

Ergebnisdokumentation

Marktinformationsgespräch „Rohstoffbörse für die Gemeinschaftsverpflegung“

30. September 2026
Oranienburg

LAND BRANDENBURG
Ministerium für Land- und Ernährungswirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz

eco logic Institut

Marktinfogespräche






Autorinnen

Julia Jägle & Johanna Zielinski; Ecologic Institut

Kontakt

Ecologic Institut
Pfalzburger Straße 43/44
10717 Berlin

Tel.: 030 868 80-174
E-Mail: julia.jaegle@ecologic.eu

Bildnachweis

Titelseite und Header:
©JackF / istockphoto.com,
©dusanpetkovic / istockphoto.com,
©Алексей Филатов / istockphoto.com,
©Zoran Zeremski / istockphoto.com

Fotos im Text:
@Ecologic Institut / Christian Schneider






Inhaltsverzeichnis

Zentrale Erkenntnisse der Veranstaltung 1

1 Einführung 2

2 Angebot und Nachfrage – Bio aus Brandenburg für die Gemeinschaftsverpflegung 3

2.1 Erfahrungen mit regionalen Produkten in Berliner Kantinen 3

2.2 RYCE – RoggReis aus Brandenburg für die Gemeinschaftsverpflegung 5

2.3 Bio in der Außer-Haus-Verpflegung: Marktentwicklung und Potenziale 7

3 Rohstoffbörse – Angebot trifft Nachfrage 9

3.1 Angebote und Gesuche: Moderierter Austausch auf der Bühne 10

3.2 Offene Rohstoffbörse: Gespräche und erste Kooperationsansätze 13

4 Anhang 14

4.1 Programm 14

4.2 Erste Kooperationsansätze – Eindrücke 16






Zentrale Erkenntnisse der Veranstaltung

Das Marktinformationsgespräch hat gezeigt, wie eine Rohstoffbörse regionale Bio-Erzeuger:innen, Verarbeiter:innen, Großhandel und Küchen gezielt zusammenbringen und konkrete Kooperationsmöglichkeiten anstoßen kann. Dabei entstanden zahlreiche neue Kontakte, erste Ideen für gemeinsame Produkte und mögliche Lieferbeziehungen. Zugleich wurde deutlich, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit aus diesen Gesprächen tragfähige Kooperationen werden. Drei zentrale Erkenntnisse standen dabei besonders im Vordergrund:

- **Persönlicher Austausch ist der Anfang, aber tragfähige Lieferbeziehungen brauchen Zeit.** Die Rohstoffbörse brachte Erzeuger:innen, Verarbeiter:innen, Großhandel und Küchen gezielt zusammen und ermöglichte zahlreiche neue Kontakte und konkrete Gespräche über mögliche Lieferbeziehungen. Bis daraus verbindliche Kooperationen entstehen, sind jedoch weitere Abstimmungen, wirtschaftliche Planung und eine kontinuierliche Zusammenarbeit erforderlich.
- **Neue Produkte und Kooperationen eröffnen zusätzliche Absatzmöglichkeiten.** Neue Produkte wie RYCE zeigen, wie regionale Bio-Rohstoffe für die Gemeinschaftsverpflegung erschlossen werden können. Auch die Gespräche auf der Rohstoffbörse brachten neue Ideen für gemeinsame Produktentwicklungen, Lieferbeziehungen und die bessere Nutzung bestehender Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen hervor.
- **Regionale Bio-Produkte müssen zu den Anforderungen der Küchen passen.** Neben dem Preis sind insbesondere verlässliche Liefermengen, geeignete Gebindegrößen, Vorverarbeitung und funktionierende Logistik entscheidend. Die Rohstoffbörse verdeutlichte, dass es in Brandenburg bereits zahlreiche passende Angebote gibt, diese aber nicht immer in der benötigten Form oder über geeignete Vertriebswege bei den Küchen ankommen.






1 Einführung

Am **30. September 2026** fand in Oranienburg das **fünfte Marktinformationsgespräch** des Jahres zum **Thema „Rohstoffbörse für die Gemeinschaftsverpflegung“** statt. Rund 50 Fachleute aus Landwirtschaft, Verarbeitung, Großhandel und Gemeinschaftsverpflegung kamen zusammen, um konkrete Angebote und Bedarfe für regionale Bio-Produkte auszutauschen und neue Lieferbeziehungen anzubahnen. Die Veranstaltung wurde vom Ecologic Institut im Auftrag des Ministeriums für Land- und Ernährungswirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz (MLEUV) organisiert und von Timo Kaphengst (freier Moderator und Prozessgestalter) und Julia Jägle (Ecologic Institut) moderiert.

Die Rohstoffbörse knüpfte an die bisherigen Marktinformationsgespräche an, bei denen wiederholt deutlich geworden war, dass der Ausbau regionaler Bio-Wertschöpfungsketten neben geeigneten (Vor-)Verarbeitungs- und Logistikstrukturen vor allem eine bessere Abstimmung zwischen Erzeugung. Großhandel und Nachfrage erfordert. Insbesondere die Gemeinschaftsverpflegung bietet Potenziale für den Absatz regionaler Bio-Produkte. Gleichzeitig erschweren unter anderem fehlende Kontakte, unterschiedliche Mengenanforderungen und logistische Herausforderungen den Aufbau verlässlicher Lieferbeziehungen.

