

Protokoll 16.10.18

Ausschuss Regionalvermarktung

anwesend: Lea Leimann, Mathias Johnen, Jochen Groß, Jan Gökpınarli, Michael Müller, Katharina Schwartz, Luzia Heinzelmann, Cathrin Wiedemann, Stefan Gothe, Clara Dorn, Helena Schmitz-Pfeiffer, Guido Netarbartolo

nächster Termin: **21.11.18 19:00 Uhr** im Büro des Ernährungsrates, Neven-DuMont-Str. 14, Köln

heutiges Thema: Vorgehensweise als Ausschuss in der Zukunft

Beschlossene Vorgehensweise

1. Schritt: Definition der Kriterien Regionalität und Nachhaltigkeit und bedarfsorientiertes mapping als Vorarbeit zur Bestandsanalyse (21.11.18)
2. Schritt: Bestandsanalyse und Mapping ausbauen und vervollständigen
3. Schritt (und immer): Wo wollen wir hin als Ausschuss, was sind unsere konkreten Ziele, wie kooperieren wir mit den anderen Ausschüssen?

to do bis zum nächsten Termin:

- Kriterien zu Nachhaltigkeit und Regionalität anderer Initiativen recherchieren
- bis spätestens 14.11.18 bei wechange hochladen
- alle lesen diese im Vorab, so dass wir in der Sitzung daraus unsere eigenen Kriterien ableiten können

Wer?

- Regionalbewegung: Stefan
- Slow Food: Lea + Clara (+ Sven fragen)
- Ernährungsrat: Cathrin
- Bio: *Wer will/kann/macht?*
- Bauer Willi (regional + fair):
- *andere?*

Allgemein zu klären gilt es:

- 1) Was wollen wir als Ausschuss erreichen?
- 2) Was meinen wir mit Food Hub und ist es wirklich das, was wir wollen?
- 3) Was ist der Bestand, was der Bedarf?
- 4) Wie definieren wir eigentlich Nachhaltigkeit und Regionalität?

1) Ziele des Ausschusses

- Wir wollen der Stadtbevölkerung Kölns Zugang zu regional und nachhaltig produzierten Lebensmitteln ermöglichen / vereinfachen.
- Dafür müssen wir die Bevölkerung für die Notwendigkeit eines solchen Konsumverhaltens erst einmal sensibilisieren.
- Gleichzeitig müssen wir in den Austausch mit der umliegenden Langwirtschaft treten und diese mit ins Boot holen, wenn es darum geht, weitere Strategien zu erarbeiten. (Unterstützung bei einer eventuellen Umstellung, gemeinsame Erarbeitung von Kriterien, Anreize schaffen, ...)
- Letztendlich muss sich all dies in einem politischen Willen wiederfinden um so eine langfristige Wirkung zu zeigen, die auch in der Stadtpolitik verankert ist.

→ Was genau ist hier die Aufgabe des Ausschusses und in welchen Rahmenbedingungen können wir überhaupt agieren?

2) Konzept Food Hub

- Die Idee Food Hub ist noch undefiniert und muss konkretisiert werden.
- Gleichzeitig müssen wir uns die Frage stellen, ob ein Food Hub überhaupt die richtige Form für unsere Situation ist.
- Brainstorming, was wir uns darunter vorstellen könnten:
 - Verteilerzentrum
 - Verarbeitungs- und Veredelungszentrum (Schlachthaus, Vorverarbeitung für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, Trocknen, Einmachen, Abfüllstation, ...)
 - eine Marke (wie Regionalmarke)
 - nicht nur analoger, auch digitaler Ort
 - Bindeglied zwischen Produzierenden und Konsumierenden, z.B. Portal, bei dem Kita Essen bestellen kann
 - Anlaufstelle um die wenigen Betriebe, die noch existieren, zu erhalten
 - nicht nur für Gemeinschaftsverpflegung, auch für den Einzelverbraucher

= logistischer Mittelpunkt diverser Aktionen und Akteure

3) Bestands- und Bedarfsanalyse

- Bevor wir weiter planen, müssen wir Bestand und Bedarf analysieren.
- Dies stellt sich als schwieriger heraus, als erwartet, da wenig Information vorliegt und wenn dann sehr verstreut.
- Hier besteht Recherchebedarf:
 - Welche landwirtschaftlichen Betriebe gibt es im Umland, mit denen man kooperieren könnte und die Interesse hätten, ihre Vermarktung umzustellen?
 - Welche Lieferantensysteme und Logistik gibt es in der Region schon, mit denen wir uns vernetzen können und wer sind die Akteure in diesen Systemen?
 - Was konsumiert die städtische Gemeinschaftsverpflegung?
 - Welche Absatzmöglichkeiten gibt es, außer Großküchen? Welche weiteren Betriebe hätten außerdem Interesse an einem regionalen Verteilerzentrum?
 - Um welche Dimensionen geht es hier eigentlich?

- Wer sind unsere Mitstreiter*innen und Ansprechpartner*innen? Mit wem müssen wir ins Gespräch kommen, um hier eine langfristige Wirkung zu erzielen?
- Welche Vermarktungsstrategien gibt es weltweit/deutschlandweit/... über dem Food Hub hinaus und was würde zu unserer Situation hier passen?
- bisherige Analysen:
 - „Potentiale einer regionalen Ernährung im Rheinland“ der Regionalwert AG
→ wie kann sich das Rheinland aus dem Rheinland heraus ernähren (bitte nur intern verwenden!)
 - Masterarbeit zu CO₂-Ausstoß der Gerichte der Hauptmensa der Uni Köln
(Der Mensaleiter ist sehr interessiert an einer Steigerung der Nachhaltigkeit!)
 - Geographie Geländepraktikum
(bisher weniger relevant für uns aber eventuell ausbaufähig?)

4) Definition Nachhaltigkeit und Regionalität

- Was sind Kriterien, an denen sich der Verbraucher einfach orientieren kann?
- Diese Kriterien sollten in allen Ausschüssen vorgestellt und diskutiert werden und letztendlich auch als Ratsentschluss verabschiedet werden.

Nachhaltigkeit:

- Wir wollen es nicht allein auf bio beschränken.
- Kriterien anderer Initiativen recherchieren und auf unsere Situation anpassen (to do für nächstes Treffen)

Regionalität:

- Regierungsbezirk Köln?
- 100km Radius um Köln?
- Grenze muss wahrscheinlich je nach Produkt unterschiedlich gezogen werden
- Heißt das, wir verzichten komplett auf Produkte, die nicht aus der Region kommen oder akzeptieren wir eine Mischlösung mit z.B. einem 80 – 20 Verhältnis?