

## 20 Jahre erfolgreiches Marketing – Rückblick und Ausblick auf Herausforderungen



Marketinggesellschaft  
der Agrar- und Ernährungswirtschaft  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Seit mehr als 20 Jahren vernetzt die Marketinggesellschaft der Agrar- und Ernährungswirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e.V. (AMV) die Agrar- und Ernährungswirtschaft des Landes mit dem Ziel, den nachhaltigen Absatz der Produkte zu unterstützen und auf diesem Wege Arbeitsplätze im strukturbestimmenden Wirtschaftszweig des Landes zu sichern und auszubauen. Seinen um ein Jahr aufgeschobenen Festakt am 28. Oktober 2021 in Fleesensee nahm er zum Anlass Bilanz zu ziehen.

Der AMV zählt heute 136 Netzwerkpartner. Seine 79 Produzenten erwirtschaften 1,6 Mrd. EUR und beschäftigen ca. 5.500 Menschen im Bundesland. Damit steht der AMV für etwa ein Drittel der Branche in MV und bildet das größte Branchennetzwerk der Agrar- und Ernährungswirtschaft im Bundesland. Sowohl konventionell als auch ökologisch arbeitende regionale Erzeuger und Produzenten aus Industrie und Handwerk - KMU und Kleinstbetriebe/Direktvermarkter - bilden eine lebendige Plattform, die von Nachhaltigkeit geprägt ist. Große Unternehmen mit Regionalbewusstsein sind ebenso dabei.

Geschäftsführerin Jarste Weuffen ist seit Anfang an dabei und erinnert sich noch genau wie es angefangen hat. „Am 4. Dezember 2000 trafen sich 10 Unternehmer in einer Rostocker Rechtsanwaltskanzlei, um den Verein Agrarmarketing MV e.V. aus der Taufe zu heben. Ohne Büro, mit ein paar Möbeln, einem PC und einem Opel Astra aus der Liquidationsmasse der vorangegangenen Absatzfördergesellschaft des Landes sowie 33.000 DM Mitgliedsbeiträgen der Gründungsmitglieder gingen wir am 01.01.2001 höchst motiviert an die Arbeit. Ende 2001 zählte der AMV bereits 43 Mitglieder“, berichtet sie voller Stolz.

„Über den gesamten Zeitraum der vergangenen 20 Jahre ist der AMV gewachsen und hat immer mehr Ansehen und Akzeptanz im Land erfahren“, schätzt der derzeitige AMV-Vorsitzende Tobias Blömer ein, der dem siebenköpfigen ehrenamtlichen Vorstand aus engagierten Wirtschaftsvertretern vorsteht. „Als größter Interessensvertreter der Branche haben wir uns auch jetzt an die künftigen Koalitionspartner gewandt und unserer Erwartung Ausdruck verliehen, dass die Unterstützung für die umsatzstärkste Branche im verarbeitenden Gewerbe und den stabilen Wirtschaftsfaktor künftig verstärkt wird, um anstehende Aufgaben in Angriff nehmen und bewältigen zu können. Die Bündelung der Branche in einem starken Netzwerk zählt zu den effektivsten Wegen der Hilfestellung. Mit den zunehmenden Anforderungen wächst der Bedarf des Austausches und der Kooperation weiter und braucht einen Moderator, ein Steuerungselement, das die wichtigen Fragen bündelt und transportiert sowie Lösungswege aufzeigt.“

Die Agrar- und Ernährungswirtschaft hat sich in MV neben dem Tourismus und der Gesundheitswirtschaft zu einer der tragenden und verlässlichen Säulen entwickelt. Der Unterschied zu den anderen Vereinen: Zu keinem Zeitpunkt ist der AMV institutionell bzw. per Vertrag gefördert worden.

„Die Ernährungswirtschaft in ihrer kleinteiligen Struktur braucht ein Netzwerk, um die zahlreichen stetig wachsenden Anforderungen zu bewältigen, allein durch den Einzelnen ist eine Lösung vieler aktueller Fragen oft nicht möglich, das hat die COVID 19-Pandemie deutlich bewiesen“, erklärt Tobias Blömer.

