



Der Niedersächsische Weg

**World Café mit jungen Menschen:
„Lebensmittelwertschätzung und
faire Preise für die Landwirtschaft“**

am 5. November 2021, Nienburg/Weser

DEULA, Blattpavillon

• Dokumentation •



Niedersachsen

Herausgeber:

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Calenberger Str. 2
30169 Hannover

Bildnachweis:

Die Rechte an allen Bildern liegen bei dem
Niedersächsischen Ministerium für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz,
wenn nicht anderes angegeben.

Telefon: 0511 210 – 0
Telefax: 0511 120 – 2385
E-Mail: poststelle@ml.niedersachsen.de
Internet: www.ml.niedersachsen.de

Januar 2022, 1. Auflage

Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

bei dem „World-Café“ am 5. November 2021 drehte sich alles um „Lebensmittelwertschätzung und faire Preise für die Landwirtschaft“.

Die Veranstaltung war ein weiterer Meilenstein auf unserem „Niedersächsischen Weg“, der einen „Dialog entlang der Wertschöpfungskette“ (Punkt 15) vorsieht, denn eine „gesellschaftliche Lösung kann nur mit allen Beteiligten erreicht werden“.

Viele junge Menschen haben mitdiskutiert, denn sie stehen für die Zukunft. Nachhaltigkeit ist wichtig für die nachkommenden Generationen, viele Menschen setzen sich für mehr Klimaschutz ein – das zeigen Bewegungen wie „Fridays for Future“.

Die Wertschätzung unserer Nahrungsmittel ist untrennbar mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ verbunden. Unsere Landwirtinnen und Landwirte haben eine verantwortungsvolle Aufgabe. Sie erzeugen unser aller Mittel zum Leben - oft mit harter Arbeit. Das kostet Zeit, Energie und Ressourcen.

Die Lebensmittelwertschätzung geht uns alle an – nur so werden Ressourcen effektiv genutzt, so geht Nachhaltigkeit! Viel zu viele Nahrungsmittel landen im Müll. Allein in Deutschland sind das 12 Millionen Tonnen pro Jahr, über die Hälfte davon könnten vermieden werden. Mit jedem weggeworfenen Lebensmittel wandern auch die eingesetzten Ressourcen für seine Erzeugung mit in die Tonne.

Zusätzlich geht es um faire Preise für die Landwirtschaft, denn die Landwirte müssen von ihrer Arbeit leben und ein auskömmliches Einkommen erwirtschaften können. Wenn landwirtschaftliche Betriebe hier vor Ort aufgeben, die Erzeugung ins Ausland verlagert wird – wo geringere Anforderungen beispielsweise an das Tierwohl gestellt

werden – dann nützt das weder dem Landwirt noch dem Verbraucher in Niedersachsen etwas!

Ich möchte die heimische Landwirtschaft stärken, denn sie ist der Motor im ländlichen Raum. Wenn der stottert, läuft nichts mehr – denn die Landwirtschaft sichert viele Arbeitsplätze in den vor- und nachgelagerten Bereichen wie z.B. der Gastronomie oder bei (Land-)Maschinenherstellern. Niedersachsen ist Agrarland Nummer 1 in Deutschland und soll es auch bleiben!

Die Ergebnisse aus dem „World-Café“ tragen zu mehr Lebensmittelwertschätzung und fairen Preisen für die Landwirtschaft bei. Ich werde diese in die fortlaufenden Gespräche des Niedersächsischen Weges einbringen und mich dafür einsetzen, dass sie berücksichtigt werden. Ich denke die Ergebnisse zeigen, dass dies ein vielschichtiges Thema ist, daher werde ich die Ergebnisse gemeinsam mit meinem Kollegen Olaf Lies auch in die anderen Ministerien tragen.

Vielen Dank an alle, die sich für die Lebensmittelwertschätzung und faire Preise in der Landwirtschaft einsetzen.

Ihre



Niedersächsische Ministerin für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Inhaltsverzeichnis

Programm	6
Input: Seedhouse Accelerator GmbH – Osnabrück	7
Florian Stöhr, Geschäftsführer	
Einführung in die Methode „World-Café“	10
Die Thementische	11
World-Café: Diskussionsrunden zum Thema „Lebensmittelwertschätzung und faire Preise für die Landwirtschaft“	12
Ergebnisse des World-Cafés	14
Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer	27
Weitere Eindrücke der Veranstaltung	29
Ende der Veranstaltung	30
Anhang	31

Programm

Einlass ab 14:00 Uhr

14:15 Uhr Begrüßung durch die Moderatoren Carola Sandkühler (ML) und Marco Vedder

Grußworte:

Ministerin Barbara Otte-Kinast, Niedersächsisches Ministerium für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

und

Bernd Antelmann, Geschäftsführer der DEULA Nienburg

14:25 Uhr Input: Seedhouse Accelerator GmbH – Osnabrück
Florian Stöhr, Geschäftsführer

14:40 Uhr Einführung in das Format „World Café“

14:50 Uhr Diskussionsrunden im World Café an den Thementischen (3 Durchgänge)

16:00 Uhr Pause

16:30 Uhr Vorstellung der Ergebnisse

17:15 Uhr „Table Walk“ und gegenseitiger Austausch

17:30 Uhr Schlussworte der Ministerin und Ausklang der Veranstaltung



Input: Seedhouse Accelerator GmbH – Osnabrück

Vorstellung der Seedhouse Accelerator GmbH durch den Geschäftsführer Florian Stöhr

Die Seedhouse Accelerator GmbH ist eine vom Land Niedersachsen geförderte Plattform für Innovationen aus den Bereichen Agrar- und Lebensmittelwirtschaft sowie Digitalisierung.

