

2011/2012

Sonderausgabe der Informationsschrift des Bundesverbandes
der Regionalbewegung und des Aktionsbündnisses
Tag der Regionen im Rahmen des Projektes „Regionale Allianzen“



Der Kreislauf



Das Projekt Regionale Allianzen



In Deutschland gibt es zahlreiche Regionalinitiativen, die vor Ort wertvolle Arbeit leisten. Sie gewährleisten Bewusstsein für eine funktionierende Nahversorgung und tragen dazu bei, Bleibeperspektiven für die Menschen zu schaffen. Im Rahmen des Projektes „Regionale Allianzen“ bündelt die Regionalbewegung dieses Wissen, organisiert den Erfahrungsaustausch und vernetzt Akteure aus Politik, Wirtschaft und Bürgergesellschaft.

Um Empfehlungen an Politik und Wirtschaft zur Stärkung regionaler Potenziale zu erarbeiten, werden Themenplattformen auf Bundesebene aufgebaut, in denen sich Experten und Interessierte austauschen können. Damit wird den Regionalinitiativen eine starke Stimme verliehen, die über die Grenzen der eigenen Region hinaus mithilft, bessere Rahmenbedingungen für eine dezentrale Nahversorgung zu schaffen. Diese Sonderausgabe der Informationsschrift „Der KreisL“ informiert Sie über die zahlreichen Aktivitäten im Rahmen des Projektes „Regionale Allianzen“.

Kontakt: Ilonka Sindel,
Bundesverband der Regionalbewegung e.V., Telefon 09852 1381
sindel@regionalbewegung.de

Mit regionalen Lebensmitteln die regionale Wertschöpfung steigern



Dunkeln. Deshalb arbeitet das Bundesministerium aktiv daran, verlässliche Kriterien für regionale Produkte zu entwickeln und ein freiwilliges Regionalsiegel einzuführen.

Im Modellprojekt „REGIONALE ALLIANZEN“ haben die Regionen ihre regionalen Potenziale gestärkt – zum Teil mit erfolgreichen Konzepten zur Regionalvermarktung. Wir sind gespannt auf die Ergebnisse dieses vom BMELV geförderten interessanten Projektes des Bundesverbandes der Regionalbewegung, die wir Mitte 2012 auswerten werden. Der Verband leistet hier mit den regionalen Partnern wichtige Aufbauarbeit!

Ich wünsche allen Beteiligten weiterhin ein gutes Gelingen, denn Regionalentwicklung ist der Motor für ländliche Räume!

Ihr

Ralf Wolkenhauer
Unterabteilungsleiter im
Bundesministerium für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Regionalität ist ein Schlüsselfaktor für mehr Wertschöpfung in unseren ländlichen Räumen. Das positive Image der Heimat ist ein Pfund, mit dem die Regionen wuchern können.

Regionalität steht auch im Fokus der „Geschmackstage 2011 – Köstliches Deutschland“, die das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) mit vielen Partnern in diesem Jahr veranstaltet hat. Die erste Oktoberwoche 2011 stand ganz im Zeichen des gesunden Genusses, der Esskultur, der Geselligkeit und vor allem der Wertschätzung für regionale Qualitätsprodukte.

Regionalität darf aber keine Worthülse bleiben. Dazu bedarf es klarer Regeln, was als regionales Produkt bezeichnet werden darf. Denn für die Verbraucherinnen und Verbraucher sind Lebensmittel aus der Region oftmals auch eng verbunden mit Transparenz, Rückverfolgbarkeit und Herkunftsnachweis. Die wirkliche Herkunft von vermeintlichen Regionalprodukten bleibt oft im



Die Regionalbewegung wird sich wesentlich darauf konzentrieren müssen, den weiter anhaltenden Trend zur Regionalität in die richtigen Bahnen zu lenken. Bekanntlich hat der Handel diesen Trend längst aufgegriffen und bietet eine ganze Reihe von Produkten in Verbindung mit den Begriffen „Regionalität“ oder „Heimat“ an. Dazu gehören aber auch Kaffee, Reis oder Rotbuschtee, die von der Coop eG als regionale Produkte angeboten werden. Etikettenschwindel? Die norddeutsche Lebensmittelkette erklärt den Zusammenhang in ÖKO-Test (Ausgabe 9/2011) aus

Vermarktungsstrukturen in den Deutschen Bundestag eingebracht. Gerne setzen wir uns auch in Zukunft mit allen demokratischen Parteien über die im Antrag formulierten Ziele auseinander, nicht zuletzt auch, um ein breites Bündnis für das geforderte „Bundesprogramm Regionalvermarktung“ mit zu formen.

Seit seiner Gründung arbeitet der BRB mit Erfolg daran, Bündnispartner zu gewinnen sowie sich in Politik und Verwaltung bemerkbar zu machen. Nun ist es an der Zeit, die Kräfte der

Vernunft auf den Weg bringen – die Regionalbewegung formiert sich

Wissen Sie noch:

Einst wurden in den 70er Jahren Prämien für die Rodung unserer herrlichen, artenreichen Streuobstwiesen gezahlt, nach dieser Phase aber zum Glück wieder zur Neuanlage und Pflege der wertvollen Hochstämme eingesetzt.

Viele Jahre wurden Fließgewässer vor allem im Zuge der Flurbereinigungen aufwändig und teuer in ein enges Korsett gezwängt, heute richtet sich unser Fokus darauf Flüsse, Bäche und Auenlebensräume, nicht zuletzt dank der EU-Wasserrahmenrichtlinie, wieder naturnah zu entwickeln.

Billige Lebensmittel waren bereits zu Wirtschaftswunderzeiten erklärtes politisches Ziel, um die Entwicklung der deutschen Industrie zu ermöglichen. Dieser Weg führte zwangsläufig zu einer immer kosteneffizienter agierenden Landwirtschaft, zur Agrarindustrialisierung. Heute legt eine zunehmende Zahl von Verbrauchern Wert auf frische, qualitativ hochwertige, in der Region produzierte und verarbeitete Produkte. Wohlgerne zu fairen Preisen!

Setzt sich Vernunft also auf Dauer durch? Es ist wohl eher so, dass Vernunft mit guten Argumenten und einer gesunden Portion Hartnäckigkeit erarbeitet werden muss. Das ist Naturschützern in Bezug auf Streuobst und Fließgewässer bereits gelungen. In der Landwirtschaft engagiert sich ein breites Bündnis von etwa 120 Organisationen unter dem Motto „Wir haben es satt“ für eine Agrarpolitik auf bäuerlich-ökologischer Basis. Die Stimmung vor der nächsten EU-Agrarreform lässt hierfür zumindest Hoffnung aufkommen.

ihrer Sicht: Diese Lebensmittel werden entweder in Norddeutschland produziert, veredelt oder abgepackt. Vernunft setzt sich durch?

Eine große Gefahr dieser Entwicklung besteht darin, dass der Verbraucher sich irgendwann einmal so betrogen fühlt, dass es ihm egal wird, was er einkauft. Deshalb arbeitet der Bundesverband der Regionalbewegung (BRB) intensiv an einem Regionalsiegel mit Mindeststandards für Regionalität.

Die Regionalbewegung hat das einzig Richtige unternommen und sich zu einer mittlerweile schlagkräftigen Gemeinschaft für eine glaubwürdige Regionalvermarktung zusammengeschlossen. Der Verlauf des ersten bundesweiten Treffens der Regionalinitiativen Mitte 2011 in Fulda war meines Erachtens auch ein Indiz dafür, dass der BRB in seiner Rolle als Interessenvertreter der Initiativen Akzeptanz findet und dafür sorgt, die Anliegen der Regionalbewegung in die Politik hineinzugetragen. Bündnis 90/Die Grünen haben als erste der im Bundestag vertretenen Parteien, übrigens pünktlich zum Tag der Regionen (danke dafür!), einen Antrag zur Stärkung regionaler Produktions-, Verarbeitungs- und

Regionalbewegung für die Umsetzung weniger klarer Zielsetzungen zu bündeln. Dazu gehört das Regionalsiegel und sollte sich die Politik darauf einig machen, das geforderte „Bundesprogramm Regionalvermarktung“ auf den Weg zu bringen, wäre das ein weiterer überaus wichtiger Schritt, um Vernunft in der regionalen Kreislaufwirtschaft auf den Weg zu bringen.

Das meint Ihr

Sven Mindermann
Stellvertretender Vorsitzender
Bundesverband der
Regionalbewegung e.V.

Regionalsiegel – Wohin geht die Reise?

von Nicole Weik

Enger Schulterschluss zwischen den Regionalvermarktungsinitiativen in Deutschland geglückt

Um die Weichen für die Zukunft glaubwürdiger Regionalvermarktung zu stellen, kamen zahlreiche Akteure am 28. Juni 2011 beim 1. bundesweiten Treffen der Regionalvermarktungsinitiativen in Fulda zusammen. Das Hauptaugenmerk der Veranstaltung lag auf der Erarbeitung von Strategien zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit von Regionalvermarktungsinitiativen in Deutschland. Rege diskutiert wurde, welche Kriterien in einem bundesweiten Regionalsiegel verankert sein sollten und wer ein solches Siegel tragen dürfte.

Auf Basis dieser Ergebnisse hat der Bundesverband der Regionalbewegung (BRB) im Rahmen seiner Jahreshauptversammlung am 25. November 2011 in Warburg „Kriterien für ein glaubwürdiges Regionalvermarktungssystem“ verabschiedet.

Der BRB empfiehlt ein Regionalsiegel für Regionalvermarktungsinitiativen (Privatwirtschaftliches Zertifizierungssystem). Das heißt, die Vergabe des Siegels erfolgt an die Initiativen vor Ort und ist als eine Art „Regionalitäts-TÜV“ zu verstehen. So können regionale Produkte an Glaubwürdigkeit gewinnen sowie die Verbraucher und auch die zahlreichen ehrlich arbeitenden Regionalvermarktungsinitiativen geschützt werden. Ein Regionalsiegel muss sich von den bestehenden Qualitäts- und Länderzeichen unterscheiden und soll keine Konkurrenz zu diesen darstellen.

Kontakt:
Nicole Weik
Bundesverband der Regionalbewegung e.V.
Feuchtwangen
Telefon 09852 1381
weik@regionalbewegung.de

Bild oben:
Die Teilnehmer des 1. bundesweiten Treffens der Regionalvermarktungsinitiativen



Auszug aus den „Kriterien für ein glaubwürdiges Regionalvermarktungssystem“

1) Eigene, schlüssige Definition der Region

- Die Regionalvermarktungsinitiative besitzt eine schlüssige und sinnvolle Definition ihrer eigenen Region in Form einer genau definierten Gebietskulisse

2) Transparente Qualitäts- und Herkunftskriterien

- Nicht zusammengesetzte Produkte (Monoprodukte) stammen zu 100 Prozent aus der definierten Region*
- Bei zusammengesetzten und verarbeiteten Produkten stammen die Zutaten aus der definierten Region*

3) Regionale Vermarktung und Wertschöpfung

- Prinzip: Aus der Region – für die Region
- Die Vermarktung der Produkte findet überwiegend in der definierten Region statt

4) Kontrolle der Kriterien

- Die Kontrolle aller Kriterien wird durch interne und externe Kontrollen gewährleistet

5) Nachhaltigkeit durch ökologische, ökonomische und soziale Kriterien

- Regionalvermarktungsinitiativen arbeiten im „Dualen Modell“

Definition Duales Modell:
Regionale Netzwerke von Erzeugern, Verarbeitern, Handwerkern, Händlern und Verbrauchern bilden strategische Allianzen und generieren regionale Wertschöpfung innerhalb regionaler Wirtschaftskreisläufe zum gegenseitigen Nutzen aller Beteiligten. Ideelle und wirtschaftliche Gruppierungen arbeiten in der Allianz eng zusammen, um die Öffentlichkeit für die Unterstützung einer nachhaltigen Regionalentwicklung zu gewinnen. Die ideellen Gruppierungen sind Ausdruck eines bürgerschaftlichen Engagements im Sinne des Zieles zur Erhaltung der Lebensgrundlagen in der jeweiligen Region.

