

LandInForm

Magazin für Ländliche Räume

AUSGABE 2.17

Familienförderung neu gedacht _ 38

Berta, zum Futtertrog bitte! _ 42

Agrarumweltschutz: Nur noch kooperativ _ 46

**Tourismus:
regional = erste Wahl?**

Inhalt



Seite 38 __
Familienförderung neu gedacht



Seite 42 __
Berta, zum Futtertrog bitte!



Seite 46 __
Agrarumweltschutz: Nur noch kooperativ

Für das Netzwerk

INSIDE

- 05** __ Zurück aus der Elternzeit
- 05** __ Neue ELER-Broschüre
- 05** __ Kooperationsgesuche

DAS WAR

- 06** __ Transferbesuch artgerechte Tierhaltung
- 07** __ Netzwerktreffen Dorf
- 08** __ Workshop Jugendbeteiligung
- 09** __ Workshop Biodiversität in der Agrarlandschaft
- 09** __ EIP-Wissenstransfer

DAS KOMMT

- 10** __ DVS-Website mit neuen Rubriken
- 10** __ Workshop Selbstevaluierung in LEADER
- 11** __ Transferbesuch Grünland
- 11** __ Workshop LEADER-Prozesse
- 11** __ Vormerken: Marktplatz für Dörfer

Im Fokus

EINFÜHRUNG

- 12** __ INTRO
- 14** __ Die Heimat neu entdecken
- 16** __ Tourismus als Motor regionaler Entwicklung?
- 18** __ Nachhaltig = zukunftsfähig!

PRAXIS

- 20** __ Gute Aussicht dank Masterplan
- 22** __ Interview: Tourismus ohne Nebenwirkungen
- 23** __ Alter Wald neu entdeckt
- 24** __ Von Mohn und Märchen
- 26** __ Auf den Spuren der Mönche
- 27** __ Interview: Was können Tourismus-Apps?
- 28** __ Eine Region setzt auf Geschichte
- 30** __ Zuschuss für die Reisekasse
- 31** __ Rittergut mit grünem Klassenzimmer



ab Seite 12 __

Im Fokus:

Tourismus gilt in der Regionalentwicklung fast als Wunderwaffe. Was kann er tatsächlich bieten? Und was gilt es als nachhaltige „Destination“ zu beachten? Ob Schlafmohn in Hessen, Steinzeitliches in Sachsen-Anhalt oder Idylle in Bayern – es gibt viele Beispiele für Tourismuskonzepte. Was macht sie erfolgreich?

Aus der Praxis

- 32 __ Im Erzgebirge geht mein Glück auf
- 34 __ Nachhaltigkeitsladen sucht Nachahmer
- 36 __ Oregional: originell, regional und nachhaltig
- 38 __ **Familienförderung neu gedacht**
Seit 2015 ist der Landkreis Friesland Modellregion für Kinderschutz im ländlichen Raum. Ein Familien- und Kinderservicebüro setzt sich beispielsweise für die Verbesserung der regionalen Familienförderung ein.

Prozesse und Methoden

- 40 __ Den Wandel managen

Forschung trifft Praxis

- 42 __ **Berta, zum Futtertrog bitte!**
Tierwohl und Ökonomie gleichermaßen steigern – das ist die Idee eines neuen Fütterungskonzepts, das im Rahmen einer Europäischen Innovationspartnerschaft bearbeitet wird.

Perspektiven

BILDUNG UND FORSCHUNG

- 44 __ Schweigen heißt Zustimmung

POLITIK UND GESELLSCHAFT

- 46 __ **Agrarumweltschutz: Nur noch kooperativ**
Agrarumweltmaßnahmen in den Niederlanden und in Deutschland waren sich sehr ähnlich. Das hat sich 2016 geändert, denn unsere Nachbarn haben ihr System radikal umgestaltet.

PARTNER UND EXPERTEN

- 48 __ Regionale Wertschöpfung weiterdenken
- 50 __ Biodiversität im Dialog

Service

- 51 __ angelesen
- 52 __ Leserbrief
- 53 __ Die Position
- 54 __ angekündigt
- 55 __ Einverständniserklärung Datenschutz
- 56 __ Termine



Liebe Leserinnen und Leser,

spätestens wenn es um den Urlaub geht, werden ländliche Räume nicht mehr im häufig bemühten Kontext des demografischen Wandels und aller damit verbundenen Folgewirkungen wahrgenommen, sondern als touristischer Sehnsuchtsort, der Qualitäten bietet: etwa Entspannung und Entschleunigung, Raum für Natur, Möglichkeiten, sich zu bewegen und etwas für die Gesundheit zu tun. Auch Kultur, Tradition und Heimatgefühl schätzen die Besucher, die häufig aus einem städtischen Umfeld kommen. Nicht alle Regionen können das bieten. Jene, die es haben, müssen sorgsam damit umgehen. Es ist ihre Geschäftsgrundlage. Allerdings müssen Qualitäten auch entwickelt und passend kommuniziert werden: Wenn Wanderer meine Zielgruppe sind, nützen die schönsten Wanderwege dennoch nichts, wenn sie nicht ausgeschildert, gepflegt und beworben werden – möglichst zusammen mit anderen Angeboten und Highlights der Region.

Das ist allerdings häufig leichter gesagt als getan. Zwar haben jedes Bundesland und fast jeder Kreis sowie größere Städte mittlerweile einen Tourismus- und Marketingverband, der förderliche Rahmenbedingungen schaffen soll. Aber die touristische Realität in ländlichen Räumen sieht manchmal anders aus. Kleinteilige, nicht aufeinander abgestimmte Angebote und ein entsprechend zersplittertes Marketing bringen wohl viele persönliche Kundenkontakte und transportieren vielleicht auch Authentizität; sie stehen aber größeren ökonomischen Erfolgen entgegen. Das Geld für die dafür nötigen privaten und öffentlichen Investitionen ist nicht immer da. Gleichzeitig ist Tourismusentwicklung keine kommunale Pflichtaufgabe.

Deshalb spielt Tourismus auch in LEADER eine wichtige Rolle: Die Kernkompetenz der LEADER-Regionalmanagements ist, Partner zusammenzubringen und Netzwerkstrukturen aufzubauen. Darin können Angebote und deren Qualität aufeinander abgestimmt, Angebotsbausteine branchenübergreifend entwickelt, Innovationen angestoßen und Probleme benannt und gemeinsam angegangen werden. Außerdem können sich Regionen auf diesem Weg auch in größere Tourismusstrukturen einklinken – mit vielen positiven Folgewirkungen für die Angebotsvielfalt vor Ort. Einige Beispiele dazu finden Sie in diesem Heft.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und viele Anregungen.

Jan Swoboda

Impressum

LandInForm –
Magazin für Ländliche Räume
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Auflage: 12500 / ISSN: 1866-3176

Herausgeber:
Bundesanstalt für Landwirtschaft
und Ernährung (BLE), Bonn
Deutsche Vernetzungsstelle
Ländliche Räume (DVS),
Redaktion: Anja Rath, Isabella Mahler,
Dr. Juliane Mante, Andrea Birrenbach,
Dr. Jan Swoboda (V.i.S.d.P.)

Redaktionelle Unterstützung: neues handeln GmbH

Titelbild: MPower./photocase.de
Rückseite: vege/fotolia.com

Gestaltung: MedienMélange: Kommunikation!
www.medienmelange.de

Druck: Druckerei des Bundesministeriums für Arbeit
und Soziales, Bonn

Bezugsadresse und Redaktionsanschrift:
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn
Telefon: 0228 6845-3461, -3974, -3081, -3435,
Fax: 0228 6845-3361
E-Mail: landinform@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 verzichten wir auf Doppelformen bei den Geschlechtern.

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

Zuständige Verwaltungsbehörde:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)

Kürzel der DVS-Autoren:

Andrea Birrenbach: abb, Jan Freese: jaf, Stefan Kämper: stk,
Simon Keelan: sik, Moritz Kirchesch: mok, Isabella Mahler: ima,
Stephanie Müller: stm, Dagmar Nitsch: dan, Natascha Orthen: nao,
Jost Pütz: jop, Anja Rath: arh, Bettina Rocha: ber, Jan Swoboda: jas,
Anke Wehmeyer: awr, Monika Wohler: mow

Neues aus der DVS



ZURÜCK AUS DER ELTERNZEIT

Juliane Mante ist aus ihrer Elternpause zurück und seit April 2017 wieder aktiv im Redaktionsteam von LandInForm.



KONTAKT:
Dr. Juliane Mante, DVS
Telefon: 0228 6845-3081
juliane.mante@ble.de



KOOPERATIONSGESUCHE:

Naturtourismus und -pädagogik

Die LAG Aktiivinen Pohjois-Satakunta aus Südwest-Finnland sucht Kooperationspartner für die gemeinsame Entwicklung von naturtouristischen und -pädagogischen Angeboten für Jugendliche.



KONTAKT:
Krista Antila
LAG Aktiivinen
Pohjois-Satakunta
Telefon: +35 (0)50 5206396
krista.antila@kankaanpaa.fi

Tourismus und Energiewende

Diverse französische LAGs sind auf der Suche nach deutschen Kooperationspartnern zu den Themen Routen, Tourismus und Energiewende.



KONTAKT:
Anke Wehmeyer
Telefon: 0228 6845-3841
anke.wehmeyer@ble.de

Coworking

Die französische LAG Pays de Guéret in der Region Nouvelle-Aquitaine sucht Kooperationspartner für einen Erfahrungsaustausch zu Coworking in ländlichen Regionen.



KONTAKT:
Virginie Martin
LAG Pays de Guéret
Telefon: +33 (0)587 038065
virginie.martin@agglto-grandgueret.fr



NEUE ELER-BROSCHÜRE



SERVICE:
Die Broschüre ist ab Juli kostenlos bestellbar unter: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/bestellung

KONTAKT:
Isabella Mahler, DVS
Telefon: 0228 6845-3974
isabella.mahler@ble.de

Was ist der Europäische Landwirtschaftsfonds für ländliche Entwicklung (ELER)? Warum gibt es in Deutschland ELER-Länderprogramme? Und was wird aus dem Fonds finanziert? Eine neue DVS-Broschüre gibt darauf Antworten. Sie stellt den EU-Fonds leicht verständlich und praxisnah vor und ist deshalb auch für ELER-Laien geeignet. 30 Projektbeispiele aus 13 Bundesländern zeigen, welche Schwerpunkte EU sowie Bund und Länder mit der Förderung aus dem ELER legen. Sie machen deutlich, welchen Beitrag der ELER leistet, damit ländliche Räume zukunftsfähig werden.



Das war



Schweine auf Stroh im Außenklimastall: Bei einem Transferbesuch, organisiert von der DVS und dem BLG, konnten sich die Teilnehmer einen Eindruck von verschiedenen Haltungsbedingungen machen.



SERVICE:

Weitere Informationen:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/stallbau

KONTAKT:

Bettina Rocha, DVS
 Telefon: 0228 6845-3882
bettina.rocha@ble.de

ARTGERECHTE TIERHALTUNG – ABER WIE?

Wie sehen gute Haltungsbedingungen für Nutztiere aus? Bei einer Exkursion Ende März lernten die Teilnehmer verschiedene Ansätze kennen.

Wie soll das Tier gehalten werden, dessen Fleisch auf dem Teller des Verbrauchers landet? Seit Jahren wird diese Frage hitzig diskutiert. Nicht nur zwischen Konsumenten und Bauern – auch Handel, Politiker und Verbände greifen das Thema verstärkt auf. Sie reagieren auf die gestiegene öffentliche und mediale Aufmerksamkeit.

Bei der bloßen Debatte bleibt es nicht: Die europäische Förderpolitik hat sich des Themas ebenfalls angenommen. Das Agrarkreditprogramm, mit dem in Deutschland bisher überwiegend Stallbauten finanziert wurden, verlangt nun höhere Standards in der artgerechten Nutztierhaltung, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. Nur wer diese übererfüllt, erhält noch eine Förderung.

Eindruck vor Ort

Eine Gelegenheit, sich ein Bild von verschiedenen Varianten der Tierhaltung zu machen, bot der Transferbesuch in Betrieben in Thüringen und Bayern. Durchgeführt wurde die Exkursion von der DVS und dem Bundesverband der gemeinnützigen Landgesellschaften (BLG). Die Teilnehmer hatten dabei Gelegenheit, Ställe zu besichtigen und sich das gesamte Betriebskonzept vorstellen zu lassen. Vor- und Nachteile, Probleme und Verbesserungsvorschläge konnten so unmittelbar diskutiert werden. Unter den Teilnehmern waren überwiegend (Stallbau-) Berater und Vertreter der Agrarverwaltung, aber auch Wissenschaftler und Mitarbeiter von Verbraucherzentralen.

In Thüringen führte die Exkursion zu zwei konventionellen Mastschweineeställen. Der erste Stall hält 3 000 Schweine auf Spaltenböden. Geheizt wird mittels Gasheizgebläse, gelüftet über den zentralen Treibegang und durch stufenlos regelbare Drosselklappen. Der zweite Betrieb hält 600 Schweine auf Stroh im Außenklimastall. Bei dieser Haltung ist der Tierkomfort deutlich höher, die Geruchs- und Ammoniakbelastung im Stall niedriger.

Klima versus Tierwohl

Der Vergleich der beiden Haltungsformen zeigt, dass die zwei Schutzziele Tierwohl und Klima zueinander im Konflikt stehen. Die Haltung auf Stroh und der freie Austausch zwischen Stallluft und Außenluft kommt dem Befinden der Schweine zugute, denn der Liegekomfort ist höher und die gute Atemluft vermindert Atemwegserkrankungen. Wie aber Ewald Grimme vom Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft e.V. in seinem Fachvortrag beim Transferbesuch erläuterte, liegt der Vorteil des Stalls mit Zwangsbelüftung in den niedrigeren Emissionen klimarelevanter Gase in die Atmosphäre.

Die Aufgabe der Forschung und Planung künftiger Ställe muss es daher sein, die konkurrierenden Ziele Tierwohl und Klimaschutz zu harmonisieren und zu optimieren. Gleichzeitig gilt es, neue Forschungsergebnisse in die Praxis zu tragen und passgerechte Ställe für jeden individuellen Betrieb zu konzipieren. Den Stallbauern kommt hier eine wichtige, vermittelnde Rolle zu.

Neben den Mastschweineeställen besuchten die Teilnehmer auch einen neu gebauten Bio-Legehennenstall in Bayern mit zweimal 3 000 Hennenplätzen und Freilandauslauf. Konkret bedeutet das: Durchschnittlich viereinhalb Hennen teilen sich im Stall einen Quadratmeter, jeder Henne stehen außerdem fünf Quadratmeter Auslauffläche zur Verfügung.

Die Exkursionsteilnehmer profitieren von den gewonnenen Einblicken – so resümiert eine Mitarbeiterin einer Verbraucherzentrale: „Ich bin sehr froh, dass mir diese Exkursion die Gelegenheit gegeben hat, mir in der Praxis ein Bild von Tierwohl und Haltungsbedingungen zu machen, denn wir als Verbraucherzentralen müssen Verbraucher zu diesem Thema beraten.“ [ber]

WAS ES BRAUCHT, UM IM DORF MOBIL ZU BLEIBEN

Die Teilnehmer der Kooperationsveranstaltung „Netzwerktreffen Dorf – mobil in Dorf und Region“ diskutierten Ideen und Ansätze: Die DVS hatte gemeinsam mit dem Zukunftsnetz Mobilität NRW und der Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung zum vierten Netzwerktreffen eingeladen, das sich dem Thema Mobilität widmete.

Wie wichtig es für Landbewohner ist, ihre Mobilität sicherzustellen, machte Thomas J. Mager vom Verkehrsverbund Schwarzwald-Baar zum Auftakt der Veranstaltung deutlich; rund 90 Teilnehmer aus Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Praxis waren am 4. und 5. April 2017 nach Euskirchen gekommen. Dabei hob Mager die Bedeutung eines vernetzten öffentlichen Verkehrs hervor, bei dem sich Angebote wie Busse und Sharing-Systeme ergänzen. Um die Herausforderungen zu meistern, müsse ein Umdenken stattfinden: Elektromobilität und autonomes Autofahren werden nicht die Probleme des ländlichen Raums lösen, könnten aber ein Schritt in die richtige Richtung sein. Der öffentliche Verkehr, so Mager, wird in Zukunft individueller und der Individualverkehr öffentlicher.

Mobilität – was heißt das im Dorf?

Die Teilnehmer aus ganz Deutschland erfuhren im weiteren Verlauf durch Pecha Kucha – bei dieser Vortragstechnik wird nach jeweils 20 Sekunden eine neue Folie gezeigt – mehr darüber, was Nahmobilität und die Gestaltung von Plätzen und Straßen für das Leben im Dorf und für seine Einwohner bedeutet. Dabei wurde die Notwendigkeit thematisiert, das Zufußgehen zu ermöglichen und zu fördern. Beispiele aus Sachsen zeigten, wie dazu Ortsdurchfahrten ansprechend gestaltet werden können. Schließlich behandelte ein weiterer Vortrag zum Thema die Rolle des „shared space“, des geteilten Raums im Dorf.

In einem zusätzlichen Vortragsblock widmeten sich die Referenten in Kurzvorträgen der Frage, wie Mobilität im Dorf und der Region sichergestellt werden kann. Dazu erfuhren die Teilnehmer mehr über das Modellvorhaben „Langfristige Sicherung von Versorgung und Mobilität in ländlichen Räumen“ des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infra-

struktur (BMVI) und über integrierte und innovative Mobilitätskonzepte, die alle Verkehrsträger einbeziehen. Außerdem kam der mögliche Einsatz von Elektrofahrzeugen im ländlichen Raum zur Sprache.

Innovationsbörse und Exkursion

Bei einer sogenannten Innovationsbörse präsentierten sich verschiedene Projekte aus dem Bundesgebiet. Die Bandbreite der Themen erstreckte sich vom Bürgerbus über die Mitfahrerbank und Mobilitätspaten bis hin zur mobilen Kirche. Die Teilnehmer nutzten die Möglichkeit, sich direkt bei den Initiatoren über die Projekte zu informieren. Es entwickelten sich ein lebhafter Austausch und zahlreiche Diskussionen.

Um Theorie und Praxis zu verzahnen, starteten etwa 35 Teilnehmer zu einer Exkursion in den Zülpicher Ortsteil Enzen und das historische Städtchen Bad Münstereifel. In Zülpich-Enzen erlebten die Teilnehmer bei einem Ortsrundgang mit dem Ortsvorsteher und fünf Senioren samt Rollatoren, was Barrierefreiheit im Alltag bedeutet. Schon ein hoher Bordstein auf dem Weg zur Haltestelle, hohe Geschwindigkeiten auf Ortsdurchfahrten oder schlicht am Straßenrand geparkte Autos können große Hindernisse für mobilitätseingeschränkte Menschen darstellen.

In Bad Münstereifel konnten sich die Teilnehmer ein Bild machen, was eine Kommune tun kann, um solche Hindernisse zu beseitigen. Begleitet durch zwei Verwaltungsmitarbeiter wurde gezeigt, wie beim Mobilitätscheck 2016 begutachtete Mängel beseitigt wurden – etwa, indem der Zugang zum Ratsaal durch einen Treppenlift barrierefrei gestaltet wurde. Darüber hinaus erfuhren die Teilnehmer mehr über das Konzept des City-Outlets Bad Münstereifel. [mök]



Wo sind im Dorf Barrieren? Mit Rollatoren und Fahrrädern machten sich die Teilnehmer auf die Suche nach Stolpersteinen.



SERVICE:
Weitere Informationen und Dokumentation:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/dorf

KONTAKT:
Moritz Kirchesch, DVS
0228 6845-3968
moritz.kirchesch@ble.de

Das war



„LÄUFT...!?“ – JUGENDLICHE LANGFRISTIG BEI DER STANGE HALTEN

In einem Workshop am 6. und 7. Mai in Frankfurt am Main trafen sich Jugendliche, Regionalmanager und Vertreter aus Jugendverbänden zum Austausch und entwickelten gemeinsam Ideen.

Nach der Mittagspause stimmten sich die Teilnehmer mithilfe ihrer Sitzhocker auf die nächste kreative Phase ein.

Jugendliche langfristig vor Ort zu beteiligen und ihnen Möglichkeiten zur Gestaltung ihres Lebensumfelds zu bieten, ist eine Herausforderung für LEADER-Regionen, Jugendverbände, Städte und Gemeinden. In einem Design-Thinking-Workshop entwickelten rund 40 Teilnehmer Ideen, wie eine kontinuierliche Jugendbeteiligung gelingen kann. Der Workshop war aus einer Kooperation zwischen der DVS, der Evangelischen Jugend in ländlichen Räumen, der Katholischen Landjugendbewegung Deutschland, der Akademie Junges Land e. V., dem Bund der Deutschen Landjugend e. V. und der Evangelischen Landjugendakademie in Altenkirchen entstanden.

Was wollen Jugendliche?

Nach den Wünschen und Bedürfnissen von Jugendlichen befragt, nannten die Workshop-Teilnehmer unter anderem „Freiräume zum Experimentieren“, „schnelles Internet“ und „gute Verkehrsanbindung“, „Respekt“ und „Perspektiven“. Sie bräuchten „das Gefühl, dass alles möglich ist“ und wollten „Ideen schnell umsetzen“. Zu ihren Bedürfnissen zählten aber auch „Party machen“, „Freibier“ oder „trockene Plätze zum Knutschen“. Die Antworten zeigen, dass Jugendliche ernst genommen und einbezogen werden möchten, mitunter aber auch mit ganz anderen Dingen beschäftigt sind, als sich zu engagieren.

Wie gelingt die Verstetigung?

Zu Beginn diskutierten die Teilnehmer in einem World Café über zentrale Fragen, die für eine kontinuierliche Jugendbeteiligung relevant sind: Wie erreichen wir Jugendliche so, dass sie sich angesprochen fühlen? Welche Erfahrungen führen zu langfristiger Beteiligung? Wie lässt sich der Stafelstab weitergeben? Wie ist eine Beteiligung aus der Ferne möglich? Wie können die unterschiedlichen Ebenen und Regionen kooperieren? In der Diskussion zu diesen Fragen entstanden Projektideen, die im Laufe der Veranstaltung in einem kreativen Prozess weiterentwickelt wurden:

Angagiert: Eine App, die Ehrenamtlichen zeigt, wo und wie sie sich in der Region engagieren können. Integriert sind eine Informationsplattform sowie Tipps und Tricks für das ehrenamtliche Engagement.

Perspektivwechsel: Politische Planungsworkstatt, in der Jugendliche mit Politikern über jugendrelevante Themen debattieren, Entscheidungen getroffen und umgesetzt werden.

Hingezogen: Etablierung eines Netzwerks als Plattform für weggezogene Jugendliche, um mit der Region in Kontakt zu bleiben – beispielsweise auf regelmäßigen Veranstaltungen.

Ju & Me: Jugendliche werden zu Mentoren ausgebildet und können von Entscheidern der Region nach ihren Ideen und ihrem Rat gefragt werden.

SimpleSTEP 4.0: Im Rahmen eines Start-Up-Fördervereins für junge Menschen bieten Unternehmen Beratung und Finanzierung an. Die Projekte werden unter Beteiligung Jugendlicher ausgewählt.

Pimp Your Region: Unkomplizierte Plattform und Fördermöglichkeit für Jugendprojekte mit niederschwelliger Beteiligung und Abstimmungsmöglichkeiten (online).

Ideen umsetzen

Ein Teil der Ideen soll nun Realität werden. LEADER-Regionen, Kommunen oder Jugendverbände, die Projektideen umsetzen wollen, werden nun aktiv von den Veranstaltern unterstützt. Bereits bei der Veranstaltung waren sich einige Teilnehmer sicher, dass sie an ihren Themen weiterarbeiten möchten. So etwa die Projektidee Ju & Me: Sie ist als gebietsübergreifende Kooperation zweier LEADER-Regionen geplant. [stm]



SERVICE:

Die Dokumentation der Ergebnisse finden Sie unter: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/jugendbeteiligung In Kürze wird es unter diesem Link auch eine filmische Dokumentation des Workshops geben.

KONTAKT:

Stephanie Müller und Anke Wehmeyer, DVS
Telefon: 0228 6845-3998,-3841
stephanie.mueller@ble.de
anke.wehmeyer@ble.de



Bei Diskussionen in kleiner Runde tauschten sich die Teilnehmer aus.

MEHR BIODIVERSITÄT IN DER AGRARLANDSCHAFT – WAS TUN?



SERVICE:
Dokumentation der Veranstaltung:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/biodiversitaet

KONTAKT:
Simon Keelan, DVS
Telefon: 0228 6845-3091
simon.keelan@dvs.de

Bei einem Workshop für Landwirte und einer Tagung in Berlin diskutierten am 4. und 5. April 2017 rund 50 Landwirte aus dem gesamten Bundesgebiet mit etwa 150 Teilnehmern und einem hochrangig besetzten Podium der Agrar- und Umweltpolitik darüber, wie mehr biodiversitätsfördernde Maßnahmen auf landwirtschaftlichen Betrieben umgesetzt werden können. Der ExpertenDialog Biodiversität und Landwirtschaft (siehe dazu auch Seite 50), der Deutsche Bauernverband und die DVS hatten gemeinsam eingeladen.

Die Teilnehmer der Kooperationsveranstaltung waren sich einig, dass die EU die Umsetzung und die Kontrolle verschiedener Maßnahmen vereinfachen sollte. Darüber hinaus sprachen sie sich für einen Ausbau der Naturschutzberatung und den Aufbau regionaler Netzwerke – bestehend aus regionalen Naturschutzakteuren und Vertretern der Landwirtschaft – aus, um das gesamtgesellschaftliche Ziel, den Erhalt der Biodiversität, noch erreichen zu können. [sik]

EIP-WISSENSTRANSFER ÜBER STAATSGRENZEN HINWEG

Im Februar fand ein deutsch-lettischer Austausch zur Förderung Operationeller Gruppen durch das EIP-Agri-Programm statt.

[VON BEATE FORMOWITZ UND NICOLA VON KUTZLEBEN]

Hessen fördert seit 2015 die ersten Operationellen Gruppen (OGs) im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft „Landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit“ (EIP-Agri). In Lettland läuft die Förderung in Kürze an. Zum gegenseitigen Austausch trafen sich daher sieben Delegierte der Republik Lettland am 19. und 20. Februar 2017 mit Vertretern des Hessischen Landwirtschaftsministeriums, des Landesbetriebs Landwirtschaft Hessen, der Bewilligungsbehörde, des Innovationsdienstleisters (IfLS), der DVS sowie der sechs hessischen OGs. Dabei ging es

zunächst um die hessischen Richtlinien für Innovation und Zusammenarbeit, die Grundlage für die Umsetzung von EIP-Agri, das Beratungs- und Antragsverfahren sowie um die Erfahrungen mit der Umsetzung der Fördermaßnahme. Ein weiterer Schwerpunkt waren die Berichte der bereits geförderten OGs: Sie stellten ihre Innovationsvorhaben vor und thematisierten die Erfahrungen der Antragsteller. Laut Aussage der hessischen und lettischen Teilnehmenden war der Austausch sehr interessant und bot für beide Seiten gute Anregungen.



SERVICE:
Weitere Informationen zu den hessischen Operationellen Gruppen:
www.umwelt.hessen.de/landwirtschaft/innovation-und-zusammenarbeit/vorhaben

KONTAKT:
Dr. Beate Formowitz
Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen
Telefon: 06424 301113
beate.formowitz@llh.hessen.de

Nicola von Kutzleben
Institut für Ländliche Strukturforschung
- Hessischer Innovationsdienstleister -
eip-hessen@ifls.de

Das kommt

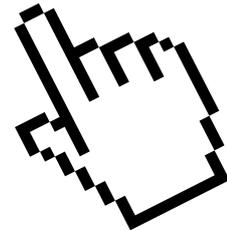
DVS-WEBSITE MIT NEUEN RUBRIKEN

Die DVS hat ihre Website übersichtlicher gestaltet und die Navigation vereinfacht: Auf www.netzwerk-laendlicher-raum.de kann man nun direkt zu den Rubriken „ELER“ und „LEADER“ gelangen; zudem haben wir die Rubrik „LEADER“ erweitert.

Den ELER, den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums, stellt die gleichnamige Rubrik vor. Wir gehen auf die aktuelle und die vergangene Förderperiode ein, zeigen auf, woher die Geldmittel stammen und wofür Fördergelder gezahlt werden.

Neu auf den LEADER-Seiten ist beispielsweise die Unterseite „Für die Praxis“: Hier geht es um Methoden, Formate, Leitfäden und andere Werkzeuge – etwa für die Öffentlichkeitsarbeit, Beratung von Projektträgern, Selbstevaluierung und andere Arbeitsbereiche von Regionalmanagements. Diese Seite soll nach und nach erweitert werden, wobei wir insbesondere auf gute Beispiele aus den Regionen zurückgreifen wollen. „Für die Praxis“ soll Regionalmanagern und allen anderen, die die ländlichen Räume gestalten, Anregungen für die eigene Arbeit bieten.

Wir freuen uns daher über Hinweise und Anregungen zu guten Beispielen: Sie haben einen Leitfaden entwickelt? Einen Film über Ihre Region gedreht? Eine besondere Methode – etwa zur Beteiligung oder Selbstevaluierung – ausprobiert oder ein erfolgreiches Instrument für die Öffentlichkeitsarbeit entwickelt? Dann schicken Sie uns bitte eine Nachricht an Stephanie Müller, stephanie.mueller@ble.de oder rufen Sie an: 0228 6845-3998. Wir freuen uns auf Ihre Beispiele! [abb/stm]



KONTAKT:
Dagmar Nitsch und
Andrea Birrenbach, DVS
Telefon: 0228 6845-3004, -3435
dagmar.nitsch@ble.de
andrea.birrenbach@ble.de
www.netzwerk-laendlicher-raum.de

VORMERKEN

SEP
2017

EIP-Agri und Horizon 2020
– den Brückenschlag
gestalten,
26. und 27. September
Die DVS-Tagung findet
in Kiel statt.



