

# Medieninformation

Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft

**Ihre Ansprechpartnerin**  
Corinna Saring

**Durchwahl**  
Telefon +49 351 564 20040  
Telefax +49 351 564 20007

presse@smul.sachsen.de\*

17.06.2026

## 6. Mitteldeutsche Warenbörse stärkt Ernährungswirtschaft in den Regionen

**Gemeinsame Pressemitteilung der Landwirtschaftsministerien bzw.  
Agrarmarketinggesellschaften der Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt,  
Thüringen, Brandenburg und Niedersachsen**

Zur Stunde startet in Schkeuditz die 6. Mitteldeutsche Warenbörse. Über 130 Unternehmen der Lebensmittel- und Ernährungswirtschaft aus Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg und Niedersachsen präsentieren sich geladenen Branchenvertretern aus Lebensmitteleinzel- und Großhandel, Gemeinschaftsverpflegung, Sozial- und Gesundheitswesen sowie Hotellerie und Gastronomie.

Rund 240 Fachbesucher haben sich angemeldet, um sich auf der etablierten Plattform im kompakten Eintagesformat über aktuelle Sortimente und Produktneuheiten der mittelständischen Ernährungswirtschaft zu informieren, neue Kontakte zu knüpfen oder bestehende Kooperationen zu vertiefen.

### Betriebe der Ernährungswirtschaft im Krisenmodus

Die gemeinsam organisierenden Ministerien und Marketinggesellschaften bieten ihren Branchenunternehmen mit der Mitteldeutschen Warenbörse eine Plattform, die auch ein Spiegelbild der Branchenstruktur, vom Kleinunternehmen bis zum größeren Mittelstand, darstellt. Diese Unternehmen spüren besonders die anhaltende Preissensibilität bei den Verbrauchenden bei gleichzeitig steigenden Produktionskosten. Dennoch sind die Betriebe der Ernährungswirtschaft als Arbeitgeber, Steuerzahler und regionaler Wirtschaftsfaktor für die Regionen unverzichtbar. Unentbehrlich sind sie zudem für geschlossene regionale Wertschöpfungsketten vom Feld zum Teller.

**Hausanschrift:**  
**Sächsisches Staatsministerium  
für Umwelt und Landwirtschaft**  
Wilhelm-Buck-Straße 4  
01097 Dresden

<https://www.smekul.sachsen.de>

\* Kein Zugang für verschlüsselte elektronische Dokumente. Zugang für qualifiziert elektronisch signierte Dokumente nur unter den auf [www.lsf.sachsen.de/eSignatur.html](http://www.lsf.sachsen.de/eSignatur.html) vermerkten Voraussetzungen.

Die seit einigen Jahren anhaltende schwierige wirtschaftliche Lage gewährt den Unternehmen der Ernährungswirtschaft kaum Erholungsphasen. Für viele Produzenten geht es derzeit weniger um Wachstum als vielmehr um den Erhalt der unternehmerischen Strukturen und bestehender Absatzkanäle.

Sachsens Landwirtschaftsminister **Georg-Ludwig von Breitenbuch** freut sich über die gute Beteiligung sächsischer Unternehmen der Ernährungswirtschaft an der 6. Mitteldeutschen Warenbörse: »Mit 53 Ausstellern aus dem Freistaat nehmen mehr als an den zwei vorausgegangenen Ausgaben teil. Das zeigt, dass die Mitteldeutsche Warenbörse für die Unternehmen eine wichtige Plattform zur Erschließung neuer Absatzmärkte sowie zum Ausbau bestehender Geschäftsbeziehungen ist. Damit werden auch neue regionale Wertschöpfungsketten initiiert, die für die beteiligten Wirtschaftspartner u. a. aus der Land- und Ernährungswirtschaft in den aktuell nicht einfachen Zeiten verlässliche Einkommensperspektiven bieten. Wir werden deshalb solch erfolgreiche Maßnahmen zur Stärkung unserer Unternehmen in der Land- und Ernährungswirtschaft weiterhin unterstützen.«

»Unsere Thüringer Ernährungswirtschaft steht vor denselben Herausforderungen wie viele regionale Produzenten in Deutschland: steigende Kosten, hoher Wettbewerbsdruck und das ausgeprägte Preisbewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher. Umso wichtiger ist es, die Stärken regionaler Anbieter gezielt auszubauen«, sagt Thüringens Agrarstaatssekretär **Marcus Malsch**. Dabei setze das Land auf drei Hebel: bessere Vernetzung, mehr Sichtbarkeit und gezielte Investitionen. »Regionale Produzenten müssen leichter mit Handel, Großverbrauchern und der Gemeinschaftsverpflegung ins Geschäft kommen. Genau dafür ist die Mitteldeutsche Warenbörse ein wichtiges Instrument. Sie bringt Angebot und Nachfrage direkt zusammen und eröffnet kleinen und mittleren Unternehmen neue Absatzchancen.« Zugleich sieht Malsch in der wachsenden Nachfrage nach Produkten mit nachvollziehbarer Herkunft eine große Chance für Thüringer Hersteller: »Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher wollen wissen, wo ihre Lebensmittel herkommen. Deshalb unterstützen wir die Vermarktung Thüringer Agrarprodukte und stärken die Sichtbarkeit regionaler Herkunft.« Ein besonderes Augenmerk legt Thüringen zudem auf den Ausbau regionaler Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen. »Je mehr landwirtschaftliche 'Rohstoffe' im eigenen Land verarbeitet und vermarktet werden, desto mehr Wertschöpfung bleibt in Thüringen. Deshalb unterstützen wir Investitionen in moderne Verarbeitungskapazitäten, Digitalisierung und nachhaltige Produktionsverfahren.«

