

Protokoll Ausschusssitzung Regionalvermarktung

05.10.2021



Anwesend: Matthias Beuger, Clara Dorn, Manuela Vollbrecht, Helga Trimborn, Mathias Johnen

Nächste Ausschusssitzung: 09.12.2021 19:00 Uhr (19-19:30 Uhr Aktuelles und Infos für Neue)

Agenda:

- 1) Aktuelles aus dem Ausschuss
- 2) Regionallabel

1) Aktuelles

Food Hub:

- Antrag stellen über Revier.Gestalten für Machbarkeitsanalyse?
- Matthias: lange und intensive Planungsphase muss finanziert sein
- Mathias: Mai 2022: Landtagswahlen → Ministerium ins Boot holen? (Stichwort *Broker*)
- Manuela: könnte unterstützen bei Antragstellung!
- im Moment wird vom BBK eine „Disaster Risk Reduction Strategy“ geschrieben, Ernährung ist da Thema (finanziert vom Auswärtigen Amt)
→ es spricht nichts dagegen! → los!

2) Regionallabel

Fragen:

- Wie gehen wir strategisch und methodisch weiter vor?
- Mit welchen Partner:innen können wir das zusammen aufbauen?

Handel:

- Manuela: Privatwirtschaft reinholen? REWE arbeitet am Aufbau regional-nachhaltiger Strukturen → ansprechen?
- Matthias: Bio-Mensch von REWE ansprechen?
- PR Abteilung, Hauptverwaltung, Klimaratvertreter:innen ansprechen
- REWE Richrath ansprechen
- Pilotprojekt für Köln mit REWE denken, strategisch kann REWE das dann deutschlandweit nutzen
- Was haben die REWEs schon in petto an Lieferkettenanalysen und Ideen?
- Sonst auch anderen Handel ansprechen: EDEKA „Wabenprojekt“ → parallel bespielen
- Guter Ansatz: Lieferketten anschauen, wer ist da? Mit diesen Personen arbeiten
- Partner:innen im Nachhaltigkeitsbereich: WeCare, Gemeinwohlökonomie
- ➔ Wollen wir die Zusammenarbeit mit großen Handelsstrukturen wie zB REWE überhaupt?
- ➔ Muss es ein Supermarkt sein oder können es auch mehrere (kleine) sein?

Wirtschaftsförderung:

- Wirtschaftsförderung: sitzen im Klimarat
- Interesse könnte überschaubar bleiben

Produktion:

- Gibt es ein Produktziel für die Marke?
- Fleisch: viele Metzgereien/Landwirt:innen haben schon viele Zertifikate → vielleicht ist das nicht so kompliziert? → checken

Stadt Köln:

- Greift das Thema im Klimarat auf
- Marke muss Alleinstellungsmerkmal für die Stadt generieren, sonst schwierig
- Es braucht starke politische Partner:innen und Kooperation mit der Politik
- Manuela: für eine Regionalmarke braucht es viele Informationen über regionale Strukturen und Lieferketten
- Liefert hier die Regionalwirtschaftliche Studie der Stadt die nötigen Informationen?

Wie geht es weiter:

- Mathias: Es braucht Votum vom Gesamtvorstand/ER insgesamt zur Lage, wen wollen wir ansprechen, wen sicher nicht? Welcher Fokus?
→ besprechen in nächster Vorstandsrunde / bei Klausur im Januar
- Manuela: es braucht kleine Teilbereiche, die im Ehrenamt erledigt werden können, Gesamtkoordination liegt beim Verein intern; es braucht Person, die das hauptverantwortlich übernimmt, geht nicht nebenher
- wenige wichtige Stakeholder zusammenholen mit gemeinsamem Nenner
Lokalpatriotismus

Wer macht was:

- Ziele im Bereich Lieferketten bei REWE checken: könnte das zusammenpassen? (Mathias und Matthias)
- Wirtschaftsförderung unverbindlich ansprechen (Mathias)
- Regionalmarke „Heinsberger Land – das schmeckt man!“ recherchieren: welche Kriterien haben die? Wie haben sie das aufgesetzt? Wer? Finanzierung? (Manuela)
<https://www.das-schmeckt-man.de/>
- Ziele im Bereich Lieferketten bei EDEKA checken: „Wabenprojekt“ (Clara)
- Welche anderen Regionalmarken gibt es um Umland?
- Bundesverband Regionalbewegung
- Disaster Risk Reduction Strategy als Ansatz (Manuela)

Nächster Termin: 9.12.2021, 19:00 Uhr