„Die Wirtschaft hat sich neben der Kofinanzierung der vielen Projekte in den 20 Jahren Vereinsgeschichte aktiv und mit insgesamt ca. 3,3 Millionen Euro allein an Beitragsaufkommen eingebracht. Das ist eine vergleichsweise große Summe für Vereinsmitglieder, dennoch sind weitaus mehr Mittel notwendig, um die stärkste Branche im verarbeitenden Gewerbe des Landes

so unterstützen zu können, dass sie im Wettstreit mit anderen Bundesländern bestehen kann und besser wahrgenommen wird“, fügt Weuffen hinzu. Sie selbst hat viele Konzepte entwickelt und mit ihrer stets kleinen Mannschaft erfolgreich umgesetzt.

Seit Gründung des Vereins hat sich gemäß dem Wandel der Branche in MV auch im AMV ein Strukturwandel vollzogen: 95 % der Mitglieder heute sind Kleinst-, Klein- und mittelständische Betriebe. Die Betreuung der sich wandelnden Struktur der Mitglieder ist personalintensiver in der Betreuung geworden. Der AMV appelliert an die neue Landesregierung, über Parteigrenzen hinweg gute und nachhaltige Projekte aus den vergangenen Jahren zu verstetigen, so beispielsweise die neuen landesweiten Warenbörsen „Regional + Bio aus MV“ in Zusammenarbeit mit dem BUND MV e.V. und den Wettbewerb um den „Produkt-Leuchtturm MV“.

Was wäre der AMV ohne seine Fördermitglieder und Kooperationspartner? Nur im Miteinander funktioniert das Netzwerk. Branchennahe Wirtschaftsunternehmen und Dienstleister, Handel, Wissenschaft, Logistik, Landkreise, kreisfreie Städte und Landesgesellschaften haben sich dem Netzwerk angeschlossen, sie alle haben den Nutzen dieses Netzwerkes für sich erkannt.

Was bringt eine Mitgliedschaft im AMV?

Bei der Marketinggesellschaft der Agrar- und Ernährungswirtschaft stehen über allem das NETZWERK und die LOBBYARBEIT. Austausch und Kooperationen zwischen den Betrieben erweisen sich als immer wichtiger. Angesichts der durch die Corona-Krise offensichtlicher gewordenen Probleme bei der Sicherstellung globaler Lieferketten wächst die Bedeutung der eigenen Wertschöpfung im Bundesland, in Deutschland und in Europa. Dieser Prozess erfordert Begleitung, um mögliche Partner zueinander zu bringen. Darüber hinaus vermittelt der AMV bei Interesse eines Mitglieds zu potenziellen Fachkunden. Er übernimmt für die Betriebe bei Gemeinschaftspräsentationen viel Vorbereitungsarbeit, damit diese sich vor Ort um das Hauptgeschäft kümmern können. Zusätzlich stellt er Standbauelemente unter „Schmeck die Natur Mecklenburg-Vorpommern“ zur Verfügung und betreibt Öffentlichkeitsarbeit in den Fach- und Tagesmedien.

#### **Höhepunkte in der Vereinsarbeit der letzten 20 Jahre:**

2007            24-Stunden-Catering mit regionalen Produkten für 11.000 Journalisten im  
Medienzentrum in Kühlungsborn (AMV-Cateringmanagement)  
seit 2017:      Norddeutsche Ernährungsgipfel, entstanden aus den Branchentagen (2001 -  
2016)

#### Mit Unterstützung aus dem Landwirtschaftsministerium:

- 11 Markterkundungsreisen in 19 Jahren
- Landesgemeinschaftsstände auf Fachmessen
- Hilfestellung, Information und Beratung für die Ernährungswirtschaft während der COVID 19-Pandemie

#### Mit Unterstützung aus dem Wirtschaftsministerium:

- Entwicklung einer Marketingstrategie unter dem Claim „Schmeck die Natur“
- Entwicklung einer landesweiten Produktdatenbank für Lebensmittel aus MV unter [Lebensmittel-MV.de](http://Lebensmittel-MV.de)
- Landesweite Warenbörse „Regional + Bio aus MV“
- Wettbewerb um den „Produkt-Leuchtturm MV“