



**Regionen im Bauch –  
Regionen im Kopf:**

Essen, Wissen und die  
Moral der Regionalität

*Ulrich Ermann  
Universität Graz*

# Kann man Regionen essen?



# Bayern. Das schmeckt mir.



Milch und Käse aus Bayern



# LANDSCHAFT SCHMECKT!



**NABU**-Aktion  
für naturnahe Landwirtschaft

# SO SCHMECKT DIE HEIMAT!

**SÜDKURIER testen, 15 € EDEKA-Gutschein sichern und Gewinnchance nutzen!**

**Gratis!**

**Einkaufsgutschein**



# Konsum und Vermarktung von Lebensmitteln "aus der Region"

## Regionalität – Genüsse aus dem Umland

### Frühstück



**1** Mit Weizenbrotweizen für 80% der Bäckereien und 70% der Süßwaren ist die EU ein großer Lieferant. Weizen ist ein Produkt aus der EU, das in Deutschland verarbeitet wird.

**2** Milch und Eier sind in Deutschland und in der EU ein großer Lieferant. Milch und Eier sind Produkte aus der EU, die in Deutschland verarbeitet werden.

**3** Die Produktion von Fleisch ist in Deutschland und in der EU ein großer Lieferant. Fleisch ist ein Produkt aus der EU, das in Deutschland verarbeitet wird.

Der Großteil der Lebensmittel, die in Deutschland konsumiert werden, sind Produkte aus der EU. Die EU ist ein großer Lieferant von Lebensmitteln, die in Deutschland verarbeitet werden.

**4** Die Produktion von Obst und Gemüse ist in Deutschland und in der EU ein großer Lieferant. Obst und Gemüse sind Produkte aus der EU, die in Deutschland verarbeitet werden.



Ausgewählte Regionalvermarktungsprogramme für Nahrungsmittel in Deutschland

Quelle: Ermann (2006) (Geographische Rundschau 12/2006)

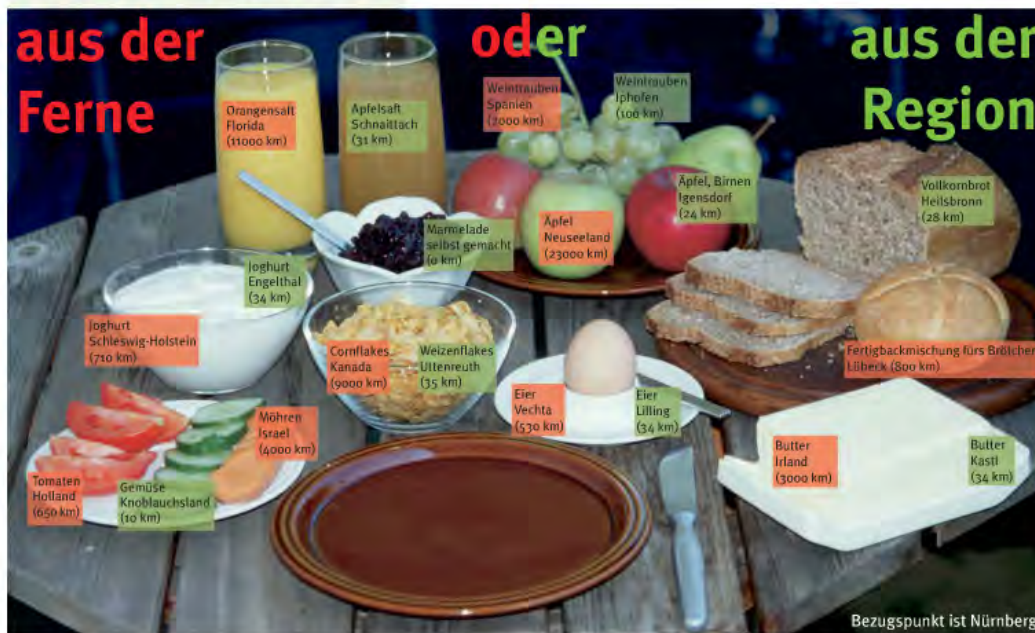


Aus der Region für die Region

# Regionalität

– Genüsse aus dem Umland

## Frühstück



Das Verkehrsaufkommen für Gütertransporte auf der Straße hat sich in der EU seit 1970 mehr als verdoppelt: auf insgesamt 1.200 Mrd. Tonnenkilometer.

Kiwis oder Äpfel aus Neuseeland brauchen 23.000 km bis sie bei uns auf dem Tisch landen. Orangen aus Florida haben 11.000 km zurückgelegt.

Der Transport von Importgemüse nach Deutschland verbraucht dreimal soviel Energie (170 Mio. Liter Diesel) wie der gesamte heimische Gemüseanbau. Dabei entstehen 500.000 Tonnen CO<sub>2</sub> und eine Vielzahl weiterer Schadstoffe.

Der **Bund Naturschutz** setzt sich für die regionale Kreislaufwirtschaft ein, weil sie

- Arbeitsplätze vor Ort sichert und neu schafft
- Transportwege verkürzt und damit Lärm und Abgase verringert
- die regionale Wertschöpfung erhält
- eine Perspektive für den ländlichen Raum bietet
- ein Gegengewicht zur Globalisierung der Wirtschaft ist.

Der **Bund Naturschutz** ist sich mit Wirtschaftsexperten einig, dass der Anteil der regionalen Kreislaufwirtschaft bei konsequenter Regionalförderung auf mindestens 25% erhöht werden kann, und hat sich dies zum Ziel gesetzt.

