



Bedeutung eines bundesweiten Regionalsiegels für Regionalvermarktungsinitiativen

8.Mai 2012

Nicole Weik, Bundesverband der Regionalbewegung e. V.





Regionalität scheint der Megatrend unserer Zeit zu sein!

Im Vergleich zu Regionalität ist Bio ein alter Schuh.

Regionalität ist keine Modeerscheinung, sondern ein langfristiger Megatrend!

Regio schlägt Bio bereits im Einkaufswagen.



Regionalität hängt Bio, Nachhaltigkeit und Fair Trade ab!





Zahlen, Daten, Fakten

Marktstellung in Vergleich zu Bio-Produkten

	regionale Prod.	Bio-Produkte
Mehrpreisbereitschaft	+ 5 – 20 %	+ 20 - 80 %
Käuferfrequenz „regelmäßig“	37 %	13 %
Käuferfrequenz „gelegentlich“	44 %	32 %
Marktanteil absolut	k. A.	6 Mrd. EUR
Marktanteil relativ	k. A.	4 %
	Potential: 10 -15 %	

Quelle: Niedersächsisches Landwirtschaftsministerium 2011





Aktuelle Entwicklungen auf politischer Ebene

Planungen des BMELV

- Einführung eines freiwilligen „**Regionalfensters**“
- Deklaration **Herkunft der Rohstoffe**
- Deklaration **Region**
- Deklaration **Prüfinstitution**
- **Region**= kleiner als Deutschland, größer als eine Kommune
- **3- stufiges Kontrollsystem**
- **Vorstufen der Landwirtschaft z.B. Futtermittel werden nicht berücksichtigt**
- **Genauere Ausformung der Kriterien noch unklar**





Aktuelle Entwicklungen auf politischer Ebene

Problematik:

- Hoher bürokratischer und finanzieller Aufwand für KMUs und Regionalvermarktungsinitiativen
- bestehende Systeme werden nicht genutzt
- Zeichen zugänglich für jeden Lebensmittelhersteller
 - Verwässerung von Regionalität
- Wettbewerbsnachteil für KMUs
- Freiwilligkeit
 - keine Unterbindung von Mogelpackungen



Herkunft Zutaten:
Erdbeeren: Bodensee 100%
Zucker: Deutschland 100%
Pektin: Drittland
Regionalbezug:
Herstellung: Bodensee
geprüft von:
Landwirtschaftsministerium

Nächste Schritte:

Modellvorhaben von Seiten des BMELV mit Umsetzung in die Praxis 2012/2013, Ausführung noch unklar





Erwartungen der Verbraucher

Vorschlag Regionalfenster

Region: Bundesland oder kleinräumigere Einheit	↔	Region: kleiner als Deutschland und größer als eine Kommune
Rohstoffe aus der Region	↔	Erste Hauptzutat aus der Region, insg. mind. 50 % des Produktgesamtgewichtes aus der Region
Verarbeitung in der Region	↔	Nennung des Herstellungs- und Verarbeitungsortes
Verkauf in der Region	↔	Keine Einschränkung
Gentechnikfreiheit	↔	Gentechnikfreiheit nicht garantiert
Futtermittel aus der Region	↔	Keine Berücksichtigung der Vorstufen der Landwirtschaft
Kurze Transportwege	↔	Keine Garantie kurzer Transportwege, da keine Einschränkung des Vermarktungsgebietes
Artgerechte Tierhaltung	↔	Artgerechte Tierhaltung kein Kriterium

BRB e.V., eigene Darstellung





Aktuelle Entwicklungen auf politischer Ebene

Agrarministerkonferenz 27. April 2012:

