



Arbeitsgruppe „Bioökonomie“

Online

26. Januar 2022



Tagesordnung

- | | |
|-------|---|
| 09:00 | Begrüßung und Einführung in den Ablauf |
| 09:05 | Kurzer Rückblick |
| 09:15 | Einführung Ziele |
| 09:25 | Arbeitsphase: Diskussion der ersten Ziele |
| 10:25 | Pause |
| 10:35 | Projektideen konkretisieren |
| 11:20 | Abschluss und Ausblick: ggf. weiter Informationsbedarfe |
| 11:30 | Ende |



Kurzer Rückblick



AG Bioökonomie

2 Sitzungen / 2 Tagtermine

Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“ – Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

4.1 Sensibilisierung für ein **nachhaltiges Konsumverhalten**

4.2 **Entwicklung und Umsetzung** nicht-investiver und investiver Vorhaben der **Bioökonomie**



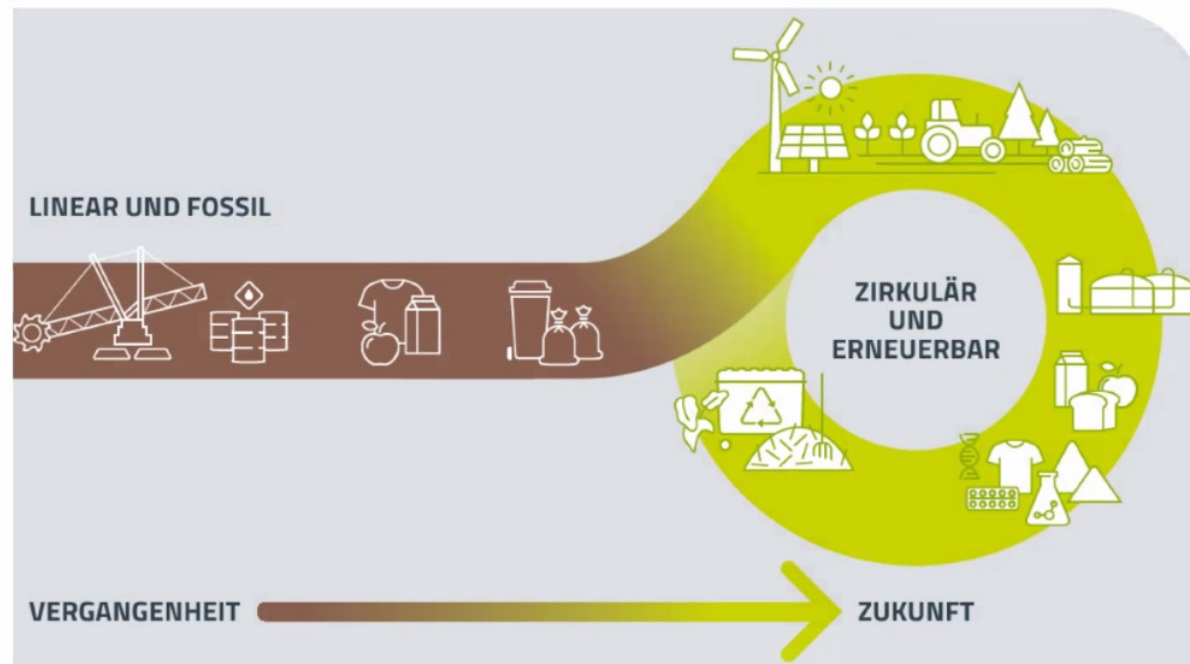
Verknüpfung & Querschnittsziele

