Artikel vom 11.03.2026 · Ausgedruckt am 11.11.2026, 16:02 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/zwischen-wertschaetzung-und-wirklichkeit

Zwischen Wertschätzung und Wirklichkeit



Foto: Elena Peters

Es ist März und die ersten milden Tage locken uns wieder auf die Flächen. Die Dämme sind gezogen, die Folien vorbereitet, die Pflanzen erwachen. Noch sieht man keinen Spargel, keine Erdbeere leuchtet rot. Und doch entscheidet sich jetzt, wie die Saison wird. Wir planen, kalkulieren, investieren – bevor der erste Kunde nach heimischer Ware fragt. Und mit ihr, wie jedes Jahr, dieselbe Frage: Was werden wir für unsere Produkte bekommen? Wir können unsere Preise kurzfristig anpassen – das ist eine Stärke. Aber sie hat eine stille Grenze: den Markt. Was der Handel kommuniziert, was der Verbraucher gewohnt ist zu zahlen – all das bildet einen Rahmen, der sich enger anfühlt, als er sein müsste. Was der Markt hergibt und was ein hochwertiges regionales Produkt wert ist, stimmt erschreckend selten überein.

Dabei wollen es doch alle: Regionalität. Die Kundin sagt es auf dem Parkplatz vor dem Supermarkt. Der Handel druckt es auf Werbeplakate. Und wir Produzenten liefern sie – jeden Tag, mit höchsten Standards, strengsten Auflagen, fairen Löhnen. Nur bezahlt wird sie nicht. Wenn es drauf ankommt, zieht günstigere Importware. Und der Handel weiß das – und handelt entsprechend. Das ist der Dreiklang, in dem wir stecken: ein Verbraucher, der Wertschätzung predigt und am Regal spart. Ein Handel, der Regionalität vermarktet, aber beim Produzenten den Preis drückt. Und ein Produzent, der am Ende

des Systems steht und Kosten trägt, die sonst niemand tragen will. Die Bäuerin und Rednerin Michaela Glössl bringt es auf den Punkt: „Wir können nicht für Regionalität werben und gleichzeitig Weltmarktpreise bezahlen. Das ist keine Haltung, das ist eine Lüge.“

Es braucht einen Verbraucher, der seine Haltung im Einkaufswagen zeigt. Der begreift, dass hinter der regionalen Erdbeere Verantwortung steckt – für Böden, die morgen noch tragen, und eine Versorgung, unabhängig von Lieferketten, fragiler, als wir dachten. Regionalität ist kein Aufkleber. Sie ist eine Entscheidung – und die beginnt an der Kasse. Es braucht einen Handel, der Partnerschaft wirtschaftlich unterlegt. Wer Regionalität als Verkaufsargument nutzt, muss sie auch finanzieren – nicht als Geste, sondern als Geschäftsmodell. Und es braucht uns Landwirtinnen und Landwirte, die aufhören, sich für ihre Preise zu entschuldigen. Wer gute Arbeit macht, darf gutes Geld dafür verlangen und selbstbewusst dafür einstehen.

Diese Saison beginnt bald. Der Spargel wird wachsen, die Erdbeeren werden leuchten. Die Frage ist nicht, ob wir liefern. Die Frage ist, ob alle dazu bereit sind – am Verhandlungstisch, am Regal und auf dem Feld.

Christina Ingenrieth-Klauth