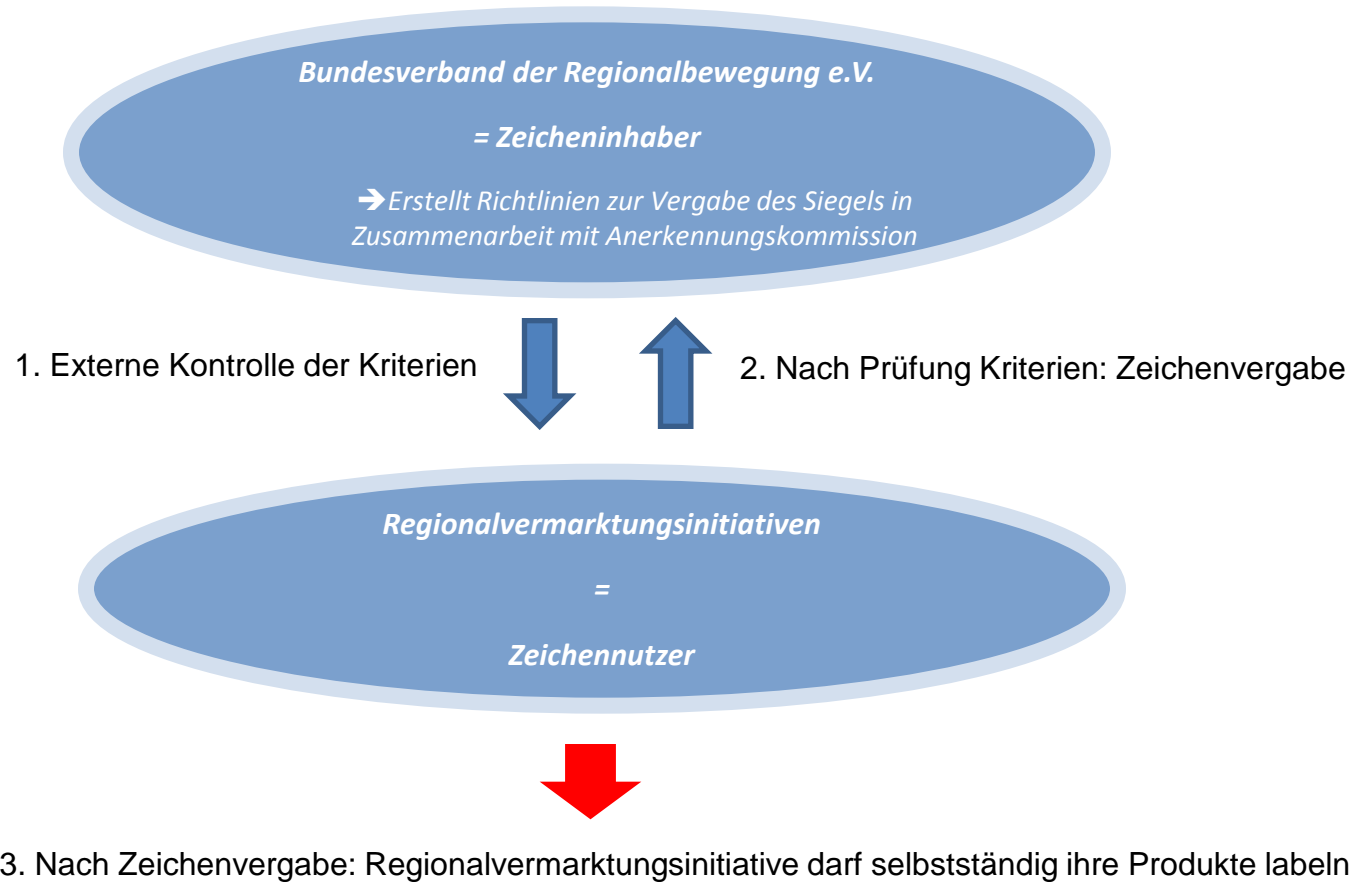
- Beschluss: **Kennzeichnung freiwillig**
- weitere Diskussion in Bund-Länder-Arbeitsgruppe
- Baden-Württemberg, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein haben sich **gegen Konzept** „Regionalfenster“ ausgesprochen
- Antrag auf **Prüfung des Szenarios** „Anerkennung und praxisnahe Akkreditierung für Regionalinitiativen“
- Berlin, Hessen und Saarland sprechen sich **für „Regionalfenster“** aus






Vorschlag des BRB: Regionalsiegel für Regionalvermarktungsinitiativen

Möglicher Mechanismus:





1. Eigene, schlüssige **Definition der Region**

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

Beispiel für Definition einer Region:

Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern



Region Franken (Unter-, Mittel-, Oberfranken) und/oder die angrenzenden Naturlandschaftsräume (z.B. Hohenlohe – Franken).