* Ausnahmen sind zu vermeiden. Falls Kompromisse eingegangen werden müssen (Verfügbarkeit, geeignete Verarbeitungsbetriebe o. ä.), existiert eine transparente stichhaltige Begründung im Sinne der Nachhaltigkeit.

Die vollständige Version finden Sie unter www.regionalbewegung.de

Interessengemeinschaft Regionalbewegung NRW gegründet

von Brigitte Hilcher

Regionalvermarktungsinitiativen in NRW wollen ihre Zusammenarbeit intensivieren. Darum gründete sich unter dem Dach des Bundesverbandes der Regionalbewegung e.V. im April 2011 die Interessengemeinschaft Regionalbewegung NRW.

Im Rahmen einer Arbeitssitzung, in der das Bestreben der Landesregierung zur Schaffung eines „Qualitätszeichens NRW“ diskutiert wurde, ergab sich der Wunsch nach einer stärkeren Kooperation der etablierten Regionalvermarktungsinitiativen in NRW. Als erste gemeinsame Aktion formulierte die Interessengemeinschaft eine koordinierte Positionierung als Beitrag für die Entwicklung des „Qualitätszeichens NRW“. Das Papier formuliert Basis-kriterien, die aus Sicht der Regionalvermarktungsinitiativen im „Qualitätszeichen NRW“ verankert sein sollten. Darüber hinaus plant die IG Regionalbewegung NRW einen regen Erfahrungsaustausch der Regionalvermarktungsinitiativen – auch im Rahmen von Fachgesprächen zu Themen, die den Initiativen unter den Nägeln brennen. Denn jede Regionalinitiative hat ihr eigenständiges Profil, ein Austausch wird zu einer stärkeren Qualifizierung aller Beteiligten führen.



Daneben ist es erklärtes Ziel, den Regionalgedanken in NRW zu stärken, eine nachhaltige Kulturlandschaftsentwicklung sowie lebenswerte ländliche Räume und bäuerlich strukturierte landwirtschaftliche Betriebe zu fördern.

Die neu gegründete Interessengemeinschaft freut sich auf weitere Gruppen oder Personen, die sich zukünftig an den skizzierten Aufgaben beteiligen wollen.

Neben der aufstrebenden IG Regionalbewegung NRW existiert bereits seit vier Jahren die Landesgruppe Bayern unter dem Dach des Bundesverbandes der Regionalbewegung sowie die Interessengemeinschaft Regionalbewegung Mittelfranken als erste Regionalgruppierung.

Kontakte:

IG Regionalbewegung NRW
Brigitte Hilcher
Borgentreich
Telefon 05643 948537
hilcher@regionalbewegung.de

Landesgruppe Bayern im BRB
Ilonka Sindel
Feuchtwangen
Telefon 09852 1381
sindel@regionalbewegung.de

IG Regionalbewegung Mittelfranken
Andrea Winter
Feuchtwangen
Telefon 09852 1381
winter@regionalbewegung.de
www.regionalbewegung-mittelfranken.de

Bild rechts:
5. Bundestreffen der Regionalbewegung 2010 in Staßfurt/Sachsen-Anhalt

Bild links:
Die Gründungsmitglieder der IG Regionalbewegung NRW

Einladung zum 6. Bundestreffen der Regionalbewegung

Fachvorträge – Workshops – Exkursionen – Netzwerke knüpfen – Ideen sammeln – Motivation tanken – regional genießen

Der Bundesverband der Regionalbewegung e.V., das Aktionsbündnis Tag der Regionen sowie die DORV-Zentrum GmbH laden herzlich ein zum 6. Bundestreffen der Regionalbewegung!

WANN?

15.–16. Juni 2012

WO?

Jülich-Barmen, Nordrhein-Westfalen

DER VERANSTALTUNGSORT BARMEN

In dem 1.400 Einwohner zählenden Ort Barmen, am Hang des Rurtales in der Jülich-Zülpicher Börde gelegen, entstand 2005 die Initiative des DORV-Zentrums (Dienstleistung und Ortsnahe Rundumversorgung).

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Weitere Informationen in Kürze unter:
www.regionalbewegung.de
www.regionale-allianzen.de



Kontakt:

Bundesverband der Regionalbewegung e.V.
Zweigstelle Nord, Borgentreich
Kathrin Hunstig-Bockholt
Telefon 05643 949271
hunstig-bockholt@regionalbewegung.de

Sven Mindermann
Telefon 05643 7185
mindermann@regionalbewegung.de

Nah versorgt in der Mitte

von Heinz Frey



Der letzte Laden schließt, häufig der Bäcker, Metzger oder die Bank. Sie haben am längsten durchgehalten. Für einige Menschen fällt nun endgültig die letzte Versorgungseinrichtung weg sowie auch der Plausch an der Ladentheke und der Fußweg zum Bäcker.

Doch Bürger in ganz Deutschland lehnen sich dagegen auf, werden mehr und mehr unterstützt von Politik und Öffentlichkeit. Denn Lebensqualität basiert ganz wesentlich auch auf Versorgung – der Rund-Um-Versorgung. Dabei ist eine multidimensionale Sichtweise das Neue: Lebensmittel, Dienstleistungen, medizinisch/soziale Versorgung, Kommunikation und Kulturangebote gehören ins Dorf und in unterversorgte kleine Stadtteile. Dazu gehört auch eine intakte Infrastruktur, vom Wasser bis zum DSL oder Fernwärmeanschluss. Einer der Grundsätze, der dabei immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist die regionale Versorgung.

Führend hierbei ist der Ansatz der DORV-Bewegung, deren Ursprung in NRW liegt, die aber mittlerweile in ganz Deutschland und in den Nachbarländern umgesetzt wird. Der Grundgedanke dabei ist die Bündelung des fehlenden Angebots im Dorfzentrum, entweder in einem einzigen Ladenlokal oder zentral in der gewachsenen

Ortsmitte. Dabei sollten vorhandene Einrichtungen in eine Kooperation eingebunden werden oder als Ladengemeinschaften gemeinsam agieren. So kann der Bäcker oder Metzger aus dem Nachbarort seine Qualitätsprodukte im DORV-Zentrum zur Verfügung stellen. Er selbst hat dadurch an seinem ursprünglichen Standort einen erhöhten Umsatz und eine nachhaltigere Überlebenschance.



Ähnliche Ansätze gibt es mit Markttreff in Schleswig-Holstein, dem Dorfladen-netzwerk in Niedersachsen und vielen kleinen Läden, die sich privat auf den Weg machen. Als Betreiber taucht häufig die Dorfgemeinschaft selbst auf, entweder als Genossenschaft organisiert, als wirtschaftlicher Verein, als gemeinnützige oder normale GmbH. Viele Landesregierungen sowie die Bundesministerien haben das Thema „Nahversorgung“ stärker gewichtet.

Kontakt:
Heinz Frey, Geschäftsführer
DORV-Zentrum GmbH
Jülich-Barmen
Telefon 02461 3439595
frey@dorv.de

Jürgen Spelthann, Projektleiter
DORV-Zentrum GmbH
Aachen
Telefon 0241 4303282
spelthann@dorv.de

Nah versorgt beim Bundestreffen

Während des Bundestreffens der Regionalbewegung am 15. und 16. Juni 2012 in Jülich-Barmen findet im Rahmen des Projektes „Regionale Allianzen“ ein Workshop zum Thema „Nah versorgt“ statt, um Dorfladen-Akteure in Deutschland miteinander zu vernetzen und Ideen auszutauschen.

Bild oben:
Im DORV-Zentrum bleiben
kein Wünsche offen

Bild links:
Rundum-Versorgung auf dem Dorf

Bürgerschaftlicher Ansatz



DORV-Zentrum

- 5-Säulen-Modell (Lebensmittel, Dienstleistungen, Kommunikation, medizinisch/soziale Versorgung & Kulturangebot)
- DORV bietet Beratungsangebote an www.dorv.de

DORFLADEN OTERSEN

Dorfladen Otersen

- 2004 Gründung des Niedersächsischen Dorfladen-Netzwerkes
- 2-Säulen-Modell (Lebensmittel, Dienstleistungen)
- www.dorfladen-netzwerk.de



„Unser Laden – Lebensmittel und mehr“

- Initiative des Sozialwerks St. Georg e.V.
- Bietet Menschen mit Assistenzbedarf Arbeit und Beschäftigung
- 2-Säulen-Modell (Lebensmittel & eingeschränktes Dienstleistungsangebot)
- 3 Standorte in Südwestfalen www.sozialwerk-st-georg.de



WIR machen das selbst

- Dezentrales Vermarktungsnetzwerk mit eigenem Logo
- Vermarktung der Produkte über die WIR-Regionalmärkte und Dorfläden
- 2 Standorte in Bayern www.wir-machen-das-selbst.de

Ansatz des Lebensmitteleinzelhandels



Ihr Kaufmann

- Initiative der Markant-Gruppe
- Verkaufsfläche: 100–300 m²
- Ca. 90 Standorte www.ik-ih-kaufmann.de



Um's Eck – Mein Kauftreff

- Zusammenschluss von drei Lebensmittel-Großhändlern
- 1–3 Säulen-Modell (Lebensmittel, Kommunikation & Dienstleistungen)
- Verkaufsfläche: 70–350 m²
- Ca. 180 Standorte in Süddeutschland www.ums-eck.de

Das Lädchen für alles.
rundum gut versorgt

„Lädchen für alles“

- Initiative der Firma Tegut... Gutberlet Stiftung & Co.
- 3-Säulen-Modell (Lebensmittel, Dienstleistungen & Kommunikation)
- Verkaufsfläche: < 400 m²
- Ca. 5 Standorte in Hessen, Bayern und Niedersachsen www.tegut.com

Regionale Förderprojekte



MarktTreff

- Initiative des Landes Schleswig-Holstein
- 3-Säulen-Modell (Lebensmittel, Dienstleistungen & Kommunikation)
- Verkaufsfläche: 100–350 m²
- Ca. 25 Standorte www.markttreff-sh.de



KOMM-IN

KOMM-In Märkte

- Kommunale Initiative aus Baden-Württemberg
- 3-Säulen-Modell (Lebensmittel & Dienstleistungen, Soziales)
- Ca. 11 Standorte in Baden-Württemberg und NRW www.komm-in.de

Kurz vorgestellt:
ausgewählte stationäre Nahversorgungskonzepte

von Kathrin Hunstig-Bockholt

Jugendliche erleben Wirtschaft in der Region

von Kathrin Hunstig-Bockholt

Die Bildungsoffensive „Stadt- und Landtouren – Wirtschaft erleben in der Region“ setzt auf die Jugend im ländlichen Raum



Seit Oktober 2009 läuft in Nordrhein-Westfalen sehr erfolgreich die Bildungsoffensive „Stadt- und Landtouren: Wirtschaft erleben in der Region“. Viele Touren haben bereits stattgefunden – inzwischen auch unter Einbindung von Jugendgruppen. Hierdurch bietet sich die Möglichkeit, das Regionalbewusstsein zu stärken und im Idealfall Bleibeperspektiven aufzuzeigen.