Das Seedhouse ist eine zentrale Schnittstelle zwischen neu gegründeten Unternehmen und alteingesessenen Firmen, Hochschulen, Politik, öffentlicher Hand oder anderen Organisationen.

Junge Unternehmerinnen und Unternehmer können sich beim Seedhouse bewerben, um u.a. einen passenden Mentor oder Mentorin zu finden und in Netzwerke aufgenommen zu werden. Dabei können natürlich eigene strategische Überlegungen eingebracht werden!

Junge Unternehmen werden durch das "Seedhouse-Programm" unterstützt, ein tragfähiges Geschäftskonzept aufzustellen und schneller in der Entwicklung voranzukommen.

Das Seedhouse hat bisher deutschlandweit 40 junge Unternehmen unterstützt. Das Programm läuft über einen Zeitraum von sechs Monaten; teilnehmen können Arbeitsgruppen aus bis zu fünf jungen Unternehmen. Das Programm wird individuell an die Unternehmen angepasst. Das Seedhouse Programm umfasst u.a. frei nutzbare Büro- und Werkstattflächen, ebenso wie Beratung, Mentoring und Vernetzung.

Das ganze Programm findet sowohl vor Ort als auch digital statt, damit innovative junge Unternehmen aus ganz Deutschland an dem Programm teilnehmen können. „Regioshopper“ ist eines der jungen Unternehmen, die schon von "Seedhouse" unterstützt wurden. "Regioshopper" stellt



Logo der GmbH, Bildquelle: <https://www.seedhouse.de/>
gekunite Packstationen in den Innenstädten auf, so dass regionale Lieferdienste die Ware direkt dort anliefern können. Die Kunden holen die Ware in der Packstation ab. Das spart Zeit für alle. Diese neuartigen Konzepte helfen die Lebensmittelverschwendung anzugehen und den regionalen Konsum zu stärken. Die innovativen Ideen aus der Landwirtschaft und Ernährung zeigen, dass gerade junge Unternehmen viel bewegen können. Diese Beispiele sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer motivieren, bei dem World Café auch über den Tellerrand hinaus zu denken.

„Vielleicht sitzt unter Ihnen ein zukünftiger Gründer!“, fragte Seedhouse-Geschäftsführer Florian Stöhr nach seinem Vortrag. Das Seedhouse stehe für junge Unternehmerinnen und Unternehmer als Ansprechpartner und Unterstützer zur Verfügung.

Quelle: <https://www.seedhouse.de/>



Das Team der Seedhouse Accelerator GmbH:
Bildquelle: Präsentation Seedhouse bei VA

Die Startups

UNSER STOLZ - UNSERE STARTUPS

8 Bewerbungen		34 Bewerbungen		22 Bewerbungen		27 Bewerbungen		17 Bewerbungen		53 Bewerbungen		39 Bewerbungen	
BATCH1	FAST TRACK	BATCH2	BATCH 3	FAST TRACK	BATCH 4	BATCH 5	BATCH 6	BATCH 7					
Kindereis Spezial Filtrier Milch	Seedforward Biologisches Samencloning	Neofarms Vertical Farming in der Küche	Projekt Hana Automatischer Tabletenspende	Agrifnotain Klimasensoren System für Landmaschinen	peerOS Sensoren mit LoRa-WAN	RhetorikVR Präventionsübung im virtuellen Beiflag	MMMINT Verpackungslösung beim Auto einfach abbrechen	Vine Forcast					
BugBell Hundefutter aus Insekten	Agora Handelsplattform für Agrarprodukte	Smart Cloud Farming Bodenanalyse aus dem All	Pear Programming Lernmethode für Schüler online Informationslehrer	Visiolab KI-Kasse für Kantinen und Mensen	SAM Verringerung des Plastikabfalls	Trilitec Mikrowellenentfernung von Fremdkörpern	Betterfish Vegener Hühnerfleischersatz	Regio-shopper					
Florina Sprechende Blume für Helfer	Farmerscent Geruch im Stall	Lambus App für die Doga von Gruppenreisen	Monitorfish Sensorkamera zur KI-Erkennung von Tieren		Agranimo Sensoren zur Präzisionsbewässerung	Seedalive Beschleunigung Keimfähigkeitstests	Frudist Bessere Hochernte	FortiFruits					
		Tioli Lebensmittelpräferenzen bestimmen			LobVR Behandlung von psychischen Erkrankungen mit VR	Pielers Digitale Direktvermarktung	Graswald 3D-Pflanzen für Medien und KI-Training	Doinstruct					
						Neotaste Restaurant-Coupon-App	Salifaktur Salvete aus der Salzwasser-Pflanze	Sacca					
							Agvolution 57 Sensoren mit Bodenfruchtbarkeit	Agri-portance					

Digital
Agrar
Food

Die Startups, Bildquelle: *Präsentation Seedhouse bei der VA*

Vorstellung zweier Startups



Der Regioshopper, Bildquelle: *Präsentation Seedhouse bei der VA*

Im Selbstbedienerladen "RegioStore" können Kundinnen und Kunden Bio-Produkte aus der Region kaufen.

