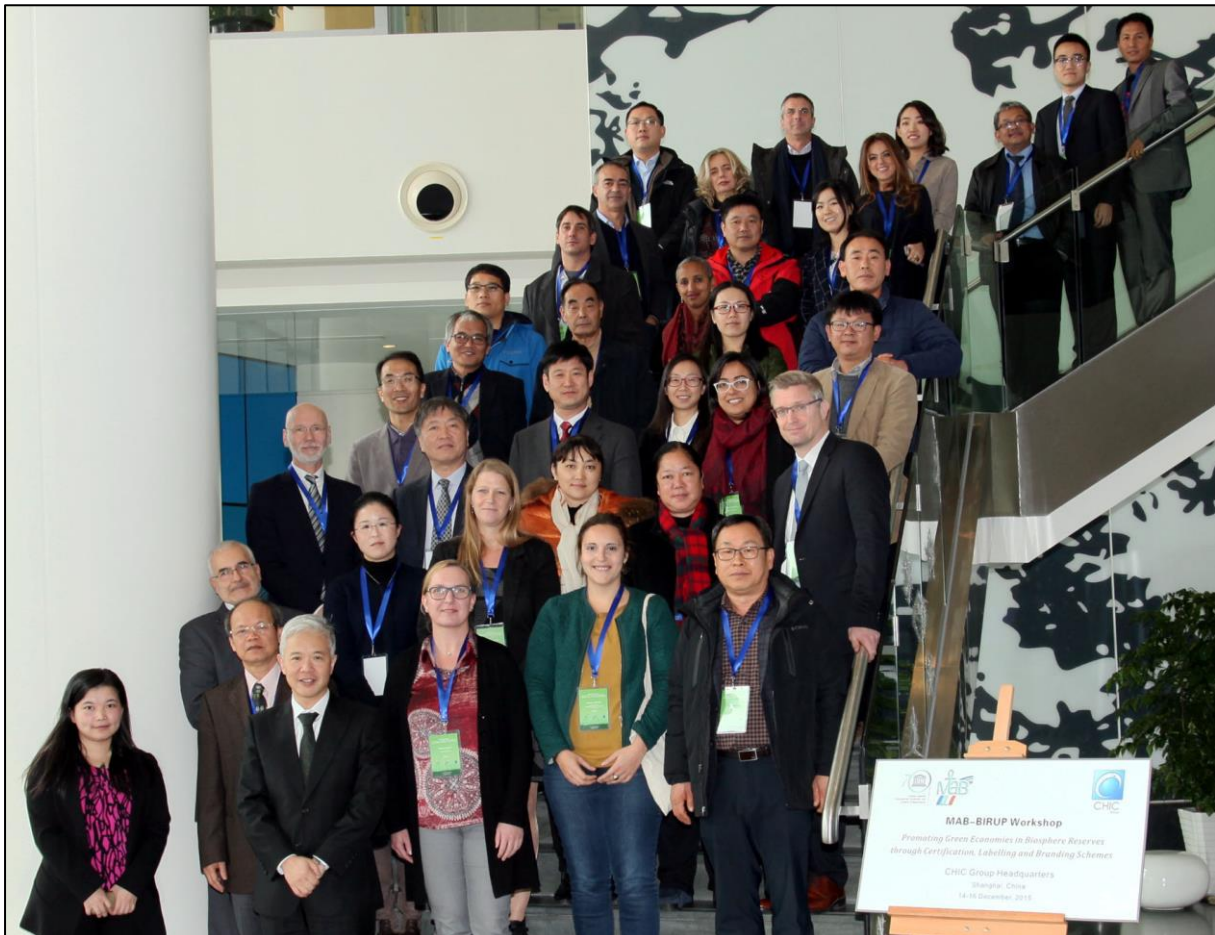


DACHMARKE RHÖN

Die Marken der Rhön in den
Landkreisen Bad Kissingen, Fulda, Rhön-Grabfeld, Schmalkalden-Meiningen, Wartburgkreis

AKTUELLE PRESSEMITTEILUNG
12.01.2016



Rund 40 Vertreter aus UNESCO-Biosphärenreservaten Asiens, Afrikas, Amerikas und Europas nahmen Ende letzten Jahres an einem internationalen Workshop in Shanghai teil, bei dem es um die Förderung nachhaltiger Wirtschaftsformen in Biosphärenreservaten ging. Die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön, Barbara Landgraf (4. v. links vorne), war dabei die einzige Vertreterin aus Deutschland und stellte den Teilnehmern die Dachmarke Rhön mit ihren vielfältigen Projekten vor.