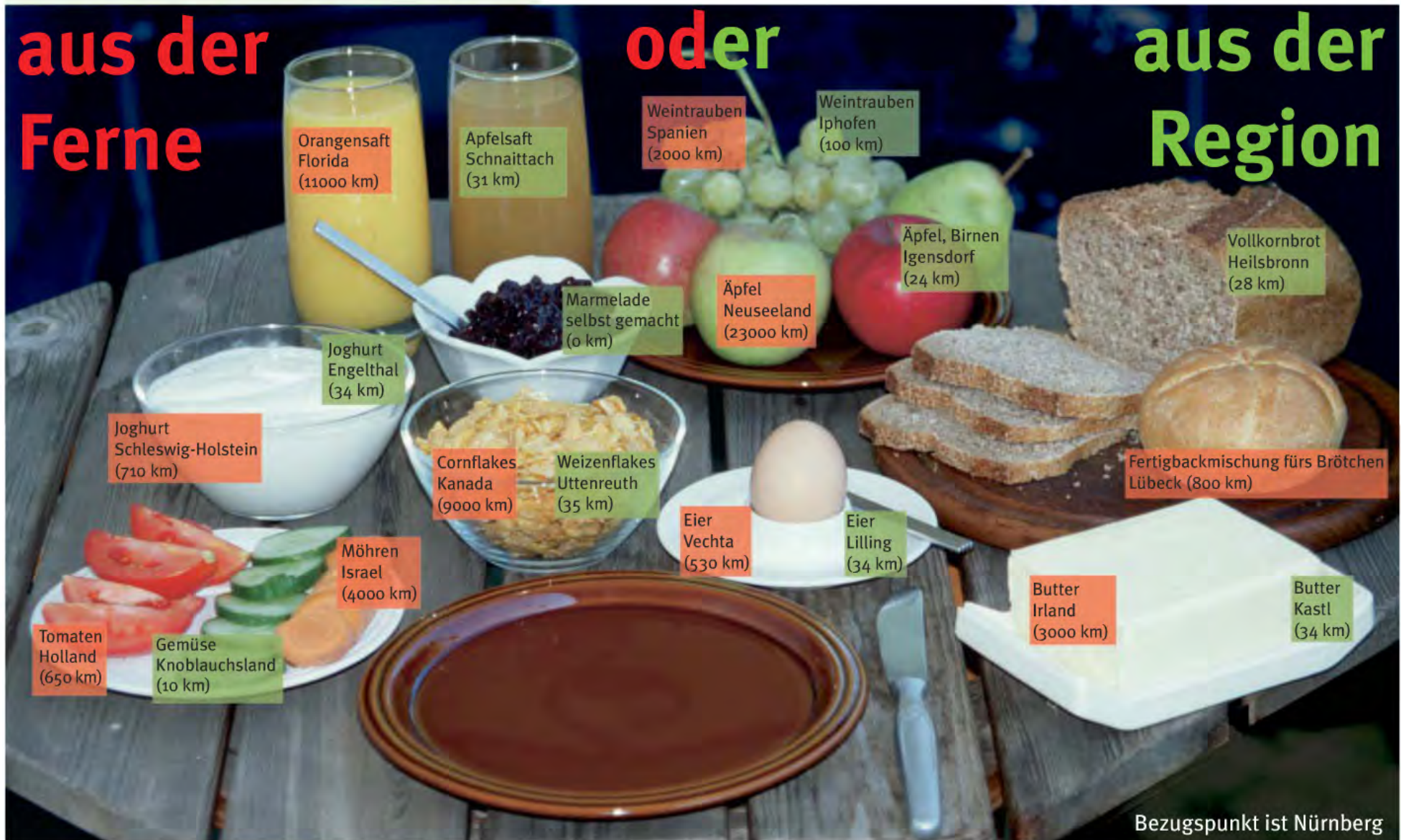
Für einen Becher Erdbeeryoghurt machen alle Bestandteile zusammen eine 7.695 km lange Rundreise durch Europa: Die Erdbeeren kommen z.B. aus Polen, die Folie für den Becher aus Frankreich, der Karton von einem norddeutschen Hersteller ...

# Frühstück

aus der  
Ferne

oder

aus der  
Region



Das Verkehrsaufkommen für Gütertransporte auf der Straße hat sich in

Kiwis oder Äpfel aus Neuseeland brauchen 23.000 km bis sie bei

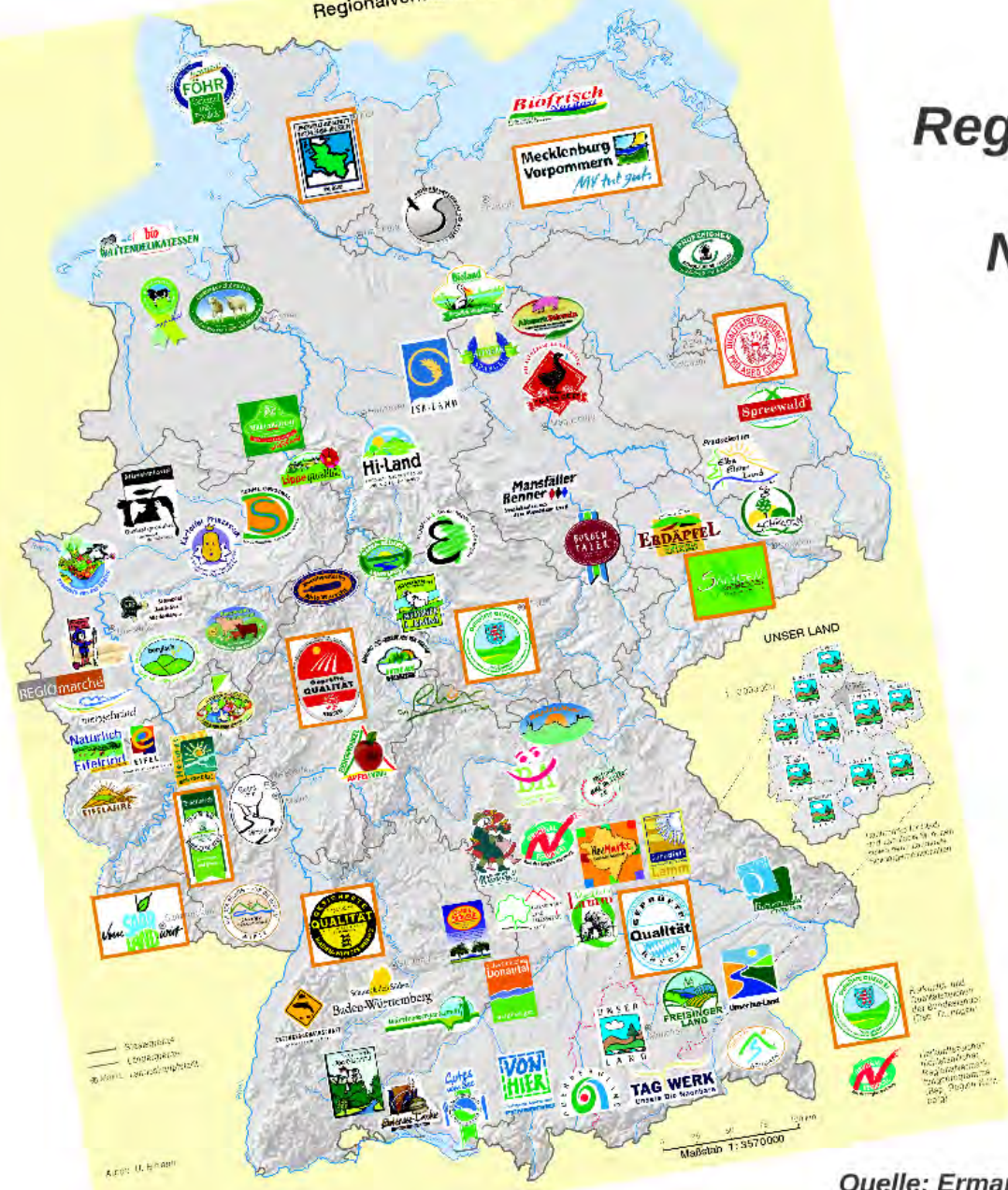


Der **Bund Naturschutz** setzt sich für die regionale Kreislaufwirtschaft ein, weil sie

- Arbeitsplätze vor Ort sichert und neu schafft
- Transportwege verkürzt und damit Lärm und Abgase verringert
- die regionale Wertschöpfung erhält
- eine Perspektive für den ländlichen Raum bietet
- ein Gegengewicht zur Globalisierung der Wirtschaft ist.

Der **Bund Naturschutz** ist sich mit Wirtschaftsexperten einig, dass der Anteil der regionalen Kreislaufwirtschaft bei konsequenter Regionalförderung auf mindestens 25% erhöht werden kann, und hat sich dies zum Ziel gesetzt.

