

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0172/2015/IV

Datum:
25.08.2015

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

Beteiligung:
Dezernat IV, Bürgeramt

Betreff:

**Naturpark-Markt am 11.10.2015 auf dem
Universitätsplatz**

Informationsvorlage

Beschlusslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen
Gremien beginnen ab der Seite 2.2 ff.
Letzte Aktualisierung: 16. September 2015

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Bau- und Umweltausschuss	15.09.2015	Ö	() ja () nein () ohne	

Zusammenfassung der Information:

Der Bau- und Umweltausschuss nimmt die Information zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag:
Ausgaben / Gesamtkosten:	
Ein Teil der anfallenden Kosten wird vom Naturparkverein beglichen, ein entsprechender Förderantrag nach der Richtlinie für Naturparke wird vom Naturpark gestellt. Ein der Stadt verbleibender Eigenanteil wird an den Naturparkverein erstattet. Der Stadt verbleiben die Kosten, die direkt für die Organisation am Platz anfallen. Die Kosten sind in Haushalt 2015 vorgesehen.	
Einnahmen:	
Standgebühren	ca. 1000.-€
Finanzierung:	
Amt 31, Lernort Natur, Geo- und Naturpark	ca. 5000.-€

Zusammenfassung der Begründung:

Naturpark-Märkte sind eine sehr gute Möglichkeit im Zusammenwirken mit den Kommunen, die Direktvermarktung von regionalen Qualitätsprodukten zu fördern. Der 1. Naturparkmarkt in Heidelberg findet am 11.10.2015 auf dem Universitätsplatz statt.

Sitzung des Bau- und Umweltausschusses vom 15.09.2015

Ergebnis: Kenntnis genommen

Begründung:

1. Naturpark

Ein Naturpark ist ein geschützter, durch langfristiges Einwirken, Nutzen und Bewirtschaften entstandener Landschaftsraum. Diese wertvolle Kulturlandschaft soll in ihrer heutigen Form bewahrt und gleichzeitig touristisch vermarktet werden. Indem man die nachhaltige Entwicklung von Natur, Kultur und Landwirtschaft fördert, eignen sich Naturparke wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzungen besonders für die Erholung und für nachhaltigen Tourismus.

Es sollen der Schutz der Natur und die Bedürfnisse von Erholungssuchenden so verknüpft werden, dass beide Seiten davon profitieren: nachhaltiger Tourismus mit Respekt vor dem Wert der Natur und Landschaft stehen im Vordergrund.

Die Stadt Heidelberg ist Mitglied im Naturpark Neckartal-Odenwald.

2. Naturparkmärkte

Mit Naturpark-Märkten bieten Naturparke in Baden Württemberg im Zusammenwirken mit ihren Mitgliedsstädten und verschiedenen Erzeugern die Möglichkeit, ihre für die Region typischen Produkte zu vermarkten.

Als Schaufenster für regionale Produkte präsentieren die Naturparkmärkte ein Angebot heimischer Erzeugnisse, das durch Frische, Qualität und Vielfalt besticht: Saisonales Obst und Gemüse, Wurstwaren und Käse, Eis, Hochprozentiges und vieles mehr. Viele Naturparkmärkte bieten auch handwerklich hergestellte Produkte aus der Region wie Naturseife, Töpferwaren, Holz- und Filzunikate sowie ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm für kleine und große Besucher.

3. Naturparkmarkt in Heidelberg

Der Naturpark Neckartal-Odenwald veranstaltet 2015 insgesamt 5 Märkte innerhalb seiner Gebietskulisse.

Neben der Stadt Heidelberg sind im Bereich der Bergstraße/des Vorderen Odenwaldes die Städte Leimen und die Gemeinde Hirschberg als Veranstaltungsorte für Naturpark-Märkte vorgesehen. Vom Naturpark Neckartal-Odenwald wurde in Absprache mit den Kooperations-partnern festgelegt, dass diese Märkte jährlich abwechselnd abgehalten werden. Weitere Naturpark-Märkte wurden/werden am 14.06.2015 in Mosbach, am 19.07.2015 in Buchen und am 27.09.2015 in Neckargemünd durchgeführt. In Heidelberg findet der erste Naturpark-Markt am 11.10.2015 statt, der nächste Naturpark-Markt ist erst wieder für 2018 statt geplant.

Mit der Veranstaltung des Naturpark-Marktes wird gezielt die Direktvermarktung qualitativ hochwertiger, regionaler Erzeugnisse gefördert, um Wertschöpfungskreisläufe miteinander zu verbinden. Gleichzeitig wird die Kampagne „Bio in Heidelberg“ bezüglich der Vermarktung heimisch erzeugter Lebensmittel unterstützt.

