

## Protokoll Ausschusssitzung Regionalvermarktung

18.05.2021 um 19h bei Zoom

**Anwesend:** Matthias Beuger, Michael Müller, Hannes Lormann, Clara Dorn, Melanie Freiter, Guido, Johannes Rieger, Mathias Johnen, Valentin Thurn, Florian Sander

---

### Nächstes Ausschusstreffen am 6.7.21 19h

18.06. Policy Briefing

#### Agenda:

- 1) Bericht zu Austausch mit IG Großmarkt
- 2) Regionallabel

#### 1) Großmarkt

- es fand Austausch mit IG Großmarkt statt
- Händler:innen am jetzigen Standort (Raderberg) stehen mit dem Rücken zur Wand, scheint wenig Kapazitäten für Zukunftsfragen seitens Händler:innenseite zu geben
- IG Großmarkt hat übergeordnet Interesse an Zusammenarbeit
- *regional* ist am Großmarkt momentan weniger von Bedeutung
- unser Wunsch: Großmarkt als Modul der Regionalversorgung entwickeln
- Vorschlag: 1. Schritt gemeinsame VA mit Händler:innen und regionalen Erzeuger:innen
- 2. Schritt: „Hausmesse“ in größerem Maßstab
  - ➔ Wird gerade mit Händler:innen rückgekoppelt
- IG Großmarkt hat Interesse, Standort Raderberg bis zum Umzug so aufzustellen, dass er Bestand hat
- Gleichzeitig: Konzept so weiterentwickeln, dass es zukunftsfähig wird für neuen Standort
- Johannes: für Großmarkthändler:innen ist regional/bio auch eine Frage des Preises: Bio-Zertifizierung für ist Handel teuer!
- Mathias: 2 Bio-Messen fanden bereits statt, daran anknüpfen

#### 2) Regionallabel

- Vorschlag: zukünftiger Schwerpunkt der Arbeit des Ausschusses
- Nicht nur Regionallabel, sondern geknüpft an Kriterien der Nachhaltigkeit
- Bezeichnung *Regionallabel* ist also nicht ganz korrekt
- Mathias: Klimarat diskutiert auch Kriterien der Regionalität, wenn wir als ER schon was hätten wäre das sicherlich hilfreich! ➔ nicht Arbeit doppeln
- Mathias: wenn es gutes Regionallabel gäbe wäre das sicherlich ein Erfolg
- Kriterien für Nachhaltigkeit ernährungsratsübergreifend erarbeiten
  - ➔ deutschlandweit? revierweit?
  - ➔ andere ER ansprechen für Expert:innenrunde
- Zusammenarbeit mit Knoten Agrobusiness: „Akteursgespräch Regionalvermarktung“
- Matthias: je mehr Diskussion um Nachhaltigkeitskriterien, desto schwerer wird es, ein solches Label zu etablieren

- Johannes: Für wen machen wir das Label eigentlich? Was sind die unterschiedlichen Motivationen?
- Melanie: Was unterscheidet unser Regionallabel vom „regional“ im Supermarkt?
- Label muss mehr aussagen als nur Regionalität
- Namensfindung wird noch schwierig, Arbeitstitel: *Taste of Heimat*(?)
- Rolle ER: Akzeptanzkriterien entwickeln und anschließende „Kontrolle“ aber nicht die betriebswirtschaftlichen Prozesse
- Kriterien von anderen Labels „klauen“: was haben die und was lohnt sich zu übernehmen? (zB Green Label)
- „Ein Label, das Entwicklung zulässt“ → Konzept zu Stufenmodell hängt an
- Stufen sind schwer von einander zu unterscheiden: alle Stufen müssten auf Produkt abgebildet sein, zutreffendes z.B. einkreisen
  - ➔ Verbraucher:in muss auf den ersten Blick erkennen, was gemeint ist (um zu vermeiden, dass Stufe 0 direkt als die Tollste gilt)
- Hannes: extrem schwer, für die unterschiedlichen Produkte jeweils einzeln Kriterien zu definieren!
- Kann das Label so entwickelt werden, dass es nicht produktspezifisch funktionieren muss?
- **Label als Kommunikationsmittel und nicht als Kontrollinstrument!**
- Johannes: Könnte man darüber Zugang schaffen zu Fördermitteln für Umstellung auf bio?

Nächste Schritte:

- Bis zur nächsten Sitzung bestehende Unterlagen sichten (s. Anhang):
  - o Taste of Heimat – Indikatoren von 2015 (v.a. Bereiche Handel, Gastro, Lebensmittelhandwerk erweitern aber auch Landwirtschaft checken)
  - o Stufensystem
- persönliche Notizen machen zu den Dokumenten, nächstes Mal definieren wir Handlungsbedarf
  - ➔ Fragestellung: sind Kriterien sinnvoll und aktuell?
- Valentin: Ansprache anderer ER zur Zusammenarbeit
- Vertreter:innen aus Handel, Lebensmittelhandwerk, Gastro 3 ansprechen
  - o Handel: Johannes
  - o Gastro: Mathias
  - o Lebensmittelhandwerk: Melanie/Clara (Bäckerei), Michael (Metzgerei), Hannes (Molkerei)

**Nächstes Ausschusstreffen am 6.7.21 19h**

Vorläufige Agenda:

1. Kurzer Bericht zu aktuellen Themen
2. Kurzer Bericht Rückmeldung IG Großmarkt
3. Ausarbeitung Kriterien und nächste Schritte Label