FRUDIST



Frudist, Bildquelle: *Präsentation Seedhouse bei der VA*

Durch ein spezielles Trocknungsverfahren behalten die regionalen Früchte von Frudist alle Inhaltsstoffe und haben noch dazu eine längere Haltbarkeit.

„World Café“



Das gemeinsame Sammeln von Ideen steht beim "World Café" an erster Stelle.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer finden sich an mehreren Tischen zu kleinen Gruppen zusammen. An jedem Tisch befinden sich Gastgeberinnen und Gastgeber (bei dieser Veranstaltung: mind. zwei), mit ihrem ausgewählten Themenfeld und einer Fragestellung. Dabei drehte sich alles um das Thema "Lebensmittelwertschätzung und faire Preise für die Landwirtschaft"! Zu den auf der „Tischdecke“ notierten Fragestellungen, kann jeder Teilnehmer eigene Ideen, Wünsche, Stellungnahmen und Forderungen mit einbringen. Diese werden ebenfalls direkt auf der Papiertischdecke notiert. Nach etwa 20 Minuten erfolgt ein Wechsel und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer suchen sich einen neuen Thementisch aus. Dieser Vorgang wiederholt sich einige Male, wobei die Tischdecke auf dem Tisch liegen bleibt und immer bunter wird. Am Ende werden alle Ergebnisse von den Gastgeberinnen und Gastgebern präsentiert.



Entstehungsgeschichte „World Café“

Ursprünglich stammt das Format „World Café“ aus den USA. Dort ist es eher durch Zufall im Jahr 1995 entstanden:

Juanita Brown und David Isaaks wollen unter freiem Himmel mit verschiedenen Personen ein komplexes Thema bearbeiten. Kurz vor Beginn kommt ein Unwetter auf. Eilig stellen sie kleine Tische mit Kaffee und Kuchen in ihrem Wohnzimmer auf.

Tomi Nagai Rothe verteilt zusätzlich Marker und legt Tischdecken aus. Als die ersten Gäste eintreffen, finden sich automatisch kleine Gruppen an den Tischen zusammen. Juanita und David kommen auf die Idee, die zu diskutierenden Themen an den einzelnen Tischen zu besprechen.

Im späteren Verlauf werden die Teilnehmenden neugierig und interessieren sich auch für die an den anderen Tischen diskutierten Gesprächsinhalte. Um die dort besprochenen Inhalte festzuhalten und wiedergeben zu können, werden an jedem Tisch „Gastgeber“ zurückgelassen. Die anderen wechseln die Tische und tauschen sich neu aus. Die Gedanken werden dabei auf den Tischdecken festgehalten. Am Ende werden alle Ergebnisse zusammengelegt, damit alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer diese einsehen können.

Quelle: <https://www.bredemeyerandfriends.de/entstehung-der-methode-world-cafe/>

Die Thementische: „Lebensmittelwertschätzung und faire Preise für die Landwirtschaft“

Tisch-Nr.	Themen der Tischgruppen	Gastgeber*in
1	Ernährung in der Zukunft: Was kommt morgen auf den Tisch?	Anneke v. Reeken (Verbraucherzentrale Nds. e.V.) Julia Alberts und Michael Tschijanov (Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover, Fachschule für Lebensmittel-Technik)
2	Generation Z – zwischen Food Porn und Food Waste	Lea Krispin (Ernährungsrat Göttingen i.G.) Charlotte Schneider (Zentrum für Ernährung und Hauswirtschaft Niedersachsen – ZEHN / LWK Nds.)
3	Regionale und saisonale Lebensmittel gehen vor?!	Amke Scheibe (Landwirtschaftskammer Nds.) Marla Zimmermann und Johanna Krikor (Hochschule Osnabrück)
4	Ernte. – Dank?! Zukunftsfähige Landwirtschaft mit fairen Preisen und mehr Nähe zwischen Verbraucher*in und Landwirt*in.	Caroline Westermann (Junge LandFrauen – Kreisverband Soltau) Robert Hein (BUNDjugend Landesverband Niedersachsen)
5	Labelsalat – was steckt dahinter?	Selina Wachowiak (Deutsche Gesellschaft für Ernährung) Jakob Steffens (Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e.V.)
6	Produzenten vs. Verbraucher - Wie bekommen wir die Gesellschaft an einen Tisch?	Felix Schulze-Varholt und Lara Boye (Artenglück GbR) Laura Kawerau (Haus kirchlicher Dienste)
7	Tierwohl gibt es nicht zum Nulltarif.	Heiko Philipp und Thore Cordes (Niedersächsische Landjugend e.V.) Paul Hübner (Georg-August-Universität Göttingen)
8	Nachhaltigere Ernährung – Wie kommt das Essen auf den Tisch?	Horst Meyer und Ann-Kathrin Harrje (Land schafft Verbindung Nds.-Bremen e.V.) Katharina Janßen (NAJU Naturschutzjugend Niedersachsen)

World-Café:

Diskussionsrunden zum Thema
„Lebensmittelwertschätzung und
faire Preise für die
Landwirtschaft“



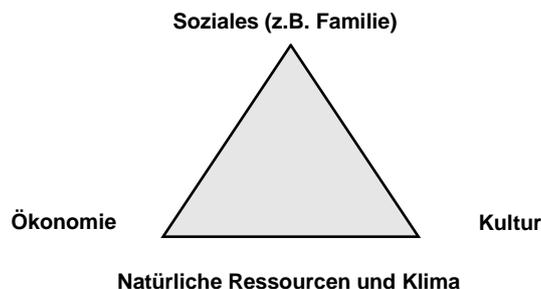


Ergebnisse des World-Cafés

Alle Stichpunkte sind unverändert von den Plakaten übernommen worden. Zur Übersichtlichkeit wurden diese thematisch sortiert.

