

Land *InForm*

Magazin für Ländliche Räume

Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft als Chance für ländliche Räume



Aktiv für den Klimaschutz
Maßgerechte Kalkulation statt Einheitsprämie
Regionale Ansätze für die Innenentwicklung

Inhalt

Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft als Chance für ländliche Räume

Ob überregional, regional oder lokal, ob mit dem Ziel, den Lebensmittelabsatz, die Bioenergieerzeugung, die Holzvermarktung oder den Naturschutz zu verbessern: Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft sind vielfältig und weit verbreitet. Doch wie und aus welchen Gründen kommen Kooperationen eigentlich zustande? Welche Vorteile können sie bieten? Und welche Rahmenbedingungen beeinflussen den Erfolg eines Kooperationsprojektes? Diese und andere Fragen wollen wir im Fokusthema dieser Ausgabe beantworten – und anhand interessanter Projekte aus der Praxis veranschaulichen.



Weitere Themen



Bild: Dr. Klaus-Uwe Gerhardt / Pixelio

Aktiv für den Klimaschutz

Klimaschutz und die Förderung erneuerbarer Energien sind mittlerweile ein zentrales Thema für politische Entscheidungsträger. Die Leader-Region Mittlerer Schwarzwald im Südwesten Baden-Württembergs führt hierzu ein einzigartiges Leitprojekt durch: Auf der Basis lokaler erneuerbarer Energieressourcen wird ein regionales Energiesystem für den ländlichen Raum aufgebaut. **Seite 36**



Bild: Kurt Mische / Pixelio

Maßgerechte Kalkulation statt Einheitsprämie

Die Höhe der Förderprämien ist ein wichtiges Kriterium für die Akzeptanz von Maßnahmen zur Entwicklung des ländlichen Raumes. Die Berechnungsansätze variieren in den Mitgliedstaaten allerdings erheblich. Das Forschungsprojekt AGRIGRID hat jetzt die Grundlagen für eine harmonisierte Kalkulation von Prämien erarbeitet und hierfür eine Kalkulationssoftware entwickelt. Es beantwortet auch die Frage, wann gestaffelte Prämien – z.B. für Agrarumweltmaßnahmen – sinnvoll und effizient sind. **Seite 38**



Bild: Claudia Bley Bearbeitung: Graphodata AG

Für das Netzwerk

Inside	05	Neues aus der DVS
Web	06	Die DVS im Internet
Veranstaltungen	07	Wasserrahmenrichtlinie
	08	Evaluierung Regionaler Entwicklungsgruppen
	09	Landwirtschaftliche Qualitätserzeugnisse
	09	Diversifizierung

Im Fokus: Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft

Einführung	11	... als Chance für ländliche Räume
	12	Gemeinsam zu mehr Wettbewerbskraft
Rahmenbedingungen	14	Kette, Netzwerk, Marketing – aber wie?
Projekte	16	Cluster bündeln Kräfte und Know-how
	18	Regionalvermarktung in Arbeitsteilung
	20	Direktvermarkter trifft Supermarkt
	21	Spezialitäten aus dem Barnim und der Uckermark
	22	Genossenschaften – (bio)energiegeladen
	24	Mehr Schlagkraft für den Wald
	26	Umweltgenossenschaften – eine Chance für Naturschutz und Landwirtschaft
	28	Mit Straußen und Damwild zur regionalen Attraktion



Aus der Praxis

30	Mit dem Käsemobil erfolgreich eine Nische besetzt
32	Genusskultur erleben – Der LandWert Hof Stahlbrode
34	Attraktive Ortskerne statt Zersiedelung
36	Aktiv für den Klimaschutz

Perspektiven

Forschung und Bildung	38	Maßgerechte Kalkulation statt Einheitsprämie
	40	Evaluierung: Wettbewerbsfähigkeit des Agrarsektors
Politik und Gesellschaft	42	Die Wiederbelebung von Innenstädten und Ortskernen: Regionale Ansätze sind gefragt
	44	„Natürlich Rügen“ – Voller Energie
Partner und Experten	45	INTERREG IV B stärkt Kommunen und Regionen
	46	Rückenwind für Gründerinnen
	48	LAG & Fachhochschule: Gute Partner in der Regionalentwicklung
	49	Der Deutsche Landkreistag
Service	50	... angelesen
	51	... angekündigt
	52	Termine

Regionale Ansätze für die Innenentwicklung

Innenstädte und Ortskerne stärken – das haben sich viele Gemeinden auf die Fahnen geschrieben. Nicht ohne Grund, denn der Leerstand von Gebäuden wird sich ob des demografischen Wandels vielerorts noch verstärken. Bisher reduziert sich die Förderung entsprechender Aktivitäten auf lokale Projekte und Maßnahmen, doch sollte der regionale Ansatz stärker berücksichtigt werden. Warum, lesen Sie im Beitrag auf **Seite 42**



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Den kleinen, unabhängigen Gemischtwarenhändler um die Ecke gibt es schon lange nicht mehr. Heute konzentrieren die 10 größten Konzerne des Lebensmittelhandels in Deutschland mehr als 80% des Umsatzes auf sich. Diese dominante Marktposition hatte und hat Folgen: Effektiver zu produzieren, um die Kosten zu senken, ist eine Reaktion darauf. Allerdings waren BSE und die daraus folgende Vertrauenskrise in der Ernährungsindustrie auch eine Folge dieses „Sparansatzes“.

Dieses Beispiel aus dem Lebensmittelbereich zeigt: Es gibt viele gute Gründe, um zu kooperieren. Um die Nachfrage nach Qualität zu bedienen und vor der häufig billigeren Konkurrenz bestehen zu können, schließen sich die Produzenten zusammen. Länderübergreifend im Falle der Ernährungswirtschaft in Mitteldeutschland oder in kleinerem Rahmen, wie das LANDMARKT-Konzept aus Hessen zeigt (siehe Beitrag S. 20).

Neben der Qualität sind aber auch Regionalität und Transparenz Eigenschaften von Lebensmitteln, die bei den Verbrauchern immer stärker nachgefragt werden. Marken wie „Unser Land“ oder „Von Hier“ greifen diesen Trend auf (siehe Beitrag S. 18-19).

Beispiele wie das Bioenergiedorf Breuberg-Rai-Breitenbach, die Holzhandelsgenossenschaft in.Silva e.G. oder die Umweltgenossenschaften in den Niederlanden zeigen aber auch, dass sich Kooperationen nicht nur im Lebensmittelbereich lohnen (siehe Beiträge S. 22-23, S. 24-25 und S. 26-27).

Die Vernetzung ist nicht immer Selbstzweck. Es geht zunehmend auch auf der über-regionalen Ebene darum, für ideelle Werte zu stehen und damit wirtschaftlich erfolgreich zu werden und zu bleiben. Neben der Zusammenarbeit auf wirtschaftlicher Ebene braucht es deshalb auch Akteure, die die Vertrauens- und Bewusstseinsbildung vorantreiben. Kooperationsprojekte sollten vor allem dann unterstützt werden, wenn komplexe Vorhaben mit einer Vielfalt an Akteuren angegangen werden. Auch ihre professionelle Begleitung ist wichtig, wie der Beitrag auf S. 14-15 verdeutlicht.

Eine spannende Lektüre wünscht

Jan Swoboda



Impressum

LandInForm – Magazin für Ländliche Räume

Erscheinungsweise: vierteljährlich

Auflage: 10.500

ISSN: 1866-3176

Herausgeber und Redaktion:

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume,

in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Bonn
Juliane Mante, Dr. Jan Swoboda (V.i.S.d.P.)

Redaktionelle Mitarbeit:

Silvia Richter, mediamondi, Berlin

Telefon: 030-39 84 88 57, E-Mail: srichter@mediamondi.de

Gestaltung: graphodata AG,
www.graphodata.de

Druck:

MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern/Westfalen

Bezugsadresse und Redaktionsanschrift:

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und

Ernährung

Deichmanns Aue 29

53179 Bonn

Telefon 0228 / 68 45 34 61

Fax 0228 / 68 45 33 61

E-Mail: dvs@ble.de

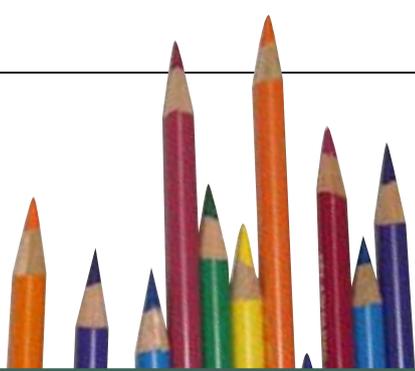
www.netzwerk-laendlicher-raum.de

Bezug: kostenfrei, LandInForm als PDF-Datei
unter www.land-inform.de

Anmerkungen der Redaktion:

- Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Abbildungen wird keine Haftung übernommen. Die Urheberrechte liegen beim Herausgeber. Eine Genehmigung zur Zweitverwertung auch in Auszügen in Wort, Schrift und Bild erteilt die Redaktion gern gegen Nennung der Quelle und Belegexemplar.
- Als Zugeständnis an die Lesbarkeit der Texte haben wir uns darauf geeinigt, alle Personengruppen in männlicher Form anzugeben.

LandInForm wird durch den Bund und die Europäische Union im Rahmen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER) gefördert.



Qualifizierung? Ja, bitte - aber wann?

Von Ulf Hahne

Im April 2009 hat die Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume in Kooperation mit der Universität Kassel die Regionalmanagements der deutschen Leader- und ILE-Regionen per E-Mail zu ihrem Qualifizierungsbedarf befragt. Die Antworten aus 68 Regionen zeigen: Der Bedarf ist hoch, die Hemmnisse ebenso.

Die befragten Regionalmanager wünschen sich eine Fortbildung vor allem zu Methoden der Evaluation, Projektmanagement, Finanzabwicklung, Prozesskompetenz, Projektberatung sowie Vermarktung und Konfliktmanagement. Inhaltlich interessieren vor allem der Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten, Management und Marketing im Tourismus, Regionalvermarktung, Konzepte zum demografischen Wandel und erneuerbare Energien.

Zwei Drittel der Regionen werden mit einer Vollzeitstelle gemanagt. Nur jedes sechste Regionalmanagement hat mehr als eine Vollzeitstelle zur Verfügung. So klagen auch drei Viertel der befragten Regionalmanager über

Zeitnot, viele über Personalengpässe und geringe Mittel für die Qualifikation. Daher ist es – gerade bei Teilzeitbeschäftigten – schwierig, mehrere Fortbildungstage innerhalb der LAG oder gegenüber dem Träger zu reichten.

Aus der Befragung lassen sich folgende Empfehlungen ableiten: Fortbildungen für Regionalmanager sollten nicht mehr als zwei Tage dauern. Dabei sollte das Angebot stärker dezentral ausgerichtet sein und mehr Fachinhalte und Übungsteile beinhalten.

Den RegionalmanagerInnen, die sich Zeit für die Beantwortung der Fragen genommen haben, sei an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

Die vollständige Textfassung der Befragung inklusive grafischer Auswertung finden Sie unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/qualifizierung

Mehr Informationen:

Prof. Dr. Ulf Hahne • Universität Kassel
Fachgebiet Ökonomie der Stadt- und
Regionalentwicklung
Telefon: 05 61 / 80 43 0 76
E-Mail: hahne@uni-kassel.de

Kooperationsgesuche

Ausführliche Informationen und mehr Gesuche unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/kooperationen



Finnland: Freizeit im Dorf

Die Asemanseutu village association aus Finnland sucht Partner für ein Kooperationsprojekt zu Freizeitaktivitäten im Dorf. Die Bewohner sollen ermutigt werden, in ihren Dörfern aktiv zu werden und so zur Stärkung der lokalen Identität beizutragen.

Mehr Informationen:

Asemanseutu village association • Marjaana Naatula Kauppila
Telefon: 00 358 / 405 35 80 20
E-Mail: marjaana.naatulakauppila@gmail.com



Frankreich: Walderbe erhalten

Die französische Aktionsgruppe Pays de la Déodatie aus Lothringen sucht Kooperationspartner für Waldprojekte. Neben dem Erfahrungsaustausch soll die aktive Nutzung des natürlichen und kulturellen Erbes des Waldes unter anderem für den Tourismus gefördert werden.

Mehr Informationen:

Pays de la Déodatie • Elodie Hertement
Telefon: 00 33 / 329 56 92 99
E-Mail: cooperation.leader@deodatie.com



Finnland: KünstlerInnenaustausch

Die Künstlervereinigung Itu sucht gemeinsam mit der finnischen LAG LounaPlussa Künstlerinnen und Künstler, die an gegenseitigen Besuchen und Kunstausstellungen interessiert sind.

Mehr Informationen:

LAG LounaPlussa • Tuula Kallioinen
E-Mail: tuula.kallioinen@lounaplussa.fi



Finnland: Karate

Der Eura Karate Club und die LAGn Pyhäjärvisseutu und Ravakka aus Finnland suchen transnationale Kooperationspartner zum Austausch über Methoden und Angebote von Karate-Kampfkunst in ländlichen Räumen.

Mehr Informationen:

LAG Pyhäjärvisseutu • Elina Haavisto
Telefon: 00 358 / 445 34 29 92
E-Mail: elina.haavisto@pyhajarvisseutu.net



Ihre Meinung ist gefragt!

Wir möchten es wissen! Liegt Ihnen beim Lesen unserer Beiträge etwas auf der Zunge, was Sie unbedingt loswerden möchten? Oder haben Sie Vorschläge, wie wir unsere Zeitschrift inhaltlich und strukturell bereichern können? Dann schreiben Sie uns! Ab sofort haben wir eine Seite der LandInForm für Leserbriefe reserviert.



Neues auf www.netzwerk-laendlicher-raum.de

Von Stefan Kämper

Unter »ELER« in der Rubrik »**Hintergrund**« sind viele der Informationen zum ELER aktualisiert, beispielsweise sind neue Links geschaltet und Zahlen auf Stand gebracht. Außerdem sind die »Rechtsgrundlagen« vervollständigt; hier sind jetzt Links oder Downloads zu den verschiedenen Stadien der ELER-Verordnung zu finden.

Unter »Themen« ist nun eine neue Unterrubrik »imag« mit Informationen zur interministeriellen Arbeitsgruppe Ländliche Räume (IMAG) eingerichtet. Hier kann beispielsweise das im Mai veröffentlichte „Handlungskonzept zur Weiterentwicklung der ländlichen Räume“ heruntergeladen werden, das von der IMAG, koordiniert vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, erarbeitet wurde. Als zusätzliche Informationen sind weiterführende Links zu den Themen des Handlungskonzepts vorhanden.

In der Rubrik »**Partner**« können im Kapitel »Europäische Netzwerke« / »Netzwerk ländliche Entwicklung« / »Mitgliedstaaten« die AnsprechpartnerInnen in den Netzwerken der Mitgliedstaaten der Europäischen Union gefunden werden. Außerdem ein Link zur neuen Website des Europäischen Netzwerks für ländliche Entwicklung (ENRD).

Unter »Kooperation«, ebenfalls in »Partner«, ist eine neue Seite eingerichtet mit Materialien für Kooperationsprojekte, beispielsweise eine Absichtserklärung oder eine Muster-Kooperationsvereinbarung in verschiedenen Sprachen. Des Weiteren ist eine ganze Reihe von neuen Kooperationsgesuchen veröffentlicht, beispielsweise aus Finnland, Spanien, Frankreich und Polen (s.S. 5). www.netzwerk-laendlicher-raum.de/kooperation

In »**Service**«, im Unterkapitel »Veranstaltungen«, sind Informationen zu den geplanten Veranstaltungen der DVS abrufbar; beispielsweise detaillierte Informationen, Programm und Anmeldung zur Tagung „Erzeugung und Vermarktung landwirtschaftlicher Qualitätserzeugnisse“, die vom 14. bis 15. Juli in Berlin stattfinden



wird. Außerdem die Ankündigung der Veranstaltung zu alternativen Einkommensquellen für Landwirte im Oktober (s.S. 9).

Ebenfalls unter »Veranstaltungen« sind im »DVS-Archiv« Fotodokumentationen und Vorträge vergangener DVS-Veranstaltungen abrufbar. Beispielsweise Materialien des Workshops „Selbstevaluierung Lokaler Aktionsgruppen“ (www.netzwerk-laendlicher-raum.de/evaluierung, s.S. 8); dort sind auch Materialien zum Thema Selbstevaluierung zusammengestellt. Im Archiv werden in Kürze die Beiträge und andere Dokumente des Workshops „Naturschutzberatung für Landwirte“ eingestellt.

Auch in »**Service**« finden Interessierte unter »Downloads« neuerdings Flyer- und Poster-Vorlagen zur freien Verwendung aller Beteiligten im Netzwerk.

Die Veröffentlichungen der Vernetzungsstelle stehen im »**Service**« zur Verfügung: So ist auch diese Ausgabe von LandInForm digital unter www.land-inform.de abrufbar. Unter www.landaktuell.de ist die aktuelle neben den früheren Ausgaben des Newsletters zu finden, der hier auch direkt bestellt werden kann.

Schicken Sie uns Ihre News!

Nutzen Sie unseren News-Service und schicken Sie uns Ihre Meldungen, Linktipps, Kooperationsgesuche, Termine etc. Wir veröffentlichen sie gerne auf der Website und in unserem Newsletter landaktuell.



Sagen Sie uns die Meinung!

Nichts ist so gut, dass es nicht noch besser werden könnte. Deshalb interessiert uns Ihre Meinung zu unserem Webauftritt!

Rufen Sie uns an oder mailen Sie uns:
E-Mail: dvs@ble.de,
Telefon: 02 28 / 68 45 - 37 22

Umsetzung der EU-Wasserrahmenrichtlinie – was ist zu tun?

Von Sören Bronsert

Welche Konsequenzen und Perspektiven ergeben sich aus der Wasserrahmenrichtlinie für die Bewirtschaftung von landwirtschaftlichen Nutzflächen? Diese Frage stand im Mittelpunkt der Tagung, zu der die Deutsche Vernetzungsstelle Ende März 2009 nach Bad Kissingen eingeladen hatte.

Mit der Einführung der Wasserrahmenrichtlinie (WRRL) hat die EU einen einheitlichen rechtlichen Rahmen und somit ein umfassendes Instrument für den Gewässerschutz in Europa geschaffen. Ziel ist, bis zum Jahr 2015 in allen EU-Mitgliedstaaten einen „guten Zustand“ der Gewässer zu erreichen. Dies verlangt allen relevanten Akteuren in der Verwaltung und in den Verbänden sowie insbesondere den Flächennutzern große Anstrengungen ab. Mit der Aufstellung der Bewirtschaftungspläne und Maßnahmenprogramme für die einzelnen Flussgebietseinheiten bis Ende 2009 tritt die Umsetzung der Richtlinie in die entscheidende Phase. Vor diesem Hintergrund war die Resonanz auf die Veranstaltung der Deutschen Vernetzungsstelle entsprechend groß: 132 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus ganz Deutschland nutzten die Tagung am 25. und 26. März 2009 für einen angeregten Erfahrungsaustausch.

Umsetzung und Anforderungen der WRRL

Auftakt des ersten Tages bildete eine Status-quo-Betrachtung, bei der die Ergebnisse des Gewässerschutzes über die

letzten zwei Jahrzehnte reflektiert wurden. Danach wurde das Spannungsfeld zwischen der Wasser- und Landwirtschaft bei der Umsetzung der WRRL näher unter die Lupe genommen. Im Fokus standen die Anforderungen an die Landwirtschaft aus der Perspektive des Gewässerschutzes und die Konsequenzen, die sich daraus für eine richtlinienkonforme Bewirtschaftung ergeben. Wer frühzeitig die Flächennutzer in den Umsetzungsprozess einbindet, schafft eine höhere Akzeptanz, wie die unterschiedlichen Beteiligungsmodelle der Länder gezeigt haben.

Kooperative Lösungsansätze beleuchtet

Am zweiten Tag standen kooperative Ansätze zur Zielerreichung im Mittelpunkt. Die Frage nach einer sinnvollen Kombination aus ordnungsrechtlichen Auflagen und freiwilligen Maßnahmen und damit verbundenen rechtlichen Folgen war Gegenstand der Vorträge. In den anschließenden Arbeitsgruppen wurden Bausteine für Lösungsansätze vertiefend diskutiert. So erarbeitete die Arbeitsgruppe „Bündelung von Zielen und Maßnahmen“ Lösungsansätze

für eine gemeinsame Strategieentwicklung, Raumplanung und Prioritätensetzung sowie für gemeinsame Informationssysteme. Hierfür, so zeigte sich, bietet sich auch die verstärkte Nutzung von ELER-Mitteln für integrierende Planungen und Projekte (3. Schwerpunkt, LEADER) an. Die Arbeitsgruppe „Maßnahmenoptimierung und Wirkungsmonitor“ diskutierte integrierte Maßnahmenansätze zur Verbesserung der Synergien als Möglichkeit der besseren Zielorientierung. Sie kam zu dem Schluss, dass optimierte Prioritätensetzungen und Beteiligungsprozesse sowie multifunktionale Ansätze die Effizienz von Maßnahmen deutlich steigern können.

Ohne Beratung sind die Ziele der WRRL nicht erreichbar, darüber waren sich die Teilnehmer der dritten Arbeitsgruppe „Beratung als Instrument zur Umsetzung der Ziele der WRRL“ einig. Beratung als Instrument ist dann erfolgreich, wenn ganzheitliche Problemlösungsansätze und ein fairer Interessenausgleich zwischen den Akteuren gewährleistet sind. Die Bündelung verschiedener Beratungsinhalte sowie überzeugende Angebotsberatung und der Aufbau eines Vertrauensverhältnisses sind weitere wichtige Punkte für eine erfolgreiche Beratung.



Die Beiträge der neunzehn Referentinnen und Referenten sowie die Ergebnisse des Workshops finden Sie unter <http://www.netzwerk-laendlicher-raum.de/service/veranstaltungen/dvs-archiv/2009>.

Mehr Informationen:

Bettina Rocha
Sören Bronsert
Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
Telefon: 02 28 / 68 45 -38 82, -34 62
E-Mail: bettina.rocha@ble.de,
soeren.bronsert@ble.de,
www.dvs.de



Auf den Weg gebracht!?

Von Jan Swoboda

Über 60 Teilnehmer besuchten den Workshop „Die Arbeit für die Region selbst evaluieren – Ziele, Ablauf, Methoden“, den die Deutsche Vernetzungsstelle (DVS) vom 6. bis 7. Mai 2009 in Eisenach veranstaltete.

Wie im Titel angekündigt, ging es auf der Veranstaltung in Thüringen vor allem darum, Wege zum eigenen Evaluierungskonzept zu erarbeiten. Zu Beginn war es deshalb wichtig zu klären, welche Rahmenbedingungen das regionale Entwicklungskonzept vorgibt und welcher Bereich der Arbeit in der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) und der Region genauer betrachtet werden soll. Will ich die angestoßenen Projekte im Auge behalten, die Arbeit in der LAG reflektieren oder mehr Gewicht auf die Akzeptanz der Arbeit in der Region legen? Wie viel Zeit und Geld habe ich dafür, und wer kann mich unterstützen?

Die Lösung von der Stange gibt es dabei nicht. Drei Regionen zeigten deshalb mit drei unterschiedlichen Wegen zur Selbstbewertung mögliche Ansätze in der Praxis auf. Das Spektrum reichte von der projektbezogenen Datenerhebung über die Befragung von Projektträgern, Mitgliedern von LAGn und Geschäftsstelle bis zur kontinuierlichen Prozessbewertung, die viele der genannten Punkte zusammenführt. Die eingesetzten Methoden wurden mit Bezug zur jeweiligen Zielsetzung kurz erläutert, der Zeitaufwand und die Kosten diskutiert.

Individuelles Bewertungskonzept statt Standardfahrplan

Im nächsten Schritt ging es darum, einen "persönlichen Fahrplan" für die Selbstbewertung in der Region zu entwickeln.

Welche Ziele verfolge ich mit einem Handlungsfeld und den zugehörigen (Leit)projekten, und wie kann ich die erfolgreiche Umsetzung messen? Nicht alle Teilnehmer fanden diesen Ansatz allerdings gut – nur zwei Drittel waren mit dieser Methode, die auf den Workshops des DVS nur selten angewandt wird, einverstanden. Ein Drittel wünschte sich die beispielhafte Erarbeitung von Bewertungskonzepten, also den gängigen Standard auf DVS-Workshops.

Anschließend wurden ausgewählte Methoden wie Bilanzworkshop, Innovationskompass und Balanced Scorecard – einem Konzept zur Dokumentation von Projektaktivitäten im Hinblick auf Visionen und Strategien – vertieft. Auch wurden Ansätze für die Prozessbewertung und die Indikatorenwahl in getrennten Arbeitsgruppen diskutiert. Abschließend ging es darum, wie die Schnittstellen zwischen der Selbstbewertung und der Bewertung der Länderprogramme im Rahmen des ELER aussehen könnten.

Der erste Schritt auf dem Weg zur Selbstbewertung ist damit getan. Jetzt müssen die Anregungen von den LAGn aufgegriffen und weiterentwickelt werden. Dabei muss jede Region ihren eigenen Weg finden.

Wie geht es weiter?

Die Auswertung der Fragebögen zum Workshop – das Selbstevaluierungsinstrument der DVS für Veranstaltungen – ergab, dass weiterer Unterstützungsbedarf vor allem bei der Entwicklung konkreter Indi-

katoren für bestimmte Themenfelder und beim Umgang mit den Ergebnissen besteht. Auch wurde der Wunsch geäußert, eine breitere Methodenübersicht zu erhalten und die Anwendung der einzelnen Methoden zu „üben“. Hierfür wurde vorgeschlagen, einen regelmäßigen Austausch der Regionalmanagements auf Bundesebene zu organisieren und hierbei auch modellhafte Beispiele zu diskutieren.

Die DVS bleibt weiter am Ball. Wenn erste Erfahrungen zu den Selbstbewertungsprozessen in den Regionen vorliegen – vielleicht schon im Frühjahr 2010 –, werden wir diese Themen gezielt aufgreifen. Bis dahin würden wir uns über gelegentliche Rückmeldungen aus den Regionen zu diesen Themen freuen.

Eine Methodensammlung zum Thema finden Sie unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/evaluierung.

Mehr Informationen zu den Veranstaltungen:

Dr. Jan Swoboda
Deutsche Vernetzungsstelle
Ländliche Räume
Telefon: 02 28 / 99 68 45 39 56
E-Mail: dvs@ble.de
www.netzwerk-laendlicher-raum.de

Vorschau

Landwirtschaftliche Qualitätsprodukte erzeugen und vermarkten

Von Isabell Friess

In der vorigen Ausgabe bereits angekündigt, möchten wir an dieser Stelle noch einmal auf unsere Tagung **„Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten“** hinweisen, die vom **14. bis 15. Juli 2009 (Termin vorverlegt!)** in Berlin stattfinden wird.

Mit der Erzeugung und Vermarktung von nachhaltigen oder regionalen landwirtschaftlichen Produkten wird nicht nur ein Beitrag zum Klimaschutz, Wassermanagement oder zum Erhalt der Biodiversität geleistet. Auch die Wertschöpfung bleibt vor Ort – einer der Gründe, warum vielerorts die Themen Regional- bzw. Direktvermarktung immer stärker in den Fokus rücken. Dabei spielen Fragen wie „Welche Potenziale gibt es überhaupt für landwirtschaftliche Qualitätserzeugnisse?“ und „Wie kann das Produkt auf den Markt gebracht werden?“ eine große Rolle. Auch ein Blick auf die Konsumentenseite darf nicht fehlen: Nach welchen Kriterien wird eingekauft, und wie wirkt sich die Masse der Labels auf den Verbraucher aus? Mit diesen Themen und vielen praktischen Beispielen setzen wir uns auf der Tagung in Berlin auseinander.

Am ersten Tag wird geklärt, wie Qualitätsprodukte definiert werden und welche Vorgaben es hierzu auf europäischer und auf Bundesebene gibt. Im Anschluss daran werden die Themen „Nachhaltige Erzeugung“ und „Vermarktung/Vertrieb“ von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten sowie „Konsumentenverhalten“ diskutiert. Am zweiten Tag werden die beiden Regionalmarken „Von Hier“ und „Bergisch Pur“ vorgestellt und die Herausforderungen beim Auf- und Ausbau von Vertriebswegen erläutert. Richtig zur Sache geht es dann in den drei parallel laufenden Diskussionsforen. Nach je zwei fachlichen Impulsreferaten haben die Teilnehmer die Möglichkeit, zu den Themen „Konkurrenz um Markt und Akzeptanz: inländische und ausländische Qualitätsprodukte“, „Wege zur Sensibilisierung des Kaufverhaltens“ oder „Sprung vom regionalen zum nationalen Absatz“ kritische Stellung zu nehmen.

Das genaue Programm sowie das Anmeldeformular zur Veranstaltung finden Sie unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/qualitaet. Anmeldeschluss ist der 3. Juli 2009.



Alternative Einkommensquellen – Folgeveranstaltung im Oktober 2009

Von Isabell Friess

Gemeinsam mit dem Verband der Landwirtschaftskammern organisiert die DVS Ländliche Räume vom 7. bis 8. Oktober 2009 eine Veranstaltung zum Thema „Alternative Einkommensquellen für landwirtschaftliche Betriebe“. Im November 2008 fand in Weiden (Oberpfalz) die erste Tagung hierzu statt. Handlungsfelder wie die Einbindung in die regionale Wirtschaft und die Anpassung an neue Zielgruppen, außerlandwirtschaftliche Arbeitsgebiete und verändertes Konsumentenverhalten standen im Fokus dieser Veranstaltung. Mit Hilfe eines Fragebogens wurden die Teilnehmer nach den zukünftigen Herausforderungen befragt. Die Ergebnisse dieser Befragung werden in der Folgeveranstaltung im Oktober aufgegriffen.

