

V o r l a g e
für den
öffentlichen Sitzungsteil

Gremium	Datum	Zuständigkeit
Ausschuss für Wirtschaft und Tourismus (AWT)	28.06.2016	AWT

Tagesordnungs- punkt	Antrag der Kreistagsfraktionen CDU und GRÜNE vom 24.02.2016: Regionales Qualitätslabel
-------------------------	---

Vorbemerkungen/ Erläuterungen:

Der Kreisausschuss hat den o.g. Antrag in seiner Sitzung am 07.03.2016 zur weiteren Beratung in den Ausschuss für Wirtschaft und Tourismus verwiesen.

In der Region Köln/ Bonn/ Rhein-Sieg sind eine Vielzahl von Lebensmittel verarbeitenden Unternehmen ansässig, die ihre Roh- und Ausgangsware für den Veredelungsprozess auf dem Weltmarkt, dem europäischen bzw. nationalen Markt decken. Eine – im Sinne kurzer Wege und Klimarelevanz – sinnvolle Verwendung heimischer Rohstoffe ist für geschätzt mehr als 50% der lebensmittelverarbeitenden Unternehmen möglich, da deren Rohstoffe – auch in adäquater Qualität – aus der unmittelbaren Region zu beziehen wäre.

Die Erwartungen an Herkunft, Qualität, Frische und Rückverfolgbarkeit sind ständig gestiegen. Nur mit einer konsequenten und qualitativen Ausrichtung auf eine regionale Rohstoffversorgung und –veredelung kann daher ein ökologisch und ökonomisch nachhaltiger Beitrag zur regionalen Wertschöpfung in der Region geleistet werden.

Eine zunehmende Zahl von Verbrauchern wünscht sich daher im Lebensmittelbereich Produkte aus nachvollziehbarer authentischer Produktion ihrer eigenen Region.

I. Beispiele:

Regionalmarke EIFEL – Qualitätsmarke Eifel

Die Regionalmarke EIFEL entstand 2001 als Förderprojekt des Wettbewerbs „Regionen aktiv - Land gestaltet Zukunft“ vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft. Ziel des Projektes war und ist, Maßnahmen zur nachhaltigen Stärkung regionaler Produkte, Leistungen und Anbieter zu fördern. Das Konzept beinhaltete die Auszeichnung von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen mit klarer Herkunft und nach umfassenden Qualitätsrichtlinien.

Durch die Umsetzung wurde eine der ersten Regionalmarken Deutschlands geboren. Die Beteiligung vieler Akteure aus der Region und die kurzen Wege in der Eifel trugen zu einer schnellen Entwicklung der Marke bei. Logo und der Slogan „EIFEL-Qualität ist unsere Natur“ stehen seitdem für hochwertige Erzeugnisse und Dienstleistungen.

Produkte mit dem Gütesiegel „Regionalmarke EIFEL“ garantieren streng geprüfte und besondere Qualität, Sicherheit, eine transparente Erzeugung und Verarbeitung sowie die Herkunft aus dem Naturraum Eifel. Der Verbraucher kann jeden Schritt von der Weide bis auf den Teller nachvollziehen.

Für die Umsetzung der Markenführung einer regionalen Qualitätsmarke in der Eifel wurde 2004 die Regionalmarke EIFEL GmbH gegründet. Die Regionalmarke EIFEL GmbH nimmt eigenverantwortlich das komplette operative Geschäft, die Marketingmaßnahmen und das "Netzwerken" mit den Markennutzern vor. Darüber hinaus initiiert und kontrolliert die Regionalmarke EIFEL GmbH das gesamte Qualitätsmanagementsystem.

Die Gesellschafter der Regionalmarke EIFEL GmbH sind der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau, der Kreisbauernverband Bitburg-Prüm, die Kreishandwerkerschaft Mosel-Eifel-Hunsrück-Region, die Eifel Tourismus GmbH und die beiden Naturparke Nord- und Südeifel.

In der Geschäftsstelle arbeiten hauptamtlich 4 Mitarbeiter/innen.

Bergisch pur/ Vielfalt schmeckt – Qualitätsmarke Bergisches Land

bergisch pur ist ein 1998 gegründeter Verbund von Erzeugern, Verarbeitern und Vermarktern des Bergischen Landes. Entstanden ist es aus einer Initiative einiger engagierter bergischer Landwirte, Metzger und Schäfer mit dem Ziel, hochwertige Produkte für den Kunden zu erzeugen bei gleichzeitiger naturschutzorientierter Landwirtschaft. *bergisch pur* umfasst zurzeit 55 Betriebe, darunter Landwirte als Erzeuger, Metzgereien, Bäckereien sowie die letzte Feinmühle des Bergischen Landes. Rund 25 Betriebe verkaufen ihre und weitere *bergisch pur*-Produkte direkt ab Hof (z. B. in Hofläden). Außerdem werden in fünf Gastronomiebetrieben *bergisch pur*-Produkte verarbeitet und in eigenen Menüs angeboten.

Durch die gute und enge Zusammenarbeit mit den Partnern aus dem Einzelhandel ist ein breites Vertriebsnetz entstanden, das durch eine andauernde Unterstützung und Förderung durch die biologischen Stationen (Oberberg, Düsseldorf/Mettmann, Mittlere Wupper) und die Landwirtschaftskammer Rheinland gesichert werden kann.