Dieses zeigte sich im August 2011 im ostwestfälischen Ort Eissen bei einer Stadt- und Landtour, an der die Dorfjugend aktiv beteiligt war. Auf die Idee zur Mitwirkung vom Eissener Bürgerverein angesprochen, organisierte eine Gruppe von zehn Jugendlichen extra einen Workshop zur Planung der Tour, um ihre eigenen Anliegen und Wünsche zu formulieren.

Schon längere Zeit machen sich die Jugendlichen konkrete Gedanken darüber, wie sie einen Dorfplatz als Ort der Begegnung schaffen können. Zentral gelegen und geräumig soll der Treffpunkt werden. Geselligen Veranstaltungen für alle Generationen soll der Platz mit Wandelementen und Sitzgruppen dienen. Die Vorstellung dieser Zukunftsidee stellte den Auftakt der Tour durch Eissen dar.

Beim anschließenden Rundgang fand ein Gewinnspiel mit Schätzfragen zu den einzelnen Betrieben statt. Wer alle Fragen der Eissener Jugend richtig beantwortete, dem winkte als Hauptgewinn ein regionaler Präsentkorb. Gefragt wurde hierbei beispielsweise nach der aufzubringenden Arbeitszeit für ein Werkstück in der Industrie- und Bauschlosserei Doludda oder dem Gewicht eines Ebers beim Naturlandbetrieb Nutt.

Ein großes Lob an die Dorfjugend kam neben den Tourteilnehmern auch vom Bürgermeister des Ortes. Diese sehen in Eissen ihre Zukunft und wollen diese auch nachhaltig mitgestalten, so Bürgermeister Gockeln.

Interesse an einer eigenen Stadt- und Landtour?
Die Bildungsoffensive endet am 30. September 2012, so dass zum jetzigen Zeitpunkt noch Touren angemeldet werden können.

Kontakt:
Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemelalt e.V.
Borgentreich

Brigitte Hilcher
Telefon 05643 948537
hilcher@regionalbewegung.de

Kathrin Hunstig-Bockholt
Telefon 05643 949271
hunstig-bockholt@regionalbewegung.de



Das Projekt wird gefördert durch das: Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen

Fast vier Jahre sind seit dem großen Milchstreik im Frühjahr 2008 vergangen, von dem nicht nur Deutschland, sondern auch ein großer Teil der EU betroffen war. Mit Demonstrationen und einem zehntägigen Milch-Lieferstopp wehrten sich die Milchbauern öffentlich gegen den stetigen Verfall der Erzeugerpreise. Unterstützt durch den Bund Deutscher Milchviehhalter (BDM) forderten sie einen Mindestpreis von 40 Cent pro Liter Milch. Zwar kam es nach dem Streik zu einem kurzfristigen Anstieg der Milchpreise, im Jahr 2009 folgte jedoch ein zweiter starker Einbruch und die Bauern mussten erneut um ihr Überleben kämpfen. Erst seit 2010 stabilisieren sich die Preise für Milch und bleiben mit ca. 35 Cent pro Liter auf einem konstanten Niveau. Doch 35 Cent pro Liter Milch reichen langfristig gesehen nicht aus, um die bäuerliche Landwirtschaft zu erhalten. Ganz im Gegenteil, auf Grund der Globalisierung kommt es immer häufiger zu Fusionen und Großmolkereien erlangen durch ihren Zusammenschluss eine unvorstellbare Marktmacht. Folglich geben immer mehr ländliche Molkereien auf und der Preisdruck auf die Landwirte wächst erneut. Um dem entgegen zu wirken, initiieren zahlreiche Regionalvermarktungsinitiativen faire und regionale Milchprojekte.

NEU: Faire Schokolade trifft faire Milch



Neuerdings steckt in den fair gehandelten Gepa-Vollmilchschokoladen faire Milch aus dem Berchtesgadener Land. Schmeckt gut und schützt Kühe, Alpen, Klima und Böden. Weitere Informationen zum neuen fairen Milch- und Schokoladenprojekt unter www.gepa-jetzt-faire-milch.de

Upländer Bauernmolkerei

Sie gilt als Vorreiter für die Vermarktung fairer Milchprodukte. Schon im Jahr 2005 startete die Upländer Bauernmolkerei, aufgrund der ständig sinkenden Milchpreise, das Projekt „Erzeuger-fair-Milch“. Ein Preisaufschlag von 5 Cent pro Liter Bio-Milch wurde von den Naturkostkunden freiwillig gezahlt und direkt an die Bio-Bauern weitergegeben. Ermutigt durch den unerwarteten Erfolg dieses Projekts werden seit 2007 alle Produkte der Molkerei zu fairen Preisen angeboten. Das 2002 eröffnete „Upländer Milchmusem“ soll zusätzlich Besucher über die Gewinnung von Milch und deren vielseitige Verarbeitung informieren.



Die Faire Milch

„Die Faire Milch“, ein Projekt des BDM e.V. und der MVS GmbH, sichert allen beteiligten Landwirten einen Erzeugerpreis von 40 Cent pro verkauften Liter Milch zu. Zudem kommt die Milch aus dem Bundesland, in dem man „Die Faire Milch“ kauft. Dies stärkt die Wirtschaftskreisläufe in der Region, erhält Arbeitsplätze und schafft Transparenz. Auf der Internetseite www.die-faire-milch.de erhält der Verbraucher alle wichtigen Informationen, kann die beteiligten Landwirte virtuell auf ihren Höfen besuchen oder lässt sich den nächstgelegenen Markt anzeigen, in dem er „Die Faire Milch“ kaufen kann.



UNSER LAND

Seit dem Jahr 2007 kooperiert die Initiative UNSER LAND mit den Stadtwerken München (SWM). Doch was haben Milch und Wasser gemeinsam? Das qualitativ hochwertige Trinkwasser in München kommt zu 80 Prozent aus dem Mangfalltal südlich von München.

Die Diplomandin Eva Birkel erstellt beim Bundesverband der Regionalbewegung e.V. in Feuchtwangen ihre Diplomarbeit zum Thema „Entwicklung und Markteinführung einer fränkischen Milchproduktlinie“. Dabei hat sie regionale und faire Milchprojekte in der Republik näher beleuchtet.

Fairbraucher trinken faire Milch

von Eva Birkel

Um diese unberührte Natur zu schützen und die Qualität des Münchner Trinkwassers langfristig zu erhalten, unterstützen die SWM die Bio-Landwirte im Mangfalltal, die die Fläche ökologisch bewirtschaften. BIO Milchlieferanten der Andechser Molkerei Scheitz liefern die UNSER LAND BIO Milch. Dazu gehören auch Milchbauern aus dem Mangfalltal. Genuss und Umweltschutz werden hier also optimal verbunden.



Artenreiches Land – Lebenswerte Stadt

Der in Feuchtwangen/Mittelfranken ansässige Verein entwickelt in Zusammenarbeit mit der Molkerei Hohenlohe-Franken in Schrozberg ein Milch-Vermarktungskonzept für die Region Franken und Hohenlohe-Franken. Die Marke „Frankenbauer“, die ab Winter 2011/2012 erhältlich sein wird, verbindet alle wichtigen Themen wie Regionalität, Fairness und Gentechnikfreiheit. Die beteiligten Landwirte erhalten 2 Cent Preisaufschlag für einen Liter Milch. Die auffällig bunte



Verpackung soll sich von den bisherigen Milchprodukten im Handel abheben und zeigen, dass Regionalität auf keinen Fall langweilig ist.

Lippequalität

Die Regionalinitiative in Nordrhein-Westfalen vermarktet Produkte aus der Region, darunter auch frische BIO-Milch. Hergestellt und abgefüllt wird die Milch auf dem Meierhof nahe Lemgo, der seit 1999 nach Bioland-Richtlinien ökologisch bewirtschaftet wird. Eine gentechnikfreie Fütterung und eine artgerechte Tierhaltung auf Stroh sind daher wichtige Kriterien. Eine Besonderheit in der Produktion der Lippe-BIO-Milch ist auch die Integration von Menschen mit Behinderung. Denn der Meierhof gehört zur Werkstatt für behinderte Menschen der Stiftung Eben-Ezer und steht damit nicht nur für ein echt regionales, sondern auch für ein echt soziales Produkt.



Kontakt:
Eva Birkel
Diplomandin beim Bundesverband der Regionalbewegung e. V.
Feuchtwangen
Telefon 09852 1381
info@regionalbewegung.de

Regional ist 1. Wahl – Schulverpflegung aus der Region

von Ina Rosemayer



Um das Bewusstsein für eine zukunftsorientierte Ernährungsweise zu fördern und langfristig in der Schulverpflegung zu verankern, hat das Regionale Umweltzentrum (RUZ) in Schortens/Niedersachsen das Projekt „Regional ist 1. Wahl“ gestartet.

Schulen, die ihre Schulverpflegung tragfähig und nachhaltig ausgestalten möchten, erhalten Unterrichtsmaterialien, Fortbildungen für Lehrkräfte und Küchenpersonal sowie Beratung durch das RUZ in Schortens. Die Strahlkraft des Projektes zu nachhaltiger Ernährung, bei dem die Regionalität und Saisonalität der Lebensmittel ein wichtiger Schwerpunkt ist, wirkt in den Schulen und über sie hinaus. Alle Entscheidungsträger werden mit einbezogen: Schulleitung und Schulträger, Kommunen, Catering- Unternehmen, regionale Erzeuger, Eltern und nicht zuletzt die Schüler.



Damit gerade Kinder und Jugendliche ihre Lebensmittelauswahl ausreichend bewerten können, müssen vielfältige Kompetenzen erworben werden. Die dafür notwendigen altersspezifischen Bildungsmodule entwickelt das RUZ Schortens in Zusammenarbeit mit Lehrkräften und erprobt sie in beteiligten Pilotsschulen.

Eine Servicebroschüre ergänzt diese Module um Möglichkeiten der Fortbildung für Lehrkräfte und Küchenpersonal sowie um Exkursionsziele für Schulklassen zu landwirtschaftlichen Direktvermarktern oder Schulbauernhöfen. Zur Vernetzung der regionalen Akteure wird ein Arbeitskreis eingerichtet. Der gegenseitige Austausch über Gelingensbedingungen soll eine langfristige Zusammenarbeit fördern.

Das von der Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken Raiffeisenbanken in Weser-Ems, der Molkerei Ammerland eG und der Raiffeisen-Warengensenschaft Ammerland-Friesland eG für zwei Jahre geförderte Projekt des RUZ Schortens richtete sich im ersten Jahr an Ganztagschulen im Landkreis Friesland und Wilhelmshaven. Mit dem Ziel diesen Anspruch auch im Bereich der Schulverpflegung stärker zu verankern, leistet das Projekt einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Die in dieser Zeit erzielten Ergebnisse werden nun im zweiten Jahr dem gesamten Gebiet Weser-Ems zur Verfügung gestellt und anschließend in Niedersachsen bekannt gemacht.

Kontakt:
Ina Rosemayer
Regionales Umweltzentrum
Schortens e.V.
Schortens
Telefon 04461 891652
i.rosemeyer@ruz-schortens.de
www.ruz-schortens.de

Das Projekt war Preisträger beim Wettbewerb zum Tag der Regionen 2010.

Bild oben: Schüler der 3. Klasse der Schlossplatzschule Varel orten mit ihrem Lehrer Obst und Gemüsesymbole ihrer Region zu.