SICH UNTER DIE LUPE NEHMEN

Workshop am 28. und 29. September 2017 in Magdeburg
zur Selbstevaluierung in LEADER



SERVICE:
Nähere Informationen unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/selbstevaluierung

KONTAKT:
Anke Wehmeyer, DVS
Telefon: 0228 6845-3841
anke.wehmeyer@ble.de

Für die LEADER-Regionen ist es Zeit für die Selbstevaluierung. Deshalb bietet die DVS wieder einen Workshop: Gemeinsam und mithilfe von Experten stellen die Teilnehmer einen Selbstevaluierungsplan auf und nehmen einzelne Selbstevaluierungsmethoden unter die Lupe. Dabei ist es den Gruppen möglich, ihren eigenen Selbstevaluierungsplan zu entwerfen oder ihn genauer zu durchleuchten. Außerdem werden einzelne Methoden der Selbstevaluierung erläutert, betrachtet und durchgespielt. Die Basis für den Workshop bildet der Leitfaden zur Selbstevaluierung der DVS. [awr]

Das kommt



TRANSFERBESUCH „GRÜNLAND NUTZEN, MILCH UND FLEISCH VERMARKTEN“

Eine Exkursion am 4. und 5. Juli 2017 führt zu Betrieben in Baden-Württemberg, die grünlandbasiert füttern.

Die Kuh steht auf der Weide und frisst Gras – was könnte es Selbstverständlicheres geben? Doch längst leben viele Milchkühe überwiegend oder ausschließlich im Stall. Gras, Heu oder Grassilage machen nur noch einen Teil ihrer Futterration aus. Zentrales Thema der Exkursion ist die grünlandbasierte Fütterung von Milchkühen: Anders als die herkömmliche Fütterung kommt sie beinahe ohne Kraftfutter aus. Der Transferbesuch führt zu zwei Betrieben auf der Schwäbischen Alb und am Bodensee, die unterschiedliche Konzepte der grünlandbasierten Fütterung – teilweise in FFH-Gebieten – praktizieren. Für die Betriebsleiter spielen die Langlebigkeit und Fruchtbarkeit der Tiere, die Nutzung von nicht ausschließlich milchbetonten Rinderrassen und der Umgang mit männlichen Kälbern eine wichtige Rolle. Jeder Betrieb verfolgt dabei ein anderes Vermarktungskonzept. Ziel des Termins ist es, mit den Teilnehmern vor Ort unterschiedliche Formen der grünlandbasierten Milchviehfütterung und ihre Wirtschaftlichkeit zu diskutieren. Zentrale Fragestellung ist dabei, wie die Produkte Fleisch und Milch wieder verstärkt gemeinsam betrachtet werden und sowohl hinsichtlich des Tierwohls als auch ihrer Wirtschaftlichkeit verbessert werden können. Die Exkursion richtet sich an Landwirte, Berater, Vertreter der Agrarverwaltung und Verbände, Naturschützer und Verbraucherschützer. [ber]



SERVICE:
Programm und Anmeldung:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/gruenland
Anmeldeschluss ist der
12. Juni 2017.

KONTAKT:
Bettina Rocha, DVS
Telefon: 0228 6845-3882
bettina.rocha@ble.de

DA GEHT NOCH WAS!

Workshop für Zahl- und Bewilligungsstellen, LAG-Managements, LEADER-Referenten und alle anderen am LEADER-Prozess Beteiligten am 16. und 17. Oktober 2017 in Würzburg

Mit LEADER beschäftigen sich viele verschiedene Instanzen: In den Ministerien werden die grundsätzlichen Vorgaben gemacht, den Zahl- und Bewilligungsstellen geht es um die administrative Abwicklung. Die praktische Umsetzung liegt in den Händen der Projektträger, die die Regionalmanagements begleiten.

Sind alle Spielräume genutzt?

All diese Ebenen haben unterschiedliche Interessen und Sichtweisen. Und nicht nur das: Was in einem Bundesland funktioniert, ist in einem anderen schlichtweg unmöglich. Mit dem Workshop möchte

die DVS den Austausch fördern: sowohl zwischen den unterschiedlichen Ebenen als auch unter den Bundesländern. Er soll dazu beitragen, mehr Transparenz in den LEADER-Prozess zu bringen sowie das Verständnis füreinander zu verbessern. Die Erfahrung zeigt: Wer sich austauscht, für neue Ideen offen ist, findet neue Ansätze, die sich oftmals im Arbeitsalltag nicht erschließen. Dafür greift die DVS aktuelle Themen auf, die alle an LEADER Beteiligten beschäftigen, wie vereinfachte Kostenoptionen oder auch Fragen zum Beihilferecht. Die Einladung und das Programm werden in den Sommermonaten verschickt. [awr]



KONTAKT:
Anke Wehmeyer, DVS
Telefon: 0228 6845-3841
anke.wehmeyer@ble.de

VORMERKEN: GESELLSCHAFT SELBER MACHEN

Am 29. November 2017 veranstaltet die DVS wieder den Marktplatz für Dörfer: Dieses Jahr findet er erstmals zusammen mit dem fünften Forum des Programms „Neulandgewinner“ der Robert Bosch Stiftung statt. Im Vorfeld der Veranstaltung, die in Berlin stattfinden wird, haben Interessierte online beim sogenannten Neuland-Dialog eigene Ideen und Themen eingebracht. [arh]



SERVICE:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/marktplatz

KONTAKT:
Moritz Kirchesch, DVS
Telefon: 0228 6845-3968
moritz.kirchesch@ble.de





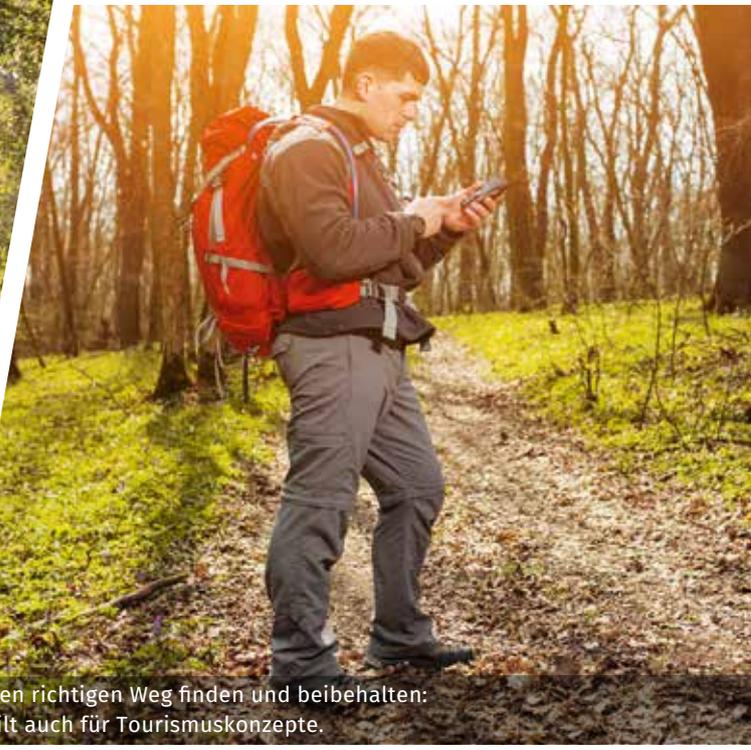
IM FOKUS

Tourismus: regional = erste Wahl?

Tourismus gilt in der Regionalentwicklung fast als Wunderwaffe. Was kann er tatsächlich bieten? Und was gilt es als nachhaltige „Destination“ zu beachten? Ob Schlafmohn in Hessen (Foto 4), Steinzeitliches in Sachsen-Anhalt (Foto 2) oder Idylle in Bayern und Baden-Württemberg (Foto 1) – es gibt viele Beispiele für Tourismuskonzepte. Was macht sie erfolgreich?



2 Ringheiligtum Pömmelte: ein neuer Besuchermagnet in der Magdeburger Börde



3 Den richtigen Weg finden und beibehalten: gilt auch für Tourismuskonzepte.



4 Naturkapital erschaffen: Im Frau-Holle-Land blüht der Schlafmohn.

Premiurnadweg Donautal (www.donaueiler.com), Foto: Fouad Vollmer, Stefan Knopf/Salzdammuseum, Aleksy Fotolla, Marco Lena duzzi, Geo-Naturpark Frau-Holle-Land

Der Berg ruft: Die Alpen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind ein beliebtes Urlaubsziel.



Die Heimat neu entdecken

Der Deutschlandtourismus boomt. Während bislang hauptsächlich die großen Städte und Urlaubsgebiete profitieren, bieten sich auch für ländliche Regionen neue Chancen – mit der richtigen Strategie. [VON NORBERT FIEBIG]

Fast 69 Millionen Urlaubsreisen unternahmen die Deutschen vergangenes Jahr – annähernd ein Drittel davon im eigenen Land. Damit stiegen die innerdeutschen Übernachtungen 2016 um fast zehn Millionen, auf insgesamt 366,5 Millionen, gegenüber dem Vorjahr an. Auch bei ausländischen Gästen gewinnt Deutschland als Reiseziel an Attraktivität: Bei ihnen wuchs 2016 die Zahl der Übernachtungen auf 80,8 Millionen – ein Anstieg um 1,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

In erster Linie profitieren davon die Metropolen sowie die klassischen Urlaubsziele. Im Trend liegen der Städtetourismus, Wellness-, Gesundheits- und Aktivurlaube sowie – vor allem im Sommer – Badeurlaub an der Nord- und Ostseeküste. Die am stärksten nachgefragten Regionen sind seit vielen Jahren die Bundesländer Bayern und die Küstenländer Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Zu den beliebten Reisezielen der Deutschen zählen zudem die Alpen und das Alpenvorland in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Entdeckungen im Hinterland

Obwohl sich beispielsweise der Rad- und Wandertourismus sehr positiv entwickelt, konnten die ländlichen Regionen in den vergangenen Jahren mit dem Wachstumstempo nicht Schritt halten. Dabei gibt es gerade abseits der ausgetretenen Pfade für Reisende noch einiges zu entdecken. Beim Urlaub am Meer etwa suchen viele den unmittelbaren Zugang zu Strand und Wasser; die Hotels in Strandnähe sind als erste ausgebucht. Doch auch jenseits der Strandpromenaden liegen viele interessante Ausflugsziele. Viele der großen, aber gerade auch der mittelständischen Reiseveranstalter haben das Potenzial erkannt. In unentdeckten Bergregionen bieten sie etwa spezielle Angebote wie Kletterwochenenden sowie geführte Wander- oder Trekkingtouren an.

Fast könnte man es eine Neu- oder Wiederentdeckung des eigenen Landes mit seiner Vielfältigkeit nennen. Denn ursprünglich begann der deutsche Reiseboom in den 50er- und 60er-Jahren mit Busreisen und Bahn-Pauschalreisen in überwiegend deutsche Ferienzeile in

den Alpen und an der See. Mit den aufkommenden Flugpauschalreisen und der rasanten Zunahme der eigenen Automobilität ebte diese Reiseform innerhalb Deutschlands zugunsten der selbst buchenden Kunden und direkt vermarktenden Leistungsträger langsam ab. Verschwunden ist sie aber nie.

Ländliche Potenziale erschließen

Viele Bus- und Gruppenreiseveranstalter blicken auf eine jahrzehntelange Tradition zurück. Mit ihrem über die Jahre erworbenen Know-how verfügen sie über hervorragende Voraussetzungen, das Potenzial ländlicher Regionen auszuschöpfen. Die meist mittelständischen Unternehmen können auch Reisen in unbekanntere Regionen für wenige Termine anbieten. Dadurch sind sie ein guter Partner für Reisebüros, die ihrer Stammkundschaft eine außergewöhnliche, selbst veranstaltete Reise anbieten möchten. Dazu sollten diese Veranstalter aktiv auf Reisebüros zugehen und abklären, ob sie Eigenveranstaltungen auflegen wollen und diese dann mit ihrer Expertise unterstützen. Von Veranstalterseite ist es wichtig, die Reisebüros durch regelmäßige Produktschulungen oder Inforeisen auf dem Laufenden zu halten.

Herausforderungen auf vielen Ebenen

Die Leistungsanbieter, die Partner der Reisebranche, die Tourismusorganisationen aller Ebenen, aber auch Politik und Verwaltung müssen zahlreiche Herausforderungen überwinden, um die Potenziale des ländlichen Tourismus auszuschöpfen: Für Unternehmen gilt es, selbst aktiv zu werden und Unternehmergeist zu entwickeln. Sie müssen Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten, Mut zu Innovation und Erneuerung zeigen, Erlebnisse für den Gast ermöglichen und auch interessante Geschichten erzählen. Das öffentliche Tourismusmarketing ist gefordert, die Anbieter fortzubilden und die Qualität zu sichern. Gerade für die Vielfalt der touristischen Anbieter und ihre Partner in ländlichen Räumen lohnt sich eine Zusammenarbeit in Netzwerken, weil sie maßgeblich zum Erfolg touristischer Marken beitragen. Dem Innovationsstau bei der touristischen Infrastruktur kann am wirksamsten durch das Schaffen von Kristallisationspunkten für touristische Themen und Marken begegnet werden, denn Investitionen werden dort getätigt oder unterstützt, wo weitere Investitionen wahrscheinlich sind und direkte Synergien zwischen Angeboten und Einrichtungen erzeugt werden können.

Auch dem Thema Fachkräftesicherung müssen sich die Tourismusorganisationen mit regionalen Partnern und den Leistungsanbietern vor Ort stellen, beispielsweise über gemeinsame Ansätze im Tourismus- und Standortmarketing. Zudem sollte Barrierefreiheit für die sehr unterschiedlichen Ansprüche und Behinderungsgrade direkt in die regionalen Strategien integriert und anhand starker Marken, Themen und Angebote als qualitativer Mehrwert entwickelt werden.

Der Klimawandel in den Mittelgebirgsregionen ist ebenfalls eine große Herausforderung für den ländlichen Tourismus. Denn mit der Zunahme klimatisch bedingter Wetterextreme steigt auch der Instandsetzungsaufwand. So müssen etwa die regionalen Wegenetze dringend wetterfest gemacht werden. Dafür sollten auch alle relevanten Partner vor Ort sensibilisiert und qualifiziert werden.

Regionale Identität als Chance

Die eigentliche Herausforderung für die Tourismusentwicklung im ländlichen Raum besteht jedoch darin, wirtschaftliche und soziale Perspektiven zu bieten. Ortsgebundene touristische Arbeitsplätze zu schaffen, wird die Spirale aus Abwanderung, Überalterung, Zerfall dörflicher Strukturen und Rückbau der allgemeinen Grundversorgung

zwar nicht unbedingt stoppen. Es können aber nur Bleibeperspektiven entstehen, wenn die Akteure vor Ort mit regionalen Touristikern, Leistungsträgern und Regionalplanern zusammenarbeiten, um ein Bewusstsein für die regionale Identität zu schaffen, was sich wiederum auf die wirtschaftliche Entwicklung auswirken kann. Dazu müssen branchenübergreifende Wirtschaftskreisläufe aufgebaut werden, die sich an regional prägenden Themen und Regionalität orientieren.

SERVICE:

Projekt „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen: Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen“

Wie steht es um die Perspektiven für den Tourismus in den ländlichen Räumen Deutschlands? Dieser Fragestellung ging der Deutsche Reiseverband im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie nach. Im Fokus der Initiative stand die Erarbeitung konkreter Handlungsempfehlungen. In verschiedenen Publikationen bietet das Projekt Anregungen zum Umgang mit den Herausforderungen des ländlichen Tourismus. Gute Ideen, innovative Ansätze und erfolgreiche Strategien aus der Tourismusbranche und dem öffentlichen Tourismusmarketing wurden hier zusammengetragen.
www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/tourismusperspektiven-in-laendlichen-raeumen.html

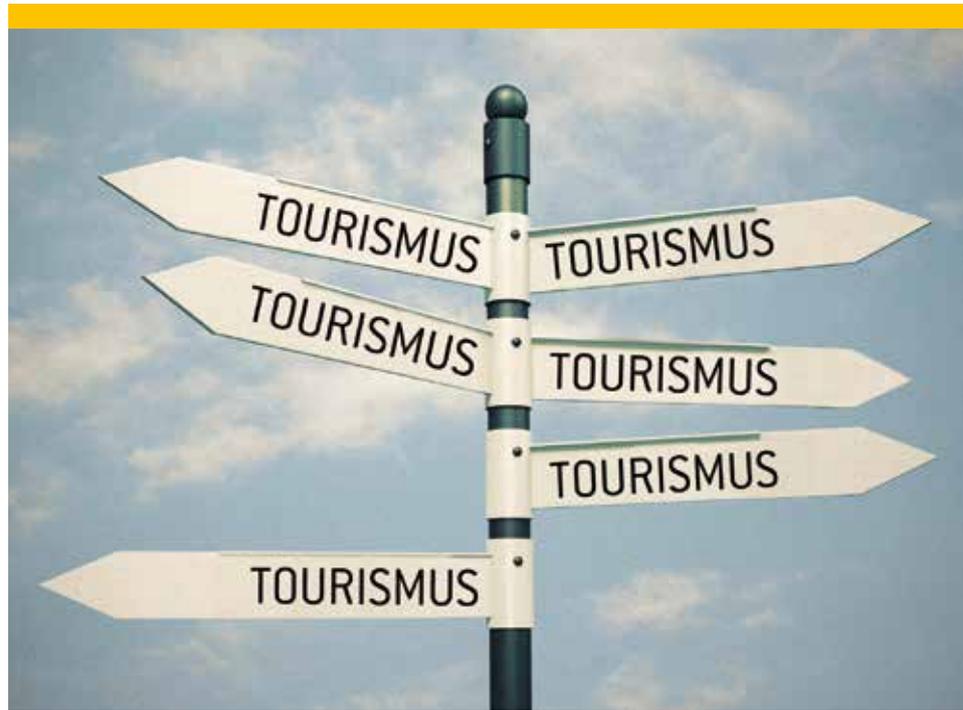
Wachstumsbranche Tourismus

Die Tourismuswirtschaft ist eine der Wachstumsbranchen der deutschen Wirtschaft. Rund 2,9 Millionen Beschäftigte arbeiten in Deutschland in der Tourismusbranche – damit sind sieben Prozent der Arbeitsplätze vom Tourismus abhängig. Die Bruttowertschöpfung der Branche beträgt laut der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ über 97 Milliarden Euro.

Unter Berücksichtigung indirekter und induzierter Effekte ergibt sich insgesamt eine dem Tourismus zurechenbare Bruttowertschöpfung von 214,1 Milliarden Euro. Dies entspricht 9,7 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft. Der Tourismus in Deutschland trägt damit mehr zur Wertschöpfung bei als die Fahrzeugindustrie.



KONTAKT:
Torsten Schäfer
DRV Deutscher Reiseverband e. V.
Telefon: 030 28406-20
schaefer@drv.de
www.drv.de



Tourismus als Motor regionaler Entwicklung?

Unter welchen Voraussetzungen kann Tourismus eine tragfähige Entwicklungsstrategie für ländliche Räume darstellen? Welche Erfolgsfaktoren und Hindernisse gilt es dabei zu beachten?

[VON MARIUS MAYER]

Tourismus wird gerne als Chance für regionale Entwicklung insbesondere peripherer, ländlicher Gebiete postuliert. Es dürfte daher kaum ein regionales Entwicklungskonzept geben, in dem Tourismus nicht eine gewisse Rolle spielt. Verschiedene Studien haben jedoch ergeben, dass Tourismusentwicklung keineswegs ein Selbstläufer ist und sich Erwartungen bisweilen nicht erfüllen. Freilich unterstreichen erfolgreiche Gegenbeispiele die Ausgangsthese. Dennoch stellt Tourismus keinesfalls ein „Allheilmittel“ für regionale Strukturprobleme dar.

Der Idealfall: Positive Effekte des Tourismus

Die ökonomischen Wirkungen des Tourismus lassen sich in direkt monetär messbare (tangible) und nicht tangible Effekte unterteilen. Auf der tangiblen Seite führen die Ausgaben der Besucher zu Wertschöpfung, beispielsweise in Beherbergung und Gastronomie (direkte Effekte). Dadurch entstehen Arbeitsplätze. Können touristische Unternehmen ihre Vorleistungen, beispielsweise landwirtschaftliche Produkte und Investitionen wie etwa Renovierungen, von lokalen Herstellern beziehen oder

von Handwerkern aus der Region durchführen lassen, ergeben sich indirekte Effekte. Die in der Region lebenden Mitarbeiter touristischer und nicht-touristischer Betriebe, die Teil der Wertschöpfungskette sind, geben Teile ihres Einkommens in der Region aus und verstärken so den regionalen Wirtschaftskreislauf (induzierte Effekte). Zu den intangiblen ökonomischen Wirkungen des Tourismus gehören Struktur- und Infrastruktureffekte, wie die Verbreiterung der Wirtschaftsbasis, der Ausbau von Verkehrswegen, verbesserte Angebote im öffentlichen Verkehr oder für Kultur und Bildung. Kompetenz- und Kooperationseffekte stellen sich ein, wenn Akteure auf dem Tourismusmarkt Fähigkeiten erwerben und Netzwerke knüpfen. Imageeffekte entstehen, da das positive touristische Image auf die gesamte Region ausstrahlt. Auf der sozialen Ebene kann Tourismus eine Stärkung der regionalen Identität bewirken. Gäste geben positive Rückmeldungen und die lokale Bevölkerung kann das touristische Image auf sich selbst beziehen. Lokale Traditionen können durch Besucher neue Wertschätzung erhalten. Damit nicht nur wenige kapitalkräftige Akteure von der Tourismusentwicklung profitieren, sollten

möglichst umfassende Beteiligungsmöglichkeiten für die breite Bevölkerung bestehen. In Bezug auf die natürliche Umwelt wirkt der Tourismus im besten Fall nicht zusätzlich schädigend, sondern schafft Bewusstsein für den Wert intakter Ökosysteme und tradierter Kulturlandschaften.

Attraktionen und Alleinstellungsmerkmale notwendig

Tourismus ist auch deshalb eine verlockende Regionalentwicklungsstrategie, weil ansonsten brachliegende Produktionsfaktoren wie Strände, Gletscher oder Wildnisgebiete genutzt werden können. Das Problem ist aber, dass solche primären Angebotsfaktoren wie „schöne Landschaften“ oder kulturelle Artefakte wie Kirchen oder gutes Essen an vielen Standorten bestehen. Entscheidend ist daher die Schaffung und Vermarktung von Attraktionspunkten. Diese müssen vorhanden sein, um Besucher zu motivieren, die ohne diese Attraktion die Reise nicht unternommen hätten. Touristische Destinationen sollten also Alleinstellungsmerkmale lancieren, die auch zu entsprechender Bekanntheit beitragen. Es kann landschaftlich noch so schön sein und das Angebot höchsten Ansprüchen genügen: Dies ist irrelevant, solange Gäste vor ihrer Reiseentscheidung davon nichts wissen. Alleinstellungsmerkmale wirken als Pull-Faktoren für Destinationen, also anziehend, denn um bestimmte Attraktionen zu sehen, Erfahrungen zu erleben oder Aktivitäten durchzuführen, muss die Destination in diesem Fall zwingend aufgesucht werden. Dadurch lassen sich auch höhere Preise und längere Anfahrtswege rechtfertigen. Gleichzeitig entscheiden sich Gäste insbesondere dann für eine Destination, wenn sie kostengünstig, schnell und stressfrei erreichbar ist – daher können Flugreisen Auto- oder Zugfahrten in die deutsche Peripherie vorgezogen werden. Damit Besucher eine Destination nicht nur einmal, sondern wiederholt aufsuchen, sind zudem kontinuierliche, schrittweise Verbesserungen und maßvolle Ausweitungen des Angebotes sinnvoll.

Authentizität versus Inszenierung?

Häufig wird postuliert, dass das touristische Angebot „authentisch“ sein müsse, typisch für die Region und in den dortigen Traditionen verankert. Die touristische Realität zeigt weltweit, dass die Bedeutung dieses Aspekts wohl überschätzt wird: Touristen nehmen (unauthentische) Inszenierungen entweder gar nicht wahr oder stören sich nicht daran. Wichtiger ist es daher, ob sich die Anbieter und die lokale Bevölkerung selbst mit ihrem Angebot identifizieren und es glaubhaft vermarkten können. Touristische Konzepte müssen also nicht zwangsläufig auf regionalen Spezifika beruhen, solange sie stimmig sind, eine bestimmte Zielgruppe ansprechen und die Akteure vor Ort geschlossen dahinterstehen.

Destinationsmanagement als Daueraufgabe.

Eine der Hauptschwierigkeiten im Tourismus liegt in der komplexen Koordination der Service- und Erlebniskette, die An- und Abreise, den Aufenthalt vor Ort, Beherbergung, Gastronomie, Freizeitaktivitäten, Vor- und Nachbereitung der Reise umfasst. Fällt nur einer dieser Bausteine von der Qualität her ab, hat dies negative Auswirkungen auf die gesamte Destination, da ihr das geminderte Erlebnis zugeschrieben wird. Gäste haben kein Verständnis für hinter den Kulissen ablaufende Kompetenzstreitigkeiten, weil beispielsweise innerhalb der Destination eine

administrative Grenze verläuft. Die Angebotsqualität muss angesichts einer reiseerfahrenen und anspruchsvollen Klientel stimmen: Wellnessangebote werden ebenso vor- ausgesetzt wie gutes, regionalspezifisches Essen, Internetzugang sowie Online-Buchbarkeit. Damit sich die erhofften ökonomischen Wirkungen auch einstellen, muss die Tourismusbranche innerhalb der Region vernetzt sein und Vorleistungen von dort beziehen können. Ansonsten wird ein Großteil der Wertschöpfung abfließen und weniger Arbeitsplätze entstehen.

Die Rolle lokaler Akteure

Der Großteil dieser Aspekte liegt in der Verantwortlichkeit der Akteure vor Ort. Hier kann das Regionalmanagement ansetzen, dessen Kernkompetenz es ist, Akteure wie Politiker, touristische Unternehmer, Organisationen und Interessierte zusammenzubringen. LEADER kann Projekte fördern, vor allem aber einen Beitrag zur Vernetzung der verschiedenen Akteure leisten. Akteure aus der Region sollten innerhalb der Destination das Sagen haben, denn ihnen liegt die Region eher am Herzen als externen Investoren, die die Gegebenheiten vor Ort nicht gut kennen. Dies kann auch dazu führen, dass Gewinne aus dem Tourismus nicht abfließen, sondern vor Ort reinvestiert werden.

Das Fazit ist: Tourismus sollte keine Notlösung sein, wenn ansonsten keine Ideen für Entwicklungsimpulse bestehen. Er kann als ergänzender Wirtschaftszweig für viele ländliche Regionen dienen, sollte jedoch nicht als einziger möglicher Entwicklungspfad gesehen werden.

SERVICE:

Zum Weiterlesen:

Lehmeier, H., 2015: *Warum immer Tourismus? Isomorphe Strategien in der Regionalentwicklung*. Bamberger Geographische Schriften 26, Bamberg, University of Bamberg Press.

Vogt, L., 2008: *Regionalentwicklung peripherer Räume mit Tourismus? Eine akteur- und handlungsorientierte Untersuchung am Beispiel des Trekkingprojekts Grande Traversata delle Alpi*. Erlanger Geographische Arbeiten Sonderband 38, Erlangen.

Woltering, M., 2012: *Tourismus und Regionalentwicklung in deutschen Nationalparks. Regionalwirtschaftliche Wirkungsanalyse des Tourismus als Schwerpunkt eines sozio-ökonomischen Monitoringsystems*, Würzburger Geographische Arbeiten 108, Würzburg.



KONTAKT:

Univ.-Prof. Dr. Marius Mayer
Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald
Institut für Geographie und Geologie
marius.mayer@uni-greifswald.de
Telefon: 03834 420-4533
www.geo.uni-greifswald.de/lehrstuehle/
geographie/wirtschaftsgeographie-tourismus

Nachhaltig = zukunftsfähig!

Viele Urlaubsanbieter werben damit, sanftes oder nachhaltiges Reisen zu ermöglichen. Aber wer definiert eigentlich nachhaltigen Tourismus? Ein Leitfaden setzt Standards und soll dazu anregen, sie in Stadt und Land umzusetzen. [VON DIRK DUNKELBERG]

Vor rund zehn Jahren ist in der Schwäbischen Alb um einen ehemaligen Truppenübungsplatz herum ein UNESCO-Biosphärenreservat entstanden, an dessen Entwicklung sich hunderte Akteure aus Tourismus- und Naturschutzverbänden, Gemeinden und Unternehmen sowie die Bürger beteiligen. Der Leitgedanke ist: „Mehr Qualität, mehr Schutz der Biodiversität, mehr regionale Wertschöpfung“. Regionale Produktvermarkter, Gastronomen und Hoteliers werden gezielt eingebunden. So haben sich „Biosphären-gastgeber“ zusammengeschlossen, die naturverträglich wirtschaften und albtypische Gerichte auf-tischen. Insgesamt gibt es derzeit über 100 zertifizierte Partner des Biosphären-gebiets, darunter Informationsstel-len, Naturführer, Bäckereien und Streuobstverarbeiter sowie das Hof-gut Hopfenburg: Die Ferienanlage zeichnet sich durch ein regionales und naturnahes Erlebnisangebot aus. Die Menschen der Region, die sich selbst als „Älbler“ bezeichnen, fühlen sich miteinander und mit ihrem Biosphärengebiet tief ver-bunden.

Tourismus als Teil der regionalen Entwicklung: Das Miteinander von Mensch und Natur in der Schwäbi-schen Alb zeigt, wie Nachhaltigkeit und nachhaltiger Tourismus gelebt werden können.