Das Hauptaugenmerk wird auf dem erfolgreichen Markteintritt liegen. Dabei werden unter anderem folgende Fragen diskutiert: Wann ist der Aufbau einer zusätzlichen Einkommensquelle rentabel, und was muss bei der Planung berücksichtigt werden? Wie kapital- und arbeitsintensiv sind Diversifizierungsvorhaben? Wie kann die Vermarktung aufgebaut und die Qualität gewährleistet werden? Natürlich stehen auch Fragen zur Kooperation von Betrieben sowie von landwirtschaftlichen und regionalen Beratern auf der Tagesordnung.

Das genaue Programm wird in den kommenden Wochen erarbeitet; die Einladung wird spätestens Anfang August verschickt.



Mehr Informationen zu den Veranstaltungen:

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
Isabell Friess
Telefon: 02 28 / 99 68 45 34 59
E-Mail: isabell.friess@ble.de

Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft ...



©BLE, Bonn/Foto: Dominic Menzler



©BLE, Bonn/Foto: Dominic Menzler



©BLE, Bonn/Foto: Dominic Menzler



Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V.

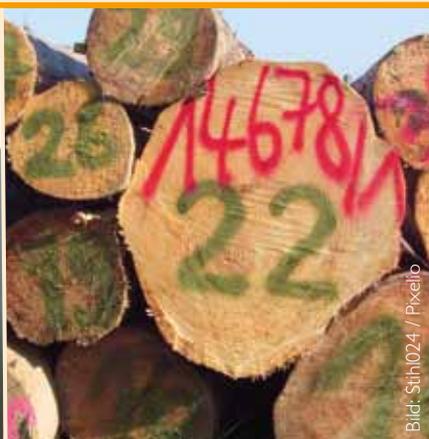


Bild: Sth024 / Pixelio



Bild: Knipseline / Pixelio



... als Chance für ländliche Räume

Von Juliane Mante

Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft – ein Thema mit vielen Facetten. Die Gründe für Kooperationen und deren Formen variieren ebenso wie die Produktionsbereiche und die räumliche Ausdehnung, in denen Kooperationen stattfinden. Eines aber ist allen gemeinsam: Ob aus vorwiegend ideellen oder wirtschaftlichen Beweggründen initiiert, haben Kooperationen immer das Potenzial, Wertschöpfung im ländlichen Raum zu generieren.

Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft liegen im Trend. Das hängt auch, aber nicht nur mit der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklung zusammen, die eine stärkere Risikoabsicherung der Unternehmen erforderlich macht. Mindestens genauso entscheidend sind die politischen Rahmenbedingungen. So muss beispielsweise seit 2006 laut Verordnung 178/2002 EU-weit die Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln entlang der Wertschöpfungskette sichergestellt werden. Der dafür notwendige Informationsaustausch ist nur durch eine verstärkte Kooperation der beteiligten Unternehmen zu gewährleisten. Auch die sich ändernden Verbraucherwünsche machen eine stärkere Zusammenarbeit von Unternehmen notwendig. Kriterien wie Regionalität, Qualität, Transparenz oder Nachhaltigkeit spielen für immer mehr Verbraucher eine wichtige Rolle beim Einkauf. Vor diesem Hintergrund gewinnen Kooperationen der Landwirtschaft mit den nachgelagerten Unternehmen der Wertschöpfungskette – so genannte vertikale Kooperationen – gegenüber solchen zwischen Unternehmen der gleichen Wertschöpfungsstufe – also horizontalen Kooperationen – immer mehr an Bedeutung.

Wie vielfältig die Gründe sein können, aus denen Unternehmen Kooperationen ein-

gehen, erfahren Sie im Beitrag auf den Seiten 12–13. Er beschreibt außerdem, warum Kooperationen je nach Produktionszweig unterschiedlich intensiv sind und welche Auswirkungen diese Intensität auf die beteiligten – und auch die nicht beteiligten – Unternehmen hat.

Unter welchen Rahmenbedingungen sind eigentlich Kooperationsprojekte im Allgemeinen und Projekte der Regionalvermarktung im Besonderen erfolgreich? Und wo hakt es in der Praxis am häufigsten? Der Beitrag auf den Seiten 14–15 weist nicht nur auf Stolpersteine hin, sondern zeigt auch, dass es hier durchaus einige Stellschrauben gibt, die im direkten Einflussbereich der beteiligten Akteure liegen.

Die Praxisbeispiele auf den Seiten 16–29 verdeutlichen die Bandbreite der räumlichen Dimensionen, die für Kooperationen in Frage kommen: Diese reicht von der bundesländerübergreifenden Ebene (S. 16–17) bis hin zur „klassischen“ Regionalvermarktung (S. 18–21). Wobei gleich ein „wunder Punkt“ angesprochen ist: Wie wird „Region“ eigentlich abgegrenzt, und bis zu welcher räumlichen Ebene darf man noch von „Regionalvermarktung“ sprechen? Auch die Definition eines regionalen Produktes ist nicht unumstritten. Welcher

Anteil der insgesamt durch die Produktion und Vermarktung generierten Wertschöpfung muss in der Region selbst erzielt werden, damit ein Produkt die Bezeichnung „regional“ verdient?

Als wichtigstes Standbein der Landwirtschaft stehen Lebensmittelproduktion und -vermarktung im Mittelpunkt unserer Betrachtungen. Unsere Praxisbeispiele sollen aber auch zeigen, dass sich Kooperationen durchaus auch in anderen Wirtschaftsbereichen lohnen und Wertschöpfung vor Ort generieren können. So ist die Erzeugung von Bioenergie mittlerweile ein typisches Beispiel für genossenschaftliche Kooperationen im ländlichen Raum. Auch in der Holzvermarktung ist der genossenschaftliche Zusammenschluss von Waldbesitzern in kleinstrukturierten Regionen ein erfolgreiches Mittel, um mehr Verhandlungsgewicht zu erlangen. Und nicht zuletzt soll am Beispiel der Umweltgenossenschaften aus den Niederlanden verdeutlicht werden, dass auch Natur und Umweltwerte darstellen, deren Erhalt sich (im doppelten Sinne) lohnt. Kooperationen von Landwirten beinhalten hierfür ein ganz besonderes Potenzial.



Gemeinsam zu mehr Wettbewerbskraft

Von Hans-Ulrich Hensche und Susanne Orth

Ob locker oder straff organisiert, in kleinem oder großem Maßstab: Kooperationen können einen Beitrag zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Prosperität leisten und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Regionen verbessern. Dabei sind Kooperationen ebenso vielfältig wie die ländlichen Räume selbst. Und nicht automatisch von Erfolg gekrönt. – Eine Bestandsaufnahme.

Eine Kooperation kommt durch die Erwartung zustande, dass der – gefühlte – Verzicht auf Entscheidungsfreiheit und der nötige Aufwand durch die Verbesserung der wirtschaftlichen und sozialen Ergebnisse mehr als ausgeglichen werden. Am Anfang steht meist ein gewisser Leidensdruck, eine „Initialzündung“, die von Schlüsselpersonen aufgegriffen wird (siehe Beitrag S. 14-15). Wenn sich daraus eine Gruppendynamik entwickelt und es gelingt, weitere Akteure für den Prozess zu gewinnen, ist der wichtigste Schritt bereits getan. Positive Erfahrungen und erste Erfolge führen zu weiteren Kooperationsaktivitäten und letztlich, wissenschaftlich ausgedrückt, zu einer Kooperationsrente, also einem finanziellen Überschuss. Dabei gibt es vielfältige Gründe, Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette oder mit Unternehmen auf der gleichen Wertschöpfungsstufe einzugehen:

Qualität und Preise sichern, ...

Ein Beispiel für besonders intensive vertikale Kooperationen ist die Masthähnchenproduktion. Hier stehen die Erfüllung bestimmter Qualitätsanforderungen sowie die Qualitätssicherung über alle Produktionsstufen hinweg im Vordergrund. Züchtung, Elterntierhaltung, Brut, Mast, Schlachtung und Vermarktung sind unmittelbar miteinander verknüpft. Vertikale Kooperationsverträge sorgen dafür, dass die Rückverfolgbarkeit der einzelnen Produkte lückenlos gewährleistet ist. Dies ist vor allem im Fleischsektor von großer Bedeutung. Zusätzliche Vorteile einer solchen Kooperation sind Planungssicherheit und eine relative Preisstabilität. Ein Nachteil kann allerdings aus der gegenseitigen Abhängigkeit erwachsen.

... Energiekosten senken, ...

Kostensenkungen und Absatzsicherheit sind die Hauptgründe für die ebenfalls sehr intensiven Kooperationen im Bereich erneuerbare Energien (siehe Beitrag S. 22-23). Typisch ist zum Beispiel die clevere Nutzung von Abwärme aus Biogasanlagen. Diese ist wegen der Transportempfindlichkeit (Wärmeverlust) zu einem neuartigen Regionalprodukt geworden. Bei dieser Art der Kooperation ist nicht die Gleichartigkeit der Partner bestimmend, sondern die unterschiedliche Zielsetzung der Beteiligten: Für Landwirte steht die Stromproduktion aus Biomasse im Vordergrund, für die umliegenden Bewohner die kostengünstigere Abnahme der Wärme. Für alle Beteiligten ist aber die Energiekosteneinsparung der gemeinsame Nenner.



Bild: Christine Braune / Pixelio



©BLE, Bonn/Foto: Thomas Stephan

Die Wertschöpfungskette Getreide ist im Gegensatz zur Wertschöpfungskette Fleisch durch eine sehr niedrige Kooperationsintensität gekennzeichnet.

... regionale Wirtschaftskraft stärken

Hauptantriebskräfte für Kooperationen können zudem die Sicherung von Wettbewerbsvorteilen und Service- und Beratungsleistungen, Beschaffungsunsicherheiten, Ressourcenknappheit sowie die Absicherung von Investitionen sein. Bei regionalen oder lokalen Vermarktungsinitiativen sind meist Absatzsicherheit und Qualitätssicherung ausschlaggebend für eine Kooperation. Selbstständige Zusammenschlüsse und von außen initiierte Projekte steigern dabei die Wertschöpfung in der Region und stärken das Regionalbewusstsein.

Machtverhältnisse ausgleichen

Die Kooperationsintensität fällt innerhalb von Wertschöpfungsketten unterschiedlich aus. So ist beispielsweise im Gegensatz zur Wertschöpfungskette Fleisch die Wertschöpfungskette des Getreides durch eine sehr niedrige Kooperationsintensität gekennzeichnet.

In einer Wertschöpfungskette mit hoher Kooperationsintensität können die einzelnen Mitglieder starke Machtpositionen erreichen. Dies kann zu einem „Closed Shop“ führen, der nur dann Platz für Neueinsteiger lässt, wenn die Stammmannschaft dies für erforderlich hält. So sichern sich die beteiligten Partner gegenüber anderen regionalen Unternehmen enorme Marktvorteile. Diese Machtposition kann allerdings durch horizontale Zusammenschlüsse nicht beteiligter Unternehmen



– zum Beispiel Erzeugergemeinschaften – (teil)kompensiert werden. So kann das Angebot auf der Primärproduktionsebene gebündelt und eine bessere Verhandlungsposition gegenüber dem Abnehmer erzielt werden.

Gleicher Nutzen für alle?

Kooperieren heißt immer: miteinander statt gegeneinander. Damit verbunden ist die Hoffnung auf einen Nutzen für alle Beteiligten. Kernpunkt bei Kooperationen ist daher auch immer die Frage nach der Verteilung der Kooperationsvorteile. Dafür gibt es keine allgemeingültigen Maßstäbe; der Weg führt nur über ein von allen Beteiligten akzeptiertes Verteilungsverfahren. Wer in diesem Zusammenhang nach Gerechtigkeit ruft oder vorgibt, eine gerechte Verteilung realisieren zu können, dem ist mit Vorsicht zu begegnen. Entweder hat er die Prinzipien von Kooperationen nicht verstanden, oder er zielt auf eine Übervorteilung der Partner ab. Denn der Nutzen einer Kooperation kann nie für alle Beteiligten gleich groß sein.

Nicht stehen bleiben

Kooperation müssen sich weiterentwickeln und an geänderte Rahmenbedingungen anpassen, um überleben zu können. Bestes Beispiel dafür ist die Raiffeisenbewegung. Schon 1846 hatte Friedrich Wilhelm Raiffeisen die Idee der genossenschaftlichen Selbsthilfe und gründete die erste ländliche Genossenschaft, um die Armut der ländlichen Bevölkerung zu mildern. Nach den Grundsätzen Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung wurden viele weitere genossenschaftliche Vereine aufgebaut. Von Deutschland ausgehend verbreitete sich diese Idee des freiwilligen Zusammenschlusses. Heute sind in über 100 Ländern mehr als 350 Millionen Menschen in Genossenschaften organisiert. Dies zeigt, dass Kooperationen in sich beachtliche Dynamik entwickeln können und auch sollten. Dafür müssen sie sich manchmal von der ursprünglichen, kleinräumigen Idee entfernen. Dies gelingt allerdings nicht immer, wie das Beispiel mancher Erzeugergemeinschaften zeigt: Nach dem Auslaufen der Förderung durch das Marktstrukturgesetz wurden keine Ansätze entwickelt, um die Kooperation fortzuführen.

Scheitern erlaubt – wenn daraus gelernt wird

Viele Kooperationen sind förderfähig. Dies ist auch sinnvoll, vor allem dann, wenn dabei ein hohes Maß an Gestaltungsspielraum gewährt wird. Eine Erfolgsgarantie bedeutet dies allerdings nicht – es kommt

Die Masthähnchenproduktion ist ein Beispiel für eine besonders intensive vertikale Kooperation.



durchaus vor, dass Kooperationen scheitern. Dabei gilt: Fehler dürfen gemacht werden, aber sie sollten sich möglichst nicht wiederholen. Hier geht es nicht nur um die Verschwendung von Fördermitteln; wenn Kooperationen scheitern, führt dies bei allen Beteiligten zu Kooperationsfrust. Dieser senkt die Bereitschaft zu weiteren Kooperationsversuchen und somit das Kooperationspotenzial insgesamt. Im Ergebnis mindert das die Wettbewerbskraft der Regionen.

Schneeballeffekt

In Regionen, in denen bereits positive Kooperationserfahrungen gemacht wurden, wächst die Bereitschaft, die Zusammenarbeit auch auf andere Bereiche auszudehnen. Solche Regionen werden tendenziell wettbewerbsfähiger sein als andere. Ein treffendes Beispiel ist das Weser-Ems-Gebiet, das in der Landwirtschaft – insbesondere in der tierischen Veredlung – und auch im gewerblichen Bereich kräftig zugelegt hat. Eine Ursache dafür dürften das Ausmaß und die Intensität von Kooperationen in Kombination mit starker regionaler Identifikation gewesen sein.

Aus lokaler und regionaler Zusammenarbeit erwächst schließlich die Bereitschaft zu überregionaler Zusammenarbeit. Damit schafft die lokale und regionale Ebene die Voraussetzungen für erfolgreiches nationales und internationales Handeln. Wenn auch hier die Mechanismen der Kooperation zum Zuge kommen, dann wird aus dem Schreckgespenst Globalisierung ein in den Regionen verankertes positives Signal auf dem Weg zu einem besseren weltweiten Miteinander.

Mehr Informationen:

Prof. Dr. Hans-Ulrich Henschel
Dipl.-Ing. (FH) Susanne Orth
Fachhochschule Südwestfalen
Fachbereich Agrarwirtschaft in Soest
Telefon: 029 21 / 378 - 240
E-Mail: orth@fh-swf.de

Kette, Netzwerk, Marketing – aber wie?

Von Armin Kullmann

Regionale Wertschöpfungsketten sind in aller Munde. Typisch für sie ist, dass sie nicht nur die beteiligten Unternehmen, sondern viele weitere regionale Akteure in ihr Netzwerk einschließen. Unter welchen Bedingungen solche Netzwerke funktionieren und erfolgreich sind, zeigt der folgende Beitrag.



Bild: ©BLE, Bonn/Foto: Dominic Menzler

eine regionale Handlungsmotivation sein. Ohne „gefühltes“ Problem kommen Kooperationen schwerer zustande.

Engagierte und kompetente Menschen

Zu Beginn vieler Projekte und Initiativen im ländlichen Raum steht meist die Idee einiger Weniger, aus neuen oder neu interpretierten Produkten und Dienstleistungen eine höhere Wertschöpfung zu generieren. Es sind diese engagierten Schlüsselpersonen, die Projekte hoch- und andere mitziehen, oft gegen viele anfängliche Widerstände, bis es richtig läuft.

Schlüsselpersonen müssen über die Prozess- und Sozialkompetenz verfügen, ein Projekt ausdauernd und flexibel, durchsetzungsstark und sozial ausgleichend zu führen. Dazu gehört die Akquisition und Führung motivierter, gleichgesinnter Mitarbeiter/innen und Mitstreiter sowie eine dem Projektstatus angemessene parallele Organisationsentwicklung.

Sicherung von Unterstützung und Ressourcen

Projekte benötigen ausreichende Ressourcen: Sie brauchen finanzierte Arbeitszeit für Schlüsselpersonen und Mitstreiter/innen, aber auch Mittel, um sich Unterstützung und Rat von extern einkaufen zu können. Dazu benötigen sie Startkapital aus privaten und meist auch öffentlichen Quellen, also Zugang zu Fördermitteln und politischer Unterstützung. Ein guter Kontakt zu Ansprechpartnern in Förderbehörden ist ebenso wichtig wie der Zugang zu zentralen Entscheidern wie Bürgermeister, Landräte und Minister als positive Fürsprecher.

Seit Jahren steigt die Zahl von Initiativen und Vermarktungsprojekten für regionale Lebensmittel, aber auch in den Branchen Tourismus, Bioenergie und Umweltbildung wird vielerorts tatkräftig versucht, Wertschöpfungsprozesse professioneller zu organisieren. Das Thema „regionale Wertschöpfungsketten“ (WSK) hat seit dem Bundeswettbewerb „Regionen Aktiv“ Einzug in die Fachzirkel der Regional- und Marketingmanager gehalten.

Kette, Netzwerk, Cluster, Projekt

WSK sind dadurch gekennzeichnet, dass in ihnen Produkte, Informationen und Finanzen über mehrere Stufen eines Veredelungs- und Wertschöpfungsprozesses hinweg und verbindlich geregelt ausgetauscht werden. Regionale Marketingprojekte sind häufig eine Kombination aus den Unternehmen einer Wertschöpfungs-

kette sowie einem regionalen sozio-politischen Netzwerk, bei denen sich alle Teilnehmer gegenseitig unterstützen und so ein Wertschöpfungsnetzwerk (WSN) bilden. Netzwerke sind in den letzten Jahren als das Instrument für regionale Wettbewerbs- und Innovationsstrategien entdeckt worden und haben als so genannte Cluster Einzug in die Branchen- und Wirtschaftsförderung gehalten. Der Erfolg regionaler WSN hängt also von der Erfüllung von Erfolgsfaktoren der Kooperation sowie des Marketings ab.

Was macht Kooperationen erfolgreich?

Der Schuh muss drücken

Oft entspringt eine neue Marketingidee einer regionalen oder unternehmerischen Problemlage, einem „So kann es nicht weitergehen“. Auch ein gesundes Interesse von Betrieben, durch Innovationen ihre Zukunftsfähigkeit zu sichern, kann

**Frühe Erfolge
und gutes Miteinander**

Frühzeitige kleinere Erfolge und eine Win-Win-Situation für alle beteiligten Akteure motivieren zu weiteren Erfolgen und führen zu Unterstützung von außen. Auch die Qualität der Kooperationskultur ist ein besonders wichtiger Erfolgsfaktor regionaler Wertschöpfungsnetzwerke. Die Qualität des Miteinanders, meist maßgeblich geprägt durch das wichtigste (fokale) Unternehmen, ist heute erfolgsrelevant, da diese „Kultur des Produktes“ am Markt und in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird und sich auf den Absatz auswirkt.

Was macht regionales Marketing erfolgreich?

Alleinstellungsmerkmale finden...

Im regional orientierten Marketing machen vor allem besondere Herkunfts- und Qualitätskriterien das Alleinstellungsmerkmal einer Marketingstrategie aus, die möglichst konsistent sein sollte. Dazu gehört zum einen eine geeignete Herkunfts- bzw. Regionalkulisse. Der Trend geht dabei – aus Gründen der Wiedererkennbarkeit, aber auch wegen Größenvorteilen zur Steigerung der Rentabilität von Organisation und Distribution – zu ganzen Landschaftsräumen, die Assoziationen wecken, wie die Rhön, Ostfriesland oder der Bodensee.

Unternehmen und Akteure regionaler WSN sollten sich möglichst im Premium-Segment positionieren (siehe auch LandInForm 3/2008, S. 28–29). Die Konsumenten-Gruppe der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability), die Wert auf nachhaltige, tiergerechte und faire Produktion legt, gewinnt zunehmend an Bedeutung. Die Prozess- und Qualitätskriterien für Produkte, z.B. zu Natur- und Tierschutz, Gentechnik und Klimaschutz, sollten den Anforderungen der Premium-Zielgruppe entsprechen.

...und professionell vermarkten

Hochwertige Produkte und Dienstleistungen sollten durch ein hochwertiges Marketing und professionelle Kommunikation an die entsprechenden Premium-Zielgruppen gebracht werden (Werbung, Verkaufsförderung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit). Regionale Initiativen und WSK zeichnen sich dabei oft durch besondere Kreativität sowie ungewöhnliche Events und Aktionsformen aus. Die Schlüsselpersonen sollten über die notwendige Marketingkompetenz, Marktkenntnisse und Kontakte verfügen oder aber professionelle Marketingmanager beschäftigen, die das operative Alltagsgeschäft zum Laufen bringen. Es ist dann die Aufgabe einer effizienten Distribution, die Produkte zu



Von Mele

rentablen Kosten an die Verkaufsstellen und Wiederverkäufer zu bringen. Für Erzeuger, Verarbeiter und Händler sowie für die Kunden sollte durch faire Preisbildung ein befriedigendes Preis-Leistungs-Verhältnis erreicht werden.

Prozesse regeln und steuern

Die Prozesse des Austauschs von Informationen, Produkten und Finanzen zwischen den WSK-Beteiligten müssen möglichst klar und effizient geregelt werden. Ebenso wie der Kontrolle „versprochener“ Prozess- und Produktqualitäten kommt dem Controlling der Marketinginstrumente und der Zielerreichung eine zentrale Bedeutung zu. Beim Einsatz professioneller Strategie- und Steuerungsinstrumente besteht bei vielen WSN noch Optimierungspotenzial.

Investitionen in die Zukunft sichern!

Während das operative Geschäft relativ schnell eine wirtschaftliche Rentabilität erreichen kann, bleiben der Ausbau und Betrieb des soziopolitischen Netzwerks sowie Aufbauinvestitionen in das Marketing selbst bei den größten regionalen Marken-Initiativen Deutschlands häufig ein kommunal oder staatlich geförderter Bereich. Solange Markt- und Staatsversagen weiterhin zum Abbau ländlicher Wirtschaftsstrukturen, zum Verlust von Artenvielfalt und Ressourcen und zur Abwanderung der Bevölkerung führen, sollte diese Förderung als Zukunfts- und Stabilisierungsaufgabe betrachtet und beibehalten werden.

Bisher fehlen jedoch weitgehend wissenschaftliche Auswertungen zur Finanzierungsstruktur und Rentabilität sowie zu regionalökonomischen und ökologischen Effekten regionaler und nachhaltiger Wertschöpfungsnetzwerke. Für eine systematische Konzeption einer regionalen Nachhaltigkeits- und Wirtschaftspolitik sollten Interessengruppen, Politik und Verwaltungen diese Daten zur Verfügung stehen. Politik und Programme für regionales Marketing sowie andere Aspekte der ländlichen Entwicklung (Investitions- und Marktstrukturförderung, Naturschutz, Ökolandbau, Stadt-Land-Partnerschaften u.a.) müssten besser aufeinander abgestimmt werden. Hierfür sollten auf allen Ebenen Koordinationsstellen eingerichtet werden.

Mehr Informationen:

Armin Kullmann
Institut für Ländliche Strukturforchung
Telefon: 069 / 97 78 57 80
E-Mail: kullmann@ifls.de
www.ifls.de

Cluster bündeln Kräfte und Know-how

Von André Soudah

Im nationalen und internationalen Wettbewerb um Unternehmensansiedlungen, Investitionen und Arbeitsplätze spielen politische Grenzen keine entscheidende Rolle mehr. Die Wirtschaft mit ihren Zuliefer- und Marktstrukturen agiert längst über diese Grenzen hinweg. Um sich im Wettbewerb behaupten zu können, bündeln Regionen ihre Kräfte zunehmend in so genannten Clustern. Ein Beispiel hierfür ist das Cluster Ernährungswirtschaft der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland.

Der Wettbewerb der Regionen ist heute Realität: Wirtschaft wird sich dort am besten entwickeln, wo sie über entsprechende Produktions- und Absatzmöglichkeiten verfügt. Für die Region und ihre Repräsentanten bedeutet dies genauso wie für die ansässigen Unternehmen, Alleinstellungsmerkmale herauszustellen, die ihnen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Hierfür müssen sie ihre Stärken kennen und ausbauen; und sie müssen länderübergreifend denken.

In den hochgradig spezialisierten Märkten Europas kommt es dabei vor allem auf eng verknüpfte Netzwerke aus Zulieferern, Produzenten und Dienstleistern, aber auch von

Ausbildungseinrichtungen und Forschungsinstituten an. Derartige Netzwerke, auch Cluster genannt, gelten als ein Erfolgsfaktor, aus dem Unternehmen Vorteile erzielen, die für andere nur schwer nachahmbar sind. Dabei fördern sie Innovationstätigkeit und Spezialisierung, senken Produktionskosten und schaffen Arbeitsplätze.

Gute Voraussetzungen für erfolgreiche Produktion

Dieses Prinzip gilt auch für die Ernährungswirtschaft in Mitteldeutschland, also in den Bundesländern Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt. Sie bildet hier nach der

Automotive-Branche den zweitwichtigsten Wirtschaftszweig des verarbeitenden Gewerbes. Gute Böden wie die der Börde, der Goldenen Aue, des Muldenkreistals oder des Vogtlands bieten den Landwirtschaftsbetrieben hervorragende Bewirtschaftungsgrundlagen, von denen auch weitere Teile der Wertschöpfungskette – insbesondere die Nahrungsmittelindustrie – profitieren. Nach Jahren des Strukturwandels (neue Märkte, neue Technologien) und den Geschmacksausflügen der Verbraucher hin zu Westprodukten haben die Unternehmen gelernt, die ihnen zur Verfügung stehenden Mittel gewinnbringend zu nutzen. Starke Marken wie Vita Cola,

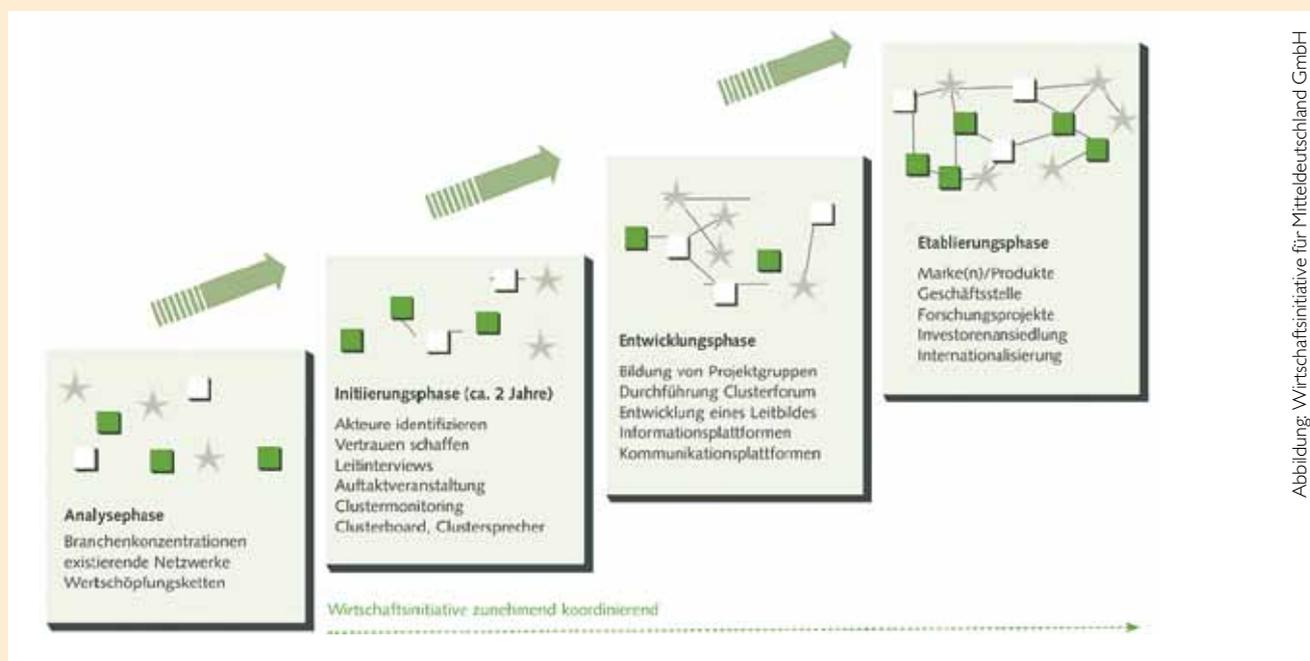


Abbildung: Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland GmbH



Bild: Hajo Hempe / Pixelio

Rotkäppchen-Sekt, Halloren, Felinchen, Obstland, Thüringer Rostbratwurst, Kathi, Herzgut, Bautzener Senf und Saale-Unstrut-Weine sind hier zu Hause und gewinnen kontinuierlich Marktanteile.

