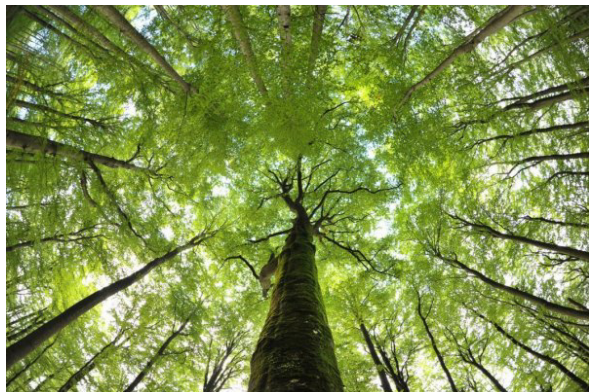


Quelle: Lippische Zeitung

Datum: 03.05.2015

Seite: [http://www.lz.de/lippe/detmold/20448696\\_Naturpark-Teutoburger-Wald-plant-eigene-Regionalmarke.html](http://www.lz.de/lippe/detmold/20448696_Naturpark-Teutoburger-Wald-plant-eigene-Regionalmarke.html)

## Naturpark Teutoburger Wald plant eigene Regionalmarke



Detmold. Der Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge erarbeitet derzeit eine eigene Regionalmarke ("Qualität aus dem Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge), um mit regionalen Produkten zum Erhalt seiner Kulturlandschaft beizutragen - ähnlich dem Vorbild von Rhön (Regionalmarke "Rhönwiese") und Eifel. "Keine Massentierhaltung, keine Produktion auf riesigen landwirtschaftlichen Flächen", nennt der stellvertretende Geschäftsführer Andreas Scholz einige Ziele. Doch das Projekt sorgt für Kritik.

Der Detmolder Verein "Lippequalität", unter dessen Marke mehr als 100 lippische Familienbetriebe ihre regionalen Erzeugnisse (Backwaren, Milch, Fleisch, Eier) im Kreis Lippe und Umgebung eigenständig vermarkten, befürchtet damit Konkurrenz, die mit öffentlichen Geldern gefördert werde. Denn der Naturpark, der bei einem NRW-Landeswettbewerb 435.000 Euro für die Förderung regionaler Produkte gewonnen hatte, will diese Mittel zur Umsetzung seines Projektes nutzen. Dem Zweckverband Naturpark gehören Kommunen als Mitglieder an.

"Es gibt bereits Regionalmarken"

Der Vereinsvorsitzende von Lippequalität, Günter Puzberg, betont: "Es gibt hier bereits etablierte Regionalmarken. Werden die nun mit öffentlichen Mitteln plattgemacht?" Der Unternehmensberater Kontor 21 sollte im Auftrag vom Naturpark ein Konzept entwickeln. Lippequalität, größte Regionalvermarktungsinitiative im Naturpark, habe dabei sogar mitgearbeitet.

"Wir brachten uns ein, weil wir die Interessen des Naturparks stärken wollten und uns zugleich weitere Impulse und Förderungen für die Vermarktung regionaler Produkte erhofften", schreibt Puzberg nun in einem offenen Brief an die Mitglieder der Verbandsversammlung des Naturparks. "Wir sind irritiert, dass es im Naturpark unter der Vorgabe ‚Stärkung und Förderung regionaler Produkte‘ allem Anschein nach Überlegungen gibt, eine neue eigenständige Regionalmarke schaffen zu wollen."

Puzberg fordert statt Parallelstrukturen die Kooperation mit vorhandenen Regionalmarken. Das betont auch Scholz: "Dies ist ein Kooperationsprojekt." Das Naturparklogo sei als Dachmarke geplant. Auf dem Logo könnten weitere Regionalmarken stehen, sofern ein Landwirt auch da Mitglied ist.

Doch zur Tagung "Regionale Produkte - regionale Identität", die der Naturpark am 6. Mai in Bad Meinberg veranstaltet, sind zwar Referenten aus Eifel und Rhön geladen. Puzberg aber bekam eine schriftliche Absage von Scholz ("Das Thema ist die Vermarktung regionaler Produkte aus Sicht der Naturparks in Deutschland").

Er kritisiert: "Das Tagungsprogramm erweckt bundesweit den falschen Eindruck, dass es im Naturpark regionale Produkte nicht gibt."  
Der Verein Biolokal aus Oerlinghausen hingegen lehnt ein Naturparksiegel ab. Verbraucher würden mit Regional- und Gütesiegeln übersättigt.