Untrennbar verbunden

Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Kritiker bemängeln, dass heute alles irgendwie nachhaltig zu sein habe.

Die inflationäre Verwendung des Begriffs birgt die Gefahr, zu verges-sen, was dahintersteckt. Nachhaltig zu handeln bedeutet, zukunfts-fähig zu sein. Das ist eine Herausforderung und Gratwanderung zugleich: Es geht um die Balance zwischen Bewahren und Entwickeln und darum, wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte in Einklang zu bringen.

Tourismus benötigt Fläche, ver-braucht natürliche Ressourcen und produziert Emissionen. Gleich-zeitig ist kaum eine andere Branche auf lange Sicht so abhängig von den natürlichen und kulturellen Ressourcen und dem Rückhalt der einheimischen Bevölkerung wie der Tourismus. Gefragt sind deshalb Strukturen, die die Ansprüche des Gastes erfüllen, effizient mit den natürlichen Ressourcen umgehen, Kultur und Identität der Bevölke-rung einbinden und von denen die lokale Wirtschaft profitiert. Also lassen sich Tourismus und Nach-haltigkeit nicht voneinander trennen.

Vorbilder gesucht und gefunden

Wie Tourismusregionen in Deutsch-land das Thema Nachhaltigkeit umsetzen, nahm erstmals der „Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/2013“, den der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV), das Bundesumweltministerium (BMUB) und das Bundesamt für Naturschutz (BfN) ausriefen, in den Blick. Der Wettbewerb zeigte Bei-spiele auf, die der Tourismusbranche

als Vorbild und zur Orientierung dienen können. Der damalige Sieger war eine Überraschung: Mit der Uckermark hatte sich eine kleine Urlaubsregion gegen große klassi-sche Reiseziele durchgesetzt. Sie überzeugte mit einem Netzwerk touristischer Unternehmen, das geschlossen auf Ökostrom, energie-tische Gebäudesanierung und regionale Bioprodukte setzt. Klima-freundliche Anbieter kompensieren ihre Emissionen über das regionale Projekt „MoorFutures“ und das „Eselwandern“ macht für Gäste Entschleunigung und Naturnähe hautnah erlebbar.

Der Bundeswettbewerb offenbarte auch, dass praxistaugliche, bundes-weit anwendbare Kriterien für einen nachhaltigen Tourismus fehlten. Es zeigte sich, dass selbst die Krite-rien für den Bundeswettbewerb zu vage formuliert waren. Und es gab noch eine Erkenntnis: Nach-haltiger Tourismus beschränkt sich nicht auf ländliche Regionen. Jede Destination kann an ihrer Nachhaltigkeit arbeiten – egal ob Seeheilbad, Skiregion oder Groß-stadt. Lediglich die Schwerpunkte orientieren sich an den örtlichen Gegebenheiten. So kann auf dem Lande eher der Erhalt der biologi-schen Vielfalt im Fokus stehen, eine große Stadt hingegen mit einem gut ausgebauten ÖPNV punkten.

Erstes Standardwerk

Wo soll man ansetzen? Um Klarheit in die oftmals diffuse Begriffsdebat-te zu bringen und eine messbare



Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb hat den Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland 2016/17“ gewonnen: Tourismus ist hier ein fester Teil der regionalen Entwicklung.

Grundlage zu liefern, erarbeiteten der DTV, das BMUB und das BfN 2016 den Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“. Das kostenfreie Standardwerk stellt vor, wie Tourismusdestinationen den komplexen Nachhaltigkeitsgedanken in die Praxis umsetzen können. Dafür musste Pionierarbeit geleistet werden: Knapp 1400 Kriterien nationaler, internationaler und europäischer Nachhaltigkeitsstandards im Tourismus wurden abgeglichen und bewertet. Das Ergebnis sind 40 Kriterien, die sich auf acht Handlungsfelder verteilen und ökologische, ökonomische, soziale sowie managementbezogene Aspekte berücksichtigen. Das Spektrum reicht von einem klaren Bekenntnis zur nachhaltigen Ausrichtung über die Förderung nachhaltiger Angebote bis zum Erhalt regionaltypischer Ortsbilder. Auch eine abgestimmte Besucherlenkung und die Unterstützung touristischer Betriebe bei Klimaschutzmaßnahmen sind Ansatzpunkte.

Es gibt sie nicht zum Nulltarif
Aufgrund seiner Komplexität kann das Thema Nachhaltigkeit nicht nebenbei behandelt werden. Es stellt bereits für ein einzelnes Hotel eine Herausforderung dar – für eine ganze Region mit vielen verschiedenen Akteuren ist es ein wesentlich aufwendigeres Unterfangen: Nachhaltigkeit muss deshalb strategisch angegangen werden. Dafür sollten personelle und finanzielle Ressourcen bereitgestellt werden. Im Idealfall widmet sich

dem Thema ein Nachhaltigkeitsmanager. Wichtig ist es, den Bezug der Nachhaltigkeit zu jedem einzelnen Akteur, Gast und Bewohner herzustellen. Es gilt, die Vorteile zu kommunizieren und Verantwortungsbereiche klar zu definieren – aber auch Grenzen des Machbaren zu ziehen. Eine Herkulesaufgabe besteht darin, das Thema an die Betriebe heranzutragen und sie zum Mitmachen zu animieren. Davon sollten sich Regionen aber nicht abschrecken lassen, denn Nachhaltigkeit ist immer als Prozess zu verstehen. Der Leitfaden kann dazu anregen, sich dem Thema Schritt für Schritt zu nähern und einzelne Handlungsfelder abzuarbeiten.

Von der Theorie zur Praxis

Ob der Leitfaden und die neu entwickelten Kriterien den Praxistest bestehen, sollte eine Neuauflage des Bundeswettbewerbs zeigen. Der „Bundeswettbewerb 2016/2017 – Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland“, richtete sich dabei nicht nur an ländliche Regionen, sondern auch an Städte: 27 Destinationen nahmen teil, 18 davon aus ländlichen Räumen.

Das Rennen machte das Biosphärengebiet Schwäbische Alb. Im Finale standen zudem das Biosphärenreservat Bliesgau, die Stadt Celle, die Nordseeinsel Juist und die Nordeifel. Daneben würdigte die Jury besondere Leistungen mit Sonderpreisen. So überzeugte die Sächsische Schweiz im Bereich

nachhaltige Mobilität, die Peene-region in Vorpommern in der Kategorie Naturerlebnis und biologische Vielfalt. Die Nordseeinsel Juist erhielt den Sonderpreis für Klimaschutz, Ressourcen- und Energieeffizienz. Beim Schwerpunktthema Regionalität punktete das Allgäu mit der Allgäuer Alpwirtschaftskultur.

SERVICE:

Das aktuelle Projekt des Bundeswirtschaftsministeriums „Die Destination als Bühne: Wie macht Kulturtourismus ländliche Regionen erfolgreich?“ will aufzeigen, welche Chancen Kunst und Kultur für die Entwicklung ländlicher Tourismusregionen bietet.
www.culturcamp.de

Mehr Informationen zum „Bundeswettbewerb 2016/2017 – Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland“ und Praxisleitfaden Naturtourismus:
www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de



KONTAKT:
Dirk Dunkelberg
Deutscher Tourismusverband e. V.
Telefon: 030 856215-115
dunkelberg@deutschertourismusverband.de
www.deutschertourismusverband.de



Gute Aussicht dank Masterplan

Natur-Gucker-Betriebe und ein Premium-Radweg sind zwei Beispiele für die Umsetzung des Masterplans Naturtourismus im Schwäbischen Donautal. Der Erfolg des Projekts liegt nicht zuletzt in der Zusammenarbeit von Akteuren und Institutionen aus sechs Landkreisen begründet. [VON CHRISTIAN SCHREIBER]

Ein Aussichtsturm am Radrundweg „DonauTäler“. Der Masterplan Naturtourismus macht in einem Mix aus Projekten die Natur und Landschaft des Schwäbischen Donautals erlebbar.

In bester Stimmung kommt ein Urlauberpaar vom Ausflug zurück und berichtet von den tierischen Begegnungen des Nachmittags. Von einem Beobachtungsturm aus haben sie Wildgänse, Mauersegler und sogar Kraniche gesichtet. „Wir hätten nie gedacht, dass wir hier auf eine so phantastische Vogelwelt treffen“, sagt der Mann. Hier ist in diesem Fall das Schwäbische Donautal, eine Region zwischen Ulm und Donauwörth, an der Grenze zwischen Baden-Württemberg und Bayern, die ihren Masterplan Naturtourismus in die Tat umsetzt. Ein erfolgreiches Beispiel dafür sind die sogenannten Natur-Gucker-Betriebe. Das Urlauberpaar hat sich in einer dazugehörigen Ferienwohnung eingemietet und von der Betreiberin den Tipp für die Vogelbeobachtung im Donaumoos bekommen.

Damit der Masterplan eine nachhaltige Wirkung entfaltet, hat die Region versucht, keinen Tourismusplan im

klassischen Sinne auf die Beine zu stellen, sondern ein formbares Grundgerüst geschaffen, damit sich viele Partner mit ihren Anliegen und Ideen einbringen können. So wirken Kommunen und Verwaltungen aus sechs Landkreisen, kommunale und staatliche Naturschutzbehörden, Naturschutzverbände, Tourismusorganisationen, Betriebe und Einrichtungen aus dem Bereich Land- und Forstwirtschaft sowie Vereine mit. Dieser Weg wurde gewählt, um die verschiedenen Interessen von Tourismus und Naturschutz unter einen Hut zu bringen und unterschiedlichen Akteuren die Gelegenheit zu geben, den Weg mitzubestimmen – eine herausfordernde Aufgabe mit vielen Gesprächen und Abstimmungsprozessen und ein großer Aufwand, der sich gelohnt hat.

Gute Voraussetzungen für Naturtourismus

Ein gutes Beispiel für dieses Zusammenspiel sind eben die 21 Natur-Gucker-Betriebe: Um ihre Angebote

zu entwerfen, holten sich die Hoteliers und Vermieter von Ferienwohnungen einen Biologen für Natur-Schulungen und Exkursionen an ihre Seite. Sie lagen mit einem Vogelführer auf der Lauer, durchkämmten mit einem Guide die Flussläufe der Region und folgten mit Experten den Spuren des Bibers. Dem 2013 initiierten Masterplan ist es zu verdanken, dass nun ein solches Netzwerk besteht. Spezialisierte Guides und Naturführer gab es in der Region auch vorher schon, aber eine wichtige Funktion des Masterplans war es, Angebote zu bündeln, die Qualität zu analysieren und gegebenenfalls auf ein höheres Level zu heben und eine Plattform zu schaffen, in die sich Interessierte einklinken können.

Es war ein langer Prozess, in dem die Idee zum Masterplan reifte: Herzstück des Schwäbischen Donautals ist eines der größten zusammenhängenden Auwaldgebiete Deutschlands, für das ein Naturschutzgroßprojekt entwickelt wurde. Bald war klar, dass auch ein Konzept für die Entwicklung des ländlichen Raums nötig ist. Da die sechs Landkreise bereits in der Vergangenheit gemeinsame Veranstaltungen realisiert hatten, war der Weg für eine stärkere Zusammenarbeit geebnet. Sie teilten auch den Wunsch, die Region als naturtouristisches Zielgebiet zu stärken, denn Naturtourismus spielt bisher eine eher untergeordnete Rolle. Sieht man von den Familien ab, die wegen des Freizeitparks Legoland in die Region kommen, geht ein Großteil der Übernachtungen auf Geschäftsreisen zurück. Dabei ist die Grundlage für spannenden Naturtourismus gegeben: Zum 126 Quadratkilometer großen Auwaldgebiet gesellen sich Niedermoore, Riedlandschaften, Feuchtgebiete, mehr als ein Dutzend Zuflusstäler der Donau mit bedeutenden Brut- und Rastgebieten für Vögel und eine außergewöhnlich hohe Dichte an (Bagger-)Seen. Auch die Infrastruktur darf dank gut ausgebauter Rad- und Wanderwege, dem Archäopark Vogelherd, der Höhlenwelt in Giengen und naturnahen Bildungseinrichtungen wie dem „mooseum“ Bächingen als gut bis sehr gut bezeichnet werden.

Beim Verein Donautal-Aktiv, zuständig für die Regionalentwicklung im Schwäbischen Donautal, laufen die Fäden für den Masterplan zusammen. Er ist das Kompetenzzentrum für die Bündelung von Interessen und die Fortschreibung des Planes, der auch in Zukunft im Wesentlichen auf ein klares System von Leuchtturm- und Begleitprojekten setzt, die nach Möglichkeit von Landkreisen, Kommunen und Leistungsträgern selbst (finanziell) realisiert werden. Fördergelder gab es bis dato vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) sowie vom Freistaat Bayern im Rahmen des Förderprogramms „chance.natur“. Für die Zukunft stehen auch EU-Zuschüsse aus LEADER und einem INTERREG-Projekt für Investitionswillige in Aussicht.

Masterplan dient als unterstützendes Grundgerüst

Der Masterplan funktioniert also auf einer Basis, die Bereitschaft und Engagement von unterschiedlichen Seiten voraussetzt. Denn selbst wenn die räumlichen und geografischen Strukturen gegeben sind, muss ein übergreifender, gesellschaftlicher Wille vorhanden sein. Die Bewohner einer Region können nicht von heute auf morgen mit einem derartigen Konzept konfrontiert werden. Die Menschen

müssen bereits sensibilisiert und empfänglich für naturnahe, touristische Themen sein. Dann dient ein Masterplan als unterstützendes Grundgerüst, das weitere Tatkraft verleiht, Synergien freisetzt und Prozesse beschleunigt. „Wir haben unsere Idee der Natur-Gucker-Betriebe mit Hilfe des Masterplans festgezurrert. Sonst wäre die Sache nie so groß geworden und hätte viel länger gedauert“, sagt Rita Wiedemann, die für die 21 Hoteliers und Vermieter spricht. Zudem ist sie Vorsitzende der Vereinigung „Günzburger Landurlaub“ mit 55 Mitgliedsbetrieben, die Bauernhof-Ferien anbieten. Seit Jahren bricht ihr Mann mit interessierten Gästen zu Vogelbeobachtungstouren auf, sie selbst macht Pflanzenführungen. Dank der Natur-Gucker-Initiative sind sie nun aber bestens ausgestattet mit Ferngläsern, Vogelbüchern, Fachliteratur zu Flora und Fauna, Kartenmaterial und Info-Ordnern. Sie haben den direkten Draht zu Naturführern in allen Landkreisen und nutzen für ihre Gäste die Informationen aus dem Tourenportal Schwäbisches Donautal (www.donautal-touren.de).

Natur als Klammer für alle Projekte

Auch der Radrundweg „DonauTäler“, ein weiteres Leuchtturmprojekt des Masterplans, verdeutlicht, dass gegenseitiges Verständnis und eine gemeinsame Wertschätzung für die bedeutsame naturräumliche Ausstattung wichtige Bausteine für den Erfolg sind. Es handelt sich um einen durch den Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) zertifizierten 4-Sterne-Premiumradweg, der auf Basis eines verbindlichen Storytelling-Konzepts Naturhighlights und touristische Akteure miteinander verbindet (www.donautaeler.com). Er führt durch alle Landkreise im Schwäbischen Donautal. Jede Region unterstreicht ihre Besonderheiten, die auch im kulturellen, historischen oder gesellschaftlichen Kontext stehen können. Obwohl die Unterschiede groß sind, wenn etwa der Kreis Neu-Ulm seine außergewöhnlichen Klöster und Kirchen präsentiert und sich das Zusamtal mit seinen Mühlen in den Fokus rückt, fungiert die Natur wieder als große, einigende Klammer.

Vor allem das Thema Wasser rückt bei den Projekten im Rahmen des Masterplans mehr und mehr in den Mittelpunkt, in zahlreichen Einzelprojekten wurde die Freizeitinfrastruktur deutlich ausgebaut. So gibt es neue, erlebnisorientierte Zugänge zu Flüssen und Bächen und einen ganzen Wasser- und Umweltbildungsstrang mit dem Titel „Lebendige Brenz“ (www.die-brenz.de). Gute Aussicht dank Masterplan.



KONTAKT:
Andrea Zangl
Donautal-Aktiv e. V.
Team Regionalentwicklung –
Schwäbisches Donautal
Telefon: 09073 9970691
zangl@donautal-aktiv.de
www.donautal-aktiv.de

Tourismus ohne Nebenwirkungen

Fritz Rasp ist Leiter der Tourist-Information der bayerischen Gemeinde Ramsau bei Berchtesgaden. Durch seine Initiative wurde Ramsau das erste deutsche „Bergsteigerdorf“.



Die Bergsteigerdörfer setzen sich ganz bewusst für die Umsetzung der Protokolle der Alpenkonvention ein. Deren Ziel ist die nachhaltige Entwicklung und der Schutz der Alpen. Die Alpenkonvention ist ein völkerrechtlicher Vertrag zwischen den acht Alpenstaaten und der Europäischen Union. www.bergsteigerdoerfer.at

sagt: Wenn's den Einheimischen gefällt, gefällt es auch den Gästen.

Können Sie schon erste Wirkungen erkennen?

Ja! Wir haben nun eine wesentlich stärkere Kooperation zwischen den einheimischen Unternehmen, vor allem zwischen den Bauern und den Hoteliers sowie der Gastronomie, die ihre Produkte nachfragen. Dadurch wird zum Beispiel der Erhalt zweier bedrohter Haustierrassen gefördert: des Alpen Steinschafs und des Schwarzen Alpenschweins. Die Bauern erhalten höhere Erlöse durch den regionalen Verkauf, der bei den Gästen auch entsprechend beworben wird. Ein Kulturphilosoph aus Zürich hat 2016 außerdem eine Veranstaltungsreihe ins Leben gerufen – das Alpine Philosophicum. In einem eigens eingerichteten Kulturbüro diskutieren hier regelmäßig Einheimische und Gäste zu Themen wie: Wie gehe ich mit dem Brauchtum um? Oder: Wagnis, Risiko und Vernunft beim Bergsteigen. Insgesamt ist die Wertschätzung für die Natur und die Bergbauern durch die Initiative gestiegen und auch das Bewusstsein für den Umgang mit der Heimat.

Herr Rasp, Sie haben Ramsau zum ersten deutschen Bergsteigerdorf gemacht. Wie kam es dazu?

2013 wurde ich zum ersten Mal auf die Initiative aus Österreich aufmerksam, die der Deutsche Alpenverein auch in Deutschland etablieren wollte. Ich habe sofort unser Interesse bekundet. Damit war Ramsau einer der zwei ersten Anwärter auf das Siegel „Bergsteigerdorf“. Bis wir 2015 das begehrte Siegel erhielten, war es aber noch ein langer Weg. Zunächst schlossen der Österreichische und der Deutsche Alpenverein 2015 eine Kooperationsvereinbarung ab. In unserer Gemeinde mussten alle Partner mit ins Boot geholt werden, das war eine interessante, aber nicht allzu schwere Aufgabe: Unser Bürgermeister und der Gemeinderat waren sofort begeistert und unsere Einwohner zeigten sich in einer einberufenen Bürgerversammlung sehr aufgeschlossen. Förderlich war natürlich, dass wir die Kriterien des Siegels schon fast im Voraus erfüllt haben. Nur der öffentliche Nahverkehr war etwas verbesserungswürdig.

17 Betriebe bieten insgesamt 30 E-Bikes an und die Gemeinde hat ein E-Auto angeschafft. Außerdem wurde der öffentliche Nahverkehr mit einem Rufbus-System verbessert, das unsere Gemeinde-Peripherie bedient. Dieses System wird noch bis September dieses Jahres über öffentliche Mittel des Freistaates Bayern finanziert. Wie es danach weitergeht, ist noch unklar, denn ohne öffentliche Förderung wird es schwierig.

Welche Potenziale sehen Sie denn in der Initiative für Ihre Gemeinde?

Die Gemeinde Ramsau erzielt im Landkreis Berchtesgaden die höchste Bruttowertschöpfung aus dem Tourismus und zwar 53 Prozent ihrer Gesamtwertschöpfung. Damit ist klar: Der Tourismus ist das wichtigste Standbein unserer Wirtschaft. Außerdem steigt der Anteil der Menschen, die ein Interesse am naturverträglichen Tourismus haben. Sie suchen nach dem Ursprünglichen und Authentischen und wollen ein intaktes Dorfgefüge erleben. Das kommt den Einheimischen entgegen: Ramsau ist sehr konservativ geprägt, traditionsbewusst und manchmal etwas eigensinnig. Hier leben viele Almbauern, die machen nicht jeden Schmarren mit und haben eine tiefe Verbindung zur Natur. Wie unser Bürgermeister

Wie sehen die Einwohner von Ramsau die Initiative? Was passiert bei Konflikten oder Verstößen?

Eine große Mehrheit der Ramsauer Bevölkerung und unserer Urlaubsgäste stehen der Idee sehr positiv gegenüber. Natürlich sind auch einige Einheimische skeptisch. Da gab es zum Beispiel Befürchtungen wie „Da kommen ja nur noch Bergsteiger, keine normalen Touristen mehr“. Aber man erreicht eben nicht jeden. Der Deutsche Alpenverein evaluiert die Einhaltung der Kriterien, er ist auch eingebunden in die Bauleitplanung und würde uns bei Verstößen das Siegel „Bergsteigerdorf“ aberkennen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Juliane Mante.

„
Insgesamt ist die Wertschöpfung für die Natur und die Bergbauern gestiegen.“



In der Kelterei im Bahnhof Donndorf wird Streuobst von Wiesen verarbeitet, die den Wald umgeben.

Alter Wald neu entdeckt

Von Schnitzseminaren bis Kräuterküche: Mit einer Kombination aus Naturschutz und touristischer Erschließung lockt die Hohe Schrecke immer mehr Besucher an.

[VON MELANIE TULKE]

Über Jahrzehnte hatte kaum jemand Zutritt zu dem urwüchsigen Waldgebiet am Nordrand des Thüringer Beckens: Die Hohe Schrecke war seit 1932 als militärisches Sperrgebiet deklariert. So konnte sich auf über 7000 Hektar nahezu unberührt von menschlichen Einflüssen ein reich strukturierter Buchen-Eichen-Mischwald entwickeln.

Naturschutzgroßprojekt

Als eine von vier Modellregionen im Programm chance.natur des Bundeslandwirtschafts- und des Bundesumweltministeriums werden in der Hohen Schrecke seit 2009 der Wald und seine angrenzenden Offenlandflächen für kommende Generationen bewahrt und regionalwirtschaftlich in Wert gesetzt. Einen Schwerpunkt stellt dabei die naturverträgliche, touristische Erschließung dar. Dazu musste zunächst eine touristische Infrastruktur geschaffen werden – aufgrund ihrer militärhistorischen Vergangenheit war die Region als Ausflugsziel noch unbekannt. Die Aufgabe bestand darin, vermarktungsfähige Produkte zu schaffen, die den Besuchern ermöglichen, den alten Wald zu entdecken und den Einheimischen ein zusätzliches Einkommen beschern. Die Umsetzung vor Ort gestalten öffentliche Akteure – Gemeinden, Landkreise – Hand in Hand mit Naturschutzorganisationen, Bildungsträgern und vor allem vielen Privatpersonen und Unternehmen aus der Region. Sie alle haben sich im Verein Hohe Schrecke – Alter Wald mit Zukunft e.V. zusammenschlossen.

Naturerlebnis, Schnitzen und Kräuterküche

An fast jedem Wochenende von März bis Oktober werden heute Führungen angeboten – ermöglicht durch die Ausbildung und regelmäßige Weiterbildung von Natur- und Landschaftsführern im Rahmen des Naturschutzgroßprojektes. Zudem können die Besucher selbst aktiv werden: Ein Holzkünstler bietet in einem Freiluftatelier Schnitzseminare an und in einer Kräuterküche können Interessierte Seminare zur Herstellung von Salben oder Tees buchen. Etwa 250 Personen nehmen diese Angebote jährlich wahr – Tendenz steigend.

Viel Raum für Wildnis

Kern des Naturschutzgroßprojektes ist die Wildnisenentwicklung: Auf einem Drittel der Waldfläche findet keine forstwirtschaftliche Nutzung mehr statt. Diese Wildnisbereiche dienen dem Erhalt des Buchenwald-Ökosystems mit seinen speziellen Flechten, Pilzen, Spechten und Totholzkäfern. Und es sind gerade diese Gebiete, die Besucher anziehen. Das bestehende Wegenetz wurde daher grundsätzlich überarbeitet – unter Berücksichtigung großflächiger Rückzugsräume. Den Besuchern steht nun ein gelenkter Zugang in die Randbereiche der Waldwildnis offen.

Das zweite Augenmerk des Naturschutzes liegt auf der Pflege der Offenlandbereiche, die den Wald umgeben: Auf den dort befindlichen

Streuobstwiesen werden die Obstgehölze wieder freigestellt. Eine Kelterei – im Zuge des Projekts im ehemaligen Bahnhof einer Anrainergemeinde eingerichtet – verarbeitet und veredelt das Obst. Allein im Jahr 2016 wurden dort rund 60000 Liter Apfelsaft und etwa 2500 Liter Glühwein hergestellt. Neben der Auftragsmosterei bietet die Kelterei auch Verkostungen und Seminare an.

Nach sechs Jahren Förderungszeit als Modellvorhaben hat sich die Region zum Reiseziel mit Wiedererkennungswert entwickelt. Ermöglicht hat dies zum einen die Überzeugung der Bevölkerung, dass der Erhalt der wertvollen Naturlandschaft die Grundlage für die Entwicklung des Wirtschaftszweigs Tourismus ist – und zum anderen die Überzeugung der Naturschutzverantwortlichen, dass sich der Wald erst durch Nutzung schützen lässt und dies Akzeptanz schafft.



KONTAKT:
Melanie Tulke
Regionalmanagement
Hohe Schrecke
Telefon: 034673 78904
melanie.tulke@hohe-schrecke.de
www.hohe-schrecke.de



Seit 2009 locken im Sommer rosarot blühende Felder tausende Besucher in das „Mohndorf“ Germerode am Meißner.

Von Mohn und Märchen

Das Bild Hessens ist von der Rhein-Main-Region geprägt, doch das Land hat mehr zu bieten. Wald- und Naturlandschaften, Kultur und Kulinarik locken Besucher vor allem ins nördliche Hessen.

[VON GUDRUN SCHELD]

Hessen ist mehr als Skyline, Messe und Flughafen: Mit mehr als 40 Prozent Waldanteil ist es das waldreichste Bundesland. Drei Viertel seiner Fläche sind ländlich geprägt; ungefähr die Hälfte der hessischen Bevölkerung lebt dort. Und auch Touristen profitieren vom Charme der ländlichen Regionen: Etwa 40 Prozent der 32 Millionen touristischen Übernachtungen in Hessen werden hier gebucht. 30 Heilbäder und Kurorte sind ein Argument,

die naturräumlichen Potenziale, die Nähe der Ballungszentren und die gute Verkehrsanbindung sind ein weiteres, das Hessen auch für Tagesreisen attraktiv macht.

Mit Strategie und breitem Netzwerk

Der strategische Marketingplan für den Tourismus in Hessen 2014 bis 2018 unterscheidet vier Tourismussegmente: „Städte“, „Wellness“, „Natur- und Landerlebnis“ und

„Tagen“. Für das Thema „Natur- und Landerlebnis“ möchte das Hessische Umweltministerium touristisch relevante Förderbereiche, wie den ELER, mit touristisch bedeutsamen Politikfeldern – wie Naturparks, regionale Erzeugnisse, ländliche Entwicklung, Klimaschutz und Nachhaltigkeit – gut verzahnen.

Das Landesmarketing wird dabei durch die HA Hessen Agentur GmbH umgesetzt. Sie ist als strategischer Partner für zielgruppen-gerechte Werbebotschaften zuständig. Neben der HA bilden elf Tourismusdestinationen das marketingstrategische Dach im Hessestourismus. Gleichzeitig sind sie wichtige Bindeglieder für die Entwicklung von Angeboten vor Ort und Partner für die Auswahl der Fördervorhaben „Ländliche Entwicklung“. Insbesondere bei der Vorbereitung von Fördervorhaben des LEADER-Programms unterstützen sie dabei, Angebote zu entwickeln, die zu den marketingstrategischen Zielen passen und das regionale Profil schärfen.

Die regionalen Profile wurden 2016 gemeinsam von Akteuren der ländlichen Entwicklung, der Naturparks, der regionalen touristischen Arbeitsgemeinschaften und des Gastgewerbes in 15 Workshops erarbeitet. Der tourismuspolitische Handlungsrahmen von 2015 formuliert außerdem das Ziel, die Regionen in ihrem Blick nach innen zu stärken. Das Umweltministerium zielt dabei auf eine gute Verzahnung von Förderung und Tourismusmarketing und die Zusammenarbeit zwischen Regionalentwicklung und Marketingorganisationen in klar definierten, arbeitsteiligen Prozessen.

Heimat der Märchen

Weit über die Grenzen Deutschlands sind sie bekannt: Die Kinder- und Hausmärchen der Brüder Grimm. In Nordhessen wurden sie einst gesammelt. Heute spiegeln sie sich in der Kulturlandschaft und dem wilden Naturraum wider. Um dieses kulturelle Erbe weiterzutragen, haben sich die fünf nordhessischen Landkreise und die Stadt Kassel zur GrimmHeimat NordHessen zusammengeschlossen. Vier Naturparks und der Nationalpark Kellerwald-Edersee, verschlungene Fachwerkassen, prächtige Schlösser, trutzige Burgen und historische Trachten erlauben es, in den Stoff einzutauchen, aus dem die Märchen sind. Märchen, Wälder und Fachwerk bilden neben der Ahlen Wurscht als kulinarischer Botschafter die Profithemen der Marketingstrategie „Natur- und Landerlebnis Nordhessen“. Ein strategisches Bindeglied ist der Geo-Naturpark Frau-Holle-Land. Seit diesem Jahr vereint er Naturparkaufgaben und Tourismusedwicklung unter einem Dach.