Hilfe von der Produktentwicklung bis zur Markterschließung

Bei einer Befragung der Ernährungsindustrie durch die Hochschule Anhalt und die Wirtschaftsinitiative im Jahr 2004 hat sich eine Großzahl der Unternehmen für die Bündelung von Kräften, die Intensivierung des Erfahrungsaustausches und die stärkere Vernetzung mit Forschungseinrichtungen ausgesprochen. Mit Hilfe der Hochschule hat die Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland deshalb im selben Jahr einen länderübergreifenden Clusterprozess zur Vernetzung aller für die Ernährungswirtschaft relevanten Akteure in Mitteldeutschland angestoßen (siehe Abb.).

Die Cluster-Arbeit besteht im Kern aus zwei Maßnahmen: der Vernetzung der Branche in Mitteldeutschland und der Profilierung über die Region hinaus. Auch konkrete Fragen der Produktentwicklung, der Qualitätssicherung, des Energie- und Wassermanagements, der Ausbildung oder des Vertriebs werden durch die verstärkte Zusammenarbeit der Unternehmen innerhalb des Clusters beantwortet. Gerade beim Thema Vertrieb bzw. in der Erschließung ausländischer Märkte besteht für einen Teil der Unternehmen die Chance, zu wachsen und am Stammsitz Arbeitsplätze zu schaffen. Noch immer liegt die Exportquote in Mitteldeutschland unter dem Durchschnitt des deutschen Ernährungsgewerbes. Dies hängt unter anderem mit vorgegebenen Produktionsquoten und der klein- und mittelständischen Struktur des überwiegenden Teils der Unternehmen zusammen.

Durch die abgestimmten Vermarktungsaktivitäten im Rahmen des Clusterprozesses kann aber die Region das nötige Profil gewinnen, um Investoren und Handelsbetriebe auf die Vorzüge der Unternehmen aufmerksam zu machen.

Den Trend nutzen: funktionelle Lebensmittel

So wurde im Rahmen des Clusterprozesses zum Beispiel 2007 ein Projekt angestoßen, dessen Ziel es ist, neue, ernährungsphysiologisch sinnvolle Lebensmittel – so genannte funktionelle Lebensmittel – zu entwickeln, zu produzieren und gemeinsam zu vermarkten. Vor allem kleinen und mittelständischen Unternehmen soll dieses vom Bundeswirtschaftsministerium im Rahmen des Programms NEMO (Netzwerkmanagement-Ost) geförderte Projekt helfen, sich gemeinsam das neue Marktsegment der funktionellen Lebensmittel zu erschließen. Der Zusammenschluss ist umso wichtiger, als funktionelle Lebensmittel vor allem dann erfolgreich vermarktet werden, wenn es sich nicht um einzelne Produkte handelt, sondern um Produktgruppen, die sich in ihrer Wirkung ergänzen und einen Warenkorb bilden. Ein besonders erfolgreiches Beispiel hierfür sind die Viva-Vital-Produkte der Handelskette Plus bzw. Netto. Mittelfristig soll deshalb im Rahmen der Kooperationen ein Sortiment funktioneller Lebensmittel von verschiedenen Herstellern entstehen, das den Handelsketten als „Warenkorb Funktionelle Lebensmittel“ angeboten werden kann.

Zehn Unternehmen beteiligen sich an diesem Projekt, darunter die Delikata Magdeburger Fleisch- und Wurstwaren GmbH, die Öhmi Analytik GmbH, die Wikana Kek- und Nahrungsmittel GmbH und die Gewinner des IQ Innovationspreises Mitteldeutschland 2007, die Leha Karsdorfer Marketing GmbH. Koordiniert und umgesetzt wird das Projekt durch die

Wirtschaftsförderung & Tourismus Anhalt GmbH mit Sitz in Dessau.

Ein erstes funktionelles Produkt hat die Delikata Magdeburger Fleisch- und Wurstwaren GmbH bereits 2006 entwickelt und auf den Markt gebracht: die „Folsami“, eine Salami, die mit verdauungsfördernder Folsäure angereichert ist.

Das Netz wächst weiter

Das Cluster wächst kontinuierlich. So gibt es in Sachsen-Anhalt zwei weitere Netzwerke, die die jeweiligen Interessen der regionalen Akteure bzw. Unternehmen vertreten. Diese zwei Netzwerke sollen und unter dem Dach des „Clusters Ernährungswirtschaft“ gebündelt werden. Dies wird die Branche zusätzlich stärken und ihr die Möglichkeit geben, sich nach außen einheitlich zu präsentieren und mit einer Stimme zu sprechen.



Die Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland

Die Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland ist eine Standortinitiative der Unternehmen mit dem Ziel, das Profil der Wirtschaftsregion Mitteldeutschland national und international zu positionieren. Über 56 der strukturbestimmenden Unternehmen sind darin vertreten. Dabei soll das Profil anhand der tatsächlichen Stärken entwickelt werden, um Ressourcen optimal zu nutzen und für Investoren attraktiv zu werden.

Ebenso wie die Chemie-, Automobil-, Photovoltaik-, Logistik-, Mikro- und Halbleiterindustrie zählt auch die Ernährungswirtschaft mit ihren modernen Anlagen und Betrieben zu den Beschäftigungsmotoren der Region Mitteldeutschland. Das Cluster Ernährungswirtschaft, vertreten durch einen Clustervorstand, sieht sich als Koordinierungsplattform mit der Aufgabe, die Aktivitäten der drei Länder Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt aufeinander abzustimmen und Doppelaktivitäten zu vermeiden.

Mehr Informationen:

Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland
Clustermanagement Mitteldeutschland
André Soudah
Telefon: 03 41 / 600 16 14
E-Mail: soudah@mitteldeutschland.com
www.mitteldeutschland.com

Regionalvermarktung in Arbeitsteilung – ein Erfolgsmodell

Von Andrea Walter

Das Thema regionale Produktvermarktung drängt sich oftmals als erstes auf, wenn Kooperationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft in Zusammenhang mit der Entwicklung ländlicher Räume betrachtet werden. Der folgende Beitrag zeigt, welchen Trends, Chancen und Herausforderungen die Regionalvermarktung heute gegenübersteht und veranschaulicht dies am Beispiel von „Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern“

Regionale Produktvermarktung: Vor zehn bis fünfzehn Jahren noch von den Verfechtern der Globalisierung belächelt wurde, entwickelt sich heute, wo viele Bürger die negativen Folgen der Globalisierung bereits am eigenen Leib zu spüren bekommen, zum deutlichen Trend. Mittlerweile engagieren sich bundesweit

Hier“ – all diese bekannten Beispiele haben eines gemein: ein ideelles Netzwerk, das durch intensive Bewusstseinsbildung bei den Verbrauchern die Arbeit der wirtschaftlichen Allianzen unterstützt (siehe auch Beitrag S. 14–15). Dieses Konzept der Arbeitsteilung zwischen einem ideellen und einem wirtschaftlichen Netzwerk, auch als „Duales Modell“ bezeichnet, hat sich als Erfolgsmodell in der Regionalvermarktung erwiesen.

Von Idealen ...

Das Beispiel der fränkischen Initiative „Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern“ kann das Potenzial dieses Modells praktisch veranschaulichen. Seit mehr als zehn Jahren organisiert diese Regionaltheke unter der Federführung des Vereins „Artenreiches Land – Lebenswerte Stadt e.V.“ die Vermarktung regionaler Produkte in Franken. Der Verein hatte sich ursprünglich 1995 im mittelfränkischen Feuchtwangen mit dem Ziel gegründet, die Artenvielfalt in der Feldflur zu sichern. Mit der Förderung des Wiederaufbaus des uralten Kulturgetreides Emmer, das jahrzehntelang von ertragreichen „Intensiv-Getreidesorten“ verdrängt wurde, unterstützt der Verein die Vernetzung von Ackerland und ökologisch wertvollen Biotopflächen, um bedrohten Tieren wie Rebhuhn und Feldhase dort wieder ein langfristiges Überleben zu sichern.

Um neben der ideellen Arbeit auch wirtschaftlich tätig werden zu können, wurde vom Verein bereits 1997 die Regionalagentur „ALLES e.V.“ gegründet. Sie ist die Anlaufstelle für alle Ebenen und übernimmt vor allem die Außendarstellung und Öffentlichkeitsarbeit der Initiative. Darüber hinaus ist sie für die Akquise sowohl neuer Lieferanten als auch neuer potenzieller Verkaufsstellen mit verantwortlich.

... zum wirtschaftlichen Erfolg

Im Jahr 2000 gab es im Landkreis Ansbach/Regierungsbezirk Mittelfranken die ersten 20 Läden mit Theken von „Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern“. Bereits ein Jahr später gelang der Durchbruch im mittelfränkischen Lebensmitteleinzelhandel. Mit der Ausdehnung auf die Regierungsbezirke Unter- und Oberfranken in Zusammenarbeit mit den ideellen Partnern „Mainfranken Plus“ und „Bamberg – weil’s mich überzeugt“ im Jahr 2004 ist die Zahl der Verkaufsstellen kontinuierlich gestiegen. Mittlerweile hat sich die Initiative zu einem wirtschaftlichen Zusammenschluss von fast 50 Lieferanten entwickelt, deren Produkte an rund 150 Lebensmittelmärkte und -händler in Franken geliefert werden. Die komplette Logistik mit Lagerung, Kommissionierung und Auslieferung erfolgt für die drei Regierungsbezirke Mittel-, Unter- und Oberfranken von drei verschiedenen Standorten aus.



Bild: Michael Fischer/„Die Regionaltheke von fränkischen Bauern“

Kessel der Brauerei Fischer GmbH&Co.KG, eines Lieferanten von „Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern“.

zahlreiche Regionalinitiativen für die Vermarktung regionaler Produkte und schlagen die teilweise bereits in Vergessenheit geratenen Brücken zwischen Erzeugern und Verbrauchern neu. Bekanntheitsgrad und Erfolge der Initiativen sind allerdings nach wie vor sehr unterschiedlich.

Das „Duale Modell“ als Erfolgsmodell

Ganz gleich, ob in Bayern die Regionalmarke „Unser Land“, in Franken „Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern“, in Rheinland-Pfalz „SooNahe – Gutes von Nahe und Hunsrück“ oder in Berlin und Brandenburg die Regionalmarke „Von



Bild: Michael Fischer/„Die Regionaltheke von fränkischen Bauern“

Weinlese des Winzerhofes Hofmann GbR in Ergersheim.

Die Entwicklung der Regionaltheken-Verkaufsstellen hat die Umsätze der einzelnen Lieferanten stabilisiert und ihre Existenz gesichert. Darüber hinaus wurden zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen. So beschäftigen die drei Logistiker der „Regionaltheke“ seit einigen Jahren für den Vertrieb insgesamt sieben zusätzliche Arbeitskräfte.

Die Nähe zum Verbraucher suchen

Räumliche Nähe zwischen Erzeugern und Verbrauchern ermöglicht es, identitätsstiftende wirtschaftliche Impulse zu geben, die nicht zuletzt zur Sicherung regionaler Arbeitsplätze beitragen. Öffentlichkeitsarbeit ist hierfür ein wichtiges Instrument. So präsentierte sich die „Regionaltheke“ im Jahr 2008 deutschlandweit an mehr als 60 Eigen- und Fremdveranstaltungen, wie Messen und Verbrauchertagen und -festen. Sie beteiligt sich aber auch an der fachlichen und praxisnahen Betreuung von Diplom- und Abschlussarbeiten (fünf im Jahr 2008), hält Vorträge und bietet Führungen für Besuchergruppen an. Diese und ähnliche Aktivitäten bescherten der „Regionaltheke“ im Jahr 2008 alleine etwa 60 Presseauftritte sowohl in der regionalen als auch in der überregionalen Tages- und Fachpresse.

Herausforderungen bleiben

Die Gründung von Regionalmarken geht meist mit dem Ziel einher, dem wachsenden Bedürfnis der Verbraucher nach Qualität und bekannter Herkunft der Produkte mit einem glaubwürdigen und transparenten Qualitätsmanagement entgegenzukommen. So zertifiziert auch „Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern“ ihre Produkte mittels eines eigens entwickelten Kriterien- und Kontrollsystems. Dass eine derartige



Bild: Michael Fischer/„Die Regionaltheke von fränkischen Bauern“

Produktpolitik jedoch gerade bei der regionalen Direktvermarktung eine „gesunde“ Balance zwischen Schutz der Verbraucher und Machbarkeit bei den Erzeugern wahren muss, ist und bleibt für die regionale Produktvermarktung Chance und Herausforderung zugleich.

Auch mit einem ideellen Problem hat die Regionalvermarktungsbranche mehr und mehr zu kämpfen: Die Verbrauchernachfrage nach regionalen Produkten war in den letzten zehn Jahren so rapide angestiegen, dass verschiedene Handelsunternehmen bereits regionale Eigenmarken kreiert und aufgebaut haben, die größtenteils in mehreren Bundesländern angeboten werden. Diese Entwicklung hat mit dem Verständnis von Regionalität nicht mehr viel zu tun. Sie lässt außerdem mittelständische Strukturen langsam wieder in Konzernstrukturen auflösen und setzt damit die regionalen Kleinlieferanten unter Konkurrenz- und Preisdruck.

Regionalvermarktung praktisch

Die praktische Seite der Regionalvermarktung zeichnet sich in der Regel durch eine Kooperation von Erzeugern, Verarbeitern und Händlern aus. Produktvielfalt, Produktverfügbarkeit und -vertrieb gestalten sich bei den einzelnen Regionalmarken jedoch sehr unterschiedlich. Während einige Marken, etwa die rheinland-pfälzische Marke „SooNahe – Gutes von Nahe und Hunsrück“ oder auch die rund um den Bodensee angesiedelte Regionalmarke „Gutes vom See“ nach wie vor auf die Vermarktung über einzelne Direkthändler und Kleinanbieter wie Hofläden oder Lebensmittelhandwerksbetriebe (Metzgereien, Bäckereien) setzen, haben sich andere Regionalmarken bereits eine beachtliche Verkaufsstellen-Struktur und enge Zusammenarbeit mit diversen Lebensmitteleinzelhandelsketten aufgebaut. So können die Produkte von „Von Hier“ zum Beispiel in „Kaiser's“-Märkten in Berlin und im Berliner Umland erworben werden, das Angebot der Marken „Eifel“, „Unser Land“, „bergisch pur“ oder „Die Regionaltheke – von fränkischen Bauern“ findet sich unter anderem in den Regalen von „Edeka“, „Rewe“, „Um's Eck“, „Tengelmann“, „Globus“ oder „Konsum“.

Mehr Informationen

Andrea Denzinger (Projektleiterin)
 Regionalagentur „Artenreiches Land – Lebenswerte Stadt e.V.“
 Telefon: 098 52 / 13 81
 E-Mail: info@die-regionaltheke.de
 www.die-regionaltheke.de,
 www.artenreiches-land.de,
 www.regionalbewegung.de



Bild: „Die Regionaltheke von fränkischen Bauern“

Regionaltheke im Rewe-Markt in Schwabach/Mittelfranken.

Direktvermarkter trifft Supermarkt

Von Christine Göttmann

Mit dem Ziel, für Direktvermarktungsprodukte eine Marke mit hohem Wiedererkennungswert zu schaffen, hat die Vereinigung Hessischer Direktvermarkter (VHD) 2005 das Logo LANDMARKT kreiert. Mit viel Verhandlungsgeschick haben die beteiligten Landwirte den Sprung in den Lebensmitteleinzelhandel geschafft: Ihre Produkte werden hessenweit in REWE-Märkten angeboten.

Grundlage des LANDMARKT-Konzeptes ist eine verbandseigene Definition des Begriffs „Landwirtschaftliche Direktvermarktung“: Nach den Regeln der Vereinigung Hessischer Direktvermarkter (VHD) müssen die Produkte nachweislich regional erzeugt und auch vermarktet werden. Die Betriebe müssen außerdem auf den Einsatz von Gentechnik verzichten. Über die Einhaltung dieser Auflagen wachen unabhängige Kontrollinstitute. Finanziert wird die Initiative ausschließlich durch die VHD – in der seit Anfang der 1990er Jahre 350 Direktvermarktungsbetriebe in Hessen zusammengeschlossen sind – sowie die Beiträge der LANDMARKT-Betriebe.

Persönliche Kontakte und verbindliche Regeln ...

Die Kooperation mit dem Lebensmittelkonzern REWE hat sich eher zufällig ergeben – durch bereits bestehende persönliche Kontakte zu einem selbstständigen und innovativen REWE-Kaufmann. Hieraus entwickelte sich 2005 ganz ohne öffentliche Zuschüsse ein Pilotprojekt, in dem die bis

heute geltenden Kernpunkte der Kooperation entwickelt wurden:

- Direktbelieferung des Marktes mit LANDMARKT-Produkten durch die Betriebe
- Separate Präsentation an exponierter Stelle im Verkaufsbereich des Marktes
- Einheitliches Marketing durch die VHD in Abstimmung mit dem Markt
- Verbindliche Festlegung der Endverkaufspreise durch die Betriebe
- Festlegung eines verbindlichen Korridors für die Marge des Marktes
- Keine Warenrücknahme durch die LANDMARKT-Betriebe
- Direkte Abrechnung mit dem jeweiligen Markt
- Exklusivrecht des Marktes für LANDMARKT-Produkte im Kundeneinzugsbereich

Heute beliefern etwa 140 Direktvermarkter hessenweit rund 55 REWE-Märkte. Die Märkte werden gemeinsam von REWE und der VHD anhand einer Kriterienliste ausgesucht. Einzelakquisitionen der Märkte und/oder der Betriebe sind untersagt, um gegenseitige Konkurrenzen und einen Wildwuchs in den Lieferbeziehungen zu unterbinden. Grundsätzlich haben diejenigen Betriebe den Vorzug, die im direkten Einzugsbereich eines Marktes sitzen.

... verhelfen zu schwarzen Zahlen

Für die LANDMARKT-Betriebe haben sich – neben zunehmenden Kooperationen untereinander – durch die Teilnahme am Projekt vielfältige Vorteile ergeben: Je nach Betriebsgröße und Sortimentstiefe beträgt der Umsatz der Betriebe zwischen 5.000 Euro pro Jahr bis hin zu Spitzenwerten mit deutlich über 100.000 Euro jährlich. Anfängliche Befürchtungen, den eigenen Hofläden oder Wochenmärkten Konkurrenz zu machen, erwiesen sich als haltlos, da die vereinbarten Endverkaufspreise diese Konkurrenz so gut wie ausschließen. Zudem werden über die REWE-Märkte Kunden erreicht, die sonst nicht unbedingt im Hofladen einkaufen würden.



Konsolidierung statt Wachstum

REWE ist an der Weiterführung der Initiative interessiert, da es sich hiermit ein Alleinstellungsmerkmal in Hessen erworben hat. Der durch LANDMARKT erzielte Umsatzanteil der Märkte liegt zwischen 2 und 4 Prozent des Gesamtumsatzes. Die Initiative kann aber nicht unendlich ausgeweitet werden. Engpass sind dabei weniger die Märkte, die zunehmend den Wunsch nach LANDMARKT-Produkten äußern, als die Produktionskapazitäten der beteiligten Direktvermarkter. Für die Zukunft sind deshalb eher Fragen der Konsolidierung, einer besseren Logistik und der dauerhaften Beschäftigung eines „LANDMARKT-Beauftragten“ im VHD zu lösen.

Mehr Informationen:

Vereinigung Hessischer
Direktvermarkter e.V.
Christine Göttmann
Telefon: 061 64 / 51 56 49
E-Mail: vhd-landmarkt@t-online.de

Spezialitäten aus Barnim und der Uckermark

Von Fritz Franke



Bild: Regionale Partnerschaft Barnim-Uckermark e.V.

Mit der Teilnahme am Wettbewerb „Regionen Aktiv“ begann in Brandenburg im Jahr 2001 die Erfolgsgeschichte der Vermarktung von Produkten aus Barnim und Uckermark. Heute haben die regionalen Spezialitäten den Sprung bis in die Supermarktgänge Berlins geschafft.

Bereits 1998 wurde die Regionalmarke des UNESCO-Biosphärenreservats Schorfheide-Chorin (BRSC) von der Biosphärenreservatsverwaltung und dem Landschaftspflegeverband Uckermark-Schorfheide für die Vermarktung regionaler, umweltgerecht erzeugter Produkte und Dienstleistungen entwickelt. Das Hauptproblem der Marke war aber, dass es ihr an Anbietern und vermarktungsfähigen Produkten mangelte. Als der Verein Regionale Partnerschaft Barnim-Uckermark e.V. (RP) im Jahr 2001 sein Konzept beim Wettbewerb „Regionen Aktiv“ einreichte, war eines der Kernziele deshalb auch, das Potenzial dieser Marke weiter auszuschöpfen.

Von der Markterschließung hin zu neuen Produkten

Zunächst ging es darum, Vermarktung, Öffentlichkeitsarbeit und Logistik zu verbessern. So wurde in Kooperation mit dem BRSC das Einzugsgebiet für die Regionalmarke auf das gesamte Gebiet der Landkreise Barnim und Uckermark erweitert. Auch wurde sie zu einem „Prüfzeichen Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin“ weiterentwickelt, unter dem seit 2004 Produkte vermarktet werden können, die regional und umweltschonend produziert wurden. Von 2006 bis 2007 wurde unter dem Management der RP eine Wertschöpfungskette (WSK), bestehend aus sechs Kernunternehmen, aufgebaut. Neben dem

Eigenvertrieb der Betriebe erfolgt der Absatz über zwei logistische Linien: Großkunden werden über die Uckermärkische Fruchthandelsgesellschaft versorgt. Außerdem werden die Produkte über derzeit sechs so genannte Q-Regio-Läden vertrieben, die in Berlin, Potsdam und vier weiteren Städten Brandenburgs nach einem Franchise-System geführt werden. Über dieses System werden auch selbständige Lebensmitteleinzelhändler, Hofläden und Märkte beliefert.

Mit gezielten investiven Projekten wurden bestehende Schwachstellen innerhalb der WSK verringert. So wurde die regionale Produktpalette um neue Produkte wie Butter, Quark, Frischkäse, Sahne, Buttermilch und Eis vervollständigt und eine Kühlkette für Tiefkühl- und Frischeprodukte aufgebaut. Auch wurden Produktionskapazitäten und Logistik erweitert sowie die Qualitätssicherung verbessert.

Erfolg auf vielen Ebenen

Das Qualitätssiegel kommt nicht nur an, sondern lohnt sich auch: Rund 90 regionale Unternehmen aus Landwirtschaft, Gartenbau, Fischerei, Imkerei, Wild, Lebensmittelverarbeitung, Gastronomie, Tourismus & Beherbergung, Kunsthandwerk und Handel nutzten 2008 das Prüfzeichen als Vermarktungsin-

strument. So stieg allein der Umsatz in den sechs Kernunternehmen der WSK von 1,88 Millionen Euro im Jahr 2005 auf 2,23 Mio. Euro im Jahr 2007. Seitdem wurden die Vermarktungsaktivitäten durch eine Kooperation mit der von der RP Barnim-Uckermark mitentwickelten Regionalmarke für Berlin und Brandenburg – VON HIER – noch einmal erheblich ausgeweitet. VON HIER-Produkte werden unter anderem in 170 Kaiser's-Supermärkten Berlins vertrieben.

Aus der verstärkten Kooperation untereinander haben sich für die beteiligten Unternehmen noch zahlreiche weitere Vorteile ergeben, zum Beispiel durch gemeinsame Logistik- und Marketingaktivitäten, Messebeteiligungen und eine Warenbörse zwischen Produzenten und Gastronomen. Und die Region profitiert auch anderweitig: Insgesamt 16 neue Arbeitsplätze wurden bisher geschaffen – etwa in der Lebensmittelverarbeitung, der Logistik sowie im Betrieb der Q-Regio-Läden.



Es geht weiter

Der Wertschöpfungsketten-Ansatz hat sich bewährt; er soll im Rahmen eines 2009 beantragten Leader-Kooperationsprojektes zum Aufbau einer regionalen Wertschöpfungspartnerschaft in den Leader-Regionen Barnim und Uckermark weiterentwickelt werden.



Bild: Regionale Partnerschaft Barnim-Uckermark e.V.



Bild: Regionale Partnerschaft Barnim-Uckermark e.V.

Mehr Informationen

Fritz Franke
Regionale Partnerschaft Barnim-Uckermark e.V.
c/o Landschaftspflegeverband
Uckermark-Schorfheide
Telefon: 033 31 / 29 87 92
E-Mail: ffconsulting@web.de

Genossenschaften – (bio)

energiegeladen

Von Daniela Watzke

Die Erzeugung von Bioenergie im ländlichen Raum ist ein typisches Beispiel für Kooperationen, die vor Ort Wertschöpfung generieren. Das Beispiel des niedersächsischen Dorfes Jühnde als Pionier unter den genossenschaftlich organisierten Bioenergiedörfern hat in Deutschland viele weitere Orte inspiriert – so auch Breuberg-Rai-Breitenbach im Odenwald.

Neueste Zahlen belegen eindrucksvoll, welche Bedeutung die Bioenergiebranche für unsere Volkswirtschaft hat: Die Bioenergieträger haben in Deutschland mit 70 Prozent momentan den größten Anteil unter den erneuerbaren Energieträgern, zu denen neben Biomasse auch Erdwärme, Solarwärme, Photovoltaik, Gezeiten und Wind zählen. Ihr Anteil am gesamten Energieverbrauch lag 2008 laut Bundesverband Bioenergie e.V. bei 6,8 Prozent. Der Bioenergie-Markt boomt. So hat zum Beispiel die Nutzung von Biokraftstoffen oder Holzpellets in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Rund 100.000 Arbeitsplätze umfasst die Bioenergiebranche derzeit, im Jahre 2008 wurden insgesamt 10,7 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet.

Wertschöpfungskette fest in lokaler Hand

Ein prominentes Beispiel für die Nutzung der Bioenergie sind Bioenergiedörfer. Die Wertschöpfungskette ist hier lokal ausgerichtet und beteiligt eine Vielzahl von Personen aus der örtlichen Gemeinschaft. Ein wesentlicher Punkt liegt dabei in der sicheren Versorgung mit regional verfügbarer und ständig nachwachsender Biomasse. Gerade in ländlichen Räumen lässt sich das gut realisieren, da Biomasse als regionale Energiequelle im Verhältnis zur Einwohnerdichte in großen Mengen anfällt. Durch die Einbindung der örtlichen Land- und Forstwirte können langfristige Lieferverträge abgeschlossen werden, die beiden Vertragsparteien Sicherheit bieten. Insbesondere für die land- und forstwirtschaftlichen Betriebe stellt die Bereitstellung von Biomasse eine neue Absatzmöglichkeit dar. Für die Einspeisung des Stroms ins öffentliche Netz erhalten die Rohstofflieferanten eine zusätzliche Vergütung. Ökologisch bietet die Einbindung der ortsansässigen Land- und Forstwirte den Vorteil, dass lange Transportwege vermieden werden, was die Energie- und Emissionsbilanzen

Bild: Bioenergiedorf Breuberg-Rai-Breitenbach



Bild: Bioenergiedorf Breuberg-Rai-Breitenbach

Beim Schweißen an der Leitungstrasse.

positiv beeinflusst. Auch die Konkurrenzsituation zwischen Nahrungsmittel- und Energieproduktion kann in Konzepten für Bioenergiedörfer bewusst berücksichtigt werden. Daneben bestehen gute Chancen, die lokale Identität über den Erhalt der heimischen Kulturlandschaft zu stärken. Konzepte für Bioenergiedörfer eignen sich vor allem dort, wo die Bürger eine überschaubare Gemeinschaft bilden. Auch für die aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen gebotene möglichst hohe Auslastung der Wärmenutzung ist dies eine gute Voraussetzung.

100 Prozent erneuerbar

Für das Projekt „Bioenergiedorf Breuberg-Rai-Breitenbach“ hatten Ortsbeirat und Interessengemeinschaft folgenden Plan: Die Energieversorgung im Breuberg Stadtteil Rai-Breitenbach im Odenwald, einem Dorf mit rund 900 Einwohnern und zwei Schulen mit etwa 1.200 Kindern, sollte zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen generiert werden. Um diese Idee zu realisieren, wurde am 2. Juli 2006 die erste Bioenergiegenossenschaft im Verbandsgebiet des Genossenschaftsverbands Frankfurt e.V. gegründet. Im Vorfeld der Gründung gab es zahlreiche Abstimmungsgespräche, zum Beispiel mit dem Genossenschaftsverband Frankfurt e.V. und dem Kreisbauamt des Odenwaldkreises. Informationsveranstaltungen dienten unter anderem der Akquise potenzieller Wärmekunden – um das Verteiler- bzw. Abnehmernetz auszulasten, ist eine hohe Anschlussdichte der Anlieger erforderlich. Durch die Wahrnehmung eines Aufsichtsratsmandats ermöglicht die Stadt Breuberg die Übertragung von kommunalen Aufgaben auf die Genossenschaft.

