

## **Literatur zum Artikel „Zum Umgang mit Region und Regionalität – Niedersächsische Regionalvermarktungsinitiativen im Vergleich“ von Lisa Herrmann**

Biosphärenreservat Drömling (2023): *Unsere Regionalmarken im Drömling. Nachhaltigkeit und Regionalität*. 2. Auflage (09). Online verfügbar unter [www.biosphaerenreservat-droemling.de/datei/anzeigen/id/7939,1129/2023\\_09\\_gruenundgestalten\\_broschuere\\_regionalmarke.pdf](http://www.biosphaerenreservat-droemling.de/datei/anzeigen/id/7939,1129/2023_09_gruenundgestalten_broschuere_regionalmarke.pdf) (letzter Zugriff 28.02.2024).

Biosphärenreservat Drömling (o.D.): *Im Kreislauf des Drömlings. Biosphärenreservat etabliert Regionalmarken*. Online verfügbar unter [www.biosphaerenreservat-droemling.de/de/regionalmarken.html](http://www.biosphaerenreservat-droemling.de/de/regionalmarken.html) (letzter Zugriff 27.11.2023).

Callunaburg GmbH (2023): *Heidjerie. Regionale Produkte aus der Lüneburger Heide*. Online verfügbar unter [www.heidjerie-shop.de/pages/heidjerie](http://www.heidjerie-shop.de/pages/heidjerie) (letzter Zugriff 27.11.2023).

Harzer Tourismusverband e.V. (o.D.a): *Typisch Harz. Antrag auf Zertifizierung / Nutzung der Regionalmarke „Typisch Harz“*. Online verfügbar unter [www.harzinfo.de/fileadmin/PDF/TH/Typisch\\_Harz\\_-\\_Antrag\\_inkl\\_Anlagen.pdf](http://www.harzinfo.de/fileadmin/PDF/TH/Typisch_Harz_-_Antrag_inkl_Anlagen.pdf) (letzter Zugriff 28.11.2023).

Harzer Tourismusverband e.V. (o.D.b): *Typisch Harz. Ausgezeichnet regional!* Online verfügbar unter [www.harzinfo.de/erlebnisse/regionalmarke-typisch-harz](http://www.harzinfo.de/erlebnisse/regionalmarke-typisch-harz) (letzter Zugriff 27.11.2023).

Heinze, K.; Xouridas, S.; Gebhardt, B.; Becker, T. (2014): *Verbraucherpräferenzen gegenüber regionalen Produkten. Ein Vergleich von West- und Ostdeutschland*. In: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (Hg.): *Berichte über Landwirtschaft. Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft*, 92 (1), S. 1–32.

Hi-Land e.V. (2019): *Hi-Land. Produkte aus der Region und aus fairem Handel*. Online verfügbar unter [www.hi-land.de](http://www.hi-land.de) (letzter Zugriff 27.11.2023).

ISE-Land Vermarktungsgemeinschaft Südheide genießen! e.V. (o.D.): *Südheide genießen! Regionalbewegung in der Südheide*. Online verfügbar unter [www.suedheide-genuessen.de](http://www.suedheide-genuessen.de) (letzter Zugriff 27.11.2023).

Kögl, H.; Fiedler, L. (2011): *Welchen Beitrag leisten regionale Lebensmittel zur Wertschöpfung?* In: P. Maier und H. Kögl (Hg.): *Umweltgerechte Nutzung und nachhaltige Entwicklung des ländlichen Raumes. Workshop zum Abschluss des Arbeitsplanes 2008-2010 im Rahmen der Universitätspartnerschaften mit osteuropäischen Ländern (Forschungsberichte der Professur für Landwirtschaftliche Betriebslehre und Management)*, S. 17–35.

ML; ZEHN (2021): *Unser Rezept für die Zukunft! Niedersachsens Ernährungsstrategie*. 2. Aufl. Hg. v. Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Zentrum für Ernährung und Hauswirtschaft Niedersachsen. Hannover.

Naturküste GmbH (2023): *Naturküste. Qualität aus meiner Region*. Online verfügbar unter [www.naturkueste.de](http://www.naturkueste.de) (letzter Zugriff 27.11.2023).

Region Leinebergland e.V. (o.D.): *Das neue Gütesiegel der Region. Regionalmarke „Leinebergland pur“*. Online verfügbar unter <https://leinebergland-tourismus.de/de/p/regionalmarke-leinebergland-pur-/54539979> (letzter Zugriff 27.11.2023).

Regionaler Erzeugerverband Südniedersachsen e.V. (2023): *Kostbares Südniedersachsen*. Online verfügbar unter <https://kostbares-suedniedersachsen.de> (letzter Zugriff 27.11.2023).

Schade, G.; Liedtke, D. (2000): *Probleme der Regionalvermarktung im Berliner Umland*. In: Dachverband Agrarforschung (Hg.): *Regionale Vermarktungssysteme in der Land-, Ernährungs- und Forstwirtschaft. Chancen, Probleme und Bewertung*, Bd. 30. Frankfurt am Main: DLG-Verlag (Schriftenreihe agrarspectrum), S. 94–104.

Schütz, K.; Vogt, L.; Mergenthaler, M. (2019): *Regionale Lebensmittel zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Verbrauchererwartungen, Begriffs- und Qualitätsverständnisse regionaler Vermarktungsinitiativen und verbraucherpolitische Implikationen*. Working Paper. Kompetenzzentrum Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf (11).

Solling-Vogler-Region im Weserbergland e.V. (o.D.): *Das ist Echt!* Online verfügbar unter [www.solling-vogler-region.de/de/p/das-ist-echt-/45557453/](http://www.solling-vogler-region.de/de/p/das-ist-echt-/45557453/) (zuletzt geprüft am 27.11.2023).

Verbraucherzentrale (2023): *Regionale Lebensmittel. Nicht immer aus der Region*. Online verfügbar unter [www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/kennzeichnung-und-inhaltsstoffe/regionale-lebensmittel-nicht-immer-aus-der-region-11403](http://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/kennzeichnung-und-inhaltsstoffe/regionale-lebensmittel-nicht-immer-aus-der-region-11403) (zuletzt geprüft am 30.11.2023).

Vereinigung Norddeutscher Direktvermarkter e.V. (o.D.): [Website der Norddeutschen Direktvermarkter]. Online verfügbar unter [www.norddeutschedirektvermarkter.de/vnoddirektvermarktung](http://www.norddeutschedirektvermarkter.de/vnoddirektvermarktung) (zuletzt geprüft am 27.11.2023).

Wirz, A. (o.D.): *Sächsische Lebensmittel regional vermarkten. Eine Bedarfs-, Potenzial- und Machbarkeitsstudie*. Abschlussbericht. Forschungsinstitut für biologischen Landbau. Frankfurt am Main.

Wirz, A.; Klingmann, P. (2012): *Abschlussbericht. Entwicklung von Kriterien für ein bundesweites Regionalsiegel. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz*. Forschungsinstitut für biologischen Landbau, MGH Gutes aus Hessen. Frankfurt am Main.