

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0060/2014/IV

Datum:
17.04.2014

Federführung:
Dezernat I, Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie

Beteiligung:

Betreff:

Projekt „Bio in Heidelberg“

Informationsvorlage

Beschlusslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen
Gremien beginnen ab der Seite 2.2 ff.
Letzte Aktualisierung: 16. Mai 2014

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Bau- und Umweltausschuss	13.05.2014	Ö	() ja () nein () ohne	

Zusammenfassung der Information:

Der Bau- und Umweltausschuss sowie der Gemeinderat nehmen den aktuellen Sachstand des Projekts „Bio in Heidelberg“ zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag:
Ausgaben / Gesamtkosten:	139.950 €
Einnahmen:	
Bundesanstalt für Ernährung und Landwirtschaft	69.975 €
Finanzierung:	
• April-Dezember	33.000 €
• Januar-Juni	36.975 €

Zusammenfassung der Begründung:

Am 25.6.2013 wurde das Projekt „Bio in Heidelberg“ dem Bau- und Umweltausschuss vorgestellt. Mit dieser Informationsvorlage soll über den Fortschritt des Projekts berichtet werden.

Sitzung des Bau- und Umweltausschusses vom 13.05.2014

Ergebnis: Kenntnis genommen

Begründung:

1. Das Projekt „Bio in Heidelberg“

Bis zum 30. Juni 2014 wird das Projekt „Bio in Heidelberg“ durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft im Rahmen des Bundesprogramms „Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft“ gefördert. Die Zuwendung umfasst 50 % der Projektkosten in Höhe von 139.950 Euro. Darin beinhaltet sind Aufträge entsprechend einer Personalstelle.

Ziel des Projekts ist es, gemeinsam mit einem Netzwerk von Heidelberger Kooperationspartnern möglichst viele Menschen mit dem Thema „Bio“ vertraut zu machen und für Bioprodukte als Bestandteil einer nachhaltigen Lebensweise sowie für ihre regionale/lokale Produktion und Vermarktung zu werben. Zwischenzeitlich ist es gelungen, ein Netzwerk von ca. 70 Akteuren, darunter Landwirte, Händler, Gastronomen, Bildungseinrichtungen, NGOs und Vertreter städtischer Ämter, aufzubauen. Alle drei Monate treffen sich die Partner am „Runden Tisch Bio“, tauschen Erfahrungen aus, entwickeln gemeinsam Strukturen und setzen neue Maßnahmen um, die die Heidelberger Akteure entlang der Wertschöpfungskette von Bioprodukten – von der ökologischen Landwirtschaft über den Handel bis hin zur Gastronomie – stärken.

2. Tätigkeiten

Bei den seit Projektbeginn im April 2013 durchgeführten Aktivitäten lag der Schwerpunkt zunächst auf der Beratungsarbeit. Es galt, Interesse für das Thema „Bio“ zu wecken und mögliche Akteure für eine Mitarbeit an dem Netzwerk zu gewinnen. So hat das federführende Agenda-Büro das Thema bei öffentlichen Veranstaltungen (zum Beispiel: Lebendiger Neckar, Weltkindertag, Bürgerfest) den Bürgerinnen und Bürgern vorgestellt. Für diverse Zielgruppen, darunter Landwirte, Gärtner und Winzer, die Stadtverwaltung, der Einzelhandel, pädagogische Fachkräfte sowie Schülerinnen und Schüler, wurden Fortbildungs- und Informationsveranstaltungen gemeinsam mit verschiedenen Partnern, wie der Wirtschaftsförderung, Pro Heidelberg, der Verbraucherzentrale, der Pädagogischen Hochschule, der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes, der Lehr- und Versuchsanstalt für Gartenbau, dem Kreisbauernverband, der Landwirtschaftsbehörde und der Gärtnervereinigung, organisiert. Eine Fachtagung für Gastronomen folgt Anfang Juni 2014. Darüber hinaus fanden zahlreiche Beratungsgespräche zum Thema „Zertifizierung“ statt, verbunden mit konkreten Angeboten durch Agenda-Büro und weitere Partner, wie Bioland. Um das Thema „ökologischer Anbau“ mit dem Thema „Regionalität“ zu verbinden, wurden erste Gespräche mit dem Rhein-Neckar-Kreis und dem Naturpark Neckar-Odenwald geführt.

Vom 26. April bis zum 4. Mai 2014 fand die erste Heidelberger Bio-Woche, eine Aktionswoche rund um Bioprodukte und ökologischen Landbau, statt. An verschiedenen Standorten boten die Akteure des Runden Tisches Informations- und Mitmachangebote an. Hierzu gehörten zum Beispiel Führungen und Beratungen durch Gärtnereien und Betriebe, Koch- und Backkurse, Informationsveranstaltungen, ein Hoffest sowie Probier- und Rabattaktionen. Das Agenda-Büro gab Informations- und Werbematerial heraus, unter anderem einen Projektflyer, Aktionsmaterial für die Bio-Woche sowie einen Bio-Einkaufs- und Restaurantführer, der Bürgerinnen und Bürgern die Bio-Branche Heidelbergs sowie regionale Hofläden vorstellt.

