

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