2. Transparente Qualitäts- und Herkunftskriterien

- Nicht zusammengesetzte Produkte zu 100% aus der definierten Region*
- Bei zusammengesetzten und verarbeiteten Produkten stammen die Zutaten aus der definierten Region*
- Verarbeitung und Herstellung in der Region*
- Es existieren Qualitätskriterien für einzelne Produktgruppen (über gesetzlichen Standards)
- Einsatz überwiegend heimischer Futtermittel
- Produktion ohne Gentechnik (nach EGGenTDurchfG)

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





3. Regionale Vermarktung und Wertschöpfung

- Prinzip: **Aus der Region – für die Region**
- Vermarktung der Produkte überwiegend in der definierten Region
- Sicherstellung von soviel Wertschöpfung in der Region wie möglich
- Sitz der produzierenden Unternehmen in der Region*

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





4. KONTROLLE der Kriterien

Die Regionalvermarktungsinitiative muss ein transparentes **Kriterien- und Kontrollsystem** besitzen



intern



extern





5. Nachhaltigkeit durch

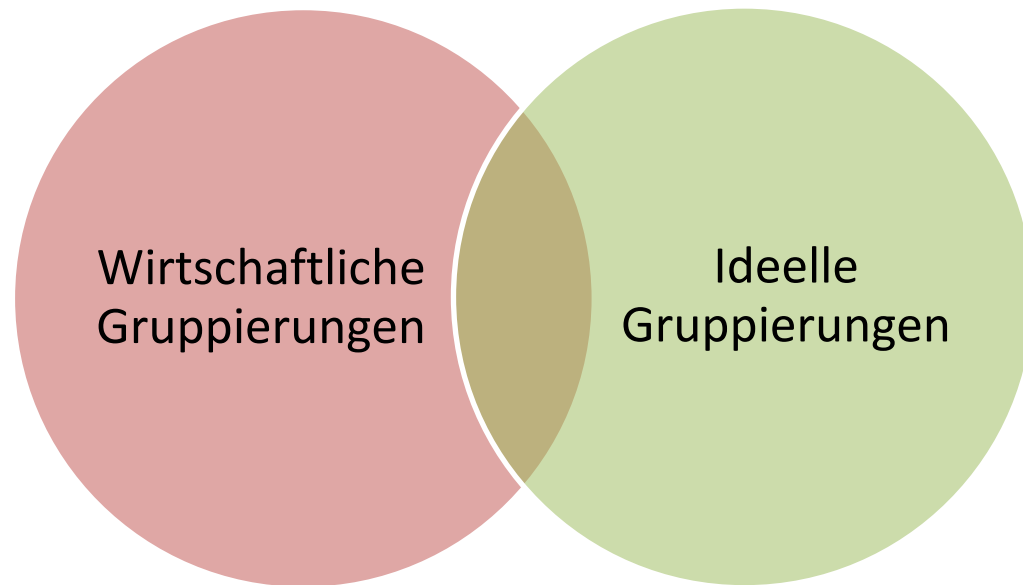
- **Ökonomische:** z.B. Faire Erzeugerpreise
- **Ökologische:** z.B. klima- und umweltschonende Erzeugung und Vermarktung
- **Soziale:** z.B. Erhalt und Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen in der Region

Kriterien





6. Wirtschaften im „Dualen Modell“



→ Strategische Allianzen





Neues Projekt

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft und Forsten



„Potenziale und Synergien zwischen Kriterien- und Kontrollsystemen bayerischer Regionalvermarktungsinitiativen und dem Qualitätszeichen „Geprüfte Qualität – Bayern“

1. Übersicht über **Kriterien- und Kontrollsysteme** bayerischer Regionalvermarktungsinitiativen sowie Initiativen aus dem Fleischerhandwerk
2. Aufzeigen von **Synergien** zwischen **GQ-B** und den **Kriterien- und Kontrollsystemen** der Initiativen
3. Verbesserung der Zugangsmöglichkeiten zu einem **unabhängigen Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem** für Regionalvermarktungsinitiativen und Initiativen aus dem Fleischerhandwerk





Ziele des Projektes

4. Verbesserung der **Kennzeichnung glaubwürdiger Regionalprodukte**
5. **Sensibilisierung des Verbrauchers** für glaubwürdige Regionalprodukte
6. Verbesserung der Marktchancen für glaubwürdige Regionalvermarktungsinitiativen und Initiativen aus dem Fleischerhandwerk und somit **Stärkung des ländlichen Raumes** in Bayern
7. **Absatzförderung** regionaler Produkte in Bayern





Umsetzung



Die Regionaltheke
von fränkischen Bayern



FLEISCHERVERBAND
BAYERN



Maßnahmen:

- **Produktkennzeichnung**
- Überprüfung der **Verbraucherakzeptanz**
- Analyse der **Abverkaufszahlen**





Eine starke Region - ...ist wurzeln in einer globalisierten Welt