Mittel aus LEADER und Modellvorhaben

Der LEADER-Ansatz ist die Klammer ländlicher Entwicklung im Werra-Meißner-Kreis. Die Lokale Aktionsgruppe „Verein für Regionalentwicklung Werra-Meißner“ hat als Netzwerk zwischen Regionalentwicklung und Tourismus in den zurückliegenden Jahren das regionale Entwicklungskonzept erfolgreich umgesetzt. Darüber hinaus konnten ergänzende Bundesprogramme gewinnbringend für die Region genutzt werden: darunter Modellvorhaben der Raumordnung des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur sowie das Modellvorhaben „Land(auf)Schwung“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. Im Handlungsfeld „Regionale Wertschöpfung“ ist der Geo-Naturpark als Projektinitiator unverzichtbar. Im Förderzeitraum 2007 bis 2016 flossen aus dem LEADER-Programm insgesamt eine Million Euro an Zuschüssen bei förderfähigen Kosten von circa drei Millionen Euro für touristische Vorhaben in den Werra-Meißner-Kreis.

Mohnblüte als neues Highlight

Nachdem man in den zurückliegenden Jahren vor allem mit 21 Premiumwanderwegen sowie den Qualitätswegen „Werra-Burgen-Steig Hessen“ und „GrimmSteig“ ein hochwertiges Wanderangebot für die Region geschaffen hatte, konnte mit der Mohnblüte am Meißner ein neues Highlight in der Region etabliert werden. Seit 2009 locken im Sommer rosarot blühende Felder tausende Besucher in das „Mohndorf“ Germerode am Meißner. Eine Anregung aus dem niederösterreichischen Waldviertel und das Interesse der Hobbyfotografen für Klatschmohnblüten waren Anlass, dass Marco Lenarduzzi vom Geo-Naturpark und Landwirt Björn Sippel vom Meißnerhof in Germerode über ein Mohnprojekt am Meißner nachdachten. Zunächst wurde nur ein Hektar der morphinarmen Sommermohnsorte „Mieszko“ bei der zuständigen Bundesbehörde zum Anbau gemeldet, mittlerweile wird in Germerode auf 25 Hektar Mohn angebaut. Ob als kalt gepresstes Mohnöl, Pesto oder pur: die Direktvermarktung des Mohns aus eigenem Anbau ist ein gewinnbringender Betriebszweig für den Meißnerhof geworden.

20 000 Besucher in vier Wochen

Auch die touristische Wirkung des Projektes ist eine Erfolgsgeschichte: Für die Saison 2017 sind bereits 75 Busse gemeldet. Die Besucher dürfen sich auf ein professionelles touristisches Angebot freuen: Mohnscheune, Führungen, Planwagenfahrten, Infopunkte, Museum, Leitsysteme und ein regional ausgerichtetes gastronomisches Angebot. Betrieblich geht es um ein ambitioniertes

Vorhaben, das viele Herausforderungen beinhaltet. Vier Wochen Mohnblüte sind ein enges Fenster, um die zu erwartenden 20 000 Besucher die Blütenpracht genießen zu lassen. Etwa 400 Mohnkuchen werden in dieser Zeit auf dem Meißnerhof gebacken.

Der Mohnanbau passt gut in die Fruchtfolge des 50 Hektar-Betriebes. Ackerbaulich verlangt er allerdings eine gewisse Experimentierfreude und Sachkunde: Die schwache Triebkraft im Frühstadium des Wachstums erfordert gezielte Unkrautregulierung. „Den Gästen gefällt die Kamille, aber für uns bedeutet das zusätzlicher Aufwand bei der Reinigung der Saat“, betont Sippel. Grundsätzlich müsse man auch wissen, dass der Mohn durchaus wetterempfindlich sei. Er verlangt gleichmäßige Feuchtigkeit, ein feines Saatbeet und guten Bodenschluss. Gelingt der Anbau, kann pro Hektar ein Ertrag von circa 500 Kilogramm erzielt werden; Wert: rund 900 Euro. „Der Mehrwert für den Direktvertrieb und der gegenseitige Nutzen lässt sich nicht konkret beziffern, außerdem profitiert natürlich auch der eigene Gastbetrieb“, so Sippel. Die Mohnenernte wird auf dem Betrieb gereinigt, getrocknet und gelagert. Vier Bäckereien, eine Käserei, eine Imkerei, ein Nudel-, Eis- und Senfproduzent sind neben den Privatpersonen Abnehmer der Ernte.

Unterstützung bei der Organisation, dem Marketing und Führungen erhält Landwirt Björn Sippel vom Geopark. Auch Bekannte und Ehrenamtliche des Ortes unterstützen das Projekt. Das große bürgerschaftliche Engagement in Germerode hat dazu beigetragen, dass die Gemeinde im bundesweiten Wettbewerb „Unser Dorf hat Zukunft“ des Bundeslandwirtschaftsministeriums 2016 die „Silberplakette“ erhalten hat. Auch die Medienpräsenz ist groß. Zwischenzeitlich wurde das Vorhaben mit zahlreichen Tourismuspreisen und durch die Fachzeitschrift „top agrar“ für „kreative Hofkonzepte 2016“ ausgezeichnet.



KONTAKT:

Mischa Brüssel de Laskay
Hessisches Ministerium für
Umwelt, Pressestelle
Telefon: 0611 815 1020
pressestelle@umwelt.hessen.de
Marco Lenarduzzi
Geo-Naturpark Frau-Holle-Land
Telefon: 05657 913418
lenarduzzi@naturparkfrauholle.land
www.mohnbluete-meissner.de

Verschlaufpause auf einem Marktplatz.



Auf den Spuren der Mönche

Die Kirchtürme von jahrhundertealten Kirchen prägen bis heute die norddeutsche Landschaft. Für den Mönchswegradler sind sie Wegmarken: Von Bremen bis auf die Ostseeinsel Fehmarn verbindet der Mönchsweg über 100 Kirchen miteinander und führt weiter bis nach Dänemark.

[VON DAGMAR OTT]

Reisende auf dem Mönchsweg schätzen neben den kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten die verschiedenen Landschaften wie Marsch, Geest und östliches Hügelland, die sie zwischen Weser und Elbe bis hin zur Ostsee durchfahren. 2007 wurde in Schleswig-Holstein der erste Abschnitt über 340 Kilometer eröffnet. Seit 2011 führt in Dänemark der „Munkevejen“ über rund 450 Kilometer weiter von Rødbyhavn bis zum Dom von Roskilde. Auf deutscher Seite kam 2014 ein 190 Kilometer langer Abschnitt von Bremen bis Wischhafen hinzu, der über die Elbe in Glückstadt anschließt. Der insgesamt knapp 1 000 Kilometer lange Radfernweg folgt den Spuren der Mönche, die das Christentum im Mittelalter in den Norden brachten, durch die drei Bundesländer Bremen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein sowie durch Dänemark.

Förderung für Infrastruktur und Marketing

Besonders in diesem Projekt ist die enge Zusammenarbeit von Kirche und Staat. Mit dem Weg möchten die Projektinitiatoren die Regionen des Binnenlandes erschließen, die Wertschöpfung vor Ort steigern und dabei das Thema des Weges, Religiosität und Spiritualität, in den Mittelpunkt stellen.

Die Projektumsetzung erfolgte in drei Phasen: Die Planung inklusive einer Beschilderung nach Vorgaben des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) bis 2007, die Optimierung der (rad-)touristischen Infrastruktur (2009 bis 2012) und der Ausbau des Marketings (2016 bis 2018). Gefördert wurde und wird durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), Landesmittel, den Förderfonds der Metropolregion Hamburg, Leader+ sowie Kreise und Kommunen.

2011 gründete sich in Schleswig-Holstein der Mönchsweg e.V. als Trägerverein. Mitglieder sind Anlieger-Kommunen, Kirchengemeinden, touristische Organisationen, Kreise, Dienstleister sowie Einzelpersonen. Die Akteure bleiben durch regelmäßige Rundbriefe auf dem Laufenden, in denen über Aktuelles, Aktionen und Maßnahmen aller Beteiligten berichtet wird. Allen Kirchengemeinden, Tourist-Infos und Unternehmungen wird jährlich ein Fragebogen zugeschickt, damit sie

ihre Wünsche und Einschätzungen artikulieren können. Außerdem tauschen sie sich bei einer jährlichen Mitgliederversammlung aus.

Transnationales Projekt

Gemeinsam unterhalten der Trägerverein und die Trägergemeinschaft Bremen-Niedersachsen eine zentrale Geschäftsstelle. Dort erhält jeder Gast eine kostenlose Infobroschüre mit Unterkunftsverzeichnis, einen Radpilgerpass, eine Radwanderkarte und eine Beratung zur Reise. Die Website www.moenchsweg.de liefert darüber hinaus Informationen sowie Pauschalreiseangebote. Die Geschäftsstelle nimmt zahlreiche Aufgaben, vom Marketing über Pressearbeit bis zur regelmäßigen Wartung der Beschilderung, wahr.

Die Zusammenarbeit mit Dänemark verläuft noch nicht ganz reibungslos. Nach der Eröffnung der Route 2011 gab es in Dänemark umfassende Umstrukturierungen innerhalb der Verwaltung, neue Ansprechpartner wurden ernannt – es fehlt jedoch ein „Kümmerer“. Langfristiges Ziel aller ist es aber, den Mönchsweg als Einheit zu betreiben und zu vermarkten.

Die Nachfrage nach Radreisen auf dem Mönchsweg ist groß. Für Smartphones wird derzeit eine App entwickelt, sie soll nicht nur die Etappenplanung vereinfachen, sondern Radreisende wie ein persönlicher Reiseführer begleiten, der Geschichten aus den Regionen erzählt und über Wissenswertes an der Route berichtet. Auch Paketangebote für Wochenend- und Tagestouristen werden momentan entwickelt.



KONTAKT:
Mönchsweg e.V.
c/o Büro Lebensraum Zukunft
Telefon: 04351 880 55 73
info@moenchsweg.de
www.moenchsweg.de

Was können Tourismus-Apps?

Der Hochschwarzwald bietet seit Jahren digitale Urlaubsbegleiter wie die „HosentaschenRanger App“, die „Touren App“ und neuerdings eine „Reiseführer App“ an. Wie beeinflussen die smarten Helfer die touristische Entwicklung der Region?



Jan Jacobsen arbeitet als Online-Manager bei der Hochschwarzwald Tourismus GmbH; gemeinsam mit einer Kollegin hatte er die Idee für den „HosentascherRanger“. www.hochschwarzwald.de

Herr Jacobsen, die Touren-App führt Wanderer per GPS durch den Schwarzwald, die HosentaschenRanger App zu Natur-Highlights am Feldberg. Wollen Sie insbesondere jüngere Aktivsportler ansprechen?

Mittlerweile geht die Verbreitung von Smartphones und mobilen Geräten vom Schüler bis zu den Großeltern. Viele tragen ihr Smartphone bei sich, checken es regelmäßig, schauen damit auf die Uhr oder machen Fotos. Die Leute, die wandern wollen, erwarten ausgearbeitete Tourenempfehlungen. Das bietet auch der gedruckte Wanderführer, aber Smartphones sind komfortabler: Ein Gerät, das man sowieso schon in der Hosentasche trägt, bietet Informationen und sagt einem, wo man langgehen muss, ohne zwischendurch immer wieder Karten zu studieren. Eine Touren-App ist deshalb mittlerweile ein Standardangebot.

Welche Funktionen erwarten die Nutzer von einer guten App?

Einen Mehrwert zu anderen Alternativen: Ein digitaler Wanderführer zeigt mir direkt auf der Karte, wo ich bin und wo ich abbiegen muss; das kann ein gedruckter nicht. Dahinter steht das Bedürfnis, sich orientieren

und eine schöne Tour aussuchen zu können, die zu den eigenen Vorstellungen passt. Ein Smartphone ist dabei viel praktischer als GPS-Geräte, auf die man Informationen aufspielen kann: Es ist einfacher zu bedienen und man kann sich die Apps einmalig herunterladen. Dabei muss die App auch einen Mehrwert im Vergleich zur mobilen Internetnutzung bieten. Mittlerweile sind viele mobile Websites so gut, dass die meisten Informationen auch dort zu finden sind.

Es gibt bereits eine Schwarzwald-App und das Schwarzwaldportal. Warum haben Sie eigene Angebote entwickelt?

Ein Mehrwert kann auch durch Weglassen entstehen. Unsere Region liegt im südlichen Schwarzwald, zu den touristischen Landmarken gehören der Feldberg, die Wutachsenschlucht, der Titi- und der Schluchsee. In der Region gibt es ein vielfältiges Angebot, unsere Touren-App macht über 100 Vorschläge. Für den ganzen Schwarzwald sind es an die 1000. Man möchte als Urlauber seine Zeit nicht damit verbringen, Informationen zu sichten und zu sortieren, sondern die Infos, die zu einem passen – möglichst auf einem Silbertablett. Die Reiseführer-App ist ein Reiseführer mit detaillierten Informationen zu der Region, von Aktivangeboten über Sehenswürdigkeiten bis zu Gastronomie und Gastgebern. Regionale Apps können zudem tages- oder sogar stundenaktuell sein. Wenn beispielsweise ein Wanderweg in der Wutachsenschlucht wegen eines Erdbebens

gesperrt ist, kommunizieren wir es über die Touren- und Reiseführer-App sofort. Und man kann darüber direkt Kontakt zu den Touristeninformationen vor Ort aufnehmen.

Also rechnet sich der Aufwand?

Monetär sicher nicht, denn die Apps sind natürlich kostenlos. Man muss sie entwickeln und verdient daran nichts. Eine App ist auch nie fertig – sie muss laufend aktualisiert und weiterentwickelt werden, etwa durch Anregungen von Partnern oder von Kunden. Aber dadurch lernen wir unsere Gäste besser kennen. Uns geht es um die Zusammenarbeit und Vernetzung mit den Gastgebern, Freizeitangebern und Gastronomen vor Ort.

Welche Qualitätsansprüche stellen Sie an die Anbieter?

Indirekt kennen wir alle persönlich; die direkte Kommunikation läuft über die Mitarbeiter in den Touristeninformationen. Sie sind die Experten, die täglich Kontakt mit lokalen Anbietern haben. Unser Selbstverständnis ist, möglichst alle Akteure in unserem Angebot zu vernetzen. Bei den Apps mitzumachen, ist ein freiwilliges Angebot. Wir verwenden viel Zeit und Mühe darauf, es in der Region bekannt zu machen, uns mit jedem einzelnen Anbieter auszutauschen und dafür zu sorgen, dass die Informationen aktuell sind und aktualisiert werden.

Vielen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Anja Rath.

”

Uns geht es um die Vernetzung mit den Anbietern vor Ort.“

Eine Region setzt auf Geschichte

Lange spielte Tourismus in der Magdeburger Börde keine große Rolle – Landwirtschaft, Maschinenbau und Industrie prägten die Region. Eine neu eröffnete archäologische Stätte könnte dies nun ändern: Das Ringheiligtum Pömmelte soll den Salzlandkreis als Kulturstandort stärken.

[VON EVELIN WOLTER UND MARIANNE BOTHE]

Die Magdeburger Börde ist eine Agrarlandschaft mit großen Bauerngehöften und Kirchen der ehemals sehr reichen Bördebauern. Flüsse wie die Bode, Saale und Elbe lockern dieses Bild durch ihre Auenlandschaften auf. Dort sind der Elberadweg und der Saaleradweg beliebte Ziele für Aktivtouristen. Einzelne Mittelzentren bieten darüber hinaus als Kurbad, wie Schönebeck und Bad Salzelmen, oder mit attraktiven Altstädten weitere Ausflugsziele. Anfang der 1990er-Jahre entdeckten Archäologen in der Region die Überreste einer Kreisgrabenanlage. Wie sich herausstellte, handelt es sich um ein historisches Heiligtum. Zwischen 2010 und 2016 erschloss der Landkreis den Standort als touristische Attraktion, seit Mitte vergangenen Jahres lockt das Ringheiligtum von Pömmelte Besucher in den Salzlandkreis.

Attraktivitätsgewinn durch Kultur

Vor 4000 Jahren hatten sich die Bewohner der Region eine zentrale Stätte geschaffen und sie über etwa 300 Jahre lang für Rituale genutzt. Archäologen stießen 1991 auf die Spuren des sogenannten Ringheiligtums Pömmelte und untersuchten sie zwischen 2005 und 2008. Die Ausgrabungen wurden von der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und dem Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt durchgeführt. Die wissenschaftliche Auswertung ergab, dass die Anlage ein epochenübergreifendes, rituell-religiöses Bauwerk ist. Der Baubeginn um 2300 vor Christus datiert an das Ende der Steinzeit, die Nutzung lässt sich aber bis in die frühe Bronzezeit nachvollziehen. Schon Jahrhunderte zuvor wurde der Platz als heiliger Ort genutzt, was die Überreste eines Hügelgrabes und eine dazugehörige Opferstelle beweisen.

Das Ringheiligtum von Pömmelte zeigt eine komplexe Struktur: Sieben ineinander liegende Ringe aus Holzpalisaden, Erdwällen und Gräben, durchbrochen von Toren, ergeben einen Gesamtdurchmesser von 115 Metern. Bei Kulthandlungen wurde Keramik zerbrochen, und Opfertieren, Steinbeile und Tierknochen wurden vergraben. „Diese einzigartige Ringanlage steht auf einer Höhe mit Stonehenge“, ist sich André Spatzier, leitender Archäologe der Ausgrabungen, sicher. Die Kreisgrabenanlage von Pömmelte stellt einen

Schlüssel zum Verständnis dieses Phänomens dar. Jahrtausende alte religiöse Praktiken lassen sich hier nachvollziehen.

Neue Wege im Tourismus

Seit dem Fund der Himmelscheibe von Nebra hat Sachsen-Anhalt in die Entwicklung von touristischen Angeboten kräftig investiert. Die Landestourismuspolitik und der Landesarchäologe, Prof. Harald Meller, entwickelten die touristische Route „Himmelswege“, sie präsentiert bedeutende archäologische Stätten in Sachsen-Anhalt rund um den Jahrhundertfund der Himmelscheibe von Nebra. Die Stationen weisen spannende astronomische und kultische Bezüge auf, in diesen Kontext passt auch das Ringheiligtum von Pömmelte.

Das Projekt seiner Erschließung besteht aus mehreren Einzelmaßnahmen. Das umgesetzte Konzept beinhaltet die Rekonstruktion der Kreisgrabenanlage und die infrastrukturelle Erschließung des Areals, eine Übersicht über das Gelände ermöglicht eine modern gehaltene Aussichtsplattform. Besondere Herausforderung war neben der Finanzierung auch die Lage des Vorhabens neben dem Flugplatz, denn die vorgegebenen Durchfahrtshöhen auf dem Weg zum Ringheiligtum konnten erst durch Verlegung der Landebahn eingehalten werden. Auch die Radaranlage der Flugsicherung schränkte die Höhe der Aussichtsplattform ein. Neben der Rekonstruktion und Beschilderung der Anlage wurden zudem die dazugehörigen Freiflächen gestaltet, eine Zufahrt und ein Parkplatz angelegt. Für Besucher auf dem Rad wurde eine Verbindung zum Elberadweg geschaffen. Zum Ausbau der Infrastruktur gehörte auch eine wegweisende Beschilderung an der Autobahn A 14 und weiterführenden Straßen sowie am Elberadweg.

Unter Mitwirkung des damaligen Kulturausschussvorsitzenden im Landtag Sachsen-Anhalt und heutigen Kulturstaatssekretär, Gunnar Schellenberger, der selbst in der Region zu Hause ist, konnten die erforderlichen zwei Millionen Euro aus verschiedenen Fördertöpfen gehoben werden. Mit Unterstützung der Lokalen Aktionsgruppe Elbe-Saale gelang im Themenbereich „Tourismus zwischen Elbe und Saale“ der Lokalen

Entwicklungsstrategie die Rekonstruktion der Kreisgrabenanlage in den Jahren 2014 und 2015 mit LEADER-Bonus. Für die Infrastrukturmaßnahmen kommen Mittel der Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur zum Einsatz. Zur Verringerung des Eigenanteils für den Projektträger Salzlandkreis konnten Förderungen durch die Ostdeutsche Sparkassenstiftung und die Klosterbergesche Stiftung eingeworben werden. Auch die hiesige Salzlandsparkasse und der Kreiswirtschaftsbetrieb Salzlandkreis unterstützten die Maßnahme mit einer Gewinnausschüttung.

Akzeptanz durch regionale Partner

Verschiedene Partner der Region hatten somit ein großes Interesse am Gelingen des Projekts. Das Wichtigste aber ist die Akzeptanz in der Bevölkerung, die vor dem Hintergrund der hohen Aufwendungen und anderer, örtlicher Bedürfnisse nicht leicht zu erreichen war. Die Einbeziehung regionaler Partner bei der Vermarktung hat einen wesentlichen Beitrag dazu geleistet. Eine rege Berichterstattung und öffentliche Events haben die Erhöhung des Bekanntheitsgrades wesentlich unterstützt, so steigerten sich stetig das Interesse und die Besucherzahl. Auch die überregionalen Medien berichteten ausgiebig vom Vorhaben und der Idee dahinter. Mit den weitgereisten Gästen wächst das Selbstbewusstsein der Einheimischen über den Schatz ihrer Heimat.

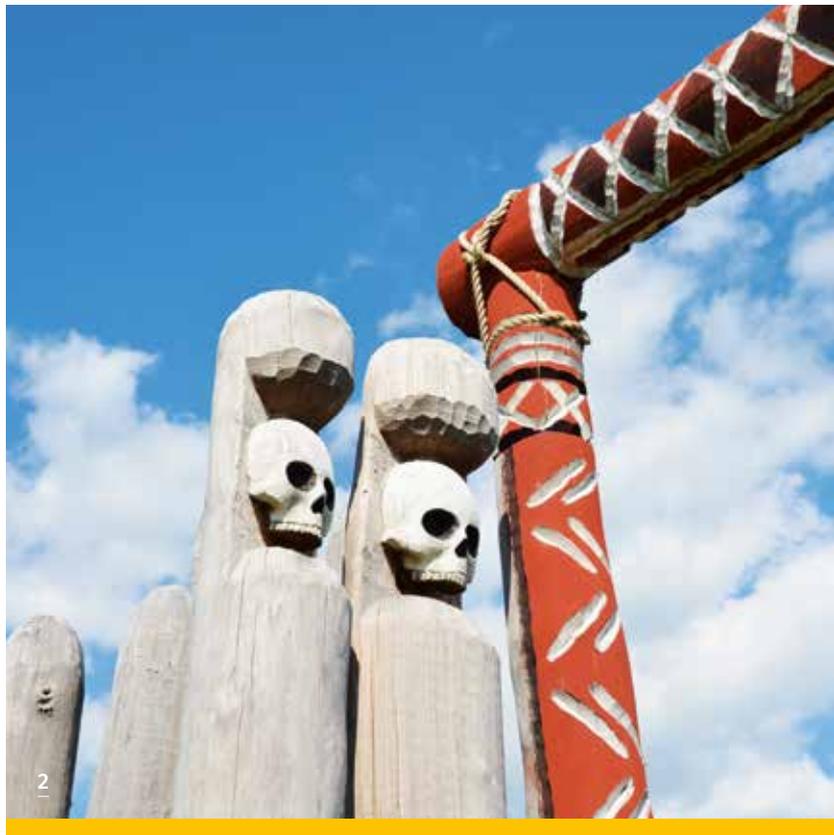
Das Salzlandmuseum in Schönebeck (Elbe) ist heute Betreiber der Anlage und zuständig für das Marketing. Seit der Eröffnung hat es einen eigenen, neu geschaffenen Ausstellungsbereich mit originalen Grabungsfunden und multimedialer Präsentation. Gästeführer, die hier passenderweise als Ringführer unterwegs sind, wurden in der heimischen Bevölkerung gesucht, gefunden und ausgebildet. An den Wochenenden von April bis einschließlich Oktober und auf Anfrage stehen sie Gästen Rede und Antwort – selbst in Gebärdensprache wäre das möglich, wenn Bedarf besteht. Mehr als 5000 Besucher machten in der ersten, halben Saison davon Gebrauch. Viele nutzen die musikalisch-kulturellen Veranstaltungen, die gerade mit neuem Jahresprogramm für 2017 bei der Internationalen Tourismus-Börse in Berlin vorgestellt wurden.

Noch ist das Gesamtprojekt nicht abgeschlossen. So werden wegen der Lage fernab von Gastbetrieben oder anderen touristischen Einrichtungen feste Toiletten benötigt. Kooperationen mit Tourismusverbänden und regionalen Tourismus Anbietern, den Einrichtungen des Kurbades Bad Salzelmen, der Stadt Magdeburg oder den Verantwortlichen am Elbe- und am Saaleradweg sollen den Gästestrom weiter verstärken und verstetigen.

Doch schon jetzt ist die Reise nach Pömmelte ein Erlebnis. Wenn im inneren Ring unter freiem Himmel die Klänge der Mitteldeutschen Kammerphilharmonie Schönebeck oder des Ensembles der Kreismusikschule erklingen, entfaltet sich das besondere Flair der Anlage. Am Ende eines Tagesausflugs berichteten Besucher aus Halle: „Das ist eine tolle geschichtliche Anlage, für die man unbedingt Zeit mitbringen muss. Gerne kommen wir wieder und machen eine Führung mit, um alles besser zu verstehen.“



1



2

1 Blick zum Westtor: An den Tagen um den 1. Mai und 1. August geht zwischen diesen Torpfosten die Sonne unter.

2 Das Haupttor ist das Osttor, das früher von fünf Schädeln umrahmt war, die sich heute in den Holzpfehlen widerspiegeln.



KONTAKT:
 Petra Koch
 Salzlandmuseum
 Telefon: 03471 684-2560
 museum@kreis-slk.de
 www.ringheiligtum-pömmelte.de

Zuschuss für die Reisekasse

Das Hasetal zwischen Osnabrück und Meppen ist ein beliebtes Feriengziel. Nun bietet die Region einen neuen Anreiz: Radurlaube können durch gesundheitliche Präventionskurse ergänzt werden, die die Krankenkasse bezuschusst. [VON WILHELM KOORMANN]



1



2

Im Jahr 1989 beschlossen die Städte und Gemeinden Bersenbrück, Quakenbrück, Essen (Oldenburg), Lönningen, Herzlake, Haselünne und Meppen, sich touristisch weiterzuentwickeln. Was für die einzelnen Gemeinden schwierig war, sollte als Region gelingen: Es entstand das Erholungsgebiet Hasetal – benannt nach der Hase, die hier fließt. Die niedersächsische Region bietet abwechslungsreiche Natur und eine flache Landschaft. Durch den Ausbau der Infrastruktur hat sie sich zu einem Ferienparadies entwickelt – vor allem für Radfahrer. Mehr als 1000 Kilometer umfasst das Radwanderwegenetz heute. Infotafeln informieren die Radler über Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten der Region. Am Wegesrand gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sich zu erholen.

Urlaub und Gesundheit verbinden

Das Hasetal weiß noch durch eine weitere Besonderheit zu punkten: Reisende, die die Region mit dem Rad erkunden, können ihren Urlaub durch Präventionskurse ergänzen. Die Kurse sind nach Paragraph 20

- 1 Entspannungskurse gehören zum Radurlaub im Hasetal dazu.
- 2 In Herzlake führt der Radweg nicht nur durch den Ort, sondern auch über den Fluss Hase.

des Fünften Sozialgesetzbuchs zertifiziert und werden daher durch die gesetzlichen Krankenkassen bezuschusst. Der sogenannte Radurlaub „auf Rezept“ ist das einzige kassenunterstützte Radreiseprogramm Deutschlands. Die Idee liegt im Trend: Ein Drittel der Deutschen wünscht sich, im Urlaub etwas für die Gesundheit zu tun – dies ergab eine Untersuchung der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

Veranstalter der Reisen ist die Hasetal Touristik GmbH (HTG). Ursprünglich sollte das Radfahren selbst als Präventionsprogramm angeboten werden, dies akzeptierten allerdings die Krankenkassen nicht. Deshalb wurden die Präventionskurse als Alternative entwickelt. Nun wird das Radfahren durch die Kurse „Progressive Muskelentspannung“ und „Gesunde Ernährung“ ergänzt. Die Kursleiter sind geschult und von der Zentralen Prüfstelle für Prävention zertifiziert. Mit durchschnittlich 150 Euro Förderung für die Teilnahme an den beiden Präventionskursen wird der Gesundheitsurlaub bezuschusst. Ab 190 Euro kostet ein fünf-tägiger Urlaub im 3-Sterne-Hotel mit Halbpension, fünf geführten Radtouren und den Präventionskursen nach Abzug der Zuschüsse noch. Wer länger bleiben möchte, kann für 100 Euro zusätzlich auch auf sieben Tage verlängern.

Ein Tag im Hasetal

Wie sieht ein typischer Tag für gesundheitsbewusste Radfahrer aus? Am Vormittag startet die Gruppe mit einer gemeinsamen Radtour. Sie führt durch das Hasetal zu einem Kräuterhof, wo der Ernährungskurs stattfindet. Dort werden Theorie und Praxis des Kurses kombiniert. Nach einem gemeinsamen Mittagessen geht es am Nachmittag erneut aufs Fahrrad, um die Umgebung zu erkunden. Unterwegs warten an verschiedenen Stationen Gymnastikmatten, Outdoor-Fitnessgeräte oder Kneipp-Anlagen auf die Radwandergruppen. Zurück im Hotel wird der Tag mit zwei Einheiten progressiver Muskelentspannung abgeschlossen.