Bild links: Schüler der IGS Friesland untersuchen die Herkunft verschiedener Supermarktprodukte.

„Das Beste der Region“ sind regionale Vermarktungsorganisationen aus den Kantonen Aargau, Bern, Jura, Solothurn, Zürich und der Zentralschweiz, die sich im Jahr 2005 zusammengeschlossen haben und sich seitdem gemeinsam in der Kommunikation und der Absatzförderung von Regionalprodukten engagieren. Ihr gemeinsames Ziel ist es, die Steigerung der Wertschöpfung regionaler Lebensmittel zu fördern, wobei Produzenten, Verarbeiter und Direktvermarkter im Bereich Marketing unterstützt und Aufgaben einer Anlauf-, Vermittlungs- und Koordinationsstelle übernommen werden.



Was ist ein Regionalprodukt?

Damit „Das Beste der Region“ nicht ein leeres Versprechen ist, müssen die Produkte nach den Richtlinien für Regionalmarken kontrolliert und zertifiziert werden. Entsprechend der entwickelten Richtlinien sind Produkte von „Das Beste der Region“ solche, die in einer definierten Herkunftsregion aus Rohstoffen der Region produziert werden. Für unverarbeitete und nicht zusammengesetzte Produkte gilt dabei, dass die landwirtschaftlichen Zutaten zu 100 Prozent aus dem definierten Herkunftsgebiet stammen müssen. Bei verarbeiteten oder zusammengesetzten Produkten (z. B. Früchtejoghurt oder Wurst) müssen die landwirtschaftlichen Zutaten ebenfalls aus der entsprechenden Region stammen. Ist dies nicht möglich, müssen mindestens der Hauptbestandteil zu 100 Prozent und insgesamt ein Anteil von 75 Prozent der landwirtschaftlichen Zutaten von dort stammen. Mindestens 2/3 der gesamten Wertschöpfung eines Produktes muss in der Region realisiert werden. Die Vorgaben an Herkunft, Produktionsart und Wertschöpfung sowie die Vorgaben an Aufbereitungs- und Vermarktungsunternehmen und

die Anforderungen an die Auszeichnung der Regionalmarkenprodukte werden in regelmäßigen Abständen von unabhängigen Kontrollorganisationen überprüft.

Gemeinsame Kommunikationsplattform

„Das Beste der Region“ fördert Direktvermarkter und Ernährungshandwerker der Regionalinitiativen im Marketing, indem zum Beispiel die Produkte und Produzenten im Internet präsentiert oder gemeinsame Messen oder Events organisiert werden. Dank dieser Medien- und PR-Arbeit stehen die Regionalprodukte im Blickfeld der Öffentlichkeit. Verkaufsförderungsmaterial wie Taschen, Einkaufsführer, Käsestecker usw. werden für alle gemeinsam produziert, wodurch die Kosten deutlich gesenkt werden können. Die gemeinsamen Vermarktungsaktivitäten haben zum Ziel, Konsumenten im Laden bzw. die Gäste im Restaurant für regionale Produkte zu begeistern und sie zu bestärken, sich für Regionalprodukte aus der Schweiz zu entscheiden. „Das Beste der Region“ wird vom Bundesamt für Landwirtschaft mit Absatzförderungsmitteln unterstützt.

PROJEKTE

Genuss

Ein Event mit über 150 Veranstaltungen zum Thema „Geniessen mit regionalen Produkten“ in Gastronomiebetrieben, auf Bauernhöfen, bei Verarbeitern und auf Märkten in allen Regionen im Gebiet von „Das Beste der Region“. Die Veranstaltungen werden in fünf Magazinen (Auflage: 350.000 Exemplare), im Internet sowie in Inseraten kommuniziert.

Auftritte am Point of Sale

Warenkorbplatzierung im Detailhandel (Lebensmitteleinzelhandel): Maßnahmen an den Verkaufspunkten wie Degustationen, Promotions, Sammelmarken als Kundenbindungsaktionen unterstützen die Produzenten.

Znüni

In Schulen im Gebiet von „Das Beste der Region“ haben Kinder Gelegenheit, mehrmals pro Woche ein gesundes, original schweizerisches „Znüni“ zu genießen (Znüni = Zwischenverpflegung um 9 Uhr morgens). Den Bäuerinnen- und Landfrauengruppen ermöglicht es einen Zusatzverdienst. Die Bäuerinnen bekommen Grundlagen

„Das Beste der Region“ – regionale Produkte in der Schweiz

von Henriette von Wattenwyl

Ein Blick über Deutschlands Grenzen hinaus eröffnet interessante Ansätze zum Thema „Glaubwürdige Regionalvermarktung“ in der Schweiz

für das Projekt wie z. B. Anschreiben für den Kontakt mit der Schule, mit den Eltern, Rezepte, Preiskalkulationen sowie Werbematerialien zur Verfügung gestellt. Weiter übernimmt „Das Beste der Region“ das Coaching für die Gruppen.



Kontakt:
Henriette von Wattenwyl
Das Beste der Region
Bârau/Schweiz
Telefon 0041 34409 3705
henriette.vonwattenwyl@vol.be.ch
www.regionalprodukte.ch

Chancen für den ländlichen Raum durch Wertschöpfung und Teilhabe

von Bertold Meyer

„Garten der Metropolen“

Das Stiftungsprojekt der Akademie für Nachhaltige Entwicklung Mecklenburg-Vorpommern beabsichtigt die Sichtbarmachung der vielfältigen, zukunftsfähigen Potenziale gerade ländlicher Räume und damit das Aufzeigen der reichhaltigen Pfade für innovative Entwicklungen – und zwar sowohl für Bewohner als auch für Besucher. Die besondere Schärfe des demografischen Wandels im Raum zwischen Hamburg, Berlin und Szczecin (Stettin) und die daraus erwachsenden Anforderungen an den Umbau der technischen, wirtschaftlichen und sozialen Infrastrukturen eröffnet die Chancen, gerade hier nachhaltige Wege für das Leben und Wirtschaften im 21. Jahrhundert zu entwickeln.

Kontakt:
Bertold Meyer
Akademie für Nachhaltige Entwicklung Mecklenburg-Vorpommern
Röbel/Müritz
Telefon 0170 2369262
b.meyer@fane-mv-ev.de
www.nachhaltigkeitsforum.de

Das Coaching der (Bio)EnergieDörfer ist ein durch das Land Mecklenburg-Vorpommern und die Stiftung Akademie für Nachhaltige Entwicklung MV gefördertes Projekt, das vor allem kleine Gemeinden und Kommunen über die nachhaltige Nutzung erneuerbarer Energien gemäß der lokalen und regionalen Ressourcen informiert und begleitet. Wichtig ist uns hierbei ein möglichst ganzheitlicher Ansatz, der einerseits Einsparpotenziale, Erzeugungs- und Abnahmepotenziale vor Ort offenlegt (im Rahmen von Machbarkeitsstudien angefertigt durch Ingenieurbüros) und andererseits die lokale Bevölkerung an dem ökonomischen Nutzen der Projekte teilhaben lässt – sei es durch Bürgerbeteiligung, sei es durch Gewinnbeteiligung, sei es durch Initiierung von sozialen oder kulturellen Projekten mit Hilfe der so gewonnenen kommunalen Finanzierungsspielräume.



Grundsteinlegung einer Biogasanlage mit Bundeslandwirtschaftsministerin Ilse Aigner

Durch regionale Großveranstaltungen und Workshops, Exkursionen sowie Vor-Ort-Termine, z.B. im Rahmen von Gemeinderatssitzungen, versuchen wir ein möglichst breites Publikum für unsere Themen zu interessieren. Auf unseren bislang fünf regionalen Großveranstaltungen und Exkursionen nach Güssing (Österreich) und Samsø (Dänemark) konnten wir über 800 Teilnehmer begrüßen. Mittlerweile haben über 70 Gemeinden in Mecklenburg-Vorpommern einen Gemeinderatsbeschluss gefasst, mit dem Ziel (Bio)EnergieDorf zu werden. Vier Gemeinden befinden sich schon auf dem Weg, bis zum Jahresende könnten weitere vier hinzukommen. Daneben werden derzeit ca. 30 Machbarkeitsstudien angefertigt. Das Thema steht inzwischen auf der Agenda jeder demokratischen Partei im Land.

Die (Bio)EnergieDörfer begleitet ein „Runder Tisch der Ingenieure“ und ein „Arbeitskreis Recht“, die sich über einheitliche Beratungsstandards im ingenieurtechnischen und rechtlichen Rahmen verständigen. Insgesamt sind

bei beiden Institutionen mittlerweile 15 Unternehmen engagiert. Darüber hinaus hat sich in den vergangenen zwei Jahren ein „Netzwerk (Bio)EnergieDörfer Mecklenburg-Vorpommern“ etabliert, dem insgesamt zehn Kooperationspartner angehören. Auch über die Landesgrenzen hinaus interessieren sich Menschen und Institutionen für die Inhalte und Methode des Coachings, was z. B. im Sommer 2011 die Gründung des Vereins „Bioenergiedorf-Coachings Brandenburg“ bewirkte und uns im Rahmen von Vortragsveranstaltungen unter anderem nach Schleswig-Holstein, Sachsen-Anhalt und Sachsen führte.

Gerade ländlichen Räumen wird eine Schlüsselrolle bei der Bewältigung der zentralen Herausforderungen unserer Zeit – Klimawandel, Energiewende, demographischer Wandel, fossile Ressourcenverknappung – zukommen. Dies sichtbar zu machen und die ländlichen Räume dabei nicht als Hindernisse, sondern als Träger, vielleicht sogar als Katalysatoren dieses umfassenden Transformationsprozesses zu begreifen, hierfür steht unser zentrales Stiftungsprojekt „Garten der Metropolen“.

Zukunftspreis

Zukunftspreis „Früchte aus dem Garten der Metropolen“ mit 10.000 Euro dotiert

Im Rahmen des Projektes „Garten der Metropolen“ wird der Zukunftspreis 2011/2012 vergeben, bei welchem kreative Projekte und Konzepte, die das Bewusstsein für verantwortlich erzeugte regionale Lebensmittel stärken, ausgezeichnet werden. Der unter dem Motto „Früchte aus dem Garten der Metropolen“ stehende Wettbewerb wendet sich an schulische und außerschulische Bildungsakteure, studentische Initiativen und Landwirte und ist mit 10.000 Euro dotiert.

Weitere Infos zu Wettbewerb und Bewerbungsverfahren gibt es online unter www.garten-der-metropolen.de und www.nachhaltigkeitsforum.de oder unter folgender Adresse:

Akademie für Nachhaltige Entwicklung Mecklenburg Vorpommern
Güstrow
Telefon 03843 776905
foerderverein@fane-mv-ev.de

Die Beziehungskiste von SooNahe



Kontakte pflegen durch Beziehungskisten

Wer Kunden, Freunden oder anderen lieben Mitmenschen eine Freude machen will, hat in Rheinland-Pfalz die Möglichkeit Beziehungskisten zu verschenken. Entwickelt vom Regionalbündnis Soonwald-Nahe e.V. und dem Hunsrück-Marketing, stecken die Kisten voll ausgewählter und hochwertiger Lebensmittel von Wiesen und Feldern, Ställen und Wäldern aus der Region Nahe und Hunsrück. Das perfekte Geschenk ist lange ohne Kühlung haltbar und eignet sich daher auch ideal für den Versand.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.soonahe.de.

