

LandInForm

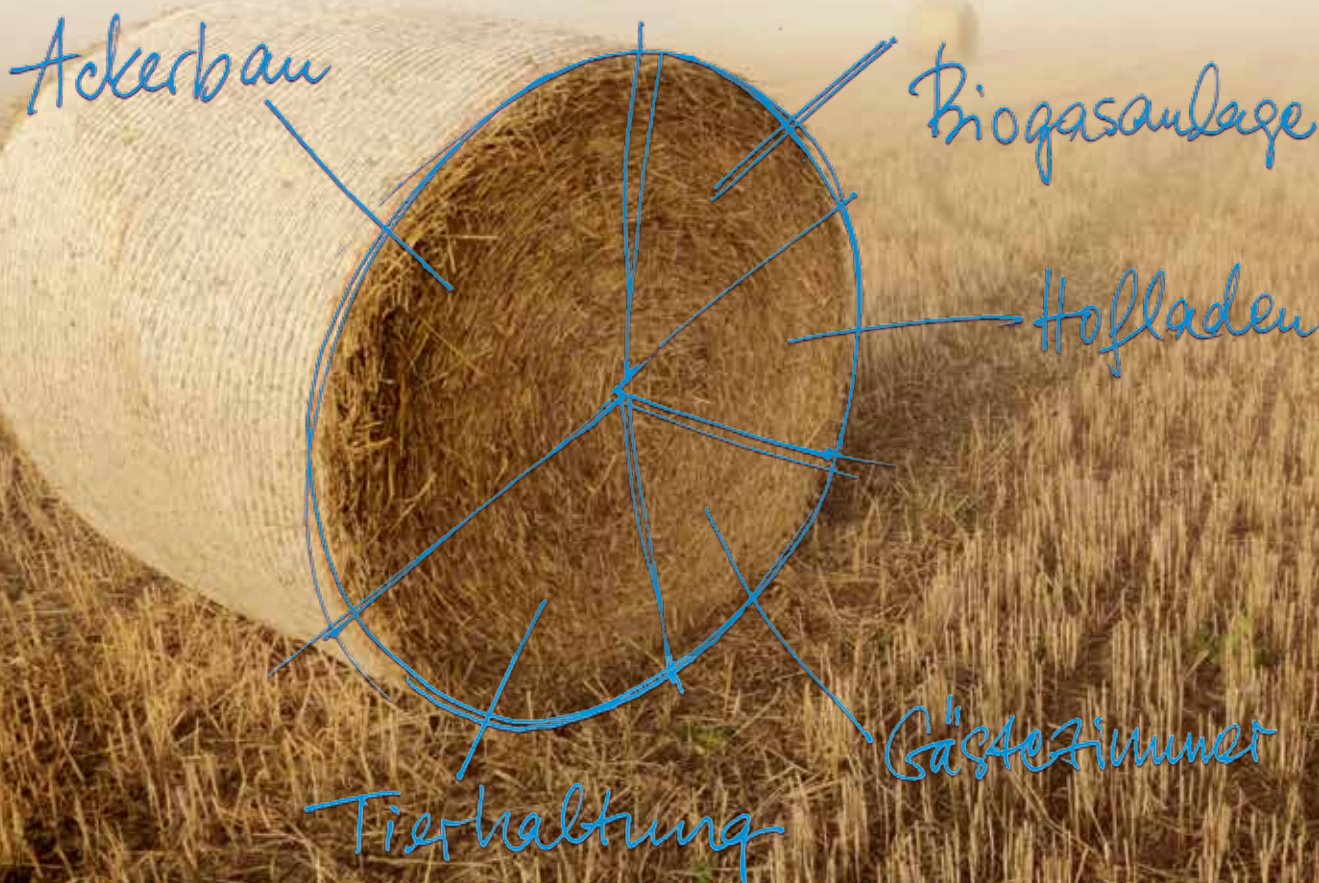
Magazin für Ländliche Räume

AUSGABE 4.17

Einmal regional bitte! _ 40

Label „Pro Weideland“ _ 44

Konsultation zur EU-Agrarpolitik _ 48



Vielfältige LandWirtschaft

Inhalt



Seite 40 __
Einmal regional bitte!



Seite 44 __
Label „Pro Weideland“



Seite 48 __
EU-Agrarpolitik: Am liebsten einfach und effizient

Für das Netzwerk

INSIDE

- 05** __ LandInForm sucht Impulsgeber
- 05** __ Wieder da
- 05** __ Kooperationsgesuche
- 05** __ Verstärkung im Organisationsteam

DAS WAR

- 06** __ Wie Integrationsarbeit gelingen kann
- 07** __ Kulinarische Vielfalt toppt Länderspezifika
- 07** __ Beteiligung hat viele Gesichter
- 08** __ Brücken bauen
- 08** __ Der administrative LEADER-Alltag: perfekt und praktikabel?