Weiterhin werden unter dem Dach der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) im Bildungssektor Projekte zum Thema „Bio“ an Heidelberger Kitas und Schulen unterstützt, darunter Unterrichtseinheiten und Exkursionen für ca. 1000 Kinder und Jugendliche sowie ein

Ferienprogramm für ca. 400 Schülerinnen und Schüler. Zu den durchgeführten Aktivitäten zählen Besichtigungen und Workshops bei Bauernhöfen, Gärtnereien und Bio-Supermärkten, Koch- und Back-Aktionen, das Anlegen von eigenen Schulbeeten, das Gestalten von Infoständen und Ausstellungen, das Basteln von Kräuterpressen sowie die Durchführung von Unterrichtseinheiten und Projekttagen.

3. Das Netzwerk Bio-Städte und -Gemeinden

Zur Vernetzung auf bundesweiter Ebene nimmt die Stadt Heidelberg seit 2012 an Treffen des Netzwerks Bio-Städte und -Gemeinden teil, zu dessen Mitgliedern beispielsweise die Städte München, Nürnberg, Freiburg, Stuttgart und Augsburg zählen. Um sich über Strategien und Beschlüsse auszutauschen und neue Maßnahmen zu entwickeln, treffen sich die Mitglieder zweimal jährlich an verschiedenen Orten, so zum Beispiel am 29. und 30. April 2014 in Heidelberg. Zu den gemeinsamen Tätigkeiten gehört die Erarbeitung eines Leitfadens, der das Thema „Bio“ auf kommunaler Ebene voranbringen soll und voraussichtlich im Sommer 2014 erscheint. Da viele der Mitglieder seit Jahren in diesem Themenbereich aktiv sind, kann Heidelberg nur von den Erfahrungen und dem Wissen der anderen Städte profitieren.

4. Fortführung und Weiterentwicklung des Projekts

Um das Engagement der Mitglieder des Runden Tisches Bio nachhaltig zu fördern, sollen auch nach Abschluss des Förderzeitraums (30.6.2014) in Abhängigkeit der personellen und finanziellen Möglichkeiten des Agenda-Büros die bestehenden Ansätze weiter entwickelt werden. Dazu sollen weiterhin regelmäßige Treffen des Runden Tisches stattfinden. Viele Ideen und Initiativen der Akteure, unter anderem Projekte von Landwirten (regionale Vermarktung) und dem Einzelhandel, für Studierende, jungen Familien und Senioren, die aus organisatorischen und zeitlichen Gründen nicht innerhalb des Förderzeitraums umgesetzt werden können, sollen ab Juli 2014 stattfinden.

Außerdem äußerten Akteure Interesse daran, das Thema „ökologischer Anbau“ mit dem Thema „Regionalität“ zu verbinden. Erste Schritte in diese Richtung wurden unternommen (unter anderem mit der Aufnahme von Heidelberger Hofläden in den Einkaufsführer).

Eine weitere Idee ist, eine Regionalmarke für Heidelberg und Umgebung zu entwickeln, anhand der interessierte Bürgerinnen und Bürger regionale Produkte erkennen können. Ähnlich dem Beispiel „Gutes vom See“ (einer Regionalmarke der Region Bodensee) wird die regionale Wertschöpfung gefördert und ein Absatzmarkt für lokale und regionale Produzenten geschaffen. Hierzu fanden erste Gespräche mit dem Rhein-Neckar-Kreis und dem Naturpark Neckar-Odenwald statt.

Ein zusätzliches Handlungsfeld betrifft die Verwendung von Bioprodukten bei Empfängen, öffentlichen Veranstaltungen und in Kantinen.

Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
UM 2	+	<p>Dauerhafter Schutz von Wasser, Boden, Luft, Natur, Landschaft und Klima</p> <p>Begründung: Ökologische Landwirtschaft reduziert die Verschmutzung von Wasser, Boden, Luft, Natur und Landschaft. Verminderter Energieverbrauch und geringerer Ausstoß von Treibhausgasen schont das Klima.</p>
UM 4	+	<p>Ziel/e: Klima- und Immissionsschutz vorantreiben</p> <p>Begründung: Durch die effizientere und nicht auf Massenhaltung/-anbau orientierte Landwirtschaft werden weniger Treibhausgase ausgestoßen und weniger Energie verbraucht.</p>
UM 7	+	<p>Ziel/e: Ökologische Land- und naturnahe Waldwirtschaft fördern</p> <p>Begründung: Durch den vermehrten Konsum von biologisch angebauten Erzeugnissen wird die ökologische Landwirtschaft gefördert.</p>
UM 8	+	<p>Ziel/e: Umweltbewusstes Handeln und Eigeninitiative fördern</p> <p>Begründung: Durch die Aufklärung über den ökologischen Anbau und die Motivation, ökologische Erzeugnisse zu konsumieren, kommt es zur Förderung von umweltbewusstem Handeln.</p>
Soz 13	+	<p>Ziel/e: Gesundheit fördern, gesündere Kindheit ermöglichen</p> <p>Begründung: Sowohl Eltern als auch Kinder sollen von den Vorteilen des biologischen Anbaus überzeugt werden und so gesünder leben.</p>

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine

gezeichnet

Dr. Eckart Würzner

Anlagen zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
01	Presseartikel zur Langen Einkaufsnacht
02	Presseartikel zum OB-Termin in der Kita Hüttenbühl