Kontakt:
Dr. Rainer Lauf
Regionalbündnis Soonwald-Nahe e.V.
Bad Kreuznach
Telefon 06752 9145181
post@regionalbuendnis.de
www.regionalbuendnis.de

Regionalmarke „Typisch Harz“ erfolgreich gestartet

von Annekatri Valverde

TYPISCH Harz

Bereits 16 Unternehmen, sowohl aus Niedersachsen als auch aus Sachsen-Anhalt, waren von der neuen Qualität der Regionalmarke überzeugt und haben ihre Zertifizierung erhalten. Die Produktpalette der ausgezeichneten Waren reicht von bekannten Harzer Fleisch- und Wurstspezialitäten (wie z. B. den Stollberger Lerchen) über Fruchtliköre und Marmeladen von Harzer Streuobstwiesen bis hin zu ausgefallenen Produkten wie das Harzer Teufelszeug, eine Chilipaste aus heimischen Chilischoten.

Die Unternehmen aus dem Ostharz sind jetzt noch einen weiteren Schritt gegangen: Gemeinsam mit der Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt haben sie ein Regionalkpaket „Typisch Harz“ entwickelt, welches von jedem der beteiligten Zeicheninhaber eine Spezialität enthält und im Harz ansässigen Firmen und Unternehmen als Präsent zur Weihnachtszeit angeboten wird.

Im nächsten Jahr soll das Netzwerk der „Typisch Harz“-Produzenten weiter wachsen und die Zusammenarbeit mit den Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben der Region forciert werden.

Kontakt:
Annekatri Valverde
Deutscher Bauernbund e.V.
Quedlinburg
Telefon 03946 708906
regionalmarke-typisch-harz@gmx.de



Die vom Harzer Tourismusverband übernommene und neu initiierte Regionalmarke wurde in den letzten Monaten erfolgreich in die neue Marketingstrategie der länderübergreifenden Harz-Region integriert und als neues Harzer Qualitätsversprechen aufgebaut.

Zukunft durch Nähe – wirtschaftlich, ökologisch, sozial

von Gisela Endt

Tag der Regionen
30. September 2012

Aktionszeitraum:
21. September bis
7. Oktober 2012

Beteiligen Sie sich mit Aktionen am Tag der Regionen, die das Zusammenspiel ökonomischer, ökologischer und sozialer Vorteile regionaler Kreisläufe konkret aufzeigen sowie Beispiele für einen nachhaltigen Umgang mit unseren Lebensgrundlagen erlebnisreich präsentieren.

Wir stehen heute vor großen Herausforderungen: Demographischer Wandel, Verlagerung von Arbeitsplätzen und Reduzierung örtlicher Grund- und Nahversorgungsangebote. Diese Entwicklung bedroht die Lebensqualität der Menschen – denn Lebensqualität hat mit Nähe zu tun: der Nähe zum Arbeitsplatz, zur Schule, zum Kaufmann, zum Arzt. Hinzu kommen umweltbezogene Probleme in den Bereichen Energie, Klimawandel, Wasser und Konsum.



Preisträger des Wettbewerbs 2010 bei der Prämierung während der Internationalen Grünen Woche im Januar 2011

... wurzeln in einer globalisierten Welt.



„Ich mache mit, weil ich zeigen möchte, dass eine bäuerliche Landwirtschaft mit überschaubaren und regionalen Strukturen das Klima und die Umwelt schützt, zur Artenvielfalt beiträgt und eine gesunde Ernährung mit hochwertigen Produkten sichert.“
macht Landwirtin Sabine Heer auf dem Titel der neuen Broschüre zum Tag der Regionen deutlich.

Sie beeinflussen den Alltag jedes Einzelnen. Wir verkleinern, ja zerstören, den natürlichen Lebensraum von Tieren und Pflanzen und vermindern die Biodiversität durch die zunehmende Inanspruchnahme von Wäldern und freien Flächen.

Um aber unsere gegenwärtigen Bedürfnisse wie auch die künftiger Generationen befriedigen zu können, ist eine zukunftsfähige und gleichzeitig umweltverträgliche Wirtschafts- und Lebensweise notwendig. Diese ist eng gekoppelt mit dem Engagement der Bürgerinnen und Bürger vor Ort und schließt Produzieren und Arbeiten sowie zukunftsfähige Energieversorgung und -nutzung ein. In Zukunft wird Regionen immer mehr eine stabilisierende Rolle in einer globalisierten Welt zukommen. Ein Kennzeichen regionaler Produkte ist soziale Nähe zwischen Produzenten und Konsumenten. Es ist ihr Charakteristikum, Verantwortungsbewusstsein und Beziehungen entstehen zu lassen.

Mit dem Leitmotiv für den Aktionstag 2012 „Zukunft durch Nähe – wirtschaftlich, ökologisch, sozial“ wollen wir all dies ausdrücken. Die Veranstaltungen zum Tag der Regionen orientieren sich an den ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien eines nachhaltigen Lebensstils. Sie dienen einer zukunftsfähigen Entwicklung von Städten und Regionen, weil sie die Bevölkerung für eine Wertschätzung der gewachsenen Kulturlandschaft unserer Dörfer und Städte sensibilisieren.

Der Tag der Regionen ist im Jahr 2012 am Erntedanksonntag, den 30. September, mit einem Aktionszeitraum vom 21. September bis 7. Oktober 2012 geplant und soll dezentral in möglichst vielen Städten, Gemeinden und Landkreisen stattfinden. Wir freuen uns auf Ihre Aktionen zum Leitmotiv. Ab Frühjahr 2012 können Sie Ihre Veranstaltungen unter www.tag-der-regionen.de anmelden.

Neue Werbematerialien

Unter dem Stichwort „Ich mache mit, weil ...“ motiviert die Aktionsbroschüre zur Teilnahme am Tag der Regionen. Langjährige Akteure kommen darin zu Wort und stellen ihre Motivation für eine Teilnahme am bundesweiten Aktionstag vor. Daneben finden sich Tipps und Anregungen zur Durchführung einer Veranstaltung zum Tag der Regionen.

Seit Frühjahr 2011 haben die Materialien des Tag der Regionen ein neues Erscheinungsbild. Zum gelben Hintergrund und dem roten Logo ist das Grün des Bundesverbandes der Regionalbewegung hinzugekommen, um so auch nach außen einen Bezug herzustellen. Im Rahmen dieser Anpassung werden weitere neue Werbematerialien hinzukommen. Neben den Plakaten in den bewährten Größen DIN A 3 und DIN A 2 wird es in jedem Jahr einen neuen Einleger für die oben genannte Aktionsbroschüre zum aktuellen Jahresmotto geben. Dieser kann individuell wie ein Bausatz auch für einzelne Länder oder Regionen angepasst werden. Weiter entstehen, als Hilfen für die Veranstalter, Druckvorlagen für ein Veranstaltungsprogramm zum Tag der Regionen vor Ort. Eine Werbemittel-CD mit allen Materialien sowie den einzelnen Bausteine wie Farben, Schriften, Vorlagen etc. kann ab 2012 in den Aktionsbüros bestellt werden.

Kontakt:

Gisela Endt
Aktionsbündnis
Tag der Regionen,
Koordinationsbüro Süd
Feuchtwangen
Telefon 09852 1381
endt@tag-der-regionen.de

Brigitte Hilcher
Aktionsbündnis
Tag der Regionen,
Koordinationsbüro Nord
Borgentreich
Telefon 05643 948537
bund-nord@tag-der-regionen.de

Tag der Regionen Schirmherrschaften

Schirmherrschaften

Bundesrepublik Deutschland
Ilse Aigner, Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

Bayern
Dr. Marcel Huber, Staatsminister für Umwelt und Gesundheit

Brandenburg
Anita Tack, Ministerin für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz

Hamburg
Frank Horch, Senator für Wirtschaft, Verkehr und Innovation der Freien und Hansestadt Hamburg

Hessen
Lucia Puttrich, Ministerin für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Mecklenburg-Vorpommern
Dr. Till Backhaus, Minister für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Fischerei

Niedersachsen
Gert Lindemann, Minister für Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz und Landesentwicklung

Nordrhein-Westfalen
Johannes Remmel, Minister für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz

Rheinland-Pfalz
Ulrike Höfken, Staatsministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten

Sachsen
Frank Kupfer, Staatsminister für Umwelt und Landwirtschaft

Sachsen-Anhalt
Dr. Hermann Onko Aeikens, Minister für Landwirtschaft und Umwelt

Schleswig-Holstein
Dr. Juliane Rumpf, Ministerin für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume

Tag der Regionen Wettbewerb

Auf Initiative des Aktionsbündnisses Tag der Regionen in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband der Regionalbewegung e.V. und der Stiftungsgemeinschaft anstiftung & ertomis konnten sich auch 2011 Akteure des Tag der Regionen um ein Preisgeld von 3.500 Euro für die beste Veranstaltung zum Aktionstag bewerben.

Ihr Beitrag entscheidet

Die Auswertung der eingereichten Unterlagen erfolgt nach festgelegten Kriterien durch eine Fachjury. Hier wirken Länderkoordinatoren sowie Partner des Aktionsbündnisses Tag der Regionen mit. Prämiert werden drei Aktionen, welche die Inhalte und Ziele des Aktionstages vorbildlich und kreativ umsetzen, besonders gut in der Region verankert sind und einen starken regionalen Bezug zeigen. Während der Internationalen Grünen Woche im Januar 2012 in Berlin stellt Bundeslandwirtschaftsministerin Ilse Aigner die ausgezeichneten Veranstaltungen im feierlichen Rahmen vor.

Die prämierten Aktionen können Mut machen, selbst eigene kreative Ideen zum Tag der Regionen umzusetzen. Damit möchten die Organisatoren des Wettbewerbs hervorheben, welches Potenzial in dem inzwischen dreizehnjährigen Erfahrungsschatz des Aktionstages liegt und wie es vor Ort genutzt wird.


STIFTUNGS- GEMEINSCHAFT
anstiftung & ertomis

Die Gewinner 2010 waren:

- 1. Platz:** KooperationsAnstiftung e.V. Selbsthilfeverein Senftenberg e.V. Lausitzer Wege e.V. (Brandenburg)
- 2. Platz:** Pfrontener Forum e.V. (Bayern)
- 3. Platz:** Landratsamt Cham, Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Cham, Gemeinde und Kloster Reichenbach (Bayern)
- 3. Platz:** Regionales Umweltzentrum Schortens e.V. (Niedersachsen)
- 3. Platz:** Tag der Regionen Salzlandkreis e.V. (Sachsen-Anhalt)

Das Pfrontener Forum – eine Multiplattform

von Alfons Haf

Pfronten, eine Gemeinde mit 8000 Einwohnern, liegt im Südwesten Bayerns, am Ende der Autobahn A7 in direkter Nachbarschaft zu den Königsschlössern Neuschwanstein und Hohen Schwangau.



Bild oben: Blick übers Pfrontener Tal

Bild rechts: Schüler und Eltern der Grundschule Pfronten mit Lehrerin Sabine Paulsteiner (2.v.l.) und Forum-Vorstand Alfons Haf (li.)

Die Landschaft des Tal-Ortes am Alpenrand ist geprägt von einer Vielzahl von artenreichen Bergwiesen. Um diese im Zuge des Strukturwandels der Grün-Landwirtschaft vor dem Verbuschen zu retten, bildete sich vor ca. 15 Jahren eine lose Vereinigung von Landschaftspflegern. Zur Bündelung dieser und weiterer Aktivitäten wurde 1999 der Verein „Pfrontener Forum e.V.“ gegründet, der sich „der Pflege, dem Erhalt und der Weiterentwicklung der Pfrontener Kulturlandschaft im weitesten Sinne“ widmet.