Tisch 1: Ernährung in der Zukunft: Was kommt morgen auf den Tisch?

Einfluss auf die Ziele/ bisherige Probleme



- Bisher fehlen Standards in der Schulverpflegung, z.B. kein Koch in Kantine, sondern häufig Hilfskräfte → hier Veränderung notwendig
- Ausbildungen sind sehr konventionell → hier ebenso Veränderungen notwendig
- Lebensmittel sind zu billig
- Diversität

Ziele

- mehr Pflanzenkost
- fair gehandelte Produkte
- Regionalität
- Saisonalität
- Zero Waste – Remake
- Verpackungen vermeiden
- mehr Bioprodukte
- mehr praktische Erfahrungen
- weniger Fleisch und tierische Produkte
- Weiterverwertung
- Mengen einschätzen können
- weniger Produkte, dafür qualitativ hochwertigere/ nachhaltigere
- Wissen um nachhaltige Ernährung
- Umgang mit nachhaltigen und alternativen Produkten
- Lebensmittelwertschätzung vermitteln

Methode/ Fragen für Veränderungen

- Bildungsauftrag Schule (und Kita)
- Lehrpläne anpassen
- Wie nehmen wir auch interessierte Menschen/ Kinder mit? → First Contact über Schulfahrten o.ä. zu Produzenten*innen
- gemeinsames Kochen/ selber kochen
- Aufklärungsarbeit für alle
- Kinder in der Lebenswelt begleiten (Fleischkonsum → schlachten)
- Lebensmittel erleben
- Ganztagschulverpflegung – eine echte Chance?

Muss gesunde Ernährung teuer sein? Reichen Kenntnisse der Zubereitung aus?

Tisch 2: Generation Z* – Zwischen Food Porn* und Food Waste*

Wie ändern wir die Lebensmittel-Wahrnehmung der Jugend?

Events/ VA

- Großevents veranstalten
 - in Verbindung mit:
 - Tradition
 - Gedichte und Geschichten
 - Kultur
 - Kochen

Schule/ Kitas

- Unterrichtsfach
 - Hier Fragestellungen an Schüler*innen: Was ist nötig für den Anbau von Lebensmitteln? Woran erkenne ich „schlechte“ Lebensmittel?
- Kinder auf die Felder schicken/ Urban Gardening
- gezielte Aufklärung
 - neue Diskussionsthemen in Schulen
 - ständig und nicht exklusiv
- „Kochen mit Kindern“ auch an weiterführenden Schulen
- Projektwoche
- Schülerfirmen (Catering, Distribution*, Marketing)



Social Media/ Apps

- Fotos nur für Social-Media → Lebensmittel-Selbstdarstellung
- Apps → Rezeptvorschläge (mit eigener Produktangabe, um LM von Zuhause vollständig und rechtzeitig zu verarbeiten)
- App: „Too good to go“
- Jugend-App mit QR-Code und Bar-Code-Scanner
- Medien haben bisher häufig verfälschte Wahrnehmung → hier Veränderung
- hohe Wertschätzung im Internet, aber nicht in real life! → hier Veränderung
- extravagantes Essen von Influencern
 - Sinnvoll für normale Verbraucher*innen?
 - bisher oft kontrovers zur Regionalität
- Selbstdarstellung durch Erfolgserlebnisse durch Selber-Kochen
 - Tutorials, Storys, Reels, YouTube, Instagram
 - auf Instagram posten wie man kocht (etwas Supercooles)

Lebensmittel im Lebensmitteleinzelhandel

- Greifen von Lebensmitteln im Lebensmitteleinzelhandel die vorne liegen, um an andere dahinter zu kommen
 - „angrabbeln“ → unschönes Gemüse wird nicht gekauft → Verschwendung
 - hier bedarf es einer Veränderung
- MHD:
 - Label auf Verpackung
 - Menschen/ den Verbrauchern ist die Bedeutung nicht bewusst
 - Supermärkte suggerieren unendliche Menge an Lebensmitteln
 - vermittelt falsche Wahrnehmung
 - trennen von „diesem Datum“
 - Sinne nutzen
 - Know-how über Lebensmittel (Warenkunde)
 - Sinnes-Wahrnehmung schulen und weitergeben
- Attraktivität-Label für Lebensmittel („Sexy“)
- neue Namen für alte Lebensmittel
- Lebensmittel zu billig! → keine Wertschätzung

Weitere Maßnahmen

- Live-Hacks die nicht funktionieren statt Good-Will → Food-Waste
- Foodtrends
- Zugang zu Lebensmittel finden
 - Hühnermobil/ Hühner to go z.B. für eine Woche
 - Bindung zum Tier
 - Verantwortung lernen
 - Imkerei
 - Urban Gardening (siehe auch Schule/ Kitas)
- Kinder/ Jugendliche auf den Acker schicken (siehe auch Schule/ Kitas)
- Kochshows-Input → 24/7 voll Regale = nie Hunger
- Werbung → oft selektierte Wahrnehmung
- über Geld/ Preise (vgl. Frankreich, Italien; muss weh tun beim Wegschmeißen)
- mit Bargeld statt EC-Karte → Limit setzen, beim Markt nur Bargeldzahlung
- Geldwert der LM-Verschwendung bewusstmachen
- bewusst machen von Lebenskosten, Lösung: Haushaltsbuch in modern
- Workshops/Seminare
- Kochen mit Kindern → hier Landfrauen Rezeptbuch
- Sterneköche als Vorbilder für exquisite-food porn-Küche
 - Rote Beete Chips und Grünkohl Wraps
- Wochenpläne (W-Fragen für LM: Was? Wofür? Wie viel? Wann?)
- individualisiertes Essen (Kölln Müsli)
- WG Konzept – „Ich esse deine Reste“

