



genussregion
niederrhein

klimaschutz durch kurze wege 

Profilschärfung des Genussregion Niederrhein e.V. hinsichtlich Nachhaltigkeit & Klimaschutz

24.02.2022



Gefördert durch:

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Wirtschaftsförderung trifft Klimaschutz

Aus dem ursprünglichen Netzwerk des Aktionsbündnisses Direkt- und Regionalvermarktung aus dem Jahr 2003 wurde 2007 der Verein Genussregion Niederrhein e.V. mit dem Ziel gegründet, die Vermarktung regional erzeugter Lebensmittel zu stärken. Aus diesem Ansatz hat sich ein NRW-weit einmaliges Erfolgsmodell entwickelt. So ist es dem Verein gelungen, die verschiedenen Sparten wie Nahrungsmittelerzeugung, Ernährungshandwerk, Lebensmittelhandel und Gastronomie zusammenzuführen – und gemeinsam erfolgreiche Marketingaktivitäten zu entfalten. Messeauftritte wie auf der Grünen Woche, Werbung für saisonale Spezialitäten, die Entwicklung gemeinsamer Internetauftritte und eine intensive Öffentlichkeitsarbeit haben die Marke Genussregion Niederrhein in Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus etabliert. Mehr als 100 Mitglieder – vom Hofladen bis zum Hotelbetrieb, vom Milcherzeuger bis zur Brauerei, von der Imkerei bis zur Obstkelterei – sprechen für den Erfolg.

Auf diesem starken Fundament hat es der Genussregion Niederrhein e.V. geschafft, regionale Wertschöpfungs- und Vermarktungsketten zu entwickeln, betriebliche und überbetriebliche Kooperationen auf den Weg zu bringen und den Absatz regionaler Produkte in der Gastronomie zu fördern. Um zukunftsfähig zu bleiben, gilt es für den Verein, neue Mitglieder und Partner zu gewinnen, neue Absatzmöglichkeiten zu erschließen und die vorhandenen Netzwerke zu erweitern. Alles mit dem Ziel, eine saisonale und regionale Kreislaufwirtschaft für landwirtschaftliche Erzeugnisse am Niederrhein zu fördern.



Ökologischer Vorreiter

Die Motivation für die Vermarktung regionaler Produkte macht die Genussregion Niederrhein zu einem ökologischen Vorreiter: Das Motto „Klimaschutz durch kurze Wege“, das vom ersten Tag an gelebt wurde, ist heute aktueller denn je. Lebensmittel, die direkt vom Erzeuger zum Verbraucher gelangen, vermeiden unnötige Transportwege und energieintensive Lagerung.

Die Herausforderungen, die der Klimawandel für die Landwirtschaft und das Ernährungshandwerk mit sich bringt, sind in den vergangenen Jahren allerdings erheblich gewachsen. Die Auswirkungen der Erderwärmung machen sich auch am Niederrhein bemerkbar: Hitzerekorde und Dürreperioden einerseits sowie Stürme und Starkregen andererseits haben erhebliche Schäden verursacht und Ernten beeinträchtigt. Somit ist die Landwirtschaft gezwungen, sich neu zu erfinden. Auf der einen Seite müssen die Landwirte über andere Pflanzensorten, eine veränderte Fruchtfolge oder eine ressourcenschonende Wasser- und Energienutzung nachdenken, um ihre Betriebe langfristig fortführen zu können. Auf der anderen Seite nimmt der gesellschaftliche Druck zu, die Nahrungsmittelproduktion klimaneutral zu gestalten.



Die landwirtschaftliche Produktion steht vor einer Zeitenwende.

Dr. Franz-Josef Stork, Leiter Haus Riswick





Vor diesem Hintergrund hat sich die Genussregion Niederrhein die Aufgabe gestellt, ihre Mitglieder bei der klimafreundlichen und nachhaltigen Transformation der Lebensmittelerzeugung zu unterstützen. Hierfür dient die Genussregion ihren Mitgliedern beispielsweise als Wissensplattform, präsentiert Best Practice-Beispiele und Beratungsangebote, vernetzt Landwirtschaft und Handel, Ernährungshandwerk und Gastronomie miteinander – sowie mit externen Partnern und Experten. Überdies befasst sich der Verein intensiv mit dem Thema Logistik und hat entsprechende Projekte angeschoben. Schließlich kommt jeder vermiedene Transportkilometer dem Klima zugute.