Die hauptamtliche Geschäftsführung obliegt der Biologischen Station Oberberg.

Ergänzend zu *bergisch pur* wurde vom Zweckverband Naturpark Bergisches Land (Städte Köln, Remscheid, Solingen, Wuppertal, die Kreise Oberberg, Rhein-Berg und Rhein-Sieg) das Netzwerk-Projekt „Vielfalt schmeckt“ ins Leben gerufen. Es handelt sich um ein Siegerprojekt des NRW-EU Ziel 2-Förderwettbewerbes Ernährung.NRW (2007 – 2013).

Ziel des Projektes war es, Angebote von landwirtschaftlichen Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben zu listen und entsprechende Bedarfe in der Gastronomie zu eruieren und damit die Vermarktungsaktivitäten der Marke „bergisch pur“ zu unterstützen.

Während der Projektlaufzeit von drei Jahren (2012-2014) wurde zur Umsetzung des Förderprojektes eine Teilzeitstelle (65%) eingerichtet und aus dem Projekt finanziert.

Der Rhein-Sieg-Kreis hat dieses Projekt über seine Mitgliedschaft im Naturpark Bergisches Land finanziell unterstützt. Rund 10 Betriebe aus dem Rhein-Sieg-Kreis sind Partner dieses Netzwerkes.

FEINHEIMISCH – Qualitätsmarke Schleswig-Holstein

FEINHEIMISCH ist ein Netzwerk von agrarischen Erzeugern und Manufakturen, Küchenchefs und Gastronomen, privaten Mitgliedern und gewerblichen Förderern. Es steht für frische, qualitativ hochwertige Lebensmittel ohne Zusatzstoffe aus Schleswig-Holstein und deren Verwendung in Restaurants und privaten Haushalten. Das Netzwerk wird in einer Vereinsstruktur geführt. Der Verein „FEINHEIMISCH – Genuss aus Schleswig-Holstein e.V.“ wurde 2007 gegründet und setzt sich für eine nachhaltige und regional geprägte Esskultur ein. 2015 zählt der Verein rund 500 Mitglieder, darunter Produzenten, Restaurants und Hotels.

Der Verein erhält öffentliche Fördergelder vom Landwirtschaftsministerium und beschäftigt seit 2011 hauptamtliche Mitarbeiter/innen.

II. Regionales Qualitätslabel

Die aufgeführten Beispiele zeigen, dass in einer Vielzahl von Regionen bundesweit Initiativen zur Vermarktung von regionalen Produkten gegründet worden sind und werden.

Diese Initiativen entstehen in der Regel jedoch immer in einem großräumigen Kontext von Bundesländern oder klar definierten Destinationen (Bergisches Land, Eifel etc.) und sind auch dann nur erfolgversprechend. Weiterhin muss sichergestellt sein, dass nicht nur die qualitativ hochwertigen Standards erfüllt werden, sondern sich auch eine quantitative Anzahl von Betrieben und Produzenten beteiligen.

Aus diesen Gründen hatte der Rhein-Sieg-Kreis bereits 2008 in interdisziplinären bzw. interkommunalen Arbeitskreisen mit einer Vielzahl von Akteuren (Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen, Landgard Obst und Gemüse, Biobauer Palm, Biologische Station Rhein-Sieg, Universität Bonn (landwirtschaftliche Fakultät), IHK Bonn/Rhein-Sieg und Köln) aus der Region sowie den beteiligten Gebietskörperschaften (Köln, Bonn, Leverkusen, Rhein-Erft-Kreis, Kreis Euskirchen, Rheinisch-Bergischer Kreis, Oberbergischer Kreis) einen Projektbeitrag gemeinschaftlich erarbeitet und im Rahmen des NRW-EU Ziel 2-Förderwettbewerbes Ernährung.NRW (2007 – 2013) zur Förderung eingereicht.

Ziel dieses Projektes war der Aufbau und die Umsetzung einer Regionalmarke RHEIN_LAND. Für die Projektlaufzeit von 3 Jahren wurden Gesamtkosten in Höhe von rund 600.000 € kalkuliert. Hierin waren auch Personalkosten für eine Vollzeitstelle enthalten, da eine Umsetzung des Förderbeitrages nur durch zusätzliche Personalkapazitäten möglich wäre.

Leider wurde das Projekt durch die Jury bei diesem Wettbewerbsaufruf nicht positiv beschieden. Eine Umsetzung der Idee ohne Förderung – nur mit Eigenmitteln - war uns ist nicht möglich.

Die Schaffung und die erfolgreiche Umsetzung einer Regional-Marke ist wünschenswert und anzustreben. Allerdings ist für die Entwicklung eines regionalen Qualitätslabels und zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit (Nachhaltigkeit) immer eine entsprechende Organisationsstruktur erforderlich, die entsprechend langfristig aufgebaut und finanziell dauerhaft gesichert werden muss. Eine finanzielle Sicherung ist derzeit aber nicht gegeben.

Es wird um Beratung gebeten.



(Dr. Tengler)

Zur Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft und Tourismus (AWT) am 28.06.2016