Neben der reinen Landschaftspflege, die zur besseren Umweltbildung auch mit Schülern, Jugendgruppen und Vereinen durchgeführt wird, verfolgt und unterstützt der Verein eine Vielzahl von Themen, die zumeist aus der vierteljährlichen „Ideenbörse“ stammen:

Im **Handwerker-Forum** treffen sich monatlich Handwerker und Künstler um ihre Produkte und Arbeitstechniken vorzustellen und gemeinsame Auftritte und Werbemaßnahmen zu planen.

Das **Energie-Forum** diskutiert aktuelle Energiefragen und steht bereit, beim ersten größeren wirtschaftlichen Projekt (Photovoltaik, Wind, ...) eine Bürger-Energiegenossenschaft zu gründen.

Im jährlichen Wechsel organisiert das Forum ein „**Hoibarfest**“ und zusammen mit Pfronten-Tourismus das große „**Heufest**“. Zu ersterem sind alle praktischen Landschaftspfleger als Anerkennung für ihre Arbeit eingeladen. Beim Heufest wird die Pfrontener Heukönigin gekrönt, der bayerische Meister im Wetthoinzen ermittelt und alte Handwerkstechniken vorgeführt.

Maßgeblich initiiert und gefördert wurde die „**PfAD-Bauernladen GmbH**“, ein Zusammenschluss von über 30 Pfrontener Bauern, die eine Metzgerei und einen Verkaufsladen mit eigenen Erzeugnissen betreiben.

Die „**BTW-Kurmittel GmbH**“ bietet Produkte aus Pfrontener Bergwiesenheu für Lebensmittel, Kosmetik und Wellness an.

Schließlich wurde auch der Verein „**NUZ-Nachbarschaftliche Unterstützung und Zeitvorsorge**“ beim Tag der Regionen angeregt und aktiv mit gegründet. Er koordiniert jährlich ca. 1.000 Stunden zur Unterstützung hilfsbedürftiger Personen.

Höhepunkt des Jahres ist der gemeinsame **Tag der Regionen**, der in Pfronten schon zwölfmal mit wachsender Beteiligung mit zuletzt 100 Anbietern mit großem Erfolg durchgeführt wurde und 2010 beim bundesweiten Wettbewerb zum Tag der Regionen den zweiten Platz erzielte.

Kontakt:
Alfons Haf
Pfrontener Forum e.V.
Pfronten
Telefon 08363 92094
alfons.haf@geigerhalde.de
www.pfronten.de



In Riesa (Sachsen) stellte Schauspieler **Andreas Hoppe** im Rahmen des **Tag der Regionen** am 24. September 2011 seinen **abenteuerlichen Versuch, sich regional zu ernähren**, vor. **Gemeinsam mit seiner Co-Autorin Jacqueline Roussety** schilderte er bei der Lesung aus seinem Buch „**Allein unter Gurken**“ seine Erfahrungen über eine Ernährung mit regionalen Produkten. Bei seinen **undogmatischen, lustvollen und nachdenklich machenden Erkenntnissen** zwischen kulinarischer Glückseligkeit und genüsslichem Scheitern kamen sowohl die **Genießer regionaler Küche als auch Tatort-Fans auf ihre Kosten**.

Im Anschluss unterhielt sich Länderkoordinatorin **Nadja Huth** mit **Andreas Hoppe** und **Jacqueline Roussety**:

Nadja Huth: Was hat Sie veranlasst das Buch „Allein unter Gurken“ zu schreiben?

Andreas Hoppe: Als der Verlag an uns herantrat, waren wir gerade damit beschäftigt, einen Indianerabend ins Leben zu rufen, um auf ihre Situation, ihre Büffel – die ihre regionale Nahrung sind – aufmerksam zu machen. Somit passte uns das Thema, sich mehr damit auseinanderzusetzen. Uns ging es dabei aber um regionale Produkte und um Bio-Produkte. Zudem lebten wir beide schon seit Jahren relativ „bio“-bezogen und kannten uns mittlerweile in Berlin gut aus, wie und wo diese Produkte zu erhalten waren.

Nadja Huth: Welche Kriterien haben Sie für regionale Produkte angesetzt? Warum ist „regional“ für Sie besser?

Andreas Hoppe: Für uns durfte der Radius für die Herkunft der Produkte nicht mehr als 100 km betragen. Es geht uns dabei vor allem um die Reduzierung von Transportwegen. Es sollten die Natur, Böden und Tiere in ihrer Vielfalt und Artgerechtigkeit erhalten bleiben.

Nadja Huth: Sind Ihnen Mogelpackungen begegnet? D. h. haben Sie Produkte gekauft, bei denen sich herausgestellt hat, dass Sie eben nicht aus der Region kommen?

Andreas Hoppe: Nein, auf diese sind wir nicht gestoßen.

Nadja Huth: Bei welchen Gelegenheiten hatten Sie die größten Probleme Ihr „Experiment“ durchzuführen?

Andreas Hoppe: Die schwierigen Momente waren als es um Kaffee, Schokolade, Bananen und Wein ging.

Allein unter Gurken

von Nadja Huth

Eine regionale Lesung zum Tag der Regionen



Gerade diese Genussmittel waren natürlich bei so einem Experiment für das seelische Wohlbefinden sehr wichtig. Somit entschieden wir uns für Fairtrade-Produkte. Hier ging es uns aber auch darum, dass die Erzeugnisse nicht nur fair gehandelt, sondern auch zu sozialen Bedingungen produziert wurden, die Bauern und ihren Familien ein geregeltes Auskommen ermöglichen.

Nadja Huth: Der Bundesverband der Regionalbewegung plant die Einführung eines Regionalsiegels für Regionalvermarktungsinitiativen. Was halten Sie persönlich davon? Welche Anforderungen hätten Sie an ein solches Siegel?

Andreas Hoppe: Diese Siegel nützen allerdings nur, wenn die Überprüfbarkeit der Herstellung und der Transportwege durchsichtig bleibt. Jeder Schritt muss verfolgbar sein und jeder mit Involvierte muss in seiner Arbeit transparent bleiben.



Der **Tag der Regionen** in Sachsen wird koordiniert und öffentlichkeitswirksam nach außen getragen durch das **Sächsische Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V. (SLK)** mit Unterstützung durch das **Christlich-Soziale Bildungswerk Sachsen e.V. (CSB)** und das **Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft**.

Kontakt:
Nadja Huth
Landeskoordination
Tag der Regionen
Sächsisches Landeskuratorium
Ländlicher Raum e.V.
Mildenaue
Telefon 03733 5005916
nadja.huth@slk-miltitz.de
www.tagderregionen-sachsen.de



Bild oben: Andreas Hoppe (rechts) und Jacqueline Roussety (links) mit der sächsischen Länderkoordinatorin Nadja Huth

Bild links: Schirmherr des Tag der Regionen in Sachsen, Staatsminister Frank Kupfer (3.v.l.), beim 17. Westerzgebirgischen Öko- und Streuobstmarkt in Schneeberg

Day of the Region Scotland

von Ros Halley

Zum ersten Mal Tag der Regionen abseits des europäischen Festlandes am 1. und 2. Oktober 2011



Von links nach rechts: Derek Hextall (D&G LEADER/Day of the Region Project Officer), Jan Beekman (Netherlands), Andrew McAlister (Northern Ireland), Elles Bulder (Netherlands), Helen O'Sullivan (Southern Ireland), Nicola Hill (D&G LEADER, Field Officer), Anna Irving (child - mascot for Day of the Region in D&G), Ros Halley (D&G LEADER, Rural Development Manager), Barbara Murray (Castel Douglas Local Volunteer Co-ordinator), Alan Murray (Castle Douglas Local Volunteer Co-ordinator), Steve Groome (Castle Douglas Local Volunteer Co-ordinator)



Der nach deutschem Vorbild seit mehreren Jahren auch in den Niederlanden erfolgreiche Tag der Regionen wurde als Teil eines transnationalen Projektes erstmals im Südwesten Schottlands durchgeführt. Fünf ländliche Kommunen aus der Region Dumfries und Galloway hatten sich um die Ausrichtung des ersten Tag der Regionen in Schottland beworben und boten den Besuchern ein umfangreiches Programm. Die Gemeinden Castle Douglas, Creetown, Crocketford, Gatehouse of Fleet und The Glenkens lockten die Besucher mit über 150 Veranstaltungen und präsentierten die vielfältigen Möglichkeiten und Aktivitäten in den Gemeinden. Ein Ziel der Veranstalter war es auch, die Besucher zum Erkunden ihrer Heimatregion zu ermutigen, weshalb auch der öffentliche Nahverkehr kostenlos genutzt werden konnte.

Ehrenamtliche Gruppen machten die Besucher auf die vielen Organisationen, Interessengruppen und Vereine aufmerksam, die in der Region Dumfries und Galloway aktiv sind und das Leben vor Ort prägen. Neben Kunstausstellungen, geführten Wanderungen, Gesprächsrunden oder Fahrradtouren wurde auch tolle Musik und eine reiche Auswahl an regionalen Speisen geboten.

Niederlande zu Gast in Schottland

Während der zweitägigen Veranstaltungsreihe besuchten auch Repräsentanten des niederländischen Tag der Regionen die Organisatoren in Schottland und waren von der großen Vielfalt der Projekte und dem Enthusiasmus der Schotten genauso beeindruckt wie eine Besuchergruppe aus Nord- und Südirland, die ebenfalls großes Interesse daran zeigte, im Jahr 2012 einen eigenen Tag der Regionen durchzuführen.

Kontakt:
Ros Halley
 Rural Development Manager
 Dumfries and Galloway LEADER Programme
 Telefon 01387 850228
 Fax 01387 850326
 E-Mail: Ros.Halley@dumgal.gov.uk
 Rural House, 40 Main Street
 New Abbey
 Dumfries and Galloway
 DG2 8BY, Scotland

Vorstellung Aktionsbündnispartner Tag der Regionen



Die ANU ist der Dach- und Fachverband der außerschulischen Umweltbildung in Deutschland. Der 1990 gegründete Verein vertritt bundesweit 1.000 Mitglieder, darunter Umweltzentren, Umweltpädagogen und weitere Akteure aus der Umweltbildung und der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE). Orientiert am Leitbild der nachhaltigen Entwicklung setzen sich der Bundesverband und zwölf Landesverbände sowohl politisch als auch praktisch für Umweltbildung in allen Bereichen des lebenslangen Lernens ein – vom Elementarbereich bis zur beruflichen Weiterbildung. Die ANU bietet Beratung und Fortbildung von MultiplikatorInnen im Bereich BNE und veranstaltet bundes- und landesweite Tagungen.

Über die Mitgliedschaft im Nationalkomitee der Deutschen UNESCO-Kommission für die BNE-Weltdekade der Vereinten Nationen fördert die ANU darüber hinaus die Zusammenarbeit mit anderen gesellschaftlichen Gruppen. Mit ihren Medien erreicht die ANU mehrere tausend Akteure: Das Internetportal www.umweltbildung.de bietet zahlreiche Umweltbildungsprojekte, Materialien und eine Datenbank der Umweltzentren. Monatlich erscheinen die ANU-Printnachrichten „ökopädNEWS“ und wöchentlich informiert der „ANU-Infodienst“ per E-Mail über Tagungen, Stellen- und Fortbildungsangebote.