Regionalvermarktungsprogramme für Lebensmittel 2005



## Ausgewählte Regionalvermarktungsprogramme für Nahrungsmittel in Deutschland

Quelle: Ermann (2006)  
[Geographische Rundschau  
12/2006]

Ausgewählte  
Regionalvermarktungsprogramme  
für Nahrungsmittel  
in Deutschland



Zusätzliche für Sie sind  
auch im Internet-Museum  
sowie in den zentralen  
Bio-Infocentern erhältlich

Landesparade und  
Öko-Label sind  
Biosiegel der  
Bundesregierung  
(Bsp. Thüringen)

Herkunftsbezeichnungen  
für Bio-Produkte  
Regionalvermarktungs-  
programme  
(Bsp. Region Nürnberg)

# Aus der Region für die Region



**Aus der Region.  
Ährenwort.**

**Roggen und Weizen  
für unser Mehl  
stammen zu 100 %  
aus heimischem Anbau.**

**Der Beck**  
Ich schmeck' den Unterschied!

[www.der-beck.de](http://www.der-beck.de)

# HIER wächst der Weizen für unsere Bierspezialitäten



Wir favorisieren regionale Wirtschaftskreisläufe und beziehen daher Rohstoffe aus regionalen Anbau und beschränken unser Absatzgebiet auf einen Radius von 50 km.



**Kitzmann**  
unser Urdanger Bier seit 1712

[www.kitzmann.de](http://www.kitzmann.de)



«Ich produziere in der Region für die Region.»

Peter Hunkeler, Dierikon





*"Das Gute  
Liegt so nah!"*

*Ein gutes Stück  
Heimat*  
*Wegrunn ist Heimat*

Frische  
**VOLLMILCH**  
garantiert aus  
**Bayerischer  
Bauernmilch**  
LÄNGER HALTBAR



*echt, weil...*  
von bayerischen Kühen  
von bayerischen Bauern  
von bayerischen Molkereien

**3,8% Fett**



[www.ein-gutes-stueck-heimat.de](http://www.ein-gutes-stueck-heimat.de)

Lidl lohnt sich.



[Fussabdruck](#) [Produkte](#) [Bauern und Regionen](#) [Grundwerte](#) [Wissenswertes](#) [Multimedia](#) [Schule](#) [Kontakt](#)



# Jetzt heißt's: App zum Ursprung.

So weit muss Bio gehen.



**URSPRUNG DES PRODUKTS**

PRODUKT AUSWAHLEN

CHARGENCODE  **>> SENDEN**



**DER ÖKOLOGISCHE FUSSABDRUCK**

Wie nachhaltig sind Ihre Produkte?

PRODUKT AUSWAHLEN  **>> PRÜFEN**



# OEKONSULT-Umfrage: Österreicher bevorzugen Lebensmittel aus der Region

Konsumenten: Klare Forderung nach umfassender Lebensmittel-Kennzeichnung



© BMLFUW/Rita Newman

"Was uns schmeckt, was wir gerne kaufen, was wir mit Genuss gerne essen, ist keineswegs beliebig. Auch die regionale Herkunft unserer Lebensmittel steht im Vertrauensindex ganz weit oben. Regionale Lebensmittel sind von hohem emotionalen Stellenwert, sie sind ein wesentlicher Faktor unseres Lebensgefühls. Dies ist ebenso ein ganz klares Ergebnis unserer Untersuchung, wie die eindeutige Forderung nach klarer Kennzeichnung. Dies betrifft sowohl die Herkunft als auch den Inhalt von Lebensmitteln. Für die Konsumenten ist klar: Das, was drin ist und das, was draufsteht sowie das, was kommuniziert wird, muss völlig übereinstimmen", fasst **OEKONSULT-Chef Joshi Schillhab** die Ergebnisse der österreichweiten repräsentativen persönlichen Befragung unter 1213 Personen zusammen.

**Regionalität von besonderer Bedeutung**

kommuniziert wird, muss völlig übereinstimmen", fasst **OEKONSULT-Chef Joshi Schillhab** die Ergebnisse der österreichweiten repräsentativen persönlichen Befragung unter 1213 Personen zusammen.

## **Regionalität von besonderer Bedeutung**

84% der Befragten sagen, sie würden eine "regionale österreichische Herkunft der angebotenen Waren" beim Lebensmitteleinkauf besonders ansprechend finden. 39% unter diesen betonen dies sogar mit größtem Nachdruck. Nur 2% meinen, österreichische regionale Herkunftsnachweise bei Lebensmitteln würde sie nicht im Geringsten beeindrucken.

## **Wofür steht Regionalität?**

Sie steht für Frische (Rang 1), Echtheit (Platz 2) und Ursprünglichkeit (3. Stelle). Schillhab: "Die außerordentlich hohe Emotionalität ist daran ablesbar, dass Heimat und Vertrauen ebenso im Vordergrund der Assoziationen zu finden sind. Genau in diesem Umfeld findet ebenfalls sich die hohe Qualität österreichischer regionaler Lebensmittel. Regionalität bietet auch Schutz vor den Folgen vieler Lebensmittelskandale (EHEC-Keime, chinesische TK-Erdbeeren etc.). 86% der Befragten meinen, es sei besser für sie, Lebensmittel aus regionaler Herkunft zu beziehen. Unter ihnen sind es 43%, die sich in ihrer Auffassung ganz besonders bestätigt fühlen. Lediglich 4% wollen aus diesen und ähnlichen Vorfällen keine Schlüsse für das eigene Einkaufs- und Ernährungsverhalten ziehen.

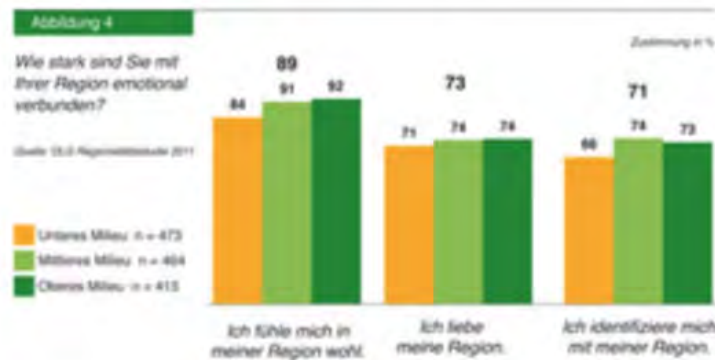
## **Kennzeichnung: Deutliche Forderungen**

In Sachen Kennzeichnung zeigen die Befragten wenig Toleranz. Als wirklich österreichisch wollen sie nur solche Lebensmittel anerkennen, bei denen alle Inhaltsstoffe ausschließlich aus heimischer Provenienz stammen und wo dies auch in der Produktbeschreibung in hinreichender Klarheit

## Neue DLG-Studie: Regionalität aus Verbrauchersicht

### Ergebnisse:

- „Regionalität“ ist für viele Deutsche das Thema Nr. 1 und wird Deutschland noch mindestens 10 bis 15 Jahre begleiten. Es bedient das gestiegene Bedürfnis nach Erdung, Authentizität und Qualität.
- Deutsche fühlen sich in ihrer jeweiligen Region zum überwiegenden Teil wohl, lieben und identifizieren sich sogar in einem großen Maße mit ihr.
- Das Thema „Regionalität“ ist in den verschiedenen Regionen Deutschlands unterschiedlich fest verwurzelt und geprägt.
- 42 % der Deutschen stimmen folgender These zu: „Interesse an Produkten aus meiner Region bringt auch Produktinteresse an Produkten aus anderen Regionen mit sich.“
- Traditionsmarken repräsentieren aus Verbrauchersicht am stärksten das Thema „Regionalität“. Eigenmarken des Handels sind als „Regionalitäts-Botschafter“ noch nicht stark genug beim Verbraucher verankert.
- Regionalität bedarf aus Sicht des Verbrauchers Authentizität und ist außerdem hoch emotional besetzt. Die kommunikative Inszenierung durch Kommunikation und Packaging kann die Wahrnehmung des Themas entscheidend beeinflussen.



