

Das aktuelle Interview

Regionale Produkte fördern

Der Landesverband Regionalbewegung NRW setzt sich für die Absatzförderung, das Marketing regionaler Produkte sowie für eine nachhaltige Entwicklung ländlicher Regionen ein. Mit welchen Projekten und Aktionen setzt die Bewegung ihre Ziele in die Tat um? Dazu befragte die LZ Brigitte Hilcher vom Landesverband Regionalbewegung NRW.

LZ | Rheinland: Frau Hilcher, was ist die Idee des Landesverbandes Regionalbewegung NRW?

B. Hilcher: Als Regionalbewegung machen wir uns stark für die Interessen von Regionalvermarktungsinitiativen sowie kleinen und mittleren Unternehmen. Wir setzen uns ein für die vielfältigen Akteure, die zu einer erfolgreichen

1999 alljährlich am Erntedanksonntag statt. Bei mittlerweile über 1 000 Veranstaltungen bundesweit werden jedes Jahr rund einer Million Menschen die Gedanken von Regionalität und Nachhaltigkeit in unterhaltsamer Weise vermittelt. Ein Aktionstag allein reicht aber dafür nicht aus, daher hat sich als Interessenvertretung der Verband gegründet.



Brigitte Hilcher

Als Regionalbewegung machen wir uns stark für die Interessen von Regionalvermarktungsinitiativen sowie kleinen und mittleren Unternehmen.

und nachhaltigen Regionalentwicklung und der Stärkung ländlicher Räume sowie für eine aktive Stadt-Land-Beziehung beitragen. Zudem bieten wir eine Informationsplattform für Verbraucher und Medien zum Thema Regionalität.

Zu den Themenplattformen der Regionalbewegung gehören neben der Nahversorgung mit Lebensmitteln des täglichen Bedarfs auch regionale Schulentwicklung, Mobilität im ländlichen Raum, regionale erneuerbare Energien und das regionale Handwerk. Nur durch den Erhalt und die Förderung der regionalen Wertschöpfung können ländliche Räume gestärkt, Bleibeperspektiven für ländliche Regionen geschaffen und somit die Kulturlandschaft erhalten werden.

LZ | Rheinland: Wie ist der Verband entstanden?

B. Hilcher: Der Bundesverband der Regionalbewegung wurde im Jahr 2005 auf Basis des bundesweiten Aktionsbündnisses Tag der Regionen gegründet. Dieser Aktionstag findet seit

Als erstes Bundesland schuf Bayern im Jahr 2007 eine Plattform für gemeinsame landesweite Anliegen der Regionalbewegung. Im November 2014 folgte dann die Gründung des Landesverbandes Regionalbewegung NRW. Ein Beirat mit Vertretern aus Regionalinitiativen, Verbraucherschutz- und Umweltbildungsorganisationen, landesweit tätigen Verbänden und engagierten Regionalakteuren begleitet die Arbeit.

LZ | Rheinland: Was sind die Ziele und Aufgaben der Regionalbewegung?

B. Hilcher: Wir machen Lobbyarbeit für eine nachhaltige Entwicklung ländlicher Regionen sowie zukunftsweisen der Stadt-Land-Beziehungen. Wir engagieren uns für eine umweltverträgliche Kulturlandschaftsentwicklung sowie bäuerlich strukturierte landwirtschaftliche Betriebe. Wir vernetzen bestehende und initiieren neue Regionalvermarktungsinitiativen sowie Initiativen zur Nahversorgung und zur Mobilität im ländlichen Raum. Wir setzen uns ein für glaubwürdig regionale Produkte und sind gegen eine Verwässerung von Regionalität und eine inflationäre Verwendung des Begriffes „regional“ für Produkte, die gar nicht wirklich regional sind. Vor diesem Hintergrund fördern wir eine landesweite Diskussion um ökologische sowie soziale Zusatzkriterien in der Regionalvermarktung und schaffen mit dem bundesweiten Aktionstag Tag der Regionen eine Plattform für regionale Zukunftsiniziativen.



LZ | Rheinland: Was sind besondere Herausforderungen in NRW?

B. Hilcher: In NRW gibt es sowohl große Chancen, aber auch große Herausforderungen für eine nachhaltige regionale Entwicklung. Regionale Wirtschaftskreisläufe und regionale Wertschöpfungsketten sind natürlich abhängig davon, dass es in den Regionen noch Metzgereien, Bäckereien und vor allem auch Mühlen, Molkereien oder Schlachthäuser gibt. Hier fand und findet noch immer ein umfangreicher Strukturwandel statt. Vielfältige Produktpaletten, die ebenfalls für den Aufbau einer tragfähigen Regionalvermarktung ausschlaggebend sind, sind in einigen Regionen aufgrund der Zunahme zum Beispiel von Maisanbau schwierig zu realisieren. Allerdings hat NRW mit einer durchschnittlichen Hektargröße von 40,9 derzeit noch viele kleine und mittlere Betriebe, die in der Regel eher ein Interesse an einer Regionalvermarktung haben. Der Aufbau einer Regionalvermarktung benötigt neben den vorhandenen Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen auch engagierte Menschen und natürlich den entsprechenden Absatzmarkt und da ist die Situation im bevölkerungsreichsten Bundesland natürlich eine andere als zum Beispiel im dünn besiedelten Mecklenburg-Vorpommern.