Kontakt:
Annette Dieckmann, ANU
 Frankfurt am Main
 Telefon 069 31019243
bundesverband@anu.de
www.umweltbildung.de

Veranstaltungen, Termine, Kurzes, Fortbildungen



Zukunftsforum Ländliche Entwicklung 2012

Das „Zukunftsforum Ländliche Entwicklung 2012“ des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz findet im Rahmen der Internationalen Grünen Woche (IGW) unter dem Motto „Ländliche Räume im demographischen Wandel“ statt. Der Bundesverband der Regionalbewegung informiert am 25. Januar 2012 von 13.30 bis 15.30 Uhr über Bleibeperspektiven im ländlichen Raum durch Wertschöpfung in der Region. Diskutiert werden der aktuelle Sachstand zur Einführung eines Regionalsiegels auf Bundesebene, die Mindeststandards für glaubwürdige Regionalität sowie die Bedeutung von Regionalvermarktung als Bleibeperspektive im ländlichen Raum.

Datum: 25.–26. Januar 2012
Ort: Internationales Congress Centrum (ICC) Berlin
Uhrzeit: Mittwoch: ab 11.00 Uhr, Donnerstag: ab 9.00 Uhr
Anmeldung: www.zukunftsforum-laendliche-entwicklung.de



Woche der Sonne 2012

Im Zeitraum vom 4. bis 13. Mai 2012 finden in tausenden Kommunen und Städten deutschlandweit Veranstaltungen rund um die Solarenergie statt. Gemeinsam wird eine nachhaltige Energieversorgung und die Verbreitung von Solartechnik verfolgt. Organisiert wird die Woche der Sonne vom Bundesverband Solarwirtschaft e.V. Das Erfolgsgeheimnis liegt in der starken Vernetzung und der breiten Unterstützung durch eine Vielzahl von Kooperationspartnern, die auf Bundes-, Landes- oder regionaler Ebene aktiv sind. Dazu gehört auch der Bundesverband der Regionalbewegung.



Slow Food Messe 2012

Der „Markt des guten Geschmacks“ ist für vier Tage im Jahr Treffpunkt für engagierte Erzeuger, qualitätsbewusste Vermittler und aufgeklärte Verbraucher, um sich über Anbau, Vertrieb und Zubereitung erstklassiger Lebensmittel auszutauschen. Auf der Verbrauchermesse können die Besucher nach Herzenslust ausgesuchte Produkte bester handwerklicher Qualität probieren und einkaufen.

Datum: 12.–15. April 2012
Ort: Landesmesse Stuttgart, Messeplaza 1, 70629 Stuttgart
Uhrzeit: täglich 9.00–18.00 Uhr



Deine KonsumLandschaft

Eine genial-regionale Ausstellung für Jugend, Landschaft und Zukunft Global oder regional? Wer verdient an meinem Essen und Trinken und was hat das mit Arbeits- und Ausbildungsplätzen in meiner Region zu tun? Die interaktive Ausstellung „Deine Konsumlandschaft“ wendet sich an Jugendliche und bringt die Themen „Regionalität“ und „nachhaltiger Konsum“ näher, indem sie ihr eigenes Konsum- und Einkaufsverhalten hinterfragen und die Auswirkungen ihres Handelns auf Kulturlandschaft, Klima, Lebensqualität und ihre Region kennenlernen.

Die Ausstellung eignet sich zur Begleitung von Themen- oder Projektwochen in Schulen oder öffentlichen Einrichtungen.

Kontakt
 Bundesverband der Regionalbewegung e.V., Feuchtwangen
 Ilonka Sindel
 Telefon 09852 1381
sindel@regionalbewegung.de

BUND, Landesverband Niedersachsen e.V., Hannover
 Tilman Uhlenhaut
 Telefon 04131 245478
tilman.uhlenhaut@nds.bund.net

Energieausstellung startet aktualisiert ins Jahr 2012

Die interaktive Wanderausstellung „Unser Haus spart Energie – gewusst wie“ präsentiert in sechs Themenhäusern vielfältige Informationen zur energetischen Sanierung von Wohnraum. Der Trailer unter www.unser-haus-spart-energie.de gibt einen Einblick in die Inhalte und die Einsatzmöglichkeiten der Ausstellung.

Kontakt:
 Brigitte Hilcher
 Bundesverband der Regionalbewegung e.V., Zweigstelle Nord, Borgentreich
 Telefon 05643 948537
hilcher@regionalbewegung.de
www.regionalbewegung.de



Vorlesung zur Regionalvermarktung

Seit dem Wintersemester 2011/2012 bietet die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf am Standort Triesdorf erstmalig eine Vorlesung zum Thema „Öko- und Regionalvermarktung“ an. Knapp 40 Studenten aus den Studiengängen „Landwirtschaft“ und „Lebensmittelmanagement“ erfahren einmal pro Woche den fachlichen Hintergrund zum Aufbau, den Zielen und den Inhalten von Regionalmarken sowie -initiativen. Weiterhin zeigen Nicole Weik und Ilonka Sindel praxisnahe Beispiele zur Distribution sowie zur Konzeption von glaubwürdigen Regionalmarken auf.



Kontakt:
 Nicole Weik, Bundesverband der Regionalbewegung e.V.
 Feuchtwangen, Telefon 09852 1381
weik@regionalbewegung.de

Ihre Meinung ist gefragt!

Der Bundesverband der Regionalbewegung führt ab Januar 2012 regelmäßig Online-Umfragen über aktuelle Themen der Regionalbewegung durch. Auf www.regionalbewegung.de haben Sie die Möglichkeit Ihre Meinung zu aktuellen Geschehnissen rund um die Regionalbewegung zu äußern. Die Ergebnisse werden jeweils am Monatsende auf der Internetseite des BRB veröffentlicht.



Studie „Regionalvermarktung
von Ökoprodukten“ in NRW

Das Marktpotenzial für Biolebensmittel wird in Nordrhein-Westfalen derzeit nicht ausgeschöpft. Das ist ein zentrales Ergebnis der Studie „Regionalvermarktung von Ökoprodukten“ des Landwirtschafts- und Verbraucherschutzministeriums in NRW und des Westfälisch-Lippischen Landwirtschaftsverbandes (WLV). Aktuell werden 68.000 Hektar in NRW ökologisch bewirtschaftet, weitere 36.000 Hektar müssten umgestellt werden, um den nordrhein-westfälischen Bedarf mit regional erzeugten Biolebensmitteln zu decken. In den Bereichen biologisch erzeugtes Getreide, Gemüse und Obst sowie bei Öko-Schweinefleisch und bei Bio-Eiern gibt es erheblichen Nachholbedarf. Dementsprechend bestehen für nordrhein-westfälische Landwirte, die gerne auf ökologischen Anbau umstellen möchten, derzeit sehr gute Chancen sich am Markt zu etablieren und Verarbeitung und Handel mit Ökoprodukten aus regionaler Herkunft zu beliefern.

Marktpotenzial für Biolebensmittel

Auf der Grundlage der Studienergebnisse wird in der Region Ostwestfalen ein Pilotprojekt zum Anbau und zur regionalen Vermarktung von Bio-Gemüse gestartet. Verstärkt soll über den Ökolandbau informiert sowie mit Beratung und Vermarktungsförderung eine bessere Vernetzung der gesamten Wertschöpfungskette erreicht werden.

Das Projekt wird durchgeführt von AgroMilagro research, TK-Script und Bioland e.V. in Kooperation mit dem Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

Die Studie steht zum Download bereit unter:
www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/pdf/regionalvermarktung_marketstudie.pdf

Aus der Region – für die Region

von Ursula Emmert

Die länderübergreifende
Regionalinitiative im
Norden

Andere Länder oder Regionen haben sie schon: Regionalinitiativen, die bei der Bevölkerung bzw. den Verbrauchern Bewusstsein schaffen für die Vielfalt der ländlichen Räume, die Bedeutung der regionalen Wirtschaftskreisläufe und Nahversorgung mit glaubwürdigen Regionalprodukten. Eine derartige Initiative gab es bisher im Norden noch nicht. Mit dem Aufbau der länderübergreifenden Regionalinitiative „Aus der Region – für die Region“ (Projektraum: siehe Karte) soll hier ein konkreter Beitrag geleistet werden.



Unter Federführung der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation, Hamburg arbeiten erstmals Interessierte aus vier norddeutschen Bundesländern zusammen. In 2011 konzentrierte sich das Handeln gleichermaßen auf die strategische und projektbezogene Umsetzung. Die Entscheidungsgremien der Projektpartnerschaft Nord (PPN) sowie der Metropolregion Hamburg (MRH) stehen zum Aufbau der länderübergreifenden Regionalinitiative. Allerdings hat sich die Situation in Hamburg durch den Regierungswechsel, Anfang des Jahres 2011 geändert: In 2010 noch Leuchtturmprojekt des Klimaschutzkonzeptes muss nun der konkrete Nutzen/Mehrwert und damit die Bedeutung der Regionalinitiative für das Klimaschutzkonzept neu erläutert werden. Hierdurch ist der Prozess mangels Finanzierungssicherheit ins Stocken geraten. Diese Situation macht deutlich, dass derartige komplexe Entwicklungsprozesse nur dann in einem überschaubaren Zeitraum zum Erfolg geführt werden können, wenn insbesondere in der sensiblen Aufbauphase Mittel zuverlässig bereitgestellt werden. Andernfalls führt dies

bei Beteiligten dazu, dass geweckte Erwartungen nicht erfüllt werden und sich die Akteure mangels Erfolgsaussichten enttäuscht zurückziehen. Die Verantwortlichen hoffen nunmehr auf eine kurzfristige Lösung.

Zu den schwerpunktmäßigen Aufgaben gehörte es in 2011, das in 2010 erarbeitete Grundlagenwissen innerhalb der Schwerpunkte Großverbraucher, Gastronomie und Zierpflanzen zu spezifizieren und praxistaugliche Einsatzmöglichkeiten der Regionalprodukte zu testen. Besonders erwähnenswert, da beispielhaft im Bundesgebiet, ist die Anpassung der vom Bundesverband der Regionalbewegung in 2010 entwickelten Basiskriterien auf den Bereich Großverbraucher. Dies erfolgte im Rahmen des Modellprojektes „Einsatz regionaler Produkte bei Großverbrauchern“ unter Leitung von Prof. Ulrike Arens-Azevedo, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW). Parallel dazu haben die rd. 20 am Projekt beteiligten Unternehmen aktiv recherchiert, welche der von ihnen eingesetzten Lebensmittel tatsächlich als „glaubwürdig regional“ im Sinne

der Kriterien eingestuft werden. Ein Aufwand, der von den Unternehmen ein hohes Maß an Idealismus, Engagement und Zeit abverlangte. Der erste norddeutsche Saisonkalender soll hier für den Bereich Obst und Gemüse unterstützen.

Im Sinne einer selbstkritischen Betrachtung der bisherigen Aktivitäten wurde im Herbst 2011 ein externer Gutachter mit der Evaluierung beauftragt. Die Ergebnisse werden Anfang März 2012 vorliegen und stellen die Grundlage für die weitere Vorgehensweise dar. Ohne den Ergebnissen vorgreifen zu wollen, zeichnet sich bereits jetzt ab, dass die Regionalinitiative nur dann zum Erfolg geführt werden kann, wenn neben einer tragfähigen Organisationsstruktur kontrollierbare und glaubwürdige Kriterien für die Beteiligten entwickelt werden.

