



Protokoll zum 15. Treffen des „Urbanen Landwirtschaftlichen Netzwerkes Berlin-Barnim“

Netzwerk-Treffen am	Mittwoch, 18. April 2018
Veranstaltungsort	Umweltbüro Lichtenberg, Passower Str. 35, 13057 Berlin
Zeitraum	16.00 Uhr bis 17.30 Uhr
Veranstaltungsleitung	Elisa Igersheim

Das 15. Netzwerktreffen und zudem das erste Treffen in diesem Jahr, fand bei uns im Umweltbüro Lichtenberg statt. Frau Schautz von der Verbraucherzentrale Berlin informierte die Teilnehmer*innen über das Thema „Heimat auf dem Teller“. Es ging um Lebensmittel mit Regionalangaben und ob diese ein Beitrag zur nachhaltigen Ernährung oder lediglich geschickte Werbung sind. Zum Schluss folgte eine interessante Diskussion, bei der Fragen geklärt und Ansichten ausgetauscht wurden.

TAGESORDNUNG

1. **Begrüßung** durch Elisa Igersheim, Umweltbüro Lichtenberg
2. **Vortrag** von Britta Schautz, Verbraucherzentrale Berlin e. V.
Thema: „Heimat auf dem Teller“
3. **Schlusswort**

ANHANG

Teilnahmeliste 15. Netzwerktreffen



KURZPROFIL

Verein/Institution: Verbraucherzentrale Berlin e.V.

verbraucherzentrale

Vertreter/in vor Ort: Dr. Britta Schautz, Projektleitung
Ernährung und Lebensmittel

Berlin

Die Verbraucherzentrale Berlin wurde 1953 gegründet. Die Beratung von Verbraucher*innen steht seither im Vordergrund. Thematisch gibt es Angebote in den Bereichen Geld und Versicherungen, Digitales, Lebensmittel, Umwelt, Gesundheit und Pflege, Energie, Reisen und Verträge. Im Bereich Lebensmittel und Ernährung liegen die Schwerpunkte bei den Themen gesunde Ernährung, Lebensmittelproduktion und Kennzeichnung von Inhaltsstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln. Neben Aktionen und Fortbildungen in Schulen und Kitas, Vorträgen für Erwachsene sowie Informationsständen auf Festen und Veranstaltungen werden Flyer und Broschüren erstellt. Besonders spannend sind die „Marktchecks“, bei denen relevante Themen direkt in den Supermärkten überprüft werden.

Eine Auswahl an interessanten Broschüren und Flyern zum Thema regionale und klimagerechte Ernährung befindet sich im Umweltbüro und kann gern mitgenommen werden.

Webseite: <https://www.verbraucherzentrale-berlin.de>

2. VORTRAG

Thema: „Heimat auf dem Teller“

Referentin: Britta Schautz, Verbraucherzentrale Berlin e. V.

Zum Einstieg fragt uns die Referentin, wie lang wohl ein Neuseeländischer Apfel mit dem Schiff unterwegs ist, bevor er den Weg in unseren Supermarkt findet. Der höchste Schätzwert in unserer Runde liegt bei 2 Wochen; es sind allerdings sogar 4!

Diese lange Reisedauer führt uns zu den Erkenntnissen einer Umfrage von 2017 von planet e, nach der 75 % der Verbraucher*innen Regionalität wichtig bis sehr wichtig finden. Die **Vorteile von regionalen Produkten** liegen auf der Hand:

- Kurze Transportwege und dadurch Vorteile für den Klimaschutz, Umweltschutz
- Vertrauen in die Erzeuger aus der Umgebung
- Stärkung der regionalen Wirtschaft und Schaffung von Arbeitsplätzen
- Frischere und ausgereifte Produkte.

Verbraucher*innen wünschen und erwarten vom regionalen Produkt, dass die Zutaten aus der Region stammen und auch die Produktion dort stattfindet. Doch was ist eigentlich „die Region“? Wie aus der Abbildung ersichtlich, wird als Region am häufigsten ein Bundesland, ein bestimmter Naturraum oder ein Landkreis empfunden. Im Bereich Berlin kann man davon ausgehen, dass das Land Brandenburg zur Region dazugehört. Es wird circa von einem Umkreis von 200 km um den Heimatort ausgegangen.

Es gibt in Deutschland einige Produkte, die bereits eine Herkunftskennzeichnung tragen müssen. Dazu gehören unverarbeitetes Obst und Gemüse, Eier, Rindfleisch, Fanggebiete von frischem Fisch, Krebs- und Weichtieren, Honig, natives Olivenöl, Fleisch von Schwein, Schaf, Ziege und Geflügel und Bio-Lebensmittel. Das Problem hierbei ist, dass die Angaben auf den Verpackungen sowohl der Ort des Herstellers, als auch des Verkäufers oder Verpackers sein kann. Ein Rückschluss auf die Herkunft der Rohstoffe und Zutaten oder den Verarbeitungsort ist nicht möglich. Der allgemeine Begriff „regional“ ist weder geschützt noch definiert, sodass viele Anbieter „von hier“, „aus der Region“ oder „Gutes aus der Heimat“ als Werbeslogan verwenden. Die Werbeslogans sind in der Regel Greenwashing, da die Herkunft der Produkte weiterhin unklar bleibt. Oft werden die Standorte der Hersteller angegeben, die Angaben zu Entfernungen sind häufig falsch oder spiegeln nicht die wirklichen Entfernungen wider.