Ziel der Veranstaltung war es daher, über den allgemeinen Erfahrungsaustausch hinauszugehen und **konkrete Geschäftsbeziehungen anzustoßen**. Nach fachlichen Impulsen zu den Chancen und Herausforderungen regionaler Bio-Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung konnten die Teilnehmenden im Rahmen einer **Rohstoffbörse ihre Angebote und Gesuche** in den vier Warengruppen Fleisch und Wurst, Gemüse und Obst, Hülsenfrüchte und Nischenkulturen sowie Getreide und Backwaren direkt **miteinander abgleichen**.






2 Angebot und Nachfrage – Bio aus Brandenburg für die Gemeinschaftsverpflegung

Der Nachmittag begann mit Einblicken in die regionale Beschaffung und den Bio-Markt für die Gemeinschaftsverpflegung (GV). Im Fokus standen Erfahrungen mit regionalen Produkten in Kantinen, ein Update zum Vertrieb von RYCE – RoggReis aus Brandenburg sowie aktuelle Marktentwicklungen und Potenziale von Bio in der Außer-Haus-Verpflegung.

2.1 Erfahrungen mit regionalen Produkten in Berliner Kantinen

Dinah Hoffmann, Co-Geschäftsführerin der **Speiseräume** – Büro für angewandte Ernährungspolitik gGmbH, berichtete über die Erfahrungen der **Kantine Zukunft** bei der Umstellung von Großküchen auf eine nachhaltige Verpflegung und insbesondere bei der Beschaffung regionaler Bio-Produkte.



Abb. 1: Dinah Hoffmann berichtet aus ihren Erfahrungen mit Berliner Küchen.

Kantine Zukunft wurde 2019 im Rahmen der Berliner Ernährungsstrategie ins Leben gerufen und hat seitdem mehr als 230 Küchen begleitet. Das kostenlose Beratungs- und Weiterbildungsangebot richtet sich an Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung, darunter Kitas, Schulen, Betriebskantinen und Pflegeeinrichtungen. Ein zentraler Erfolgsfaktor ist die praxisnahe Beratung durch ausgebildete Köch:innen, die die Herausforderungen des Küchenalltags aus eigener Erfahrung kennen. Gemeinsam mit den Küchenteams werden Einkauf, Speisenangebot und Zubereitung weiterentwickelt. Ziel ist unter anderem, einen Bio-Anteil von 60 Prozent zu erreichen, ohne das bestehende Wareneinsatzbudget zu überschreiten. Dafür setzt die Kantine Zukunft insbesondere auf mehr pflanzliche, unverarbeitete und saisonale Lebensmittel. Der Ansatz wurde inzwischen auch auf andere Regionen übertragen, unter anderem nach Brandenburg, Sachsen und Hamburg.

Die Aktionswochen „So schmeckt die Region“

Um neben dem Bio-Anteil auch den Einsatz regionaler Lebensmittel zu erhöhen, organisierte die Kantine Zukunft die Aktionswochen „So schmeckt die Region“. Über einen Zeitraum von zwei Wochen setzten teilnehmende Küchen gezielt Brandenburger Bio-Produkte ein und gaben gemeinsam mehr als 3.000 Portionen entsprechender Gerichte aus.

Grundlage war ein Warenkorb mit sieben ausgewählten Produkten, darunter RYCE, Rote Bete und Kichererbsen. Die Kantine Zukunft stellte dazu drei Aktionsgerichte vor, die vollständig aus regional und saisonal verfügbaren Bio-Zutaten zubereitet werden konnten. Die Küchenteams konnten die Produkte jedoch auch in eigene Rezepturen einbinden. So boten die Aktionswochen die Möglichkeit, neue Produkte und Zubereitungsweisen im Küchenalltag auszuprobieren.






Herausforderungen bei der regionalen Beschaffung: Herkunft, Verfügbarkeit und Preis

Dinah Hoffmann machte deutlich, dass die Beschaffung regionaler Bio-Produkte trotz des grundsätzlich vorhandenen Interesses weiterhin mit erheblichen Herausforderungen verbunden ist. Eine zentrale Hürde ist die mangelnde Transparenz über die Herkunft der Lebensmittel. Es fehlt an einer einheitlichen Definition von Regionalität, und häufig ist lediglich Deutschland als Herkunftsland ausgewiesen. Bei unverarbeiteten Produkten lässt sich die Herkunft noch vergleichsweise gut nachvollziehen, mit zunehmender Verarbeitung wird dies jedoch schwieriger. Auch bei Obst und Gemüse können regionale und überregionale Waren vermischt werden, um benötigte Liefermengen sicherzustellen. Für die Küchen ist dann kaum noch erkennbar, welche Produkte tatsächlich aus Brandenburg stammen. Der Naturkostfachhandel bietet hier häufig eine bessere Orientierung durch die Kennzeichnung regionaler Produkte.

Eine weitere Herausforderung ist die Verfügbarkeit in den benötigten Mengen, Gebindegrößen und Verarbeitungsformen. Während regionale Milchprodukte, Brot und Backwaren sowie saisonales Gemüse und Kartoffeln vergleichsweise gut verfügbar sind, bestehen insbesondere bei ganzjährig benötigtem Gemüse und vorverarbeiteten Produkten wie Tiefkühlgemüse oder küchenfertig geschnittener Ware weiterhin Lücken.