Demnach gibt es bei uns auch zahlreiche Regionalvermarktungsinitiativen. 59 unterschiedliche Zusammenschlüsse von Landwirten – zum Teil mit Verbrauchern, Umweltverbänden, kirchlichen Gruppen oder weiteren Wirtschaftspartnern – haben wir in einer Erhebung aus dem Jahr 2013 registriert. Einige davon



Der Landesverband Regionalbewegung NRW will regionale Produkte fördern.

Foto: landpixel

haben sich am Markt gut etabliert, andere sind noch in den Kinderschuhen. Manche haben eine breite Produktpalette aufgebaut, andere vermarkten nur ein Produkt. Viele ganz kleine Initiativen sind bisher gar nicht erfasst und schlummern als ungenutztes Potenzial, das es zu heben und zu fördern gilt.

LZ | Rheinland: Regionalität liegt zurzeit im Trend. Erleichtert dies die Vermarktung?

B. Hilcher: Ja, die Nachfrage ist da und nun geht es darum zu sehen, wo diese regionalen Produkte herkommen und auch wie diese produziert werden. Oft gehen Verbraucher davon aus, dass regionale Produkte „irgendwie besser“ produziert wurden, dass Eier aus der Region von „glücklichen“ Hühnern stammen. Hierin liegt unserer Meinung nach ein großes Potenzial für zertifizierte artgerechte Tierhaltung und weitere Umweltleistungen in der Landwirtschaft. Diese müssen dann über eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit kommuniziert werden, damit über einen höheren Preis der Mehraufwand, den der Landwirt hat, ausgeglichen werden kann.

Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbildung für nachhaltige Regionalvermarktung und Vernetzung bestehender Initiativen und Ausbau von Keimzellen für Regionalvermarktung in den Regionen: Das sind also ganz wichtige Bausteine, die in NRW aus unserer Perspektive für die nächs-

ten Jahre anstünden. So könnten Potenziale gehoben und Strukturen geschaffen werden.

LZ | Rheinland: Inwiefern sprechen Sie Landwirte an? Welche Aktionen betreffen die Landwirtschaft konkret?

B. Hilcher: Seit dem letzten Jahr vergeben wir an Regionalvermarktungsinitiativen die Auszeichnung „REGIONAL PLUS – fair für Mensch und Natur“. Ausgezeichnet werden Initiativen in NRW, die glaubwürdige regionale Lebensmittel aus bäuerlicher, umweltverträglicher und gentechnikfreier Landwirtschaft auf kurzen Wegen vom Erzeuger zum Verbraucher bringen. Erstmals wurde dieses Prädikat im letzten Jahr an die Initiativen LippeQualität, BioRegion Niederrhein, bergisch pur sowie die Streuobstinitiative des NABU Stadtverband Münster vergeben. Damit wollen wir dazu beitragen, glaubwürdige regionale Produkte zu schützen. Zusammenschlüsse, die bereits viele Jahre gute Arbeit machen, Kriterien für ihre Produkte festgelegt und tatsächlich wieder

Aktionstag kann sich jeder Betrieb beteiligen, der seine Produkte regional vermarktet. Ideen für eigene Aktionen finden Interessierte auf unserer Webseite www.tag-der-regionen.de.

Mit der Workshopreihe „Regionalvermarktung konkret“ konnten wir in den letzten Jahren einige Fortbildungen zum Thema anbieten, die auch regelmäßig von Landwirten besucht wurden.

Aktuell laden wir alle Interessierten zu einem NRW-weiten Fachkongress „regional is(s)t besonders“ rund um umwelt- und sozialverträgliche Produktion und Vermarktung von Lebensmitteln am 23. November 2015 nach Köln ein. Der Fachkongress, zu dem wir 150 bis 200 Teilnehmer aus ganz NRW erwarten, zeigt auf, was sich in Sachen regionale Landwirtschaft und Kennzeichnung regionaler Produkte in NRW tut. Wo Verbrauchertäuschung stattfindet und wo glaubwürdige Regionalität geboten wird. Welche Kriterien brauchen regionale Produkte? Warum klappt es

Wirtschaftskreisläufe aufgebaut haben, die Geld in die Regionen bringen, werden bedroht von vermeintlich regionalen Produkten aus Eigenmarken von Handelsketten. Hier ist natürlich auch nicht alles schlecht und eine reine Schwarz-Weiß-Malerei greift zu kurz. Aber es gilt genauer hinzusehen und Werbeversprechen zu hinterfragen. Hier soll die Auszeichnung „Regional plus – fair für Mensch und Natur“ Standards setzen, indem glaubwürdige Regionalität definiert wird.

LZ | Rheinland: Welche Aktionen gibt es darüber hinaus?

B. Hilcher: Mit dem Tag der Regionen machen wir seit vielen Jahren Verbraucherbewusstseinsbildung. An diesem

einerseits trotz der hohen Nachfrage nach regionalen Produkten so oft nicht mit der Regionalvermarktung? Und warum sind andererseits doch so viele Initiativen unter agrarpolitisch schwierigen Bedingungen erfolgreich? Mit welchen Argumenten, Aktionsformaten und Angeboten erreichen wir die Verbraucherschaft, was kann jeder Einzelne tun und wie kann die Politik unterstützen?

Am Ende des Tages werden Handlungsempfehlungen zur Stärkung der Regionalvermarktung in NRW und zukunftsweisender Stadt-Land-Beziehungen vorgestellt und an die Politik übergeben. Anmeldungen sind bereits jetzt unter www.nrw.regionalbewegung.de möglich. *ab*

Am 23. November findet der NRW-weite Fachkongress „regional is(s)t besonders“ in Köln statt.