(Veränderung) Verhaltensweisen

- Stellenwert von gemeinsamem Kochen und Essen verändern (vgl. Frankreich)
→ andere Arbeitszeiten?
- Schwelle zwischen „Wow“ und „Ihh“ verringern
- Schubladenordnung verbessern
- Wertschätzung gegenüber dem Tier (z.B. Haushuhn niedlich statt Chicken Wings)
- Eltern kaufen ein → Jugendliche haben oft kein Gespür für Preise Mengen und Verbrauch
- Reste verwerten
- Bedürfnis nach Einzigartigkeit und Individualität nutzen → selber Kochen „ das habe ich selbst gekocht“
- Gerichte aus wenigen Produkten, um Reste zu vermeiden → optisch extravagante Mahlzeiten oft mit vielen Resten (ungenutzte Zutaten)
- Esskultur ändern (Sozial, Zeit, Preis, Infos zum LM (kulturell))

Sonstiges

- sozialer Background ist oft ausschlaggebend

*

Generation Z: Jahrgänge ca. 1995-2005

Food Porn: Fotos von Lebensmitteln wobei das Aussehen im Vordergrund steht und Emotionen auslösen soll

Food Waste: Lebensmittel - Verschwendung

Distribution: Verteilung, das umfasst alle Entscheidungen und Vertriebsaktivitäten zw. Produzenten, Händlern bis hin zum Endverbraucher



Tisch 3: Regionale und saisonale Lebensmittel gehen vor?!

Welche Fördermaßnahmen sind sinnvoll? Wer muss handeln? Politik, Erzeuger oder Verbraucher?

Verbraucher

Teilhabe/ Handlungsspielraum von Verbrauchern:

- Schulen: eigenes Schulfach
- Projekte
- Schulungen

Direkte Maßnahmen ausgehend vom Verbraucher:

- verbrauchereigene Förderung der Wertschätzung von regionalen und saisonalen Produkten
- Bewusstsein von indirekten Konsequenzen
- keine nicht saisonalen Produkte kaufen

Einfluss auf
Handlungsmaßnahmen
und Entwicklung

Politik

Erzeuger

Teilhabe von Erzeugern:

- kostengünstige Qualifikation von Direktvermarktern
- mehr Wochenmärkte
- regionale Bauernmärkte u.a. mit Events (z.B. Obstpresse)
- Förderung von Marktständen, Anreiz für Landwirte
- Zulassung regionaler Schlachtung/ mobile Schlachtung
- Lichtermarkt (1x die Woche Direktvermarktung am Abend)

direkte Maßnahmen ausgehend vom Erzeuger:

- Teilnahme an den Märkten
- Freiräume damit sich regionale Produkte entwickeln können
- Begrenzung des Angebots bei Direktvermarktern (mehr regional)
- regionale Schlachtung/mobile Schlachtung
- „Eier“-Automat, Regioshopper → technische Potenziale nutzen
- Steigerung der Verfügbarkeit durch Automaten in der Stadt

Einfluss auf
Rahmenbedingungen

Politik

Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

- mehr Auswahl im LEH, deutliche Deklaration (Werbung)
- besondere Bereiche für saisonale/ regionale Lebensmittel im LEH
- interessante regionale Angebote (Alternative zur Banane)
- im LEH bewusst nur regionale und saisonale Produkte anbieten
- mehr regionale Produkte, anstatt Produkte aus dem Ausland

Einfluss auf
Rahmenbedingungen

Politik

Politik

- konkrete Herkunftskennzeichnung
→ z.B. Produkte aus den Niederlanden = Flagge
→ gesetzlich verankern
- Regionallabel → z.B. „Lippe-Qualität“
→ Definition „Regional“ mit Grundnahrungsmittel, hier: Begriff schützen
- günstige Preise
- niedrigschwellige Angebote für Erzeuger
- rechtsvereinfachte Räume schaffen für Direktvermarktung
- Direktvermarktung erleichtern (Regelwerke abbauen)
- Werbung der Politik für saisonale Lebensmittel auf Social Media (Bsp. Corona Impfung)

weitere Maßnahmen

- Werbung/Netzwerk
- Mensaessen regional/ saisonal präsentieren/ darauf hinweisen
- Kochshows saisonal gestalten
- Werbegemeinschaft: Zusammenschluss Erzeuger, Vermarkter und Direktvermarkter



Tisch 4: Ernte.-Dank?! Zukunftsfähige Landwirtschaft mit fairen Preisen und mehr Nähe zwischen Verbraucher*in und Landwirt*in.

Wie sollen faire Preise für die heimischen Produzentinnen und Produzenten erreicht werden, solange ein unfairer Wettbewerb mit dem Ausland besteht (z.B. dadurch, dass Produkte aus dem Ausland angeboten werden, die zu ganz anderen Bedingungen/ Auflagen hergestellt werden)?

