



Sie befinden sich hier: [Startseite](#) > **Brunner startet Premiumstrategie für Lebensmittel**

Brunner startet Premiumstrategie für Lebensmittel

20. Januar 2017

Berlin – Mit einer Premiumstrategie für Lebensmittel will Landwirtschaftsminister Helmut Brunner den Absatz hochwertiger Spezialitäten aus dem Freistaat voranbringen. Die Eckpunkte seines dreistufigen Konzepts unter dem Motto „Bestes aus Bayern“ stellte der Minister am Freitag auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin vor. „Ich will unsere Top-Spezialitäten als Imageträger für Bayern und seine Regionen noch bekannter machen“, sagte Brunner bei einem Pressegespräch. Ziel sei, das Bewusstsein der Verbraucher für die Qualität und die Besonderheit heimischer Produkte zu schärfen, um ihr Interesse zu wecken. In einer stärkeren Ausrichtung auf Premiumprodukte und Spezialitäten sieht der Minister wertvolle Chancen für die bayerische Land- und Ernährungswirtschaft. „Wir brauchen neben unserem breiten Qualitätsangebot auch das Premiumsegment, um die Wertschöpfung zu steigern“, sagte Brunner. Die Zukunft des Agrarstandorts Bayern liege nicht vorrangig in der Produktion austauschbarer Grundprodukte. Denn mit den bäuerlichen Strukturen im Freistaat könne man das Rennen um immer größere Mengen auf Dauer nicht gewinnen. Insgesamt zwei Millionen Euro hat der Minister für die Umsetzung des Konzepts in den nächsten beiden Jahren eingeplant.

Damit will Brunner zum einen bis Jahresmitte im oberfränkischen Kulmbach eine Genuss-Akademie einrichten. Dort sollen zunächst bestehende Bildungs- und Qualifizierungsangebote für Käse-, Wein-, Bier- oder Edelbrand-Sommeliers gebündelt und auf Produkte wie Fleisch, Obst und Brot ausgedehnt werden. Dazu sind auch einheitliche Ausbildungsstandards geplant. Später soll es zudem attraktive Angebote und Seminare zur Ernährungsbildung geben – etwa für Schulkinder und interessierte Bürger. Zum zweiten will der Minister im Rahmen eines Wettbewerbs bayernweit 100 „Genuss-Orte“ mit eigenständiger kulinarischer Tradition ausloben. Sie sollen das Augenmerk der Verbraucher auf regionale Besonderheiten lenken und damit ein effizienteres Marketing ermöglichen. Dritte Säule von Brunners Premiumstrategie ist der Aufbau spezieller Wertschöpfungsketten für besonders hochwertige Produkte. Beispielhaft nannte der Minister die Erzeugung und Vermarktung von Strohschweinen, Rohmilchkäsesorten oder Fleisch aus Bergregionen. Umgesetzt werden soll das Gesamtkonzept in enger Zusammenarbeit mit den Partnern der Wertschöpfungskette – von den Erzeugern über Verarbeitungsbetriebe, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Handel bis hin zum Verbraucher.

[Pressemitteilung auf der Seite des Herausgebers](#)

[Inhalt](#)

[Datenschutz](#)

[Impressum](#)

[Barrierefreiheit](#)