Alle Handlungsfelder sind unter Berücksichtigung der Querschnittsthemen

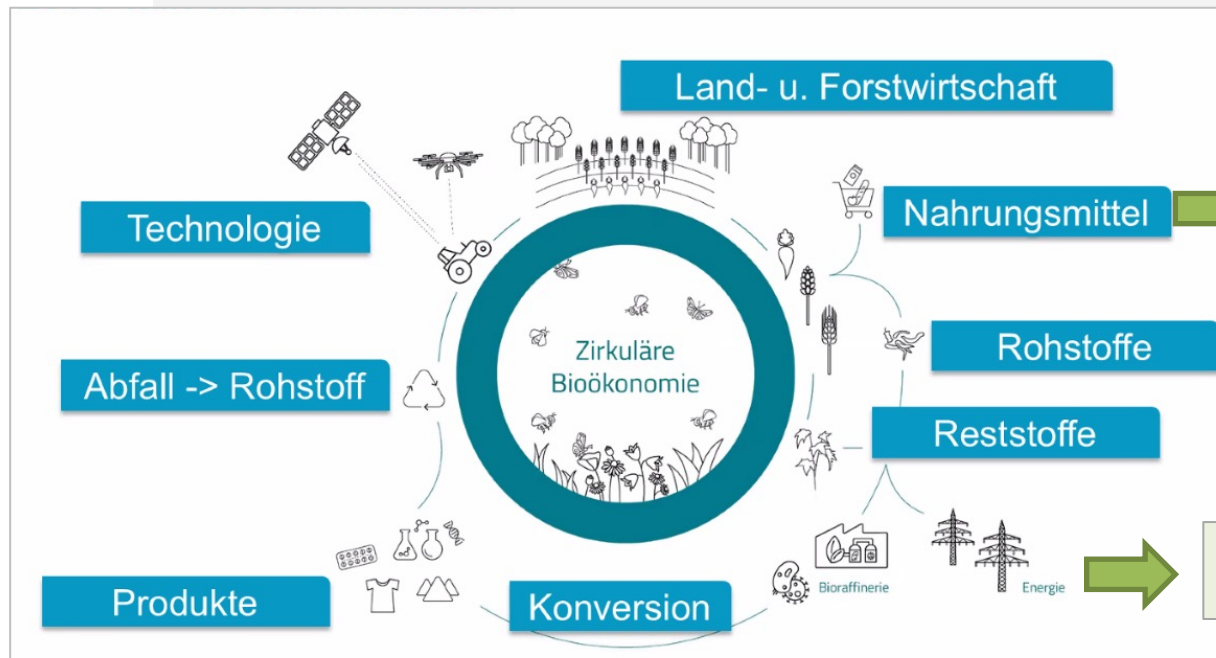
- **Digitalisierung,**
- **Klimaschutz**
- **Nachhaltigkeit**

Bioökonomie – Konzeptioneller Rahmen für nachhaltige Wirtschaft

Unterwegs zur **zirkulären Bioökonomie**



Schon vorhandene Ansätze in der Region?



- Ökomodellregion
- Food Heroes (z.B. Zickensommer)
- Taste Tanke
- Spessart Wild
- Wirtshaus im Spessart
- Regio.Dorf.Laden
- Grünlandprojekt
- Mikrologistik
- Foodsharing
-

- Biomassen-Anlagen
- Bioenergie-Dorf Burgjoß -> Grünschnitt

Partner

- ÖMR
- Landwirte
- Metzger
- Gastwirtschaften
- Handel
- Bildungseinrichtungen
-



Arbeitsphase: Ziele

Warum werden Ziele benötigt?

Ein Ziel beschreibt einen angestrebten Zustand in der Zukunft

Ein Ziel ist positiv formuliert, es sagt aus, WAS und WIE es in der Zukunft sein soll

