

# Stadt Heidelberg

Drucksache:  
**0196/2020/IV**

Datum:  
28.09.2020

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

Beteiligung:

Betreff:

**Nachhaltiger Konsum  
aktueller Schwerpunkt: Regionalvermarktung**

## Informationsvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Ausschuss für Klimaschutz, Umwelt und Mobilität	14.10.2020	Ö	( ) ja ( ) nein ( ) ohne	

**Zusammenfassung der Information:**

*Der Ausschuss für Klimaschutz, Umwelt und Mobilität nimmt die Ausführungen zur Kenntnis.*

**Finanzielle Auswirkungen:**

Bezeichnung:	Betrag in Euro:
<b>Ausgaben / Gesamtkosten:</b>	
• Bisherige Ausgaben 2017-2019	44.000
• Voraussichtliche Ausgaben 2020	45.000
• Voraussichtlicher Bedarf 2021	25.000
• Voraussichtlicher Bedarf 2022	25.000
<b>Einnahmen:</b>	
• keine	
<b>Finanzierung:</b>	
• Ergebnishaushalt / Teilhaushalt Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie	
<b>Folgekosten:</b>	
• keine	

**Zusammenfassung der Begründung:**

Seit 2017 läuft ein partizipativer Prozess zur Optimierung der Vermarktung regionaler Produkte, der im September 2020 in die Gründung einer entsprechenden Gesellschaft, der GeReMO Heidelberg Rhein-Neckar GmbH, mündete. Unter der gemeinsamen Marke „genial regional“ möchte diese Mitglieds- und Partnerbetriebe dabei unterstützen, hochwertige Produkte nach umwelt- und klimafreundlichen Kriterien in der Region herzustellen und zu angemessenen Preisen auf kurzen Wegen in der Region zu vermarkten.

## **Begründung:**

### **1. Nachhaltiger Konsum**

Neben nachhaltiger Beschaffung (siehe Informationsvorlage 0089/2020/IV) engagiert sich die Stadt Heidelberg auch für nachhaltigen Konsum. Um Bürgerinnen und Bürger dazu zu ermutigen, dass sie beim Konsum besonders auf Nachhaltigkeit achten, werden Maßnahmen zur Bildungs- und Informationsarbeit angeboten, beispielsweise die Wegweiser bio.regional.fair und shop.share.repair (siehe Informationsvorlage 0041/2020/IV). Regelmäßig werden dabei Schwerpunkte gesetzt (beispielsweise auf Fairen Handel, siehe Informationsvorlage 0130/2009/IV, oder auf Bioprodukte, siehe Informationsvorlage 0060/2014/IV). Der aktuelle Fokus liegt auf der Regionalvermarktung.

### **2. Genial Regional**

Seit Oktober 2017 hat das Umweltamt Akteure aus Landwirtschaft, Garten- und Weinbau, Lebensmittelhandwerk, Lebensmittelhandel und Gastronomie eingeladen, sich in einen Beteiligungsprozess einzubringen. Mit dem Ziel, die Vermarktung regionaler Produkte zu verbessern, haben die Akteure über viele verschiedene Aspekte einer Zusammenarbeit diskutiert: über Strukturen und Finanzierung, Kriterien und Kontrollen, Nachhaltigkeit und Tierwohl, Marketingmaßnahmen und Logogestaltung.

Das Ergebnis: Im September 2020 wurde eine gemeinsame Organisation gegründet, die GeReMO Heidelberg Rhein-Neckar GmbH. GeReMO steht dabei für Genial Regional Marketing Organisation – ein Hinweis darauf, dass die Gesellschaft vor allem das Markenprogramm „genial regional“ führen soll. Bei der Einhaltung der Kriterien sowie der Markenführung soll ein Verein unterstützen, in dem neben den Gesellschaftern auch die Umweltverbände, weitere Interessengruppen und Gebietskörperschaften vertreten sein werden.

Die Gesellschafterinnen und Gesellschafter kommen aus den Regionen Heidelberg und Rhein-Neckar sowie den angrenzenden Naturräumen Bergstraße, Kraichgau und Odenwald. Die Organisation möchte Mitglieds- und Partnerbetriebe dabei unterstützen, hochwertige Produkte nach umwelt- und klimafreundlichen Kriterien in der Region herzustellen und zu angemessenen Preisen auf kurzen Wegen in der Region zu vermarkten.

In den kommenden Monaten soll eine Geschäftsführung eingestellt, eine Regionale Marketing-Plattform für das gemeinsame Bestellwesen aufgebaut und Marketingmaterial entwickelt werden. Ferner soll mit der Akquise weiterer Partnerbetriebe und Sponsoren begonnen werden. Heidelberg Marketing und die Stadtwerke haben bereits Interesse angemeldet. Perspektivisch sind auch eine gemeinsame Logistik, ein Internetshop sowie ein Lieferservice für Kundinnen und Kunden vorgesehen.

Auch die Verwaltung und die städtischen Gesellschaften sind aufgefordert sich zu engagieren. Es ist geplant bei städtischen Veranstaltungen wie Empfängen, Kongressen, und auch bei Festivals oder Stadtfesten bevorzugt regionale und saisonale Verpflegung anzubieten.

Perspektivisch ist zudem geplant Kantinen, die örtliche Gastronomie, familiengeführte Hotels, den Lebensmittel Einzelhandel und die Wochenmärkte als Partner zu gewinnen.

## 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 8	+	<b>Ziel/e:</b> Umweltbewusstes Handeln und Eigeninitiative fördern <b>Begründung:</b> Bürgerinnen und Bürger werden dabei unterstützt, nachhaltig produzierte Lebensmittel zu kaufen. <b>Ziel/e:</b>
UM 6	+	<b>Ziel/e:</b> Biotop- und Artenschutz unterstützen, Vielfalt der Landschaft erhalten u. fördern <b>Begründung:</b> Den Erhalt landwirtschaftlicher Anbaustrukturen trägt zum Schutz der Kulturlandschaft bei. <b>Ziel/e:</b>
AB 2	+	<b>Ziel/e:</b> Langfristig breites, sozial und ökologisch sinnvolles Arbeitsplatzangebot mit verstärkten regionalen Warenströmen fördern <b>Begründung:</b> Die teilnehmenden Betriebe verpflichten sich zur Einhaltung sozialer und ökologischer Kriterien. Die Produkte werden in der Region erzeugt, verarbeitet und verkauft. <b>Ziel/e:</b>
AB 6	+	<b>Ziel/e:</b> Produktionsstätten erhalten <b>Begründung:</b> Der Erhalt regionaler Produktionsstätten für landwirtschaftliche Erzeugnisse wird gefördert.

### 2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine

gezeichnet  
Wolfgang Erichson

### Anlagen zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
01	Flyer „Gemeinsam handeln. Mehr erreichen. Für eine starke, regionale Landwirtschaft“
02	Infoblatt „Regionale Werte. Globale Verantwortung. Die Anforderungen der RMO an ihre Partner und Unterstützer.“