

Inhalt

1	Grundlagen der Regionalvermarktung von Lebensmitteln und Agrarprodukten.....	5
2	Status quo der Regionalvermarktung in Deutschland	11
3	Regionalvermarktung entlang der Wertschöpfungskette.....	25
3.1	Übergeordnete Potenziale und Ziele.....	25
3.2	Regionalvermarktung in der Landwirtschaft.....	26
3.3	Regionalvermarktung im verarbeitenden Gewerbe	54
3.4	Regionalvermarktung in der Außer-Haus-Verpflegung	66
3.5	Regionalvermarktung im Lebensmitteleinzelhandel	79
4	Kooperationen und Zusammenarbeit in der Regionalvermarktung	93
4.1	Regionalvermarktung durch Netzwerkorganisationen.....	93
4.2	Regionalvermarktung durch öffentliche Institutionen.....	116
5	Literaturverzeichnis.....	129
6	Bildverweise	139
7	Über die Autoren.....	143