„Regionalität“ ist ein Thema, das von den Verbrauchern in den letzten fünf Jahren mit wachsendem Interesse verfolgt wird. 86 % der befragten Verbraucher haben von diesem Begriff gehört. Auch das Verständnis des Begriffs ist insgesamt sehr hoch, für 97 % bedeutet es „Produkte aus der Region“. Die Hälfte der Befragten



## PRESSEMITTEILUNG

### **Regionalität wird in der Gastronomie immer wichtiger**

Außerhausverzehr stabil / Regionale, traditionelle Küche bevorzugt

*(Wien, 1. Juli 2014) Immer mehr Gäste wollen wissen, woher die Produkte stammen. Das ergab eine kürzlich durchgeführte Motivanalyse der AMA. Das AMA-Gastrosiegel mit 1.300 Betrieben dient als verlässlicher Wegweiser für geprüfte Rohstoffherkunft.*

## Thesen:

(1) Regionalität funktioniert nur sehr bedingt als Alternative zu konventioneller Produktion, Vermarktung und Konsum, aber sehr gut innerhalb der dominierenden Strukturen und Logiken der Lebensmittelversorgung.

(2) "Echte" von "falscher" Regionalität lässt sich nur graduell unterscheiden.  
"Authentifizierung" und "Inszenierung" gehen ineinander über.

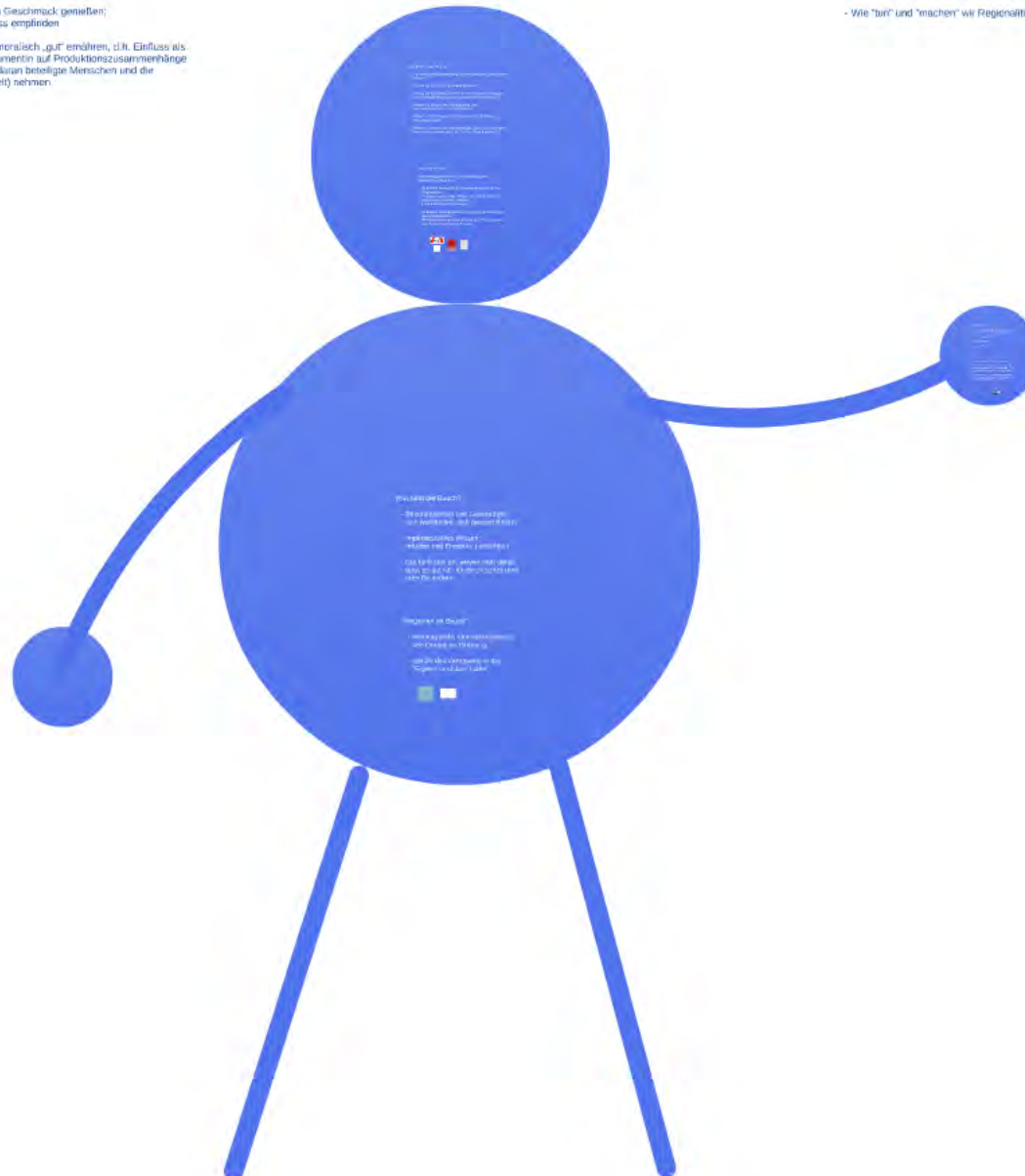
# "Gutes Essen": mit Bauch, Kopf und Hand

## Was ist „gutes Essen“?

- Dem Körper die notwendigen Nährstoffe zuführen
- Sich gesund fühlen, sich wohlfühlen
- Guten Geschmack genießen; Genuss empfinden
- Sich moralisch „gut“ ernähren, d.h. Einfluss als Konsumentin auf Produktionszusammenhänge (und daran beteiligte Menschen und die Umwelt) nehmen

## Wie äußert sich dabei Regionalität?

- Wie fühlen wir die Regionalität von Lebensmitteln?
- Was denken / sagen wir über die Regionalität?
- Wie "tun" und "machen" wir Regionalität?



Regionalität funktioniert nur sehr  
als Alternative zu konventioneller  
ion. Vermarktung und Konsum.



# Was ist „gutes Essen“?

- Dem Körper die notwendigen Nährstoffe zuführen
- Sich gesund fühlen, sich wohlfühlen
- Guten Geschmack genießen;  
Genuss empfinden
- Sich moralisch „gut“ ernähren, d.h. Einfluss als KonsumentIn auf Produktionszusammenhänge (und daran beteiligte Menschen und die Umwelt) nehmen