Der Tourismus im Hasetal nimmt zu und rund 30 Prozent der Gäste kommen ein zweites Mal. Damit das so bleibt, sollen auch die Fahrradreisen ausgebaut werden. 2017 kann der Gesundheitsurlaub zunächst an drei verschiedenen Standorten gebucht werden: in Meppen im Emsland, in Lönningen im Oldenburger Münsterland sowie am Alfsee im Osnabrücker Land. Wird das Angebot gut angenommen, soll das Programm in den nächsten Jahren auf andere Standorte im Hasetal ausgeweitet und um weitere Präventionskurse ergänzt werden. Die Prognose dafür ist gut: Viele Teilnehmer eines Probetermins im vergangenen Jahr haben die Radreise für dieses Jahr erneut gebucht.



KONTAKT:
Wilhelm Koormann
Hasetal Touristik GmbH
Telefon: 05432 599599
info@hasetal.de
www.radurlaub-auf-rezept.de



Thüringens längster
Laubengang zierte
das Rittergut Schwanditz.

Rittergut mit grünem Klassenzimmer

Geschichte und Gegenwart treffen im Altenburger Land aufeinander: Im historischen Rittergut Schwanditz lernen Schüler und Touristen die moderne Landwirtschaft kennen. Dieses Bildungskonzept hilft dabei, ein Denkmal zu erhalten. [VON UTE GRIMM]

Idyllisch liegt das Rittergut Schwanditz im landwirtschaftlich geprägten Altenburger Hügelland. Seit der ersten urkundlichen Erwähnung im Jahre 1140 hat die Hofstelle im thüringischen Gölznitz viel erlebt. Die guten Böden haben den Altenburger Bauern zu imposanten Vorseithöfen verholfen. Nach dem Ende der DDR waren hier, wie an vielen Orten, die Gebäude kaputt und verwahrlost. Besonders traurig zeigte sich das Kuhstallgebäude aus der Mitte des 18. Jahrhunderts. Der längste Laubengang Thüringens, der bereits vor 1989 unter Denkmalschutz stand, verfiel zusehends.

1990 begann die Familie Junghannß als sogenannter Wiedereinrichter mit privater Landwirtschaft: Der Hof, der seit 1940 in Familienbesitz ist, ging damit an die Besitzer zurück. Jahrelang stand die Frage im Raum, was man mit einem denkmalgeschützten Fachwerkbau anfängt, der landwirtschaftlich nicht mehr so zu nutzen war, wie man es 1760 für ihn vorgesehen hatte: Speicherräume für Getreide, Heu- und Strohlager, Kühe im Erdgeschoss und eine Melkerwohnung mit Kohleöfen – alles nicht mehr zeitgemäß, und das auf knapp 500 Quadratmetern pro Geschoss.

Erweiterung dank LEADER

Auf Ute Grimm und Jürgen Junghannß, die den Betrieb 2002 übernommen hatten, kamen immer wieder Lehrer

zu und fragten, ob ihre Schüler bei einem Wandertag den Bauernhof kennenlernen könnten. Der Familie wurde immer deutlicher, wie wichtig es ist, Kindern die moderne konventionelle Landwirtschaft nahezubringen und zu zeigen, wie Lebensmittel tatsächlich hergestellt werden. Der Hof bewirtschaftet 240 Hektar; Weizen, Gerste, Zuckerrüben, Raps, Kartoffeln und Hanf werden angebaut. Zum Rittergut gehören zehn Mutterkühe, drei Teiche und drei Ferienwohnungen.

Seit 2008 wird das Gebäude mit Fördermitteln für Schulklassen nutzbar gemacht. Was noch fehlte, war die Gelegenheit zur Übernachtung, um einen längeren Aufenthalt der Kinder zu ermöglichen. So entstand die Idee, die Speicherräume im Obergeschoss als Herberge auszubauen. Als im Herbst 2015 die Mittel für die neue Förderperiode frei wurden, ging alles sehr schnell. Das touristische Konzept stand, die Familie hatte es in den Jahren zuvor aus bereits laufenden Projekten entwickelt. Als Leitprojekt der LEADER-Aktionsgruppe „Altenburger Land“, und zu 50 Prozent gefördert mit ELER-Mitteln, begann im Sommer 2016 der Ausbau.

Bauernhof zum Anfassen

Ganz einfach war der Start nicht, denn Bauer und Germanistin können wohl mit Erde und Wörtern, weniger aber mit Holz und Brandschutz jonglieren. Und so war es bis in den November 2016 eine unruhige Zeit

mit Warten auf Genehmigungen, Besprechungen mit Handwerkern und schlaflosen Nächten. Nun können die ersten Gäste in die vier Schlafräume mit insgesamt 28 Betten einziehen, 2017 kommen noch Wirtschaftsräume dazu. Das Rittergut ist Mitglied in der Landesarbeitsgemeinschaft „Ferien auf dem Lande in Thüringen“, die Ferienwohnungen auf dem Hof werden darüber und über das Reiseportal der Altenburger Tourismus GmbH vermarktet.

Ziel ist es, Kindern durch längere Aufenthalte nachhaltiges Wissen über die Landwirtschaft zu vermitteln. Projekte, wie „Vom Korn zum Brot“ erklären die Arbeit des Bauern und werden durch die Möglichkeit zum Anfassen und Mitmachen zu einem Erlebnis. Für ältere Schüler soll es Projekte zur Berufsorientierung geben, die für landwirtschaftlichen Nachwuchs werben. Die Herberge schafft dadurch einen Familienarbeitsplatz und eine weitere Arbeitsstelle; das Gebäude bleibt erhalten und wird schonend genutzt.



KONTAKT:
Ute Grimm und
Jürgen Junghannß
Rittergut Schwanditz
Telefon: 03447 315311
grimm.rittergut@gmail.com
www.rittergut-schwanditz.de

Am Straßenrand wirbt der Erzgebirger und Radsportler Maik Amelang für seine Heimat.



Im Erzgebirge geht mein Glück auf

Mit der Imagekampagne „Glücklich im Erzgebirge“ stellt die Region Erzgebirge ihre Vorzüge in den Mittelpunkt und positioniert sich als Raum zum Leben, Arbeiten und Glücklichein.

[VON PEGGY KRELLER, SABINE SCHULZE-SCHWARZ UND DANIEL SCHALLING]

Eine florierende Wirtschaft und die positive Entwicklung der rund 17 000 kleinen und mittelständischen Unternehmen auf der einen Seite, demografischer Wandel und damit einhergehender Fachkräftebedarf auf der anderen: Inmitten dieser Diskrepanz befindet sich die Region Erzgebirge. Das Ziel der Imagekampagne „Glücklich im Erzgebirge“ als Fortführung der vorgelagerten „Wirtschaftskampagne“ ist es deshalb seit 2014, jungen Fachkräften das Arbeiten und vor allem Leben in der Region schmackhaft zu machen.

Ein Blick sieben Jahre zurück: Das Erzgebirge wird weitgehend als verträumtes, traditionelles Weihnachtsland wahrgenommen. Die Situation vor Ort ist hingegen eine völlige andere. Der Wirtschaftsstandort ist durch eine ausgesprochene Branchenvielfalt, innovative Schlüsselbranchen und eine große Produktpalette gekennzeichnet. Er ist historisch aus dem Bergbau heraus entstanden und steht auch in Krisenzeiten dank seiner Flexibilität auf sicheren Beinen. Die Unternehmen der Region haben sich auf Nischen spezialisiert und gehören dort zum Teil zu den Marktführern.

Fokus auf Leistungsfähigkeit

Um dieser Diskrepanz kommunikativ zu begegnen, startete das Regionalmanagement Erzgebirge 2010 eine

Imagekampagne mit acht Motiven unter der Kernbotschaft: „Im Erzgebirge steckt mehr drin als Sie denken“. Sie veranschaulichen die Leistungsfähigkeit und Technologievielfalt der erzgebirgischen Wirtschaft. Schon 2008 wurde in der Region der zu erwartende Fachkräftebedarf erkannt und das „Fachkräfteportal Erzgebirge“ aufgebaut. Heute ist das Jobportal mit über zwei Millionen Seitenaufrufen im Jahr und 700 Stellenangeboten das größte der Region. Es soll vor allem dazu beitragen, dass Menschen, die außerhalb des Erzgebirges leben oder arbeiten, ins Erzgebirge ziehen oder zurückkehren. Doch wie kann man Fachkräfte erreichen und überzeugen, diese Stellen anzunehmen?

Bei der Suche nach dem individuellen Glück ist ein guter Job nur einer von vielen Bausteinen. Wohnen im Grünen, optimale Betreuungsmöglichkeiten für Kinder, eine geringe Kriminalitätsrate, unzählige Freizeitmöglichkeiten inmitten der Natur und günstiger Baugrund – all dies sind Punkte, die für die Region Erzgebirge sprechen. Damit bietet das Erzgebirge gute Voraussetzungen, dem Streben nach dem individuellen Glück gerecht zu werden. Die Erweiterung der „Wirtschaftskampagne“ um das Thema Lebensraum ist also eine logische Konsequenz, um die klugen Köpfe, die die Unternehmen dringend brauchen, vor allem emotional abzuholen.

Die strategische Konzeption der Kampagne basiert auf einer Fachkräftebefragung von Zuwanderern ins Erzgebirge, die 2013 wesentliche Kriterien der Standortwahl ermittelte. Zusätzlich wurden umfangreiche Sekundäranalysen und ein Benchmarking mit vergleichbaren Regionen eingearbeitet. Die Ergebnisse definieren die Grundlage für den Markenkern der Neuausrichtung. Von Beginn an steht das Regionalmanagement Erzgebirge dabei in verschiedenen Gremien im Austausch mit regionalen Projektpartnern aus Wirtschaftsförderung, Kammern, Landkreis, Kommunen und LEADER-Regionen. Mit der kreativen Umsetzung ist eine regionale Agentur betraut.

Echte Menschen werben für die Region

Bodenständig, naturverbunden, familiär: So sieht sich der Erzgebirger. Authentische Menschen aus der Region sollen es deshalb sein, die der Kampagne ein Gesicht geben und echte Lebenswege erzählen. So wie bereits in der Wirtschaftskampagne mit Unternehmerpersönlichkeiten geworben wurde, verzichtete man wieder auf den Einsatz professioneller Models. Sie alle – vom hiergebliebenen Häuslebauer über die zurückgekehrte Hebamme bis zum zugezogenen Ingenieur aus Japan – verraten, warum es sich im Erzgebirge gut leben lässt. Der Slogan „Im Erzgebirge geht mein Glück auf“ beinhaltet bewusst den in der Region entstandenen Bergmannsgruß „Glück auf“. Seit Jahrhunderten verdeutlicht der immer noch aktuelle Gruß die regionale Identität der Erzgebirger. Er offenbart die Herzlichkeit des Menschenschlags – ein perfekter Nährboden also für eine gelebte Willkommenskultur.

Eine Reihe von Marketingmaßnahmen macht die Kampagnenidee von Beginn an sichtbar. Die Kampagnenseite www.gluecklich-im-erzgebirge.de verbindet mit den Motiven persönliche Geschichten und Fakten. Image-spots werden produziert, die in Kinos über die Leinwand gehen und Großformatplakate sowie LED-Videoboards platziert. Anzeigenmotive, etwa in Hochschulformaten, bedienen das klassische Werbesegment. Plakate in den Zügen des Regionalverkehrs machen die Imagekampagne mobil und sprechen gezielt Pendler an. Unter der Rubrik „Erfolgsgeschichten aus dem Erzgebirge“ erscheinen regelmäßig Beispiele für die Botschaften, die man vermitteln will, als Pressemitteilungen, im Newsletter und auf Facebook. Neben der aktiven Pressearbeit wird jedoch insbesondere ins Online-Marketing investiert, denn die Zielgruppe der Fachkräfte ist hier deutschlandweit erreichbar und Maßnahmen können gezielter gesteuert und auf ihren Erfolg kontrolliert werden.

Hinter der beispielhaften Aufzählung der Aktivitäten steckt ein detaillierter Marketingplan, der das Budget mit konkreten Aktionen im abgestimmten Kommunikationsmix untermauert. Dabei wird darauf geachtet, dass die Außendarstellung mit Wirtschafts- und Glückauf-Kampagne eine Verbindung zum konkreten Job-Werkzeug „Fachkräfteportal Erzgebirge“ herstellt. Finanziert werden die

Maßnahmen aus dem Gesamtbudget des Regionalmanagements Erzgebirge, das mit 300 000 Euro pro Jahr durch den Regionalkonvent finanziert wird. Dieser besteht aus dem Erzgebirgskreis und den elf größten Kommunen der Region. Das Budget deckt dabei auch Personal- sowie Sachkosten ab.

Imagewandel vollzieht sich langsam

Das Gesamtpaket zeigt langfristig Wirkung: So belegte 2013 eine Studie des Leibnitz-Instituts für Länderkunde, dass bereits zwölf Prozent aller seit der politischen Wende Weggezogenen ins Erzgebirge zurückgekehrt sind. Aber es gibt weiterhin Baustellen, denn das Image einer Region ändert sich nicht in wenigen Jahren. Eine repräsentative Imageanalyse von 2015 zeigte zwar eine generell hohe Bekanntheit der Region sowie eine besonders große Verbundenheit der Bewohner mit dem Erzgebirge. Allerdings assoziieren die meisten Befragten – egal ob von innerhalb oder außerhalb der Region – mit dem Erzgebirge immer noch in erster Linie die Wirtschaftszweige Volkskunst, Bergbau und Tourismus, die gesamtwirtschaftlich nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Um dieser Wahrnehmung weiter entgegenzuwirken, etablierte sich neben dem kommunal orientierten Regionalkonvent im vergangenen Jahr ein Gremium aus Unternehmern, die aus eigener Überzeugung gemeinsam mit dem Regionalmanagement die Profilierung der Region vorantreiben wollen: der Wirtschaftsbeirat Erzgebirge. Darüber hinaus ermöglichen seit Jahresbeginn Fördermittel aus der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW), die das Regionalbudget des Freistaates Sachsen aufstocken, die Umsetzung neuer Ideen. Zusätzlich wird die bessere Ansprache der einheimischen Jugend über digitale Medien vorbereitet. Der Wirtschaftsbeirat Erzgebirge steht sinnbildlich für ein Credo, nach dem das Team des Regionalmanagements Erzgebirge von Anfang an arbeitet: Um die Macher einer ganzen Region von einer Kampagnenidee zu überzeugen, müssen genau sie von Anfang an im Prozess mitgenommen werden. Diese Strukturen aus der Basis der Region müssen wachsen und brauchen Zeit, sich zu entfalten. ■



KONTAKT:
Dr. Peggy Kreller
Regionalmanagement Erzgebirge
Telefon: 03733 145146
kreller@wirtschaft-im-erzgebirge.de
www.wirtschaft-im-erzgebirge.de

Nachhaltigkeitsladen sucht Nachahmer

Der Soziale Bürgermarkt in Hagen im Bremischen ist mehr als ein Geschäft: Er bildet einen lebendigen Treffpunkt im Ort – samt Bücherstube, Bürgerberatung und Büroraum. Gründer Andreas Klimek will sein Konzept nun verbreiten, damit Menschen auf dem Land weiterhin miteinander ins Gespräch kommen.

[VON ISABELLA TEETZ-KNORR]

Wenn der letzte Laden im Ort schließt, die letzte Gaststätte im Dorf dichtmacht, was passiert dann im ländlichen Raum? Andreas Klimek, Zugezogener in der niedersächsischen Gemeinde Hagen im Bremischen, kennt eine Antwort: „Dann gehen die Menschen nicht mehr aus dem Haus!“, sagt er und man hört seine Empörung. Doch Klimek ist kein Jammerer, er ist ein Macher. Im Jahr 2009 mietete er eine leerstehende Gewerbefläche im Ort, 180 Quadratmeter, und setzt seither mit viel Tatkraft und Enthusiasmus seine Vision von lebendiger Dorfmitte um: den sozialen Bürgermarkt. Das Motto: Mein Markt, dein Markt. „Das ist ein richtiger Nachhaltigkeitsladen“, sagt der 50-jährige Klimek und kann ohne Pause eine Stunde über seinen Marktplatz von Bürgern für Bürger erzählen: Wie Menschen aus unterschiedlichen Kreisen in seinem Geschäft stöbern, wie sie ins Gespräch kommen, klönen, kaufen. Da ist etwa eine Hartz-IV-Empfängerin, die regelmäßig nach Kleidungsstücken ihrer Lieblingsmarke sucht, da sind Familien aus gut bürgerlichem Haus, die nicht wollen, dass ihr gut erhaltener Hausrat im Müll landet und sich freuen, wenn andere daran Freude finden.

Das Prinzip des Bürgermarkts ist denkbar einfach. Menschen mieten ein Regal in dem Laden und bieten dort ihre Waren an: von der alten Vase aus dem Keller, dem Puzzle vom Dachboden, über gut erhaltene, gebrauchte Kleidung bis hin zu Gebasteltem und selbstgemachter

Marmelade. 18 Euro pro Woche kostet ein Regal, den Verkauf übernimmt das Team vom Bürgermarkt – allen voran Gründer Andreas Klimek und seine Frau Claudia. Die Einnahmen werden am Ende der Mietzeit an die Regalmieter, das sind auch Vereine oder Nachbarschaftsgruppen, ausgezahlt. Ein Indoor-Flohmarkt, stressfrei und mit regelmäßigen Öffnungszeiten. Und es funktioniert: In der Vorweihnachtszeit sei der Laden rappellvoll, so der Gründer. Aber auch sonst sei immer was los. Auch dank neuer Ideen, die den Bürgermarkt stets weiterentwickeln. Denn das gehört zu Klimeks Anspruch; er betont: „Wir wollen nicht nur Ideen verwirklichen, die den Bürgermarkt weiterentwickeln, sondern auch den Ort mit Angeboten bereichern.“

Bürgernetz bis Bürgerthek

Jüngst gründete Klimeks Team das Bürgernetz Freifunk Hagen-Cux: kostenloses Internet auf 1,2 Kilometern im Ort. „Da sind morgens bis zu 150 Schüler im Netz“, sagt Initiator Klimek und man hört seine Freude. Seit Kurzem bietet der Bürgermarkt unter dem Stichwort „Formularfuchs“ auch verschiedene Beratungen an – von einer Schuldnerberatung bis zur Hartz-IV-Beratung. Außerdem können Freiberufler das Bürgeroffice, einen komfortabel eingerichteten Büroraum, etwa für Geschäftstermine oder zum regelmäßigen Arbeiten mieten. Und mit der Bürgerthek hat Hagen eine prall gefüllte Bücher- und Lesestube. Rund 2000 Bücher – allesamt gespendet – stehen in dem 20 Quadratmeter großen Raum und werden zum Schnäppchenpreis verkauft. Mit den Einnahmen wiederum werden andere Initiativen unterstützt, etwa Tierschutz, Kirche sowie Fördervereine von Schulen und Sportvereinen.

Europa und Niedersachsen fördern

Mittlerweile ist aus einem Gebrauchtwarenladen eine Anlaufstelle für Jedermann geworden. „Wir werden auch Klatschzentrale genannt. Manche Kunden kommen nur zum Schnackern“, sagt Klimek vergnügt und fügt an: „Es macht irre Spaß hier zu arbeiten.“ Sein Credo lautet: „Mach Sachen, die in der Großstadt funktionieren. Warum sollten sie nicht auch auf dem Land klappen?“



Doch so einfach, wie das mit Klimeks Idealismus klingt, war es nicht immer. 20 000 Euro investierte er seit 2009, klopfte vielerorts an, um Hilfe zu erhalten und traf in Juliane Bauer von der „Stelle für Soziale Innovation“ der Freien Wohlfahrtshilfe in Lüneburg eine Unterstützerin. Auf ihren Rat hin beantragte die Bürgermarkt Systemzentrale, deren Geschäftsführer er heute ist, EU-Fördermittel. Seit Mitte 2016 wird sein Projekt vom Land Niedersachsen und der EU für zwei Jahre im Rahmen des Programms „Soziale Innovation“ gefördert. Das neue Förderprogramm unterstützt Menschen, Einrichtungen und Initiativen dabei, aus guten Ideen zukunftsweisende Projekte mit neuen Lösungen vorwiegend in den Bereichen Daseinsvorsorge und Arbeitswelt zu entwickeln. Niedersachsen hat für die Beratung drei „Stellen für Soziale Innovation“ geschaffen, die von den Unternehmerverbänden Niedersachsen, dem Deutschen Gewerkschaftsbund Niedersachsen und der Landesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege getragen werden.

Pilotmarkt als Vorbild

Was Klimek in seiner 10 000-Einwohner-Gemeinde aufbaut, soll Schule machen und Nachahmer finden. Der Ansatz: Über so genanntes Social Franchising soll sich das Konzept vom Bürgermarkt verbreiten. Anders als beim kommerziellen Franchising geht es dabei nicht um Gewinnmaximierung, sondern um den sozialen Nutzen. Vereine, Gruppen und Institutionen, vom Shanty-Chor bis zur Landfrauen-Gruppe, von der Kleiderkammer bis zum Sozialkaufhaus, können bei Klimek anfragen und seine Idee quasi einkaufen und kopieren. So müssen Organisationen nicht immer wieder das Rad neu erfinden, sondern können ein funktionierendes Konzept wie den Bürgermarkt übernehmen. Denn Klimeks Team hat bereits viele Hürden genommen – von der Finanzierung bis zu bürokratischen und rechtlichen Stolperfallen. Deshalb kann es beim Aufbau eines neuen Bürgermarktes mit seinen Erfahrungen unterstützen. Jeder Franchise-Nehmer könne natürlich eigene Ideen einbringen, so Klimek, seinem Markt einen eigenen Stempel aufdrücken. Sein Pilotmarkt fungiere lediglich als Vorbild: Warum nicht

ein Café statt der Bücherei oder ein Raum für Kulturveranstaltungen? Kein Bürgermarkt werde dem anderen gleichen, aber das Grundprinzip sei eben identisch – Marke Bürgermarkt.

Das Franchise-Handbuch ist in seiner Struktur bereits fertig und Klimek wünscht sich nun nichts sehnlicher, als bei anderen Starthilfe zu leisten. Denn seine Bürgermarktfamilie, wie er Mistreiter und Kunden liebevoll nennt, hält zusammen. Der Laden läuft inzwischen, Zeit für die nächste Herausforderung. Klimeks Ziel: „Im Förderzeitraum wollen wir mit unserem Kooperationspartner, dem Kreisverband der Paritäten Cuxhaven, mindestens vier weitere Bürgermärkte eröffnen.“ Da klingt trotz vieler Mühen viel Optimismus mit. „Ich kann den Bürgermarkt nicht klein denken. Aber wir brauchen Mistreiter und Nachahmer.“ Klimek hält an seinem Traum fest: Ein Bürgermarkt hier, einer im benachbarten Beverstedt, einer im rund 20 Kilometer entfernten Loxstedt und immer so fort. Ein Bürgermarkt für jeden Ort. ■

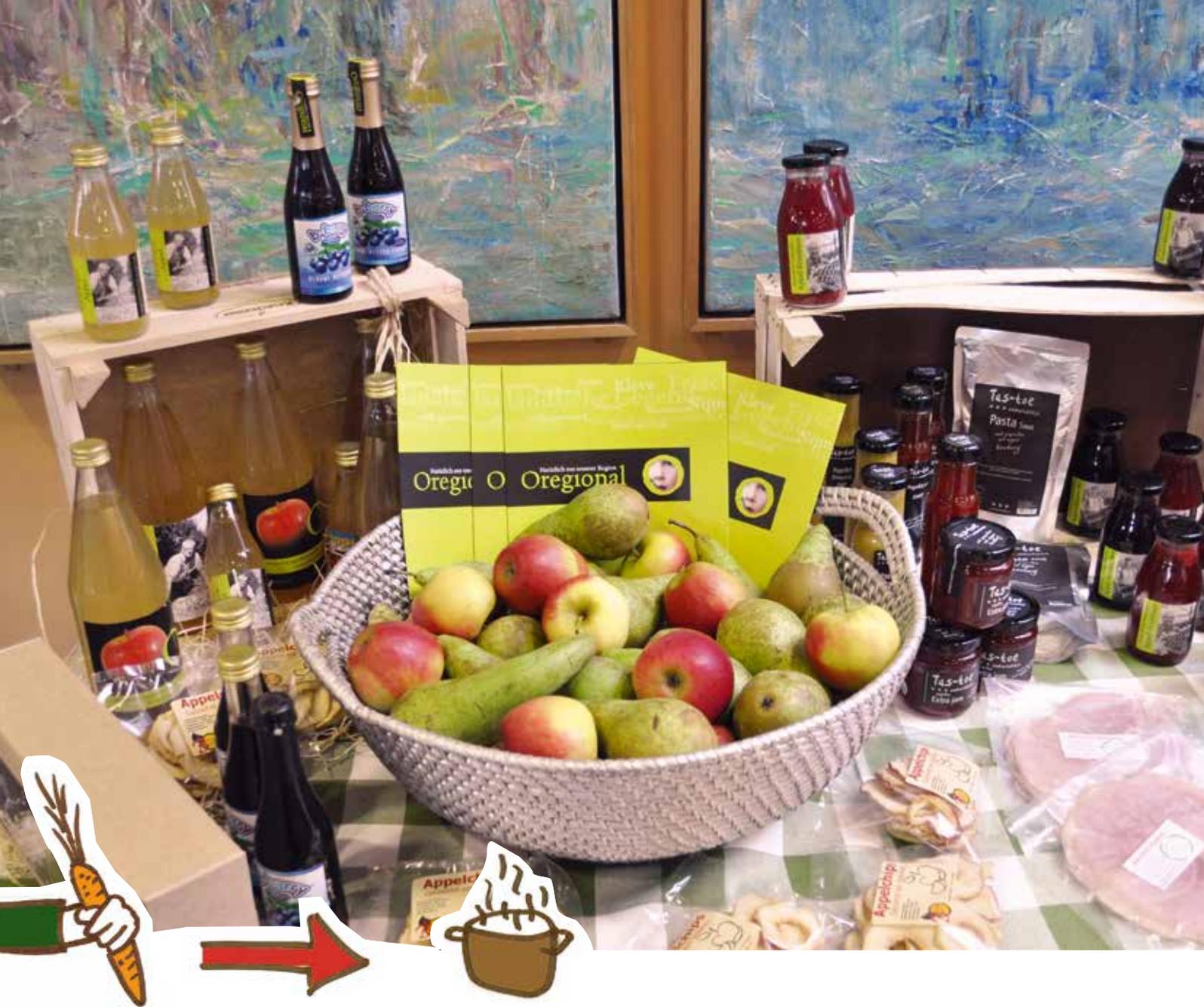
- 1 Haushaltswaren neben Spielsachen und Kleidung: Der Bürgerladen in Hagen im Bremischen bietet Gebrauchtes für nahezu alle Lebensbereiche.
- 2 Eine Bibliothek mit Lesecke ist ebenfalls eingerichtet.



KONTAKT:
 Andreas Klimek
 Bürgermarkt Systemzentrale GmbH
 Telefon: 04746 726 665
 a.klimek@buergermarkt.com
 www.buergermarkt.com

Stelle für Soziale Innovation
 der Freien Wohlfahrtspflege
 Juliane Bauer
 Telefon: 04131 22 14 990
 juliane-bauer@lag-fw-nds.de

Johanna Wolthusen
 LAG der Freien Wohlfahrtspflege
 Telefon: 0511 85 20 90
 wolthusen@lag-fw-nds.de



Oregional: originell, regional und nachhaltig

Die deutsch-niederländische Regionalinitiative „Oregional“ setzt sich für eine grenzüberschreitende, regionale und nachhaltige Landwirtschaft ein und dafür, dass Verbraucher regionale Produkte wertschätzen.

[VON KURT KREITEN UND CAROLINE BREIDENBACH]

Rund 20 Landwirte in der deutsch-niederländischen Grenzregion zwischen Nimwegen und Kleve vermarkten ihre Produkte unter dem Label Oregional.

Rund um Nimwegen und Arnheim im niederländischen Gelderland sowie um Kleve und Wesel am Niederrhein vermarkten landwirtschaftliche Erzeuger ihre Produkte grenzüberschreitend mit einer gemeinsamen Marke. Begonnen hat alles mit einem Interreg-Projekt, das von 2009 bis 2012 die Landwirt-

schaft und den Konsum im deutsch-niederländischen Grenzgebiet in den Blick nahm: Mit dem Vorhaben „Genießen im Grünen – Groen genieten“ wollten die am Projekt beteiligten Partner – die Hochschule Rhein-Waal, das katholische Bildungszentrum Wasserburg Rindern und die niederländische

Stiftung Landwaard – sowohl die regionale, nachhaltige Landwirtschaft unterstützen als auch den Absatz und die Qualität der Produkte und Dienstleistungen im Grenzgebiet fördern. Dazu wurde 2010 die Regionalinitiative „Oregional“ mit Sitz im niederländischen Nimwegen gegründet.

Foto: Kurt Michéls/Oregional, Rhein-Waal e. V.

Genossenschaftliche Kooperative

Die „Gebiedscoöperatie Oregional UA“ – das UA steht für „uitgesloten aansprakelijkheid“, was übersetzt Haftungsausschluss bedeutet – ist eine Erzeugergenossenschaft mit derzeit 21 Mitgliedern und einer Geschäftsstelle mit aktuell sieben Beschäftigten.

Sie möchte Erzeuger und Verbraucher sowie Stadt und Land einander näherbringen. Hierzu akquiriert sie Produzenten und Abnehmer, führt neue Produkt-Markt-Kombinationen ein und übernimmt logistische Aufgaben. Zudem entwickelt sie Qualitäts- und Herkunftskriterien, um den Warenfluss transparenter zu machen. Das Produktsortiment umfasst zurzeit eine große Auswahl an frischen und haltbaren Produkten wie Gemüse, Milchprodukte, Eier, Fleisch, Obst, Wein und Bier, die in der Region erzeugt werden. Es gibt aber auch Artikel, die nicht aus der Region stammen, da sie nicht regional produziert werden können, wie Fairtrade-Bananen, Gewürze und Bio-Tee.