Wie sich diese Schwierigkeiten im Küchenalltag auswirken, verdeutlichte Dinah Hoffmann anhand konkreter Beispiele: Eine Küche musste für ein geplantes Gericht auf italienische Bio-Linsen ausweichen, weil Brandenburger Linsen nicht verfügbar waren. Eine andere kündigte an, nach den Aktionswochen wieder italienische statt Brandenburger Kichererbsen einzusetzen, da die regionalen Produkte deutlich teurer waren.

Die Erfahrungen der Kantine Zukunft zeigen, dass für einen dauerhaften Einsatz regionaler Bio-Produkte neben dem Interesse der Küchen insbesondere eine transparente Herkunftskennzeichnung, verlässliche Liefermengen, geeignete Verarbeitungsformen und wettbewerbsfähige Preise entscheidend sind. Die Aktionswochen können dazu beitragen, regionale Produkte bekannt zu machen und ihren Einsatz in der Praxis zu erproben.






2.2 RYCE – RoggReis aus Brandenburg für die Gemeinschaftsverpflegung

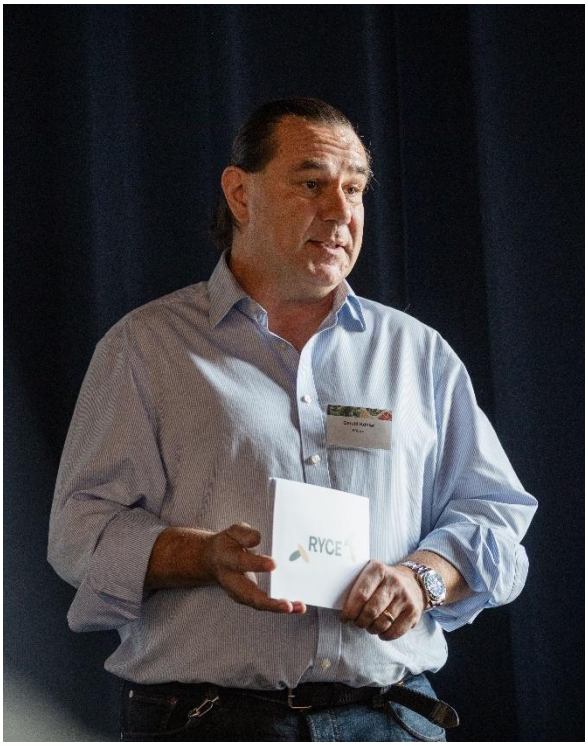


Abb. 2: Gerald Köhler stellt das Produkt RYCE vor.

Gerald Köhler, Co-Geschäftsführer der **Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg** (FÖL) e. V., stellte das Projekt „RoggReis“ und das daraus entwickelte Produkt RYCE vor. Der Name RYCE setzt sich aus „rye“ (Roggen) und „rice“ (Reis) zusammen. Dahinter verbirgt sich geschliffener Brandenburger Bio-Roggen, der ähnlich wie Reis zubereitet und vielseitig in der Küche eingesetzt werden kann.

Vom Brandenburger Bio-Roggen zur regionalen Reisalternative

Roggen ist eine wichtige Getreideart in Brandenburg, die sich auch für trockene und sandige Standorte eignet. Während der Anbau vergleichsweise gut funktioniert, ist die Vermarktung zunehmend herausfordernd: Die Nachfrage nach Roggen ist rückläufig, da Verbraucher häufig hellere Getreideprodukte bevorzugen. Das Projekt „RoggReis“ verfolgt deshalb das Ziel, neue Absatzmöglichkeiten für Brandenburger Bio-Roggen zu erschließen und eine regionale Alternative zu importiertem Reis zu entwickeln.

Das von 2025 bis 2028 laufende Projekt wird von der FÖL gemeinsam mit sechs Brandenburger Landwirtschaftsbetrieben, der IFN Schönow, der Bioland Beratung Ost und der Spreewälder BioMühle umgesetzt. Die Partner arbeiten entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen – vom Anbau und der Sortenauswahl über die Produktentwicklung und Verarbeitung bis zur Vermarktung. Gefördert wird das Vorhaben vom MLEUV mit Mitteln aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft (EIP).

Eine besondere Herausforderung bei der Produktentwicklung war es, eine Roggensorte und ein Verarbeitungsverfahren zu finden, mit denen sich ein geschmacklich und optisch ansprechendes Produkt herstellen lässt. Dafür wurden zunächst rund 20 Sorten getestet. Die schließlich ausgewählte Sorte zeichnet sich durch einen milden, leicht nussigen Geschmack aus. Durch einen speziellen Schleifprozess erhält das ursprünglich dunkle Roggenkorn eine helle Farbe. Nach umfangreichen Versuchen konnte das Verfahren inzwischen auch in einen größeren Produktionsmaßstab übertragen werden.