# Was fühlt der Bauch?

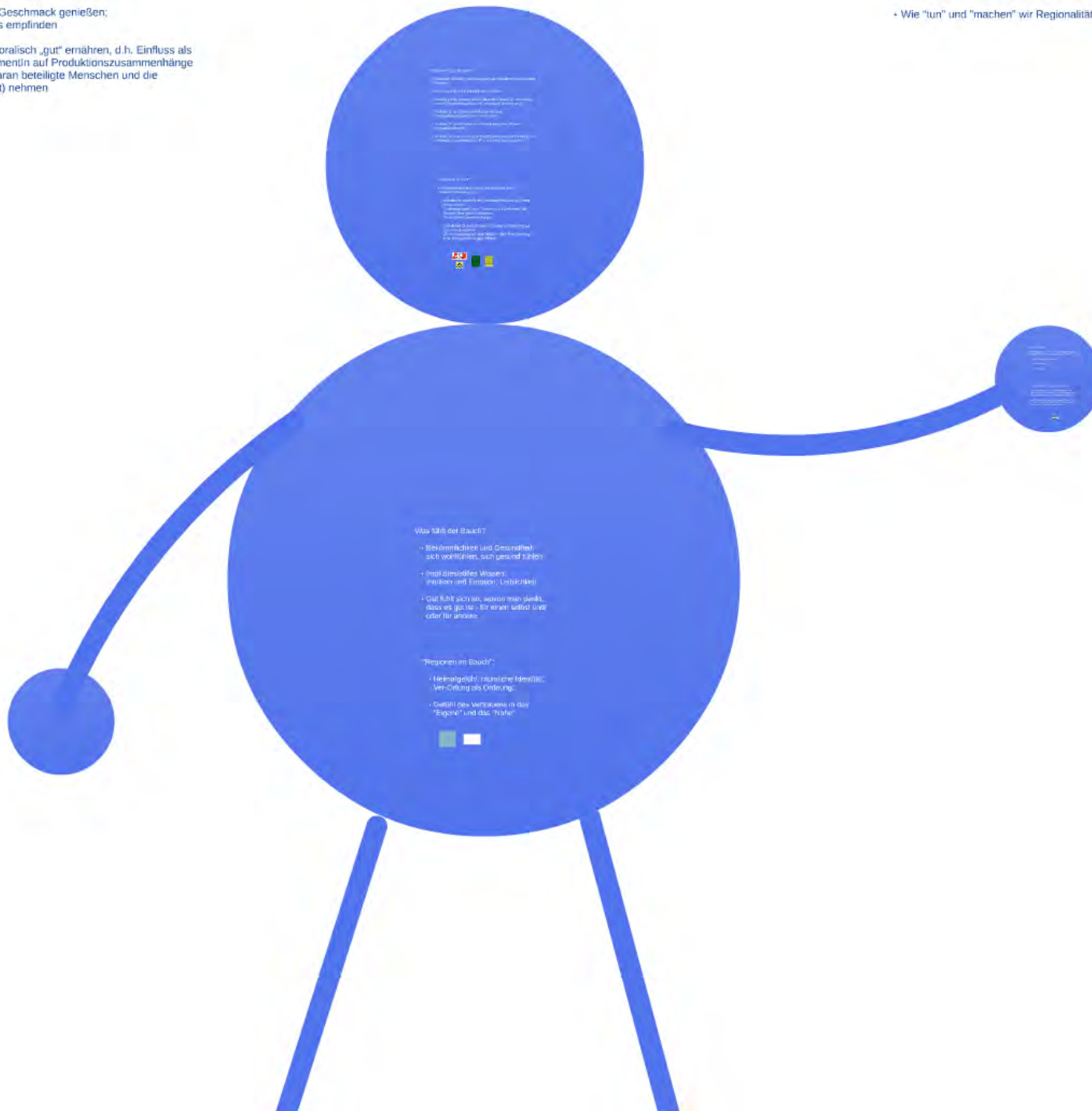
- Bekömmlichkeit und Gesundheit; sich wohlfühlen, sich gesund fühlen;
- Implizites/stilles Wissen: Intuition und Emotion; Leiblichkeit
- Gut fühlt sich an, wovon man denkt, dass es gut ist - für einen selbst und/oder für andere.

### Was ist „gutes Essen“?

- Dem Körper die notwendigen Nährstoffe zuführen
- Sich gesund fühlen, sich wohlfühlen
- Guten Geschmack genießen; Genuss empfinden
- Sich moralisch „gut“ ernähren, d.h. Einfluss als KonsumentIn auf Produktionszusammenhänge (und daran beteiligte Menschen und die Umwelt) nehmen

### Wie äußert sich dabei Regionalität?

- Wie fühlen wir die Regionalität von Lebensmitteln?
- Was denken / sagen wir über die Regionalität?
- Wie "tun" und "machen" wir Regionalität?



## Was denkt / sagt der Kopf?

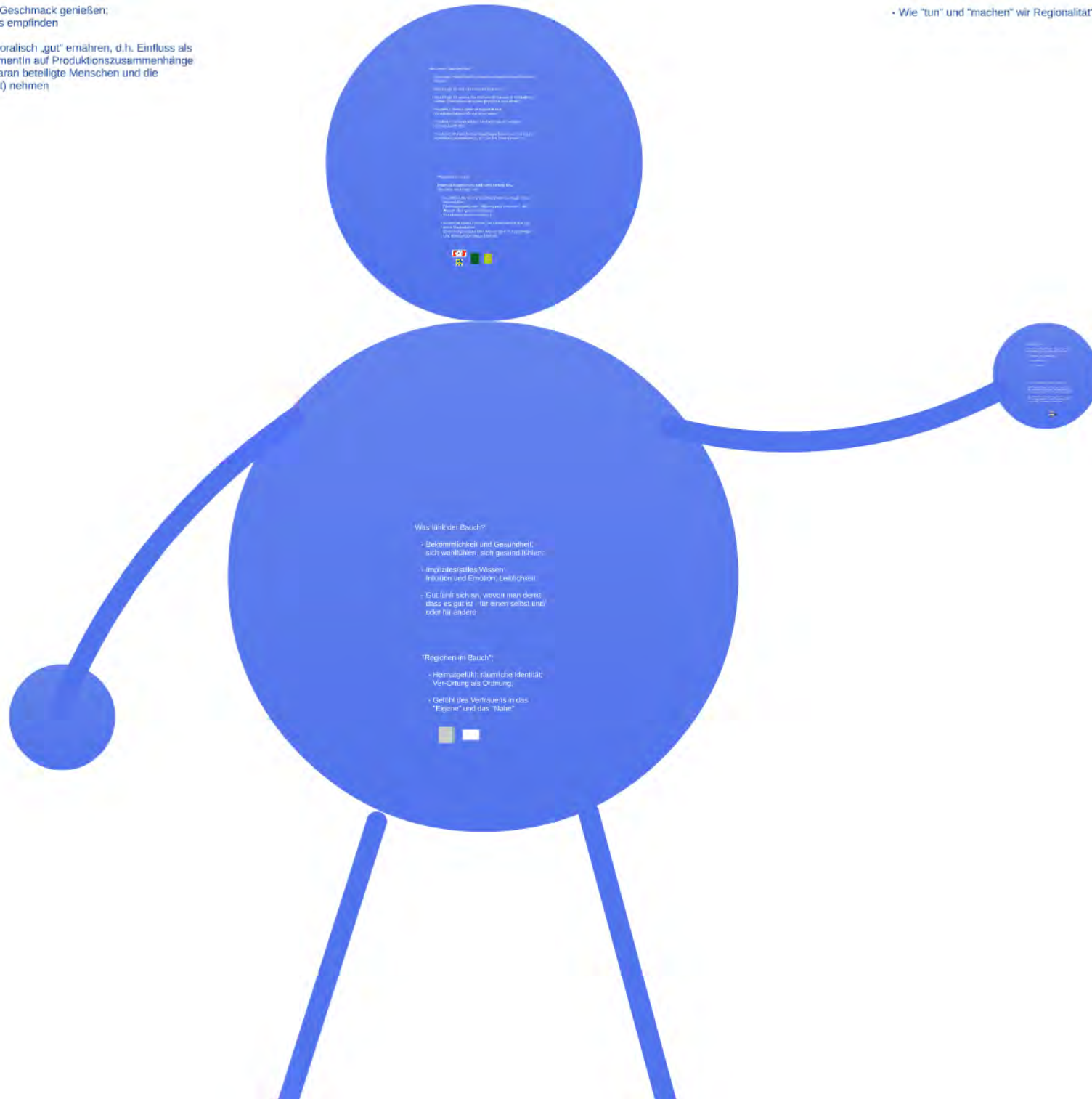
- Rationale Urteilsfähigkeit aufgrund von explizitem, kodifiziertem Wissen:
- Was ist gut für mich (individueller Nutzen)?
- Was ist gut für andere, die mit meinem Konsum in Verbindung stehen (Produktionsstrukturen, physische Umwelt etc.)?
- Problem 1: Beschränkte Verfügbarkeit und Verarbeitungskapazität von Information;
- Problem 2: Unsicherheit und Veränderung von Wissen (Scheinobjektivität)
- Problem 3: Moralische Grundsatzfragen lassen sich nicht durch Information beantworten (z. B. "Darf ich Fleisch essen?").

zuföhren

- Sich gesund fühlen, sich wohlföhlen
- Guten Geschmack genießen;  
Genuss empfinden
- Sich moralisch „gut“ ernähren, d.h. Einfluss als KonsumentIn auf Produktionszusammenhänge (und daran beteiligte Menschen und die Umwelt) nehmen

Lebensmitteln?

- Was denken / sagen wir über die Regionalität?
- Wie "tun" und "machen" wir Regionalität?



## Was tut die Hand?

Die Hand stützt sich in ihrem Tun auf explizites wie auf implizites Wissen bei alltäglichen Praktiken

- des Einkaufens und Essens,
- der Vermarktung,
- der Produktion.

## Wie äußert sich dabei Regionalität?

- Wie fühlen wir die Regionalität von Lebensmitteln?
- Was denken / sagen wir über die Regionalität?
- Wie "tun" und "machen" wir Regionalität?

# "Regionen im Bauch":

- Heimatgefühl; räumliche Identität; Ver-Ortung als Ordnung;
- Gefühl des Vertrauens in das "Eigene" und das "Nahe"





[www.loewenbraeu.de](http://www.loewenbraeu.de)

Löwenbräu. Ein Bier wie Bayern.



LÖWENBRAU

Printed in Germany



QUALITÄT IST UNSERE NATUR



"Regionen im Kopf":

Informationsgewinnung und -verarbeitung bzw.

"Bewusst-Machung" von:

- räumlicher Herkunft von Lebensmitteln und ggf. deren Vorprodukten  
("Adressangabe" oder "Wissen, wo's herkommt" als Wissen über Qualität und/oder Produktionszusammenhänge)
- räumlicher Distanz (Nähe) von Lebensmitteln und ggf. deren Vorprodukten  
(Entfernungsangabe oder Wissen über Transportwege bzw. transportabhängige Effekte)



# Rindsgulasch Fleisch

geschnitten



ALPENHOF

HERKUNFT \*)  
**GARANTIERT**  
AUS ÖSTERREICH

Regeln der guten Küchenhygiene beachten: Rohes Fleisch gekühlt lagern, nicht mit anderen Lebensmitteln in Kontakt bringen. Tropfsaft sorgfältig entsorgen. Geschirr und Hände gründlich reinigen.

Durchschnittliche Nährwerte			
	Pro 100 g	Pro Portion (150 g)	% GDA* (150 g)
Brennwert	549 kJ 126 kcal	809 kJ 190 kcal	10 % 10 %
Eiweiss	20,2 g	30,3 g	61 %
Kohlenhydrate davon Zucker	0,0 g 0,0 g	0,0 g 0,0 g	0 % 0 %
Fett davon gesättigte Fettsäuren	5,3 g 2,3 g	8,0 g 3,5 g	11 % 17 %
Ballaststoffe	0,0 g	0,0 g	0 %
Natrium	0,05 g	0,08 g	3 %

\*GDA (Guideline Daily Amount) = Richtwert für die Tageszufuhr, basierend auf einer Ernährung von täglich 2000 kcal (Quelle: CIAA).

frisch  
fleisch

SB-Frischfleisch GmbH  
A-9524 Villach,  
Reitschulgasse 10,  
www.frischfleisch.at  
Info Tel. 0676 / 88 33 44 66



Herkunft: Österreich  
Tiere der Gruppe geschlachtet in:  
Österreich 61891, 20259, 31072  
Chargennummer:

2470

Fleisch der Partie zerlegt in:  
Österreich 61891, 20244

Euro/kg    Nettofüllgewicht:    Preis/Euro:    gekühlt lagern bei +2°C bis +4°C, zu verbrauchen bis:

**9,98**    **0,486kg**    **4,85€**    **25.03.2014**



FLEISCH  
SCOUT

FLEISCHSCOUT - wissen, wo's herkommt: Alle Infos auf einen Klick (\*Herkunft der Tiere sowie Herstellungsdatum des Produktes, Verwendung und Zubereitungstipps). Dieses Service von Hofer und SB Frischfleisch GmbH ist kostenlos! So funktioniert's: 1. App auf Ihr Handy laden (z.B. QR- oder Barcode-Reader) und das Codefeld mit Ihrem Smartphone scannen oder 2. direkt unter www.frischfleisch.at in der Rubrik „FLEISCHSCOUT“ die auf dem Etikett eingetragene Chargennummer im Herkunftsfield eingeben. Von dort können Sie leicht und übersichtlich von Info zu Info navigieren.  
\*Aus Datenschutzgründen werden die Namen der Lieferanten nicht veröffentlicht, obwohl bekannt.



1071 2147

# Steirische LANDHENDL KEULEN

aus biologischer Freilandhaltung

HANDELSKLASSE A



AT-BIO-301 Österreichische Landwirtschaft



Laut VO (EG) 834/2007 ohne Gentechnik hergestellt



	Durchschnittliche Nährwerte		
	Pro 100 g	Pro Portion (150 g)	% GDA*
Brennwert	821 kJ / 197 kcal	1232 kJ / 295 kcal	15 %
Eiweiß	17,3 g	26,0 g	52 %
Kohlenhydrate	0,1 g	0,2 g	<1 %
davon Zucker	0,0 g	0,0 g	0 %
Fett	14,2 g	21,3 g	30 %
davon gesättigte Fettsäuren	4,2 g	6,3 g	32 %
Ballaststoffe	0,0 g	0,0 g	0 %
Natrium	0,0 g	0,0 g	0 %

\*GDA (Guideline Daily Amount) = Richtwert für die Tageszufuhr basierend auf einer Ernährung von täglich 2000 kcal (Quelle: FoodDrinkEurope)

**NACHHALTIG** CO<sub>2</sub> ► 42,0% weniger CO<sub>2</sub>  
 ► 10,0% weniger Wasser  
**BESSER** ► 59% mehr Naturvielfalt  
 ► ist mehr Biodiversität  
 als herkömmliche Hühnerkeulen  
[www.zurueckzumursprung.at](http://www.zurueckzumursprung.at)

Rohes Geflügelfleisch vor dem Verzehr vollständig durchgaren (bei mind. 75°C).