Vermarktet werden die Produkte unter dem Label „Oregional“. Oregional setzt sich aus den Begriffen „original“ und „regional“ zusammen und steht für originell, regional und nachhaltig. Hauptabnehmer sind Großküchen in Pflegeeinrichtungen und Krankenhäusern, das Bildungshaus Wasserburg Rindern sowie das Gastgewerbe mit Artikeln, die gezielt für Hotels, Restaurants und Catering produziert werden. Die Produkte liefert die Kooperative täglich frisch direkt an die Kunden. Einzelabnehmer können über einen Webshop bestellen und individuell zusammengestellte Geschenkboxen beziehen.

Die Marke soll Abnehmer und Endverbraucher für regionale Produkte sensibilisieren. Der Regionalinitiative geht es aber auch darum, langfristige, regionale Lieferbeziehungen aufzubauen und das Sortiment kontinuierlich zu erweitern. Die ökologischen, sozialen und ökonomischen Qualitätskriterien sind bisher nicht sehr ausdifferenziert und überlassen den Erzeugern noch große Handlungsspielräume. Perspektivisch soll sich die Qualität am Kriteriensystem der Initiative „REGIONAL PLUS – fair für Mensch und Natur“ orientieren, das der Bundesverband der Regionalbewegung mit der Verbraucherzentrale NRW, der Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft, dem NABU NRW, dem Bioverband Biokreis und mit Regionalinitiativen erarbeitet hat.

Nach anfänglichen wirtschaftlichen Startschwierigkeiten lag der Umsatz der Kooperative 2016 bei mehr als einer Million Euro. Er zeigt seit zwei Jahren eine steigende Tendenz, die mittelfristige geschäftliche Bestandssicherheit scheint gegeben. Darüber hinaus finanziert sich die Kooperative über ihre Teilhaber und Mitgliedsbeiträge.

Gemeinnütziger Partner

Zusätzlich zur bereits etablierten Gebietskooperative wurde 2012 der gemeinnützige Verein „Oregional Rhein-Waal e.V.“ gegründet, der seinen Sitz in Kleve hat. Beide Seiten verstehen sich als Partner, die nach dem dualen Prinzip zusammenarbeiten. Dabei kümmert sich die Kooperative um die wirtschaftliche Seite der Vermarktung regionaler Produkte und der Verein nimmt den gemeinnützigen Aspekt der dafür erforderlichen Bewusstseinsbildung beim Verbraucher in den Blick. Gemäß seiner Satzung will er eine naturnahe und artenschützende Kulturlandschaft fördern und Bildungs- und Forschungsinitiativen zur nachhaltigen Landwirtschaft und Regionalentwicklung organisieren. Zudem ist sein Ziel, vom Erzeuger bis zum Verbraucher ein Bewusstsein für den Wert regionaler Kreisläufe zu schaffen. Dazu bietet er Bildungsveranstaltungen wie Filmvorführungen in den Tichelpark-Kinos in Kleve an, organisiert den jährlichen Regionalmarkt am „Tag der Regionen“ Ende September und hat die Veranstaltungsreihe „Schmecken & Informieren“ ins Leben gerufen. Der Verein finanziert sich vornehmlich durch Mitgliedsbeiträge und Eintrittsgelder für die Veranstaltungen. Um seine Ziele zu verwirklichen und breit in die Region zu tragen, arbeitet Oregional Rhein-Waal e.V. seit 2016 verstärkt mit externen Partnern im Raum Rhein-Waal zusammen, insbesondere mit dem Verein „Bioregion Niederrhein“, der Initiative „Essbare Stadt Kleve“ und der niederländischen Stiftung Erkend Veluws Streekproduct. Der Verein ist darüber hinaus Gründungsmitglied des „Landesverbandes Regionalbewegung NRW e.V.“ und bringt sich personell im Vorstand und Beirat des Landesverbandes ein.

Der Bekanntheitsgrad der Regionalmarke Oregional steigt stetig. Die bisherigen Veranstaltungsformate von Oregional Rhein-Waal e.V. haben sich am unteren Niederrhein etabliert. Weitere Formate wie Fachexkursionen und Fachtagungen sind in Planung und der Verein will Initiativen im grenzüberschreitenden Raum Rhein-Waal anregen und fördern, beispielsweise die solidarische Landwirtschaft oder Ernährungsräte in Kommunen.

Ausbaufähig: transnationale Zusammenarbeit

Die Vereinsakteure können sich eine Arbeit als Partner im Rahmen von öffentlich geförderten Projekten vorstellen – und auch, bei weiteren grenzüberschreitenden Projekten mitzuwirken. Dabei können sie auf ihre Erfahrungen zurückgreifen. Denn Sensibilität ist auch Oregional-intern gefragt: Es gilt, Rücksicht auf unterschiedliche Mentalitäten und Strukturen bei den niederländischen und deutschen Erzeugern zu nehmen. Kreative Neugierde und Offenheit dafür, dass man voneinander lernen und Synergien nutzen kann, sind von großer Bedeutung. Zudem müssen teilweise Sprachbarrieren überwunden werden; aufgrund mangelnder Ressourcen ist das gemeinsame Projekt der niederländischen und deutschen Partner bislang nur partiell zweisprachig. Daneben stellen auch die national unterschiedlichen rechtlichen Rahmenbedingungen und Verordnungen die Oregional-Akteure vor Herausforderungen. So müssen bei Verpackungen, Pfandsystem, Recycling und Umsatzsteuer verschiedene Vorgaben beachtet werden.

Damit sich die beiden Säulen von Oregional erfolgreich weiterentwickeln, sind kontinuierlich anwesende Ansprechpartner und „Kümmerer“ mit langem Atem wichtig sowie Koordinatoren, die verschiedene Akteure zusammenbringen. Von Vorteil ist, wenn diese Kernakteure bilinguale Sprachkenntnisse mitbringen. Eine kontinuierliche Aufgabe für sie ist es, Schlüsselpersonen zu finden, die die Haltung, Teil der Bewegung „think global, act local“ zu sein, mittragen – beispielsweise den Inhaber der klevischen Tichelpark-Kinos. Eine Voraussetzung dafür sind ausgebaute Infrastrukturen – so hat der Oregional Rhein-Waal e.V. seine Geschäftsstelle in der ländlich orientierten Bildungsstätte Wasserburg Rindern eingerichtet. ■



KONTAKT:
Dr. Kurt Kreiten
Dr. Caroline Breidenbach
Oregional Rhein-Waal e.V.
info@oregional-rhein-waal.de
www.oregional-rhein-waal.eu
Gerard Titulaer
Oregional UA
info@oregional.nl
www.oregional.nl/de

Familienförderung neu gedacht

Seit 2015 ist der Landkreis Friesland Modellregion für Kinderschutz im ländlichen Raum. Ein wichtiger Baustein des Projekts ist das Familien- und Kinderservicebüro (FamKi), das sich für die Verbesserung der regionalen Familienförderung einsetzt. [VON OLAF MEYER-HELFFERS UND TATJANA MEISNER]

Große Entfernungen, eine eingeschränkte Mobilität und Fachkräftemangel – im ländlichen Raum sehen sich Familien mit anderen Herausforderungen konfrontiert als in der Stadt. Insbesondere Familien mit finanziellem Unterstützungsbedarf sind betroffen. Doch die Bedarfe unterscheiden sich je nach Region, teilweise bereits innerhalb eines Landkreises. So auch in Friesland. Der niedersächsische Landkreis besteht aus drei Städten, vier Gemeinden und einer Inselgemeinde. Im weitläufigen Wangerland finden sich beispielsweise andere Gegebenheiten als im städtischen Varel, die Insel Wangerooze hat andere Herausforderungen zu bewältigen als die Gemeinde Zetel. Eine Schablone, die auf alle acht Städte und Gemeinden passt, gibt es nicht. Während in der Fläche die Unterstützungsangebote für Familien teilweise weiter verteilt und schwieriger zu erreichen sind, sind die Förderungsmöglichkeiten in den Städten oftmals gar nicht alle bekannt. Ein enges Netzwerk verschiedener Beteiligter spielt somit gerade für den Kinderschutz im ländlichen Bereich eine entscheidende Rolle: Es kann dazu beitragen, in Regionen mit geringer Infrastruktur Lücken zu schließen und durch Bürgerbeteiligung Unterstützungsbedarf zu identifizieren sowie Angebote passgenauer zu initiieren.

Angebote bündeln

Ziel ist somit eine zentrale Anlaufstelle: Bürger sollen sich schnell und unkompliziert einen Überblick über vorhandene Angebote ihrer Stadt oder Gemeinde verschaffen können. In Netzwerktreffen hat sich zudem gezeigt, dass auch Fachakteure einen leichteren Zugang zu den Angeboten anderer Institutionen erhalten müssen, um diese somit den Familien weitervermitteln zu können. Ein regelmäßiger Austausch ist daher wichtig, um eine Form zu finden, die Angebote auch untereinander bekannt zu machen.

Um die Angebotsstrukturen in den Städten und Gemeinden zu verbessern, sollen diese künftig gebündelt werden. Dafür ist es nötig, die Kooperation aller Akteure zu optimieren sowie die Angebote an die aktuellen Bedürfnisse anzupassen und dadurch ihre Wirksamkeit zu erhöhen. Die Gründung von Familienzentren in den einzelnen Städten und Gemeinden ist hierfür ein Weg.

Gleichzeitig wird dadurch eine Plattform für das bürgerschaftliche Engagement geschaffen, um bereits aktive Bürger und Organisationen einzubeziehen.

Ein weiterer Baustein, um vor allem Kinder zu schützen, sind die Familien- und Kinderservicebüros. Seit vielen Jahren sind die FamKis des Landkreises Friesland ein fester Bestandteil des Jugendamtes. Insgesamt gibt es acht FamKis im Landkreis, eines in jeder Stadt oder Gemeinde. Pro Standort steht eine pädagogische Fachkraft mit jeweils einer halben Stelle zur Verfügung. Zugeordnet sind diese dem Landkreis, räumlich sitzen sie in einem öffentlichen Gebäude vor Ort, etwa in einem Jugend- oder Familienzentrum, einem Bürgerhaus oder im Kreisamt.

„Friesland – Stark für Kinder“ – seit Friesland im Jahr 2015 zur Modellregion für Kinderschutz im ländlichen Raum wurde, stehen die FamKis unter diesem Motto. Das Vorhaben wird vom Niedersächsischen Ministerium für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung gefördert. Ziel des Projektes ist es, den Kinderschutz durch Einbeziehen der „aktiven sozialraumorientierten Gemeinwesenarbeit“ zu stärken. Was das ist, wird im Sprichwort „Zur Erziehung eines Kindes braucht man ein ganzes Dorf“ deutlich. Das Projekt soll den Kinderschutz stärken, indem sich Bürger gemeinsam mit öffentlichen Akteuren um den Sozialraum kümmern, in dem sie leben oder arbeiten und sich aktiv darin einbringen. So kann das Netzwerk für den Kinderschutz noch dichter geknüpft und verbessert werden. In die Projektleitung sind mehrere Akteure involviert: die Jugendamtsleitung, die Leitung des Allgemeinen Sozialen Dienstes (ASD), die Sachgebietsleitung FamKi, das Kinderschutz-Zentrum und die SOS-Beratungsstelle. Das Kinderschutzzentrum Oldenburg arbeitet inhaltlich mit dem Projekt zusammen und berät es fachlich. Durch Vorträge auf Fachveranstaltungen unterstützt zudem Prof. Dr. Michael Herschelmann von der Fachhochschule Emden/Leer die Durchführung.

Das Netzwerk enger knüpfen

Auch bevor das Projekt begann, gab es in den kreisangehörigen Städten und Gemeinden vielfältige Unterstützungsangebote für unterschiedliche Zielgruppen.



Kinder brauchen die Möglichkeit, sich zu begegnen – im öffentlichen Raum und in der Natur.

So unterstützen beispielsweise in Jever und Varel SOS-Beratungsstellen bei Erziehungs- und Familienfragen, bieten aber auch Drogen- und Schuldnerberatung an. Hier gibt es offene Treffs für Schwangere, Mütter oder Väter mit Babys, Krabbelgruppen und Inklusionscafés. Doch nicht alle Angebote werden genutzt, da sie teilweise nicht ausreichend bekannt sind oder aufgrund persönlicher Hürden oder Bedenken seitens der Familien nicht in Anspruch genommen werden. FamKis können in diesem Zusammenhang die Funktion erfüllen, vorhandene Angebote zu erweitern und neue Zielgruppen zu erschließen. So hat das FamKi in Schortens etwa einen Treff „Teens'n'Babys“ ins Leben gerufen, für besonders junge Mütter.

Umfrage im Landkreis

Um Herausforderungen, Wünsche und Bedarfe beim Kinderschutz und der Familien- und Kinderfreundlichkeit zu identifizieren, wurden zwischen November 2015 und Januar 2016 Bürger im Landkreis befragt. „Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Gemeinde/ Stadt? Wie würden Sie Ihre Nachbarschaft beschreiben? Was vermissen Sie für Familien und Kinder?“ Rund 130 Bürger und Fachkräfte aus Bereichen wie Kindertagesstätten, Verwaltung oder Schulsozialarbeit äußerten sich zu diesen und weiteren Fragen. Ziel war es, neben den Wünschen auch die Ressourcen der Bürger und Fachkräfte im Bereich Familienfreundlichkeit und Kinderschutz zu ermitteln. Die Präsentation der Ergebnisse erfolgte im Rahmen eines Fachtages. Alle Befragten wurden eingeladen, die nächsten Schritte gemeinsam zu entwickeln. Als inhaltliche Schwerpunkte kristallisierten sich mehrere Themenfelder heraus: Mobilität, Bekanntmachung von bestehenden Angeboten für Kinder, Jugendliche und Eltern, kind- und eltern-gerechte Betreuungsangebote und Begegnungsorte für Kinder, Jugendliche und Familien. Rund 90 Teilnehmer haben diese Aspekte in Regionalgruppen diskutiert, sowie Bedürfnisse und Möglichkeiten erörtert.

Aus den Veranstaltungen haben sich im Wangerland, in Varel, Zetel und Bockhorn Arbeitskreise entwickelt, die sich weiter mit den ermittelten Schwerpunktthemen beschäftigen und Lösungen entwickeln. Der Arbeitskreis „AG Mobilität“ aus der Region friesische Wehde

diskutiert etwa verschiedene Modelle wie einen Bürgerbus, eine lokale Mitfahrzentrale oder gemeinschaftlich genutzte Autos, um zu sehen, welche Variante für die Region am besten geeignet ist.

Darüber hinaus organisieren die FamKis im gesamten Landkreis Fachvorträge und thematische Veranstaltungen. Mit dem Film „Wege aus der Brüllfalle“, dem Kurs „Das Baby verstehen“ und Fachvorträgen zu Themen wie Grenzsetzung und Pubertät boten sie eine große Themenpalette für verschiedene Zielgruppen wie Eltern und Fachkräfte. Auch Referentinnen vom Kinderschutzzentrum Oldenburg und der SOS-Beratungsstelle haben sich an den Vorträgen beteiligt.

Noch bis Ende des Jahres 2017 läuft das Projekt, der Aufbau von Familienzentren soll darüber hinaus fortgeführt werden. In den nächsten Monaten wird geprüft, welche Strukturen und Voraussetzungen bereits vorhanden sind und wie man diese nutzen kann. Abschließend ist geplant, eine Broschüre zur Modellregion mit Chancen und Stolpersteinen zu erstellen und das gesammelte Wissen darin festzuhalten. ■



KONTAKT:
Tatjana Meisner
Familien- und
Kinderservicebüro Bockhorn
Telefon: 04453 48388-69
t.meisner@friesland.de
www.friesland.de/famki

Den Wandel managen

Wer Strukturen innerhalb einer Kommune langfristig ändern will, benötigt ein Konzept, das sämtliche kommunale Handlungsbereiche umfasst. Einen Ansatz dafür bieten „Gestaltete lokale Veränderungsprozesse“ (LVP): Sie wirken über Förderzeiträume hinweg. [VON ANDREA SOBOTH]



Viele Kommunen in ländlichen Räumen stehen vor ähnlichen Herausforderungen: Sie kämpfen mit den Auswirkungen der demografischen Veränderungen und des wirtschaftlichen Strukturwandels. Oftmals sind mehr oder weniger alle Bereiche, in denen eine Kommune Strukturen entwickeln muss, gleichzeitig betroffen – beispielsweise die Daseinsvorsorge, die Siedlungsentwicklung sowie die wirtschaftliche Entwicklung. Umfassende Veränderungen sind dann notwendig – und werfen viele Fragen auf: Wie und wohin soll sich die Kommune entwickeln? Und wer soll aktiv werden? Um diese zu beantworten, benötigen ländliche Gemeinden methodisches Handwerkszeug. Wer kommunale Prozesse vor Ort gemeinsam mit Bürgern und Akteuren gestalten will, kann

die sogenannten „Gestalteten lokalen Veränderungsprozesse“ (LVP) nutzen. Sie geben einen Rahmen vor und bauen auf den Prinzipien des „Change Managements“ auf: Dieses wurde für den Einsatz in Organisationen und Unternehmen entwickelt; für umfassende Veränderungsprozesse auf kommunaler Ebene wurde es bislang selten eingesetzt. Dass dies jedoch möglich ist, zeigt das Beispiel der rheinland-pfälzischen Verbandsgemeinde (VG) Daun im Landkreis Vulkaneifel. Die VG Daun hat nach den Prinzipien des Change Managements den „WEGE-Prozess“ (WEGE steht für „Wandel erfolgreich gestalten!“) konzipiert und daraus in einem Forschungs-Praxis-Projekt das Instrument LVP entwickelt. Dabei orientieren sich die LVP an einem Acht-Stufen-Veränderungs-

fahrplan, den John Kotter von der Harvard Business School erarbeitet hat.

Was macht LVP aus?

Der Leitgedanke: Eine Veränderung im Denken und Fühlen ist die Basis aller Veränderungen. Zunächst muss somit ein „Wandel in den Köpfen und Herzen“ erfolgen. Um diesen zu bewirken, bedarf es besonderer Anstrengungen bei der Information, Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung: Es gilt, zu Beginn und danach fortwährend Impulse zu setzen. LVP sind also vor allem kommunikative Prozesse, die sich von der oftmals in der ländlichen Regionalentwicklung üblichen Orientierung an Förderzeiträumen lösen. Ziel ist es dabei, mit dem Veränderungsprozess bis in die



Alltagskommunikation der Menschen vorzudringen. Das bedeutet, dass nicht nur über Internetseite, Broschüren, Flyer, Vorträge und Pressearbeit kommuniziert wird, sondern dass sich auch viel durch persönliche Gespräche entwickelt. Denn zu dem Konzept von LVP gehört auch, dass Wandel nur dann nachhaltig gestaltet werden kann, wenn er in der „Kultur der ländlichen Gemeinde“ veran-

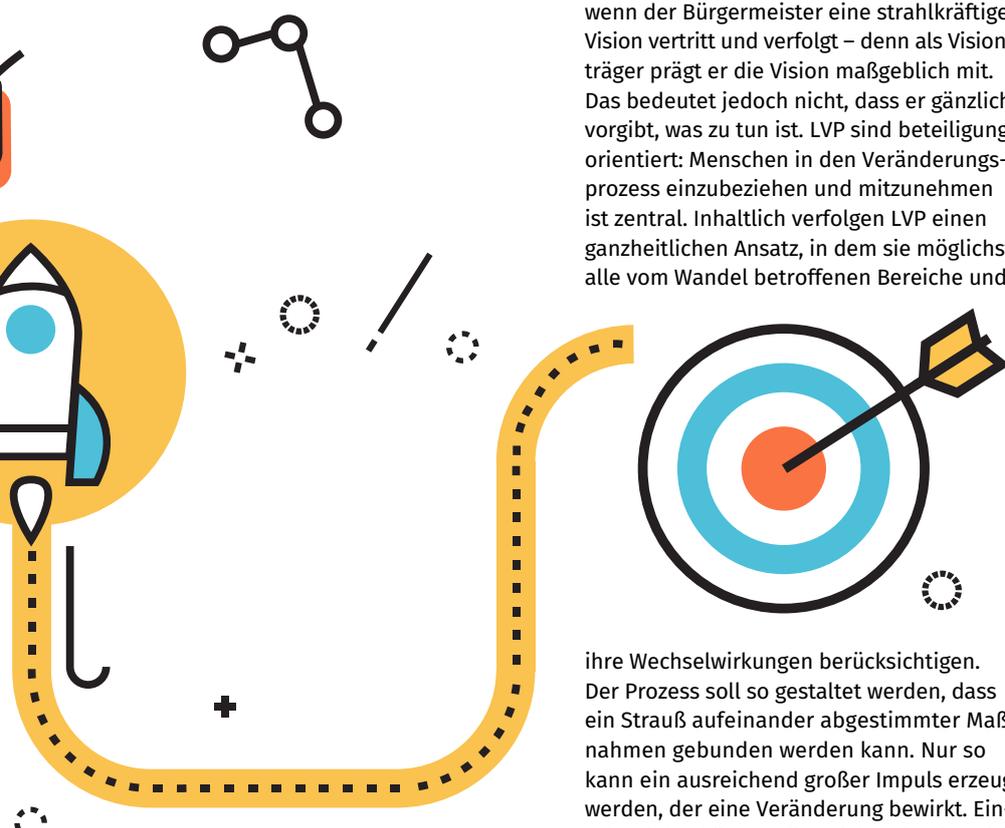
Wichtig: eine Vision

Zentrales Merkmal von Change Management ist, mit einer Vision zu arbeiten, also einem wünschenswerten Bild der Zukunft: Sie gibt Orientierungshilfe und motiviert, denn es ist für den Prozess wichtig, nicht nur aus einer Problemlage heraus zu agieren. Viel leichter kann man bei Menschen dafür werben, am Veränderungsprozess mitzuwirken, wenn ein positives Ziel verfolgt wird. Dabei setzt LVP auf das Prinzip „leadership“: Es ist hilfreich, wenn der Bürgermeister eine strahlkräftige Vision vertritt und verfolgt – denn als Visions-träger prägt er die Vision maßgeblich mit. Das bedeutet jedoch nicht, dass er gänzlich vorgibt, was zu tun ist. LVP sind beteiligungsorientiert: Menschen in den Veränderungsprozess einzubeziehen und mitzunehmen ist zentral. Inhaltlich verfolgen LVP einen ganzheitlichen Ansatz, in dem sie möglichst alle vom Wandel betroffenen Bereiche und

Verantwortlichen zusammenarbeiten. Das erfordert viel Engagement, Angebote und Hilfestellungen für die Dörfer. Für die Arbeit mit und in den Dörfern können ehrenamtlich Engagierte gewonnen und qualifiziert werden. Beispiele sind sogenannte Dorftwickler in Rheinland-Pfalz, Dorfkümmerner in Brandenburg und die WEGE-Botschafter, die in Daun den Wandel in die Köpfe tragen (siehe LandInForm 4.16). Sie sind Ansprechpartner für Bürger und Akteure und regen zum Mitwirken an. Bei LVP steht der Weg im Vordergrund: Ein Veränderungsprozess ist langfristig und komplex, berührt viele Bereiche und kann mehrere Jahre andauern. Zudem gilt es, sich mit Haltung und Kultur des Miteinanders zu beschäftigen und visionsorientiert zu arbeiten. LVP – das bedeutet also, in den Prozess und damit in die „Köpfe der Menschen“ zu investieren.

LVP erproben erwünscht

LVP eignen sich aufgrund ihrer Prozessstruktur in ländlichen Kommunen insbesondere dazu, die verschiedenen Teilbereiche eines altersgerechten Dorfbaus zu bearbeiten. Ob sich die ländliche Kommune zunächst mit Fragen der sozialen Daseinsvorsorge beschäftigt, sich mit Mobilität auseinandersetzt und Bürgerbus oder Fahr- und Begleitedienste organisiert oder das große Thema Innenentwicklung aufruft, ist dabei fast egal. Wichtig ist, die ganzheitliche Sichtweise beizubehalten, die Wechselwirkungen zu berücksichtigen und nach und nach alle Bereiche zu bearbeiten. Erfahrungen mit dem WEGE-Prozess in der Vulkaneifel können auf der Internetseite www.vgv-daun.de eingesehen werden. Aber auch andere Kommunen erproben solche Prozesse momentan, wie beispielsweise im „Saarburger Modell“ in Rheinland-Pfalz. ■



ihre Wechselwirkungen berücksichtigen. Der Prozess soll so gestaltet werden, dass ein Strauß aufeinander abgestimmter Maßnahmen gebunden werden kann. Nur so kann ein ausreichend großer Impuls erzeugt werden, der eine Veränderung bewirkt. Einzelprojekte können dies nicht, wie die Erfahrung des Instituts für Regionalmanagement aus Gießen (IfR) in vielen Regionalentwicklungsprojekten zeigt. Deutlich wird dies am Beispiel der Innenentwicklung: Die Vitalisierung oder Umnutzung eines Gebäudes im Ortskern ist ein gutes Vorzeigeprojekt; die Innenentwicklung ist damit aber noch nicht als Daueraufgabe in der Kommune etabliert. Hierzu müssen verschiedene Instrumente, beispielsweise finanzielle Anreize, Planungen, kommunikative Maßnahmen oder Organisationsentwicklung der Verwaltung, gefunden, gebündelt und angepasst werden. Viele ländliche Kommunen bestehen neben dem Kernort aus mehreren Stadt- oder Ortsteilen mit teils unterschiedlichen Voraussetzungen und Bedürfnissen. LVP verfolgen deshalb einen flächendeckenden Ansatz: Im Fokus steht der kommunale Prozess, der gleichzeitig lokale Prozesse in den Stadt- und Ortsteilen auslösen soll. Ziel ist es, dass kommunale Vertreter – in Hessen sind das beispielsweise Ortsbeiräte – in jedem Dorf mit den Bürgern, den örtlichen Akteuren und den kommunalpolitisch

kert ist. Und dafür braucht es Zeit: In der VG Daun wurde der WEGE-Prozess bereits vor sieben Jahren gestartet und erst in den vergangenen Jahren wird deutlich, dass er langsam in den Köpfen der Menschen vor Ort ankommt. LVP zielen auch darauf ab, Handeln zu verändern. Dafür brauchen die Bewohner einer Region meist neues Wissen und neue Fähigkeiten. Zum einen fördert es den Veränderungsprozess, wenn Akteure inhaltlich und methodisch befähigt werden; zum anderen unterstützt aktives Mitmachen den Prozess insgesamt. Die VG Daun hat deshalb Schulungen, Seminare, Exkursionen und Workshops zu unterschiedlichen Themen sowohl für Bürger als auch für Vertreter aus der Verwaltung sowie kommunalpolitisch Tätige angeboten. Ein großes Augenmerk liegt bei LVP auf der Verwaltung, denn sie muss ihr Handeln entsprechend ausrichten. Daher gehören auch Change-Prozesse in der Kommunalverwaltung zum Instrument LVP.



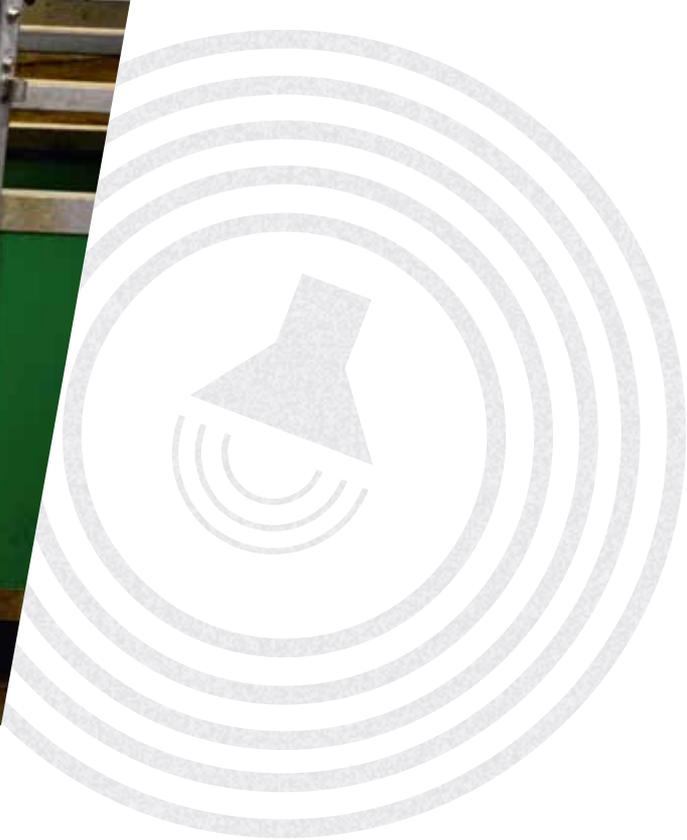
SERVICE:

Zum Weiterlesen:

„Gestaltete lokale Veränderungsprozesse (LVP) – Change Management als neues Instrument der Landentwicklung“:
www.unibw.de/IfG/
 Org/schriftenreihe



KONTAKT:
 Dr. Andrea Soboth
 IfR Institut für Regionalmanagement
 Telefon: 0641 4941840
soboth@ifr-regional.de
www.ifr-regional.de



Berta, zum Futtertrog bitte!

Tierwohl und Ökonomie gleichermaßen steigern – das ist die Idee eines neuen Fütterungskonzepts, das im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft Landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit (EIP-Agri) bearbeitet wird. [VON CHRISTIAN MANTEUFFEL]

Fütterung auf Zuruf bedeutet weniger Drängelei und weniger Stress im Schweinestall. Diese sogenannte Signalfütterung soll nun praxisreif gemacht werden.