DAS KOMMT

- 09** __ DVS-Jahresprogramm 2018
- 10** __ Der Weg aus den europäischen Förderdilemma?!
- 10** __ Deutschland lädt zum NRN-Meeting
- 11** __ Bürgerenergie heute und morgen – Ihr Wissen ist gefragt!
- 11** __ Zwei Transferbesuche

Im Fokus

EINFÜHRUNG

- 12** __ INTRO
- 14** __ Zwischen spezialisiert und diversifiziert
- 16** __ Welchen Beitrag leistet die Förderung?

BETRIEBE

- 19** __ Meer auf dem Teller
- 22** __ Biogas statt Milch
- 24** __ Breit aufgestellt in Mecklenburg
- 26** __ Von der Haselnuss zur Henne
- 28** __ Kinderbetreuung auf dem Biohof
- 30** __ Senioren in der alten Scheune

RAHMENBEDINGUNGEN

- 32** __ Rechtliche Klarheit schaffen – Interview
- 33** __ Urlaub auf dem Bauernhof – Interview
- 34** __ Gut beraten
- 35** __ Landwirtinnen ermutigen – Interview



ab Seite 12 __

Im Fokus:

Unsichere Märkte und Preisschwankungen lassen immer mehr Landwirte über Alternativen zur landwirtschaftlichen Urproduktion nachdenken. Der Trend in der Beratung und auf den Höfen geht nach wie vor Richtung Diversifizierung. Wie kreativ Landwirte dabei sind und welche Hürden sie dabei zu nehmen haben, das zeigen wir in diesem Fokusthema.

Aus der Praxis

- 36 __ Sparen fürs Klima
- 37 __ Traditionelles Liedgut ist lebendig
- 38 __ Grenzüberschreitend regional
- 40 __ **Einmal regional bitte!**
In Siegen und dem Siegerland schließen sich Einzelhändler zusammen und verkaufen ihre Produkte über den regionalen Onlinemarktplatz Lokaso – ein Gewinn für Stadt und Land.

Prozesse und Methoden

- 42 __ Vergabe ist ordentlich

Forschung trifft Praxis

- 44 __ **Auslauf garantiert**
Das Label „Pro Weideland“ soll verbindliche Standards für Weidemilch schaffen. Seit diesem Jahr sind in Niedersachsen Milch, Käse und Butter mit der neuen Kennzeichnung im Handel.

Perspektiven

BILDUNG UND FORSCHUNG

- 46 __ Digitale Infrastruktur als regionaler Entwicklungsfaktor

POLITIK UND GESELLSCHAFT

- 48 __ **EU-Agrarpolitik: Am liebsten einfach und effizient**
Wie kann die Gemeinsame Agrarpolitik nach 2020 modernisiert und verbessert werden? Das wollte die EU-Kommission zwischen Februar und Mai in einer Online-Befragung herausfinden.

PARTNER UND EXPERTEN

- 50 __ Regional vernetzt – gemeinsam stark

Service

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



Liebe Leserinnen und Leser,

der kleinbäuerliche Familienbetrieb als Idealbild der Landwirtschaft ist immer noch fest in den Köpfen der Menschen verankert. Hier gehe es den Tieren gut, die Landwirte erhielten und pflegten ganz nebenbei unsere Kulturlandschaft und beeinträchtigten die Umwelt nicht so stark. Wenn man dieses Idealbild mit ein paar Zahlen unterlegt, gerät der romantische Touch rasch ins Wanken.

Mehr als 71 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe bewirtschafteten im Jahr 2013 bis 100 Hektar Fläche, sind also als eher klein einzustufen. Nur drei Jahre früher – 2010 – waren es noch 88 Prozent der Betriebe. Die idealisierten kleineren Strukturen verschwinden also sehr rasch. Auch die Einkommen sind hier geringer. Am deutlichsten sieht man das bei Ackerbaubetrieben. Hier schlägt die Flächenausstattung direkt auf das Einkommen durch. Kleine Betriebe erwirtschaften dort pro Arbeitskraft nur ein Drittel bis die Hälfte der Einkommen größerer Betriebe. Da bereits seit zehn Jahren die Kauf- und Pachtpreise für Land kontinuierlich steigen, sind Betriebserweiterungen schwierig, besonders in den alten Bundesländern, da die Preise hier um einiges höher liegen.

Wenn man den Hof entwickeln will, ist unter diesen Rahmenbedingungen Diversifizierung oft die beste oder auch einzige Wahl. Hier sind dann Kreativität und eine gewisse Risikobereitschaft gefragt. Alleinstellung ist ein Vorteil, die Varianten deshalb vielfältig und nicht einfach zu übertragen (siehe auch „Welchen Beitrag leistet die Förderung?“, Seiten 16 bis 18). Die Beispiele im Heft sind also nicht direkt zum Nachmachen gedacht, sondern zum Weiterentwickeln und als Anregung für neue Ideen.

Mit Blick auf die Entwicklung ländlicher Räume kommt bei insgesamt weiter abnehmenden Beschäftigungszahlen in der Landwirtschaft gerade solchen Ansätzen besondere Bedeutung zu, denn sie können Arbeitsplätze schaffen. Es wäre also wichtig, hier die Hürden bei der Realisierung niedrig zu halten – das ist aber häufig nicht so (siehe Interview Seite 32) – und auch die Förderung stärker auf das Ziel „Arbeitsplätze“ auszurichten. Immerhin ist nicht nur in Deutschland ein Landwirtschaftsfonds der größte Förderer der ländlichen Entwicklung und sollte sich zukünftig noch mehr an diesem Anspruch messen.

Viel Spaß beim Lesen und eine ruhige Weihnachtszeit wünschen die Redaktion und das gesamte Team der DVS.

*Jan Swoboda Anja Rath
Juliane Mante Andrea Birrenbach*

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: Dr. Juliane Mante, Anja Rath, Andrea
Birrenbach, Dr. Jan Swoboda (V.i.S.d.P.)

Redaktionelle Unterstützung:
neues handeln GmbH

Titelbild: elmue/photocase.com, MedienMélange

Grafik: MedienMélange: Kommunikation!

Rückseite: CeeGee/photocase.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, -3435, -3081
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 der Texte 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, Isabell Friess: isf, Nina Jürges: nkj, Stefan Kämper: stk, Simon Keelan: sik, Moritz Kirchesch: mok, Isabella Mahler: ima, Juliane Mante: jum, 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 Wohlert: mow

Neues aus der DVS



LANDINFORM SUCHT IMPULSGEBER

Im LandInForm-Fokus der Ausgabe 1.2018 möchten wir Ideengeber zum Thema „Ein ‚neues Dorf‘ braucht Impulse (von außen)“ vorstellen: Akteure, die in den ländlichen Raum zurückgekehrt oder aus der Stadt dorthin gezogen sind und sich vor Ort für Veränderungen stark machen. Oder alteingesessene Initiatoren, die neue Wege aufgetan haben. Wir suchen erfolgreiche Entwickler, aber auch Initiatoren, die bereit sind, über gescheiterte Projekte zu berichten. Wir freuen uns über Rückmeldungen bis zum 8. Januar 2018!

Ihre LandInForm-Redaktion



KONTAKT:
landinform@ble.de
Telefon: 0228 6845-3461



WIEDER DA

Isabell Friess ist nach fast vier Jahren Elternzeit wieder bei der DVS. Im DVS-Sachgebiet Regional- und Dorfentwicklung bearbeitet sie folgende Themen: demografischer Wandel, alternative Finanzierungsinstrumente sowie Förderung und Beteiligung von Akteuren. Außerdem beschäftigt sie sich mit der Diversifizierung der Landwirtschaft, dazu zählen Regionalvermarktung und Tourismus im ländlichen Raum.



KONTAKT:
Isabell Friess, DVS
Telefon: 0228 6845-3459
isabell.friess@ble.de

KOOPERATIONSGESUCHE

Verbreitung von Permakultur

Die belgische LAG Haut-Sure Forêt d'Anlier sucht europäische Kooperationspartner, um sich zum Thema Permakultur auszutauschen. Ziel ist, ein Verfahren zu finden, mit dem die Qualifikation von zertifizierten Lehrern der Anbaumethode auf der regionalen bis transnationalen Ebene etabliert werden kann.



KONTAKT:
LAG Haut-Sure Forêt d'Anlier
Donatien Liesse
donatien@parcnaturel.be
http://enrd.ec.europa.eu/lag/be-006/offer/support-emerging-regional-permaculture-networks_en

Jungen Menschen den ländlichen Raum schmackhaft machen

Eine kroatische LAG sucht Partner für ein Erasmus+-Projekt, mit denen sie einen Trainingskurs für Junglandwirte und andere junge Menschen durchführen kann. Der Fokus liegt auf der Produktion von Lebensmitteln mit hoher Qualität und den ökologischen und sozialen Herausforderungen, die damit in Verbindung stehen.



KONTAKT:
LAG More 249
Meri Krnić
lagmore249@gmail.com
http://enrd.ec.europa.eu/lag/hr-023/offer/training-course-agro-youth_en

VERSTÄRKUNG IM ORGANISATIONSTEAM

Frauke Poensgen unterstützt das DVS-Organisationsteam seit Mitte Oktober 2017. Die Diplom-Betriebswirtin bringt langjährige Erfahrungen aus der Touristikbranche mit. Seit November 2017 ist außerdem Leonard Klingen Teil des DVS-Teams. Nach seiner Ausbildung zum Hotelfachmann und dem Studium der Mehrsprachigen Kommunikation sammelte er Erfahrungen in der Veranstaltungsabwicklung im In- und Ausland. Die neuen Kollegen kümmern sich um die Veranstaltungsplanung und -organisation, außerdem übernehmen sie Verwaltungsaufgaben und sorgen dafür, dass die DVS-Medien zu unseren Lesern gelangen. Wir freuen uns, dass die beiden die lange Zeit vakanten Stellen nun besetzen.



KONTAKT:
Frauke Poensgen, DVS
Telefon: 0228 6845-3119
frauke.poensgen@ble.de

Leonard Klingen, DVS
Telefon: 0228 6845-3942
leonard.klingen@ble.de

Das war



WIE INTEGRATIONSARBEIT FUNKTIONIEREN KANN

Einen Einblick in mehrere Integrationsprojekte erhielten etwa 25 Teilnehmer eines DVS-Transferbesuchs, die im September nach Hessen reisten.

Einwohner und Zugewanderte reparieren im Gründungszentrum mit Fahrradwerkstatt im hessischen Neustadt Räder. Gleichzeitig werden dort Beratungen und Sprachkurse für Geflüchtete angeboten. Der kleine Ort, der auch eine Erstaufnahmeeinrichtung betreut, bietet außerdem einem Begegnungstreff. Neustadt war eine der Stationen, die die Teilnehmer der DVS-Veranstaltung „Neues Zuhause ländlicher Raum – Perspektive Zuwanderung“ am 19. und 20. September 2017 in Hessen besuchten. Bürgermeister Thomas Groll und seine Mitarbeiter schilderten den Besuchern, was die Gemeinde für die Integration ihrer Neubürger leistet. Kritik an ihren Aktivitäten begegnet sie mit Transparenz und Aufklärung, damit alle Einwohner erfahren, was die Gemeinde tut und warum sie es tut.

Die Exkursionen führten die Teilnehmer darüber hinaus zu Projekten der regionalen und lokalen Integrationsarbeit in Wetzlar und Gießen. In der „Phantastischen Bibliothek“ in Wetzlar erfuhren sie, wie ein Ort zum Lesen phantastischer Literatur – die Sammlung reicht von Abenteuerromanen bis hin zu Science Fiction – Integration fördern kann. Die Räume der Bibliothek werden zudem für Lehr- und Betreuungsangebote genutzt.

Im Nachbarschaftszentrum Westend in Wetzlar wurde deutlich, dass Integration ein langfristiger Prozess ist. Hier arbeitet man seit vielen Jahren in einem buntgemischtem Quartier mit einer Vielzahl von Kulturen, Religionen und Nationalitäten. Die Mitarbeiter schilderten, dass es große Anstrengung erfordere, die verschiedenen ethnischen Gruppen zusammenzubringen; jede Gruppe Zugewanderter habe ihre Eigenheiten und gerade die Älteren blieben gerne unter sich. Beim Integrationsprojekt „Lebendiger Kirschberg“ in Reiskirchen bei Gießen erlebten die Veranstaltungsteilnehmer einen Erlebnispfad, den Anwohner, Geflüchtete, Menschen mit Behinderung, Jung

und Alt geschaffen haben, nun gemeinsam nutzen und auch pflegen.

Welchen Sinn hat die Wohnsitzauflage? Und was kann LEADER?

Beim Transferbesuch der DVS ging es auch um verwaltungsbezogene Fragen. Referentin Karin Buchner vom Freiwilligenzentrum Mittelhessen hielt einen Vortrag über Sinn und Unsinn der Wohnsitzauflage. So könne die Wohnsitzauflage als Zwangsmaßnahme die Integration nicht fördern – gleichzeitig biete sie aber Entlastung für Ballungszentren und damit eine Chance für ländliche Regionen.

Dies griff Andrea Martin vom Jobcenter des Landkreises Marburg-Biedenkopf auf. Aus Verwaltungs- und organisatorischer Sicht sei es unumgänglich, klare Strukturen und Zuständigkeiten festzulegen, um die Integration Zugezogener sinnvoll zu unterstützen. Mit dem Projekt VOICE stellte sie das Programm des Landkreises Marburg-Biedenkopf zur Integration Geflüchteter vor. Sie sprach eindrucksvoll über ihre tägliche Arbeit und auch darüber, was es bedeutet, mit Menschen aus anderen Kulturkreisen zusammenzuarbeiten und die hiesigen Gegebenheiten zu erklären – dies fange schon bei der Mülltrennung an.

Zum Abschluss der Diskussionsrunde stellte Alexandra Klusmann von der LAG Marburger Land die Frage, wo und in welcher Form LEADER im Bereich Integration aktiv werden könne und wo es Möglichkeiten der Zusammenarbeit der zahlreichen Akteure gebe. Die Teilnehmer waren sich einig, dass die Vernetzung und vielfältige Kontakte für Integration und Integrationsprojekte hilfreich sein können. Deshalb hatten sie beim Transferbesuch ausreichend Gelegenheit, ihr Netzwerk zu pflegen und sich auszutauschen. [mok]

Die Teilnehmer des Transferbesuchs sahen sich dieses ehemalige Ladenlokal in Neustadt an, das nun als Gründungszentrum fungiert.



SERVICE:
Dokumentation unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/integration

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



So vielfältig wie das Buffet: LEADER-Akteure und Regionen ähneln sich aber gleichzeitig auch.

KULINARISCHE VIELFALT TOPPT LÄNDERSPEZIFIKA

Beim bundesweiten LEADER-Treffen in Goslar trafen sich im November Regionalmanager und LEADER-Akteure.

Rollmops, Harzer Roller, Christstollen, Schwarzwälder Schinken und Moselwein – das Willkommensbuffet zum bundesweiten LEADER-Treffen 2018 war so vielfältig wie die Herkunft seiner Besucher. Die meisten der 230 Teilnehmer hatten Spezialitäten aus ihrer Region mitgebracht. Dabei wurde deutlich: Vieles ähnelt einander, anderes ist komplett verschieden – genauso wie bei LEADER mit seinen länderspezifischen Vorgaben, Herausforderungen und natürlich den Gegebenheiten in der Region.

Freier Austausch und Fachinput

Dass man im Austausch voneinander lernen kann, zeigte das Open Space. Dabei diskutieren die Teilnehmer in Kleingruppen über selbstgewählte Themen wie Projektauswahlkriterien, die Erfahrungen mit Kooperationsprojekten, Diskussionskultur, alternative Fördermöglich-

keiten, den Umgang mit gescheiterten Projektideen, Jugendbeteiligung und Existenzgründung.

Frank Bartelt vom Bundeslandwirtschaftsministerium stellte die Ergebnisse eines gemeinsamen Workshops mit Regionalmanagern, Zahl- und Bewilligungsstellen vor (siehe Seite 8 unten). Hartmut Berndt und Jan Hanisch von der BAG LAG präsentierten die Ergebnisse ihrer Umfragen unter Regionalmanagern und in den Bundesländern: Einige Länder haben es geschafft, Umsetzungsdetails zu vereinfachen, andere müssen noch daran arbeiten. Abschließend gab Christine Falter von der EU-Kommission einen Ausblick auf die Zukunft der Gemeinsamen Agrarpolitik in der EU, mit der auch LEADER finanziert wird. Fazit: LEADER soll auch in der kommenden Förderperiode fortgesetzt werden und wird nicht an Stellenwert verlieren. [ima/awr]



SERVICE:
Informationen und Dokumentation unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/leader-treffen

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



Wand der freien Schule in Heckenbeck

BETEILIGUNG HAT VIELE GESICHTER

Gut 50 Teilnehmer machten sich nach dem bundesweiten LEADER-Treffen auf den Weg zu einem DVS-Transferbesuch nach Südniedersachsen und Nordhessen.

Fünf Dörfer präsentierten, auf welch vielfältige Weise sich Bürger an der Entwicklung ihres Ortes beteiligen und beteiligt werden: etwa die findige Dorfgemeinschaft in Steina und die Bollertdörfer, die einen eigenen Verein für die Dorfentwicklung gegründet haben. Im Ort Krebeck haben die Bürger mit dem Nachbardorf ein gemeinsames Konzept entwickelt, um ein Bioenergiedorf zu realisieren; und Bürger in Spanbeck haben eine Ausbildung zur Dorfmoderation gemacht. In Heckenbeck befruchteten Zugezogene die Dorfgemeinschaft mit ihren Ideen.

Exkursionen und Know-how

Am zweiten Tag stand Methodentraining auf dem Programm: Mit dem „RegioModerator“, einem von der Agentur place/making konzipierten Rollenspiel, lassen sich gemeinsam Ideen für Kooperationsprojekte entwickeln. Anschließend präsentierte Michael Schmidt, Regionalmanager in der

Region „Rund um den Huy“, ein Kooperationsprojekt zur touristischen Nutzung von E-Bikes, an dem vier LEADER-Regionen in Sachsen-Anhalt und Niedersachsen beteiligt sind.

Einige Teilnehmer besuchten zum Abschluss die Ökolandbau-Modellregion Nordhessen, die die Vermarktung von regionalen und Bio-Produkten unterstützt. Andere reisten nach Eschwege, um die Jugendkultur im Werra-Meißner-Kreis kennenzulernen. Zum Beispiel das teils von Jugendlichen getragene Open Flair Festival, ein Studio, das Filme mit Jugendlichen aus der Region dreht und diese ausbildet sowie eine Kontaktstelle für Jugendliche, die sich engagieren wollen.

Ein Fazit des Transferbesuchs: Es gibt nicht nur einen Weg für Beteiligung, sondern ganz verschiedene erfolgreiche Ansätze. [ima/stm]



SERVICE:
Die Dokumentation der Veranstaltung erscheint unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/beteiligung

KONTAKT:
Stephanie Müller
Telefon: 0228 6845-3998
stephanie.mueller@ble.de



Das kommt

2018 KANN KOMMEN

Das neue Jahresprogramm der DVS ist am 12. Oktober vom Begleitausschuss bestätigt worden, der aus Vertretern der Bundesverwaltung, der Bundesländer und zahlreicher Interessenverbände besteht. 27 Veranstaltungsangebote sind geplant.

Bei mehreren Abfragen auf LEADER-Veranstaltungen stand Bürgerbeteiligung als Thema künftiger DVS-Veranstaltungen ganz oben auf dem Wunschzettel. Wie also eine stärkere Beteiligung organisieren?

Regional- und Dorfentwicklung

Gut für LEADER-Regionen wäre es, sich mit Akteuren zusammenzutun, die ähnlich arbeiten und ein weit verzweigtes Netzwerk haben. Die Kirchen sind solche Träger. Ihr Blick auf ländliche Räume hat sich verändert, verschiedene Kampagnen haben Probleme des ländlichen Raums aufgegriffen. Wir sprechen das Thema auf einer austauschorientierten Veranstaltung mit vielfältigen Projektpräsentationen an. Ein anderes interessantes Netzwerk ist das Bundesprogramm „Partnerschaften für Demokratie“, das rund 260 Städte, Landkreise und kommunale Zusammenschlüsse dabei unterstützt, lokal und regional demokratische Strukturen zu stärken, besonders im ländlichen Raum. Wir werden darüber sprechen, wie betroffen ländliche Räume von demokratiefeindlichen Strömungen sind und welche Erfahrungen im Umgang damit gemacht wurden.

Eine gänzlich andere Struktur haben die über 130 Großschutzgebiete wie Biosphärenreservate, Naturparks und Nationalparks. Ein großer Teil davon liegt in LEADER-Regionen. Sie arbeiten teilweise beim Thema Naturschutz Hand in Hand zusammen. Wie diese Zusammenarbeit weiter gestärkt werden kann, soll bei einer DVS-Veranstaltung ebenso diskutiert werden wie entsprechende Finanzierungsmöglichkeiten aus dem ELER.

Da bei Förderungen über LEADER einiges zu beachten ist, werden wir auch im kommenden Jahr gemeinsam mit Verwaltungsbehörden, Bewilligungs- und Zahlstellen sowie Lokalen Aktionsgruppen über zukünftige Erleichterungen reden. Neben jährlich wiederkehrenden Veranstaltungen wie dem „Marktplatz für Dörfer“, dem Netzwerktreffen „Dorferneuerung und -entwicklung“ sowie dem bundesweiten LEADER-

Treffen sind bei Bedarf auch Schulungen realisierbar, etwa zur Selbstevaluierung sowie dezentrale Workshops für den Umgang mit den Folgen des demografischen Wandels: Wer daran Interesse hat, kann sich bei der DVS melden.

Landwirtschaft und Naturschutz

Im Bereich Landwirtschaft und Naturschutz stehen die Themen Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen (AUKM) sowie Vertragsnaturschutz im Fokus. Hilfreich ist hierbei ein Blick nach Holland: AUKM wurden auf die kooperative Umsetzung durch landwirtschaftliche Kollektive umgestellt, um die Ziele effektiver zu erreichen und den Verwaltungsaufwand zu verringern. Über die ersten Erfahrungen werden wir mit den Verwaltungsstellen und den Praktikern sprechen.

Die Weiterentwicklung von AUKM und Vertragsnaturschutz wird ein Workshop aufgreifen. Dabei sind die Umsetzungswege in den Ländern ebenso Thema wie Best-Practice-Beispiele und Pilotvorhaben. Die Rolle von Beratung, Wissenstransfer, Zusammenarbeit und Investitionen sowie die bessere Verzahnung der GAK mit den Fördermöglichkeiten des ELER werden ebenfalls besprochen. Ähnlich angelegt sind die Tagung „Grünland nutzen und erhalten“ und der Workshop „Klimaschutz und -anpassung“. Die beiden Veranstaltungen beleuchten betriebliche Konzepte und Vermarktungsstrukturen. Für die Grünlandnutzung greifen wir auch Beispiele und Anregungen aus Österreich und der Schweiz auf. Über Anpassungsstrategien im Klimaschutz diskutieren wir an Beispielen aus Forschung, Verwaltung, Beratung und Praxis.

Im Rahmen von EIP-Agri bieten wir erstmalig eine Exkursion zu EIP-Projekten im Ausland an; darüber hinaus thematische Workshops für Operationelle Gruppen (OGs), deren Schwerpunkte die interessierten OGs selbst setzen. Ziel ist ein fachlicher Austausch der OGs über ihre Projekte. [jas]



KONTAKT:
Dr. Jan Swoboda, DVS
Telefon: 0228 6845-3956
jan.swoboda@ble.de



Aufmerksame Teilnehmer bei der Kooperationsveranstaltung von DVS, BAG-LAG und ASG auf dem Zukunftsforum 2017

DER WEG AUS DEM EUROPÄISCHEN FÖRDERDILEMMA?!

Kooperationsveranstaltung der DVS beim Zukunftsforum Ländliche Entwicklung 2018

Mit LEADER ist die Europäische Union ehemals angetreten, Verantwortung an die Regionen abzugeben und Förderung zu vereinfachen. Spätestens mit der Einbindung in die Mainstream-Förderung der zweiten Säule leidet aber auch der erfolgreiche LEADER-Ansatz an der hohen Regelungsdichte. Liegt in der Rückbesinnung auf die Wurzeln von LEADER der Weg aus der Krise?

Wir fragen bei der Kooperationsveranstaltung „LEADER: Bottom-up – der Weg aus dem europäischen Förderdilemma“, die wir zusammen mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der LEADER-Aktionsgruppen (BAG LAG) und der Agrarsozialen Gesellschaft (ASG) anbieten: Wie war das noch mal gemeint mit LEADER und der regionalen

Verantwortung? Welche Rolle hat die LEADER-Aktionsgruppe? Außerdem blicken wir zurück auf die ursprüngliche Idee von LEADER und wie sie sich entwickelt hat.

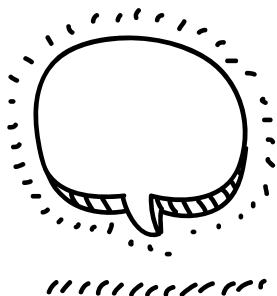
Dabei betrachten wir besonders das Spannungsfeld „Vertrauen versus Kontrolle“: Wirkt sich Vertrauen vorteilhaft auf Kreativität und Selbstständigkeit von Akteuren in regionalen Entwicklungsprozessen aus? Ist ein vertrauensbasiertes System nicht letztlich deutlich effizienter als immer detailliertere Kontrollen?

Diskutieren Sie diese Fragen mit uns am 25. Januar 2018 in Berlin und hören Sie Beiträge dazu unter anderem von Heino von Meyer, Thomas Schaumberg und Prof. Martin Schweer. [stk]



SERVICE:
Mehr zur DVS-Veranstaltung:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/zukunftsforum

KONTAKT:
Stefan Kämpfer, DVS
Telefon: 0228 6845-3722
stefan.kaemper@ble.de



DEUTSCHLAND LÄDT ZUM NRN-MEETING

Im Frühjahr 2018 findet in Deutschland das 10. europäische Meeting der National Rural Networks (NRN), der Netzwerke für den ländlichen Raum, statt. Unter dem Motto „Future-oriented rural development“ lädt die DVS zusammen mit dem European Network for Rural Development (ENRD) Akteure aus Europa dazu ein, aktuelle Trends der ländlichen Entwicklung zu diskutieren. Themenschwerpunkte der Veranstaltung – die Tagungssprache ist Englisch – sind:

- // Mobilität
- // Entwicklungsprozesse spielerisch abbilden
- // Smart villages
- // Solidarische Landwirtschaft
- // Integrationsprozesse in ländlichen Räumen

Mitmacher gesucht!

