

Mit Herzblut für die Region

30.05.2014



±

„Regionale Impulse“ sollen aus der Region kommen, meinen Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt (von links), der Oberallgäuer Landrat Toni Klotz, Heiner Sindel vom Bundesverband der Regionalbewegung und Christian Wilhelm, Erster Bürgermeister der Fairtrade-Stadt Sonthofen.

© Josef Gutsmedl

Sonthofen – Die „südlichste Fairtrade-Stadt“ war Gastgeber des 7. Bundestreffens der Regionalbewegung. Regionalinitiativen aus ganz Deutschland und den Nachbarländern präsentierten ihre herausragende Projekte und diskutierten bei Fachvorträgen über Erfolgsstrategien und Erfahrungen.

In der „Allgäuer Runde“ zeigten die Akteure beim „Heimspiel“ wie die Regionalbewegung im Allgäu arbeitet. Auch Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt würdigte die Arbeit der Regionalinitiativen und stellte fest: „Verordnete Regionalität funktioniert nicht; es muss von unten kommen, sich lebendig entwickeln – mit Herzblut.“

Regionalität lebe letztlich von der Identifizierbarkeit, stellte Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt fest. Der große Rahmen sei abgesteckt, jetzt sei man in der Phase, „wo es ausbuchstabiert wird“. Sprich: jeder müsse für sich klären, was etwa ein aktueller Anteil von 20 Prozent an Bioprodukten wie in Österreich) für ihn selbst bedeute. Das Bio-Thema dürfe nicht Besserverdienenden vorbehalten bleiben, sondern müsse Jedermann zugänglich sein. Freilich, ohne in eine Beliebigkeit was Qualitätsanforderungen angehe, warnte Schmidt vor einer Verwässerung. Sein Ministerium verstehe sich durchaus als Partner des Bundesverbandes, der die „regionalen Details“ vor Ort entwickle. Das Allgäu, so ergänzte der Oberallgäuer Landrat, Toni Klotz, sei „mit mehreren Linien“ konkret mit dem Thema Regionalentwicklung und Identität befasst, ob mit der Dachmarke Allgäu oder mit Vermarktungslinien wie Allgäuer Alpgenuss oder VitalZunge.

Wie macht's das Allgäu? Dieser Frage ging die sogenannte Allgäuer Runde nach mit einer Reihe von Vertretern bedeutender regionaler Projekte. Eine wesentliche Feststellung traf Klaus Fischer von der Allgäu GmbH: „Die Menschen empfinden sich als Allgäuer. Das ist ein Riesenfund mit dem wir wuchern können“, unterstrich Fischer den Vorteil für eine Zusammenarbeit aus regionaler Ebene über etwaige lokale Empfindlichkeiten hinaus. Und: ohne feste Kriterien und Qualitätsansprüche laufe auf Dauer nichts.

Diese regionale Zusammengehörigkeit an einem bestimmten Landstrich festgemacht nutzt auch das Unternehmen Feneberg mit seiner Linie „Von Hier“. Der Allgäu-Begriff für Feneberg ist ein Umkreis von 100 Kilometer um Kempten“, erklärte Ernst Wirthensohn, Berater bei Feneberg für die Bio-Regional-Marke. Das gelte konsequent für die Zulieferer oder Landwirte ebenso wie für die Märkte.

Genau diese Identifikation mit „der Gegend“ sei es, was Nicht-Allgäuer, Urlaubsgäste in der Region, vom Allgäu erwarteten, sagte Angelika Soyer, Vorsitzende des Verein „Mir Allgäuer / Urlaub auf dem Bauernhof“. Die Gäste erwarteten einheimische Produkte, einen lokalen Frühstückstisch etwa. „Es wäre eine Sünde, etwas anderes zu präsentieren.“ Diese Authentizität und Echtheit sei letztlich – in Zusammenspiel mit einer attraktiven Landschaft und Erlebnismöglichkeiten – das Erfolgsrezept des Urlaubs auf dem Bauernhof. „Der Gast erwartet das.“

Weiter spannte Georg Abele, von der Kälbererzeuger-Gemeinschaft Allgäu den Bogen: selbst der Kälberabsatz profitiere vom guten Ruf, vom Image des Allgäus. Die nachvollziehbare regionale Bindung signalisiere Qualität. „Das Allgäu hat einen guten Klang – auch in Norddeutschland.“ Was macht eine Marke, einen Begriff stark, fragte Ernst Wirthensohn, und gab die Antwort: „Klare, scharfe Kriterien.“ Eine Aufweichung oder Verwässerung schade dem Markenanspruch.

„Wir produzieren nichts“, schickte die Geschäftsführerin der Regionalentwicklung Oberallgäu, Dr. Sabine Weizenegger, ihrer Darstellung der Arbeit der Lokalen Aktionsgruppe LAG voraus. Vielmehr sei die Leistung der Lokalen Aktionsgruppe darin zu sehen, Ideen aus der Region für die Region voran zu bringen. Und mittlerweile sei die Liste der erfolgreich etablierten Projekte lang. Aktuell werde an einer Allgäuer Strategie der Regionalentwicklung gearbeitet.

Josef Gutsmedl