Ziele

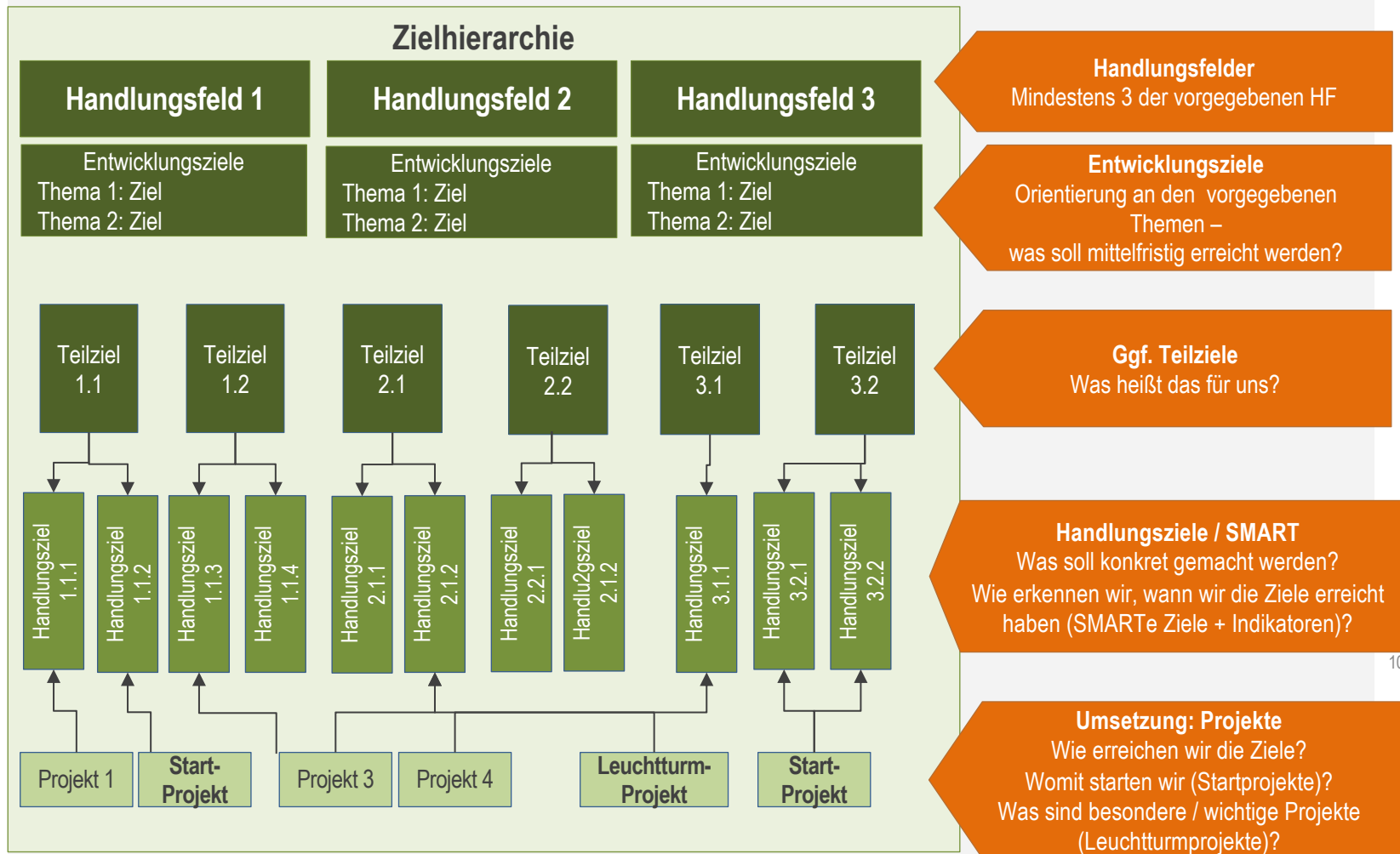
- dienen der Klarheit nach außen und innen
- machen Zusammenhänge deutlich
- erhöhen die Transparenz



Ziele legen fest **WOHIN** die Entwicklung gehen soll

Wo Ziele unausgesprochen bleiben,
füllt jeder diese Lücke mit seinem individuellen Zielverständnis,
meist in dem guten Glauben, die anderen verfolgen dasselbe Ziel

Zielsystem: was soll für SPESSARTregional erreicht werden?



Projektauswahlkriterien - Vorgaben

Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“ – Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

Themen	4.1 Sensibilisierung für ein nachhaltiges Konsumverhalten	4.2 Entwicklung und Umsetzung nicht-investiver und investiver Vorhaben der Bioökonomie
Kriterien obligatorisch	• Das Vorhaben fördert die Erstellung von Marketingkonzepten und deren Umsetzung unter nachhaltigen Gesichtspunkten • Das Vorhaben fördert Publikationen z.B. sogenannte Klimaschutzbücher (praxisorientierter Ratgeber für den Klimaschutz in allen Bereichen des Alltags). • Das Vorhaben fördert die Entwicklung und Umsetzung von Bildungsangeboten. • Das Vorhaben unterstützt die Vermarktung regionaler Produkte. • Das Vorhaben leistet einen Beitrag zum Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten. • Das Vorhaben fördert die Bewusstseinsbildung für nachhaltiges Konsumverhalten. Förderquote: 80 % Alle	• Das Vorhaben fördert die kooperative und arbeitsteilige Zusammenarbeit in der Region. • Das Vorhaben fördert die Netzwerkbildung von Nachfragern und Produzierenden, Endverbrauchern und Großabnehmern sowie Verarbeitern. • Das Vorhaben generiert Mehrwert im HF 4.2 durch die Umsetzung einer gebietsüberschreitenden Kooperation (Kooperationsprojekt)- • Das Vorhaben fördert ehrenamtliche Initiativen zur Sensibilisierung für ein nachhaltiges Konsumverhalten. • Das Vorhaben ist ein Kleinprojekt gemäß GAK „Regionalbudget“ Förderquote: 80 % Alle
Kriterien „Mehrwert“ obligatorisch	Keine Kriterien!	Keine Kriterien!