Die vom Naturpark vorgegebene und nach sorgfältig aufgestellten Kriterien festgesetzte Produktpalette ist vielfältig, reicht von schmackhaften, gesunden und frischen Lebensmitteln bis hin zu (kunst-)handwerklichen Gegenständen oder Produkten aus natürlichen Rohstoffen des Naturparkes.

Der Naturpark Neckartal-Odenwald wird mit einem eigenen Stand auf dem Naturparkmarkt vertreten sein, ebenso das Amt für Umweltschutz mit dem Agenda-Büro und der Kampagne „Bio in Heidelberg“ und die Abteilung Lernort Natur, Geo- und Naturpark mit dem Veranstaltungs- und Umweltbildungsprogramm „Natürlich Heidelberg“. Es werden 7 Beschicker direkt aus Heidelberg teilnehmen (Baumschule Frank Wetzel, Heidelberger Jägervereinigung, Klosterhof Neuburg, Klosterhofbrauerei ZUM KLOSTERHOF, Kurpfalzhof, Metzgerei Sommer, Natürlich Heidelberg)

3.1 Platzauswahl

Bei der Auswahl in Heidelberg war zu berücksichtigen, dass der Veranstaltungsplatz aufgrund der vom Naturpark vorgegebenen Bestimmungen innerhalb der Gebietskulisse des Naturparkes Neckartal-Odenwald liegen muss.

Die Abteilung Lernort Natur, Geo- und Naturpark des Amtes für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie hat zusammen mit der Abteilung Gewerberecht des Bürgeramtes und dem Naturpark Neckartal-Odenwald die Eignung der möglichen Plätze im Vorfeld geprüft.

Aufgrund der aktuell vorliegenden über 40 Bewerber/Beschicker, einigte man sich auf den Universitätsplatz als geeigneten Veranstaltungsort.

3.2 Ablauf der Veranstaltung

Die Veranstaltung orientiert sich in ihrem Ablauf an einem vom Naturpark vorgegebenen festen Rahmen und findet ausschließlich an Sonntagen statt. Naturpark-Märkte sind vergleichsweise „leise“ Veranstaltungen, die ohne große Bühnen, Musik und Verstärkeranlagen auskommen. Der Aufbau beginnt frühestens ab 08:00 Uhr und der Standabbau findet ab 17:00 Uhr statt. Die Veranstaltung selbst wird von 11:00 Uhr bis 17:00 Uhr stattfinden.

4. Fazit

Der Naturpark-Markt in Heidelberg bietet den Besuchern/innen eine attraktive und vielfältige Angebotspalette an qualitativ hochwertigen Erzeugnissen aus der Region, deren Landschaftsbild das Ergebnis einer Jahrhunderte langen Bewirtschaftung ist. Durch den Einkauf heimischer landwirtschaftlicher Produkte wird ein Beitrag geleistet, diese charakteristische Kulturlandschaft zu erhalten und „Landschaftspflege mit Messer und Gabel“ zu betreiben.

Ein Rahmenprogramm soll zum Verweilen und Mitmachen anregen. Beschicker/innen wird die Möglichkeit geboten, ihre Produkte und damit auch sich selbst bekannt zu machen. Besucherinnen und Besucher haben die Möglichkeit, Kontakte zu Beschicker/innen zu knüpfen und neue regionale Bezugsquellen zu entdecken.

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 6	+	Ziel/e: Biotop- und Artenschutz unterstützen, Vielfalt der Landschaft erhalten und fördern. Begründung: Mit der Vielfalt der Angebotspalette wird der Biotop- und Artenschutz unterstützt. Dabei werden Produkte aus Heidelberg aber auch aus der Naturparkregion angeboten.
UM 8	+	Ziel/e: Umweltbewusstes Handeln und Eigeninitiative fördern. Begründung: Durch Naturpark-Märkte entstehen kurze Wege beim Einkaufen von qualitativ hochwertigen Produkten, gefördert werden Beziehungen zu Direktvermarktern/innen.
KU 1	+	Ziel/e: Kommunikation und Eigeninitiative fördern. Begründung: Die Kommunikation zwischen den Besuchern/innen und Beschickern/innen, der Besucher/innen untereinander aber auch der Dialog der Akteure zur Stadt und zum Naturpark wird durch das Abhalten von Naturpark-Märkten gefördert und gestärkt.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine

gezeichnet
Wolfgang Erichson