Eine Investition, die sich lohnt

Die 165 Bürger, die schließlich die Mitgliedschaft in der Genossenschaft zeichneten, beteiligten sich jeweils mit mindestens drei Geschäftsanteilen à 500 Euro. Auch wurden

die Kosten für die Wärmeübergabestation und die Trasse für die Sticheleitungen – rund 3.000 Euro je Bürger – auf die angeschlossenen Bürger umgelegt. Somit kamen ca. 550.000 Euro Eigenkapital für die Gründung der Genossenschaft zusammen. Das Land gab einen Zuschuss von 300.000 Euro, der Odenwaldkreis zahlte 130.000 Euro. Der restliche Betrag wurde über die Kreditanstalt für Wiederaufbau finanziert. So flossen insgesamt 3,5 Millionen Euro in den Bau des Heizwerkes, seine technische Einrichtung und das Nahwärmenetz. Keine unbedeutende Investition, doch versprachen sich die Bürger hiervon eine weitgehende Abkopplung vom Energiemarkt. Aus dem auf einer Machbarkeitsstudie beruhenden Business-Plan geht für das Konzept ein Wärmepreis von 8,95 Cent/kWh hervor.

Regionale Rohstoffe als Basis

Im Juni 2007 wurde mit dem Bau eines Biomasseheizwerkes begonnen, das im August 2008 in Betrieb genommen wurde. Fast gleichzeitig, im August 2007, begann der Ausbau des Nahwärmenetzes, das heute 7,5 Kilometer misst. Neben der Befuerung des Heizwerkes mit Holzhackschnitzeln aus naturbelassenem Holz der Region Odenwald könnte in Zukunft auch Miscanthus (Chinaschilf) zum Einsatz kommen, dessen Anbau der Landwirtschaft als Einkommensquelle dienen kann. Völlig neu an der Initiative ist, dass selbst das Heizwerk zu einem großen Teil mit Baustoffen aus nachwachsenden Rohstoffen errichtet wurde. Für die Spitzen- und Teillastabdeckung sorgt ein Pflanzenölbrenner auf Basis von Rapsöl. Durch das Biomasseheizwerk ist das Dorf nun weitgehend unabhängig von fossilen Energieträgern und somit unabhängig von großen Energieunternehmen. Die erneuerbaren Energieträger kommen zu 100 Prozent aus der Region.

Mehr als nur Energie

Das Beispiel des Bioenergiedorfes Breuberg-Rai-Breitenbach zeigt, dass Konzepte

zu Bioenergiedörfern und entsprechenden Betreibergemeinschaften eine gemeinschaftliche Wirtschafts- und Lebensweise stärken können. Sie bieten den Bürgern zusätzlich die Chance, die Standortattraktivität ihrer Orte zu erhöhen und so dem Strukturwandel im ländlichen Raum entgegenzuwirken. Neben der Selbstversorgung mit Nahwärme zu günstigen Preisen und der Erschließung von Einkommensquellen für die regionale Land- und Forstwirtschaft soll die Konzentration von Technologiewissen im Bereich der Bioenergieproduktion zukünftig neue Wirtschaftsbereiche in die monostrukturierte Region bringen und damit neue Arbeitsplätze schaffen. Außerdem dient das Biomasseheizwerk als Anlaufpunkt und Demonstrationszentrum für die Interessenten aus nah und fern. So finden seit der Inbetriebnahme fast wöchentlich Führungen im Biomasseheizkraftwerk statt.

Das Heizwerk wird mit Holzhackschnitzeln aus naturbelassenem Holz der Region Odenwald befeuert.



Bild: Bioenergiedorf Breuberg-Rai-Breitenbach

Multitalent Genossenschaft

Am Beispiel des Bioenergiedorfes Breuberg-Rai-Breitenbach zeigt sich, dass bürgerschaftliches Engagement im ländlichen Raum mit Hilfe der Rechtsform Genossenschaft völlig neue Wege gehen kann – zum Nutzen der Region. Genossenschaften sind als Energieproduzenten und -versorger nicht mehr nur Vision, sondern längst Realität. Als mitgliederorientierte, oftmals regionale Organisationsform vermögen sie gegenüber globalen Energiemärkten und Energiekonzernen ein Gegengewicht zu bilden. Nicht zuletzt stärken sie die regionale Wertschöpfung und Identität.

Mehr Informationen:

Daniela Watzke
GenoPortal – Gründungs- und Kompetenzzentrum des Genossenschaftsverbandes e.V.
Telefon: 069 / 69 78 - 181
E-Mail: daniela.watzke@genoportal.de
www.genoportal.de

Mehr Schlagkraft für den Wald

Von Sabine Weizenegger

Um ihre Marktmacht gegenüber der Säge- und Papierindustrie zu stärken, haben sich mehrere Zehntausend Waldbesitzer im Allgäu zur Holzhandels-genossenschaft in.Silva – zu deutsch „im Wald“ – zusammengeschlossen. Damit haben sie eine Win-win-Situation für alle Beteiligten geschaffen, die zudem der gesamten Region zugute kommt.

Die Vermarktungssituation für Rundholz gestaltete sich in den letzten Jahrzehnten immer schwieriger: Während der Konzentrationsprozess in der Sägeindustrie stetig zunahm, hatte der Waldbesitzer mit einer zunehmenden Zersplitterung zu kämpfen. Bereits vor rund 40 Jahren wurden deshalb Forstbetriebsgemeinschaften (FBG) und Waldbesitzervereinigungen (WBV) gegründet, um gegenüber der aufkommenden Papierindustrie und den größeren werdenden regionalen Sägewerken ausreichend Marktgewicht zu bekommen. Doch auch diese Zusammenschlüsse sahen sich zunehmend mit Problemen konfrontiert. So sind die Anforderungen der Großbetriebe – etwa eine ganzjährige, kontinuierliche Holzlieferung nach Werksmaß und Werksortierung, oft auch frei Werk – in der Regel von einer einzelnen FBG bzw. WBV nicht zu erfüllen. Auch fanden die oft schwierigen und zeitaufwändigen Verhandlungen meist nicht auf Augenhöhe statt, so dass die Ergebnisse für die privaten Kleinwaldbesitzer meist unbefriedigend waren. Hinzu kommt, dass insbesondere im Kleinprivatwald erhebliche Holzvorräte stocken, die es zu mobilisieren gilt. Vor diesem Hintergrund entstand die Idee, sich zu einer Holzhandelsgenossenschaft zusammenzuschließen.

Günstige Ausgangsbedingungen

Im November 2004 wurde auf Initiative der im bayerischen und württembergischen Allgäu tätigen Forstwirtschaftlichen Zusammenschlüsse die in.Silva e.G. gegründet. Über 10.000 Kleinprivatwaldbesitzer waren darin organisiert. Ein Kooperationsprojekt im Rahmen von Leader+, an dem die Lokalen Aktionsgruppen (LAG) Regionalentwicklung Oberallgäu (Federführung), Kneippland® Unterallgäu und Regionalentwicklung Westallgäu-Bayerischer Bodensee beteiligt waren, sorgte

mit einer einjährigen Anschubfinanzierung 2005–2006 dafür, dass die Bürokosten der Initiative gedeckt und Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt werden konnte. Der Eigenanteil wurde von den Genossenschaftsmitgliedern bestritten. Insgesamt konnten die Kosten niedrig gehalten werden, da die Akteure vor Ort über ein großes Know-how in Forstwirtschaft und Holzhandel/-logistik verfügten und so keine externe Beratung für die Konzeptentwicklung benötigten. Da einige tragende Akteure außerdem maßgeblich am Aufbau der ersten LAG im Oberallgäu beteiligt gewesen waren, hatten sie Einblick in die Ziele, Strukturen und Arbeitsweisen des Leader-Programms. Erleichtert wurde diese gebietsübergreifende Kooperation durch die Tatsache, dass das Allgäu seit langem eine Region mit hoher Identität darstellt.

Warum Genossenschaft?

In der Genossenschaft in.Silva sind Waldbesitzerverbände, Forstliche Zusammenschlüsse, Wald- und Waldwirtschaftsverbände, Waldgenossenschaften, staatliche und kommunale Forstverwaltungen sowie unabhängige Großwaldeinheiten zusammengeschlossen. Diese Bündelung der regionalen Waldbesitzer ermöglicht es, im Gegensatz zu den FBGs und WBVs auf Augenhöhe mit den Großkunden zu verhandeln. Die Gründe, die alte Gesellschaftsform der Genossenschaft als Kooperationsform zu wählen, waren vielfältig. Sie bietet optimale Mitspracherechte und ist einfach, schlagkräftig und schlank zu führen. Auch ist sie die Gesellschaftsform mit den geringsten Konkursen und besitzt den höchsten Identifikationsgrad bei der vor allem waldbäuerlichen Bevölkerung der sehr ländlich strukturierten Region. Die Pflicht der Selbstverwaltung und die Möglichkeit der Steuerbefreiung sind weitere Vorteile, die nur eine Genossenschaft bieten kann.



Bild: Anton Scher / Pixelio



Bild: in.Silva e.G.

Keine Konkurrenz für die „Kleinen“

Die in.Silva bietet ihren Mitgliedern folgende Dienstleistungen:

- Aufkauf von Rundholz
- Zusammenführen von kleineren Posten zu größeren Liefermengen
- Logistik und Frei-Werk-Lieferungen
- Qualitätsmanagement aller gelieferten Holz mengen
- Buchführung und Rechnungsstellung
- Auszahlung

Bei der praktischen Abwicklung setzt die Genossenschaft auf die Zusammenarbeit mit ihren Mitgliedsorganisationen. So plant der Waldbesitzer wie üblich den Einschlag zusammen mit dem Revierleiter oder einem anderen Ansprechpartner vor Ort. Die geschlagenen Holz mengen werden daraufhin vom Kreisforstamt, der WBV oder FBG auf einem Holzofen vorgebündelt und von dort an die in.Silva verkauft. Ein ganz wichtiges Prinzip dabei ist: Kleinmengenabschlüsse gibt es bei der Preisberechnung nicht. Damit keine Konkurrenzsituation vor Ort entsteht, werden nur die vereinbarten Großkunden – in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein – von in.Silva beliefert. Alle anderen Holzabnehmer werden nach wie vor direkt von den WBVs und FBGs beliefert. Dabei hat die Versorgung des regionalen Marktes immer Vorrang.

Trotz Hürden ...

Natürlich gab es auch Schwierigkeiten zu überwinden. So waren zu Beginn einzelne Akteure skeptisch, da sie befürchteten, dass in.Silva nicht in der Lage sein würde, das angestrebte Markt- bzw. Verhandlungsgewicht zu erreichen. Eine Bindung an die Genossenschaft hätte in dem Fall für sie

bedeutet, bei negativen Preisentwicklungen nicht flexibel genug reagieren zu können, um die eigene Vermarktung selbst in die Hand zu nehmen.

Eine weitere Herausforderung bestand darin, die sehr unterschiedlichen Vermessungs- und Sortierstandards der Forstwirtschaften Deutschlands, Österreichs, der Schweiz und Liechtensteins aufeinander abzustimmen. Mittlerweile ist aber auch dieses Problem gelöst, da die ausländischen Vertragspartner überzeugt werden konnten, für an in.Silva verkaufte Hölzer die deutschen Sortiervorschriften anzuwenden.

...den Sprung geschafft

Seit Ende der Leader-Förderung 2006 läuft das Projekt eigenständig weiter. Die Absatz- und Umsatzzahlen der in.Silva steigen langsam, aber stetig. Bereits 2005 wurden 100.000 Festmeter Holz für die Mitglieder vermarktet und ein Umsatz von 6 Millionen Euro erzielt. Im Jahr 2008 war die Holzmenge auf 350.000 Festmeter, der Umsatz auf über 20 Millionen Euro gestiegen.

Das Dienstleistungsangebot wurde durch den Ausbau der Frei-Werk-Lieferung, den Aufbau eines stringenten Risikomanagements und die Einrichtung entsprechender Sicherungssysteme – wie Bankbürgschaften, Kreditversicherungen, etc. – erweitert und professionalisiert.

Auch die Genossenschaft selbst wächst: seit Beginn ihrer Aktivitäten im April 2005 hat sich die Anzahl ihrer Mitglieder mehr als verdoppelt. Mittlerweile ist sie auf 43 Mitglieder angewachsen, die etwa 50.000 Waldbesitzer vertreten. Seit dem Beitritt der Österreichischen Bundesforste AG im Juni 2005 gewinnt die Genossenschaft auch immer mehr Mitglieder in der Schweiz, Österreich und Liechtenstein.

Erfolg für alle Beteiligten

Insgesamt hat in.Silva eine Win-win-Situation für alle Beteiligten geschaffen: Die Großkunden erhalten hochwertiges, nach abgestimmten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards produziertes Holz aus der Region, die Produzenten attraktive Absatzmöglichkeiten, die aus einer guten Verhandlungsposition resultieren. Was die Preisgestaltung, die Markterschließung und Absatzsicherheiten für den Holzverkauf in der Region angeht, haben sich die Rahmenbedingungen gerade für Kleinmengenanbieter deutlich verbessert. Daneben gibt es einen weiteren wirtschaftlichen Vorteil für die Region: Durch die Gründung der Genossenschaft konnten dauerhaft 13 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden. Der größte Erfolgsfaktor der Initiative war dabei sicherlich die bereits zum Projektstart erreichte kritische Masse an Beteiligten, die durch Kooperation der FBGs und WBVs auf dem Gebiet der drei LAGen ermöglicht wurde.



Bild: Gerd Weizenegger

Mehr Informationen:

Dr. Sabine Weizenegger
Geschäftsführerin
Regionalentwicklung Oberallgäu
Telefon: 083 73 / 299 14
E-Mail:
weizenegger@regionalentwicklung-oberallgaeu.de
www.regionalentwicklung-oberallgaeu.de

Umweltgenossenschaften – eine Chance für Naturschutz und Landwirtschaft

Von Jan Freese

Die Programme zur ländlichen Entwicklung vereinen zwei Förderschwerpunkte, die in Deutschland traditionell als widerstreitend wahrgenommen werden: Investitionsförderung, Einkommensdiversifizierung und die Verbesserung der ländlichen Lebensqualität widersprechen scheinbar den Zielen der Agrarumwelt- und Vertragsnaturschutzprogramme. In den Niederlanden wird dieser Konflikt über Umweltgenossenschaften gelöst.

Unsere niederländischen Nachbarn verfolgen das Konzept der Umweltgenossenschaften bereits seit 1992. Es zeigt Landwirten, dass Umwelt- und Naturschutz auch ihnen selbst und ihren Betrieben zugute kommen. Mit Erfolg: Niederländische Landwirte engagieren sich inzwischen in über 120 regionalen Umweltgenossenschaften.

Was sind Umweltgenossenschaften?

Umweltgenossenschaften sind freiwillige Zusammenschlüsse von Landwirten mit dem Ziel, gemeinsam in Naturschutz und Landschaftspflege aktiv zu werden. Sie führen Lobbyarbeit gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit durch, organisieren regionale Projekte, werben Fördermittel für Naturschutz und umweltorientierte Regionalentwicklung ein und treffen mit den Behörden Absprachen zu regionalen Naturschutzziele.

Nicht alle Umweltgenossenschaften sind eingetragene Genossenschaften, viele Gruppen sind als Vereine organisiert oder bauen auf Stiftungen auf. In den Niederlanden erhalten Umweltgenossenschaften staatliche Zuschüsse zu den Verwaltungskosten. Die Mitgliedsbeiträge werden zur Deckung der Verwaltungskosten und für Projekte genutzt. Zusätzliche Projektmittel stammen aus regionalen Quellen und Agrarumweltprogrammen. Die Regierung unterstützt außerdem die Dachorganisation der Umweltgenossenschaften „Naturlijk Platteland Nederland“, die als Vernetzungsstelle und Beraterin der lokalen Genossenschaften fungiert.

Aus der Krise geboren

Als Ende der 1980er Jahre im holländischen Friesland Tierhaltung und Milchproduktion immer unrentabler wurden und neue Umweltauflagen die Intensivierung der Produktion verhinderten, schlossen sich betroffene Landwirte zu den ersten Umweltgenossenschaften zusammen. Schon nach einem Jahr waren ca. 85 Prozent der Betriebe beigetreten. Ziel war es, sowohl das Überleben vieler Betriebe als auch die Erhaltung des typischen Landschaftsbildes zu sichern. Schon bald trug die Arbeit erste Früchte: Nach Verhandlungen mit

den zuständigen Politikern wurde die Region von einigen entwicklungshemmenden regionalen Umweltauflagen befreit. Dafür setzten die Genossenschaften über 240 Kilometer Hecken und 220 Teiche instand, stellten rund 80 Hektar extensive Biotopvorrangflächen und 240 Hektar für den Wiesenbrüterschutz zur Verfügung.

Win-win: Sowohl Landwirtschaft...

Verhandlungsmöglichkeiten gegenüber der Regierung und Zugang zu bestimmten Agrarumweltprogrammen, die ausschließlich über Umweltgenossenschaften abgewickelt werden, sind für die Landwirte starke Argumente für den Beitritt. Förderangebote, die durch die Lobbyarbeit besser auf die betrieblichen Bedürfnisse abgestimmt sind, steigern die Akzeptanz zusätzlich. Die Wirkung der Lobbyarbeit zeigt sich unmittelbar, da es in den Niederlanden neben nationalen Umweltauflagen und Agrarumweltprogrammen auch solche auf Provinz- und regionaler Ebene gibt. Zudem fällt es Landwirten leichter, Verträge mit einer landwirtschaftlichen Genossenschaft statt mit dem Staat abzuschließen oder sich mit Fragen zum Naturschutz an die Genossenschaft statt an die Verwaltung zu wenden, die oft gleichzeitig kontrollierende Stelle ist. Dass die Umweltdienstleistungen inzwischen für viele niederländische Landwirtschaftsbetriebe eine zusätzliche Einkommensquelle geworden sind, geht zwar nicht allein auf die Umweltgenossenschaften zurück; sie haben aber dazu beigetragen, über die Mitwirkung an der Preisgestaltung und die Forderung nach Entschädigungen für Naturschutzleistungen Finanzmittel zu sichern.



©BLE, Bonn/Foto: Thomas Stephan



Bild: www.lebensraum-brache.de/W.Kuhn



Bild: www.lebensraum-brache.de/T.Martin

Der Schutz von Wiesenbrütern, wie der Feldlerche (links) oder dem Kiebitz (rechts), ist ohne einen betriebsübergreifenden flexiblen Ansatz schwierig. Umweltgenossenschaften bieten eine Lösung.

...als auch Natur profitieren

Mithilfe der Genossenschaften ist es in den Niederlanden gelungen, einen regionalen Biotopverbund zu schaffen und eine spezifische Landschaftsstruktur zu erhalten. So ist auch der Schutz mobiler Tierarten der Feldflur möglich, zum Beispiel des Rebhuhns. Diese Tierarten stellen in Bezug auf Nahrungsaufnahme-, Rast-, Brut- und Überwinterungsmöglichkeiten äußerst komplexe Ansprüche. Fehlt nur ein Teillebensraum in der Landschaft, nützen alle anderen Schutzanstrengungen nichts. Ein weiteres Beispiel ist der Schutz der Wiesenbrüter, für den jedes Jahr extensivierte Flächen als Brutmöglichkeit zur Verfügung gestellt werden müssen.

Dies ist ohne einen betriebsübergreifenden flexiblen Ansatz kaum möglich. Deshalb werden die entsprechenden Maßnahmen in den Niederlanden nicht mit einzelnen Betrieben vereinbart, sondern mit der regionalen Umweltgenossenschaft. Diese verpflichtet sich, in einer Landschaft vereinbarte Kontingente an Maßnahmenflächen unter bestimmten Bewirtschaftungsauflagen bereitzustellen. Hierfür kann sie auf die Flächen vieler Mitgliedsbetriebe zurückgreifen. Somit wird auch der Verwaltungsaufwand der staatlichen Stellen verringert.

Naturschutzberatung inklusive

Naturschutz und Landwirtschaft profitieren weiterhin davon, dass die Umweltgenossenschaften eine betriebliche Naturschutzberatung anbieten. In Deutschland wird dies bisher nur in wenigen Pilotvorhaben erprobt. Die Naturschutzbe-

ratung wirbt einerseits um die Teilnahme an Förderprogrammen und bietet andererseits eine naturschutzorientierte Betriebsoptimierung an. Da sie auf die Erstellung eines öffentlichen Gutes abzielt, das nicht unbedingt positiv zum Betriebsergebnis beiträgt, sollten die Beratungskosten nicht vom Betrieb getragen werden. Die Genossenschaft nutzt hierzu einerseits ihre Mitgliedsbeiträge und wirbt andererseits staatliche Mittel für die Beratung ein.

Genossenschaften fördern Vernetzung

Kooperative Prozesse beruhen auf persönlichem Engagement, der Nutzung regionalen Wissens und wachsendem Vertrauen zwischen den Akteuren. Engagierte Personen tragen die Genossenschaftsarbeit und gewinnen so – oft langsam, aber kontinuierlich über einen längeren Zeitraum – Mitstreiter/innen für das Ziel, Landwirtschaft und Naturschutz zu verbinden. Auch bringen die beteiligten Akteure ihre regionalen Erfahrungen in die Genossenschaftsarbeit und über diesen Weg in die Gestaltung der Programme zur ländlichen Entwicklung und der Agrarumweltprogramme ein. Nicht zuletzt kann das Vertrauen der Landwirtschaft gegenüber Naturschutzanliegen nur in solch verhältnismäßig kleinen und überschaubaren Gruppen, die durch den gemeinsa-

men regionalen Bezug zusammengehalten werden, wachsen.

Deutschland hinkt hinterher

In Deutschland fehlen regionale landwirtschaftliche Berufsvertretungen, die sich schwerpunktmäßig mit Naturschutzangelegenheiten beschäftigen. Auch die erfolgreichen Landschaftspflegeverbände verfolgen mit ihrer drittelparitätischen Zusammensetzung von Landwirtschafts-, Naturschutz- und Kommunalvertreter/innen ein etwas anderes Ziel. Warum also gibt es dieses Modell nur in den Niederlanden? Ein Grund ist sicher die traditionelle niederländische Erfahrung mit genossenschaftlichen Zusammenschlüssen bei der gemeinschaftlichen Neulandgewinnung und Landschaftsentwässerung. Aber vielleicht ist es auch der Geschäftssinn und strategische Weitblick der niederländischen Landwirte, der sie dazu bringt, Umwelt- und Naturschutz nicht ausschließlich als Bedrohung anzusehen, sondern das Thema aktiv aufzunehmen und mitgestalten zu wollen. In Deutschland ist ein betriebsübergreifender Naturschutzansatz bisher gescheitert, weil die Programme entsprechende Betriebskooperationen nicht fördern. Wäre der Aufbau von Umweltgenossenschaften förderungsfähig, könnten aber viele Probleme des Naturschutzes in der Agrarlandschaft und der ländlichen Räume gelöst werden.

Mehr Informationen:

Dr. Jan Freese
 Universität Göttingen
 Zentrum Landwirtschaft und Umwelt (ZLU) und
 Departement für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
 Telefon: 05 51 / 391 97 59
 E-Mail: jan.freese@agr.uni-goettingen.de



Mit Straußen und Damwild zur regionalen Attraktion

Von Heinz Vierenklee

Ein kleiner Hof in Sachsen-Anhalt ist durch Zufall zu seinem Betriebskonzept gekommen: die Haltung und Vermarktung von Straußen und Damwild. Dabei setzen die Betriebsleiter nicht nur auf ihren Exotenstatus und die Marktlücke, die sie gefunden haben; vor allem die Kooperation mit anderen regionalen Direktvermarktern und Gastronomen entwickelt sich für den Betrieb immer mehr zum Erfolgsrezept.

Kleinleipzig ist ein unscheinbarer Ortsteil von Thurland im Landkreis Anhalt-Bitterfeld. 16 Häuser unmittelbar an der Autobahn A 9 gelegen – nicht gerade spektakulär. Doch fährt man von Raguhn über die Autobahnbrücke in Richtung Quelendorf, zeigt sich schnell, warum die kleine Gemeinde in Sachsen-Anhalt dennoch zahlreiche Besucher aus nah und fern anzieht: 30 Strauße und 32 Damtiere lassen sich hier das saftige Grün der Wiesen und Weiden schmecken. Mit viel Liebe und Hingabe werden sie auf dem über 200 Jahre alten Vierseiten-Hof von Marlies und Bernd Halamunda gehalten und versorgt.

Der Zufall hat mitgeholfen

Die Vermarktung von Straußen- und Damwildprodukten – nicht gerade ein alltägliches Geschäft. So sind Marlies Halamunda,

von Beruf Schlosserin und die Seele des Hofes, und ihr Mann Bernd auch eher durch einen Zufall zu ihrem Betriebskonzept gekommen. Eigentlich wollten sie – bisher nur Hobbylandwirte, die die ho-feigenen Flächen verpachtet hatten – nur drei Damtiere kaufen, um ihrer 7 Jahre alten Tochter Laura eine Freude zu machen. Doch dann stand der Halter der Tiere plötzlich mit drei kleinen, zwölf Wochen alten Straußen vor der Tür. Dem konnten die tierlieben Halamundas nicht widerstehen, und so begann für sie im Jahr 2002 ein langer, oft nicht einfacher Weg, der über zahlreiche Qualifizierungsmaßnahmen und Fachlehrgänge führte und es ihnen schließlich erlaubte, die exotischen Tiere zu züchten und ihre Produkte zu vermarkten. Marlies Halamunda ließ sich zur Hauswirtschafterin umschulen und managt seitdem den Betrieb, während Bernd Halamunda mit einem Verkaufsmobil die Menschen der Region mit den Dingen des alltäglichen Bedarfs versorgt.

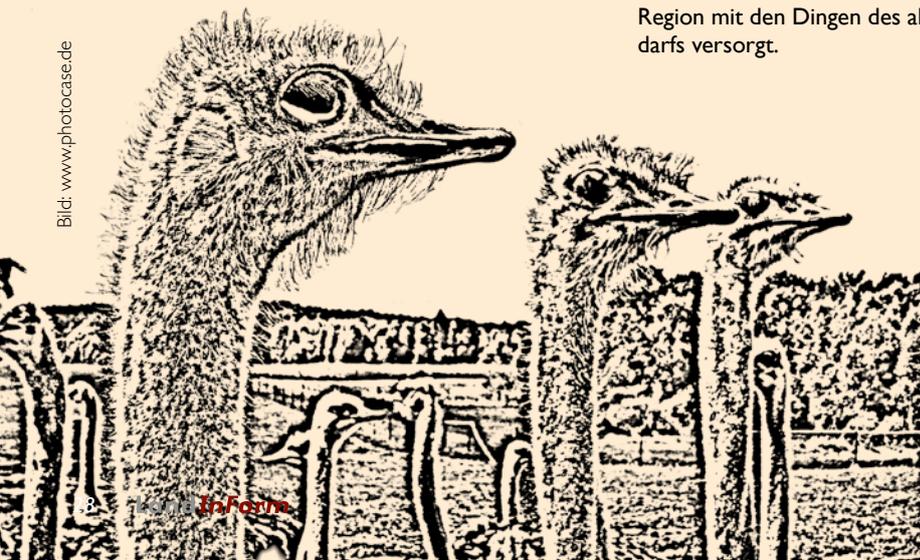
Klein und fein, ...

Bereits 2005 legten die ersten Strauße Eier, die zur Zucht verwendet werden konnten. Heute zählt der Betrieb mit 17,5 Hektar landwirtschaftlicher Nutzfläche, Straußen und Damwild, fünf Mutterkühen der Rasse Galloway Park, vier Kälbern, drei Jungbullen und einem Zuchtbullen zwar eher zu den kleinen Nischenbetrieben, doch entwickelt er sich kontinuierlich weiter.

Die Tiere werden mit Getreide versorgt, das Schwager Roland Halamunda, der neben seinem eigenen 40-Hektar-Betrieb auch die vom Bruder gepachteten Ackerflächen bewirtschaftet, liefert. Eine Kooperation, die sich für beide Betriebe bezahlt macht. Auch das Heubergen und die Mahd des Grünfutters werden gemeinschaftlich erledigt, so dass diese Arbeit für die umsichtige Unternehmerin neben der Führung des eigenen Haushalts und der Betreuung der Schwiegermutter noch zu schaffen ist. Zurzeit wird ein eigenes Schlachthaus gebaut, um einen weiteren Produktionsschritt auf dem Betrieb zu halten.

...aber Magnet in der Region

Schon jetzt ist der Straußen- und Damwildhof weit über den Ort Thurland hinaus bekannt und ein beliebtes Ausflugsziel in der Region. Viele Einzelbesucher, Schulklassen und Kindergartengruppen haben sich von der quirligen, resoluten Marlies Halamunda bereits den Betrieb und vor allem die großen exotischen Strauße und



das Damwild vorstellen lassen. Auch immer mehr Seniorengruppen aus benachbarten Städten wollen sich über die Tierhaltung in Kleinleipzig informieren und nehmen bei einer guten Tasse Kaffee und selbst gebackenem Kuchen gern die Informationen der engagierten „Frau des Hofes“ entgegen. Dabei hatte Frau Halamunda nur anfangs Flyer in Kindergärten, Schulen und Seniorenheimen verteilt, die restliche „Öffentlichkeitsarbeit“ wurde über Mund-zu-Mund-Propaganda erledigt.

Hofladen mit ausgefallenem Angebot

Während etwa 25 Prozent der auf dem Betrieb produzierten und verarbeiteten Produkte über das Verkaufsmobil von Bernd Halamunda in der Region vermarktet werden, wird der Großteil (etwa 65 Prozent) über den am 4. Oktober 2008 eröffneten, aus Leader-Mitteln geförderten Hofladen verkauft. Neben Fleisch und der direkt auf dem Hof produzierten Wurst aus Straußen- und Damwild bieten die Direktvermarkter hier auch Straußeneierlikör aus eigener Herstellung, leere und dekorierte Straußeneier, Straußenfedern und Straußenlederwaren an. Marlies Halamunda hat schon eine Menge Eier von Eiweiß und -dotter befreit und künstlerisch bearbeitet. Einige sind bemalt, andere mit Serviettenteknik gestaltet, wieder anderen hat sie mit einem winzigen Fräser ein zierliches Lochmuster gegeben. Auch Lampenschirme aus Straußeneiern zieren den schönen Hofladen. Sogar Schmuck ist unter den Händen halescher Künstlerinnen schon aus Scherben der einige Millimeter starken Eierschalen entstanden.