Die Transformation der Landwirtschaft führt zweifellos auch zu Zielkonflikten zwischen Bestrebungen wie nachhaltiger Betriebsführung, klimaneutraler Lebensmittelerzeugung, Biodiversität, Tierwohl und Grundwasserschutz. Hier übernimmt die Genussregion eine aktive Rolle in der Vermittlung fachkundiger Beratung sowie der Arbeit an pragmatischen Lösungen.

Flankierend verstärkt die Genussregion Niederrhein ihre bereits erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit und stärkt die diesbezüglichen Kompetenzen ihrer Mitglieder. Es gilt, die bereits erzielten Erfolge im Klimaschutz gebührend in der Öffentlichkeit zu würdigen, und das Image regional erzeugter Lebensmittel weiter zu steigern. Dabei kann die PR-Arbeit vom gewachsenen Bewusstsein der Verbraucher für frische, gesunde und nachhaltig produzierte Lebensmittel profitieren.

Der Transport von Lebensmitteln über Tausende Kilometer, die ständige Verfügbarkeit von Saisonprodukten und die Produktion von Billigfleisch – um nur einige Beispiele zu nennen – werden gesellschaftlich immer weniger akzeptiert. Das bietet Chancen für eine nachdrücklich positive Positionierung regional erzeugter und genutzter Lebensmittel. In diesem Zusammenhang plant die Genussregion Niederrhein die Entwicklung moderner Kundeninformationen, inklusive emotionaler Kundenansprache. Ein wichtiger Baustein dabei ist die neue Webseite, die schon äußerlich die neuen Ansprüche der Genussregion Niederrhein widerspiegelt. Dem CI der Internetpräsenz sollten sich alle Arten der Kundeninformationen anpassen.

Ebenfalls zur wachsenden Bekanntheit tragen Kooperationen mit touristischen Anbietern bei. Hier gibt es bereits eine breite Basis, auf der aufgebaut werden kann. Der Verein will die Potenziale touristischer Vermarktung von Genusserlebnissen und regionaler Produkte im Thema „Nachhaltiger Tourismus am Niederrhein“ nutzen.

Die beschriebenen Entwicklungen eröffnen der Genussregion Niederrhein und ihren Mitgliedern ausgezeichnete Chancen für eine auch künftig erfolgreiche Vermarktung regionaler Lebensmittel. Gleichzeitig leistet der Verein mit seinen Aktivitäten einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Beste Voraussetzungen für die Fortschreibung der Erfolgsgeschichte.



Die Genussregion kann Vorreiter für den Einsatz erneuerbarer Energien in der Landwirtschaft sein.

Ansgar Lasar,
Klimabeauftragter der Landwirtschaftskammer Niedersachsen





Die Genussregion Niederrhein geht mit der Zeit, ist für neue Entwicklungen offen und stellt sich aktuellen Herausforderungen. Wie lassen sich die vielschichtigen Entwicklungen rund um Landwirtschaft, Nachhaltigkeit und Klimaschutz in konkrete Handlungen übertragen? Zur Beantwortung dieser Frage wurden Mitglieder und externe Experten befragt sowie diverse öffentliche Quellen zu Rate gezogen. Im Folgenden die Ergebnisse.

Die Rahmenbedingungen 2022

„Der Klimawandel ist die größte Bedrohung der Zukunft.“ Diese Überzeugung vertritt nicht nur Klaus Töpfer, ehemaliger Bundesumweltminister und Exekutivdirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen. Diese Einschätzung ist mittlerweile globaler Konsens. Die Auswirkungen der Erderwärmung sind bereits weltweit zu spüren – vom Äquator bis zur Antarktis, von Australien bis nach Grönland. Und auch am Niederrhein.

Der Kampf gegen den Klimawandel führt zu Aktivitäten auf verschiedenen Ebenen.

Politisch: Im Pariser Klimaabkommen von 2015 hat sich die Mehrheit der Staatengemeinschaft zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes verpflichtet. Dieses Ziel wird in den einzelnen Ländern mit regionalen Gesetzen mehr oder weniger konsequent umgesetzt. Deutschland hat sich verpflichtet, bis 2045 klimaneutral zu werden und bis 2030 die CO₂-Emissionen um 65 Prozent zu reduzieren. Für die Landwirtschaft hat die EU neue Verordnungen zur „Gemeinsamen Agrarpolitik“ (GAP) verabschiedet, die Bundesregierung ein entsprechendes Strategiekonzept zur Umsetzung entwickelt. „Landwirte sind die Treiber für die Transformation zu nachhaltigen Ernährungssystemen“, betont Dr. Ophelia Nick, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundeslandwirtschaftsministerium, die Rolle der Landwirtschaft.

Wirtschaftlich: Energieintensive Industrien wie die Automobilindustrie oder die Stahlindustrie befinden sich in einer umfassenden Transformation, ebenso wie die Energiewirtschaft selbst. Auch die Landwirtschaft steht am Beginn eines Veränderungsprozesses, der sich auch auf die nachgelagerten Bereiche wie Ernährungshandwerk, Handel und Gastronomie auswirkt. Dies geht mit einem Generationswechsel in den landwirtschaftlichen Betrieben einher. Den jungen Landwirten ist bewusst, dass sie die Betriebsführung verändern müssen, um langfristig bestehen zu können. „Es geht nicht mehr darum, was wir in welcher Reihenfolge tun, sondern, dass wir so viel wie möglich gleichzeitig angehen“, sagt Professor Dr. Dietrich Darr, Hochschule Rhein-Waal.



Landwirte sind die Treiber für die Transformation zu nachhaltigen Ernährungssystemen.

Dr. Ophelia Nick, Parlamentarische Staatssekretärin
im Bundeslandwirtschaftsministerium





Gesellschaftlich: Bewegungen wie Fridays for Future halten den Druck auf Politik und Wirtschaft hoch, die versprochenen Maßnahmen auch umzusetzen. Parallel steigt bei den Verbrauchern das Bewusstsein für gesunde Ernährung. Laut Öko-Barometer 2021 des Bundeslandwirtschaftsministeriums wächst der Bio-Markt ungebrochen weiter. Schon 38 Prozent der Befragten kaufen nach eigenen Angaben häufig Bioprodukte. Als wichtigstes Motiv (90 Prozent) wurde die regionale Herkunft der Lebensmittel genannt. Gleichzeitig sinkt die gesellschaftliche Toleranz für eine Landwirtschaft der Massentierhaltung, der intensiven Düngung und der Monokulturen.

Politisch, wirtschaftlich, gesellschaftlich: Im Zusammenspiel der unterschiedlichen Ebenen eröffnen sich ausgezeichnete Chancen für regional erzeugte landwirtschaftliche Produkte. Eine vielversprechende Perspektive für den Genussregion Niederrhein e.V. und seine Mitglieder. Jetzt gilt es, diese Chance zu nutzen.

Neben dem Klimawandel hält die Corona-Pandemie die Welt seit zwei Jahren in Atem. Die Pandemie hat unter anderem dazu beigetragen, die Globalisierung teilweise in Frage zu stellen und die Wiederentdeckung der eigenen Region zu fördern. Das bezieht sich auf das Freizeitverhalten ebenso wie auf das Verhalten der Konsumenten. Regionalität steht für ein Stück Sicherheit. Ein Grundbedürfnis, das die Corona-Pandemie erschüttert hat.

Interviews mit Mitgliedern & externen Experten

Für die Erarbeitung der Handlungsempfehlungen wurden folgende Personen interviewt:

Gesprächspartner	Funktion	Datum
Jürgen Sons	Landesamt Natur- und Umweltschutz NRW	22.11., Teams
Ansgar Lasar	Landwirtschaftskammer Niedersachsen	26.11., Teams
Dr. Franz-Josef Stork	Leiter Haus Riswick	26.11., Teams
Professor Dr. Dietrich Darr	Hochschule Rhein-Waal, Agri-Business	09.12., Teams
Thomas Michaelis	Wirtschaftsförderung Hamminkeln	23.11., Teams
Bernhard Burdick	Verbraucherzentrale NRW	30.11., Teams
Michelle vorm Walde	Auszubildende der EAW	24.11., Teams
Peter van Nahmen	GF Obstkellerei van Nahmen	24.11., Teams
Judith Schäfer	Hof Schäfer	24.11., telefonisch
Gerd Graaf	Bauer Graaf	29.11., telefonisch
Leslie Clostermann	Clostermann Organics	schriftlich
Ruth Laakmann	Schanzenhof Niederrhein	kurzfristige Absage

Ergebnisse

Handlungsfeld 1: Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit

Die bisherige Öffentlichkeitsarbeit des Genussregion Niederrhein e.V. wird von den Mitgliedern und externen Experten durchweg als positiv bewertet. In der Vergangenheit wurden Projekte wie die regionale Speisekarte am Niederrhein, ein Wettbewerb „Die Besten aus der Region“, niederrheinisch-westfälische Genusstage und verschiedene Messeauftritte umgesetzt. So wurde der Messeauftritt NRWs zum Thema landwirtschaftliche Direktvermarktung und Ernährungshandwerk auf der Grünen Woche in Berlin seit 2013 zunächst federführend und später, bis heute, als beteiligter Aussteller mit durchschnittlich 12-15 Mitgliedsbetrieben durch die Genussregion Niederrhein organisiert. Damit konnte der Verein bereits in der Vergangenheit große Aufmerksamkeit erzielen.

Ein Wunsch der befragten Erzeuger besteht jedoch darin, die Öffentlichkeitsarbeit zu intensivieren. Dabei soll der Genussregion Niederrhein e.V. stärker als aktiver „Botschafter“ für die regionalen Lebens-

mittelproduzenten agieren. Die Darstellung, welche konkreten Klimaschutzmaßnahmen von Landwirten und Ernährungshandwerk schon umgesetzt und welche Ziele schon erreicht wurden, ist für die Kommunikation des Vereins ebenso erforderlich wie die Beachtung der Gastronomie, die von der Corona-Pandemie besonders stark betroffen ist. Die gastronomischen Betriebe bieten durch das Alleinstellungsmerkmal einer regionalen Speisekarte und durch besondere Serviceleistungen eine Grundlage für verstärkte Öffentlichkeitsarbeit.



Da Erzeuger und Gastronomen entscheidend zum Leitmotto „Klimaschutz durch kurze Wege“ beitragen, lässt sich die Öffentlichkeitsarbeit für beide Gruppen perfekt miteinander kombinieren.

Im Rahmen der Profilschärfung wurde das Logo der Genussregion Niederrhein leicht angepasst. Das Blatt symbolisiert den Bezug zwischen Klimaschutz sowie der Erzeugung und Verarbeitung regionaler Lebensmittel. Der Slogan „Klimaschutz durch kurze Wege“ wurde dem Logo hinzugefügt. Das Logo kann in unterschiedlichen Größen und Formaten verwendet werden, beispielsweise auch als Quadrat für Speisekarten.



Der Klimawandel ist die größte Bedrohung der Zukunft.

Klaus Töpfer, ehemaliger Bundesumweltminister und Exekutivdirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen



Der Genussregion Niederrhein e.V. punktet mit der Heterogenität seiner Betriebe von konventionell bis zu Bio, vom Urproduzenten über den Direktvermarkter bis zum Genusshandwerker und Gastronom. Mit der Expertise fachkundiger Berater wird auf diesem Fundament eine Imagekampagne für niederrheinische Erzeuger und Nutzer regionaler Lebensmittel entwickelt und umgesetzt, die die Beiträge der Landwirte und Gartenbaubetriebe für den Klimaschutz ebenso würdigt, wie die Beiträge der Gastronomen, die auf regionale Lebensmittel und klimaschonende Angebote setzen. Es soll eine personalisierte Kampagne mit „Gesichtern der Region“ umgesetzt werden, da Menschen, die man kennt, die größte Glaubwürdigkeit ausstrahlen. Um insbesondere die junge Generation zu erreichen, sollte die Kampagne in großen Teilen auf Online-Werbung setzen, vor allem in den sozialen Medien.

Inhaltlich muss die Kampagne die Haltung des Vereins zu Nachhaltigkeit und Klimaschutz widerspiegeln (siehe Fazit). Ein weiterer wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang ist die Stärkung des „Wir-Gefühls“ der Mitglieder untereinander. Deshalb sollten Erfolgsgeschichten in der Außendarstellung im „Wir-Stil“ präsentiert werden.

Zusätzlich für die Webseite: Auf der neuen Webseite sollten gastronomische Anbieter mit regionaler Speisekarte, Lieferangeboten und andere Services vorgestellt werden.

Zudem sollten die Beiträge der Landwirte zu Klimaschutz, Nachhaltigkeit und Regionalität unter einer neuen Best-Practice-Rubrik (siehe Handlungsfeld 3: Wissen teilen) vorgestellt werden.





Handlungsfeld 2: Vernetzung



Der zweite Wunsch besteht darin, die Stärke des jetzt schon vorhandenen Netzwerks noch weiter auszubauen. Produktlisten und Lieferangebote der Erzeuger für die Gastronomie sollen in Zukunft ebenso leicht abrufbar sein wie für Wiederverkäufer. Bei der Erschließung neuer Märkte wird insbesondere auch der Bereich der Gemeinschaftsverpflegung gesehen.

Ebenfalls zur Vernetzung gehört die Gewinnung neuer Mitglieder und Förderung einer integrierten ländlichen Regionalentwicklung am Niederrhein, die mit den Satzungszielen wie der Förderung regionaler Wertschöpfungs- und Vermarktungsketten, der Kooperationen und der Absatzförderung niederrheinischer Produkte in der Gastronomie konform gehen.

Ein Punkt, der Vernetzung und Vermarktung verbindet, ist die verstärkte Kooperation mit touristischen Anbietern. Hiervon versprechen sich die Mitglieder öffentliche Aufmerksamkeit und zusätzliche vermarktbare Angebote. Dabei lässt sich auf den vorhandenen Produkten aufbauen.

Der vierte Aspekt zum Thema Vernetzung betrifft die Kooperation mit der Ökomodellregion Niederrhein.

Hier gibt es verstärkte Synergien, die zu heben sind.

Empfehlungen

Übersicht Erzeuger: Bisher sind die Erzeuger und Hofläden über die Webseiten www.genussregion-niederrhein.de, www.feines-vom-land.de und www.gutes-vom-niederrhein verteilt. Die Übersichten sollten auf der neuen Webseite zusammengeführt werden.

Tourismus: Der Genussregion Niederrhein e.V. nutzt die bestehende Partnerschaft zu touristischen Anbietern und Organisationen wie Niederrhein Tourismus, um Genusserlebnisse gezielt zu entwickeln und kulinarische Angebote in die regionale und überregionale Vermarktung zu bringen. Die Verbindung von naturtouristischen Themen wie Radfahren und Wandern bietet sich hier ebenso an wie die Zusammenarbeit mit den zwei Naturparks der Region.

Ökomodellregion: Der Genussregion Niederrhein e.V. bildet mit seinem Betriebs- und Multiplikatorennetzwerk, seinen Erfahrungen in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und regionaler Speiskarte eine wichtige Grundlage für den Aufbau der Ökomodellregion Niederrhein und einen Beitrag zur Vernetzung und Absatzförderung in der künftigen Ökomodellregion als auch zum Aufbau bzw. zur Schließung von Wertschöpfungsketten. Hier ist eine sehr enge Zusammenarbeit vorgesehen, die nach innen und außen kommuniziert wird.



Es geht nicht mehr darum, was wir in welcher Reihenfolge tun, sondern, dass wir so viel wie möglich gleichzeitig angehen.

Professor Dr. Dietrich Darr, Hochschule Rhein-Waal



Der Genussregion Niederrhein e.V. kann als Informationsplattform dienen. Das heißt konkret: Es gibt zahlreiche Initiativen, Projekte und Landwirte, die bestimmte Herausforderungen in den Bereichen Klimaschutz und Nachhaltigkeit gut gelöst haben. Auch die Hochschule Rhein-Waal kann relevanten Input liefern und die Zusammenarbeit mit dem Logistik-Projekt der Hochschule Duisburg-Essen ist ebenfalls zukunftsweisend. Damit dieses Wissen geteilt werden kann und nicht jeder Landwirt und Genussproduzent das sprichwörtliche Rad neu erfinden muss, sollte die Genussregion Best Practice-Beispiele sammeln und veröffentlichen – in einer neuen Rubrik auf der Webseite (Arbeitstitel: „Alte Probleme, neue Lösungen“, siehe auch; Handlungsfeld 1: Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit). Thematisch könnten dazu Berichte über den Einsatz von Gesundungsfrüchten in der Fruchtfolge, Untersaat beim Spargelanbau, Ideen zum Wassersparen oder die Einführung von Energiesparmaßnahmen in Stall und Betrieb zählen. Der Genussregion Niederrhein e.V. kann dazu aufrufen, dass die Mitglieder entsprechende Beispiele liefern.

Auch in Bezug auf Kompetenz in der Öffentlichkeitsarbeit können Landwirte sowie die Betreiber von Hofläden und Gastronomiebetrieben von der Genussregion unterstützt werden. Zentrale Aufgabe sind hier Workshops und Seminare zu den Aspekten der Öffentlichkeitsarbeit.

Empfehlungen

Der Genussregion Niederrhein e.V. sollte auf der neuen Webseite an prominenter Stelle Best Practice-Berichte platzieren. Auf diese Weise lässt sich der Anspruch „Klimaschutz“ ohne großen personellen Aufwand umsetzen. Die Beispiele werden mit der durch den Verein organisierten Unterstützung von Fachexperten von den Mitgliedern geliefert und vom Genussregion-Team nur noch redaktionell bearbeitet, in die Website eingepflegt und in den Medien veröffentlicht.

Die Workshops zur Öffentlichkeitsarbeit sollten ebenfalls von Mitgliedern gehalten werden. Auch hier gilt das Best-Practice-Motto: Mitglieder, die erfolgreich in der Außendarstellung sind, können den anderen Mitgliedern konkrete Tipps geben.



Der Genussregion Niederrhein e.V. kann Landwirte bei der Umsetzung einer nachhaltigen und klimafreundlichen Betriebsführung unterstützen, indem er Informationsveranstaltungen durchführt und so Anlässe für Information und Vernetzung schafft.

So hat die Landwirtschaftskammer Niedersachsen z.B. einige Tools zur Verfügung gestellt, mit deren Hilfe die Auswirkungen der Betriebsführung auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz gemessen werden können. Die Genussregion könnte interessierte Landwirte bei der Durchführung der Checks beraten – oder Partner damit beauftragen. Die Genussregion könnte auch ein eigenes Instrument daraus entwickeln.

Unabhängig von den genannten Tools kann der Genussregion Niederrhein e.V. zwar nicht selbst Landwirte beraten, beispielsweise bei der Umstellung auf einen grünen Energiemix oder bei der Bewältigung der überbordenden Bürokratisierung, wohl aber Beratungsangebote zusammenstellen und Veranstaltungen durchführen. Die Angebote sollten auch für gastronomische Betrieben zugänglich sein, da auch dort entsprechender Beratungsbedarf besteht. Konkret gewünscht wurde überdies Unterstützung bei der Entwicklung neuer Produkte.

Zudem übernimmt der Genussregion Niederrhein e.V. die Rolle des „Förderlotsen“. Er informiert seine Mitglieder über aktuelle Förderprogramme und akquiriert selbst Fördermittel für Projekte zur Erreichung der gemeinschaftlichen Ziele. Nicht nur die Corona-Pandemie zeigt, dass das Thema Regionalität zunehmend an Bedeutung gewinnt – auch in der Projektförderung werden neue Programme mit regionalen Schwerpunkten aufgesetzt.

Empfehlung

Der Genussregion Niederrhein e.V. hat nicht die Möglichkeit, selbst beratend tätig zu werden. Das liegt einerseits an mangelnden Ressourcen, andererseits an potenziellen Konflikten mit professionellen Beratern, mit denen der Verein ins Gehege geraten könnte. Deshalb sollte sich der Genussregion Niederrhein e.V. darauf beschränken, professionelle Berater auf seiner Webseite aufzuführen und bei Bedarf Kontakte zu vermitteln. Zudem kann der e.V. eine Informationsveranstaltung mit interessanten Referenten zu einer nachhaltigen und klimafreundlichen Betriebsführung organisieren.

Im Bereich Fördermittel kann der Verein über neue Möglichkeiten informieren und selbst aktiv werden, um gemeinschaftliche Projekte für seine Mitglieder durchzuführen.



Wir müssen heute die Böden so bearbeiten, dass wir sie noch in 30 Jahren nutzen können.

Judith Schäfer, Hof Schäfer





Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft müssen sich diversen Zielkonflikten stellen. Allein die Ziele Lebensmittelversorgung, bezahlbare Verbraucherpreise, wirtschaftliche Betriebsführung, Nachhaltigkeit, Tierwohl und Biodiversität lassen sich schwerlich komplett miteinander vereinbaren. Zudem sind die Positionen in der öffentlichen Diskussion zwischen Naturschützern, Tierschützern und Landwirten oft in Schwarz-weiß-Darstellungen verhärtet.

Hier gilt es für den Verein, vor allen Dingen Haltung zu zeigen und positive, gleichwohl fachlich fundierte und objektive Darstellungen zu veröffentlichen.

Empfehlung

Der Genussregion Niederrhein e.V. erweitert seine auf der Satzung aufbauende Leitbildentwicklung für Landwirtschaft und kleine bis mittlere Betriebe zu den erarbeiteten Punkten:

- Klimaanpassungsstrategien der landwirtschaftlichen Produzenten
- Bioökonomie/nachwachsende Rohstoffe
- Regionale Wertschöpfung/Regionale Ernährungssysteme
- Nachhaltiger Konsum mit saisonalem Einkauf/Qualitätsbewusstsein beim Kunden
- Naturschutzaspekte in Produktion, Verpackung und Logistik, Ressourcenschonung und Müllvermeidung
- Umwelt-/Nachhaltigkeitsaspekte



Der Genussregion Niederrhein e.V. will den Slogan „Klimaschutz durch kurze Wege“ mit Leben füllen. Eine Möglichkeit besteht darin, die Logistik für Erzeuger, Hofläden und Marktbeschicker zu unterstützen. Viele Marktbeschicker nutzen die Märkte bereits, um untereinander Waren zu tauschen, die sie dann in ihren jeweiligen Hofläden feilbieten (Zitat: „Wir fahren genauso voll beladen zurück, wie hin“). Solche Initiativen sollten strukturell unterstützt werden. Eventuell ist es möglich, dass die Genussregion eine onlinebasierte Logistikplattform („Suche/Biete“) entwickelt, um unnötige Fahrten und Leertransporte zu vermeiden.

Die Genussregion ist bereits im Rahmen des Projektes CONUS der Hochschule Duisburg-Essen dabei, Liefersysteme zu analysieren und für die Region zu entwickeln. Dies kann nicht nur dazu beitragen, die Zahl der gefahrenen Kilometer zu reduzieren, sondern auch den Betrieben Kosten zu sparen.

Eine andere Möglichkeit besteht darin, dass die regionalen Erzeuger ihre Waren verstärkt im lokalen/regionalen Lebensmittelhandel anbieten. Wie mit der EDEKA-Initiative „Aus guter Nachbarschaft“ bereits begonnen, kann hier die Zusammenarbeit noch ausgebaut werden. Dann entfallen die direkten Fahrten einzelner Kunden zu den Hofläden. Hier gibt es jedoch bei den Landwirten einige Vorbehalte, da entweder schlechte Erfahrungen mit dem Lebensmittelhandel gemacht wurden oder die produzierten Mengen für den Lebensmittelhandel nicht ausreichen. Hier könnte die Genussregion vermittelnd einwirken.

Empfehlungen

Logistik: Auf der neuen Webseite richtet der Genussregion Niederrhein e.V. eine Plattform „Suche/Biete“ ein, auf der Hofläden, Marktbeschicker und Gastronomen ihre Bedarfe austauschen. Diesbezüglich kann auf die Erfahrungen eines ähnlichen Projekts zurückgegriffen werden.

Bewusstsein: Der Genussregion Niederrhein e.V. kann einen Flyer produzieren, in dem „Tipps zum Klimaschutz auf dem Land“ vorgestellt werden. Per QR-Code kann der Flyer auf die neue Webseite der Genussregion und die Unterseite zu Best Practice-Beispielen führen.

Lebensmittelhandel: Der Genussregion Niederrhein e.V. verstärkt seine Aktivitäten zur nachhaltigen und für beide Seiten profitablen Etablierung von regionalen Regalen, Märkten oder sogar Markthallen für regionale Erzeugnisse.





Schlussfolgerung für das Profil der Genussregion Niederrhein

Auf Grundlage der vorliegenden Erkenntnisse gibt sich die Genussregion Niederrhein die folgende Präambel:

„Wir wollen den ländlichen Kulturraum am Niederrhein in den Kreisen Wesel und Kleve nachhaltig, d.h. vor allem ökologisch verträglich und ressourcenschonend aber auch landwirtschaftlich wettbewerbsfähig ausbauen, die bäuerliche Landwirtschaft stärken und gemeinsame Lösungen für die Weiterverarbeitung, die Logistik und die Vermarktung regionaler Produkte vom Niederrhein fördern. Dabei ist uns die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks unserer Produkte ebenso wichtig wie Biodiversität und Tierwohl, gesunde Ernährung und der Erhalt der niederrheinischen Kulturlandschaft.“

Auf dieser Grundlage ergeben sich zwei zentrale Handlungsbereiche: Intensive vereinsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit/Imagekampagnen und konkrete Unterstützung der Mitglieder durch

- interne und externe Vernetzung
- interne und externe Vernetzung/Kommunikation
- Förderprojekte
- und bei Maßnahmen zur kooperativen Absatzförderung
- Information/Veranstaltungen/Workshops

Marketing & Öffentlichkeitsarbeit

Die gegenwärtigen Umstände bieten ausgezeichnete Voraussetzungen für die Erreichung der Ziele des Vereins. Dafür wird verstärkt in Marketing und Öffentlichkeitsarbeit investiert.

Der Genussregion Niederrhein e.V. ...

- ... entwickelt mit professioneller Unterstützung eine Imagekampagne
- ...aktualisiert kontinuierlich die neue Webseite mit relevanten Informationen
- ... stärkt die Vernetzung der Mitglieder untereinander sowie mit externen Partnern und Experten

Transformation der Lebensmittelerzeugung

Die klimafreundliche und nachhaltige Transformation der Lebensmittelerzeugung stellt die Mitglieder des Genussregion Niederrhein e.V. vor große Herausforderungen. Der Verein unterstützt die angeschlossenen Betriebe bei dieser Aufgabe.

Der Genussregion Niederrhein e.V. ...

- ...teilt das Wissen der Mitglieder und externer Experten
- ...vermittelt kompetente Beratungsangebote
- ...unterstützt innovative Logistiklösungen
- ...vermittelt bei der Lösung von Zielkonflikten

Die Umsetzung dieser Maßnahmen macht den Genussregion Niederrhein e.V. zukunftsfähig und trägt zur Erreichung der selbstgesteckten Ziele bei.

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Auftraggeber

Genussregion Niederrhein e.V.
Geschäftsstelle
Kreis Wesel
EntwicklungsAgentur Wirtschaft
Reeser Landstraße 31
46483 Wesel
Tel. 0 28 1 / 207 20 18
Fax 0 28 1 / 207 40 22
info@genussregion-niederrhein.de
www.genussregion-niederrhein.de

Umsetzung

mediamixx GmbH
Frank Wöbbeking
Tiergartenstraße 64
47533 Kleve
Tel. 02821 / 711 5610
info@mediamixx.eu
www.mediamixx.eu