Aus der Sicht von „Aus der Region – für die Region“ ist es bedauerlich, dass es in 2011 nicht gelungen ist, innerhalb der Beteiligten von „Regionale Allianzen“ eine abgestimmte Definition für „glaubwürdige Regionalprodukte“ zu finden und den kausalen Bezug zwischen „Regional und Klimaschutz“ herzustellen. Es wäre wünschenswert, wenn die restliche Projektlaufzeit genutzt werden könnte, um gemeinsam fundierte Antworten zu erarbeiten.

Kontakt:
Ursula Emmert
Behörde für Wirtschaft, Verkehr
und Innovation der Freien und
Hansestadt Hamburg
Telefon 040 42841-1672
ursula.emmert@bwwi.hamburg.de



Synergie oder Profilverlust?

Das Projekt SynPro hatte zum Ziel, bestehende und potenzielle Synergien zwischen Bio-Markt und regionalen Vermarktungsinitiativen zu untersuchen. Beide Bereiche des nachhaltig orientierten Lebensmittel-Marketings haben sich in den vergangenen Jahren sehr dynamisch, jedoch eher getrennt entwickelt und folgen einer unterschiedlichen Logik.

Mindestens 150 in diesem Projekt identifizierte Regionalinitiativen in Deutschland vermarkten Bio-Produkte. Rund 100 dieser Initiativen vermarkten Bio-Produkte gemeinsam mit konventionellen Produkten, meist unter Regionalmarken. Deren Vermarktung erfolgt häufiger über den konventionellen Lebensmittelhandel. Rund 30 Prozent dieser Regionalinitiativen vermarkten jedoch ebenfalls in den Naturkostfachhandel und Bio-Markt.

Ein zentrales Ziel des Projektes war es, herauszufinden, ob die Verwendung „gemeinsamer“ Regionalmarken für ökologische Produkte im Naturkosthandel eine attraktive Marketingstrategie darstellt oder ob dies einen Profilverlust für den Naturkosthandel bedeuten würde. In einer Befragung dazu fanden sich unter den Bio-Erzeugern sowohl solche, die eine gemeinsame Regionalvermarktung eher kritisch bis sehr kritisch sehen, und sich dennoch beteiligen, als auch solche, die regionale Aktivitäten, Netzwerke und Initiativen begrüßen, und sich daran beteiligen, auch um die zusätzlichen Absatzmöglichkeiten zu nutzen.

In den Schlussfolgerungen des Berichtes werden u.a. eine „Charta der regionalen Bio-Vermarktung“ von Bio-Markt und Regionalbewegung, eine regelmäßige Statistik bezüglich regionaler Vermarktungsinitiativen sowie die Auflage eines Bundesprogramms Regionalbewegung mit einem Schwerpunkt zur Regionalvermarktung empfohlen.

Die Studie steht zum Download bereit unter www.orgprints.org/19286

Kontakt:
Armin Kullmann
Institut für ländliche Strukturfor-
schung Frankfurt/Main
Telefon 069 97785780
kullmann@ifls.de

Mit der KLJB zum Regionalberater

Mehrteiliger Weiterbildungskurs zum Regionalberater/Regionalmanager

Eine berufliche Qualifizierung für Planer, (Agrar-)Ingenieure, Sozialwissenschaftler, Umweltbeauftragte und Berater. Die Akademie der Katholischen Landjugend lässt den langjährig erfolgreichen Regionalberater/-managerkurs – in Kooperation mit der Katholischen Hochschule NRW – wieder neu aufleben.



Vermittelt werden aktuelle wissenschaftlich fundierte Kenntnisse zum ländlichen Raum, Strukturierung und Steuerung beteiligungsorientierter Planungsprozesse sowie Fähigkeiten, unterschiedliche Zielgruppen zusammenzubringen und Konflikte und Schwierigkeiten managen zu können.

Der Kurs wird im Zeitraum Februar 2012 bis Juli 2013 durchgeführt. Er setzt sich aus fünf Blöcken zusammen und schließt mit dem Zertifikat Regionalberater/Regionalmanager ab. Die Blöcke sind auch einzeln zu belegen.

Kontakt:
Akademie der
Katholischen Landjugend e.V.
Bad Honnef
Telefon 02224 946540
akademie@kljb.org
www.akademie.kljb.org

Zum Auftakt der Feuchtwanger Fisch- und Wildtage lädt Heiner Sindel zur Jagd ein. Für mich ist das ein Höhepunkt im Jahr. Am Vorabend sitzt man zusammen, isst fränkische Karpfen, trinkt fränkisches Bier und führt leidenschaftliche, weit ausufernde Gespräche über das Waidwerk, den Wald und das Wild. Am nächsten Tag dann gilt es fränkischen Wildenten und fränkischen Hasen nachzujagen und man läuft viele fränkische Hügel hinauf und hinunter, so lange, bis man die Landschaft in den Knochen spürt. Ich mag das.

Nach so viel körperlich erfahrener Regionalität werde ich manchmal ein wenig melancholisch. Denn ich stamme aus dem hessischen Ried, genauer gesagt: aus Groß-Rohrheim. Dort gibt es keinen einzigen Hügel und man kommt zu Fuß ziemlich bequem voran, vorausgesetzt, der Boden ist trocken genug, dass er einem nicht zentnerschwer an den Stiefeln hängt. Vor allem aber mangelt es an regionalen oder lokalen Erzeugnissen, die ich anpreisen könnte, um für meine Region zu werben. Wein gibt es an der Bergstraße und in Rheinhessen, doch nicht direkt bei uns. Apfelwein und Most werden in der Wetterau und im Odenwald gekeltert. Und Fisch aus dem Rhein ist zwar wieder im Kommen, spielt aber wirtschaftlich keine Rolle. Wir sind eine Rüben- und Getreidegegend. Immerhin: Der Spargelanbau hat einen Aufschwung erlebt. Identitätsstiftend ist das noch nicht.

Trotzdem liebe ich meine Heimat, auch wenn es Landschaften gibt, die mit ihren Reizen nicht so geizen. Hasen im Übrigen gibt es bei uns deutlich mehr als um Feuchtwangen herum. Ja, man kann sagen, dass die jährliche Treibjagd eine lokale Tradition ist und der Hase ein regionales Produkt, auf das die Leute stolz sind. Erwartungsfroh fuhr ich auch dieses Jahr heim, um mich an der Hasenernte zu beteiligen. Leider wurden diesmal die Erwartungen schwer enttäuscht. Noch charakteristischer als der Hase ist für das hessische Ried der Novembernebel. Dick liegt er über dem flachen Land und lässt der Sonne keine Chance. Wir mussten die Jagd abblasen. Man hätte den Nebenmann nicht gesehen. So kann es gehen, wenn eine Region ihre Eigenarten entfaltet.

Eckhard Fuhr, Korrespondent für Kultur und Gesellschaft der WELT-Gruppe.

Herzlich willkommen!

Der Bundesverband der Regionalbewegung e.V. weitet sein Netzwerk immer weiter aus und freut sich über den regen Zuspruch im ganzen Land. Wir freuen uns ganz besonders über unsere zahlreichen Neumitglieder und heißen unsere Partner herzlich willkommen im Netzwerk des Bundesverbandes der Regionalbewegung e.V.:

Dachmarke Rhön e.V. und GmbH

DORV-Zentrum GmbH

Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft Landwege eG

Füllhorn Sulzfeld GmbH

HEIMAT –
Nichts schmeckt näher

Heimatprodukte GmbH

Lipperf Freunde e.V.

Naturkost Nord Großhandels-
gesellschaft mbH

ONNO e.V.

Regionalmarke EIFEL GmbH

Regionalmanagement Stadt
und Landkreis Coburger GmbH

Regionalvermarktung Nord i.G.

Weißenhörner Molkerei



Dabei sein lohnt sich. Jetzt Mitglied werden

DIE REGIONAL BEWEGUNG

www.regionalbewegung.de

Werden Sie Mitglied im Bundesverband der Regionalbewegung und fördern Sie die Entwicklung einer bundesweit gehörten, aktiven Regionalbewegung!

Bitte im Briefumschlag zurücksenden an:
Bundesverband der Regionalbewegung e.V.,
Museumstraße 1, 91555 Feuchtwangen

Ich beantrage ...

- eine ordentliche Mitgliedschaft
Jahresbeitrag mind. € 60,- oder € _____
- eine Fördermitgliedschaft (Fördernde Mitglieder haben im Verein die gleichen Rechte und Pflichten wie ordentliche Mitglieder, mit der Ausnahme, dass sie bei Abstimmungen kein Stimmrecht besitzen.)
Jahresbeitrag mind. € 60,- oder € _____

Freiwillige Angaben zum Tätigkeitsbereich (Mehrfachnennung möglich):

- Landwirtschaft oder Forstwirtschaft
- Regionalinitiative
- Soziale Einrichtung
- Kirche
- Umwelt
- Handwerk
- Dienstleistung
- Regionalinitiative
- Agenda 21
- Verwaltung
- Sonstiges

im Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

Name, Vorname

ggf. Verein/Institution

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Internet

Vorsitzender (nur bei jur. Personen)*

Lastschrift

Ich/Wir ermächtige/n den Verein bis auf Widerruf, den oben genannten Betrag von meinem/ unserem Konto mittels Lastschrift abzubuchen. Die Mitgliedschaft kann unter Einhaltung einer Frist von 3 Monaten zum Schluss eines Kalenderjahres schriftlich gekündigt werden.

Geldinstitut

BLZ

Konto-Nummer

Kontoinhaber/in

Ort, Datum

Unterschrift

* Bei juristischen Mitgliedern bitte Name und Vorname des Vertreters im Bundesverband der Regionalbewegung eintragen und mit Unterschrift des Vorsitzenden einsenden.

Einladung zum Mitmachen 30. September 2012

Aktionszeitraum: 21. September bis 7. Oktober

Aktionsanmeldungen,
kostenlose Materialien
und Infos unter Telefon
09852 1381, 05643 948537
oder www.tag-der-regionen.de


TAG DER REGIONEN
... wurzeln in einer globalisierten Welt.



Zukunft durch Nähe –
wirtschaftlich, ökologisch, sozial

Herausgeber:

Bundesverband der Regionalbewegung e. V.
Museumstraße 1 · 91555 Feuchtwangen
Telefon 09852 1381 · Fax 09852 615291
E-Mail: info@regionalbewegung.de
www.regionale-allianzen.de
www.regionalbewegung.de
www.tag-der-regionen.de

Redaktion:

Ilonka Sindel, Kathrin Hunstig-Bockholt

Layout und Realisierung:

CORBEAU werbeagentur, 91555 Feuchtwangen

Druck und Verarbeitung:

Druckerei Michael, 91625 Schnelldorf
Gedruckt auf 100 % Altpapier

Auflage: 10.000 Exemplare

Ausgabe: Sonderausgabe

„Regionale Allianzen“ 2011/2012

Bildnachweis: Gerlinde Großmann,
Aktionsbündnis Tag der Regionen, BRB e.V.,
Angelika Adamaschek (UBZ Licherode)

Hinweis zum Titelbild:

Das Titelbild zeigt die dreijährigen Zwillingsschwester Nelly und Norah aus dem Raum Mittelfranken beim Genuss fränkischer Frischmilch aus der Region.

Die Beiträge geben jeweils die Meinung des Autors wieder. Sie ist nicht in jedem Fall identisch mit der Meinung des Herausgebers.

Aufgrund der besseren Lesbarkeit der Texte hat sich der Herausgeber entschieden, sich in den Beiträgen auf die Männlichkeitsform zu beschränken.

Gefördert durch:



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages