

Treffen des Arbeitskreises „AK Kommunikation und Praxistipps“

am 15.01.2018 in Holzhausenstr. 22

Anwesend:

Cornelia Will (Slow Food, Website)
 Sarah Schocke (privat/Journalistin/Autorin)
 Jenny Fuhrmann (gramm.genau)
 Claudia Stiefel (Übermut)
 Maike Thalmeier (Übermut)
 Stella Glogowski (privat/Redaktion Ernährungs Umschau)
 Janina Steinkrüger (ER)
 Franziska Lehnert (privat, Bürger für regionale LW)
 Claudia Zengerling (BUND, OG Bad Soden)
 Joerg Weber (ER)

Abgesagt:

Sybille Fuchs (Klimawerkstatt Ginheim)
 Susanne Tettenborn (privat),

Nr.	Agenda / Ergebnis	Aufgabe	Wer?	Bis wann?
1.	Voriges Protokoll verlesen	offene Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> Joerg W. Sarah S. Jenny F. 	Ende Januar
2.	Links „befreundeter“ Träger, Projekte, Erzeuger, Händler, Verpfleger etc. in Ffm auf Homepage einstellen	Liste erstellen	<ul style="list-style-type: none"> Claudia Z. startet mit Liste vom AK E-Bildung ALLE: ergänzen 	nach 31.1. (= nächstes Treffen AK E-Bildung)
3.	WeChange.de Plattform als Schnittstelle zu allen AKs & Kommunikationsplattform	WeChange.de vorstellen: Struktur, Funktionen	Franziska L.	am 12.2.
4.	Land & Genuss Messe: 23.–25.2.2018 Ffm	Standbetreuung (E-Rat vorstellen samt Flyer & Aufsteller)		am 12.2. entscheiden, wer
5.	vorhandene Ressourcen: Kleingärten, Ernteüberschuss im Herbst „fair“ teilen	Kontakt zu Regionalverband der Kleingärtner aufnehmen	Joerg W. gibt Mailadresse, wer möchte KG ansprechen	asap

Nr.	Agenda / Ergebnis	Aufgabe	Wer?	Bis wann?
6.	Content für Social Media-Kanäle und „Futter“ dafür von AKs: Fotos, Zitate, Projekte, Termine, Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • AKs informieren, Infos an AK Kommunikation zu liefern • Bilder bereitstellen 	<ul style="list-style-type: none"> • Joerg (Info an AKs & Bilder an Sarah) • Claudia Z. beliefert vom AK E-Bildung 	
7.	Key Message ER formulieren (für Flyer, Aufsteller, Kommunikation) → Ideensammlung: Anhang A	ergänzen UND straffen	ALLE per Mail	27.01.
8.	Flyer & Aufsteller erstellen	<ul style="list-style-type: none"> • Flyer erstellen • in Druck geben (Color Connection, evtl. Expressdruck) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufteilung : Janina • Inhalt: Maike & Claudia S. • ALLE: sichten 	<ul style="list-style-type: none"> • Flyerentwurf 19.1. in AK schicken • 30.1. an Agentur • 9.2. in Druck
9.	Weitere Termine	<ul style="list-style-type: none"> • 23.–15.11.18 (Fr.–So.) 2. Kongress Ernährungsräte D-A-CH-Südtirol, Ffm • jährliches E-Rat-Treffen 		
10.	nächstes Treffen AK: 12.2., Mo. 18 Uhr, Holzhausenstr.	Agenda erstellen + vorher rumschicken	<ul style="list-style-type: none"> • Sarah S. • Conny W. 	vor 12.2.

Anhang

A) Key Messages Ernährungsrat (ER)

Im ER setzen sich Politik, (Land-)Wirtschaft, Wissenschaft und Bürger gemeinsam für eine Versorgung mit nachhaltigen Lebensmitteln in Frankfurt ein um die städtische Ernährung schrittweise gesünder zu machen: für Konsumenten, Erzeuger und die Umwelt.

Denn: Unser derzeitiges Ernährungssystem ist ökologisch nicht tragfähig und sozial nicht gerecht. Boden, Wasser, Klima und die biologische Artenvielfalt werden belastet bzw. zerstört; Unter- und Überernährung sind sowohl Folge als auch Ursache von sozialer Ungleichheit; für Erzeuger (und Tiere) ist die Lebensmittelproduktion nicht fair ausgestaltet.

Der ER zeigt auf, was in Frankfurt schon alles passiert mit Bezug zu nachhaltiger Ernährung entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Von der Erzeugung über den Handel und bis hin zum Verzehr. Diese lokalen Initiativen macht der ER sichtbar, vernetzt und agiert als Schnittstelle:

- Gemeinschaftsverpflegung (Kitas, Schulen, Krankenhäuser, Betriebe)
- Landwirtschaft in der Region
- Händler, Gastronomie
- Träger/Einzelprojekte (Beispiele aus zu erstellender Linkliste einfügen)

Der ER zeigt Lücken auf und startet eigene Initiativen in verschiedenen Arbeitskreisen, bspw. zu Ernährungsbildung, Produktion&Vermarktung, Gastronomie&Kantinen u.a.m.

Nachhaltige Ernährung

5 Ziele [nach Eberle et al. (2006) und Eberle et al. [2007]

- umweltverträglich
- gesundheitsfördernd
- ethisch verantwortlich
- ermöglicht soziokulturelle Vielfalt
- alltagsadäquat

7 Grundsätze [nach von Koeber et al. 2006]

- vorwiegend pflanzlich
- bio
- regional & saisonal
- gering verarbeitet
- umweltverträglich verpackt
- fair gehandelt
- genussvoll und gesund