Arbeitsphase



Weiterentwicklung von Zielen und Projektideen -> siehe auch Word-Dokument

Themen / Ziele	Projektideen	Priorisierung /Hinweise
4.1 Sensibilisierung für ein nachhaltiges Konsumverhalten - Förderung der Erzeugung und Vermarktung regionaler Produkte - Stärkung des Kunden- und Verbraucherdialogs für regionale Produkte und Dienstleistungen - Verringerung der Lebensmittelverschwendung in der Erzeugung, der Verarbeitung, beim Handel und dem Verbraucher - Stärkung der Bewusstseinsbildung und des Wissenstransfers zur Abfallvermeidung - Nachhaltige Verpackung in der Erzeugungskette Projektauswahl-Kriterien - Das Vorhaben fördert die Erstellung von Marketingkonzepten und deren Umsetzung unter nachhaltigen Gesichtspunkten - Das Vorhaben fördert Publikationen z.B. sogenannte Klimasparbücher (praxisorientierter Ratgeber für den Klimaschutz in allen Bereichen des Alltags). - Das Vorhaben fördert die Entwicklung und Umsetzung von Bildungsangeboten. - Das Vorhaben unterstützt die Vermarktung regionaler Produkte. - Das Vorhaben leistet einen Beitrag zum Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten. - Das Vorhaben fördert die Bewusstseinsbildung für nachhaltiges Konsumverhalten.	(Mikrologistik -> Klimaschutzwirkungen verdeutlichen)	-> läuft
	Bildungsangebote für Direktvermarkter zum Marketing – Qualitätsanforderungen (Plattformen zu Warenmanagementsystemen usw.)	-> aufnehmen
	Konsumenten besser einbinden und informieren zu regionalen Produkten (was heißt regional, welche Folgen hat das für die Kosten der Produkte)	-> aufnehmen
	Schulkantinen – in Zusammenarbeit mit dem MKK, die Regionalität bewerben (Kombination mit Lernfeld LW -> Besuch der Erzeuger)	-> aufnehmen
	Kochen in Schulen: Unterstützung mit regionalen Produkten („Produkte-Korb“) u.ä. / Ernährungsschule	-> aufnehmen
	Initiative Miniköche – Kochen in der Gastronomie für Kinder (auch Werbung für den Beruf)	-> aufnehmen
	Küchenschlacht – neue Gerichte mit regionalen Produkten	-> aufnehmen
	Taste Tank – Beste Produkte	-> aufnehmen
	Nachhaltige Verpackung in der Erzeugungskette (Erzeuger, Handel, Verbraucher -> viele Dinge sind zu bedenken, z.B. Hygiene, Handhabbarkeit etc. -> ggf. Erfahrungen dazu sammeln „best practice“ und austauschen)	-> aufnehmen, ggf. Kooperationsprojekt mit anderen Regionen
	Wiederherstellung Hessische Apfelwein- und Obstwiesennroute: ggf. erst eine Pilotroute (dann weiterentwickeln) (ggf. weitergefasst im Zusammenhang mit regionalen Produkten)	-> aufnehmen: (mit Tourismus) mit ÖMR und LPV
	Linsen & Linsenfestival & internationale Kooperation (im Zusammenhang mit Ortsnamen Linsengericht) -> erst mal weiter ausdifferenzieren mit ÖMR -> Mehr Linsen anbauen / Mikrologistik -> Linse ist international – aufzeigen, weiter Partner	-> aufnehmen, weiter mit ÖMR ausdifferenzieren
	Heimische Proteine anbauen (weitere Pflanzen z.B. Erbsen) -> Erzeugungsbedingungen klären	-> aufnehmen, weiter mit ÖMR ausdifferenzieren
	Verbraucherbildung zum Thema Ernährung	-> mittelfristig
	Schulprojekte zum Thema Lebensmittelverpackung, Umgang mit Lebensmitteln -> An Projekte der EDEKA-Stiftung anschließen (z.B. Pflanzprojekte)	-> mittelfristig
	Förderung von Unverpackt-Läden als Beispiele für nachhaltigem Umgang mit Lebensmitteln (ggf. zusammen mit einem größeren Portfolio /ggf. im Dorfladen in Teilen unverpackt) Alternativen: Mehrweg an Verbraucherverhalten anpassen: alles in einem Laden -> Standort / Parkplatz / etc.	-> mittelfristig (was genau wird unterstützt?)
	Regionale Snacks (unverpackt prüfen?) in Kantinen	-> mittelfristig
	„Reste“ besser nutzen (z.B. Erntereste vom Feld)	-> mittelfristig