Neben den betriebseigenen Produkten findet man im Hofladen auch Erzeugnisse anderer Direktvermarkter der Region. So werden zum Beispiel Käse von Schafen aus Lindau, Schnaps aus Loburg oder Wachtel Eier aus Wendgräben angeboten. Neu im Sortiment ist der Likör „Straußenblut“, der vom benachbarten Likörproduzenten „Leckerland Hinsdorf GbR“ eigens nach den Wünschen der Halamundas kreiert wurde.

Feinschmecker sind begeistert

Straußeneier sind sehr begehrt, da sie arm an Cholesterin sind. Mit einem Gewicht zwischen 1.400 und 2.500 Gramm ist so ein XXL-Ei allerdings eine nicht alltägliche Mahlzeit: „Davon werden schon einige satt“, schmunzelt die engagierte Köchin Halamunda. Für ihre Gäste hat die qualifizierte Hauswirtschafterin ein Kochbuch geschrieben, das jede Menge Tipps zur Zubereitung des besonders zarten Damtierfleisches und des äußerst fettarmen Fleisches der über 2,20 Meter großen Straußenvögel

enthält. Auch die Kochkurse, die sie regelmäßig anbietet, finden großen Anklang. Mit der Teilnahme an Hoffesten anderer Betriebe sowie an Veranstaltungen und Festen der Region ist der Betrieb mittlerweile zu einem bekannten Unternehmen im Landkreis Anhalt-Bitterfeld und der Stadt Dessau-Rosslau geworden. Die Grillfeste, bei denen die Betriebsleiterin selbst als Köchin und „Grillmeisterin“ auftritt, sind in der Region sehr beliebt. Außerdem werden zur Zeit etwa 10 Prozent des Fleisches an Gaststätten der Umgebung vermarktet, die Straußen- und Damwildspezialitäten in die Speisekarte aufgenommen haben. Diese Absatzstrategie will Marlies Halamunda noch stärker ausbauen.

Die Region wächst zusammen

Die über 50 Direktvermarkter, die Mitglied im Bauernverband Anhalt im Landkreis Anhalt-Bitterfeld sind, konnten schon viele gemeinsame Aktivitäten organisieren und erfolgreich durchführen. Unter anderem bieten sie in ihren Hofläden die Produkte ihrer Berufskollegen aus der Region mit an. Um die Vermarktung regionaler Erzeugnisse künftig noch zu verbessern und weitere Kooperationen mit Handel, Tourismus und Handwerk in der Region einzugehen, wurde unter Federführung des Bauernverbandes Anhalt die Regionalmarke „Mittelbe“ (www.regionalmarke-mittelbe.de) ins Leben gerufen, der auch der Straußen- & Damwildhof Halamunda beigetreten ist. Gastronomen und Direktvermarkter können die Regionalmarke verwenden, wenn ihre angebotenen Produkte regional erzeugt wurden und bestimmte Kriterien in Bezug auf Umwelt- und Tierschutz sowie Qualität erfüllen. Diese Marke eröffnet auch kleineren Betrieben, Nebenerwerbslandwirten und Direktvermarktern gute Vermarktungschancen. Sie trägt dazu bei, regionale Kreisläufe zu schließen und damit ländliche Räume weiterzuentwickeln. Die Hofläden stellen ihre vielfältigen und kreativen Angebote zunehmend über ihre eigenen Websites ins Netz. Somit können sich Besucher und (potenzielle) Kunden immer umfassender über die Angebote in der Region informieren.



Bild: IA Phoenix / Pixelio



Bild: Karina / Pixelio



Bild: Klaus Peter Wolf / Pixelio

Mehr Informationen:

Heinz Vierenklee
Geschäftsführer
Bauernverband „Anhalt“ e.V.
Telefon: 03 49 01 / 840 36
E-Mail: bvanhalt@lbv-sachsenanhalt.de

Mit dem Käsemobil erfolgreich eine Nische besetzt

Bild: Stephan Scholz



Von Stephan Scholz

Die Idee ist bestechend: Eine mobile Käsereianlage fährt in der Region von Hof zu Hof, versetzt die Milchbauern in die Lage, ihre eigenen Produkte zu vermarkten und schafft so nebenbei noch ein bis zwei Arbeitsplätze. So einfach dieses Vorhaben auf den ersten Blick erscheint, so schwierig ist der Weg dorthin. Ein Erfahrungsbericht aus dem Chiemgau.

Die erste mobile Käserei entstand vor 14 Jahren im Allgäu. Der Molkereifachmann Günther Rauch war seiner Zeit weit voraus, als er statt auf die Errichtung einer stationären Hofkäserei darauf setzte, mit einer fahrbaren Einrichtung auch im Lohnverfahren für andere zu arbeiten. Seitdem hat sich viel getan, wenngleich es immer noch wenig mobile Käsereien gibt: Gerade einmal fünf private Lohnunternehmer besetzen heute in Deutschland diese Nische – überwiegend in Süddeutschland. Zwei weitere Käsereien sind in Planung. Die fahrenden Käser mit ihren wertvollen Anlagen sind bei den Milchbauern sehr beliebt. Sie ermöglichen den Landwirten, ohne hohe Investitionskosten ihren speziellen, unverwechselbaren Hofkäse zu vermarkten.

Die mobile Käserei Chiemgau

Im Jahr 2004 ging auch ich an die Umsetzung dieser Idee. Zwar führten umfangreiche theoretische Vorbereitungen im Rahmen einer über „Region Aktiv“ geförderten Machbarkeitsstudie zunächst dazu, dass der ursprüngliche Plan eines bäuerlichen Gemeinschaftsprojektes mangels Risikobereitschaft aufgegeben werden musste. Die Ausgangslage war aber derart vielversprechend, dass es fast einer Katastrophe gleich gekommen wäre, das Projekt einer fahrbaren Käserei in einer milchstarken Grünlandregion mit Tourismus wie dem Chiemgau nicht umzusetzen und den Plan für immer in der Schublade verschwinden zu lassen.

Herzblut, Sachverstand und genaue Planung...

Obwohl der Anfang für mich als Agraringenieur, aber ungelernten Käser nicht ganz einfach war, entwickelte sich das Projekt schnell mehr als nur „planerfüllend“. Die Startprobleme lagen vor allem bei der Käsepflege, die von Beginn an von Fremdpersonal durchgeführt wurde. Heute weiß ich, dass hierzu top-engagierte Leute nötig sind, die neben fachlicher Qualifikation mit Herzblut und Disziplin bei der Sache sind. Damals war ich in dieser Hinsicht wohl etwas zu blauäugig und zu sehr damit beschäftigt, dass das Projekt insgesamt ins Laufen kam.

Eine weitere Schwierigkeit liegt in der Ausgestaltung der Anlage. Die muss in engster Zusammenarbeit mit dem Planer entstehen und ganz gezielt auf die Region und die späteren Einsatzbereiche zugeschnitten sein. Sollen es zwei Kessel mit kleiner

Kapazität oder doch nur ein großer sein? Gas-, Diesel-, Elektroheizung oder Holz-befuerung? Selbstfahrer oder Anhänger? Ausrichtung auf Weich-, Schnitt- oder Hartkäse? Das sind nur einige von vielen Fragen, die zu Beginn entschieden werden mussten. Die Entscheidung fiel schließlich auf einen Anhänger mit zwei Kesseln à 600 Liter, betrieben mit einer Gastherme für die Herstellung von Schnitt- und Hartkäse. Das Fahrzeug wurde in der Schweiz nach individuellen Vorgaben in Sonderanfertigung gebaut.

...bringen den Erfolg

Die Käserei läuft mittlerweile fast rund um die Uhr – und das an zirka 250 Tagen im Jahr. Da ich als I. Standbein in der Beratung für den Öko-Anbauverband Naturland tätig bin und nur wenig Zeit habe, selbst mit dem Käsemobil durch die Region zu fahren, verleihe ich meine Produktionsstät-



Bild: Stephan Scholz



Bild: Stephan Scholz

te an Landwirte, die ihren eigenen Käse herstellen, aber auch an andere Käser in benachbarten Regionen, die selbst noch nicht so weit sind oder das finanzielle Risiko einer eigenen mobilen Käserei scheuen. Im Sommer steht das Käsemobil für 4 Wochen auf einer Alm im Berchtesgadener Land. Die Produktpalette umfasst neben zwei Schnittkäsesorten auch Hartkäse. Die Investitionen lagen bei insgesamt 140.000 Euro. Gefördert wurde das Projekt nur in der Planungsphase über „Regionen Aktiv“. Die Kundschaft reicht vom kleinen Landwirt, der einmal im Jahr für den eigenen Bedarf Käse herstellen lässt, bis hin zu professionellen Direktvermarktern mit einer Verarbeitungsmenge von bis zu 25.000 Litern Milch jährlich. Die Käselaiibe werden nach der Konservierung im Salzbad in einem Gemeinschaftslager für einen Zeitraum von vier bis sechs Wochen gepflegt: Nach dem Abtrocknen werden die runden Laibe entgratet, individuell gekennzeichnet und auf Holzbrettregale gelegt. Danach wird alle zwei Tage gewendet und geschmiert. So entsteht die Rindenbildung, bevor der Landwirt seine Käselaiibe in frühreifem Zustand zurückbekommt.

Erfolgsaussichten genau abschätzen

Mit Blick auf den Wegfall der Milchquote und den zunehmenden Milchpreisverfall wird die Nutzung mobiler Käsereien – und damit der Ausbau eines zweiten Standbeines ohne eigene Investitionskosten – gerade für kleinere Milchviehbetriebe ohne Wachstumsoptionen in kleinstrukturierten Regionen immer interessanter. Viel Tourismus oder gute Direktvermarktungsmöglichkeiten in der Region sind dabei zwingende Erfolgsvoraussetzungen. Machbarkeitsstudien können helfen, die Erfolgsaussichten fahrbarer Käsereien regionsspezifisch genau abzuschätzen. Sie strahlen auch gegenüber den Kreditgebern Zuversicht aus, sofern sie nicht ohnehin Vorbedingung für eine Förderung sind. Auf

langjährige Erfahrungen praktizierender fahrender Käser zurückzugreifen, ist dabei von unschätzbarem Vorteil.

Wissenswertes für potenzielle mobile Käser

Unternehmerisch interessant ist der Betrieb einer mobilen Käserei überall dort, wo es genügend Milchviehbetriebe mit individuellen und regionalen Absatzmöglichkeiten gibt. Hauptproblem ist die Finanzierung. Denn von der eigentlichen Käserei über das Zugfahrzeug bis zu den Lagereinrichtungen muss mit Investitionen in Höhe von 100.000 bis 150.000 Euro gerechnet werden. Projektförderungen (Leader, ELER, regionale Förderprogramme) können einerseits das unternehmerische Risiko erheblich reduzieren. Wenn eine Kalkulation ohne Zuschüsse aufgeht, bietet das aber andererseits ausreichend Luft, um auf unvorhergesehene Zwischenfälle flexibel reagieren zu können.

Von den rechtlichen Anforderungen her steht die mobile Käserei auf der Stufe einer Hofkäserei. Sie hat teilweise erheblich geringere Auflagen zu erfüllen als eine gewerbliche Käserei. Die allgemeinen Hygienestandards müssen natürlich eingehalten werden. Die Rohmilchkontrolle ist in der Regel über die Molkereien abgedeckt. Da die Produktionseinrichtung und in den meisten Fällen auch der Käser vom Landwirt für den Zeitraum des Käsevorganges gemietet werden, verlangen einige Hauptzollämter hierfür Mietverträge.

Als Mindestvoraussetzung muss der verantwortliche Käser einen Sachkundenachweis vorlegen (bis 500 Liter pro Tag). Darüber hinaus ist eine Käse- oder Molkereifachausbildung notwendig.

Wissenswertes für Landwirte

Für Landwirte hat die Nutzung einer mobilen Käserei viele Vorteile. Da die durch den Lohnunternehmer ausgeführte Tätigkeit in die erste Verarbeitungsstufe fällt, ist für den Landwirt keine Gewerbeanmeldung erforderlich. Bis zu einer Jahresmenge von 3.000 Litern kann eine Vermarktung ohne Direktvermarktungsquote erfolgen. Darüber hinaus muss eine solche Quote dann aber ab dem ersten Liter vorliegen. Finanziell ist die Verarbeitung für den Landwirt bei Lohnkosten zwischen 50 und 60 Cent pro Liter zuzüglich der eigenen Milcherzeugungskosten (30 – 40 Cent/Liter) interessant, wenn der Käse regional zu einem Preis von mindestens 14 Euro je Kilogramm abgesetzt werden kann. Mit zunehmendem Verfall des Milchpreises, der ja schon heute weit unter den Entstehungskosten liegt, wird eine Teilvermarktung immer interessanter. Über die Lohnverarbeitung rentiert sich ein Volumen bis ca. 50.000 Liter pro Jahr. Darüber hinaus wird die Einrichtung einer eigenen Käserei interessant.



Bild: Stephan Scholz

Mehr Informationen:

Stephan Scholz
 Dipl. Ing. Agrar – Planungsbüro Mobile Käsereien
 Telefon: 01 72 / 65 98 0 73
 E-Mail: s.scholz@naturland-beratung.de



Genusskultur erleben

– Der LandWert Hof in Stahlbrode

Von Juliane Mante und Barbara Kuhr

Ende 2008 ging ein für Norddeutschland einzigartiges Projekt an den Start: die LandWert Hof GmbH & Co.KG in Stahlbrode, Mecklenburg-Vorpommern. Als Zusammenschluss erfolgreicher Unternehmer aus der Region integriert der Betrieb von der Erzeugung über die Verarbeitung bis zur Vermarktung die gesamte landwirtschaftliche Wertschöpfungskette. Das zentrale Ziel: die regionale Land- und Genusskultur erlebbar zu machen und zu stärken.

Ideengeber und Pate des Projektes „LandWert Hof“ ist Karl-Ludwig Schweissfurth, der in Bayern in den 1980er Jahren mit den Herrmannsdorfer Landwerkstätten ein vergleichbares Projekt ins Leben gerufen hat. Die Initiatoren und heutigen Gesellschafter der LandWert Hof GmbH & Co.KG, die Biobauern Oliver Nordmann und Gerald Schulz, waren von der Idee, qualitativ hochwertige Lebensmittel an einem Ort zu produzieren, vielfältig zu verarbeiten und zu vermarkten, fasziniert. Daher beschlossen sie, in Vorpommern ein ähnliches Projekt ins Leben zu rufen.

Erzeugerzusammenschluss unter eigener Marke

Die Überlegungen waren zunächst ganz praktischer Art: Zwar ist das landwirtschaftlich geprägte Mecklenburg-Vorpommern nach Brandenburg das Bundesland mit den meisten ökologisch wirtschaftenden Betrieben; die Möglichkeiten, die in der Region produzierten hochwertigen Bioprodukte auch regional zu vermarkten, sind jedoch spärlich. Die Produkte werden hauptsächlich in die westdeutschen Bundesländer und in EU-Länder exportiert. Diesem Trend wollten die Initiatoren etwas entgegenzusetzen. 2005 schlossen sie sich mit fünf weiteren landwirtschaftlichen Unternehmern aus der Region zusammen, um ihr Angebot gemeinsam

unter der eigens dafür ins Leben gerufenen Marke „LandWert“ zu vermarkten.

6,5 Millionen Euro investiert

Der LandWert Hof wurde schließlich Ende 2008 auf einem idyllisch am Greifswalder Bodden gelegenen ehemaligen Gutshof in Stahlbrode eröffnet. Hierfür stellte Landwirt Gerald Schulz seinen Hof zur Verfügung. Dessen Gutshaus wurde mit Fördermitteln der Dorferneuerung vollständig saniert und durch drei Neubauten und einen Rinderoffenstall ergänzt. Die Familien Nordmann und Schulz gründeten anschließend gemeinsam die LandWert-Hofmanufakturen. Insgesamt investierten sie 6,5 Millionen Euro in das Unternehmen, ein Drittel davon stellte das Land Mecklenburg-Vorpommern in Form von Fördermitteln bereit.

Der Betrieb bewirtschaftet 650 Hektar, die zu 100 Prozent Eigentum sind. Auf den 3,4 Hektar Hoffläche sind die verschiedenen

Bereiche pflanzlicher und tierischer Produktion sowie Verarbeitung und Vermarktung der erzeugten Produkte funktionell miteinander verbunden. Insgesamt 15 Mitarbeiter arbeiten derzeit auf dem Hof, der seit Mai dieses Jahres vollständig auf eine ökologische Wirtschaftsweise umgestellt ist.

Der Rinderoffenstall bietet insgesamt 280 Rindern Unterstand. Rinder der Fleischart Herford werden auf dem Betrieb mit der robusten Aurac-Rasse gekreuzt, da diese besonders leichtkalbig ist. Die extensiv gehaltenen Tiere haben uneingeschränkten Zugang zu den angrenzenden Weideflächen. Zum Tierbestand gehören außerdem 25 im Freiland gehaltene „Bunte Bentheimer“-Sauen – eine alte Schweinerasse, die heute vom Aussterben bedroht ist.

Produzenten und Gastronomie als regionale Partner

Die Arbeit des Hofprojekts gründet sich auf zwei Kernpunkte innerhalb der Unter-





Bild: LandWert Hof Stahlbrode GmbH & Co.KG

nehmensphilosophie: Zum einen soll das Verständnis der Menschen für die Lebensmittelerzeugung und für die Region erhöht, zum anderen die regionale Wirtschaftskraft gestärkt werden. Die landwirtschaftliche Wertschöpfungskette wurde deshalb direkt auf dem Hof für die Besucher erlebbar gemacht – durch die Weiterverarbeitung eigener Erzeugnisse und zusätzlicher landwirtschaftlicher Produkte. Fünf Unternehmen aus der Region beliefern den LandWert Hof hierfür mit Produkten aus ökologischer Erzeugung – wie Rindfleisch, Getreide und Gemüse –, um so die hofeigene Produktpalette zu vervollständigen. Die Auswahl dieser Unternehmen richtete sich nach ihrem Produktionsprofil; Bedingung war unter anderem, dass sie eine Ökozertifizierung besitzen. Der Anteil der extern erzeugten Produkte an den auf dem Hof verarbeiteten und verkauften Waren schwankt saisonal, ist aber immer kleiner als derjenige der hofeigenen Waren.

Wie wird das Fleisch zur Wurst? – Die gläserne Metzgerei

Direkt an den Rinderoffenstall grenzt die in Deutschland wohl einzigartige „Gläserne Metzgerei“, in der das Fleisch der hofeigenen Tiere nach den traditionellen Verfahren der Warmfleischmetzgerei ver-

arbeitet wird. Etwa sechs Schweine und zwei Rinder, die auch von Partnerunternehmen kommen, werden hier täglich verarbeitet.

Große Fenster geben dem Betrachter Einblick in alle Stufen der Verarbeitung. Die Warmfleischmetzgerei funktioniert nur, wenn die Tiere direkt auf dem Hof stressfrei geschlachtet werden. Das Fleisch muss innerhalb von sechs Stunden nach der Schlachtung verarbeitet sein, um die natürlichen Verwesungsprozesse für die Konservierung zu nutzen. Damit entfällt der sonst übliche Zusatz von Raucharomen, Pökelsalz und Phosphaten, wodurch dem Fleisch und der Wurst ein ganz besonderer Geschmack erhalten bleibt. In einem angrenzenden Erdreifegewölbe bildet dann die Salami ihren Edel-Schimmel, und Mettwürste und Speck entwickeln über kaltem Rauch ihr einzigartiges Aroma.

Landschaft ist essbar!

Die im Frühjahr 2009 auf den LandWert Hof gezogene Freilandgärtnerei „Essbare Landschaften“ hat sich auf einer Fläche von 3 Hektar auf den Anbau und die Veredelung seltener regionaler Wild- und Würzkräuter sowie essbarer Blüten spezialisiert. Sie verschickt diese pflückfrisch und küchenfertig an gut 500 Restaurants in ganz Deutschland. Alles, was nicht den Weg in die Restaurants findet, gelangt in

die Feinkostmanufaktur des LandWert Hofes und wird hier unter anderem zu Chutneys, Gewürzen, Kräuterteemischungen und Kräutersalzen verarbeitet.

Vermarktung über Hofladen, Café und Restaurant

Im Hofmarkt, im Restaurant und im Café des LandWert Hofes laufen die einzelnen Produktionsstränge wieder zusammen. Der Markt bietet neben den ausschließlich hofeigenen Fleisch- und Wurstwaren auch die Produkte der Partnerbetriebe an. Diese werden – als letzter Schritt in der Kette vom Erzeuger zum Verbraucher – in Restaurant und Café nach überwiegend regionalen Rezepten zubereitet und angeboten. Ein wichtiges Standbein der Vermarktung sind Gastronomie und Hotellerie in der Region, über die zurzeit zirka 80 Prozent der Produkte abgesetzt werden. Dabei arbeitet der LandWert Hof ausschließlich mit Restaurants zusammen, die selbst einen hohen Qualitätsanspruch haben. Ziel ist es, weitere Gastronomiepartner für eine Zusammenarbeit zu gewinnen. Gleichzeitig soll der Hofladen ausgebaut werden, um den Absatz an die Endverbraucher und damit die Wertschöpfung zu erhöhen.

Positive Resonanz ermöglicht weitere Projekte

Auch wenn es noch etwas früh erscheint, eine Bilanz über den Erfolg des Hofkonzeptes zu ziehen, bestätigt doch die positive Resonanz, die Oliver Nordmann und Gerald Schulz mit ihrem Angebot bereits regional und überregional bei Endverbrauchern und in der Gastronomie gefunden haben, dass sie auf dem richtigen Weg sind. Neue Projekte sind daher bereits in Planung, zum Beispiel der Bau einer eigenen Käse- und Bäckerei sowie der Ausbau des Betriebs zum Schulbauernhof. 15 weitere Mitarbeiter sollen hierfür in diesem Jahr eingestellt werden und so mit ihrem Know-how und Engagement die Hofphilosophie weiter verbreiten.



Bild: LandWert Hof Stahlbrode GmbH & Co.KG



Bild: LandWert Hof Stahlbrode GmbH & Co.KG

Mehr Informationen:

LandWert Hof Stahlbrode GmbH & Co.KG
 Telefon: 03 83 28 / 651 10
 E-Mail: info@landwerthof.de
www.landwerthof.de

Attraktive Ortskerne statt Zersiedelung

Von Steffen Speidel

Auch wenn die demografische Entwicklung in Deutschland in Richtung „Schrumpfung“ geht, nimmt der Landschaftsverbrauch stetig zu. In Baden-Württemberg etwa wurden im Jahr 2007 täglich rund zehn Hektar Fläche für Wohnungs- und Straßenbau, Gewerbe- und Industrieansiedlung verbraucht. Das Modellprojekt MELAP zeigt, wie dieser Entwicklung durch „qualitatives Wachstum“ erfolgreich begegnet werden kann.

Wenn sich die Vorhersagen des Statistischen Landesamts Baden-Württemberg bewahrheiten, wird der Landschaftsverbrauch im Südwesten Deutschlands in den kommenden Jahren noch zunehmen. Eine zentrale Ursache für diese Siedlungsexpansion liegt auf der Hand: Gewachsener Wohlstand und die damit verbundene zunehmende Individualisierung und Mobilität lassen den Wunsch nach mehr Wohnraum wachsen. Doch auch der Wettbewerb der Kommunen um Einnahmen führt dazu, dass die Gemeinden mit preiswerten Angeboten für attraktive Gewerbe- und Neubaugebiete locken. Gleichzeitig stehen durch den Strukturwandel in der Landwirtschaft immer mehr Gebäude innerhalb der Orte leer, nimmt die Zahl an Brachen und Baulücken zu. Leerstand im Dorfkern und unbebaute Grundstücke in Erweiterungsgebieten verursachen hohe Infrastrukturkosten; gleichzeitig werden die kommunalen Haushalte durch das Vorhalten von Flächen, die niemand kauft, überfordert.

Den Landschaftsverbrauch eindämmen

Mit dem „Modellprojekt zur Eindämmung des Landschaftsverbrauchs durch Aktivierung innerörtlicher Potenziale“ (MELAP)



Der Um- und Anbau einer aufgegebenen Hofstelle in Illmensee verbindet Arbeiten und Wohnen in der Dorfmitte.

erprobte das Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg (MLR) im Zeitraum 2003–2008 die Vorteile einer konsequenten Innenentwicklung ländlicher Gemeinden. Das Projekt wurde als Modell im Rahmen des „Entwicklungsprogramms Ländlicher Raum“ (ELR) durchgeführt. Hierfür wurden zunächst aus weit über 200 Bewerbungen 42 Ortschaften aufgefordert, örtliche Entwicklungskonzepte zu konsequenter Innenentwicklung zu erarbeiten. Anhand dieser Konzepte wurden 11 Ortsteile und 2 Einheitsgemeinden ausgewählt, die im Herbst 2003 mit dem Modellvorhaben starteten. Die Kommunen verzichteten in den MELAP-Orten auf neue Baugebiete und nahmen geplante Erweiterungen zurück.

Dem Leerstand auf der Spur

Zunächst wurden in den 13 Ortschaften innerörtliche Baulücken, Brachen und Leerstände ermittelt. Hierbei wurden auch die bereits bestehenden, unbebauten Grundstücke in den Erweiterungsgebieten sowie Bauland mit verbindlichem Baurecht berücksichtigt. Das ermittelte Potenzial überstieg mit seinen rund 1.300 Wohneinheiten (WE) bei weitem den Flächenbedarf der Modellorte unter den derzeitigen Bedingungen des demografischen und gesellschaftlichen Wandels. Das gesamte Potenzial wurde auf die Zweckmäßigkeit einer Bebauung und die Mitwirkungsbereitschaft der Eigentümer überprüft. Daraus resultierte das aktivierbare Angebot.

Bürger motivieren Bürger

Vor diesem Hintergrund bekam die Mitwirkung der Bürger ein besonderes Gewicht – schließlich muss die qualitative Verbesserung der Wohn- und Arbeitsbedingungen in den Ortskernen größtenteils von privaten Investitionen getragen werden und ist zudem häufig von der



Ein Holzhaus mit Pferdekoppel in Creglingen-Münster veranschaulicht die besonderen Möglichkeiten dörflicher Mischgebiete.

Verkaufsbereitschaft der Eigentümer abhängig. Erfahrungsgemäß bedarf es erheblicher Überzeugungskraft in den Gemeinden – sowohl im kommunalpolitischen Raum als auch in der Bürgerschaft – um den bisherigen Weg der Siedlungsentwicklung nach außen zu verlassen. MELAP gelang die Motivation der Bürgerschaft jedoch in erstaunlich kurzer Zeit. Hierbei haben Arbeitsgruppen und Zukunftswerkstätten interessierter Bürger aller Altersstufen viel Fantasie entfaltet und intensive Öffentlichkeitsarbeit betrieben, meist gestützt durch Ortsvorsteher und Planer. Mit Erfolg: Von den 337 im MELAP-Bewilligungszeitraum (2003–2007) insgesamt bewilligten Maßnahmen fielen 254 – also die überwiegende Mehrheit – in die Kategorie „privat – nicht gewerblich“ des Entwicklungsprogramms Ländlicher Raum (ELR).

Hauptthemnis: Immobilienspekulation

Während der Modellphase zeigte sich aber auch, wie schwer die Aktivierung von Flächen ist: Nur ein Bruchteil des ermittelten Potenzials steht dem Immo-

bilienmarkt zur Verfügung. So werden unbewohnte Hofstellen und erschlossenes Bauland gehortet, um Wertsteigerungen abzuwarten. Dabei wird die Wertentwicklung von Immobilien im ländlichen Raum und speziell in den Ortskernen oft falsch eingeschätzt; die Hemmnisse des Immobilienmarktes sind damit häufig die Folge unrealistischer Wertvorstellungen. Die Gemeinden und die im ländlichen Raum tätigen Immobilienunternehmen sollten deshalb das breite Publikum über die tatsächliche Wertentwicklung informieren.

Modellprojekt mit großer Wirkung

Dem Projekt MELAP ist es bereits nach kurzer Zeit gelungen, die Diskussion zum Flächenverbrauch im ländlichen Raum Baden-Württembergs weit über die 13 Modellgemeinden hinaus zu entfachen. Rechnet man zu den 13 MELAP-Gemeinden diejenigen Orte hinzu, die von 2004 bis 2007 eine im ELR geförderte Untersuchung nach MELAP-Vorbild durchgeführt haben, so ergibt sich eine Zahl von 200 Gemeinden, die sich bereits intensiv mit dem Thema „Innenentwicklung“ befassen. Hinzu kommt, dass im Geschäftsbereich des MLR, aufbauend auf den Erfahrungen von MELAP, weitere Modellvorhaben – etwa im Rahmen des EU-Programms LEADER – angestoßen wurden.

Potenziale richtig einschätzen

Um Landschaftsverbrauch und Leerstand entgegenzuwirken, ist es wichtig, die Brisanz der Problematik in den Köpfen der Bürgerinnen und Bürger zu verankern. Nur wenn jeder Einzelne seine persönlichen Flächenansprüche kritisch auf den Prüfstand stellt, kann die Trendwende gelingen. Durch die aktive Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger hat diese Sensibilisierung der Bevölkerung im Rahmen des Projektes gut funktioniert. Die zahlreichen MELAP- und ELR-Untersuchungen haben aber auch gezeigt, dass auffallend viele Städte und Gemeinden die innerörtlichen Potenziale an nicht oder nicht voll genutzten Gebäuden und Baulücken ihres Gemeindegebietes weit unterschätzen. Im Gegenzug wird die künftige Bevölkerungsentwicklung von den Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern, Gemeinderäten und Ortsvorstehern vielerorts weit überschätzt.