Ein Wildschwein verbringt fast den ganzen Tag mit Futtersuche. Es erkundet die Umgebung und sucht im Boden nach Würmern, Wurzeln und Eicheln. Aber auch Triebe junger Bäume, Insekten oder Aas landen in seinem Magen. Schweine sind Allesfresser: Es ist ihnen nicht nur ein Bedürfnis, Futter aufzunehmen, sondern auch die Beschäftigung mit der Futteraufnahme an sich trägt zum Wohlbefinden der Tiere bei. Dass dieses Verhalten noch im Hausschwein angelegt ist, zeigen Auswilderungsversuche. In der freien Wildbahn beschäftigen sich auch die domestizierten Vertreter der Art hauptsächlich mit der Nahrungssuche.

In der Nutztierhaltung spielt dies aber nur eine untergeordnete Rolle. Im Vordergrund steht das Bemühen, möglichst rentabel Fleisch zu produzieren. Nicht immer bedeutet eine effizientere Haltung aber auch eine Verbesserung der Haltungsverhältnisse – häufig gilt eher das Gegenteil. Ein Beispiel ist die Abruffütterung: Gruppen von 40 bis 70 trächtigen Sauen drängen gleichzeitig zum Futtertrog, für die gesamte Gruppe steht ein einziger Futterplatz zur Verfügung. Die Fütterung dauert nicht viel länger als 15 Minuten pro Tier. Doch für die Tiere kann diese Art der Fütterung Stress bedeuten. Es kommt häufig zu Zweikämpfen, denn aggressives Verhalten erhöht die Chance, früher gefüttert zu werden.

Mehr Harmonie im Schweinestall

Dass sich Ökonomie und Tierwohl durchaus miteinander vereinen lassen, zeigen Wissenschaftler des Leibniz-Instituts für Nutztierbiologie (FBN) in einem Konzept, das sie federführend entwickeln.

Bei der sogenannten Signalfütterung erfolgt die Futtergabe nach einem namentlichen Aufruf der Schweine. Die Signalfütterung ist eine Weiterentwicklung der herkömmlichen Abruffütterung. Eine spezielle Software trainiert die Tiere zunächst darauf, ein individuelles Rufsignal, zum Beispiel einen Namen wie Adele, Berta oder Cecilie zu erkennen und mit der Fütterung in Zusammenhang zu bringen. Sobald die Tiere konditioniert sind, erhalten sie über die computergesteuerte Fütterung nur noch dann Futter, wenn sie zuvor aufgerufen wurden. Drängeln am Trog wird so nicht mehr mit Futter belohnt.

Die Wissenschaftler beobachteten, dass die Tiere diesen Mechanismus schnell lernen und die Futterstation solange meiden, bis sie ihren Namen hören. Dadurch halten sich insgesamt weniger Tiere an der Station auf. Leerbesuche ohne Futteranspruch werden verringert und Jungtiere haben leichteren Zugang zum Futter. Durch häufiges und zufälliges Rufen kann die Signalfütterung zudem als Ersatz für die natürliche Beschäftigung mit Futtersuche

eingesetzt werden. Die Sauen sind dann in ihrer Aktivitätsphase damit beschäftigt, auf ihren Aufruf zu warten und das eigene Rufsignal von dem der anderen Sauen zu unterscheiden. Anhand von Veränderungen in der Reaktion auf die Rufe können zudem Tiere mit gesundheitlichen Problemen automatisch erkannt werden. Solch eine Veränderung wird dem Landwirt gemeldet, der kranke Tiere dann erneut rufen und ad-hoc von der Gruppe separieren kann.

Bewährungstest in der Praxis

Bevor die Signalfütterung in der landwirtschaftlichen Praxis eingesetzt werden kann, sind noch zahlreiche Fragen zu klären und Probleme zu lösen. Die Forscher des FBN arbeiten in Kooperation mit Kollegen vom Institut für Tierschutz und Tierhaltung (ITT), einer Einrichtung des Friedrich-Loeffler-Instituts, daran, das Lernverfahren zu optimieren. Darüber hinaus entwickeln sie Lösungen, um das Konzept, das bisher nur an kleinen Versuchsgruppen erprobt wurde, an die Bestandsgrößen in der Praxis anzupassen. Die Überführung des existierenden Versuchsaufbaus in ein stalltaugliches und in Serie herstellbares Gerät wurde von der pironex GmbH übernommen. Dieses Gerät muss in bestehende Abrufstationen integriert werden, um den Fütterungsablauf verändern zu können. Dabei wurden bisher mit der PigTek Europe GmbH und der Big Dutchman AG kooperiert und bereits zwei Abrufstationstypen angepasst. Doch zusätzliche Geräte bringen eine zusätzliche Komplexität und Kosten mit sich, diese müssen sich nach einer gewissen Zeit amortisieren. Denn es sollte gewährleistet werden, dass das neue System nicht nur den Tieren gut tut, sondern auch wirtschaftlich ist.

Für die Analyse der Wirtschaftlichkeit und Handhabbarkeit in der Praxis besteht eine Kooperation mit der LMS Agrarberatung GmbH, die ein Vorserienmodell der Signalfütterung in einer Schweineanlage der Gut Sternberg GmbH noch bis 2019 evaluiert. Das FBN Dummerstorf, der Landwirtschaftsbetrieb Gut Sternberg GmbH und die LMS Agrarberatung als Lead-Partner bilden nun eine Operationelle Gruppe (OG) im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft (EIP-Agri). Ziel dieser OG ist es, den Wissenstransfer von der Forschung über die Beratung in die landwirtschaftliche Praxis zu beschleunigen. Solche Kooperationen werden vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) sowie von der Europäischen Union und in diesem Fall dem Land Mecklenburg-Vorpommern gefördert.

Drüber reden – damit die Zusammenarbeit klappt

Das Gelingen des Vorhabens hängt zu einem erheblichen Teil von dem stetigen und persönlichen Austausch mit den Mitarbeitern im Tagesgeschäft ab. Dazu gehört nicht nur, sich gegenseitig über aktuelle Entwicklungen zu informieren, sondern sich auch vor Ort ein Bild zu machen. Nur so können Planungsfehler, Missverständnisse und kleinere Umsetzungsprobleme beseitigt werden. Daneben sorgt der persönliche Kontakt für eine größere

Identifikation mit den Zielen des Projekts, auch wenn diese vielleicht den akuten Problemen einzelner Mitarbeiter entgegenstehen. Deshalb verbringen in den Projekten der Signalfütterung auch die Geräteentwickler und Projektleiter regelmäßig Zeit im Stall und besprechen sich vor ihren Entscheidungen mit den betroffenen Mitarbeitern.

Gerade wenn der neue Stationstyp in Betrieb genommen wird, ist eine Beeinträchtigung der täglichen Arbeit kaum zu vermeiden. So in der Sauenanlage des Guts Sternberg: Betreiber und Mitarbeiter erwarteten mit Neugierde, welche Auswirkung die Signalfütterung auf die Leistung und das Management der Tiere hat. Doch sie können keine langen Ausfallzeiten im Betriebsablauf verantworten. Diesem Konflikt wird Rechnung getragen, indem die Inbetriebnahme über einen relativ langen Zeitraum und zunächst mit nur einer Abrufstation durchgeführt wird.

Die daraus resultierenden Verzögerungen bei der Evaluierung der Technik behindern allerdings gelegentlich die Arbeit der Partner aus Beratung, Forschung und Industrie. Die Projektpartner setzten deshalb auf permanenten Austausch. Eine stetige Kommunikation hilft dabei, auch bei Interessenskonflikten Lösungen zu finden.

Die Ökonomie kommt nicht zu kurz

Nun muss sich die Signalfütterung in der Praxis beweisen. Die entscheidenden Kriterien werden eine sichere und einfache Handhabbarkeit und eine verbesserte ökonomische Bilanz sein. Das ist auch ohne größere Tierzahlen möglich, wenn weniger Tiere durch Verletzungen ausfallen oder durch Stress vorzeitig ihre Frucht verlieren. Damit würde die Geburtenrate, somit die Ferkelzahl und in der Folge der Betriebsgewinn erhöht. Für eine einfache Handhabbarkeit sorgt die vollständige Automatisierung der Signalfütterung. Insofern kann man zuversichtlich sein, dass sich in Zukunft auch die Hersteller von Abrufstationen stärker engagieren und man demnächst regelmäßig im Stall auf Schweine trifft, die einen Namen tragen. ■



KONTAKT:

Dr. Christian Manteuffel
Leibniz-Institut für Nutztierbiologie
Telefon: 038208 68-811
christian.manteuffel@fbn-dummerstorf.de
www.fbn-dummerstorf.de

LMS Agrarberatung
Tina Hartwig
Telefon: 0162 1388030
thartwig@lms-beratung.de

„Schweigen heißt Zustimmung“

Der weltweit erstarkende Rechtsextremismus ist auch in dörflichen Strukturen ein Thema. Mit einer neu aufgelegten Studie zeigt der Bund der Deutschen Landjugend Handlungsoptionen auf. [VON CARINA GRÄSCHKE]

Nichts hören, nichts sehen, nichts sagen. Wer nach diesem Motto lebt, ebnet dem Rechtsextremismus den Weg. „Schweigen heißt Zustimmung“ ist deshalb der Titel der neu aufgelegten Studie des Bundes der Deutschen Landjugend (BDL) e. V.: Sie nimmt die schleichende Vereinnahmung der Dörfer durch Rechtsextreme in den Blick – eine Entwicklung, gegen die sich der BDL seit Jahren engagiert. Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement hat die Studie aus dem Bundesprogramm „Demokratie leben!“ gefördert.

Rechte Tendenzen

Im Auftrag des Jugendverbandes haben die Verfasser der Studie, Professor Dr. Titus Simon und sein Team von der Hochschule Magdeburg-Stendal, landesbezogene Expertisen und Literatur ausgewertet. Sie besuchten außerdem Fachforen, Treffen und Konferenzen zivilgesellschaftlicher und staatlicher Akteure sowie – verdeckt – Veranstaltungen von NPD, AfD, Pegida Dresden und Magida in Magdeburg. Zudem sichteten sie die Verfassungsschutzberichte der Länder und des Bundes sowie die Materialien einschlägig tätiger Verbände, Behörden, Institutionen und zivilgesellschaftliche Gruppen. Seit Erscheinen der Studie „Es wächst nicht einfach

Gras darüber“ im Jahr 2009 stellen die Autoren bis heute drei maßgebliche Entwicklungen fest: einen gewachsenen Rechtsterrorismus, den sich verbreiteten Rechtspopulismus und die „Verbreiterung rechtsextremer Erlebniswelten“, die „insbesondere für Jugendliche und junge Erwachsene attraktiv sind“.

Auch Gegenwind wird stärker

Auf der anderen Seite hat „es große Fortschritte bei der Entwicklung von Strukturen, Programmen, Projekten und Maßnahmen gegeben, die sowohl der akuten Intervention als auch der Entwicklung von nachhaltiger Rechtsextremismusprävention dienen.“ Das wird insbesondere in den Bestandsaufnahmen der Flächenbundesländer deutlich. Kurzexpertisen zum Rechtsextremismus machen die Unterschiede in den jeweiligen Regionen greifbar. So seien beispielsweise in Baden-Württemberg „vielfältige lokale Bündnisse und Bürgerinitiativen – oft als Gegenreaktion auf lokale Stimmungslagen gegen Flüchtlingsunterbringungen – entstanden“, beschreibt Günter Bressau, Landeskoordinator des Demokratiezentrum Baden-Württemberg, die aktuelle Situation. Flächendeckend sei ein demokratisches Selbstbewusstsein unter den lokalen Bündnissen spürbar und zugleich ein hohes Engagement zur

Schaffung einer Willkommenskultur für Flüchtlinge. In Mecklenburg-Vorpommern bauen vielerorts hingegen Rechtsextreme gezielt rechtsorientierte Erlebniswelten und Netzwerke zur Verbreitung ihrer Theorien auf, während Kultur- und Freizeitangebote der kommunalen Seite verschwinden. Doch geschieht dies nicht ohne Widerstand: Es gebe „kaum noch öffentliche oder nicht-öffentliche Bereiche, die nicht für das Themenfeld ‚Stärkung von Demokratie und Toleranz – Bekämpfung von Rechtsextremismus‘ sensibilisiert sind“, charakterisiert Jochen Schmidt die Situation im Nordosten. Fünf Regionalzentren für Demokratie unterstützen im Bundesland die Bürgergesellschaft.

Toleranz durch Teilhabe

Für die Handlungsempfehlungen im Schlusskapitel haben die Autoren nicht nur die Ergebnisse von Gesprächen mit Experten einbezogen, sondern auch die bisherige Praxis analysiert und ausgewertet. Aus ihrer Sicht stellt „das Leben in einer gefähigungsarmen, entspannten, soziale Sicherheit ausstrahlenden und fühlbare Mitwirkung gewährenden Demokratie die wohl bestmögliche Form der Eindämmung von Rechtsextremismus“ dar. Dabei sei es von entscheidender Bedeutung, dass glaubwürdige Regionalakteure



in verantwortlichen Positionen gegen Ängste, Hetze und Vorurteile, aber auch für die Entwicklung konstruktiver Lösungen eintreten. Zudem sei es wichtig, dass „die Menschen die Erfahrung machen, dass sie im Gespräch ‚mit denen da oben‘ etwas erreichen können“.

Begegnungsorte schaffen

Die Studie beschreibt viele Beispiele erfolgreicher und erfolgversprechender Konzepte zur Stärkung zivilgesellschaftlicher Strukturen in den Regionen, die sich auch in anderen Bundesländern nutzen lassen. Als demokratiefördernde Einrichtungen werden Dorfläden empfohlen – nicht nur zur Verbesserung kommunaler Versorgung, sondern auch als Orte des Zusammentreffens, für gemeinsames Arbeiten und kulturelle Aktivitäten. Der zarte Trend zur Rekommunalisierung von Maßnahmen sei vielversprechend, so die Einschätzung der Autoren. Sie regen auch die Wiederbelebung der Institution eines Dorfkümmers an, der unter anderem bei EU-Förderanträgen unterstützen könne. Denn „oftmals fehlen kleinen Antragstellern die Lotsen, um an der Schnittstelle zwischen europäischer Sozial- und Strukturpolitik erfolgreich agieren zu können“. All die genannten Maßnahmen stärken die Strukturen der Zivilgesellschaft: Sie fördern demokratische Prozesse und tragen so zur Verbesserung der demografischen Entwicklung vor Ort bei.

Vereine und Verbände fördern

Eine wichtige präventive Funktion erfüllen außerdem Angebote der Vereins- und Verbandsarbeit – eine traditionell auf dem Land stärker verankerte Form der Organisation.

Als Allheilmittel können sie jedoch nicht verstanden werden: Vielmehr müsse „Partizipation praktisch mit allen Jahrgängen in der Kinder- und Jugendarbeit immer wieder neu entwickelt werden. Wichtig dabei sind Durchhaltevermögen, Kreativität und altersgleiche Multiplikatoren“. Es sei unumgänglich, „endlich mit demokratiefördernder Strukturentwicklung in den prekären ländlichen Räumen ernst zu machen“, stellt Prof. Simon am Ende klar. Haupt- und ehrenamtlich geleistete Jugend- und Jugendverbandsarbeit hätten dabei „ihre Beiträge zu leisten. Sie sollten aber nicht wieder, wie dies früher der Fall war, neben Polizei und Justiz zu den Alleinzuständigen für die Bekämpfung von Rechtsextremismus und Rechtspopulismus gemacht werden“. Es brauche vielmehr eine gesamtgesellschaftliche Strategie, die alle Akteure, Entscheidungsträger und Institutionen einbezieht. Wo sich Engagement nicht nur auf Aktionen gegen die extrem rechte Szene beschränkt, sondern dauerhaft und aktiv für eine vielseitige Gemeinschaft vor Ort wirkt, hat Rechtsextremismus keine Chance. Die Experten raten zu einer Raumplanung, die langfristig angelegt ist. Als Politikberatung – verzahnt mit der Jugendhilfeplanung – sei sie unabdingbar für eine gelingende nachhaltige Dorfentwicklung. ■



SERVICE:

Auf der Seite www.landjugend.de steht die Studie „Schweigen heißt Zustimmung. Rechtsextremismus in den ländlichen Räumen“ kostenfrei zum Download bereit. Das gedruckte Buch, Erscheinungsjahr 2017, kann beim BDL per Mail an: info@landjugend.de bestellt werden (Portokosten trägt der Besteller). ISBN 978-3-00-055217-5



KONTAKT:

Carina Gräschke
Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Bund der Deutschen Landjugend (BDL) e. V.
Telefon: 030 31904 258
c.graeschke@landjugend.de
www.landjugend.de

Nur noch kooperativ

Agrarumweltmaßnahmen in den Niederlanden und in Deutschland waren sich sehr ähnlich. Das hat sich 2016 geändert, denn unsere Nachbarn haben ihr System radikal umgestaltet. [VON JAN FREESE]

Seit 2016 werden Agrarumweltmaßnahmen in den Niederlanden regional umgesetzt und sollen zu Zielen beitragen, die zu der Region passen: Dort stehen dann beispielsweise überwinternde Gänse im Fokus.

Niederländische Landwirte, die etwas für den Gewässer-, Umwelt- und Naturschutz tun wollten, konnten bis vor eineinhalb Jahren freiwillig an Agrarumweltmaßnahmen (AUM) teilnehmen. Allerdings stand das Modell seit Langem in der Kritik: Wissenschaftler zeigten wiederholt auf, dass die Maßnahmen ihre Ziele, beispielsweise den Schutz wiesenbrütender Vögel, nicht erreichten. Viele Landwirte schreckten zudem vor dem Verwaltungsaufwand und die mit den Maßnahmen verbundenen Kontrollregelungen ab; und die Verwaltung ächzte unter der aufwendigen Administration und Kontrolle. Das System und auch die Kritikpunkte daran ähnelten der Situation mit AUM in Deutschland.

Anders als in Deutschland wurde in den Niederlanden der politische Druck aber so groß, dass man das System aufgab und Anfang 2016 den Agrarumweltschutz innerhalb der EU-Agrarpolitik, und damit in der laufenden ELER-Förderperiode, gänzlich neu startete. In dem neuen System konzentrieren sich die AUM auf die Bereiche Biodiversitäts- und Wasserschutz. Und sie werden ausschließlich über rund 40 Kooperationen – sogenannte Collectieve – abgewickelt.

Ausgangspunkt: landwirtschaftliche Naturvereine
Seit über 20 Jahren schließen sich in den Niederlanden Landwirte, die einen Bezug zur Erhaltung der Kulturlandschaft haben, in sogenannten „Agrarischen Natuurverenigingen“, übersetzt Landwirtschaftliche Naturvereine, zusammen. 2012 gab es über 150 solcher Zusammenschlüsse. Darüber hinaus kooperieren

Landwirte in den Niederlanden traditionell und insbesondere im Bereich der Entwässerung miteinander. Die niederländischen „Watershappen“, derzeit 24 regionale Organisationen zur Selbstverwaltung der Wasserwirtschaft, ähneln zwar den deutschen Wasser- und Bodenverbänden. Aber sie spielen für die Landwirte eine zentralere Rolle: Die Nutzung von Poldern, der Hochwasserschutz und die Entwässerung haben in den Niederlanden eine große Bedeutung und werden gemeinschaftlich organisiert und durchgeführt.

Auf diese Tradition der Zusammenarbeit und die existierenden Kooperationen stützt sich das neue AUM-Konzept der niederländischen Regierung. Sie erprobte von 2011 bis 2013 die regionale und kooperative Umsetzung von Agrarumweltmaßnahmen in vier Pilotgebieten: in der „Moor-Grünlandregion Laag Holland und Waterland“ nördlich von Amsterdam, in der Ackerbauregion Ost-Groningen, der Region „Wiesenvögel- & Gänsemanagement und Hecken“ in Nordfriesland sowie in der „Heckenlandschaft in Winterswijk“. Die in diesen Pilotgebieten gesammelten Erfahrungen wurden dazu genutzt, ab 2013 die kooperative Umsetzung landesweit vorzubereiten.

Biodiversitäts- und Wasserschutz
Mit der Neukonzeption der Agrarumweltmaßnahmen ging auch eine thematische Konzentration einher. Für jede Region wurden von Wissenschaftlern der Universität Wageningen gemeinsam mit den Akteuren die wichtigsten Maßnahmen für die regionalen Ziele ausgewählt: In einer Region stehen Wiesenvögel oder überwinternde Gänse im

Fokus, in einer anderen können es Ackerfauna und Ackerflora sein. Die Forscher und regionalen Akteure legten in Kulissen fest, wo die jeweils definierten Maßnahmen angewendet werden können. Dieses Vorgehen, Maßnahmen nur in Kulissen anzubieten, kennt man in Deutschland beispielsweise im Vertragsnaturschutz.

Seit 2013, dem Inkrafttreten der letzten EU-Agrarreform, mussten für die landesweite Umsetzung des neuen Systems Maßnahmen entwickelt und Kulissen abgestimmt werden. Das Wichtigste war aber, dass sich aus den rund 150 oft nur kleinräumig tätigen Naturvereinen die derzeit 40 schlagkräftigen Gebietskooperativen entwickelten. Diese „Collectieve“ übernehmen als neue regionale Institutionen die Ansprache der Landwirte und die Umsetzung der Maßnahmen. Dazu müssen sie vom ersten Tag an gemäß den ELER-Vorgaben EU-konform handeln, also auch Maßnahmen- und Kontrolldatenbanken befüllen. Seit 2014 werden Schulungen angeboten, um die hohen Qualitätsanforderungen an Personalausstattung, Managementprozesse und EDV-System zu erfüllen.

Die Collectieve müssen auch die Kontrollen der Maßnahmenumsetzung organisieren und durchführen. Sie handeln jährlich mit den Provinzen – den Verwaltungseinheiten, deren Aufgaben denen der Bundesländer ähneln – die konkreten regionalen Ziele aus. Dazu vereinbaren sie einen Plan für sechs Jahre und schließen jährliche Verträge über die minimale und maximale Maßnahmenfläche sowie die mittlere Förderungssumme je Hektar. Dann



akquirieren die Gebietskooperationen Landwirte für die Teilnahme und schließen mit ihnen Privatverträge über die Maßnahmen. Für die Verwaltung schrumpft so die Anzahl der Verträge von vorher etwa 13 500 Agrarumweltverträgen pro Jahr mit Landwirten auf 40 Verträge mit den Gebietskooperationen.

Hohe Anforderungen an neue Institution

Natürlich gibt es weiterhin staatliche Kontrollen gemäß den EU-Vorgaben (INVEKOS) und es gilt das Sanktionssystem der Europäischen Union, das Abweichungen ahndet. Sie können in den Niederlanden nun auf zwei Ebenen auftreten. Wird eine Maßnahme auf einer konkreten Fläche nicht absprachegemäß umgesetzt, verliert die Fläche die Förderfähigkeit. Für die Gebietskooperation kann diese Fläche dann nicht mehr zu den vereinbarten Zielen beitragen. Der verantwortliche Landwirt wird aber nicht direkt sanktioniert, das ist alleine Angelegenheit zwischen Landwirt und Kooperation. Erreicht die Gebietskooperation die von ihr benannten Flächenziele nicht, folgen finanzielle Sanktionen für die Gebietskooperation.

Wie sie Landwirte ansprechen, Maßnahmen bezahlen und eine Eigenkontrolle realisieren, liegt in der Verantwortung der Gebietskooperationen. Sie müssen auch Regelungen finden, wie sie mit Fehlern und Abweichungen umgehen und wer im Sanktionsfall die Kosten trägt. Zudem gilt es, die Collectieven zu finanzieren. Dazu nutzen die Niederlande die Möglichkeit, die nationalen Förderpauschalen

für die Maßnahmen mit einem zusätzlichen Top-up von 15 Prozent zu versehen.

Gemischte Bilanz

Ein klarer Gewinn des neuen Systems ist, dass die Evaluierung der Naturschutzwirkungen von Anfang an mitgeplant und finanziert ist. So sind schon jetzt Erfolge zu erkennen, wie zunehmende Vogelzahlen durch Maßnahmen für Feuchtlebensräume. Viele der Ackermaßnahmen zeigen allerdings im Verhältnis zum Aufwand bisher kaum oder lediglich kleine positive Entwicklungen. Und es hakt noch an einigen Stellen: in der Verwaltung, bei der Dokumentation und Kontrolle oder auch in der Zusammenarbeit zwischen nationaler Regierung, Provinzen, Gebietskooperationen und Akteuren aus Landwirtschaft und Naturschutz. Es bleibt abzuwarten, ob die zusätzliche Institution der Collectieven auch die Anpassungsfähigkeit der Maßnahmen und des Kontrollsystems verbessert.

Es lässt sich ein weiteres Fazit ziehen: Für die Landwirte gibt es Flexibilisierungen. Auf welchen Flächen, welche Maßnahmen durchgeführt werden, lässt sich jedes Jahr ändern und Maßnahmen können bis 14 Tage vor dem tatsächlichen Beginn der Umsetzung gemeldet werden. Die Gebietskooperationen – und auch Freiwillige wie Vogelzähler und Gebietsbetreuer – bringen sich vor Ort ein und stimmen sich somit

nahe der Landwirtschaft in der Region ab. Die neuen Collectieve werden finanziert und übernehmen Verantwortung – und wickeln die Fördermaßnahmen ab. Das entlastet Verwaltung und Landwirte. Dabei ist die Beratung von zentraler Bedeutung: Experten, Wissenschaftler, Collectieve und Verbände vor Ort tauschen sich regional intensiv aus: untereinander und mit den Landwirten vor Ort. ■

SERVICE:

Eine englischsprachige Broschüre erklärt das niederländische System:

„The cooperative approach under the new Dutch agri-environment-climate scheme. Background, procedures and legal and institutional implications“

www.toekomstgblb.nl/wp-content/uploads/LR_95078_Dutch_Agri_Environmentdef.pdf

Mehr Infos auch unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/themen/eler-2014-2020/natur-und-umwelt-im-eler



KONTAKT:
Dr. Jan Freese, DVS
Telefon: 0228 6845-3477

Regionale Wertschöpfung weiterdenken

Neue wirtschaftliche Ansätze bieten Regionen großes Entwicklungspotenzial: Wertschöpfungsketten und Unternehmenscluster können sich zu „Regionalen Wertschöpfungsräumen“ weiterentwickeln.

[VON STEFAN GOTHE, ULF HAHNE UND CHRISTIAN HISS]

Ökologische und politische Veränderungen stellen auch regionale Wirtschaftskreisläufe vor Herausforderungen und beleben die jahrzehntealte Forderung „Anders wirtschaften“. Es gibt viele Ansätze und Konzepte, die das Ziel verfolgen, mehr Sicherheit, Nähe und Transparenz bei der Nahrungsmittelversorgung herbeizuführen: Produzenten-Konsumenten-Kooperationen, Lieferdienste für Lebensmittel von regionalen Höfen und Regionalwährungen zählen ebenso dazu wie die Slow-Food-Bewegung. Drei Viertel der Verbraucher legen Wert auf regionale Herkunft, das ergab der Ernährungsreport des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft 2016. Außerdem finden fast 90 Prozent artgerechte Tierhaltung wichtig und rund 70 Prozent befürworten eine bessere Umweltverträglichkeit der landwirtschaftlichen Lebensmittelproduktion. Auch zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten fordern eine Umkehr in der landwirtschaftlichen Produktion und bei den Konsumtionsgewohnheiten, um die negativen und externalisierten Folgen der bisherigen Wirtschaftsweise wie den Klimawandel, die Bodendegradation, die Nitratbelastung und den Rückgang der Biodiversität künftig abzuschwächen.

Region = Produzenten + Konsumenten

Es geht also darum, den gesellschaftlichen Wert des Wirtschaftens wieder in den Vordergrund zu rücken: In globalen Märkten sind die Herkunft von Produkten und deren Umwelt- und Sozialkosten oft schwer nachzuvollziehen. Ein vor Ort vermarktender Produzent stellt sich den Fragen und Anforderungen der Konsumenten nach einer sozial und ökologisch vertrauenswürdigen Wirtschaft.

Ausgangspunkt in der Betrachtung der regionalen Wertschöpfungsketten sind bisher die Anbieter. Die Zusammenarbeit an den Schnittstellen der Lieferbeziehungen und innerhalb einer Produktionskette sollen verbessert werden: Die Betriebe schauen, an welchen Stellen der Produktionsprozesse – Planung, Vorleistungsbezug, Produktion, Vertrieb, Logistik oder Vermarktung – sie besser zusammenarbeiten oder auch Cluster bilden können.

Aber auch den Konsumenten muss im Wirtschaftskreislauf mehr Beachtung geschenkt werden. Das ist die Idee regionaler Wertschöpfungsräume: Lokale und regionale Unternehmenscluster werden ergänzt um die Nachfragerseite, die über ihr Kapital die Produktion finanziert. Es geht darum, die Menschen in der Region bedarfsorientiert zu versorgen und gleichzeitig die Verantwortung für die ökologischen, ökonomischen, sozialen und geografischen Bedingungen im Blick zu behalten. So entsteht eine Regionalwertökonomie, bei der beide Seiten, Anbieter und Nachfrager, das nachhaltige Wirtschaften in einer Region aktiv gestalten.

Städte regional versorgen

Berechnungen im Rahmen einer Masterarbeit an der Hamburger HafenCity Universität von 2016 ergaben, dass es möglich ist, eine Metropole wie die Stadt Hamburg aus dem Umland zu ernähren. Auch die Stadt Freiburg hat Anfang 2016 eine Studie veröffentlicht: Etwa 20 Prozent der konsumierten Nahrungsmittel stammen aus der Region. Dabei kamen acht Prozent des konsumierten Obstes aus dem Freiburger Umland und rund 13 Prozent



des Gemüses. Es wäre ein radikaler Schritt, wenn eine Stadt sich auf den Weg machen würde, die Versorgung ihrer Bewohner aus der sie umgebenden Region zu bewerkstelligen. Ein Mehr an regionaler Nahrungsversorgung braucht geeignete Rahmenbedingungen und die dafür notwendige betriebliche und regionale Infrastruktur – und die Menschen müssten aktiv beteiligt werden.

