

datum_ 18.01.2021, 18.00 Uhr

gesprächsteilnehmer/innen_

ort_ Videokonferenz

ca. 20 Teilnehmende

unterzeichnerin_ Hansjürgens / Kunze

seiten gesamt_ 7

Tagesordnung

1. Begrüßung und Vorstellungsrunde
2. Vorgehen
3. Ergebnisse
4. Weitere Schritte

Begrüßung und Einführung

Frau Anders begrüßt die Teilnehmenden zum vierten thematischen Workshop im Rahmen der Erarbeitung der Lokalen Entwicklungsstrategie. In der kurzen Vorstellungsrunde zeigt sich eine bunte Mischung verschiedener Akteur*innen und Interessierten aus der Region, die den abstrakten Begriff Bioökonomie mit Leben füllen möchten. Frau Kunze weist als Moderatorin des Abends darauf hin, dass das Thema an die Diskussionen und Ideen zur Entwicklung des Naturparks Knüll in den letzten Jahren anknüpft. Das Handlungsfeld Bioökonomie bietet die Chance, nun auch Fragen des Klimaschutzes zentral diskutieren zu können und nicht nur als Randthema zu behandeln.

Zu Beginn werden kurz die Ökomodellregionen aus beiden Landkreisen vorgestellt. Herr Itter als Koordinator der Ökomodellregion im Schwalm-Eder-Kreis erläutert das Ziel der ÖMR, auf Basis des Öko-Aktionsplans des Landes Hessen eine Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage regionaler und Bio-Produkte zu bilden und den Anteil des Ökolandbaus zu erhöhen. Die Strategie soll in der Entwicklung der Nachfrage liegen, um eine Erweiterung des Angebotes zu erreichen. Dazu arbeitet die ÖMR insbesondere mit Betrieben, Kantinen und Cateringangebietern in der Region zusammen.

Herr Naumann von der Ökomodellregion Hersfeld-Rotenburg erläutert, dass in seinem Landkreis der Fokus weniger auf der Schulverpflegung liegt. Dort wird das Thema Ökolandbau bereits seit Jahrzehnten behandelt und die Aktivitäten sind bereits breit aufgestellt, es besteht aber darüber hinaus ein Interesse an kreisübergreifender Zusammenarbeit, insbesondere innerhalb des Naturparks Knüll.

Vorgehen

Das übergeordnete Thema des Workshops „Bioökonomie“ wurde in vier Unterthemen geteilt:

- Klimaschutz und nachhaltiges Konsumverhalten

- Regionale Wertschöpfung und Herstellung regionaler Produkte
- Sicherung von Kulturlandschaft und Naturlandschaft
- Außerschulische Bildungsangebote

Zu den ersten beiden Themen konnten im Laufe des Abends Ziele und Projektideen gesammelt und diskutiert werden. Bei dem geplanten zweiten Workshop zum Handlungsfeld Bioökonomie im Februar können die offen gebliebenen beiden Themen behandelt und ggf. heutige Diskussionsergebnisse noch vertieft werden.

Ergebnisse

Die Ergebnisse des Workshops werden im Folgenden zusammengefasst. Ebenfalls angefügt wird die digitale Mitschrift der Veranstaltung.

1 Klimaschutz und nachhaltiges Konsumverhalten

Ziele:

Bewusstsein für Nachhaltigkeit in Bezug auf Konsum stärken

- Weiternutzung von Gegenständen / Reparatur vereinfachen
- Leihen und Tauschen fördern
- Stärkung/Motivation des Ehrenamtes (u.a. für diesen Themenbereich)
- Nachhaltige Ernährung fördern, u.a. durch Streuobstnutzung

Klimaschutz zum wichtigen der Gesamtentwicklung im Knüll machen

- Vernetzung über Kreisgrenzen hinweg verbessern
- Klimaschutz und regionale Wertschöpfung eng verbinden
- Beispielregion für Klimaschutz werden, z.B. durch Energiegenossenschaft, Ökodörfer o.Ä.
- Regionale Energieproduktion unterstützen, Beispiele verbreiten
- Alle Projekte mit Blick auf Klimaschutz bewerten
- Flächendeckend nachhaltige Mobilität ermöglichen, z.B. Carsharing (s. Thema Daseinsvorsorge)