Exklusiv bei Hofer KG  
Abgepackt von: Herbert Lugitsch und Söhne Ges.mBH, Gniebing 52, A-8330 Feldbach

ZETTEL WERNER  
A-8294 Mitterberg 9  
unter Schutzatmosphäre verpackt frisch  
Verbrauchen bis: **23.03.2014**  
Lagertemperatur: 0°C bis +4°C

Nettogewicht: **0,574kg**  
Grundpreis: **12,99 €**  
Preis: **7,46 €**

Chargen Nr.: **00109073Lk**



## "Regionen Machen" / "Doing Regionalität"

Durch die Herstellung von Verknüpfungen von Produkten und Räumen bei der Vermarktung von Regionalprodukten werden Regionen produziert.

Durch Produktion, Vermarktung und Konsum von "Regionalprodukten" werden Vorstellungen von "Regionalität" generiert und verändert.





Karpfenland Aischgrund









**STEIRISCHES VULKANLAND**







Herkunft - Steiraöl - Echtes Steirisches Kürbiskernöl

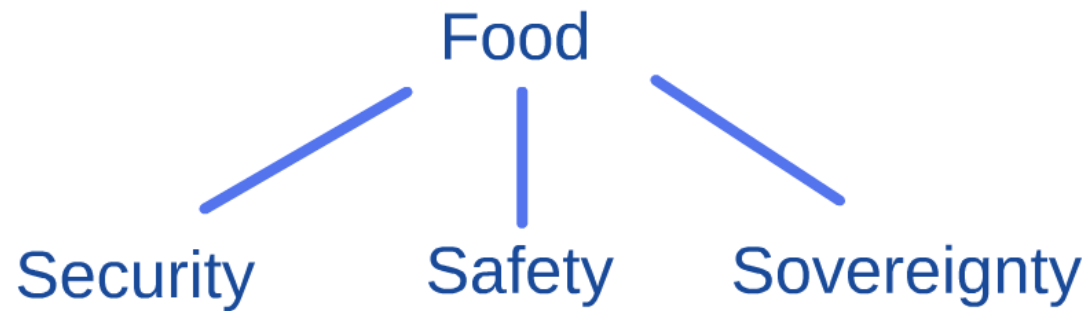
Food

Security

Safety

Sovereignty

durch Regionalität?



durch Regionalität?

Selbstversorgung,  
Autarkie

Rückverfolgbarkeit,  
Herkunftskontrolle

Verfügungsrechte  
(Selbstbestimmung,  
Zugang, Eigentum)

Raum



Wissen



Macht



Maßstabsebene?

Explizites, implizites,  
praktisches Wissen?

(Welches) Subjekt oder  
(welches) Kollektiv?

# Regionalität: "Wissen, wo's herkommt"?

Lösung 1: Region als abgegrenzte Fläche / Territorium

Lösung 2: Regionalität als räumliche Nähe (geringe Distanz)

Lösung 3: Regionalität als ökonomische Nähe (geringe [soziale / externe] Kosten)

Lösung 4: Regionalität als soziale Nähe (Vertrauen, Vertrautheit)

Lösung 5: Regionalität als Verknüpfung von Herkunft und Nähe einerseits mit Qualität und Produktionszusammenhängen andererseits

Lösung 6: Regionalität als Gegenmodell zur globalisierten Wirtschaftswelt (Gegenmodell zu industrialisierter Land- und Ernährungswirtschaft und Welthandel)

[www.bewusstkaufen.at](http://www.bewusstkaufen.at)

Lebensministerium & Partner

regionale  
qualität.

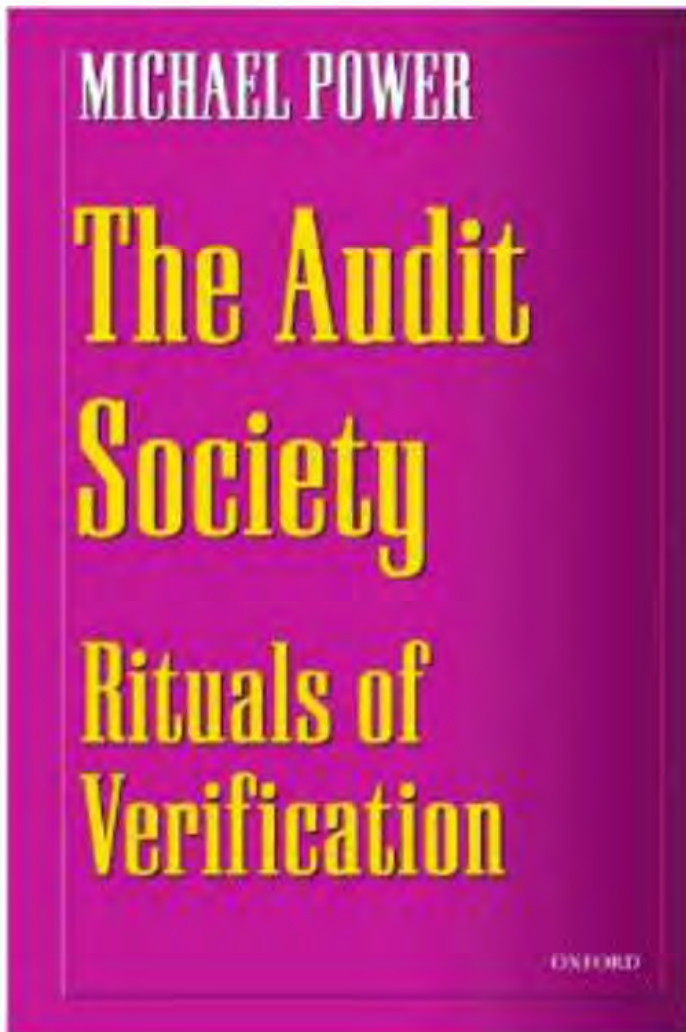


Regionale Lebensmittel im Sinne der Initiative „Bewusst kaufen“ stellen Produkte aus bestimmten Regionen Österreichs dar und werden überwiegend in einer bestimmten Region angebaut, geerntet und auch dort bis hin zum fertigen Produkt verarbeitet bzw. veredelt.

Damit diese Lebensmittel als regionale Produkte für KonsumentInnen erkennbar sind, muss im Rahmen der Initiative „Bewusst kaufen“ bzw. während der „Nachhaltigen Wochen“ die Region am Produkt selbst, in den Flugblättern der Handelsketten oder in den Einkaufsstätten als klarer Hinweis ersichtlich sein. Zusätzlich zu dieser Herkunftsbezeichnung müssen die Produkte auch eine Mindestqualität aufweisen (z. B. AMA-Gütesiegel, geschützte Ursprungsbezeichnung, Gütezeichen Gentechnikfrei, integrierte Produktion, Tierschutz geprüft Label, etc.).

Bei bestimmten Produktgruppen kann der Begriff „regional“ auf ganz Österreich ausgedehnt werden, weil eine rein regionale Versorgung nicht möglich wäre (z.B. Getreideversorgung in Tirol).

# Welches Wissen?



Explizit-Machen von (implizitem bzw. nicht-kodifiziertem) Wissen führt zu:

- Abstraktion des Produkts und Entkopplung aus seinem sozialen Kontext;
- Standardisierung der Produktionsprozesse und Umwandlung zu kalkulierbaren marktfähigen Prozessen mit hohem Technologieeinsatz;
- Zielkonflikten mit der Ernährungssouveränität im Sinn einer naturnahen, überschaubaren und technologiearmen Lebensmittelversorgung.