RYCE in der Gemeinschaftsverpflegung

RYCE wurde gezielt für eine Verwendung ähnlich wie Reis entwickelt. Die Kochzeit beträgt etwa 25 Minuten; für bestimmte Zubereitungen ist zusätzliches Nachquellen erforderlich. Das Produkt eignet sich insbesondere für cremige Gerichte wie Risotto oder Milchreis sowie für Bratlinge, Bällchen und andere



formbare Speisen. Eine Besonderheit ist seine stabile Konsistenz: RYCE verkocht nicht und behält auch beim erneuten Erwärmen seinen Biss. Zudem ist er bei der Zubereitung von Milchreis ergiebiger als herkömmlicher Rundkornreis.

Neben den Kocheigenschaften hob Gerald Köhler die ökologischen und ernährungsphysiologischen Vorteile hervor. Der regionale Anbau und die im Vergleich zum Nassreisanbau geringeren Methanemissionen können zu einer besseren Klimabilanz beitragen. Mit rund 6,2 Gramm Ballaststoffen pro 100 Gramm kann RYCE zudem als ballaststoffreich gekennzeichnet werden. Da der Keimling beim Schleifen erhalten bleibt, kann das Produkt nach Angaben des Projekts auch als Vollkornprodukt vermarktet werden – ein Vorteil für Kantinen, die gezielt Vollkornprodukte in ihre Speisepläne integrieren möchten.

Seit September 2026 ist RYCE in 5-kg-Gebinden über Terra Naturkost und Werder Frucht für Großküchen erhältlich. Für Dezember ist zusätzlich die Einführung einer 500-g-Packung für den Einzelhandel vorgesehen.

Brandenburger Bio-Zeichen und weitere Entwicklung

RYCE trägt das Qualitäts- und Herkunftszeichen „bio Brandenburg. Gesicherte Qualität“. Der Roggen stammt aus Brandenburger Bio-Anbau, während Reinigung, Verpackung und Vermarktung ebenfalls im Land erfolgen. Ab 2027 soll auch die Verarbeitung vollständig in Brandenburg stattfinden. Gerald Köhler verwies darauf, dass das Zeichen unter bestimmten Voraussetzungen auch in öffentlichen Ausschreibungen berücksichtigt werden kann, sofern vergleichbare, EU-notifizierte regionale Qualitätsprogramme ebenfalls zugelassen sind.

Für 2027 ist außerdem die Entwicklung einer weiteren RYCE-Variante geplant, die eine lockerere, körnigere Konsistenz aufweisen und sich damit stärker als klassische Reisbeilage eignen soll. Darüber hinaus untersucht das Projektteam, wie sich der beim Schleifprozess anfallende Abrieb sinnvoll verwerten lässt.






2.3 Bio in der Außer-Haus-Verpflegung: Marktentwicklung und Potenziale



Abb. 3: Diana Schaack teilt wesentliche Erkenntnisse aus ihren Erhebungen zum Bio-Anteil in der AHV.

Zum Abschluss stellte **Diana Schaack**, Bereichsleiterin und Marktanalystin bei der **Agrarmarkt Informations-Gesellschaft** (AMI) mbH, aktuelle Erkenntnisse zur Entwicklung des Bio-Marktes in der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) vor. Gemeinsam mit dem Projektpartner Ecozept untersucht die AMI, wie hoch der Bio-Anteil in den verschiedenen Verpflegungsbereichen und Warengruppen tatsächlich ist, welche Preisunterschiede zwischen Bio- und konventionellen Produkten bestehen und wo weitere Marktpotenziale liegen.

Bio in der AHV: Wo steht der Markt?

Bislang fehlten belastbare Daten zum Bio-Anteil in der AHV, wodurch sich auch die Wirkung politischer Fördermaßnahmen nur schwer beurteilen ließ. Um diese Datenlücke zu schließen, wertet die AMI unter anderem die Verkaufsdaten eines Großverbraucherpanels aus, das rund zwei Drittel des gesamten AHV-Marktes abdeckt. Ergänzt werden diese Daten durch Befragungen von Lieferanten, Caterern und Küchenbetrieben sowie weitere Marktinformationen. Auf dieser Grundlage sollen die Bio-Anteile künftig regelmäßig ermittelt und Entwicklungen über mehrere Jahre nachvollzogen werden können.

Die Ergebnisse zeigen deutliche Unterschiede zwischen den Verpflegungsbereichen. Besonders hohe Bio-Anteile finden sich in der Schul- und Kitaverpflegung, in der gehobenen Gastronomie sowie in der Betriebsverpflegung. Auch die Hotellerie spielt eine wichtige Rolle, insbesondere durch den Einsatz von Bio-Produkten beim Frühstück.

Bei den Warengruppen weisen vor allem Heißgetränke wie Kaffee und Tee, Eier und Molkereiprodukte vergleichsweise hohe Bio-Anteile auf. Eine ergänzende Befragung von AHV-Betrieben ergab, dass frisches Obst, Gemüse und Kartoffeln, Molkereiprodukte sowie das Trockensortiment zu den wichtigsten Bio-Warengruppen gehören.

Regional zeigen sich ebenfalls Unterschiede: Die höchsten Bio-Anteile im Großhandelspanel verzeichnen die Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg. Berlin liegt mit 5,0 Prozent deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt des Panels von 1,7 Prozent. Diana Schaack verwies in diesem Zusammenhang sowohl auf die Nachfrage in urbanen Räumen als auch auf die Bedeutung politischer Programme zur Förderung von Bio-Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung.






