

## Inhalt

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Vorwort.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten</b>  |           |
| <i>Jobst Jungehülsing .....</i>   | <i>6</i>  |
| <b>Umfassende Qualität von Lebensmitteln im Sinne der Nachhaltigkeit</b>  |           |
| <i>Dr. Karl von Koerber.....</i>  | <i>11</i> |
| <b>Kulturlandschaft, Biodiversität und Soziale Landwirtschaft als Mehrwert bei der Erzeugung von Qualitätsprodukten</b> |           |
| <i>Dr. Thomas van Elsen .....</i>   | <i>26</i> |
| <b>Der Beitrag der nachhaltigen Erzeugung von Qualitätsprodukten zur Lebensqualität im ländlichen Raum</b>              |           |
| <i>Benjamin Nölting .....</i>   | <i>47</i> |
| <b>Der Markt für landwirtschaftliche Regionalprodukte</b>   |           |
| <i>Heinz Wendt.....</i>   | <i>60</i> |
| <b>Erfolgsfaktoren regionaler Wertschöpfungsnetzwerke</b>   |           |
| <i>Armin Kullmann.....</i>  | <i>62</i> |
| <b>Steigerung der Wettbewerbskraft mit Kooperationen</b>  |           |
| <i>Eva Krause .....</i>   | <i>66</i> |
| <b>Warum werden regionale Qualitätsprodukte gekauft und von wem?</b>  |           |
| <i>Ramona Teuber.....</i>   | <i>69</i> |
| <b>Verbrauchergerechte Qualitätserzeugung</b>   |           |
| <i>Jutta Jaksche.....</i>   | <i>75</i> |
| <b>Wettbewerbsvorteil Qualitätsprodukt?</b>   |           |
| <i>Frank Wetterich.....</i>   | <i>77</i> |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Die Regionalmarke für Berlin und Brandenburg</b><br><i>Dr. Gerd Lehmann Ulrike Trelert</i> .....                               | 83  |
| <b>bergisch pur</b><br><i>Peter Schmidt</i> .....   | 94  |
| <b>Bioprodukte aus Übersee – ein Widerspruch in sich?</b><br><i>Jutta Jaksche</i> .....   | 97  |
| <b>Die staatliche Förderung regionaler landwirtschaftlicher<br/>Produkte in Europa</b><br><i>Nadine Ruppel</i> .....              | 98  |
| <b>Wege zur nachhaltigen Änderung des Kaufverhaltens von<br/>KonsumentInnen</b><br><i>Christian GanzertChristine Krämer</i> ..... | 114 |
| <b>Label – Eyecatcher oder Informationsträger</b><br><i>Marianne Wagner</i> .....   | 122 |
| <b>Cluster bündeln Kräfte und Know-how</b><br><i>André Soudah</i> .....   | 124 |
| <b>Nah versorgen – Stadt-Land-Beziehungen beleben</b><br><i>Heiner Sindel</i> .....   | 127 |
| <b>Autorenverzeichnis</b> .....   | 130 |