## Schlussfolgerungen:

Lebensmittelversorgung und -sicherheit durch Regionalität, die zugleich Ziele der Ernährungssouveränität erfüllt, erfordert ein Umdenken hinsichtlich der Wissensgenerierung und -vermittlung:

Es geht nicht darum, Wissen explizit zu machen, sondern im Gegenteil, die Bildung impliziten Wissens zu fördern und praktisches Wissen zu erlernen.

Essen und seine Entstehung und Herkunft müssen erlebbar und spürbar und kost-bar sein

# Ansätze / Konzepte:

"Follow the Food":



followthethings.com  
another kind of shopping

'Like IMDB for everything'  
Adalia Davis, July 2013

Browse our departments: Grocery | Fashion | Electrical | Health & Beauty | Sport | G

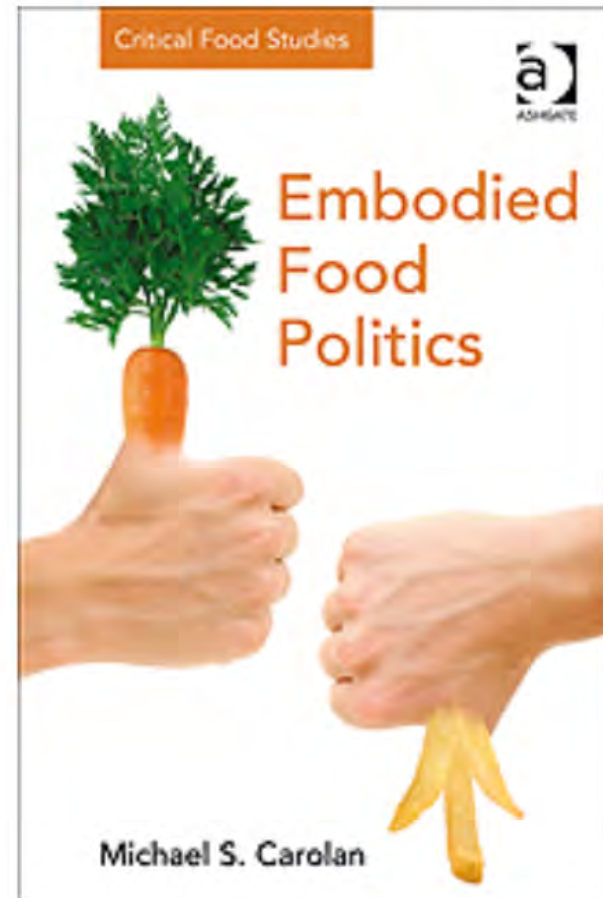
Factory living | Farm living | Cafe living | Shop living

find hidden relations

**Follow it yourself! ftt**  
Learn from the experts how to create stories that stick

# make mischief

"Embodied knowlege"



# "Follow the Food":

"E



'Like IMDB for everything'  
Adalia Davis, July 2013

Browse our departments: Grocery | Fashion | Electrical | Health & Beauty | Sport | G



Factory living



Farm living



Cafe living



Shop living

🍏 find  
hidden  
relations

**Follow it yourself! ftt**

Learn from the experts how  
to create stories that stick

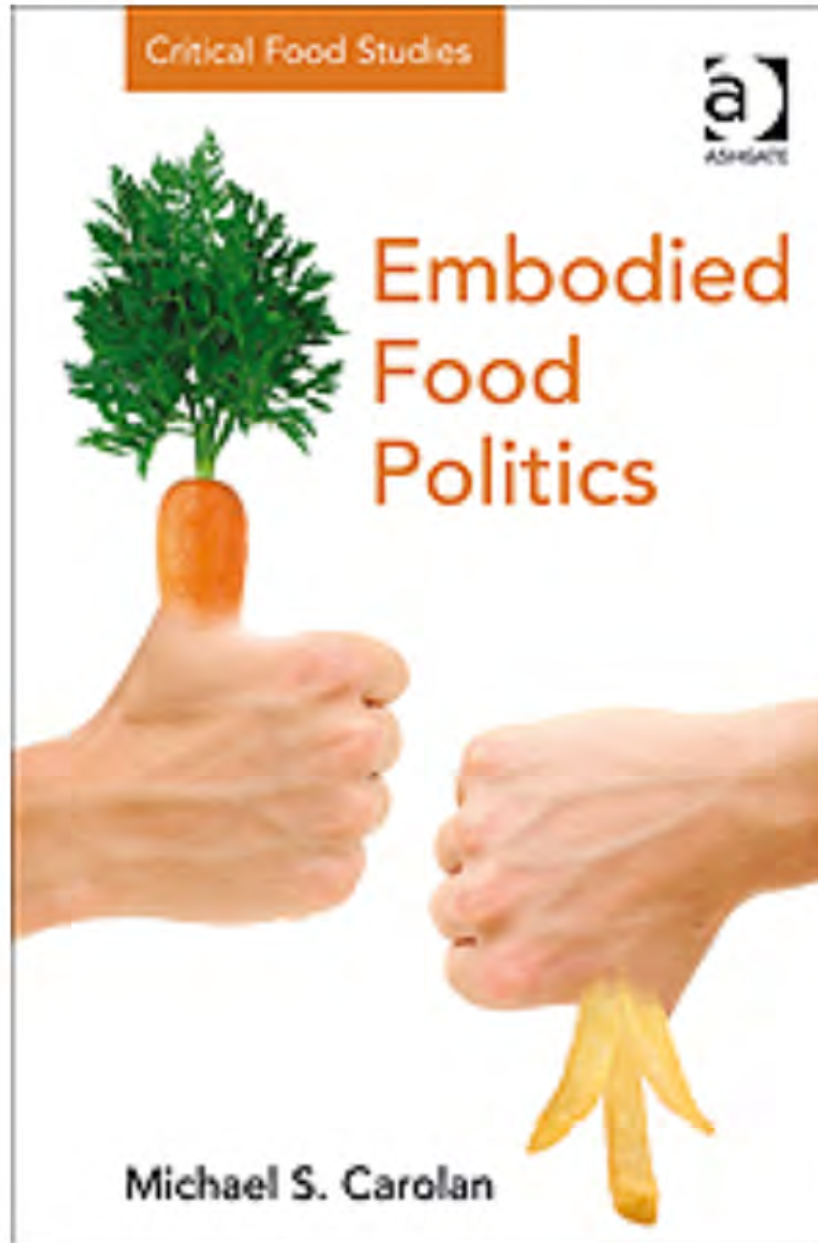


≠ make  
mischief

# Food": "Embodied knowledge"

everything'  
Madeline Davis, July 2013

Beauty | Sport | G



Wissens zu fördern und praktisches Wissen zu erlernen.

Essen und seine Entstehung und Herkunft müssen erlebbar und spürbar und kost-bar sein.

Der Mensch wird dabei nicht - wie bei der Explizit-Machung von Wissen - als Unsicherheitsfaktor angesehen, sondern ist unverzichtbarer Träger des Wissens.

Regionalität kann dabei eine wichtige vermittelnde Rolle zur Produktion von Wissen und Praktiken spielen, hat aber keinen eigenen - unabhängigen - Wert.



**Regionen im Bauch –  
Regionen im Kopf:**

Essen, Wissen und die  
Moral der Regionalität

*Ulrich Ermann  
Universität Graz*