Bio ist nicht immer teurer

Ein weiterer Schwerpunkt des Vortrags lag auf den Preisunterschieden zwischen Bio- und konventionellen Produkten. Die Annahme, Bio-Lebensmittel seien grundsätzlich deutlich teurer, bestätige sich bei genauer Betrachtung nicht für alle Warengruppen.

So zeigte Diana Schaack am Beispiel von Milchprodukten und pflanzlichen Drinks, dass Preisunterschiede teilweise stärker durch die Unterscheidung zwischen Handels- und Herstellermarken als durch die Bio-Zertifizierung beeinflusst werden. Einzelne Bio-Markenprodukte, etwa Hafer- und Sojadrinks, waren im untersuchten Zeitraum im Großhandel sogar günstiger als vergleichbare konventionelle Markenprodukte. Bei anderen Produkten, insbesondere stärker verarbeiteten Lebensmitteln und bestimmten Fleischprodukten, fallen die Bio-Preisaufschläge hingegen deutlich höher aus.

In der anschließenden Diskussion wurde darauf hingewiesen, dass sich Preisunterschiede mit steigenden Produktionsmengen und einer besseren Auslastung der Verarbeitung verringern könnten. Insgesamt verdeutlichten die Auswertungen, dass sich ein differenzierter Preisvergleich auf Produktebene lohnt und pauschale Aussagen über die Mehrkosten von Bio-Produkten zu kurz greifen.

Marktpotenziale für Bio-Produkte und regionale Lieferanten

Für die gesamte deutsche Außer-Haus-Verpflegung ermittelte die AMI für 2025 einen Bio-Anteil an der Warenbeschaffung von 3,2 bis 3,8 Prozent. Der Bio-Anteil liegt damit höher als ursprünglich vom Projektteam erwartet.

Besonders großes Entwicklungspotenzial sieht Diana Schaack in der Schul- und Kitaverpflegung. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass verbindliche Bio-Anteile in öffentlichen Ausschreibungen Wirkung zeigen. Durch den Ausbau der Ganztagsbetreuung dürfte die Bedeutung dieses Absatzmarktes weiter zunehmen. Auch die Hotellerie bietet zusätzliche Chancen, insbesondere wenn der Einsatz von Bio-Produkten über das Frühstücksangebot hinaus ausgeweitet wird.

Für regionale Erzeugungs- und Verarbeitungsbetriebe ist zudem die Lieferstruktur von Interesse. Zwar erweitern konventionelle Großhändler zunehmend ihr Bio-Sortiment. Caterer und Küchen mit besonders hohen Bio-Anteilen beziehen ihre Waren jedoch häufiger auch über spezialisierte Bio-Großhändler und Direktlieferanten. Daraus ergeben sich zusätzliche Absatzmöglichkeiten für regionale Betriebe.

In der Diskussion wurde allerdings deutlich, dass neben dem Produktpreis auch die Dienstleistungen der Lieferanten entscheidend sind. Großküchen benötigen eine verlässliche Belieferung, passende Gebindegrößen und gegebenenfalls kurzfristige Nachlieferungen. Konventionelle Großhändler können diese Anforderungen häufig leichter erfüllen als kleinere Direktlieferanten oder der Naturkostfachhandel.






3 Rohstoffbörse – Angebot trifft Nachfrage





Abb. 4, 5 & 6: Lebendiger Austausch auf der Rohstoffbörse – neue Kontakte knüpfen, Angebote und Bedarfe abgleichen und mögliche Kooperationen ausloten.

Im Anschluss an die Impulsvorträge stand der konkrete Austausch zwischen Angebot und Nachfrage im Mittelpunkt. Ziel der Rohstoffbörse war es, landwirtschaftliche Betriebe, Verarbeitungsunternehmen, Großhändler und Küchen miteinander ins Gespräch zu bringen, konkrete Angebote und Bedarfe abzugleichen und neue Lieferbeziehungen anzubahnen. Dafür wurden vier warenspezifische Thementische eingerichtet:

- Fleisch & Wurst
- Gemüse & Obst
- Hülsenfrüchte & Nischenkulturen
- Getreide & Backwaren

Zum Auftakt der Rohstoffbörse moderierte Timo Kaphengst für jede Warengruppe einen beispielhaften Austausch auf der Bühne. Dabei stellte jeweils ein Akteur seinen konkreten Bedarf vor, auf den zwei potenzielle Erzeugerbetriebe bzw. Lieferanten mit passenden Angeboten reagierten. So wurden erste Anknüpfungspunkte sichtbar und zugleich der Einstieg in die anschließenden Gespräche an den Thementischen erleichtert.






3.1 Angebote und Gesuche: Moderierter Austausch auf der Bühne

Fleisch & Wurst

In der Warengruppe Fleisch und Wurst stellte Erik Jakob von Löffelzauber den Bedarf seines Cateringunternehmens vor. Obwohl der Speiseplan zunehmend vegetarisch ausgerichtet wird, benötigt Löffelzauber ggf. kleinere Mengen an Rindfleisch, Hackfleisch, Hähnchenbrustfilet, Fisch und Wurstwaren. Entscheidend sind dabei verlässliche Lieferbeziehungen und wettbewerbsfähige Preise.

