

## Protokoll Ausschusssitzung Regionalvermarktung

31.08.2021



**Anwesend:** Clara Dorn, Miriam Schiffermann (Kollektiv), Nils Becker, Mathias Johnen, Matthias Beuger, Manuel Perera, Gianna Maier-Quadt, Michael Müller

---

**Nächste Ausschusssitzung:** 05.10.2021 / Hybrid „Workshop Regionalmarke“

### Agenda:

- 1) Kurzer Bericht / ggfs. Vorstellungsrunde
- 2) Kurzer Bericht aus der Vollversammlung, Ergebnisse Arbeitsgruppe Regionallabel
- 3) Food Hub
- 4) Großmarkt: Update zum ersten Kennenlernertermin
- 5) Sonstiges und Eure Themen

---

### 2) Regionallabel

**Manuel:** Gastro hat kein Interesse daran. Erfahrung zeigt, dass ein solche Label von den Gastronomen nicht eingesetzt wird. Zu kompliziert in der Umsetzung. Kitas haben massives Interesse daran, Kriterium für Eltern

**Mathias J.:** 6000 Betriebe. Gastro großes Interesse an einer Darstellung von Nachhaltigkeit. Kennzeichnung könnte Hilfe sein. Steigende Anzahl an Betrieben die sich dafür interessieren.

**Miriam:** Großes Interesse der Kunden an einer Kennzeichnung regional

**Gianna:** Viele Label am Markt. Interesse der Verbraucher da. Als Gastgeberin der Marktschwärmerei will man den Erzeugern eine Stimme geben. Das Label könnte eine Stimme sein. Wenn der Verwaltungsaufwand steigt, könnte es schwierig werden die Erzeuger zu überzeugen.

**Matthias B.:** Vielleicht eine Kombination aus vorhandenen Zertifizierungen. Zum Beispiel „regional“ und „regional + bio“

**Clara:** Wir machen bei regional und regional + bio für zu viele Unternehmen die Tür zu.

**Manuel:** Vorschlag: über anderes Wort nachdenken zur Abgrenzung, anstatt *regional*: Lokal? Kurzer Weg? Rheinisch gut? Von nebenan?

**Michael:** Label hat die Aufgabe, Lieferketten transparent darzustellen, sonst ist regional egal

Weiteres Vorgehen:

- **Sehen wir ein Label im machbaren Bereich? Und mit welchen Kriterien?**
- Idee: mit unverarbeiteten (Ur)Produkten/Monoprodukten anfangen
- anfangen, wo Sensibilität liegt, beispielsweise KITAS, Erzbistum Köln, Gastro, LW
- Zielgruppe bestimmen, auf die im ersten Schritt mit Monoprodukten fokussieren
- Diskussion: 4-stufiges Modell scheint (zu) kompliziert zu sein ABER: nur *regional* und *regional+bio* als 2 Kategorien passt nicht, dann müsste *regional* schon an strengere Kriterien gebunden sein (wie bspw. bei Marktschwärmereien)

### 3) Food Hub

- Zusammenarbeit mit WandelWerk bei Umfrage zu Food Hub: Ansprüche, Bedarfe, Finanzierungsmodelle, Ausstattung
- Abschlussbericht wird am 11.9. vorgestellt
- Plan danach: Arbeitsgruppe aufbauen und nächste Schritte planen
- Förderung evtl. über Strukturwandelgelder möglich

**Michael:** Regionales Wertschöpfungscenter im Bergischen über Regionale2025:  
<https://www.regionale2025.de>

- Zusammenarbeit von Bergisch Pur (Regionalmarke) mit Stadt und Kreis, eine Person in der Verwaltung koordiniert  
→ Gute Aufstellung für Köln?

**Nils Becker:** politischer Wille ist da, Umweltamt kann sich Zusammenarbeit hier gut vorstellen, erste Gespräche werden geführt. Wichtig: Lokal singuläres Label

**Michael:** Food Hubs sind Bestandteile der Klimaanpassungsstrategie und nicht nur nice to have!!

### 4) Großmarkt

- **Stand jetzt hat Großmarkt kein bio und wenig regional**
- Idee war gemeinsames Vernetzungstreffen zwischen Händlern und Landwirten.
- Herausforderungen im Großmarkt derzeit so groß, dass es keine Kapazitäten derzeit für anderes als „lebenserhaltende Maßnahmen“ anbelangt
- Treffen Ende September nicht möglich

Fazit: Wir bleiben weiter in Kontakt mit der IG Großmarkt, wenn Unterstützung gewollt ist stehen wir zur Verfügung aber wir drängen uns nicht auf. Wir bringen uns in Gespräche um den neuen Standort ein, so dass dort regional und bio etabliert werden kann

**Nächster Termin: Dienstag, 5.10.21**

Online Update zu Aktuellem: 17:30

live Workshop zu Regionalmarke: 18:00