Die „Regionalwert AG Bürgeraktiengesellschaft“ ist aus dieser Vision vor zehn Jahren im Raum Freiburg im Breisgau (siehe LandInForm 3.2009) entstanden. Mittlerweile gibt es weitere in München, Hamburg und Köln und in Berlin/Brandenburg eine Gründungsinitiative. Die Menschen in diesen Wertschöpfungsräumen erhalten die Möglichkeit, Finanzkapital bei der Aktiengesellschaft anzulegen. Dieses Geld wird dann in Betriebe der regionalen Land- und Ernährungswirtschaft investiert, zum Beispiel in landwirtschaftliche Betriebe, Biomärkte und Manufakturen sowie Gastronomiebetriebe. Die AG berät landwirtschaftliche Betriebe bei der Existenzgründung und der Umstellung auf Ökolandbau. Mittlerweile zählen mehr als 20 Betriebe der regionalen ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft in Freiburg zum Netzwerk. Seit 2011 berät die Regionalwert Treuhand UG & Co. KG Initiativen und Regionen in Deutschland und in einigen europäischen Ländern, die das Konzept bei sich umsetzen möchten.

Ein weiterer Ansatz kommt aus Frankreich: Als eigenständiger Teil des dort 2011 gegründeten europäischen Food-Assembly-Netzwerks haben in Deutschland seit 2014 über 30 moderne Bauernmärkte, sogenannte Marktschwärmer, eröffnet. Lebensmittel werden vom Erzeuger zu fairen Preisen direkt an den Verbraucher geliefert. Über eine Online-Plattform können die Menschen Lebensmittel bestellen und bezahlen. Die Bestellungen liefern die Erzeuger einmal in der Woche in die „Schwärmereien“, die vor Ort stundenweise als Bauernmarkt von Gastgebern organisiert werden. Dort lernen sich die Erzeuger und Verbraucher persönlich kennen und kommen über Angebot und Nachfrage, Erzeugung oder regionale Esskultur miteinander ins Gespräch.

Kleinräumig steuern

Um nachvollziehen und steuern zu können, wie sich der regionale Wirtschaftswert entwickelt, muss die wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit auf der betrieblichen Ebene wie auch im gesamten Wertschöpfungsraum bilanziert werden. Die Regionalwert AG erfasst ihre Wertvorstellungen und Ziele anhand von über 80 Indikatoren. Die Partnerbetriebe berichten jährlich an die Aktionäre über ihre Arbeit in ökologischer und sozialer Hinsicht. Auch, wie groß der Anteil von regionalen Zulieferern ist, wird betrachtet.

Denn es gilt, die Wirtschaftskreisläufe kleinräumig zu steuern: Die Produktion und der Konsum des Eigenbedarfs sollen einbezogen werden – eine Idee mit historischen Vorbildern aus dem früher üblichen kleinräumigen Wirtschaften. Sie erlebt gegenwärtig in „Prosumentengemeinschaften“ wie den Marktschwärmern, sozialen Landwirtschaften und Genussrechten eine Renaissance und spielt etwa im Bereich der erneuerbaren Energien eine wichtige Rolle. Vielfach können Nahrungsmittel und Rohstoffe in Regionen selbst erwirtschaftet werden und kleinräumigere wirtschaftliche Einheiten mit größerer Autonomie und Souveränität als heute sind möglich. Zudem lässt sich das Finanzkapital in der Region gewinnen: Insbesondere in den Bereichen Nahrungsmittelproduktion, Wohnen und Energieerzeugung entstehen zunehmend Bürgergenossenschaften und Bürgeraktiengesellschaften.

Damit sich eine Region zum Wertschöpfungsraum entwickelt, muss eine genügend große Anzahl von Netzwerkpartnern zusammenwirken, also von Produzenten, Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Dienstleistern, öffentlichen Institutionen und Konsumenten. Ein Erfolgsfaktor ist dabei die räumliche Nähe: Interaktionskosten können gespart und Vertrauensdividenden aufgebaut werden. Daraus resultierende Synergieeffekte können die beteiligten Unternehmen in Wettbewerbsvorteile umsetzen. Der einzelne Wertschöpfungsraum ist kein geschlossenes System. Er hat durchlässige Grenzen, um einen Warenfluss zwischen verschiedenen Räumen zu ermöglichen. Er ist souverän – nicht autark. ■



KONTAKT:
Stefan Gothe
Kommunare – Institut für
die Nachhaltige Regional- und
Organisationsentwicklung
Telefon: 0228 9212352
stefan.gothe@kommunare.de

Prof. Dr. Ulf Hahne
Universität Kassel
Ökonomie der Stadt- und
Regionalentwicklung
Telefon: 0561 804-3076
hahne@uni-kassel.de

Christian Hiß
Regionalwert AG Freiburg
Telefon: 07641 9592615
hiss@regionalwert-ag.de

Bei der gemeinsamen Veranstaltung von DVS, Deutschem Bauernverband und ExpertenDialog mit dem Titel „Mehr Biodiversität in der Agrarlandschaft – was tun?“ diskutierten Fachleute Anfang April 2017 mit Moderator Dr. Ludger Schulze Pals (Mitte).



Biodiversität im Dialog

Was verbindet Vertreter eines Chemiekonzerns, von Verwaltungsbehörden, von Natur- und Umweltschutzorganisationen und Landwirte beim Thema biologische Vielfalt? Sie arbeiten beim „ExpertenDialog Biodiversität und Landwirtschaft“ gemeinsam daran, dass Biodiversität in der Praxis stärker berücksichtigt wird.

[VON MARKUS RÖSER]

Die Anforderungsliste mit behördlichen Auflagen und gesellschaftlichen Erwartungen an die Landwirtschaft ist heutzutage lang. Vor allem Umwelt- und Naturschutzaspekte spielen eine immer größere Rolle. Von einer modernen Landwirtschaft wird erwartet, dass sie die Biodiversität fördert – dies wurde durch die Reform der EU-Agrarförderung im Rahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) breit in der landwirtschaftlichen Praxis verankert. Die Herausforderung ist es, die gesetzlichen Vorgaben in der Praxis umzusetzen. Genau das ist im landwirtschaftlichen Alltag nicht immer einfach.

Großes Spektrum

Wie lässt sich die Biodiversität inmitten einer produktiven Landwirtschaft unterstützen? Das Mittel des global agierenden Chemiekonzerns BASF ist ein konstruktiver und kooperativer Dialog: Die Mitglieder des 2014 von ihm ins Leben gerufenen ExpertenDialogs sind aktive Landwirte sowie Vertreter aus Industrie, Behörden, Wissenschaft und Verbänden. Sie blicken sowohl aus der Perspektive der Forschung, Politik und Verwaltung als auch der Beratung, Landwirtschaft und Industrie sowie dem Natur- und Umweltschutz auf das Thema. Rund 30 Mitglieder zählt das Gremium, das drei bis vier Mal im Jahr zusammenkommt. Sie diskutieren über neue Denkanstöße und über wirksame Maßnahmen. Und es geht ihnen um die Frage, wie man diese Ideen in der Praxis umsetzen kann. In die Diskussion fließen die Ergebnisse laufender Biodiversitätsprojekte mit ein: beispielsweise Erfahrungen des 53 Betriebe umfassenden „FarmNetzwerks Nachhaltigkeit“ der BASF, der Biodiversitätsbetriebe der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen und des Julius Kühn Instituts.

Seit zwei Jahren moderiert die Michael Otto Stiftung für Umweltschutz den ExpertenDialog. Sie hat im Januar 2017 das Dialog- und Demonstrationsprojekt F.R.A.N.Z. (Für Ressourcen, Agrarwirtschaft & Naturschutz mit Zukunft) gestartet. Dabei erproben Landwirte auf zehn Demonstrationsbetrieben gemeinsam mit Naturschützern Maßnahmen, die dem Naturschutz dienen, gleichzeitig

praxistauglich und betriebswirtschaftlich tragfähig sein sollen – und bringen diese Erfahrungen in den ExpertenDialog ein.

Rahmenbedingungen ändern

Gemeinsame Kernaussagen sind: Nur wenn es gelingt, effektive und effiziente Maßnahmen zur Biodiversitätsförderung aus der ersten und zweiten Säule der GAP in die landwirtschaftlichen Betriebsabläufe zu integrieren, kann die Artenvielfalt auf landwirtschaftlichen Flächen messbar gefördert werden. Das geht nicht ohne engagierte Landwirte und eine fachlich fundierte Beratung im Dialog mit dem Naturschutz. Matthias Gerber, Biodiversitäts-Experte von der BASF, hat dabei die Perspektive der Landwirte im Blick: „Ideen vom grünen Tisch, die praktikabel sind, werden schneller in der Fläche umgesetzt.“

Der ExpertenDialog setzt sich im Austausch mit externen Dialogplattformen fort: mit breit verankerten, gemeinsamen Forderungen zur Umgestaltung der GAP. Damit steigt die Chance, das Greening in der nächsten Förderperiode zielorientiert und kooperativ auszugestalten und mit den Agrarumweltmaßnahmen sinnvoll zu verbinden. „Wir nutzen unsere prominente Stellung, um zwischen unterschiedlichen Positionen und unterschiedlichen Akteursgruppen Brücken zu schlagen. Nur wenn wir miteinander und nicht übereinander reden, können wir in der Sache vorankommen“, sagt Stephan Zirpel, Geschäftsführer der Michael Otto Stiftung. Es ist geplant, den ExpertenDialog als Runden Tisch zur verstetigen. ■

Foto: BASF SE



KONTAKT:
Stephan Zirpel
Michael Otto Stiftung für Umweltschutz
Telefon: 040 6461-6452
www.michaelottostiftung.org

angelesen



Energiewende durch Bottom-up

Welche Faktoren sind wichtig, damit von Bürgern getragene Energieprojekte innovativ und erfolgreich sind? Und wie verbreiten sich neue, nachhaltige Ansätze? Diesen Fragen gehen die Autoren des Buches aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive nach. Dazu untersuchen sie drei Bürgerinitiativen: die Elektrizitätswerke Schönau eG, die Solarkomplex AG und das Solardorf Binse. Anhand von Interviews sowie Analysen von Literatur und verschiedenen Medien der Initiativen arbeiten sie zehn Erfolgsfaktoren für den Wandel heraus. Eine zentrale Rolle spielen personengebundene Faktoren: charismatische Persönlichkeiten, die innovative Ideen beharrlich verfolgen, sich gut ergänzen und über ausgeprägte Kommunikationsfähigkeiten verfügen. Aber auch das Vertrauen gegenüber den Akteuren und der Initiative sind wichtig, um Mitstreiter zu finden. Neben diesen menschlichen Aspekten brauchen Pionierprojekte einen innovativen Charakter. Er spiegelt sich in Vorzeigeprojekten, einem gewissen Grad der Professionalisierung und ausgeprägten Netzwerkstrukturen wider. Zudem beeinflussen externe Faktoren den Erfolg innovativer Projekte – bei den untersuchten Beispielen waren etwa die Reaktorkatastrophen von Tschernobyl und Fukushima. Auch Förderprogramme wie das Erneuerbare-Energien-Gesetz liefern Anreize und die Haltung politischer Entscheidungsträger kann vor allem in der Startphase innovative Projekte fördern – oder hemmen. Die Studie gibt dem Leser Einblicke in die Strukturen der drei Fallbeispiele. Damit ist die Analyse hilfreich für andere Pioniere und die, die es noch werden wollen: Sie kann dabei helfen, die eigenen Strukturen zu analysieren und einzuordnen. [stm]

Martin David, Sophia Schönborn:
Die Energiewende als Bottom-up Innovation. Wie Pionierprojekte das Energiesystem verändern, 2016, Oekom Verlag, München, 137 Seiten, 24,95 Euro

ISBN: 978-3-86581-790-7



Neuland gewinnen – Zukunft gestalten

Mit dem Wandel der Landwirtschaft verändert sich auch die über Jahrhunderte gewachsene Kultur auf dem Land. Auf die sich ändernden Lebensumstände muss jeder Mensch vor Ort reagieren. Um die konkreten Herausforderungen aber zu gestalten, sind Akteure vonnöten, die sie mit neuen Ideen und Einsatz angehen. Solche sogenannten Vor-Ort-Pioniere sind die Preisträger des Programms „Neulandgewinner“ der Robert Bosch Stiftung. Das Buch sucht und gibt Antworten auf die Frage, wer diese Menschen sind, was sie antreibt und welche Ideen sie für ein neues Miteinander vor Ort haben. Es zeigt auf, was Vor-Ort-Pioniere benötigen, auf welche Ressourcen sie zugreifen und was sie tun, um das Landleben zu organisieren. Und es thematisiert, welche Schwierigkeiten sie haben und welche Unterstützung sie benötigen. 24 Neulandgewinner stellen in diesem Buch ihre Projekte vor und geben einen Einblick in deren Entwicklungsprozess: von der erfolgreichen Einrichtung eines Dorfladens über die Umnutzung leerstehender Gebäude bis zur Einführung einer regionalen Schülerwährung. Aber auch oder gerade aus gescheiterten Projekten können viele Erkenntnisse gezogen werden: Deshalb stellen die Autoren Ideen vor, die aus unterschiedlichen Gründen gescheitert sind oder nicht den gewünschten Erfolg erzielen konnten. „Neuland gewinnen“ handelt von Menschen, die sich auf die Suche nach der Zukunft auf dem Land gemacht haben. Sie zeigen, was alles möglich ist, wenn man selbst aktiv wird. Jeder, der sich auf dem Land engagiert, mit dem Gedanken spielt, dies zu tun, oder einfach Interesse am Leben auf dem Land und ländlichen Räumen hat, wird in diesem Buch neue Erkenntnisse gewinnen und Ideen für die eigene Arbeit mitnehmen. [mok]

Siri Frech, Babette Scurrall, Andreas Willisch (Hrsg.):
Neuland gewinnen. Die Zukunft in Ostdeutschland gestalten, 2017, 272 Seiten, Ch. Links Verlag GmbH, 25,00 Euro

ISBN: 978-3-86153-949-0

LESERBRIEF

Zu: „Die Position: Muss es immer Tourismus sein?“, LandInForm 1.17, Seite 49

Ich bin gebürtiger Prignitzer und meinem Landstrich naturgemäß verbunden. Trotzdem meine ich, bei allem Lokalpatriotismus, dass es im Land Brandenburg und erst recht in Deutschland wesentlich tourismusträchtiger Gegenden gibt. Fremdenverkehr kann meines Erachtens auch nur ein Erwerbszweig von vielen sein. Ökologischer Landbau, Vorzeigehöfe und Betriebe, die landwirtschaftliche Produkte weiterverarbeiten, sollten stärker in das Aktionsfeld der Landespolitiker und der Akteure auf Kreisebene treten. Gute Ergebnisse wurden für die Prignitz in der Vergangenheit schon erzielt; dieses Feld sollte weiter beworben und ausgebaut werden. Beispielhaft stehen für diese Entwicklung die „Wirtschaftsinitiative Westprignitz e.V.“ und die Agrargenossenschaft Quitzow. Leider gibt es aber auch negative Entwicklungen. Die „Ländliche Erwachsenenbildung e.V.“ (LEB) mit ihrer

bisherigen Bildungsstätte stehen beispielhaft dafür. Die LEB hat zum Ziel, Bildung bis in die kleinen ländlichen Gemeinden hinein anzubieten, frei nach dem Motto, wenn der Kunde nicht zu uns kommen kann, kommen wir zum Kunden. Die LEB hatte bisher eine Bildungsstätte in Quitzow. Diese ist geschlossen und nach Wittenberge verlegt worden. Das wirkt sich für die Idee „Bildung aufs Land“ kontraproduktiv aus. Aus eigenem Erleben heraus weiß ich, dass durchaus Bedarf besteht. Ich könnte mir vorstellen, mobile Bildungsstätten, zum Beispiel einen Omnibus ins Leben zu rufen, gewissermaßen ein fahrendes Klassenzimmer, um nah am „ländlichen“ Menschen zu bleiben. Wäre dies nicht ein lohnendes, zeitgemäßes Projekt?
» Georg Emmermann, Landkreis Prignitz, Brandenburg

LESERBRIEF

Zu: „Selbstbestimmt zu Hause alt werden“, LandInForm 4.16

Bei Betrachten der Titelseite fällt auf, dass Sie das Bild einer verbissenen älteren Frau gewählt haben, das offensichtlich repräsentativ für die ländlichen Räume in unserem Land gilt. Auf weiteren Ausgaben sind zwei Kühe in einem leeren Stall und ein von oben dargestelltes Kind (kein freundliches Gesicht, offensichtlich allein gelassen) zu sehen. Als Bürgermeister einer vom Strukturwandel auf dem Land erheblich betroffenen Gemeinde im Landkreis Augsburg bin ich der festen Überzeugung, dass das Leben auf dem Land Zukunft hat, wenn die Voraussetzungen dafür geschaffen werden und die Verantwortlichen bereit sind, etwas dafür zu tun. Dabei sind Darstellungen wie oben angesprochen alles andere als hilfreich. Gleichzeitig muss ich feststellen, dass ganz allgemein die bildhafte Darstellung des ländlichen Raums kaum über satte Wiesen, weidende Kühe, blauen Himmel und grüne Wälder hinausgeht.

Ich wünsche mir, dass die Darstellung von Beispielen für die besonderen Vorzüge des Lebens auf dem Land mit anschaulichen, attraktiven Bildern erfolgt. Ich stelle mir Menschen vor, denen anzusehen ist, dass sie sich wohlfühlen, interessante Örtlichkeiten und innovative Entwicklungen mit Zukunftsperspektive. Dabei gilt der alte Grundsatz: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!“
» Bernhard Walter, 1. Bürgermeister von Altenmünster, Bayern



Stimmen Sie dem zu?

Oder sehen Sie es anders?

An dieser Stelle veröffentlichen wir Ihre Leserbriefe zur Position und zu den Inhalten unseres Magazins. Schicken Sie uns Ihre Meinung per E-Mail an landinform@ble.de, per Fax oder auch gerne per Post. Ihre LandInForm-Redaktion



DIE POSITION

Ohne Digitalisierung keine Wirtschaft

Madeleine Früh leitet die Geschäftsstelle des Mittelstandsverbandes Unternehmen für die Region e.V.

”

KMUs bilden in vielen Regionen Deutschlands als Hauptarbeitgeber die ökonomische Basis für ein lebenswertes Umfeld.“

Deutschland steht – vor allem durch seine mittelständischen Unternehmen – wie kein anderes Land für dezentrale Prosperität und lebt ökonomisch und kulturell von seinen ländlichen Regionen. Sie bergen ein enormes Zukunftspotenzial in sich, denn sie sind Energieerzeuger, Nahrungsmittellieferant und eben auch Standort der meisten kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs). Aber wenn diese KMUs, die das viel beschworene Rückgrat der deutschen Wirtschaft bilden, die Digitalisierung verpassen, haben sie morgen möglicherweise keinen Markt mehr.

Vor allem in strukturschwächeren Regionen zeigen sich die Auswirkungen der Digitalisierung schon deutlich: Der Einzelhandel stirbt und damit auch die Dienstleistungen und viele Arbeitsplätze, die sich um diesen Nukleus bilden. Junge Familien wandern folglich in die Städte ab und die Regionen verarmen und vergreisen, die ländliche Wirtschaft kommt zum Erliegen.

Eine Lösung, um diesem Problem entgegenzuwirken, können KMUs sein, die sich mit den Chancen der Digitalisierung beschäftigen. Der Mittelstand kann hier ein Haupttreiber sein, da er in der Fläche stark vertreten und regional vernetzt ist. KMUs bilden in vielen Regionen Deutschlands als Hauptarbeitgeber die ökonomische Basis für ein lebenswertes Umfeld. Sie können im Rahmen der Digitalisierung ihre regionale Leistungsfähigkeit verbessern und damit auch die eigenen Chancen im Markt.

Für KMUs ist es aber oft schwer, sich mit Trends zu beschäftigen, da sie ohnehin schon chronisch überlastet sind. Was Unternehmen an dieser Stelle hilft, sind Netzwerkmodelle, die inspirieren und zum Mitmachen anregen. So macht es sich etwa die Initiative „Digitale Region“ zur Aufgabe, Regionen zu einem Transformationsprozess zu motivieren. Die Teilnahme an solchen Initiativen ist essenziell, denn Mitmachen ist der beste Weg, um unsere ländlichen Regionen und Ressourcen aktiv zu gestalten und zu erhalten.

Unternehmen für die Region e. V. ist das bundesweite Netzwerk für den engagierten Mittelstand in der Region. Hier arbeiten Einzelpersonen, Unternehmer, ihre Mitarbeiter, Kommunen, Stiftungen, Vereine, Netzwerke und Bürger an lebenswerten und leistungsfähigen Regionen. Der Verein macht mittelständisches Engagement wirksam, übertragbar und sichtbar.

www.unternehmen-fuer-die-region.de

angekündigt

Startsocial – Hilfe für Helfer

Mit diesem bundesweiten Wettbewerb will der Verein „startsocial“ ehrenamtliches soziales Engagement fördern. Im Vordergrund steht der Wissenstransfer zwischen Wirtschaft und sozialer Projektarbeit: Startsocial e. V. vergibt jährlich 100 viermonatige Beratungsstipendien an Projekte, die sich dafür einsetzen, ein soziales Problem zu lösen und dabei freiwillige Helfer einbinden. Zudem werden sieben herausragende Initiativen mit einem Geldpreis von insgesamt 35 000 Euro pro Jahr unterstützt. Die Bewerbungsfrist endet am 30. Juni 2017.

[arh]

www.startsocial.de

LandKULTUR – Projekte zu Kultur und kultureller Teilhabe gesucht

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft fördert im Rahmen des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung (BULE) Modell- und Demonstrationsvorhaben, die dazu beitragen, kulturelle Aktivitäten und kulturelle Teilhabe auf dem Land voranzubringen. Dabei können die Schwerpunkte der Projekte von bildender, angewandter und darstellender Kunst über Literatur und Musik bis zum Thema kulturelles Erbe reichen. Als erster Schritt eines zweistufigen Antragsverfahrens müssen bis zum 31. Juli 2017 Projektskizzen beim Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung in der BLE eingereicht werden.

[arh]

www.ble.de > projektfoerderung

Zusammenleben Hand in Hand – Kommunen gestalten

Das Bundesinnenministerium will vorbildliche kommunale Integrationsprojekte fördern. Um Kommunen bei ihren Initiativen für ein besseres Miteinander von Zuwanderern und aufnehmender Bevölkerung zu unterstützen, stellt es Preisgelder von insgesamt einer Million Euro bereit: Die prämierten Konzepte von Städten, Gemeinden und Landkreisen sollen der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden und zur Nachahmung anregen. Seit dem 12. Juni 2017 und bis zum 31. Dezember 2017 können sich alle deutschen Landkreise, Städte und Gemeinden bewerben.

[arh]

www.kommunalwettbewerb-zusammenleben.de

Werkstatt Vielfalt

Die Robert Bosch Stiftung und die Stiftung Mitarbeit unterstützen Projekte, die Brücken zwischen unterschiedlichen religiösen, kulturellen oder sozialen Lebenswelten von jungen Menschen bauen und sich dadurch für ein gegenseitiges Verständnis und gesellschaftliches Miteinander stark machen. Es werden insgesamt 7 000 Euro bereitgestellt, um Projekte für einen Zeitraum von mindestens sechs Monaten bis maximal zwei Jahren zu fördern. Bewerbungsschluss ist der 15. September 2017.

[arh]

www.mitarbeit.de/werkstatt_vielfalt.html

Deutschland summt!

Die Stiftung Mensch und Umwelt will mit einem Wettbewerb dazu anregen, Futterplätze für Bestäuberinsekten anzulegen und so insbesondere die rund 650 deutschen Wildbienenarten unterstützen. Unter dem Motto „Wir tun was für Bienen!“ sind Gruppen ab drei Personen dazu aufgerufen, Blühflächen mit mindestens 50 Prozent heimischen Futterpflanzen anzulegen und ihre Aktivitäten und Erfolge vorzustellen. Dabei werden auch Geldpreise in verschiedenen Kategorien vergeben, für Vereinsgärten, Gärten von Schulen und Kitas sowie kommunale Flächen. Die letzte von insgesamt drei Etappen des Wettbewerbs ist das sogenannte „Sommersummen 2017“ vom 1. Juli bis zum 31. August 2017.

[arh]

<https://wir-tun-was-fuer-bienen.de>

Wandel durch Innovationen

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung startet ein neues Förderprogramm: „WIR! Wandel durch Innovationen in der Region“ richtet sich an strukturschwache Regionen in Ostdeutschland und unterstützt vor allem strategische Kooperationen von Hochschulen und Forschungsinstituten mit kleinen und mittleren Unternehmen. Bis 2019 stehen im Rahmen einer Pilotphase insgesamt 150 Millionen Euro zur Verfügung, ab 2020 soll das Programm für Regionen in ganz Deutschland geöffnet werden.

[arh]

www.unternehmen-region.de > Suche „Wir!“

Wir wollen besser werden

Ihr Einverständnis vorausgesetzt

Liebe Leserinnen und Leser der Zeitschrift LandInForm,

wir möchten unseren Vertrieb verbessern und stellen dazu unseren Versand um: Wir wollen zukünftig externe Dienstleister damit beauftragen, die Versandadressen für den Postversand aufzubereiten und die Zustellung zu verfolgen. Dazu benötigen wir Ihr Einverständnis.

Dabei gelten die Datenschutzbestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes sowie des Telemediengesetzes. Weitere Informationen zum Datenschutz in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) finden Sie unter: www.ble-medien-service.de/datenschutz

Wozu wir Ihre Daten nutzen

Wir erfassen und speichern die in der Einverständniserklärung angegebenen personenbezogenen Daten für ein kostenloses Abonnement der Zeitschrift LandInForm. Für den Versand fragen wir die Adressdaten ab und geben sie an externe Dienstleister weiter, die sie mit einer Sendungskennung für den Versand als Postzeitung versehen. Dadurch können Versandkosten gespart werden und es ist möglich, zurückzuverfolgen, wenn Sendungen unzustellbar sind. Langfristig soll ein externer Dienstleister neue Daten erfassen und bestehende Daten pflegen.

Auf www.land-inform.de geben wir an, mit welchen Dienstleistern wir aktuell zusammenarbeiten.

Für Zielgruppenanalysen sowie zur Selbstevaluierung fragen wir regelmäßig unser Abonentenspektrum ab: Dabei helfen uns Ihre Angaben zum Tätigkeitsbereich. Die Abfragen werden anonymisiert.

Die DVS bietet Veranstaltungen zu unterschiedlichen Themen: Wenn Sie damit einverstanden sind, weisen wir Sie auf Veranstaltungsangebote hin.

Bitte senden Sie uns Ihre Einverständniserklärung unterschrieben zurück. Für unsere Abonnenten haben wir der aktuellen Ausgabe dafür einen frankierten Rückumschlag sowie ein Formblatt beigelegt. Neben dem klassischen Brief sind ein Fax und eine E-Mail mit einer qualifizierten elektronischen Signatur an info@ble.de datenschutzrechtlich zulässig.

Vielen Dank!

PS: Wenn uns keine Einverständniserklärung vorliegt, müssen wir die entsprechenden Abonnements löschen.



LandInForm

Ab sofort möchte ich **kostenlos** LandInForm – Magazin für ländliche Räume abonnieren. Bitte schicken Sie mir von jeder aktuellen Ausgabe ___ Exemplare.

- Ich möchte den kostenlosen Newsletter landaktuell abonnieren (Bitte E-Mail-Adresse angeben).
 Ich möchte über Veranstaltungen der DVS informiert werden (Bitte E-Mail-Adresse angeben).

Einverständniserklärung

- Ich bin damit einverstanden, dass die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung meine unten angegebenen personenbezogenen Daten für das kostenlose Abonnement der Zeitschrift LandInForm erfasst, speichert und von den externen Dienstleistern, die ich auf www.land-inform.de einsehen kann, eingeben, für den Versand bearbeiten und aktualisieren lässt.

Ich kann mein Einverständnis jederzeit widerrufen und das Abonnement per E-Mail kündigen.

Name

Institution

Ggf. LAG-Name (LEADER)

Postanschrift

Telefon E-Mail

Funktion des Abonnenten Arbeitsfeld der Institution

Unterschrift

bitte
freimachen

Sie können LandInForm auch im Internet unter www.land-inform.de bestellen.

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
 Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
 Deichmanns Aue 29
 53179 Bonn

Im Fokus unserer nächsten Ausgabe: Ländlicher Raum 4.0



Termine

3. und 14. Juli	Regional vernetzt – gemeinsam stark Zukunftswerkstätten des Bundesministeriums für Landwirtschaft und Ernährung im Landkreis Elbe-Elster sowie im Landkreis Tischenreuth	www.bmel.de > attraktive ländliche Regionen
4. und 5. Juli	Grünland nutzen, Milch und Fleisch vermarkten ✳ Transferbesuch Infos auf Seite 11	www.netzwerk-laendlicher-raum.de/gruenland
17. Juli	Auf dem Weg zu sorgenden Gemeinschaften – Caring Communities ✳ Tagung des Verbands Katholisches Landvolk in Grünsfeld-Zimmern	www.landvolk.de
26. bis 27. September	EIP-Agri & Horizon 2020 – den Brückenschlag gestalten ✳ Tagung im Kiel	DVS www.netzwerk-laendlicher-raum.de/eip-horizon2020
28. und 29. September	Selbstevaluierung in LEADER ✳ Workshop in Magdeburg Infos auf Seite 10	DVS www.netzwerk-laendlicher-raum.de/selbstevaluierung

Weitere Termine finden Sie in unserem Terminkalender auf: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/termine

Unser Fokuscartoon von Mele



PERSONALMANGEL? ACH WAS, IRGENDWIE MUSS MAN DIE RENTE DOCH...