Auf der Angebotsseite berichtete Bert Wigger von der Rinderzucht Lanz-Lenzen AG über seinen Betrieb in den Elbwiesen im Norden Brandenburgs. Dort werden rund 600 Mutterkühe ökologisch gehalten, während die Jungtiere konventionell ausgemästet werden. Eine zentrale Herausforderung ist der Mangel an regionalen Schlachtmöglichkeiten, weshalb die Tiere derzeit teilweise über weite Strecken nach Mittel- und Süddeutschland transportiert werden müssen.

Karl Ludwig von der Bio-Manufaktur Havelland, einem Tochterunternehmen der BioCompany, stellte das Angebot des Bio-Fleischverarbeiters vor. Die Gemeinschaftsverpflegung ist für den Betrieb ein wachsender Absatzmarkt. Aufgrund der begrenzten Budgets der Küchen werden insbesondere Produkte wie Hackfleisch, Geschnetzeltes, Geflügel und Bratwürste nachgefragt, während hochwertige Teilstücke eine geringere Rolle spielen.

Ergänzend stellte Jochen Fritz vom Biohof Werder das Moorbüffel-Projekt vor. Der Betrieb hält Wasserbüffel und vermarktet seine Produkte bislang überwiegend direkt. Gemeinsam mit der Manufaktur Hand.Fest wurden erste verarbeitete Produkte entwickelt, darunter Büffelbolognese im Glas. Weitere Produkte wie Gulasch und Brühe sind geplant. Ziel ist es, Wasserbüffelfleisch künftig auch für die Gemeinschaftsverpflegung zugänglich zu machen. Dafür müssen jedoch geeignete Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen aufgebaut werden.

Die Beiträge verdeutlichten insbesondere die Bedeutung regionaler Schlacht- und Verarbeitungsmöglichkeiten sowie die Herausforderung, hochwertige Bio-Fleischprodukte zu Preisen anzubieten, die für die Gemeinschaftsverpflegung tragfähig sind.

Gemüse & Obst

Henry Rayher vom Studierendenwerk Ost:Brandenburg berichtete über die Erfahrungen bei der Beschaffung regionaler Bio-Produkte für die Mensen. Eine besondere Herausforderung sind die großen Entfernungen zwischen den verschiedenen Standorten. Durch wiederholte Abstimmungen mit Erzeuger:inne und Lieferanten sowie entsprechende Ausschreibungen konnten dennoch feste Lieferbeziehungen aufgebaut werden. Bei frischem Gemüse verfolgt das Studierendenwerk inzwischen einen standortspezifischen Ansatz: Regionale Produkte werden möglichst dort eingesetzt, wo sie erzeugt werden, anstatt sie über weite Strecken zwischen den Mensen zu transportieren. Bereits auf den Speiseplänen stehen unter anderem Brandenburger Kichererbsen, Linsen und RYCE. Um den Anteil regionalen Bio-Gemüses weiter zu erhöhen, suchte das Studierendenwerk auf der Rohstoffbörse nach zusätzlichen Lieferanten.






Auch Erik Jakob von Löffelzauber äußerte Interesse an regionalem Gemüse, insbesondere an Möhren und Kartoffeln mit einem Bedarf von rund 300 Kilogramm pro Monat. Für seinen Küchenbetrieb wäre vorverarbeitetes, küchenfertiges Gemüse besonders interessant. Voraussetzung ist jedoch eine wirtschaftlich tragfähige Lieferlogistik.

Auf der Angebotsseite stellte Johann Gerdes vom Beerfelder Hof seinen Bio-Kartoffelanbau vor. Die Vermarktung erfolgt bereits erfolgreich über Terra Naturkost. Gleichzeitig verwies er auf fehlende regionale Vorverarbeitungskapazitäten, insbesondere für das Schälen von Kartoffeln. Zwar verfügen einzelne Betriebe über entsprechende Technik, doch fehlen häufig verlässliche Abnehmer für die vorverarbeitete Ware. Zudem würden auch in Brandenburg verfügbare Kartoffeln im Großhandel teilweise durch Ware aus anderen Bundesländern ersetzt.

Daniel Riesener vom Bio-Alpakaland berichtete über den Anbau von Möhren, Sellerie, Zwiebeln und verschiedenen Kohlsorten. Durch geeignete Lagermöglichkeiten können regionale Produkte teilweise bis Mai des Folgejahres angeboten werden. In Zusammenarbeit mit einem Verarbeitungsbetrieb in Berlin-Wartenberg ist auch die Lieferung von geschältem, geschnittenem oder geraspeltem Gemüse möglich. Eine Herausforderung stellt jedoch die kurze Haltbarkeit der vorverarbeiteten Produkte dar, die den Vertrieb über den Groß- und Filialhandel erschwert. Hinzu kommt, dass die Verarbeitungskosten aus Sicht vieler Küchen weiterhin zu hoch sind.

Die Gespräche machten deutlich, dass für eine stärkere Nutzung regionalen Bio-Gemüses in der Gemeinschaftsverpflegung insbesondere geeignete Vorverarbeitungsangebote, ausreichende Haltbarkeit und wirtschaftliche Logistiklösungen benötigt werden.