Klimaschutz und Nachhaltigkeit zum Image des Knülls entwickeln

- Wertschätzung für Regionales innerhalb der Region stärken
- Kommunikation: Infos für Verbraucher im Netz zentral bündeln

WORKSHOP BIOÖKONOMIE



Projektideen / -ansätze:

Angebote für nachhaltiges Konsumverhalten schaffen bzw. Bestehendes unterstützen

- Vernetzung vorhandener Reparaturcafés, Wissensaustausch
 - Standorte + räumlich Bedingungen klären
 - Handwerkliche Fähigkeiten erhalten / weitergeben
 - Z.B. gemeinsamer Veranstaltungskalender / Öffnungszeiten + Ansprechpartner
 - Wiedernutzung von Büromöbeln
- Tauschmöglichkeiten für gebrauchte Gegenstände
 - „Bibliothek der Dinge“ (Werkzeuge / Gegenstände ausleihen)
- Streuobstbestand ausbauen, auch für Biodiversität

Kommunikations- und Informationsstrukturen in der Region verbessern / bündeln

- Plattformen für regionale Angebote aktuell halten, z.B. Homepage ZV Knüll nutzen
 - Zuständigkeit / Verantwortung?
 - Prüfung Pflegeaufwand (ggf. mit Ehrenamt?)
- LEADER-Region als Moderatorin + Motivatorin zu nachhaltigem Konsumverhalten
- Werbung + Informationen zu „unverpacktem“ Produzieren und Kaufen

Gute Beispiele bekannt machen und Ideen ausweiten, u.a. im Bereich Energie

- Regionale Energiegenossenschaften und weitere Initiativen als Akteure einbeziehen (z.B. Homberg, Schwalm-Knüll)

Projekte	Akteure / Trägerschaft	Erste Schritte
<p>Vernetzung vorhandener Reparaturcafés, Wissensaustausch</p> <p>-> Standorte + räumliche Bedingungen klären</p> <p>-> Handwerkliche Fähigkeiten erhalten / weitergeben</p>	<p>-> z.B. gemeinsamer Veranstaltungskalender / Öffnungszeiten + Ansprechpartner</p> <p>-> Wiedernutzung von Büromöbeln</p>	
<p>Tauschmöglichkeiten für gebrauchte Gegenstände</p> <p>"Bibliothek der Dinge" (Werkzeuge/ Gegenstände ausleihen)</p>		<p>LEADER-Region als Moderatorin + Motivatorin zu nachhaltigerem Konsumverhalten</p>
<p>Plattformen für regionale Angebote aktuell halten, z.B. Homepage ZV Knüll</p> <p>-> Zuständigkeit/ Verantwortung?</p> <p>-> Prüfung Pflegeaufwand (ggf. mit Ehrenamt?)</p>		<p>regionale Energiegenossenschaften + weitere Initiativen als Akteure einbeziehen (z.B. Homberg, Schwalm-Knüll)</p>
<p>Streuobstbestand ausbauen, auch für Biodiversität</p> <p>Werbung + Informationen zu "unverpacktem" Produzieren + Kaufen</p>		

2 Regionale Wertschöpfung und Herstellung regionaler Produkte

Ziele:

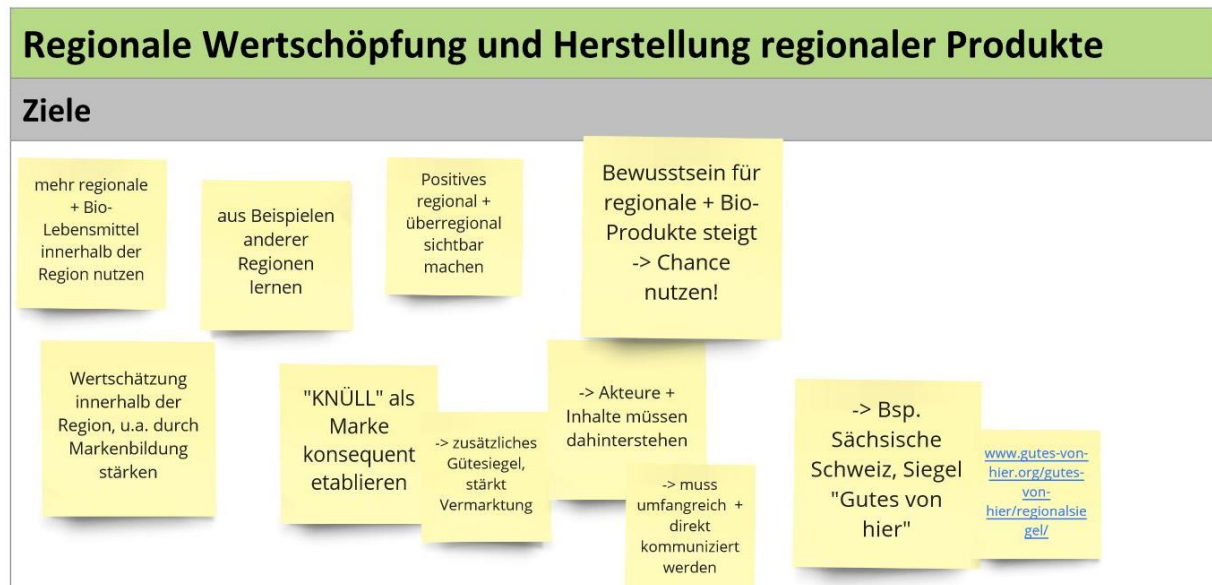
Wertschöpfung in der Region stärken

- Mehr regionale + Bio-Lebensmittel innerhalb der Region nutzen
- Bewusstsein für regionale + Bio-Produkte steigt insgesamt -> Chance nutzen!

Positives regional + überregional sichtbar machen

- Wertschätzung innerhalb der Region, auch Markenbildung stärken
- „KNÜLL“ als Marke konsequent etablieren
 - Zusätzliches Gütesiegel, das die Vermarktung stärkt
 - Akteure und Inhalte müssen dahinterstehen
 - Muss umfangreich und direkt kommuniziert werden
- Aus Beispielen anderer Regionen lernen
 - Bsp. Sächsische Schweiz, Siegel „Gutes von hier“ (www.gutes-von-hier.org/gutes-von-hier/regionalsiegel/)

WORKSHOP BIOÖKONOMIE



Projektideen / -ansätze:

Informationen über Bezugsstellen regionaler Produkte im Knüll bündeln (u.a. Hofläden und Märkte)

- Regionale Informationen: wer bietet in der Region was an? (u.a. Konsumgüter)
 - Schwalm-Eder-Kreis will z.B. www.regional-optimal.de stärker nutzen
 - Ökomodellregion Hersfeld-Rotenburg hat Broschüre + Onlineangebot, u.a. inkl. LEADER-Region Hersfeld-Rotenburg
 - Apps für Endverbraucher (z.B. Regio-App), um bestehende Verkaufsangebote gezielter nutzen zu können
 - „Knüll-Messe“ mit regionalen Produkten