**Volker Rost**, Leiter der Abteilung Ländlicher Raum, Agrarpolitik im Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt: »Starke ländliche Räume brauchen starke regionale Wirtschaftskreisläufe. Deshalb setzen wir darauf, die Wertschöpfung aus Landwirtschaft und Ernährung in Sachsen-Anhalt gezielt zu unterstützen. Wenn Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung stärker zusammenfinden, profitieren sowohl die Betriebe als auch Verbraucherinnen und Verbraucher gleichermaßen. Dazu braucht es weniger bürokratische Hürden, sondern Förderinstrumente, die klar, zielgerichtet und praxistauglich sind.

Regionale Wertschöpfung entsteht nicht durch zusätzliche Auflagen, sondern durch unternehmerische Initiative, Kooperation und verlässliche Rahmenbedingungen. Das Land will dort ansetzen, wo Betriebe investieren, neue Vermarktungswege erschließen oder regionale Partnerschaften aufbauen. Wichtig ist, dass Förderangebote praxistauglich sind und Betrieben helfen, notwendige Investitionen schneller umzusetzen. Ziel ist, Wertschöpfung im Land zu halten, Einkommen zu sichern und ländlichen Räumen Perspektiven zu eröffnen.«

Trotz schwieriger wirtschaftlicher Lage gaben Brandenburger Unternehmen im zu Jahresbeginn erhobenen pro agro-Branchenbarometer an, 2026 bzw. in den nächsten 2 Jahren weiter in ihre Betriebe investieren zu wollen. »Damit diese Investitionen in die Zukunftssicherheit auch umgesetzt werden können, braucht es Planungssicherheit und politische Rückendeckung«, sagt **Kai Rückewold**, Geschäftsführer des Brandenburger Agrarmarketingverbandes pro agro e.V. »Die Branche befindet sich im Spannungsfeld zwischen anhaltend hohen Kosten und sehr preissensiblen Verbraucherinnen und Verbrauchern. Formate wie die Mitteldeutsche Warenbörse wirken der schwächelnden Absatzentwicklung entgegen und führen Erzeuger und Absatzpartner effektiv zusammen. Der Lebensmitteleinzelhandel bleibt für die meisten Brandenburger Produzenten der wichtigste Absatzkanal. Über alle Absatzkanäle hinweg gilt es, regionale Marktanteile zu festigen und auszubauen. Auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher sorgen wir mit Kampagnen und Veranstaltungen für Aufklärung mit dem Ziel, regionale Versorgung mit allen positiven Effekten für die eigene Region - ökonomisch, ökologisch und emotional - wieder selbstverständlich werden zu lassen.«

»Wir freuen uns, dass einmal mehr starke niedersächsische Unternehmen die Leistungsfähigkeit unserer Land- und Ernährungswirtschaft hier in Schkeuditz präsentieren. Damit nutzen sie diese Plattform, um neue Geschäftskontakte zu Absatzmittlern und LEH-Partner aus verschiedenen Bundesländern zu knüpfen und Netzwerke zu pflegen«, freut sich **Vivien Ortmann**, Geschäftsführerin der Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft (MGN) über den Beitrag auf der Warenbörse. »Auch unter schwierigen Markt- und Produktionsbedingungen geben sie eine überzeugende Visitenkarte für die Leistungsbereitschaft der niedersächsischen Branche und die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Produkte ab. Die Unterstützung kleiner und mittelständischer Unternehmen bei der Erschließung neuer Märkte ist eine der Kernaufgaben der MGN. Durch die Teilnahme an der heutigen Börse können unsere Unternehmen in den Direktvertrieb mit potenziellen Marktpartnern gehen und nehmen Erkenntnisse aus einem neuen Marktumfeld mit. Sie begegnen Menschen, Trends und Innovationen aus anderen Teilen Deutschlands und haben die Chance auf neue Kooperationen mit Unternehmen aus den anderen Bundesländern. « Dieses seien gute Gründe, um dabei zu sein.

Seit 2013 wird die Mitteldeutsche Warenbörse von den Bundesländern Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt mit Erfolg durchgeführt. Seit 2017 beteiligt sich Niedersachsen und seit 2022 beteiligt sich auch Brandenburg an der alle zwei Jahre stattfindenden Warenbörse. Die Organisation der

Mitteldeutschen Warenbörse 2026 wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

Eine Ausstellerliste zur Mitteldeutsche Warenbörse 2026 finden Sie hier:

<http://www.agrarmarketing-thueringen.de/MDWB>

In der Anlage finden Sie außerdem eine Länderstatistik zur Mitteldeutschen Warenbörse 2026.

**Medien:**

Dokument: [MDWB Länderstatistik 2026](#)