Das Ziel: qualitatives Wachstum

Die Innenentwicklung ländlich geprägter Ortschaften muss als eine Gemeinschaftsaufgabe verstanden werden, insbesondere

unter Schrumpfungsbedingungen. Der Funktionsverlust der Ortskerne und die Auflösung der historischen Ränder haben die Ortsbilder gravierend verändert; das flächenhafte Wachstum nach außen hat vielerorts Brüche und ungestaltete Flächen im Ortsbild hinterlassen. Nach Jahrzehnten des Wachstums nach außen und grundlegendem Strukturwandel muss jetzt „qualitatives Wachstum“ im Bestand folgen.

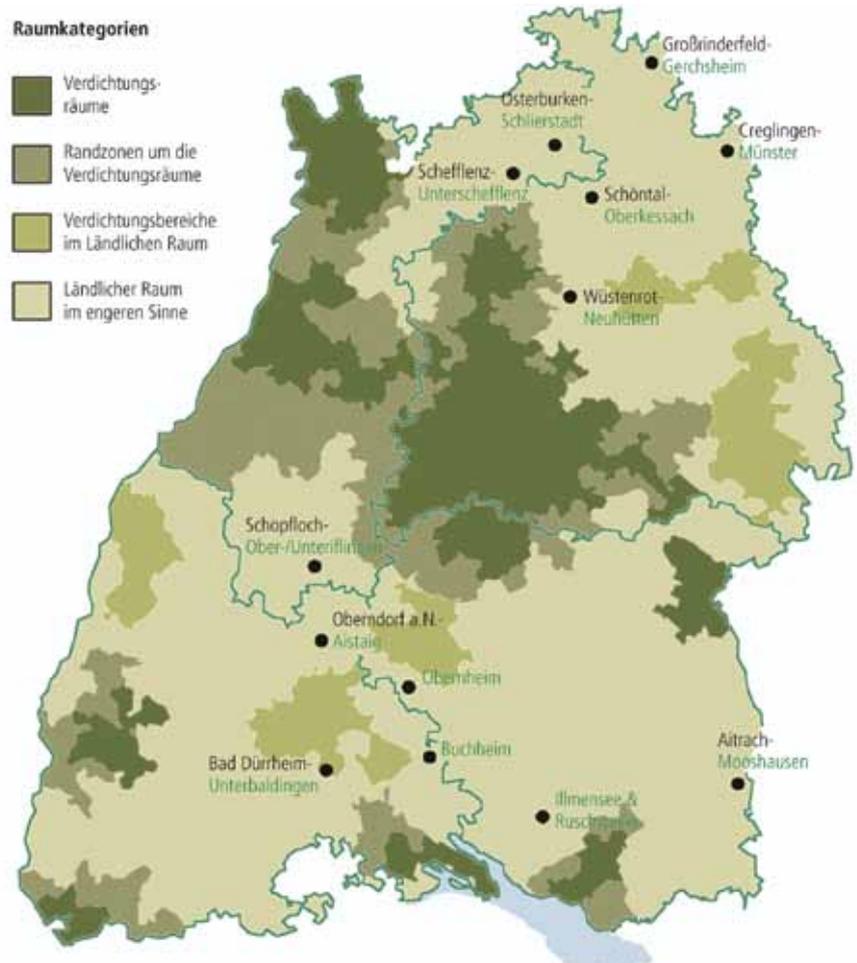


Abbildung: Forschungsgruppe Stadt+Umwelt, Ludwigsburg

13 Gemeinden entwickelten Verfahren zur Aktivierung innerörtlicher Potenziale und realisierten modellhafte Maßnahmen zur Vermeidung von Landschaftsverbrauch.

Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum angepasst

Die Erkenntnisse des MELAP-Projektes führten 2008 zu einer Änderung des Entwicklungsprogramms Ländlicher Raum (ELR) Baden-Württembergs. So wurden die Förderkonditionen für den Umbau und die Umnutzung insbesondere großer ehemals landwirtschaftlich genutzter Anwesen deutlich verbessert. Für Investoren gibt es bei allen förderfähigen Vorhaben keine Einkommensgrenzen mehr, was die Nachfrage nach Folgeinvestitionen von Objekten deutlich erhöht hat. Zusätzlich werden nun von den Gemeinden bei der Antragseinreichung eine Erhebung der Gebäudeleerstände und Baulücken und die Vorlage einer aussagekräftigen Nutzungskonzeption zur Innenentwicklung gefordert. Damit wird bewirkt, dass sich die Gemeinden verstärkt mit dem Thema der Innenentwicklung auseinandersetzen, bevor sie eine Förderung erhalten. Ähnliches gilt für die Förderung von Gewerbegebieten, die nur noch bei interkommunalen Flächen möglich ist.

Mehr Informationen:

Steffen Speidel • Forschungsgruppe Stadt+Umwelt
 Telefon: 071 41 / 92 00 52 • E-Mail: info@melap-bw.de
 www.melap-bw.de

Aktiv für den Klimaschutz: Mittlerer Schwarzwald wird zur Energieregion 2010

Von Mark Prielipp und Klaus Zimmermann

Klimaschutz und die Förderung erneuerbarer Energien stellen mittlerweile ein zentrales Thema für politische Entscheidungsträger dar. Die Leader-Region Mittlerer Schwarzwald im Südwesten Baden-Württembergs führt hierzu ein einzigartiges Leitprojekt durch: Auf der Basis lokaler erneuerbarer Energieressourcen wird ein regionales Energiesystem für den ländlichen Raum aufgebaut.



© Ralph Weber 2007

Ein Schwerpunkt der Leader-Förderperiode 2007–2013 liegt auf Projekten, die sich mit dem Zukunftsthema der Nutzung und Stärkung erneuerbarer Energien beschäftigen. Das Projekt „Energieregion 2010 – Mittlerer Schwarzwald“ will einen Beitrag zum aktiven Klimaschutz, zur Stärkung erneuerbarer Energien sowie zur Förderung des regionalen Handwerks- und Dienstleistungssektors leisten. Dafür haben sich 38 Gemeinden des Leader-Aktionsgebietes Mittlerer Schwarzwald im Oktober 2008 zusammengeschlossen. Ihr Ziel ist es, durch interkommunale Zusammenarbeit und die Einbindung der Bürger eine ganzheitliche und nachhaltig optimierte Energiewirtschaft im ländlichen Raum aufzubauen. Unter der Federführung der Gemeinde Schuttertal

werden für die beteiligten Kommunen der Landkreise Rottweil und Ortenaukreis Energiestrategien entwickelt.

Wissenschaftlich analysiert, praktisch umgesetzt

Das Leader-Rahmenprojekt gliedert sich in ein Dachprojekt und mehrere Teilprojekte. Über das Dachprojekt werden die Teilprojekte wissenschaftlich begleitet, betreut, koordiniert und moderiert. In seinem Rahmen werden außerdem Analysen zu Produktions- und Nutzungsmöglichkeiten erneuerbarer Energien wie Sonnenenergie, Windkraft, Wasserkraft, Geothermie oder Biogas in der Region durchgeführt. Deren Ergebnisse werden dann mit dem tatsächlichen Bedarf an

elektrischer und thermischer Energie in der Region abgestimmt.

Sobald die Potenzialanalysen abgeschlossen sind, werden die Ergebnisse Kommunen oder Energieversorgern zur Verfügung gestellt, die sie in ihre Beratung einfließen lassen. Ein Beispiel hierfür sind Erhebungen, um Defizite in der Wärmedämmung von Gebäuden aufzudecken (siehe Abb. 1). Hierdurch sollen die Hauseigentümer motiviert werden, diese Defizite in einem nächsten Schritt durch Modernisierungsmaßnahmen zu beheben.

Solarenergie im Fokus

Ein weiteres Beispiel ist eine Standortanalyse für Photovoltaik- und thermische Solaranlagen, die derzeit in der Projektregion

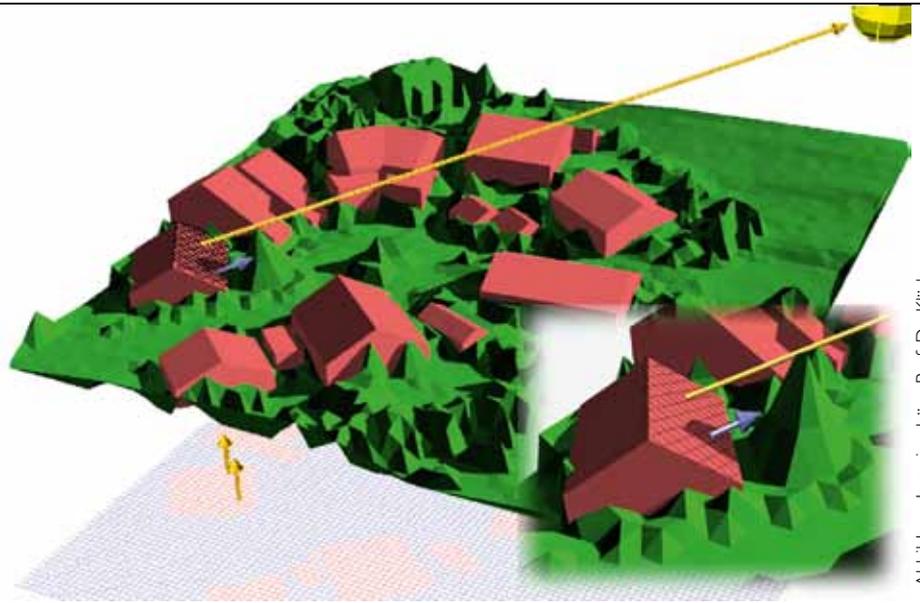


Abbildung: Ingenieurbüro Prof. Dr. Klärle

im Rahmen des Forschungsprojekts SUN-AREA des Steinbeis-Transferzentrums für Geoinformations- und Landmanagement in Weikersheim durchgeführt wird. Basis hierfür bilden Flugzeugscannerdaten, die mit Hilfe geografischer Informationssysteme (GIS) gewonnen werden. Ziel ist es, ein Solarpotenzialkataster zu erstellen, mit dem die photovoltaische und solarthermische Eignung jeder Dachfläche verlässlich bestimmt werden kann. Darauf aufbauend wird das Solarenergiepotenzial für alle Gemeinden im Untersuchungsgebiet berechnet und in Form einer Datenbank mittels einer Web-GIS-Applikation im Internet öffentlich zugänglich gemacht. Die Ergebnisse der Analyse werden außerdem genutzt, um die potenziell verwendbaren Flächen je nach ihrer Eignung für die verschiedenen Solarmodultypen zu klassifizieren. Die Eigentümer geeigneter Dächer in den Gemeinden des Untersuchungsgebietes sollen dann durch aktive Öffentlichkeitsarbeit in der Presse und Informationsveranstaltungen über Fördermöglichkeiten informiert und zur Nutzung von Photovoltaik- und thermischen Solaranlagen motiviert werden. Nach ersten Berechnungen könnten in der Leader-Region durchschnittlich 116 Prozent des Strombedarfs privater Haushalte durch Solarenergie gedeckt werden.

Enge Vernetzung auf lokaler Ebene

Für eine sinnvolle Energiekonzeption ist es wichtig, den Energiebedarf auf lokaler Ebene zu senken bzw. durch lokale Energieträger zu decken. Nur so kann das angestrebte Ziel einer regionalen Wärme- und Stromversorgung verwirklicht werden. Zu diesem Zweck wird eine enge Kooperation von lokalen Energieversorgern und -beratern, den jeweiligen Grundstückseigentümern und der Verwaltung aufgebaut. Dabei werden mögliche technische, organisatorische und kommunikative Probleme analysiert und versucht, diese durch die Eingliederung aller Parteien in den Entwicklungsprozess zu lösen. Ein Ziel ist zum Beispiel der Aufbau und die Vernetzung einer kompetenten Beratungsleistung zu erneuerbaren Energien durch bereits existierende und noch aufzubauende Energieagenturen in der Region.

Sensibilisierung durch Aufklärung

Trotz der globalen Dimension des Themas „Klimaschutz“ sind zur Umsetzung also lokale Lösungen gefragt, die dem

Das Forschungsprojekt SUN-AREA ermittelt über Standard GIS-Funktionalitäten die Standortfaktoren Dachneigung, Dachexposition, Verschattung und Dachflächengröße und errechnet daraus die Solarenergieeignung dieser Dachflächen.

einzelnen Bürger die Möglichkeit bieten, einen aktiven Beitrag zu leisten. Hierfür sind Aufklärungsarbeit und Bewusstseinsbildung für die Energieproblematik notwendig. Um eine positive Einstellung der Multiplikatoren und Bürger zu regional erzeugten erneuerbaren Energien aufzubauen, wird eine öffentlichkeitswirksame Energiekampagne initiiert, die das Potenzial erneuerbarer Energien in der Region verdeutlichen soll. Durch Workshops und Fachveranstaltungen werden die Angebote und Ergebnisse des Projektes außerdem an alle Beteiligten weitergegeben.

Projekt mit Leitbildcharakter

Der Erfolg versprechende Ansatz des Pilotprojektes ist insbesondere im ländlichen Raum einzigartig. Die Erfahrungen, die innerhalb des Projekts für die Region Mittlerer Schwarzwald gewonnen werden können, sollen im Sinne von „Best practice“ an andere Kommunen weitergegeben werden. Dabei werden übertragbare Ergebnisse herausgearbeitet und öffentlichkeitswirksam und verständlich publiziert. Zusätzlich wird ein Leitfaden zur Nutzung von Solarenergie erarbeitet, der die Übertragbarkeit des Konzeptes auf alle ländlichen Kommunen gewährleisten soll.

Die Berechnungen zur Solarpotenzialanalyse im Teilprojekt SUN-AREA werden im Juni 2009 abgeschlossen sein. Ein datenschutzrechtliches und technisches Problem ist hierbei jedoch noch die ursprünglich geplante Web-GIS-Darstellung über die Internetseiten der Landratsämter. Sollte dieses Problem nicht rechtzeitig gelöst werden können, ist als Zwischenlösung eine Darstellung auf der Website der Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg (LUBW) geplant.

Die Leader-Aktionsgruppe Mittlerer Schwarzwald

Zwischen den Kommunen Lauf und Zimmern liegt das Leader-Gebiet Mittlerer Schwarzwald. Träger der Leader-Initiative im Mittleren Schwarzwald sind die Landkreise Rottweil und Ortenaukreis sowie die 38 Leader-Gemeinden, in denen das Leader-Programm umgesetzt wird. Als regionales Entscheidungsgremium nach dem „Bottom-Up-Ansatz“ besteht die Leader-Aktionsgruppe (LAG) aus 25 Vertreterinnen und Vertretern der Kommunen und Landkreise, der Wirtschaft, der Land- und Forstwirtschaft, des Tourismus, des Naturschutzes, des Naturparks Schwarzwald Mitte/Nord sowie der regionalen Verbände. Für die Umsetzung von Projekten kann die Region bis zum Jahr 2013 mit einem Finanzrahmen von rund vier Millionen Euro aus dem Leader-Topf rechnen. Hinzu kommen Zuschüsse in etwa gleicher Höhe aus dem Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum (ELR) und der Landschaftspflegerichtlinie (LPR) sowie kommunale Investitionen.

Mehr Informationen:

Leader-Geschäftsstelle
Mittlerer Schwarzwald
Mark Prielipp und Klaus Zimmermann
Telefon: 078 36 / 95 57 79
E-Mail:
praelipp@leader-mittlerer-schwarzwald.de,
zimmermann@leader-mittlerer-schwarzwald.de
www.leader-mittlerer-schwarzwald.de

Maßgerechte Kalkulation statt Einheitsprämie

Von Judith Hecht, Hiltrud Nieberg,
Frank Offermann und Gerald Schwarz

Die Höhe der Förderprämien stellt ein wichtiges Kriterium für die Akzeptanz von Maßnahmen zur Entwicklung des ländlichen Raumes dar. Für viele Förderbereiche sehen die entsprechenden EU-Verordnungen vor, dass sich die Prämienhöhe an den entstehenden Kosten orientiert. Die Berechnungsansätze variieren in den Mitgliedstaaten allerdings erheblich. Das Forschungsprojekt AGRIGRID hat jetzt die Grundlagen für eine harmonisierte Kalkulation von Prämien erarbeitet.



Bild: www.Lebensraum-Brache.de/J.A. Wadsack

Gestaffelte Prämien werden in einigen Bundesländern für bestimmte Agrarumweltmaßnahmen - wie zum Beispiel Flächenstilllegungen - gezahlt. Aber wann sind gestaffelte Prämien effektiv und effizient?

Die Prämienberechnung für Fördermaßnahmen der ländlichen Entwicklung darf explizit auf der Grundlage von Standardkosten und Standardannahmen für Einkommensverluste erfolgen. Das Ergebnis ist häufig eine Einheitsprämie. Einheitsprämien werden jedoch immer wieder als ineffizient kritisiert. Zudem waren die Prämienkalkulationsansätze in den EU-Mitgliedstaaten und -Regionen in der Vergangenheit sehr heterogen.

Kalkulationen harmonisieren

Um in allen EU-Mitgliedstaaten eine konsistente Herangehensweise an die Prämienkalkulation zu fördern, hat die EU-Kommission 2007-2008 das Forschungsprojekt AGRIGRID finanziert. AGRIGRID zielt auf die Entwicklung methodischer Raster ab, mit deren Hilfe die Prämienkalkulation erfolgen kann. Diese Kalkulationsraster mit den dazugehörigen Software-Programmen sollen den Mitgliedstaaten eine stärker abgestimmte und trotzdem flexible Vorgehensweise ermöglichen.

Um den Praxisbezug zu gewährleisten, wurden zunächst bereits vorhandene Prämienkalkulationen aus neun Mitgliedstaaten aus-

gewertet. Daraus wurde eine umfangreiche Datenbank zu Kalkulationsansätzen und -komponenten zusammengestellt.

Grundgerüst mit drei Kernkomponenten

Basierend auf dieser Analyse wurden Modelle zur Kalkulation der betrachteten Maßnahmen der ländlichen Entwicklung erarbeitet, aus denen die Struktur des Kalkulationsprozesses hervorgeht. Kernstücke des Kalkulationsprozesses sind a) die Referenzsituation, b) notwendige Veränderungen in der landwirtschaftlichen Landnutzung und c) relevante Kosten-, Einnahmen- und Einkommenskomponenten sowie deren mögliche Differenzierungen. Um schließlich das Grundgerüst für eine neue, harmonisierte, aber trotzdem flexible Prämienkalkulation zu erhalten, wurden sämtliche Kernstücke in methodischen Rastern in Excel-Tabellen systematisch zusammengeführt.

Flexibel und benutzerfreundlich

Die so entwickelten methodischen Raster konnten dann in eine Prämienkalkula-

tionssoftware transformiert werden, die als Anwenderplattform dient. Der Kalkulationsprozess ist in sieben Hauptschritte gegliedert (siehe Abb.1). Dabei bietet die Software ein hohes Maß an Flexibilität, um beispielsweise stark unterschiedliche Datenverfügbarkeiten für die verschiedenen Kalkulationskomponenten oder auch verschiedene Differenzierungsansätze der einzelnen Mitgliedstaaten und Regionen in der Prämienkalkulation zu berücksichtigen. Abbildung 2 zeigt beispielhaft ein mögliches Ergebnis der Softwareanwendung für die Kalkulation der Umstellung auf ökologischen Landbau.

Bei der Erstellung der Software wurde besonders auf Benutzerfreundlichkeit geachtet.

So sind zum Beispiel für die verschiedenen Maßnahmen der ländlichen Entwicklung konkrete Anwendungsbeispiele für Prämienkalkulationen beigefügt. Die enge Zusammenarbeit mit Vertretern der verantwortlichen Stellen in verschiedenen EU-Staaten in allen Projektphasen stellte sicher, dass die entwickelten methodischen Raster und die Software den Anforderungen und Bedürfnissen der Nutzer Rechnung trägt. Ein Benutzerhandbuch erleichtert die Anwendung des neuen Kalkulationsinstruments.

Prämienstaffelung: ein Instrument für viele Ziele

Einen besonderen Schwerpunkt im Projekt bildeten Analysen zur Auswirkung gestaffelter Prämienhöhen. Grundidee differenzierter Prämien ist es, die landwirtschaftlichen Betriebe je nach Kosten der Programmteilnahme anhand von beobachtbaren Indikatoren zu gruppieren, anstatt allen potenziellen Teilnehmern die gleiche Prämienhöhe anzubieten. Diese Prämienstaffelung ist kein Selbstzweck. Sie kann vielmehr zum Erreichen der verschiedens-

ten Ziele beitragen. So spielt auf Ebene der EU-Politik beispielsweise die Vermeidung von Überkompensation zur Einhaltung der WTO-Vorschriften im Rahmen der so genannten Green-Box-fähigen Agrarumweltprogramme eine wichtige Rolle. Aus Sicht der nationalen/regionalen Entscheidungsebene können differenzierte Prämien dazu beitragen, eine möglichst große Zielerreichung des Programms (z.B. Umweltleistung) unter quasi fixen Haushaltsausgaben zu gewährleisten (Erhöhung der Budgeteffizienz). Und nicht zuletzt stellt die Ressourceneffizienz aus gesamtwirtschaftlicher Sicht das wesentliche Kriterium für die Beurteilung von Prämiensystemen dar.

Wann sind Prämienstaffelungen effektiv und effizient?

In einigen Programmen wird die Prämienhöhe bereits jetzt nach regionalen oder betrieblichen Charakteristika gestaffelt, zum Beispiel nach der Bodengüte. Studi-

en zur Effizienz und Effektivität derartiger Prämienstaffelungen fehlen bisher aber weitgehend. Im Rahmen von AGRIGRID wurden deshalb auch Analysen für unterschiedlichste Differenzierungskriterien durchgeführt. Die Berechnungen basierten dabei auf Daten aus den nationalen Testbetriebsnetzen in Deutschland, Italien, der Tschechischen Republik und Schottland. Untersucht wurden die Auswirkungen regionaler oder betriebsindividueller Prämienstaffelungen auf Produzentenrenten, öffentliche Ausgaben und die ökonomische Effizienz.

Wirbung in der Praxis oft begrenzt

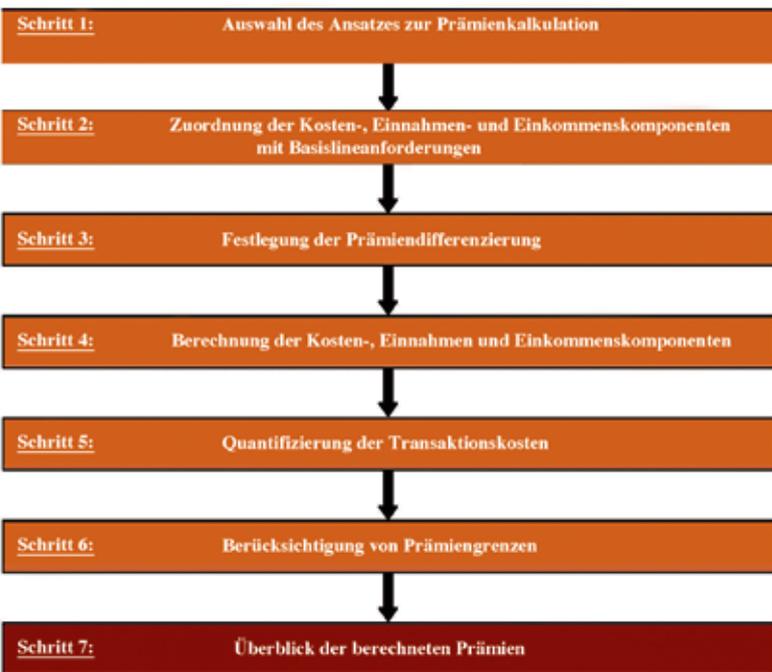
Die Ergebnisse der Berechnungen zeigen, dass mit Hilfe gestaffelter Prämien zwar die bei der Verwendung von Durchschnittsprämien entstehende Überkompensation eines Teils der Programmteilnehmer reduziert werden kann; die Einsparungen öffentlicher Mittel sind jedoch oft nur gering

oder werden zum Teil sogar durch höhere Administrationskosten aufgewogen. Differenzierte Ansätze schneiden umso besser ab, je unterschiedlicher die Teilnahmekosten der landwirtschaftlichen Betriebe, je enger die Korrelation von leicht beobachtbaren Betriebsmerkmalen und den tatsächlichen Teilnahmekosten und je stärker der Zusammenhang von Teilnahmekosten und Umweltleistung ist.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Möglichkeiten für eine kosteneffiziente Prämienstaffelung häufig begrenzt sind. Dies liegt nicht nur an steigenden Verwaltungskosten, sondern vor allem an den großen Unterschieden der einzelbetrieblichen Kosten einer Programmteilnahme, die für die Programmplaner im voraus (ex ante) oft nicht genügend genau bestimmbar sind. Insbesondere fehlt es an leicht beobachtbaren Indikatoren, die hinreichend eng mit den Teilnahmekosten zusammenhängen. Werkzeuge, die Nutzen und Kosten von gestaffelten Prämien ex ante systematischer abzuschätzen helfen, könnten die Programmplaner bei der Identifizierung erfolgversprechender Prämienstaffelungen unterstützen.

Das Ziel: Verhandlungen vereinfachen

Mit der Entwicklung des neuen Kalkulationsinstruments ist vor allem die Erwartung verbunden, die Rechtfertigung von Prämienzahlungen für Maßnahmen der ländlichen Entwicklung und die entsprechenden Verhandlungen zwischen den Mitgliedstaaten und der Europäischen Kommission zu vereinfachen. Einige der mit der Programmplanung befassten Vertreter aus verschiedenen Mitgliedstaaten haben auf dem Abschlussworkshop bereits ihr Interesse an der Anwendung der neuen Software geäußert.



Quelle: vTI

Abb.: Die sieben Hauptschritte des Kalkulationsprozesses der Prämienkalkulationssoftware.



Bild: Pambieri / Pixelio

Informationen zum Projekt sowie die Projektberichte sind verfügbar über die Homepage: www.macauley.ac.uk/agrigrid/index.html. Dort wird demnächst auch das Software-Tool zur Verfügung stehen.

Mehr Informationen:

Johann Heinrich von Thünen-Institut (vTI)
 Judith Hecht, Hiltrud Nieberg,
 Frank Offermann
 Telefon: 05 31 / 59 65 2 09
 E-Mail: judith.hecht@vti.bund.de,
hiltrud.nieberg@vti.bund.de,
frank.offermann@vti.bund.de

Gerald Schwarz
 Humboldt-Universität zu Berlin
 Telefon: 030 / 20 93 67 87
 E-Mail: schwarzg@agr.ar.hu-berlin.de

Wie lässt sich die Wirkung einer Förderung der Wettbewerbsfähigkeit des Agrarsektors messen?

Von Bernhard Forstner

Eines der zentralen Ziele der gemeinschaftlichen Politik zur Entwicklung ländlicher Räume ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Land- und Forstwirtschaft zu verbessern. Mit Hilfe verschiedener Bewertungskriterien wird ermittelt, inwieweit die Fördermaßnahmen tatsächlich dazu beitragen, das gesetzte Ziel zu erreichen. Doch sind die gängigen Evaluationsverfahren aussagekräftig genug?

Im Durchschnitt der deutschen Länder wird rund ein Viertel der ELER-Mittel für die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Agrarsektors verwendet. Die wesentlichen Fördermaßnahmen, die unter dem Schwerpunkt I der ELER-Verordnung zusammengefasst sind, haben

- a) die Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe (Agrarinvestitionsförderung),
- b) die Verbesserung der Verarbeitung und Vermarktung von Agrarprodukten (V&V) und
- c) die Verbesserung der ländlichen Infrastruktur (Flurneuordnung und ländlicher Wegebau) zum Ziel.

Die Förderung von Qualifizierungs- und Informationsmaßnahmen hat mit knapp 2 Prozent der Schwerpunkt-I-Mittel nur ein vergleichsweise geringes Gewicht. Der Hochwasser- und Küstenschutz ist zwar formal ebenfalls dem Schwerpunkt I zugeordnet, trägt aber nur wenig zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Agrarsektors bei.

Individuelle Bewertungskriterien

Wie die Wirkungen der einzelnen Fördermaßnahmen der ländlichen Entwicklungsprogramme untersucht werden, hängt

von der jeweiligen Maßnahme, der untersuchten Wirkungsebene (Unternehmen, Unternehmer, überbetrieblich) und den zentralen Untersuchungsfragen des Gemeinsamen Begleitungs- und Bewertungsrahmens (CMEF) der EU-Kommission ab (siehe Übersicht). Im Mittelpunkt steht dabei die Entwicklung der Wettbewerbsfähigkeit des Agrarsektors. Diese wird anhand der Veränderung der Bruttowertschöpfung (BWS), der Einkommensentwicklung im Sektor und der Marktanteile gemessen. Daneben spielen aber auch die Erhöhung der Nachhaltigkeit (Tier-, Umwelt- und Ressourcenschutz) und die Verbesserung der Produktqualität eine wichtige Rolle. Bei der Untersuchung der sektoralen und gesamtwirtschaftlichen Wirkungen der Fördermaßnahmen werden auch Synergie-, Verdrängungs- oder Verlagerungseffekte berücksichtigt. Einige Ansätze werden im Folgenden exemplarisch dargestellt.