- persönliche Einstellung zu „Fairness“
- Politik sollte gleiche Bedingungen (Inland/Ausland) schaffen → Produktion
- Preise sollten Nachhaltigkeit „beinhalten“
- Herkunft der Lebensmittel deutlich deklarieren
 - Wo kommt es her?
 - Wie wird produziert?
 - Was ist ein „fairer“ Preis?
- Lebensmittelkennzeichnung → Herkunft!
- Fairness – auch bei Informationsgebung/ -beschaffenheit
- Was ist ein fairer Preis?
- Verbraucher*innen können Kosten(Wert) der Lebensmittel schwer einschätzen
- Unsicherheit zukunfts-fähige Lebensmittel
- Politik sollte Wettbewerbsgleichheit schaffen (Inland/ Ausland)



Wie kann erreicht werden, dass es zu einer Ernährungswende kommt und die Gesellschaft mehr Bewusstsein für die Landwirtschaft entwickelt?

- Durchhaltevermögen im Bildungsauftrag
- Zeit für Essen im Alltag (Schule, Kita, Familie) → Wertschätzung
- Betriebsbesuche fördern/ Hofbesuche erleichtern
- Hofbesuche
- Mitmach-Konzepte in Schulen/Kitas → Lebensmittelwertschätzung
- „Nähe“ erzeugen: direkter Konflikt
- Begegnungen mit Erzeuger*innen
- Je mehr man von Landwirtschaft weiß, desto weniger entscheidet der Preis des Produkts.
- Lebensmittelproduktion erlebbar machen → fördert Wertschätzung
- Bildung: Lehrplan, frühkindliche Begegnung (Kitas), Kantinen, Schulesen – „Mitmach“-Konzept, Ausflüge auf Höfe
- Beruf des Landwirts/ der Landwirtin vermitteln
- ohne Information = kein/wenig Bewusstsein
- Zukunft von Lebensmittel → Milch aus Stammzellenbasis

- Hier Hintergrundfragen:

Was will der Verbraucher?
Zwei Zielgruppen?



Tisch 5: Labelsalat – Was steckt dahinter?

Bisher

- irreführend (zum Beispiel Nutri-Score)
- verwirrend
- Zertifizierungen sind teuer → daher oft nur große Produzenten
- Oft Täuschung
- „Regional“ undefiniert
- Einheitlichkeit?

Zukunft / Wunsch

- Übersicht
- Sicherheit schaffen
- Transparenz schaffen
(z.B. bei Zertifizierung)
- möglichst selbsterklärende Label
- mehr Verbraucheraufklärung (Schule, Soziale Medien, Zeitschriften)
- Label mit mehr wirklich relevanten Informationen füllen (Leben)
- übersichtliche Beschreibungen
- QR-Code
- Vergleichbarkeit schaffen
- Orientierung
- Standardisierung + Katalogisierung notwendig
- Begrenzung der Labels
- Neuzulassungen beschränken
- Labels für jedes Bundesland (siehe Bayern)
- → Nds. Label
- Gesetze/ Regelungen
→ offiziell einheitliche Label
- mehr Kontrolle
- Staatl. Vorgaben/ Prüfungen/ Standards
- Festlegung/ Differenzierung Label und Etikett
- Neuzulassungen prüfen
- Mindeststandard für verschiedene Label-Kategorien
- Labels zusammenführen
- Label 5xD z.B. für Schweinefleisch
- „Nachhaltigkeits-Ampel“
- Nachhaltigkeit
- CO2-Label integrieren
- „Umkreis-Ringe“/ Regio-Kreis (xx km)
- Regionalität authentisch
- Regional definieren
- Regionalität über Standort im Supermarkt?
- Regional: Herkunft direkt angeben
- Herkunftskennzeichnung
- Zeitersparnis
- Verkaufsargument
- könnten Mehrwert liefern



Tisch 6: Produzenten vs. Verbraucher – Wie bekommen wir die Gesellschaft an einen Tisch?

Wie können Zielkonflikte angesprochen werden? Wie können Schnittstellen und Dialoge zwischen den verschiedenen Gruppierungen geschaffen werden?

Aufklärung/ Bildung

Ernährungsbildung für ALLE

- Aufklärung in Kitas/ Schulen auf Bauernhöfen
- finanzielle Unterstützung für Ausflüge
- „From stable to table“
- Transparenz der gesamten Wertschätzungsschöpfungskette
- Ergänzungen im Curriculum
- Langfristigkeit
- Social Media (Reels usw. über Produktion = anschaulich und verständlich; eventuell über Influencer)
- Begegnung + Erlebnis → reale Eindrücke/ Erfahrungswissen
- Landwirtschaftslehrpfad- Landwirtschaft für Jung und Alt erlebbar machen
- Was kann der Verbraucher im eigenen Garten machen?
- Naturschutz in der landwirtschaftlichen Praxis
- „Begegnungshöfe“
- 3D statt 2D



Kommunikation

- Naturschutz und Landwirtschaft – gegenseitiger Informationsaustausch, Einblicke für das Verständnis des Anderen
- Positive Vorbilder aufzeigen (Landwirte/ Landwirtinnen und Verbraucher/ Verbraucherinnen)
- Einbeziehung der Landwirte/ Landwirtinnen
- Soft Skills, Landwirte /Landwirtinnen
 - Kommunikation
 - Was mache ich heute alles schon? (Naturschutz)
 - Wie produziere ich?
 - Erklären der Arbeit. Gesicht der Produzenten/ Produzentinnen
 - Investment – nicht opfern der Zeit

Endprodukt

- Preisfrage als Konflikt
- Schnittstelle Supermärkte
- Förderung regionaler Produkte in kleinen Gemeinden

Ethik/ Transparenz

- Glaubwürdigkeit?!
- Wer entscheidet über richtig oder falsch? Z.B. Tierhaltung

Tisch 7: Tierwohl gibt es nicht zum Nulltarif.