Fotos: Du Yang, UNESCO Büro

Peking



UNESCO-Biosphärenreservat Rhön als weltweiter Vorreiter für die Zertifizierung von Produkten

Internationaler Workshop in Shanghai / Erfahrungen der Dachmarke Rhön vorgestellt **RHÖN / SHANGHAI. Ein internationaler Workshop, der von der UNESCO veranstaltet wurde, widmete sich Ende letzten Jahres im chinesischen Shanghai der Herstellung, Verarbeitung und Vermarktung von nachhaltigen Produkten aus Biosphärenreservaten. Die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön, Barbara Landgraf, war dabei die einzige Vertreterin aus Deutschland und stellte den Teilnehmern die Dachmarke Rhön, deren Projekte sowie die Marken- und Kontrollsysteme für die Produkte und Dienstleistungen vor.**

Im November 2015 hatte die bayerische Verwaltungsstelle des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön eine Einladung für diesen Workshop erhalten – und zwar vom Direktor des UNESCO-Programms „Der Mensch und die Biosphäre“, Han Qunli, persönlich. Han Qunli war bereits mehrfach im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön zu Besuch, unter anderem zum Festakt zur Erweiterung des Biosphärenreservats im bayerischen Teil im November 2014 in Bad Kissingen. Für den Leiter der Verwaltungsstelle, Michael Geier, war es selbstverständlich, dass wenn möglich die Person aus der Rhön mit der besten Expertise zu diesem Thema die Rhön vertreten sollte. Die bayerische Verwaltungsstelle hatte daraufhin Barbara Landgraf angeboten, das UNESCO-Biosphärenreservat in China zu vertreten und von den Erfahrungen der Dachmarke Rhön zu berichten. Insgesamt nahmen an dem Workshop rund 40 Personen aus Asien, Afrika, Amerika und Europa teil. Unter ihnen waren Vertreter aus UNESCO-Biosphärenreservaten, aus den nationalen Ministerien und den Nationalkomitees, die für UNESCO-Biosphärenreservate in ihrem jeweiligen Land zuständig sind, sowie Professoren und wissenschaftliche Mitarbeiter von Universitätslehrstühlen, die sich mit UNESCO-Biosphärenreservaten beschäftigen.

Der genaue Titel des dreitägigen Workshops lautete „Förderung nachhaltiger Wirtschaftsformen in UNESCO-Biosphärenreservaten durch Zertifizierung, Kennzeichnung und Markenentwicklung für Produkte und Dienstleistungen“. Tagungsort war der Hauptsitz der Chic-Group in Shanghai, einem international tätigen Unternehmen, das vor allem im Bereich des Anbaus und der Verarbeitung von Früchten arbeitet und das UNESCO MAB-Programm seit 2012 mit dem Ziel unterstützt, insbesondere in China und anderen

Schwellenländern Stadt-Land-Partnerschaften aufzubauen. Durch nachhaltige Landwirtschaft soll die Armut der Bauern verringert und die Balance zwischen Mensch und Natur verbessert werden.

„Das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön ist im internationalen Netzwerk der Biosphärenreservate sehr bekannt. Einige Teilnehmer des Workshops waren auch schon als Gäste in der Rhön, einige hatten dabei auch schon Vorträge über die Dachmarke Rhön gehört“, berichtet Barbara Landgraf. Während des Workshops habe sie gezeigt, dass das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön in Zusammenarbeit mit der Dachmarke Rhön weltweit als Vorreiter für die Zertifizierung von Produkten gilt, die aus einem Biosphärenreservat der UNESCO stammen. „Jedes UNESCO-Biosphärenreservat muss aber seinen eigenen Weg finden, eine eigenständige Marke und ein dazu passendes Kontrollkonzept zu entwickeln, denn die jeweiligen Begleitumstände in den einzelnen Ländern sind sehr unterschiedlich“, schätzt Landgraf ein. Gerade im asiatischen Raum spiele die Lebensmittelsicherheit eine große Rolle; auch aus Mangel an entsprechenden staatlichen Regularien und Überwachungssystemen. Und während in Asien auch in ländlichen Gebieten, in denen die meisten Biosphärenreservate angesiedelt sind, häufig noch eine hohe Bevölkerungsdichte an der Tagesordnung ist, kämpfen die ländlichen Räume in Mittel- und Westeuropa mit den Auswirkungen des demographischen Wandels. „Ein gemeinsames Ziel aller UNESCO-Biosphärenreservate besteht aber darin, Möglichkeiten zu finden, dass die Wertschöpfung aus regionalen Produkten wirklich bei denjenigen ankommt, die sie produziert haben – und das mit einem möglichst größeren Gewinn.“ Die UNESCO sei an diesem Thema stark interessiert und wolle es weiter bearbeiten – das habe der Direktor für das UNESCO MAB-Programm während des Workshops hervorgehoben. Daher soll eine Arbeitsgruppe gebildet werden, die Leitlinien erstellt, wie Kontroll- und Kriteriensysteme in UNESCO-Biosphärenreservaten aufgebaut werden können, und die sogenannten Best-Practice-Beispiele sollen in eine Konferenz einfließen. „Da wird die Rhön erneut gefragt sein, da bin ich mir sicher“, hebt die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön hervor.