Beispiel Agrarinvestitionsförderung

Die Agrarinvestitionsförderung unterstützt Modernisierungs- oder Wachstumsinvestitionen einzelner Unternehmen. Die Wirkung dieser Fördermaßnahmen wird

anhand der Entwicklung der Bruttowertschöpfung, der Faktorproduktivität (v. a. in Bezug auf Arbeit) und des Unternehmenserfolges (Gewinn und Eigenkapitalbildung) untersucht. Unternehmen, die investive Fördermittel erhalten haben, müssen mehrere Jahre die Jahresabschlussdaten ihrer Buchhaltung der jeweils zuständigen Bewilligungsbehörde übermitteln (Aufgabenbuchführung). Diese Jahresabschlüsse werden mit den bei der Antragstellung einzureichenden Investitionskonzepten im Vorher-Nachher-Vergleich ausgewertet. Durch den Vergleich mit strukturell ähnlichen landwirtschaftlichen Testbetrieben werden auch Politikänderungen und veränderte Preis-Kosten-Gefüge im Betrachtungszeitraum berücksichtigt. Da Investitionswirkungen erst mit einer zeitlichen Verzögerung eintreten, werden in der Förderperiode 2007–2013 vorwiegend die Förderfälle der vorangegangenen Förderperiode untersucht.

Beispiel Verarbeitung und Vermarktung

Um die Förderung der Verarbeitung und Vermarktung (V&V) landwirtschaftlicher Primärprodukte zu bewerten, werden





überwiegend die gleichen Indikatoren verwendet wie bei der Bewertung der Agrarinvestitionsförderung. Wichtige Daten hierfür liefert ein standardisierter Betriebserhebungsbogen. Experteneinschätzungen sollen bestehende Informationsschlücken schließen. Analysebedarf besteht darüber hinaus aus Sicht einzelner Länder z. B. in folgenden Bereichen:

- Kann die Förderung von relativ kleinen V&V-Unternehmen in einem durch Großunternehmen geprägten Markt erfolgreich sein, indem z.B. qualitativ hochwertige Nischenprodukte unterstützt werden?
- Kann ein Regionalvermarktungskonzept dazu beitragen, den Primärsektor im Land zu stärken?

Beispiel Flurneuordnung und ländlicher Wegebau

Diese Infrastrukturmaßnahmen zeichnen sich durch ein großes Ziel- und Wirkungsspektrum aus (siehe auch Land-InfForm 3/2008, S. 46–47 und 4/2008, S. 38–39). Sie sollen auch in außerlandwirtschaft-

lichen Bereichen wirken, indem sie etwa den Naturschutz oder die Bedingungen für Freizeit und Tourismus verbessern und Flächennutzungskonflikte lösen. Daher wird ein breiter Evaluierungsansatz aus Fallstudien, Befragungen der Landwirte und Modellrechnungen verfolgt, der das Wirkungsspektrum aller drei ELER-Schwerpunkte umfasst.

Mängel in der Evaluierung beheben!

Die Europäische Kommission hat auf Bewertungsdefizite in der Förderperiode 2000 bis 2006 reagiert: Sie hat die Programmierungs-, Monitoring- und Bewertungsvorschriften mit dem CMEF verfeinert und außerdem das Europäische Evaluierungsnetzwerk eingerichtet, das über einen permanenten Ansprechpartner (helpdesk) verfügt. Trotz dieser Ansätze gibt es einige bedeutende Mängel im Bewertungsansatz. So sind die Interventionslogiken – d. h. die Verbindungen zwischen zu lösenden Problemen, den Politikzielen und den gewählten För-

dermaßnahmen – oft wenig schlüssig. Die zur Wirkungsmessung und Analyse von kausalen Zusammenhängen erforderlichen Daten werden häufig nicht erfasst. Zur Ermittlung von Mitnahme- und anderen indirekten Effekten fehlen praxistaugliche methodische Ansätze.

Angesichts dieser beispielhaft genannten Defizite ist zu hoffen, dass der Evaluationsprozess und der erforderliche wissenschaftliche Austausch über Methoden und Ergebnisse die Evaluation qualitativ verbessern. Denn nur aussagekräftige und belastbare Ergebnisse sowie umsetzbare Empfehlungen führen auf Seiten der Politik und Administration zur Akzeptanz der Evaluation und können so einen gesellschaftlichen Nutzen schaffen.

Was heißt „Wettbewerbsfähigkeit“?

Was Wettbewerbsfähigkeit genau heißt, hängt von der jeweiligen Bezugsgröße ab, also davon, ob man einzelne Unternehmen, Regionen oder Sektoren betrachtet. Der Agrarsektor gilt zum Beispiel dann als wettbewerbsfähig, wenn er langfristig Marktanteile auf in- und ausländischen Märkten erringen und verteidigen kann. Dies ist zum Beispiel durch eine kostengünstigere Produktion von Standardprodukten oder aber durch die Erzeugung von höherwertigen Gütern möglich.

Eine kostengünstigere Produktion lässt sich erreichen, wenn strukturelle Defizite beseitigt werden. Solche Defizite werden zum Beispiel in Westdeutschland in den häufig anzutreffenden kleinen Produktionseinheiten (Tierbestände, bewirtschaftete Flächen, Schlaggrößen, etc.), in Ostdeutschland im Mangel an wertschöpfungsintensiven Erzeugungsbereichen (z.B. Tierhaltung, Gartenbau) gesehen. Defizite bestehen aus politischer Sicht teilweise auch auf der Verarbeitungs- und Vermarktungsebene. Eine bessere Abstimmung der Produktionsebenen über die Stufen der Wertschöpfungskette hinweg kann zur Verbesserung der Produktqualität und -sicherheit, zu Kosteneinsparungen und zu einer stärkeren Marktposition führen (siehe auch Beitrag S. 12–13).

Mehr Informationen:

Bernhard Forstner
 Johann Heinrich von Thünen-Institut
 Institut für Betriebswirtschaft
 Telefon: 05 31 / 596 52 33
 E-Mail: bernhard.forstner@vti.bund.de

Wie ist der Beitrag der Förderung zur ...	Indikatoren
1. Kernfrage: ...Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Agrarsektors?	Bruttowertschöpfung (BWS), Arbeitseinkommen, Marktanteile
2. Teilfragen: ... besseren Nutzung der Produktionsfaktoren (insbesondere Arbeitsproduktivität)?	BWS, Einkommen je Arbeitskraft
... Einführung neuer Technologien und von Innovationen?	Fallweise zu ermitteln (z.B. Einführung neuer Melktechniken, Prozess- und Produktneuheiten)
...Verbesserung der Qualität erzeugter Produkte?	Definierte Qualitätsstandards (z.B. EU-Biosiegel)
...Verbesserung des Tier-, Umwelt- und Ressourcenschutzes (Nachhaltigkeit)?	z.B. Tiergerechtheitsindex gemäß Nationalem Bewertungsrahmen, Emission umweltschädlicher Gase

Zentrale Fragen des CMEF zu den Fördermaßnahmen der ELER-Achse I
 Quelle: Europäische Kommission (2007): CMEF; eigene Angaben.

Die Wiederbelebung von Innenstädten und Ortskernen:

Regionale Ansätze sind gefragt



Von Marco Neef

Innenstädte und Ortskerne stärken – das haben sich viele Gemeinden auf die Fahnen geschrieben. Nicht ohne Grund, denn der Leerstand von Gebäuden wird sich ob des demografischen Wandels vielfach noch verstärken. Bisher reduziert sich die Förderung entsprechender Aktivitäten aber auf lokale Projekte und Maßnahmen. Warum der regionale Ansatz stärker berücksichtigt werden sollte, zeigt der folgende Beitrag.

Bild: Ute Zöllner

Bisher wurden und werden Neubaugebiete oftmals großzügig am Ortsrand von Dörfern und Städten erschlossen. Vorhandene Wohnraum- und Grundstückspotenziale in Innenstädten und Ortskernen bleiben dabei häufig ungenutzt – mit zunehmend dramatischen Folgen: In den Innenstädten und Dorfkernen leben immer weniger Menschen. Dadurch werden vorhandene Sozialstrukturen nachhaltig zerstört. Angesichts dieser Entwicklungen nimmt der Wertbestand von Dörfern und Städten kontinuierlich ab. Studien zeigen zudem, dass ein Wachstum in die Fläche in aller Regel deutlich höhere Infrastrukturkosten verursacht als eine stärker nach innen gerichtete Siedlungspolitik. Flächenverbrauch schadet also nicht nur der Umwelt, sondern kostet auch Geld.

Leerstände transparent machen

Viele Initiativen der Regionalentwicklung widmen sich angesichts sich wandelnder Rahmenbedingungen der Innenentwicklung von Dörfern und Städten. Diese ist jedoch kein Selbstläufer: Die Zukunftsfähigkeit von Regionen und Kommunen wird maßgeblich davon abhängen, ob es gelingt, einen entsprechenden Gestaltungsrahmen zu erstellen. Dabei muss das Rad nicht neu erfunden werden, denn geeignete Instrumente sind mittlerweile bekannt und können genutzt werden.

Ein zentrales Steuerungsinstrument für Innenentwicklung ist beispielsweise die qualifizierte Erhebung und Bewertung vor-

handener Flächenpotenziale in Form eines Leerstandskatasters. Das Kataster sorgt für die erforderliche Transparenz, um Maßnahmen abzustimmen und Ziele zu entwickeln. Weitere Instrumente umfassen zum Beispiel Aktivierungsstrategien. Dazu gehören die finanzielle Förderung von Bau- bzw. Sanierungsvorhaben und die Umnutzung leer stehender Bausubstanz, aber auch die Information und Sensibilisierung der Akteure sowie eine gezielte Vermarktung von Leerständen, zum Beispiel durch Gebäudebörsen.

Lahn-Taunus-Region wird aktiv

Die ILE-Region Lahn-Taunus mit den rheinland-pfälzischen Verbandsgemeinden Bad Ems, Katzenelnbogen und Nassau widmete 2006 dem Thema Leerstand auf überörtlicher Ebene eine Arbeitsgruppe im Rahmen der Erstellung eines Integrierten ländlichen Entwicklungskonzeptes (ILEK). Das von der Arbeitsgruppe entwickelte Projekt setzt, basierend auf den Erfahrungen anderer Regionen, von 2007 bis 2009 für die Region Lahn-Taunus folgende Punkte um: Erfassung und Auswertung innerörtlicher Leerstände und Baulücken der Ortsgemeinden in einem Leerstandskataster; Errichtung einer internetbasierten Gebäudevermittlungsbörse; Motivierung der Eigentümer leer stehender Gebäude und ungenutzter Grundstücke, diese zu verkaufen, zu vermieten oder selbst zu nutzen bzw. in der Gebäudevermittlungsbörse zu veröffentlichen; Information und Sensibilisierung der Öff-

Die Projektgruppe „Leerstandskataster und Vermittlungsbörse“ macht sich anhand des Leerstandskatasters ein Bild von den Leerständen im Ortskern von Dausenau.

fentlichkeit, der Eigentümer und politisch Verantwortlichen durch eine projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit.

Unerwartet hohes Flächenpotenzial

Die Erhebung in den Dörfern der Verbandsgemeinden hat eine große Zahl von Leerständen und enorme Flächenreserven ans Licht gebracht. Diese waren oftmals höher, als von Politik und Verwaltung erwartet. Die aufbereiteten Daten dienen den Ortsgemeinden jetzt vor allem für weitere Planungen in der Dorfentwicklung. Derzeit werden die Ergebnisse so aufbereitet, dass eine verbandsgemeindeübergreifende Vermarktung der Bauflächenreserven und Häuserbestände im Rahmen einer Gebäudevermittlungsbörse möglich wird.





Bild: Gebhard Linscheid



Bild: Gebhard Linscheid

Beteiligung und Neuordnung: Die Gemeinde Winden in der ILE-Region Lahn-Taunus erwirbt und vermittelt Gebäude. Eine fachliche Prüfung entscheidet über die Erhaltung. Wenn die Bausubstanz keine Sanierung oder Modernisierung ermöglicht, erfolgen grundlegende bauliche und gestalterische Veränderungen. Hier wurde ein altes Gebäude (links) durch einen Neubau (rechts) ersetzt.

Schwachpunkt sind fehlende Fördermöglichkeiten

Leider war es im Rahmen der ILE nicht möglich, für die durchgeführten Maßnahmen Fördermittel zu erhalten. Zwar wurden vergleichbare Projekte in Rheinland-Pfalz in der Vergangenheit gefördert, jedoch als Pilotprojekte im Rahmen der Dorferneuerung und des Städtebaus, der agrarstrukturellen Entwicklungsplanung (AEP) oder des Agrarinvestitionsförderungsprogramms (AFP). Das Akquirieren von Fördermitteln über die Dorferneuerung hätte eine Beschränkung auf Gemeinden mit Dorferneuerungskonzept bedeutet. In der Lahn-Taunus-Region wurde aber bewusst ein regionaler Ansatz angestrebt: Es sollten alle Ortsgemeinden aufgenommen werden – mit der späteren Option einer Ausdehnung auf den Rhein-Lahn-Kreis. Da die Idee regionaler Leerstandskataster bereits seit längerem besteht, handelte es sich um keinen „innovativen“ Ansatz; damit waren die Maßnahmen auch nicht über das rheinland-pfälzische Entwicklungsprogramm für den ländlichen Raum (PAUL) förderfähig.

Regionaler Ansatz hat jede Menge Vorteile

Innerörtliche Entwicklung findet zwar in jedem Dorf für sich statt, ein regionaler Ansatz bietet bei der Initiierung innovativer Prozesse der Dorffinnenentwicklung aber zahlreiche Vorteile:

- Mit dem interkommunalen Einsatz von Instrumenten wie Leerstandskatastern und Vermittlungsbörsen können Kosten gespart werden, was – auch vor dem Hintergrund knapper Haushalte – zu wirtschaftlich tragfähigen Lösungen führt.
- Know-how wird gebündelt und kann bei Bedarf von den Ortsgemeinden abgerufen werden.
- Gemeindeübergreifende Denkweisen werden gefördert, Leitgedanken und Handlungsziele, die für alle Kommunen gleichermaßen gelten, gebündelt. Dazu gehören die Herstellung von Transparenz, die Entwicklung eines positiven Leitbildes und die Sensibilisierung der Öffentlichkeit.
- Es ist gut vorstellbar, dass aus einem regionalen Projekt eine interkommunale Initiative zur Innenentwicklung entsteht und die häufig hinderliche Konkurrenz um Einwohner und neue Bauplätze auflöst.
- Erklärtes Ziel dieses regionalen Ansatzes ist es, das Prinzip „Innenentwicklung vor Außenentwicklung“ stärker ins Bewusstsein der Menschen zu rücken.

Lokaler Ansatz (noch) im Fokus

Mehrere Bundesländer haben Modellprojekte aufgelegt, in denen beispielhafte Projekte zur Vermeidung von Neubaugebieten im Außenbereich und zur Aktivierung innerörtlicher Potenziale gefördert werden. Die Förderung beschränkt sich jedoch zumeist auf lokale Ansätze, wie im „Modellprojekt

zur Eindämmung des Landschaftsverbrauchs durch Aktivierung innerörtlicher Potenziale“ (MELAP) in Baden-Württemberg (siehe Beitrag S. 34-35), dem „Modellvorhaben zur Eindämmung des Landschaftsverbrauchs durch innerörtliche Entwicklung“ (MELanie) im Saarland oder dem Aktionsprogramm „Dorf vital“ in Bayern. Mit dem Modellprojekt „FLIZ – Flächenmanagement in interkommunaler Zusammenarbeit“ förderte das bayerische Umweltministerium aber ausdrücklich einen regionalen Ansatz. Von Juni 2007 bis Ende 2008 entwickelten hier zehn Gemeinden der Interkommunalen Allianz „Oberes Werntal“ Strategien des gemeinsamen Flächenmanagements.

Auch Bürgerengagement ist erforderlich

Erfahrungen zeigen, dass die Innenbelebung von Dörfern und Städten mit der Hilfe von Fördermitteln möglich ist. Interkommunale Leerstandskataster und Vermittlungsbörsen sind dafür geeignete Instrumente auf regionaler Ebene. Leere Häuser und Geschäfte in der Ortsmitte wiederzubeleben, geht aber nur mit dauerhaftem Engagement der Bürger und einer starken Identifikation mit dem Wohnort. Hier entstehen Synergieeffekte, die durch entsprechende Förderungen im Rahmen der Entwicklungsprogramme für den ländlichen Raum gezielt unterstützt werden sollten. Gleichzeitig bleibt den Dörfern genügend Spielraum, ihre eigenen Strategien im Rahmen von Dorferneuerungsprogrammen zu entwickeln.

Hier hat sich die Gemeinde aktiv am Bodenverkehr beteiligt, die Grundstücke neu geordnet und an Bauwillige veräußert.



Bild: Gebhard Linscheid



Bild: Gebhard Linscheid

Informationen zum Projekt „Leerstandskataster und Vermittlungsbörse“ der ILE-Region Lahn-Taunus finden Sie unter: www.ilek-lahn-taunus.de.

Mehr Informationen:

Marco Neef
 Institut für Ländliche Strukturforchung
 Telefon: 069 / 97 78 57 78
 E-Mail: neef@ifls.de
www.ifls.de

„Natürlich Rügen“ –

Voller Energie

Von Uwe Ambrosat

Die Insel Rügen hat sich zum Ziel gesetzt, langfristig energieautark zu werden. Mit seinem Konzept „Natürlich Rügen“ – Voller Energie hat der Insellandkreis die Jury des Bundeswettbewerbs „Bioenergie-Regionen“ überzeugt.

Netzwerke mit innovativen Konzepten, die die Chancen der Bioenergie für sich nutzen und so die regionale Wertschöpfung erhöhen und Arbeitsplätze schaffen: Unter dieser Vorgabe hat sich der Landkreis Rügen zusammen mit über 200 weiteren Bewerbern am Wettbewerb „Bioenergie-Regionen“ des Bundeslandwirtschaftsministeriums beteiligt. Und Ende Februar 2009 als einer von 25 Siegern den Zuschlag erhalten.

Viele Projekte, ein Ziel

Dabei sind die Projektansätze ebenso vielfältig wie die Insel selbst. Nur der Tourismus als stärkster Wirtschaftszweig und das regionale Handwerk ziehen sich als „Rote Fäden“ durch alle Konzepte. Insgesamt 31 konkrete Projektskizzen und mehr als 60 Absichtserklärungen für eine Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen wurden eingereicht. Dabei lautet das übergreifende Ziel: Rügen soll langfristig weitgehend energieautark werden. Dies soll durch eine konsequente Energieeinsparung, die Erhöhung des Bioenergieanteils am Gesamtenergieverbrauch auf 30 Prozent bis 2020 und eine stärkere Nutzung aller anderen regenerativen Energiequellen erreicht werden. Zur Gewinnung der Bioenergie sollen vor allem der Bioabfall aus Tourismus und Landschaftspflege, Klärschlamm und die im Sommer anfallenden Algen eingesetzt werden.

Leuchttürme – mehr als Navigationshilfen

Einige Projekte, die besonders geeignet zum Erreichen der gesetzten Ziele erscheinen, wurden dabei als „Leuchtturmprojekte“ ausgewählt:

- RPNV-Projekt (Rügener Personennahverkehrs GmbH): Biogas, das aus dem Abfall der Tourismusbranche gewonnen wird, dient als Treibstoff für Busse und sichert in der Tourismusregion kostengünstige und nachhaltige Transportmöglichkeiten;
- Bioerdgas Rügen: Eine Biogasanlage versorgt Hotels und Einwohner mit Energie;
- Biomassehof und Rohstoffkonzept Knyphausen: Ziel sind die hohe Ausnutzung regional verfügbarer Bioenergieträger sowie eine umwelt- und klimafreundliche Landwirtschaft.
- Energiekonzept Hiddensee: Hier wird Landschaftspflege als Energiequelle betrieben; die „Hiddenseer Erfahrungen“ sollen dann auf Gemeinden auf Rügen übertragen werden.

Umwelt und Wirtschaft profitieren

Zwar ist die Insel Rügen aufgrund ihrer natürlichen Ausstattung eine sehr beliebte Urlaubsregion; durch die schlechte Wirtschaftssituation und die damit verbundenen geringen beruflichen Perspektiven ist

sie jedoch stark von Abwanderung gekennzeichnet. Das Konzept der Bioenergie-Region soll der Insel durch die Konzentration von Wissenschaft, Innovationen und Investitionen, aber auch durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit neue Chancen eröffnen, um die weitere Abwanderung zu stoppen und qualifizierte Fachkräfte anzuziehen.



Bild: Markus Kräft / Pixello



Die Macher

Antragsteller für die Teilnahme am Bundeswettbewerb war die Handwerkerschaft Rügen, die bereits seit 2005 durch Öffentlichkeitsarbeit, Schulungen und Weiterbildungen in den Bereichen Energieeinsparung, Energieeffizienz und regenerative Energien aktiv ist. Begleitet wurde der Antragsprozess von der Lokalen Aktionsgruppe Rügen, die den „Einsatz erneuerbarer Energien“ als Entwicklungsziel bereits mit dem LEADER-Programm umsetzte. Eine Koordinierungsstelle sorgt für die Unterstützung, Information und Zusammenarbeit aller Netzwerkpartner. Sie wird durch einen interdisziplinär besetzten Beirat beraten und gelenkt. Die Fachhochschule Stralsund begleitet und evaluiert die Netzwerkarbeit.

Mehr Informationen:

Uwe Ambrosat
Kreishandwerkerschaft Rügen
Telefon: 038 38 / 220 04
E-Mail: ambrosat@handwerk-ruegen.de
www.handwerk-auf-ruegen.de

Transnationale Zusammenarbeit stärkt Kommunen und Regionen

Von Kerstin Greiling

Im Rahmen der transnationalen Zusammenarbeit (INTERREG IV B) können Regionen, Städte, wissenschaftliche Einrichtungen und private Akteure gemeinsam Lösungen zu raumrelevanten Fragen erarbeiten. Ermöglicht und gefördert wird dies im Rahmen des Ziels „Europäische territoriale Zusammenarbeit“ des europäischen Strukturfonds EFRE.

Die Durchführung von Projekten über Grenzen hinweg sorgt nicht nur für eine ausgewogene und nachhaltige Raumentwicklung in Europa, sondern fördert zugleich die Wettbewerbsfähigkeit der Regionen. Daher ist die Zusammenarbeit sowohl auf politischer als auch auf wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene ein großer Erfolg der Europäischen Union.

Zusammenarbeit lohnt sich!

Der gleichwertige Zugang zu Einrichtungen und Dienstleistungen ist ein wichtiger Bestandteil der räumlichen Planung auf kommunaler und regionaler Ebene. Er steht daher im Fokus der INTERREG-IV-B-Förderung. Unzureichende Anbindungsqualität zum Beispiel im Öffentlichen Personennahverkehr oder bei Breitband-Internetanschlüssen sind nur einige Probleme, die häufig gerade ländliche Regionen betreffen. Fehlende Dienstleistungsangebote und Infrastruktureinrichtungen wirken sich negativ auf die Attraktivität und die Wettbewerbsfähigkeit von Regionen aus. Diesem Problem stehen nicht nur deutsche Kommunen gegenüber. So haben sich zum Beispiel im Rahmen des INTERREG-IV-B-Programms neun regionale Akteure aus fünf Ländern im Projekt „Access – Im-

proving accessibility of services of general interest. Organisational innovations in rural mountain areas“ zusammengetan, um gemeinsam nach übertragbaren Lösungen und Strategien für betroffene Regionen im Alpenraum zu suchen.

Was wird wo gefördert?

Deutsche Partner können in fünf Kooperationsräumen Projekte durchführen. Dazu zählen der Nord- und Ostseeraum, Mitteleuropa, Nordwesteuropa sowie der Alpenraum. In diesen fünf Kooperationsräumen stehen bis 2013 EU-Fördermittel in Höhe von rund 1,1 Milliarden Euro zur Verfügung (Ostseeraum: 208 Mio. □ Mitteleuropa: 246 Mio. □ Nordseeraum: 139 Mio. □ Nordwesteuropa: 355 Mio. □ und Alpenraum 98 Mio. □). Die thematischen Schwerpunkte für Projekte sind in den so genannten Prioritäten der einzelnen Kooperationsraumprogramme vorgegeben. Die Schaffung und Entwicklung von Wissenschafts- und Technologiennetzen und die Aufwertung regionaler Kapazitäten für Forschung und technologische Entwicklung sind Teil des Schwerpunkts „Innovation“. Projekte, die Aktivitäten zur Wasserbewirtschaftung und Energieeffizienz sowie Maßnahmen im Bereich der Risikoverhütung und des

Umweltschutzes mit transnationaler Dimension umsetzen möchten, finden sich im Schwerpunkt „Umwelt“ wieder. Innerhalb des Schwerpunkts „Erreichbarkeit“ können Maßnahmen zur Verbesserung des Zugangs zu und der Qualität von Verkehrs- und Telekommunikationsdienstleistungen realisiert werden. Das Thema „nachhaltige Stadtentwicklung“ bildet den Rahmen für den vierten Schwerpunkt. Hierbei steht die Förderung der polyzentrischen Entwicklung auf transnationaler, nationaler und lokaler Ebene im Vordergrund.



Bild: Rita Köhler / Pixelio

Wissenswertes im Netz

Weitere Informationen zur transnationalen Zusammenarbeit und zu den Ansprechpartnern der jeweiligen Kooperationsräume in Deutschland finden Sie unter www.interreg.de sowie auf den Websites der Programmsekretariate www.alpine-space.eu, www.central2013.eu, www.northsearegion.eu, www.nweurope.eu, www.eu.baltic.net.

Mehr Informationen:

Kerstin Greiling
Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)
im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR)
Referat I 3 Europäische Raum- und Stadtentwicklung
Telefon: 02 28 / 994 01 14 18
E-Mail: kerstin.greiling@bbr.bund.de



INTERREG IVB



Baltic Sea Region
Programme 2007-2013



Rückenwind für Gründerinnen

Von Edith Trossen-Pflug

Ob angehende Unternehmerin oder bereits erfolgreiche Geschäftsführerin: Frauen haben in Verhandlungen oft eine schwächere Position als Männer und werden weniger akzeptiert. Auch nutzen sie weitaus seltener berufliche Netzwerke. Das sollte – und kann – sich ändern, meinen die Expertinnen des Deutsche Gründerinnen Forums.

Das Deutsche Gründerinnen Forum (DGF) mit Geschäftsstelle in Rostock ging 1997 aus der Arbeit einer vom Bundesforschungsministerium ins Leben gerufenen Expertinnengruppe hervor. Seitdem hat es sich als Netzwerk von Organisationen und Expertinnen bundesweit etabliert, um gemeinsam die Rahmenbedingungen für Gründerinnen und Jungunternehmerinnen zu verbessern.

Beraten, fördern, aufklären

Das DGF berät Unternehmensgründerinnen und Multiplikatorinnen und initiiert Projekte, die Frauen auf dem Weg in die Selbstständigkeit unterstützen. Gleichzeitig entwickelt es

Qualitätsstandards für eine zielgruppengerechte Gründungsberatung. Damit sich die politischen Rahmenbedingungen für Gründerinnen, Gründungsberaterinnen und zielgruppenspezifische Einrichtungen verbessern, ist das DGF zudem in der Lobbyarbeit und Politikberatung aktiv. Zum Beispiel berät es Parteien und Institutionen in bezug auf ihre Grundsatzprogramme zu Fördermaßnahmen für Existenzgründerinnen berät. Ein wesentlicher Erfolg dieser Arbeit auf Ministeriumsebene ist die Gründung der bundesweiten Gründerinnenagentur bga (www.gruenderinnenagentur.de). Zudem bemüht sich das DGF durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit, ein realitätsnahes und zukunftsorientiertes Unternehmerinnenbild zu vermitteln.

Konkreter Nutzen für Gründerinnen

Wie aber können Einzelunternehmerinnen und Organisationen konkret von den Leistungen des DGF profitieren? Mitglieder erhalten zum Beispiel zahlreiche Informationen, etwa den Vereins-Newsletter sowie spezielle Neuigkeiten zu Ausschreibungen, Projekten und neuesten Forschungsergebnissen. Sie haben zudem die Möglichkeit, sich an DGF-Projekten zu beteiligen und können auf eine Datenbank mit hilfreichen Statistiken und Studien sowie auf den Expertinnenpool für Kooperationen zurückgreifen. Auch erhalten sie einen Rabatt auf Fortbildungsveranstaltungen. Daneben sind die Vermittlung von Kontakten in verschiedene Organisationen und telefonische Vorabinformationen durch Expertinnen aus dem Netzwerk möglich. Dabei ist gewährleistet, dass Anfragen an die Geschäftsstelle direkt an die Expertinnen weitergeleitet und von diesen bearbeitet werden.

Sowohl Organisationen als auch einzelne Frauen können Mitglied im DGF werden. Die Anträge werden bei der Geschäftsstelle eingereicht. Der Mitgliedsbeitrag richtet sich danach, ob man als Einzelunternehmerin oder Organisation beitrifft sowie nach der Organisationsgröße und dem Leistungsangebot, das in Anspruch genommen werden soll.