Themen / Ziele	Projektideen	Priorisierung /Hinweise
4.2 Entwicklung und Umsetzung nicht-investiver und investiver Vorhaben der Bioökonomie • Förderung der Erzeugung und Vermarktung regionaler Produkte • Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten • Stärkung der Innovationskraft in der Erzeugung und Vermarktung regionaler Produkte • Stärkung der Netzwerkbildung und Kooperationen von Erzeugung, Verarbeitung, Gastronomie, Handel und Verbraucher • Verringerung der Lebensmittelverschwendung in der Erzeugung, Verarbeitung, Handel, Gastronomie und Verbraucher • Förderung der Abfallvermeidung, insbesondere durch die Einführung von Pfandsystemen • Erschließung neuer Potentiale der Bioökonomie, insbesondere im Bereich der Roh- und Abfallstoffe (ggf. besondere Berücksichtigung von Frauen) Projektauswahl-Kriterien • Das Vorhaben fördert die kooperative und arbeitsteilige Zusammenarbeit in der Region. • Das Vorhaben fördert die Netzwerkbildung von Nachfragern und Produzierenden, Endverbrauchern und Großabnehmern sowie Verarbeitern. • Das Vorhaben generiert Mehrwert im HF 4.2 durch die Umsetzung einer gebietsüberschreitenden Kooperation (Kooperationsprojekt)- • Das Vorhaben fördert ehrenamtliche Initiativen zur Sensibilisierung für ein nachhaltiges Konsumverhalten. • Das Vorhaben ist ein Kleinprojekt gemäß GAK „Regionalbudget“	• Mikrologistik (Cargo-Surfer); Warenströme auch digital sichtbar machen	-> läuft
	• LEADER-Kooperation Zickenmarkt -> Kooperationsprojekt (wechselnde Fachveranstaltungen Ziege essen, verarbeiten etc)	-> aufnehmen Kooperationsprojekt
	• Partnerschaften für (neue) Produkte aufbauen ->Sondierung der Möglichkeiten (Recherche, Machbarkeiten, Anforderung an Wirtschaftlichkeit sondieren) (mit kleinen Beispielen anfangen)	-> mittelfristig
	• Coworking-Space zur Entwicklung und Produktion regionaler Lebensmittel im Spessart -> Plattform für „Experimentierfreudige“ / Neue Ansätze für Produkte suchen: ungewöhnliche Pflanzen, Produkte aus dem Wald usw.	-> Klärung, mittelfristig
	• Smarte Datennutzung / Bündelung von vorhandenen Apps beim Aufbau neuer Partnerschaften	-> mittelfristig
	• Aufbau einer Gemeinschaftskäserei	-> aufnehmen (ist schon in Arbeit)
	• Schlachtung und Zerlegung von Wild, Weiderindern, Hühnern (Arbeitsgruppe unter Federführung Veterinäramt; Mobile Hühnerschlachtung: Grundproblematik zu kleine Mengen -> an dezentralen Strukturen arbeiten)	-> aufnehmen
	• Förderung der Nutzung von Wild: Aufbau von Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen	-> aufnehmen
	• Schaf: Landschaftspflege mit Schafen und Entwicklung von Produkten aus Schafen (Gastronomie (Weihnachtsschaf) Verarbeitung der Schafswolle)	-> mittelfristig
	• Weiterverarbeitung von Hühnern: (Chicken Nuggets) in Verknüpfung mit Tourismus (Geschichte erzählen)	-> mittelfristig
	• Regionale Wurstspezialitäten aus Rindern aus dem Spessart	-> mittelfristig
	• Hühner in den Wald bringen („Schädlingsbekämpfung“) -> Brachen / Wald nutzen, natürliches, hochwertiges Futter -> dient evtl. auch zur Verringerung des Schädlingsdrucks	-> noch prüfen
	• Spessartapfel im Handel	-> läuft
	• Einführung Pfandboxsystem Gastronomie	-> läuft
	• Regionaler Gries für Nudeln	-> mittelfristig
	• Regionales Getreide im Handel und in Zusammenarbeit mit regionalen Bäckereien	-> mittelfristig



Ausblick



- Es soll eine 3te AG geben.
 - Vorklärungen im Vorfeld durchführen, um genauer sagen zu können, was Startprojekte werden sollen (z.B. Netzwerk der Projektträger klären)
- Termin wird abgestimmt mit den anderen AG-Terminen und bekannt gegeben (-> 9.3.2022, 13:00 bis 15:30)



Termine der AGs

25. Januar	AG Daseinsvorsorge 1, AG Innenentwicklung 1,
26. Januar	AG Bioökonomie 2, AG Holz 1
14. Februar	AG Tourismus 2, AG Daseinsvorsorge 2
15. Februar	AG Mobilität 2, AG Innenentwicklung 2
22. Februar	Zwischenbilanz der Arbeitsgruppen
3. März	AG Holz 2, AG Innenentwicklung 3
11. März	Ende Online-Beteiligung
31. Mai	Abgabetermin LES



Vielen Dank für
Ihre Mitarbeit