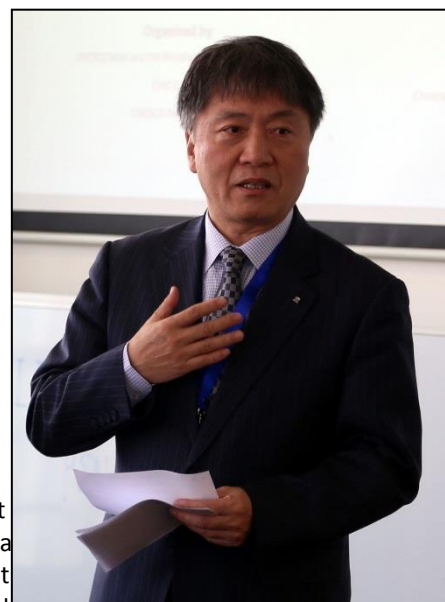
Barbara Landgraf konnte von dem internationalen Workshop in Shanghai auch Impulse für die Rhön mitnehmen. Das spanische UNESCO-Biosphärenreservat La Palma (Kanarische Inseln) habe beispielsweise ein ähnlich weit entwickeltes Marken- und Zertifizierungssystem wie die Rhön. Die Marke „Reserva Mundial de la biosfera La Palma“ sei ein Qualitätssiegel, das nachhaltig erzeugten landwirtschaftlichen und handwerklichen lokalen Produkten, Waren und Dienstleistungen verliehen wird. Auch für Gastronomie und Unterkünfte gebe es Leitlinien, die in enger Kooperation mit dem Tourismus entwickelt wurden. Dazu sei der „Club für touristische Produkte in spanischen Biosphärenreservaten“ gegründet worden, der mit seinen Zielen fester Bestandteil des nationalen spanischen Tourismusplans 2020 ist und die Besonderheiten der UNESCO-Biosphärenreservate herausarbeiten und fördern will. „Das Beispiel aus Spanien und zum Teil auch aus weiteren Ländern hat mir bewusst

gemacht, dass auch wir durchaus noch stärker mit dem Alleinstellungsmerkmal ‚UNESCO-Biosphärenreservat‘ in der Vermarktung der Rhön arbeiten sollten, sowohl was die Produkte angeht, als auch im Tourismus.“

Das Aya-Biosphärenreservat in Japan entwickle zurzeit eine mobile App, mit der man bequem Produkte und Dienstleistungen aus dem Biosphärenreservat von unterwegs finden kann. „Wir sind mit der Regio-App des Bundesverbands der Regionalbewegung auf einem ähnlichen Weg. Ich habe mit der Vertreterin aus dem Aya-Biosphärenreservat vereinbart, dass wir uns dazu weiterhin austauschen werden, um von den Erfahrungen des jeweils anderen zu profitieren“, nennt Barbara Landgraf ein weiteres Beispiel.

Auch aus der Wirtschaft seien beim internationalen Workshop in Shanghai einige Vertreter dabei gewesen wie die Gründerin der Firma ecopia, die ökologische Produkte und Dienstleistungen aus Äthiopien vermarktet, darunter auch aus den Biosphärenreservaten Yayu und Sheka. „Ihre Erfahrung zeigt, dass die Wertschöpfung im Bereich der Naturkosmetik wie Seifen, Cremes oder Öle aus Kräutern und Früchten der Biosphärenreservate um ein Vielfaches höher ist als im Bereich der Lebensmittel. Auch im gehobenen Öko-Tourismus, verbunden mit Wellnessprodukten aus der Region, können höhere Einkommen für die Menschen in den Biosphärenreservaten erzielt werden. Ich denke, da hat die Rhön ebenfalls noch große Potentiale, neue Wege auszuprobieren“, zieht Landgraf Bilanz.

In einem Vortrag berichtete die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön, Barbara Landgraf, in Shanghai über die Erfahrungen der Dachmarke Rhön in punkto Marken- und Kontrollsystem.



Die UNESCO will weiter an dem Thema Wertschöpfung für regionale Produkte aus Biosphärenreservaten arbeiten, kündigte der Direktor für das UNESCO MAB-Programm „Der Mensch und die Biosphäre“, Han Qunli, an.