Erfolgreich am Markt – dank Beratung

Frauenspezifische Beratungsangebote wirken sich positiv auf die Unternehmensgründungen von Frauen aus. So ist zum Beispiel



Bild: privat

Regel Gedankenaustausch beim Unternehmerinnenkongress in Oldenburg



Bild: Albrecht E. Arnold / Pixelio

die Existenzgründungsagentur für Frauen (EFA) Mitglied im DGF und nach deren Qualitätsstandards zertifiziert. Sie bietet im Raum Oldenburg/Delmenhorst seit Jahren erfolgreich zielgruppenorientierte Beratung, Qualifizierung und Vernetzung an. Die EFA verfolgt einen sozioökonomischen Beratungsansatz. Neben Einzelgesprächen zur Planung und Festigung der Selbstständigkeit bietet sie Workshops an, in denen die Frauen die Umsetzung des Business-Plans und die Führung des eigenen Unternehmens lernen. Einen Schwerpunkt bilden Vernetzungsangebote über monatliche Infobriefe, Kooperationsbörsen, Unternehmerinnen-Netzwerke und Veranstaltungen wie Kongresse und Visitenkartenpartys. Der Ansatz kommt an, wie Befragungen von Kundinnen im Raum Oldenburg/Delmenhorst belegen: Durchschnittlich 52 Prozent der Befragten haben sich selbstständig gemacht, weitere 17 Prozent befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung noch in Gründung. Auch zwei bis drei Jahre nach der Gründung sind 89 Prozent der EFA-Kundinnen noch am Markt.

Qualitätsmodell schafft Transparenz

Ein wichtiges Ergebnis der langjährigen DGF-Arbeit ist das bundesweit einheitliche Qualitätsmodell für zielgruppenspezifische Organisationen der Gründungsunterstützung. Es beinhaltet 28 Standards in 6 Qualitätsbereichen:

- Leitbild der Organisation
- Leitung / Führung / Strategie
- Mitarbeiter/innen und Ressourcen

- Schlüsselprozesse der Dienstleistungserbringung
- Evaluation / Controlling und kontinuierliche Verbesserung
- Kommunikation mit den Kunden/Kundinnen

Entwickelt wurden die Standards sowie das Prüfverfahren 2006/2007 im Rahmen eines Experten-Ausschusses, an dem Anwender, Qualitätsfachleute sowie öffentliche Entscheidungsträger beteiligt waren. Seit 2008 ist es im Regelbetrieb.

„Das DGF-Qualitätsmodell schafft Transparenz und einen Leistungsnachweis gegenüber Gründerinnen und Förderinstanzen sowie effiziente Abläufe in Beratungsorganisationen“, so Dr. Birgit Buschmann, DGF-Vorstand und Leiterin des DGF-Qualitätsentwicklungsausschusses. „Wichtig war uns, dass Beratungsorganisationen sich durch eine neutrale und kompetente Prüfinstanz – die CERTQUA GmbH – zertifizieren lassen können. Zudem bieten wir interessierten Organisationen individuelle Begleitangebote zur Einführung eines Qualitätsmanagements und zur Vorbereitung auf eine Zertifizierung an.“

Kooperation zahlt sich aus

Kooperationen gelten als eine effiziente und zukunftsgerichtete Wirtschafts- und Arbeitsform und sind ein nicht zu unterschätzender Wertschöpfungsfaktor, gerade für Freiberuflerinnen und Unternehmerinnen mit kleineren und mittleren Betrieben. Hierzu ein Beispiel: Aus einem in Rheinland-Pfalz durchgeführten ESF-geförderten

Beratungsprojekt für Existenzgründerinnen sind etliche Kleinstgründungen hervorgegangen. Deren Unternehmerinnen haben sich stark vernetzt. Sie verabreden sich regelmäßig zu Veranstaltungen, präsentieren sich gemeinsam auf Messen und Ausstellungen und reduzieren dadurch unter anderem die entstehenden Werbekosten. Auch in Hessen baut sich ein neues regionales Unternehmerinnen-Netzwerk in enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung des Landkreises Groß-Gerau auf. „Die notwendigen Aktivitäten hätte ich ohne die Informationen durch das DGF in dieser Form nicht durchführen können“, so die Initiatorin der Netzwerke. „Ich bekomme über das DGF zum Beispiel Infos über ESF-Fördermöglichkeiten. Damit kann ich kleinere Projekte für Existenzgründerinnen initiieren und entsprechende Seminare und Schulungen anbieten.“

Nicht zurückbleiben

Die Arbeit des DGF hat bisher viele Früchte getragen. Es ist gelungen, Politikerinnen und Politiker in vielen Fragen zu sensibilisieren. Auch wird die Zusammenarbeit mit den Bundesministerien für Familie, Frauen, Senioren und Jugend (BMFSFJ), Arbeit und Soziales (BMAS) und Technologie und Wirtschaft (BMWi) durch Gespräche des DGF-Vorstands und die Beteiligung an Veranstaltungen kontinuierlich gepflegt. Viele Projektaktivitäten haben zu wichtigen Kooperationen geführt, etwa mit der GLS Gemeinschaftsbank und dem Verband Deutscher Technologiezentren (ADT). Dennoch ist auch in Zukunft noch viel zu tun. Für das kommende Jahr ist die bundesweite Aktion „Infobörsen – Wiedereinstieg für Frauen in die Selbstständigkeit“ in Vorbereitung. Auch zahlreiche weitere Informationsveranstaltungen, zum Beispiel zum DGF-Qualitätsmodell, sind bereits in Planung.

Das DGF im Netz

Informationen zu aktuellen Veranstaltungsterminen sind direkt über die Geschäftsstelle oder über die Website des DGF erhältlich. Unter www.dgfev.de/DGF_Zertifizierung.html finden Sie auch detaillierte Informationen zum DGF-Qualitätsmodell.

Mehr Informationen:

Bundesgeschäftsstelle des DGF e.V.
Telefon: 0381 / 120 48 85
E-Mail: info@dgfev.de
www.dgfev.de

Edith Trossen-Pflug
Vorstand DGF e.V.
Telefon: 067 32 / 96 47 33
E-Mail: info@etepemarketing.de



Bild: Regionalmanagement „Wesermarsch in Bewegung“

LAG & Fachhochschule: Gute Partner in der Regionalentwicklung

Von Meike Lücke

Besonders bei anspruchsvollen, komplexen und neuartigen Projekten zur Regionalentwicklung muss die Projektidee im Vorfeld gut durchdacht werden, um eine erfolgreiche Umsetzung sicherzustellen. Doch nicht immer erlauben die Förder Richtlinien der Länder eine von der Projektumsetzung unabhängige Konzeptstellung. Das Regionalmanagement „Wesermarsch in Bewegung“ hat dennoch eine Lösung gefunden – in der Kooperation mit der Fachhochschule Osnabrück.

Das regionale Entwicklungskonzept „Siellandschaft Wesermarsch“, mit dem sich die Wesermarsch erfolgreich um die Teilnahme am Leader-Förderprogramm beworben hat, enthält Projektideen, die aus vielfältigen Anregungen und Wünschen von insgesamt 450 aktiven regionalen Akteuren erarbeitet worden sind. Dazu gehört auch das Leitprojekt „Tidefenster Wesermarsch“: Es soll Einheimischen und Gästen an ausgewählten Stellen der Wesermarsch auf innovative, kreative und anschauliche Weise vermitteln, wie abhängig die Wesermarsch als küstennaher Landstrich von den Einflüssen der umgebenden Gewässer ist. Dabei soll besonders auf Veränderungen in Zusammenhang mit dem Klimawandel hingewiesen werden.

Hemmnisse geschickt umschifft

Doch wie sollen Machbarkeit und Sinnhaftigkeit eines Projektes fundiert untersucht und seine Ausgestaltung gründlich geplant werden, wenn ein Konzept nach den Leader-Richtlinien nur förderfähig ist, wenn aus einer Voruntersuchung oder einer Konzeptstudie auch zwingend richtlinienkonforme Umsetzungsmaßnahmen hervorgehen? Die Ergebnisoffenheit und der hohe kreative

Anspruch des Projektes „Tidefenster Wesermarsch“ waren mit den geltenden Leader-Fördermöglichkeiten nicht in Einklang zu bringen. Ebenso die Tatsache, dass für das Projekt noch kein konkreter Projektträger benannt werden konnte. Um die weitere Ausgestaltung der Projektidee dennoch zu ermöglichen, suchte das Regionalmanagement „Wesermarsch in Bewegung“ nach einer Alternativlösung – und fand diese in der Kooperation mit der Fachhochschule Osnabrück.

Die Professorinnen Dr. Kathrin Kiehl und Verone Stillger stellten den Studierenden des Bachelor-Studienganges „Landschaftsentwicklung“ die Projektidee „Tidefenster“ als Semesteraufgabe. Entstanden ist daraus die umfangreiche Konzeptstudie „Tidefenster Wesermarsch“, in der eine vierköpfige Arbeitsgruppe die landschaftsgeschichtlichen und planerischen Verhältnisse analysiert, die Leitprojektidee weiterentwickelt und darauf aufbauend innovative und praktikable Maßnahmen zur Umsetzung erarbeitet hat. Nicht alle dieser Maßnahmen eignen sich für eine Förderung über das Leader-Programm, doch der nachhaltigen Regionalentwicklung können sie alle dienen. Die Studie wurde von den Autoren öffentlich vorgestellt und stieß bei Lokalpolitikern, Tourismusfachleuten, Mit-

gliedern der Lokalen Aktionsgruppe, Pressevertretern und Bürgern auf großes Interesse.



Bild: Regionalmanagement „Wesermarsch in Bewegung“

Ein Gewinn für beide Partner

Die Kooperation zwischen Leader-Region und Fachhochschule hat sich für beide Partner als sehr fruchtbar erwiesen. Die Wesermarsch profitierte von den kreativen, frischen Ideen des wissenschaftlichen Nachwuchses und dem geringen Verwaltungsaufwand. Im Gegenzug konnten die Studierenden ihr noch junges Wissen an einer realen Planungsaufgabe erproben – und bekamen positive Resonanz durch das große Interesse wichtiger regionaler Akteure und durch die öffentliche Anerkennung. Ihre Ergebnisse fristen nicht – wie so viele andere gute studentische Arbeiten – ein Dasein in dunkler Schublade, sondern sie sind wichtiger Bestandteil der nachhaltigen Regionalentwicklung: Einige Ideen können realisiert werden, andere dienen als Keimzelle für weitere Projektschöpfungen und leben so in den Köpfen der Wesermarscher weiter.

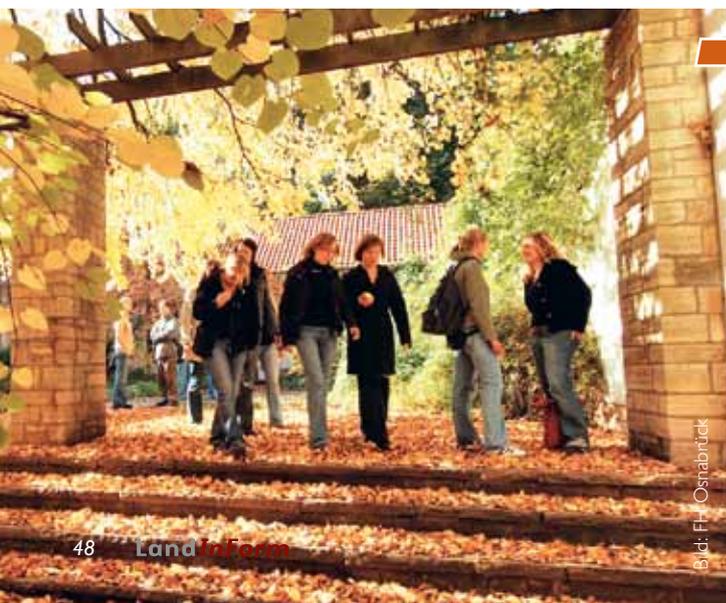


Bild: FH Osnabrück

Mehr Informationen:

Landkreis Wesermarsch
Regionalmanagement „Wesermarsch in Bewegung“
c/o Wirtschaftsförderung
Wesermarsch GmbH
Meike Lücke
Telefon: 04 4 01 / 99 69 02
E-Mail: m.luecke@wesermarsch.de
www.wesermarsch-in-bewegung.de

Fachhochschule Osnabrück
Fakultät Agrarwissenschaften &
Landschaftsarchitektur
Prof. Verone Stillger
Telefon: 05 41 / 969 51 81
E-Mail: v.stillger@fh-osnabrueck.de
www.al.fh-osnabrueck.de/landschaftsentwicklung.html
www.al.fh-osnabrueck.de/landschaftsarchitektur-und-regionalentwicklung.html

Der Deutsche Landkreistag – ein Förderer ländlicher Räume

Bild: Digiflex / Pixelio

Von Markus Mempel

Der Deutsche Landkreistag vertritt die 301 Landkreise in Deutschland. Als kommunaler Spitzenverband macht er sich gegenüber dem Bund dafür stark, dass Potenziale und Entwicklungschancen der ländlichen Räume wahrgenommen, genutzt und durch (wirtschafts)politische Rahmenbedingungen unterstützt werden.

Das Arbeitsspektrum des Deutschen Landkreistags (DLT) ist vielfältig; es reicht von Fragen der kommunalen Daseinsvorsorge, des Schulwesens, der Wirtschaftsförderung, der kommunalen Arbeitsmarktpolitik und der Sparkassen über Belange des Sozial-, Jugend- und Gesundheitswesens sowie der Lebensmittelkontrolle bis hin zu Themen des eGovernments und der Verwaltungsmodernisierung. Ein Schwerpunkt der Arbeit des DLT liegt in der Vertretung der Interessen des ländlichen Raumes. Die Sicherung und Herstellung gleichwertiger Lebens-, Arbeits- und Entwicklungsbedingungen im Verhältnis zum großstädtischen Bereich ist ein weiteres Ziel.

Mehr Gestaltungsspielraum für Kommunen und Regionen

Um dies zu erreichen, setzt sich der DLT beispielsweise für die Diversifizierung der Einkommensmöglichkeiten neben der klassischen Landwirtschaft ein und plädiert für eine Weiterentwicklung der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ hin zu einem Förderinstrument für den ländlichen Raum insgesamt. In dieser Frage unterstützt er die Politik des zuständigen Bundesministeriums: Neben dem Erhalt

der Landwirtschaft als bedeutender Strukturfaktor ist es notwendig, kleine Unternehmen, Dienstleister und Handwerker im ländlichen Raum zu unterstützen, um die Wirtschaftskraft insgesamt zu stärken. Der DLT setzt sich außerdem dafür ein, die bestehenden Förderinstrumente um ein Regionalbudget zu ergänzen. Dies würde Kommunen und Regionen mehr Flexibilität bei ihren wirtschaftlichen Eigengestaltungskräften ermöglichen. Dieser Ansatz wurde jüngst im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ umgesetzt. Hier wird den Ländern in einem bis zunächst 2013 befristeten Modellversuch ermöglicht, den Regionen ein selbstverantwortlich zu bewirtschaftendes Budget zur Regionalförderung an die Hand zu geben.

Land und Stadt miteinander verbinden

Neben seinem fachlichen Engagement sieht der DLT es als absolut notwendig an, die Anliegen des ländlichen Raumes einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen sowie den Gedankenaustausch der Landkreise untereinander zu fördern. So beteiligt sich der DLT seit zwei Jahren mit einem eigenen Stand an der Internationalen Grünen Woche (IGW). Unter dem Motto „Landkreise verbinden“ wurde beispielsweise auf



**DEUTSCHER
LANDKREISTAG**

der IGW 2009 veranschaulicht, auf welche Weise es gelingen kann, verschiedene, oft als gegensätzlich wahrgenommene Aspekte – wie Stadt und Land, Hightech-Industrie und dörfliche Strukturen, Kultur und ländlichen Raum sowie Wettbewerbsfähigkeit und demografischen Wandel – lebenswert miteinander zu verbinden.

Der Deutsche Landkreistag

Der DLT deckt mit 96 Prozent der Fläche und knapp 56 Millionen Einwohnern 68 Prozent der Bevölkerung Deutschlands ab. Seine zentrale Aufgabe besteht darin, die Interessen der Landkreise in der Bundespolitik zur Geltung zu bringen. Die Landkreise sind in wachsendem Maße von bundespolitischen Entwicklungen betroffen. Die meisten Gesetze des Bundes werden durch die Kommunalverwaltungen vollzogen. Der DLT wird daher vom Deutschen Bundestag und den Bundesministerien an Gesetzesvorhaben, die kommunale Anliegen betreffen, beteiligt. Zudem wirkt er in einer Vielzahl von Gremien und Einrichtungen des Bundes und der Länder beschließend oder beratend mit.

Bundesjustizministerin Brigitte Zypries (Mitte) ließ sich von DLT-Hauptgeschäftsführer Prof. Dr. Hans-Günter Henneke (2.v.r.), DLT-Pressesprecher Dr. Markus Mempel (r.) und den Landräten Dr. Volker Böhning (l.) und Dr. Barbara Syrbe (2.v.l.) auf der IGW 2009 von den kulinarischen Genüssen des Stettiner Haffs überzeugen.



Mehr Informationen:

Dr. Markus Mempel
Pressesprecher des Deutschen
Landkreistages
Telefon: 030 / 59 00 97 - 312
E-Mail: markus.mempel@landkreistag.de
www.landkreistag.de

Bild: Deutscher Landkreistag

Von der Redaktion für Sie

... angelesen



Web 2.0 im kommunalen Alltag

Von Isabell Friess

Unsere geschäftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Aktivitäten sind ohne das World Wide Web nicht mehr denkbar. Diese Entwicklung greift auch in Politik und Verwaltung ein. Als Netz des Mitmachens beschleunigt die so genannte zweite Generation der Internet-Nutzung, das Web 2.0, diesen Prozess. Für Kommunen ist diese Entstehung einer neuen Öffentlichkeit und ihre Einbindung in die Arbeitsabläufe eine Chance.

Die hier vorgestellte Publikation möchte Kommunen dazu anregen, Web-2.0-Angebote stärker in den Verwaltungshaushalt einzubinden. Im ersten Kapitel werden in mehreren Beiträgen Beispiele für das Web 2.0 als neue Form der politischen Kommunikation vorgestellt. Im zweiten Kapitel dreht sich dann alles um Chancen und Grenzen und die Frage, wie sichergestellt werden kann, dass jeder auf das Internet und die damit verbundenen Angebote zugreifen kann. Um Nutzungspotenziale für ausgewählte kommunale Handlungsfelder wie Haushaltsberatungen, Kulturmanagement oder Immobilienmanagement und deren Innovations- und Modernisierungspotenziale geht es in den Kapiteln drei und vier.

Kurze Einleitungen zu Beginn der Beiträge erleichtern das Lesen und geben auf die Schnelle einen Einblick in den Inhalt. Das Glossar am Ende hilft beim Verstehen des multimedialen Fachjargons.

Das Werk vermittelt einen kurzweiligen Überblick über die Möglichkeiten eines kommunalen Web 2.0 und hilft beim Einstieg in die Materie.

Franz-Reinhard Habel, Andreas Huber (Hrsg.), 2008: Web. 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik. Neue Formen der Öffentlichkeit und der Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Bürger. Boizenburg, Verlag Werner Hülsbusch, 170 Seiten.



Erneuerbare Energien ausbauen!

Von Juliane Mante

Die Themen Klimaschutz und Energiepolitik haben derzeit Hochkonjunktur. So ist der Ausbau erneuerbarer Energien erklärtes Ziel der Bundesregierung: Bis 2020 sollen erneuerbare Energien in Deutschland 30 Prozent der Stromversorgung bestreiten. Dieses Ziel kann allerdings nur erreicht werden, wenn regionale Akteure erfolgreich einbezogen werden. Genau hier setzt das Buch „Erneuerbare Energien ausbauen – Erfahrungen und Perspektiven regionaler Akteure in Ost und West“ an. Diskutiert werden darin Forschungsergebnisse und Erfahrungen zum Ausbau erneuerbarer Energien aus ost- und westdeutschen sowie österreichischen Regionen, wobei die regionalen Akteure im Mittelpunkt der Betrachtungen stehen. So werden im ersten Teil des Buches deren Handlungsmöglichkeiten und -restriktionen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Im zweiten Teil werden anhand von Fall- und Praxisbeispielen Möglichkeiten aufgezeigt, wie regionale Akteure besser aktiviert und mobilisiert werden können. Die Vorschläge reichen von Ausstellungen zu erneuerbaren Energieträgern über regionale Workshops bis hin zu einem Computersimulationsspiel für nachhaltige Energiepolitik.

Die Beiträge stellen zu einem großen Teil Erkenntnisse aus dem Forschungsprojekt „Energierregion Lausitz – neue Impulse für die Akzeptanz und Nutzung erneuerbarer Energien“ dar, das vom Zentrum für Technik und Gesellschaft (ZTG) der Technischen Universität Berlin durchgeführt und vom Bundesumweltministerium gefördert wurde.

Dorothee Keppler, Heike Walk, Eric Töpfer, Hans-Liudger Dienel (Hrsg.), 2009: Erneuerbare Energien ausbauen! Erfahrungen und Perspektiven regionaler Akteure in Ost und West, oekom-Verlag, 242 Seiten.



Landwirtschaft der Zukunft

Von Sören Bronsert

Wer heute erfolgreich Landwirtschaft betreiben will, braucht ein umfangreiches Wissen, um die zunehmend globalen Herausforderungen meistern zu können. Der im März 2009 vom Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL) vorgelegte Tagungsband „Landwirtschaft im Umbruch – Herausforderungen und Lösungen“ greift diese Thematik auf: Im Spannungsfeld zwischen Food- und Non-Food-Produktion, Klimawandel, Weltenernährungskrise, Wasserknappheit und Milchmarktliberalisierung wird eine beeindruckende Bandbreite von Problemfeldern des Marktfrucht- und Futterbaus, der Milchviehhaltung sowie der Fleischproduktion beschrieben und analysiert.

Um dieser Themenbreite gerecht zu werden, kommen verschiedene Experten aus Wissenschaft, Industrie und Politik zu Wort. In 20 Beiträgen stellen sie die Möglichkeiten neuer Strategien in den Bereichen Management, Technik, Bauen, Umwelt und Energie vor. Während Wasserknappheit und Nährstoffeffizienz im Fokus der Kapitel zum Pflanzenbau stehen, werden für die Tierhaltung neue Technologien und Baukonzepte für wachsende Bestände vorgestellt. Dabei spielt in fast allen Beiträgen eine höhere Effizienz durch den Einsatz leistungsfähigerer Technik eine ebenso wichtige Rolle wie der ökonomisch sinnvolle Umgang mit knappen Ressourcen. Die Beiträge des Tagungsbandes stellen in einer guten Mischung sowohl die politik- als auch die agrar- und betriebswirtschaftliche Sicht der Thematik dar und zeigen interessante Handlungsmöglichkeiten für die Landwirtschaft auf.

Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft e.V. (KTBL) (Hrsg.), 2009: Landwirtschaft im Umbruch – Herausforderungen und Lösungen, KTBL, Darmstadt, 277 Seiten.

... angekündigt

Herausforderung demografischer Wandel – Vorträge gesucht!

Für die Tagung „**Vielfalt des demografischen Wandels – Eine Herausforderung für Stadt und Land**“, die für **Dezember 2009** geplant ist, suchen der Arbeitskreis „Städte und Regionen“ der Deutschen Gesellschaft für Demographie und das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) Referenten.

Die demografischen Veränderungen berühren fast alle Aufgabenfelder der kommunalen und regionalen Daseinsvorsorge; betroffen sind beispielsweise Bildung, Arbeiten und Wohnen, Jugend und Familie, aber auch soziale Sicherung, Infrastruktur und vieles mehr.

Im Mittelpunkt der Tagung sollen deshalb konkrete Anpassungs- und Entwicklungsstrategien von Ländern, Regionen, Kom-

munen oder auch der Wirtschaft stehen, die das Ziel verfolgen, den demografischen Wandel aktiv zu gestalten. Gefragt sind beispielsweise Vorträge, die aufzeigen, wie demografische Prozesse und Strukturen stabilisiert werden können und wie man mit Wanderungsprozessen umgehen kann. Auch Antworten auf die Fragen, ob interkommunale Kooperationen zur Bewältigung des demografischen Wandels taugen oder wie ein „Demografie-Check“ als strategisches Planungsinstrument gestaltet sein könnte, sind willkommen.

Vortragsvorschläge – Titel und maximal einseitige Kurzfassung – können **bis zum 7. Juli 2009** eingereicht werden: **Dr. Steffen Maretzke, BBSR, steffen.maretzke@bbr.bund.de**

Der „Call for Papers“ im Internet: www.demographie-online.de/downl/CfP_SuR_Dehtag2009.pdf



© Claudia Drescher-Lühn / PIXELIO

Dörfer ohne Menschen!? Zwischen Abriss, Umnutzung und Vitalisierung

Chancen und Perspektiven, die Dörfer und ihre Bewohner haben, um dem demografischen Wandel zu begegnen, stehen im Mittelpunkt der **Fachtagung**, die die Deutschen Landeskulturgesellschaft in Zusammenarbeit mit der Bund-Länder-Arbeitsgemeinschaft Landentwicklung und der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum vom **14. bis 16. Oktober 2009 in Würzburg** veranstaltet.

Insbesondere die peripheren ländlichen

Räume sind von den Folgen der demografischen Entwicklung sowie vom wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturwandel betroffen. Rückgang und Überalterung der Bevölkerung, infrastrukturelle Defizite und fehlende Arbeitsplätze sind Aspekte der Problematik.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen gelingt es Dörfern und Gemeinden immer wieder, den Strukturwandel auch als Chance zu greifen und diese zu nutzen. Sich auf

die eigenen Kräfte besinnen, durch interkommunale Zusammenarbeit Allianzen bilden und regionale Potenziale in integrierten Entwicklungskonzepten entfalten sind Themen, um die es auf der Tagung geht. Neben den wissenschaftlichen Grundlagen und administrativen Rahmenbedingungen der baulichen und sozialen Dorffinnenentwicklung sollen Denkanstöße und Lösungsvorschläge zu den Themen vorgestellt werden.

Mehr Informationen: www.dlkg.org

Regionalmanagement: Erfahrungen – Erfolge – Perspektiven

Zum **Fachkongress Dreiländerdialog Regionalmanagement** am **23. und 24. November 2009** laden das „Regionalmanagement Austria e.V.“, die „regiosuisse – Netzwerkstelle Regionalentwicklung“ sowie als deutscher Partner „Regionen im Dialog e.V.“ nach **Lindau am Bodensee** ein. Vertreter von Regionalmanagements, aus der Wirtschaftsförderung, aus Entwicklungs- und Planungsgruppen, Fachbehörden und Netzwerken aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben dort die Möglichkeit, über das Berufs- und Arbeitsfeld Regionalmanagement zu diskutieren. Was wurde auf

dem Weg zu einem einheitlichen Berufsbild bereits erreicht? Wie könnte die zukünftige Entwicklung aussehen? Welchen Trends und Herausforderungen müssen sich die Akteure stellen? Natürlich soll durch die Veranstaltung auch das länderübergreifende Kennenlernen der Regionalentwicklungssysteme und der dort handelnden Personen unterstützt werden. Möglichkeiten hierzu gibt es in Arbeitskreisen, in „Kommunikationsecken“ und bei kulinarischen und kulturellen Leckerbissen. Zentrales Ergebnis des Kongresses wird die Unterzeichnung einer gemeinsam abgestimmten Berufsbild-Charta sein. Damit soll die Not-

wendigkeit einheitlicher Standards für das Berufsfeld manifestiert werden.

Weitere Informationen gibt es im Internet unter www.euregia-bodensee.de



© Echino / PIXELIO

Hafeneinfahrt von Lindau

Termine

6. und 7. Juli	Konjunktormotor Nachwachsende Rohstoffe Symposium in Straubing	C.A.R.M.E.N. e.V. www.carmen-ev.de
8. Juli	Flächenmanagement, Flächenrecycling, Innenentwicklung – neue Schwerpunkte einer nachhaltigen Stadtentwicklung Fachtagung in Nürnberg	DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH www.dsk-fachtagung.de
9. und 10. Juli	Die Zukunft der Berglandwirtschaft Internationale Konferenz in Krün (bei Garmisch-Partenkirchen)	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten www.konferenz-zukunft-berggebiete.de
14. und 15. Juli	Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten Tagung in Berlin	Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume www.netzwerk-laendlicher-raum.de/qualitaet ✳
Info auf Seite 9		
4. Oktober	Tag der Regionen Bundesweite Aktionstage (26. September bis 11. Oktober)	Aktionsbündnis "Tag der Regionen" www.tag-der-regionen.de
7. und 8. Oktober	Diversifizierung: Erfolgreicher Markteintritt	Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume www.netzwerk-laendlicher-raum.de/diversifizierung ✳
Info auf Seite 9		
14. bis 16. Oktober	Dörfer ohne Menschen!? Zwischen Abriss, Umnutzung und Vitalisierung Tagung der Deutschen Landeskulturgesellschaft (DLKG) in Würzburg	Deutsche Landeskulturgesellschaft (DLKG) www.dlkg.org
Info auf Seite 51		
22. bis 24. Oktober	Praxis und Ziele Sozialer Landwirtschaft in Deutschland Tagung in Witzenhausen (Hessen)	Petrarca Deutschland e.V. (Europäische Akademie für Landschaftskultur) www.soziale-landwirtschaft.de
23. bis 24. November	Dreiländerdialog Regionalmanagement Fachkonferenz in Lindau (Bodensee)	Regionalmanagement Austria e.V., Regiosuisse - Netzwerkstelle Regionalentwicklung, Regionen im Dialog e.V. www.euregia-bodensee.de
Info auf Seite 51		
30. November und 1. Dezember	Vielfalt des demografischen Wandels – Eine Herausforderung für Stadt und Land Tagung in Berlin (Call for Papers läuft bis 7. Juli)	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung www.bbsr.bund.de > Aktuell > Veranstaltungen
Info auf Seite 51		

Cartoon zum Fokusthema

von mele



PRIMA KOMPETENZORIENTIERTE LOKALE KOOPERATION! ☺ DAS NETZWERKZIEL ALLERDINGS SINNVOLL