Hülsenfrüchte & Nischenkulturen

In der Warengruppe Hülsenfrüchte und Nischenkulturen standen insbesondere die Bündelung regionaler Erntemengen, geeignete Verarbeitungsmöglichkeiten und der Zugang zur Gemeinschaftsverpflegung im Mittelpunkt.

Matthias Kahlert stellte die Spreewälder BioMühle nahe Cottbus vor, die seit rund 20 Jahren regionale Druschfrüchte verarbeitet. Ursprünglich auf Hirse spezialisiert, umfasst das Sortiment inzwischen unter anderem Brandenburger Bio-Linsen, Buchweizen, Amaranth, Quinoa und RYCE. Die Rohstoffe stammen von fünf landwirtschaftlichen Betrieben, die zugleich Gesellschafter der Mühle sind, sowie rund 20 weiteren Lieferanten. Über Terra Naturkost werden die Produkte sowohl im Einzelhandel als auch in der Gemeinschaftsverpflegung vermarktet. Darüber hinaus sind direkte Anfragen möglich, für die individuelle Logistiklösungen gefunden werden können.

Isabella Krause von der Vermarktungsgesellschaft Bio-Bauern mbH berichtete über den Aufbau regionaler Vermarktungsstrukturen für Hülsenfrüchte und weitere Sonderkulturen. Dazu gehören neben hellen und roten Kichererbsen auch Sojabohnen, schwarze Bohnen und Belugalinsen. Ziel ist es, Erzeugungsmengen zu bündeln und gemeinsam mit bestehenden Marktakteuren tragfähige Absatzwege zu entwickeln, statt parallele Strukturen aufzubauen. Als Beispiel nannte sie eine Lieferkette, bei der die Vermarktungsgesellschaft Erzeugnisse von landwirtschaftlichen Betrieben übernimmt und über Werder Frucht an die Gemeinschaftsverpflegung weitervermarktet.



Von der Nachfrageseite berichtete Bio in MV e. V. über die Zusammenarbeit mit einer kleinen Verarbeitungsmanufaktur in Mecklenburg-Vorpommern. Gesucht werden unter anderem Leguminosen und weitere Druschfrüchte für die Lohnverarbeitung. Die verarbeiteten Produkte werden teilweise von den landwirtschaftlichen Betrieben selbst vermarktet. Über das verbundene Unternehmen Greens Unlimited bestehen zudem Absatzwege in die Gemeinschaftsverpflegung.

Die Beiträge zeigten, dass in Brandenburg bereits wichtige Strukturen für die Bündelung und Vermarktung von Hülsenfrüchten und Nischenkulturen bestehen. Für deren weiteren Ausbau sind jedoch verlässliche Abnahmemengen, zusätzliche Verarbeitungsmöglichkeiten und eine engere Zusammenarbeit zwischen Erzeuger:innen, Verarbeiter:innen und Großhandel erforderlich.

Getreide & Backwaren

In der Warengruppe Getreide und Backwaren stellte die Berliner Bio-Bäckerei Endorphina ihren Bedarf an weiteren regionalen Rohstoffen vor. Der Betrieb arbeitet eng mit der Manufaktur Hand.Fest zusammen und vermarktet neben Backwaren auch verarbeitete Produkte wie RYCE-Bällchen und Ajvar. Obwohl bereits zahlreiche Zutaten aus der Region stammen, besteht insbesondere bei regionalen Bio-Kichererbsen weiterer Beschaffungsbedarf.

Hans Albrecht Müller von Saatbau Deutschland erläuterte, wie die Genossenschaft landwirtschaftliche Betriebe beim Anbau und bei der Vermarktung verschiedener Getreide- und Sonderkulturen unterstützt. Zum Sortiment gehören unter anderem Soja, Einkorn und weitere alte Getreidearten sowie Gewürz- und Ölpflanzen. Besonders wichtig sei es, bereits vor dem Anbau geeignete Absatzwege zu schaffen. Dafür werden zunächst mit den Verarbeitungsbetrieben die benötigten Mengen und Qualitätsanforderungen abgestimmt und anschließend passende landwirtschaftliche Betriebe für den Anbau gewonnen. So sollen sowohl Erzeuger:innen als auch Verarbeiter:innen mehr Planungssicherheit erhalten und Marktüberhänge vermieden werden.

Ein weiteres Praxisbeispiel lieferte der Hof Föhrenlicht, ein ökologisch wirtschaftender Betrieb in Brandenburg. Aufgrund begrenzter Vermarktungsmöglichkeiten und fehlender regionaler Verarbeitungsstrukturen wurde die Direktvermarktung ausgebaut. Gleichzeitig sucht der Hof nach Kooperationen mit anderen Betrieben, um größere Mengen gemeinsam vermarkten und zusätzliche Absatzwege erschließen zu können.

Die Diskussion verdeutlichte, dass gerade bei weniger verbreiteten Getreide- und Sonderkulturen eine frühzeitige Abstimmung zwischen Anbau und Verarbeitung entscheidend ist. Kooperationen können dazu beitragen, Absatzrisiken zu reduzieren, Mengen zu bündeln und notwendige Verarbeitungsstrukturen gemeinsam zu nutzen.






