergrund macht die vorliegende Broschüre auf die Vielfalt des Produktangebotes im Osnabrücker Land aufmerksam. Ihnen als Osnabrückerin und Osnabrücker soll die Broschüre helfen, die regionalen Produkte noch leichter zu finden.

**Lokale Agenda 21 - Arbeitskreis
»Naturschutz, Landwirtschaft, Konsum«
der Stadt Osnabrück
Dr. Norbert Kopytziök**