Verbraucher*innen vs. Konsument*innen: Wie lösen wir Lücken zwischen Verbraucherwunsch und Konsumentenverhalten?

- Netzwerke
- Informationsplattform
- mehr regionale Geschäfte
- Verbindung herstellen (Fleisch-Tier) → Nur noch Objekt?
- Seminare
- Bildung in allen Altersstufen
- Hofbesuche aller Haltungsformen
- Bezug zum Lebensmittel schaffen
- Schulfach oder in andere Schulfächer integrieren
- Vertrauen in die Wissenschaft
- Angebotsverknappung?
- Weltmarkt?
- verbindliche Tierwohlstandards
- Gesetzgebung
- Preiserhöhung über Steuer



Was ist Tierwohl? Woran bemessen wir es?

- für „Nutztiere“ überhaupt möglich
- „Recht auf ‚Fleisch essen‘?“
- Platz
- Auslauf
- Beschäftigung
- Orientierung am Tier
- Artgerecht
- Zucht, z.B. Zweinutzungshuhn



Tisch 8: Nachhaltige Ernährung – wie kommt das Essen auf den Tisch?

Lebensmittelwahrnehmung und -wertschätzung

- Eltern sind dabei oft überfordert
- zu wenig Wissen in Familien und Umfeld
- zu viel Geld für Urlaub, Auto und Wohnen, zu wenig für Lebensmittel
- vielen fehlt Hintergrundwissen (Ernährungsbildung)
- oft durch Bilder auf Verpackungen oder Food-Influencer verzerrt

- bewusstes Einkaufen
- Respekt
- muss in schulischen Curriculum mit aufgenommen werden

Praktische Schulprojekte/ Lebensmittel im Lehrplan

- Schulgarten + daraus entstandene Produkte verarbeiten
- neue Ideen, Vermittlung von Wissen im jungen Alter
- urbane Gärten, Schulimkerei, Catering by bicycle
- Workshops von Fachpersonen
- Lernen mit allen Sinnen
- Fokus auf weitere andere Fähigkeiten (z.B. handwerklich)
- Lehrplan aktualisieren
- Garten-Acker in der Schule/ Kita
- Kompetenzförderung
- Umsetzung in den Haushalten fehlt; es scheitert an der Umsetzung
- die klassische Schulkantine
- Ressourcen für Bildung fehlen
- Unterrichtsinhalte/ Lehrplan veraltet → entspricht nicht den Herausforderungen
- Umsetzung von der Schulform abhängig

Nachhaltige Lebensmittelverpackung

- Verpackungsalternativen
- Verbot von Plastiktüten → nächster Schritt Einweggeschirr
- umweltfreundlich
- Ist alles in Papier statt Plastik einzupacken der Weg?
- Plastik und andere schädliche Stoffe → Forschung weiter als Lebensmittelindustrie
- verpackungsloses Einkaufen
- Schafswolle → regionale Ressource mehr nutzen, wertschätzen und wiederverwenden
- Überfluss – Marketing gehört immer mehr zu Verpackungen
- Was ist wirklich nachhaltig?
- Kosten? Für kleine Betriebe schwierig?
- Es geht nicht um das Material.
 - Infos über das Produkt
 - optische Gestaltung oft nicht nachhaltig = Reste, Verluste

Vermittlungen von Nachhaltigkeitszusammenhängen

- globale Zusammenhänge: zu komplex?
- umweltbewusst
- fehlt bereits in der Lehrerausbildung/ Lehrerinnenausbildung
- meist nur „kleine“ Bereiche → die Zusammenhänge im Großen und Ganzen fehlen oft
- Universitäten mehr in die öffentliche Umweltbildung einbinden
- Studierende fördern, die sich für Umweltbildung einsetzen: Professoren und Professorinnen geben Schulungen, Studierende erhalten einen Job!



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Nachname	Vorname	Organisation
Otte-Kinast	Barbara	Ministerin, Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (ML)
Muks	Marcel	ML
Hildebrandt	Sabine	ML
Sandkühler	Carola	ML
Wendt	Nelly	ML
Hanke	Charlotte	ML
Wischhöfer	Carina	MU
Lethen	Justina	MU
Stöhr	Florian	Seedhouse Accelerator GmbH
Vedder	Marco	Moderator
Alberts	Julia	BBS Hannover Fachschule
Backhaus	Louisa	Niedersächsische Landjugend
Backhus	Luka	Niedersächsische Landjugend
Berger	Luisa	Schullandheim Barkhausen, NNA
Boye	Lara	Artenglück GbR
Bruns-Hellberg	Jacob	Niedersächsische Landjugend
Bürger	Anna-Marie	Landvolk Niedersachsen
Carl	Katrin	Landesvereinigung der Milchwirtschaft
Dinc	Oguz	BBS Hannover Fachschule
Duske	Danièle	NABU Nienburg
Fast	Dominic	BBS Hannover Fachschule
Fiedler	Ines	BBS Hannover Fachschule
Gaebler	Elisabeth	Slow Food Hannover
Gomez	Isabel	NABU- Gut Sunder
Harrje	Ann-Kathrin	Land schafft Verbindung
Hein	Robert	BUND-Jugend
Heiko	Philipp	Niedersächsische Landjugend
Hübner	Paul	Georg-August-Universität Göttingen
Janhsen	Ina	LandFrauen e.V.
Janhsen	Johanna	LandFrauen e.V.
Janßen	Katharina	NAJU Niedersachsen