3.2 Offene Rohstoffbörse: Gespräche und erste Kooperationsansätze

Nach den moderierten Gesprächsrunden auf der Bühne wurde die Rohstoffbörse an den vier Thementischen fortgesetzt. Die Teilnehmenden nutzten die Gelegenheit, konkrete Angebote und Bedarfe abzugleichen, bestehende Kontakte zu vertiefen und neue Kooperationsmöglichkeiten auszuloten.

Dabei entstanden verschiedene Ansätze für eine Zusammenarbeit. So tauschten sich Terra Naturkost und die FÖL darüber aus, wie Küchen beim Einsatz von RYCE besser unterstützt werden können. Da das Produkt andere Kocheigenschaften als herkömmlicher Reis aufweist, wurden Schulungen für Küchenteams sowie kleinere Probiergebinde als mögliche Maßnahmen diskutiert.

Auch im Bereich der Produktentwicklung ergaben sich neue Ideen. Unter anderem wurde über ein verzehrfertiges Produkt für die Kita- und Schulverpflegung auf Basis regionaler Zutaten wie Haferdrink und Apfelmus gesprochen. Weitere Gespräche betrafen die mögliche Belieferung des Großhandels mit Tiefkühlbackwaren sowie die Verarbeitung und Vermarktung regionaler Obst- und Gemüseprodukte. Dabei zeigte sich erneut, dass insbesondere Logistik, verfügbare Verarbeitungsmöglichkeiten und die Abstimmung zwischen mehreren beteiligten Betrieben entscheidend für die Umsetzung sind.

In der gemeinsamen Abschlussrunde berichteten die Teilnehmenden von zahlreichen neuen Kontakten und vielversprechenden Gesprächen. Konkrete Liefervereinbarungen waren zum Zeitpunkt der Veranstaltung jedoch überwiegend noch nicht abgeschlossen. Vielmehr wurde deutlich, dass die Entwicklung tragfähiger Kooperationen weitere Abstimmungen und Zeit benötigt.

Die Rohstoffbörse zeigte damit, dass auf beiden Seiten – bei regionalen Erzeuger:innen und Verarbeiter:innen ebenso wie bei Großhandel und Gemeinschaftsverpflegung – Interesse an einer stärkeren Zusammenarbeit besteht. Zugleich wurden bestehende Herausforderungen sichtbar, insbesondere bei der Vorverarbeitung, der Logistik und der wirtschaftlichen Bündelung von Mengen. Die Veranstaltung bot einen Rahmen, um diese Herausforderungen unmittelbar mit potenziellen Partnern zu besprechen und erste Schritte für neue Lieferbeziehungen anzustoßen.






4 Anhang

4.1 Programm



Marktinfogespräch

Effiziente Logistikstrukturen für Bio-Produkte

Datum: *08.07.2026, 10 – 14:00 Uhr*
Ort: *Oranienwerk (Kultursaal), Kremmener Str. 43, 16515 Oranienburg*

Moderation: Timo Kaphengst & Julia Jägle

Zeit	Inhalte
09:30 Uhr	**Ankommen und Begrüßungskaffee** Nutzen Sie dieses Zeitfenster gerne für einen Kaffee und fürs Ankommen, so dass wir pünktlich starten können.
10:00 Uhr	**Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmenden** durch die Moderation
Teil 1: Regionale Bio-Logistik – Herausforderungen, Lösungsansätze und Perspektiven für Brandenburg	
10:20 Uhr	**Vorstellung: Zwei Ansätze für regionale Bio-Logistik** Anja Sylvester, SyMoLoG consulting Bernd Uwe Kleist, Meck-Schweizer GmbH
10:30 Uhr	**Welche regionalen Logistik-Lösungen funktionieren in der Praxis?** Gespräch mit Anja Sylvester und Bernd Uwe Kleist
11:00 Uhr	**Kommentar aus zwei Öko-Modellregionen: Was können wir für Brandenburg mitnehmen?** Henrik Stamer, Öko-Modellregion Prignitz-Ruppin Rahel Volz, BioRegion Havelland
11:15 Uhr	**Kaffeepause mit Smoothies & Gruppenfoto**

LAND BRANDENBURG
Ministerium für Land- und Ernährungswirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz

eco logic

Marktinfogespräche









Teil 2: Angebot und Nachfrage zusammenbringen – Praxisbeispiel eines regionalen Foodhubs	
11:35 Uhr	**Wie regionale Bündelung und Logistik organisiert werden können** Thomas Marbach, Kochanstalt und Hybrider Foodhub Leipzig
11:50 Uhr	Rückfragen & Diskussion zum Impuls
12:10 Uhr	**Abschlussdiskussion: Welche nächsten Schritte braucht Brandenburg?** Gemeinsame Diskussion und Austausch mit allen Teilnehmenden
12:45 Uhr	Zusammenfassung und Verabschiedung
13:00 Uhr	**Mittagessen und Ausklang** Gelegenheit zur Vernetzung und zum Austausch
14:00 Uhr	**Ende der Veranstaltung**

LAND BRANDENBURG
Ministerium für Land- und Ernährungswirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz

eco logic

Marktinfogespräche






4.2 Erste Kooperationsansätze – Eindrücke