Angebot regionaler Produkte für Konsumenten attraktiver machen

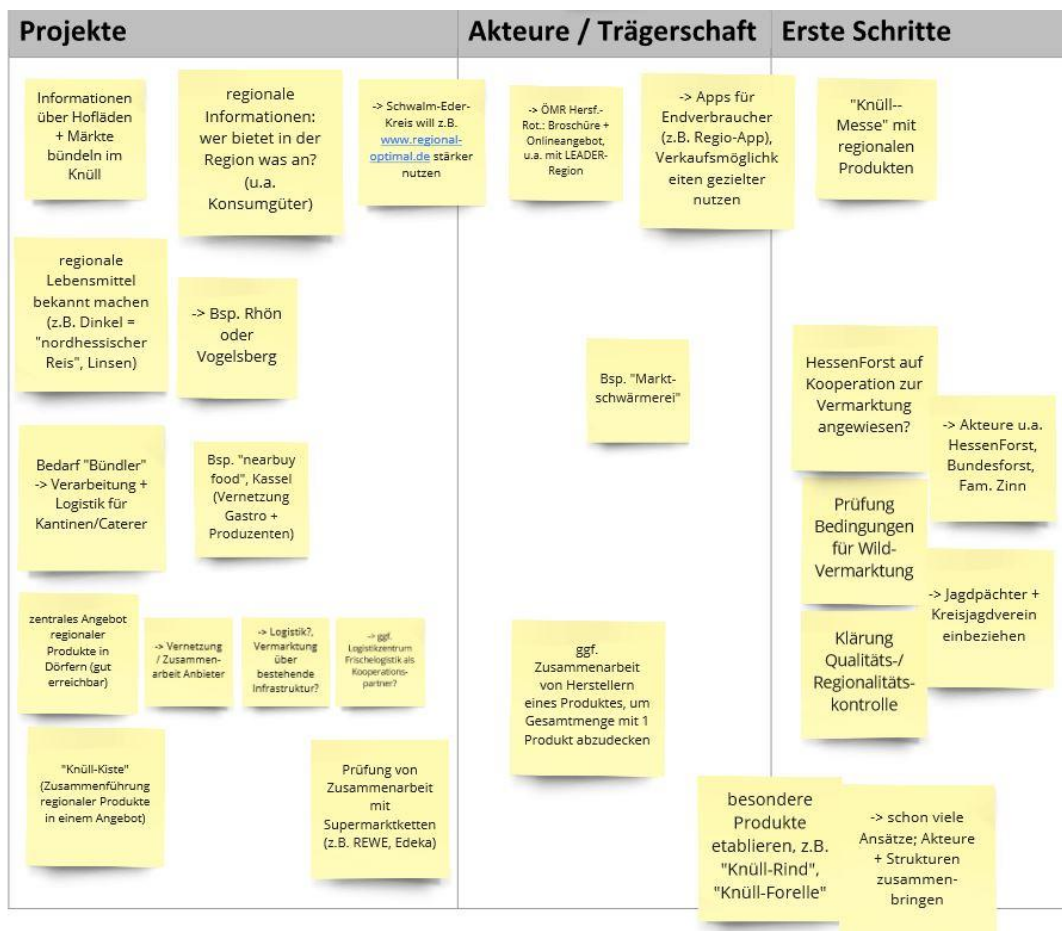
- Regionale Lebensmittel bekannt machen (z.B. Dinkel = „nordhessischer Reis“; Linsen)
 - Bsp. Rhön oder Vogelsberg
- Zentrales Angebot regionaler Produkte in Dörfern (gut erreichbar)
 - Vernetzung / Zusammenarbeit der Anbieter (gemeinsame Vermarktungsstelle)
 - Logistik / Vermarktung über bestehende Infrastruktur? (Dorfläden o.Ä.)
 - Ggf. Logistikzentrum Frischelogistik als Kooperationspartner?
- Besondere Produkte etablieren, z.B. „Knüll-Rind“, „Knüll-Forelle“
 - Schon viele Ansätze -> Akteure + Strukturen zusammenbringen

Vermarktungswege für Produzenten verbessern / Hürden überwinden

- Bedarf „Bündler“ -> Verarbeitung + Logistik regionaler Produkte für Kantinen/Caterer
 - Bsp. Nearbuy food, Kassel (Vernetzung Gastronomie + Produzenten)
- „Knüll-Kiste“ (Zusammenführung regionaler Produkte in einem Angebot)
- Prüfung von Zusammenarbeit mit Supermarktketten (z.B. REWE, Edeka)
- Ggf. Zusammenarbeit von Herstellern des gleichen Produktes fördern, um höhere Gesamtmenge abzudecken (z.B. für Gastronomie, Kantinen...)
- Bsp. „Marktschwärmerei“

Wild als prägendes regionales Produkt professionell vermarkten

- Prüfung Bedingungen für Wildvermarktung
 - HessenForst auf Kooperation zur Vermarktung angewiesen?
 - Akteure u.a. HessenForst, Bundesforst, Fam. Zinn; Jagdpächter und Kreisjagdverein einbeziehen
 - Klärung Qualitäts-/Regionalitätskontrolle



Weitere Schritte

Frau Kunze und Frau Anders bedanken sich für die engagierten Diskussionen und umfangreichen Beiträge.

Der 2. Workshop zum Thema Bioökonomie findet am 16. Februar 2022 statt, die Teilnehmenden werden frühzeitig eingeladen, sich auch in die weiteren Diskussionen einzubringen. An dem Termin werden insbesondere die Unterthemen „Sicherung von Kulturlandschaft und Naturlandschaft“ und „außerschulische Bildungsangebote“ auf der Tagesordnung stehen.