In der EU gibt es spezielle **Regionalkennzeichnungen**. Die „geschützte Ursprungsbezeichnung“ ist für Produkte, die in einem bestimmten geografischen Gebiet erzeugt, verarbeitet und hergestellt wurden mithilfe eines anerkannten und festgelegten Verfahrens.



Die „geschützte geografische Angabe“ ist für Produkte, bei denen mindestens eine Produktionsstufe in einem bestimmten Herkunftsgebiet stattfindet.



Die Kennzeichnung „Garantiert traditionelle Spezialität“ steht für traditionelle Rezepturen und Herstellungsverfahren, gibt aber keine geografische Herkunft an.

Einige Bundesländer haben auch eigene Herkunfts- und Qualitätszeichen. Ein wichtiges Siegel für die Regionalkennzeichnung ist das **Regionalfenster**. Die Verbraucherzentrale machte hierzu 2015 einen Marktcheck und hat festgestellt, dass die Verbreitung in den Bundesländern und Produktgruppen sehr unterschiedlich ist. Besonders in Süddeutschland ist das Siegel verbreitet. Die „Region“ des Regionalfensters legt der Produzent selbst fest, sodass es zu sehr großen Regionen kommen kann („Südwesten“). Bei einer neueren Studie des Thünen-Instituts kam außerdem heraus, dass nur 30 % der Verbraucher*innen das Siegel überhaupt kennen. Das Fazit des Marktchecks der Verbraucherzentrale sagt über das Regionalfenster:



- Gute Einkaufshilfe, aber schwer zu finden
- Großregionen bieten Spielraum für Anbieter, aber auch ungenaue Informationen
- Transparent, aber nicht immer aus der Region
- Anteil regionaler Zutaten schwankt.

Problematisch ist, dass regional produzierte Produkte oft an anderen Orten verarbeitet, verpackt oder vermarktet werden und dadurch trotzdem mehrere Hundert Kilometer Fahrweg zustandekommen. Auch Markennamen haben oft nichts mit der Region zu tun, nach der sie benannt sind (Beispiel „Mark Brandenburg“). Die Verbraucherzentralen fordern bessere gesetzliche Vorgaben mit neutralen Kontrollen und Sanktionen. Außerdem soll Werbung mit den Begrifflichkeiten der Regionalität tatsächlich regionalen Produkten vorbehalten sein. Verbraucher werden die Produkte nur kaufen, wenn die Kennzeichnung verständlich und wahr ist. **Was kann ich nun tun, wenn ich regional kaufen will?** Die Verbraucherzentrale empfiehlt: Direkt beim Bauern kaufen, solidarische Landwirtschaft, saisonal kaufen mit Saisonkalender, im Supermarkt auf Regionalfenster und Herkunft achten und zu guter Letzt NACHFRAGEN!



3. SCHLUSSWORT

Wir bedanken uns bei Frau Schautz für den informativen Vortrag und das Bereitstellen der vielen Materialien.

Als Ausblick für die kommende Zeit möchten wir anregen, über die **Berliner Landwirtschaft** nachzudenken. Was sind Visionen und Ziele? Welchen Stellenwert nimmt die Landwirtschaft zukünftig in der wachsenden Metropole ein? Dazu würden wir uns gern bei einem der kommenden Netzwerktreffen mit Ihnen austauschen.

Ich möchte mich nun auch an dieser Stelle offiziell bei den Netzwerkteilnehmerinnen und Netzwerkteilnehmern verabschieden, da ich ab Mai 2018 nicht mehr für das Umweltbüro tätig sein werde. Ich bedanke mich für die vergangenen 2,5 Jahre, die spannenden Vorträge und angeregten Diskussionen.

Die Dokumentation des 15. Netzwerktreffens entstand durch Mitschriften des Umweltbüros Lichtenberg. Für die Vollständigkeit übernimmt der Herausgeber keine Haftung.

ANHANG

Teilnahmeliste 15. Netzwerktreffen

- | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1 | Bensch, Julia | Naturschutz Berlin-Malchow |
| 2 | Fischer, Peter | BVV Lichtenberg |
| 3 | Igersheim, Elisa | Umweltbüro Lichtenberg |
| 4 | Jacob, Annemarie | Umweltbüro Lichtenberg |
| 5 | Kitzmann, Beate | Naturschutz Berlin-Malchow |
| 6 | Pietsch, Frank | Weingarten Berlin |
| 7 | Schautz, Britta | Verbraucherzentrale Berlin |
| 8 | Wesnigk-Michler,
Sylvie | Naturschutz Berlin-Malchow |