Kawerau	Laura	Haus kirchlicher Dienste
Kreißig	Anneke	Junglandwirte Niedersachsen e.V.
Krikor	Johanna	Hochschule Osnabrück
Krispin	Lea	Ernährungsrat Göttingen i.G.
Löser	Noah	NABU- Gut Sunder
Meyer	Celine	NABU- Gut Sunder
Meyer	Horst	Land schafft Verbindung
Möhlenhof	Viktoria	Junglandwirte Niedersachsen e.V.
Nguyen	The An	BBS Hannover Fachschule
Ortmann	Stefan	Landwirtschaftskammer Niedersachsen
Park	Hae Won	BBS Hannover Fachschule
Ruschmeyer	Lars	Niedersächsische Landjugend
Rüsenberg	Nils	BBS Hannover Fachschule
Scheibe	Amke	Landwirtschaftskammer Niedersachsen
Schulze-Varholt	Felix	Artenglück GbR
Schneider	Charlotte	ZEHN
Schmidt	Lena	Schullandheim Barkhausen, NNA
Steffens	Jakob	Marketinggesellschaft Niedersachsen
Suling-Williges	Regine	Landvolk Mittelweser
Terras	Lucienne	BundJugend
Tschijanov	Michael	BBS Hannover Fachschule
von Reeken	Anneke	Verbraucherzentrale Niedersachsen
Wachowiak	Selina	DGE, Sek. Niedersachsen
Westermann	Caroline	Junge LandFrauen Niedersachsen
Wicke	Gisela	NABU
Ziegler	Nadine	BBS Hannover Fachschule
Zimmermann	Marla	Hochschule Osnabrück

Eindrücke der Veranstaltung



Die Ministerin übergibt den Gastgebern/ Gasgeberinnen die Tassen mit Motiv NDS Weg



Gruppenbild mit allen Teilnehmerinnen/ Teilnehmern



Moderatoren: Carola Sandkühler und Marco Vedder

Veranstaltungsende

Ministerin Otte-Kinast bedankt sich, auch im Namen von Umweltminister Olaf Lies, bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, verschenkt Äpfel für den Heimweg und überreicht den Gastgeberinnen und Gastgebern der Thementische als „Danke schön“ eine Tasse mit dem Motiv ‚Der Niedersächsische Weg‘.



Für Ihr Kommen und Ihr besonderes Engagement danke ich Ihnen.

Eine gute Heimreise wünscht Ihnen

Barbara Otte-Kinast

Niedersächsische Ministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Anhang

Einladung: World-Café mit jungen Menschen zum Thema „Lebensmittelwertschätzung und faire Preise für die Landwirtschaft“

Das Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und das Ministerium für Umwelt, Energie, Bauen und Klimaschutz laden im Namen aller Partner des Niedersächsischen Weges zu einer Dialogveranstaltung ein.

Thema: „Lebensmittelwertschätzung und faire Preise für die Landwirtschaft“ - Punkt 15 des Niedersächsischen Weges –
Wann: Freitag, 5. November 2021, 14:15 - 17:30 Uhr
Wo: Blattpavillon der DEULA-Nienburg, Max-Eyth-Straße 2, Nienburg
Wer: Alle jungen Interessierten sowie jungen Vertreterinnen und Vertreter aus Niedersachsens Verbänden und Interessenvereinigungen.
Was: Im Rahmen eines World-Café Formates sollen u.a. folgende Aspekte diskutiert werden:

- Ernährung in der Zukunft: was kommt morgen auf den Tisch?
- Generation Z – Zwischen Food Porn und Food Waste.
- Wertschätzung für die Lebensmittel und die damit verbundene Dienstleistung
- Regionale und saisonale Lebensmittel gehen vor?!
- Ernte. - Dank?! Zukunftsfähige Landwirtschaft mit fairen Preisen und mehr Nähe zwischen Verbraucherinnen und Verbrauchern und Landwirtinnen und Landwirte.
- Labelsalat – Was steckt dahinter?!
- Produzenten vs. Verbraucher: Wie bekommen wir die Gesellschaft an einen Tisch?
- Tierwohl gibt es nicht zum Nulltarif.

Gerne können Sie auch weitere Interessierte über die Veranstaltung informieren und die Einladung weiterleiten.

Um schriftliche Anmeldung bis zum 31.10.2021 unter:
nelly.wendt@ml.niedersachsen.de wird gebeten.

Aufgrund der Corona Pandemie ist der Zugang zu der Veranstaltung leider auf eine bestimmte Teilnehmerzahl beschränkt. Daher möchten wir Sie um eine verbindliche und kurzfristige Zusage bitten. Bitte beachten Sie, dass wir bei Überschreiten der Kapazitäten Absagen erteilen werden müssen.

Zum Schutz der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Veranstaltung vor einer Infektion mit dem Corona Virus SARS-CoV2 sind die vom Veranstalter vorgesehenen Maßgaben zu befolgen. Diese werden am Veranstaltungsort aushängen. In den Räumlichkeiten der DEULA wird -Stand heute- die 3G-Regel gelten. Bitte denken Sie an Ihren Nachweis.