Die Veranstaltung soll zudem den Teilnehmern den Raum und die Bühne für ihre Beiträge geben: Eingeladen sind nicht nur die Netzwerke der europäischen Mitgliedsstaaten, sondern alle Akteure, die an den Themen und der Diskussion interessiert sind. Eine Exkursion zum Abschluss rundet die Veranstaltung ab.

Sie haben gute Projekte umgesetzt, die thematisch zu der Veranstaltung passen? Sie kennen ein Tagungshotel, das sich für einen europäischen Austausch eignen würde? Und Sie haben Interesse daran, gemeinsam mit der DVS und dem ENRD die Veranstaltung zu gestalten? Dann freuen wir uns über Ihre Rückmeldung. [isf]



SERVICE:
Weitere Infos folgen unter: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/nrn2018

KONTAKT:
Isabell Friess, DVS
Telefon: 0228 6845-3459
isabell.friess@ble.de

VORMERKEN

MAR
2018

Netzwerktreffen Dorf – mobil in Dorf und Region

Wie erreiche ich den Lebensmittelladen, wie gelange ich zum Arzt? Im März 2017 möchten wir uns erneut dem Thema Mobilität im ländlichen Raum widmen. Dabei wollen wir der Frage nachgehen, wie Digitalisierung die Mobilität auf dem Land verändern und verbessern kann. Außerdem möchten wir Akteure zu Wort kommen lassen, deren Projekte sich nicht wie gewünscht entwickelt haben, um nicht nur von Best-Practice-Beispielen, sondern auch aus Fehlern zu lernen. [mok]



SERVICE:
Weitere Infos folgen unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/dorf

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

BÜRGERENERGIE HEUTE UND MORGEN – IHR WISSEN IST GEFRAGT!

Die DVS plant für 2018 eine Veranstaltung zum Thema Energie

Sie kennen gelungene Energieprojekte, die durch die Menschen vor Ort umgesetzt wurden? Welche Modelle eignen sich aus ihrer Sicht auf privater, lokaler oder regionaler Ebene für die bürgerschaftlich getragene Energiewende? Wo sehen Sie Spielräume? Welche Aspekte dieses Themas soll die DVS beleuchten? Kennen Sie Projekte, die durch LEADER mitgestaltet wurden? Dann lassen Sie es uns wissen.

Denn die DVS plant für Mitte nächsten Jahres eine Veranstaltung zur bürgerschaftlich getragenen Energiewende. Dabei wird beleuchtet, wie Bürgerenergieprojekte unter erschwerten Rahmenbedingungen weiterhin gefördert und gestaltet werden können. Es geht darum, gute Beispiele von Bürgerenergieprojekten sowie Geschäftsmodelle und Finanzierungsmöglichkeiten vorzustellen. Darüber hinaus sollen sowohl LEADER-Akteure, Energiegenossenschaften, Klimaschutzmanager und andere Zielgruppen, die die Energiewende vor Ort vorantreiben, eine Austauschplattform finden. Gestalten Sie den Austausch mit – und teilen Sie uns schon vorab mit, was Sie zum Thema umtreibt! [stm]



KONTAKT:
Stephanie Müller, DVS
Telefon: 0228 6845-3998
stephanie.mueller@ble.de

WIEDERHOLUNG

FEB
2018

Handwerkszeug für Regionentwicklung

Die DVS-Schulung für Manager und Mitglieder von LEADER-Aktionsgruppen sowie Akteure in regionalen und kommunalen Netzwerken findet ein weiteres Mal vom 27. Februar bis 2. März 2018 in Rodgau bei Frankfurt/Main statt. [stk]



SERVICE:
Anmeldung und Programm:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/schulungen

ZWEI TRANSFERBESUCHE

Zu den Themen „Haushaltsnahe Versorgungs- und Betreuungsstrukturen“ und „Tierwohl im Stall“

Für den Sommer 2018 plant die DVS einen Transferbesuch zum Thema „Haushaltsnahe Versorgungs- und Betreuungsstrukturen im ländlichen Raum“. Ziele der Exkursion sind Anbieter, die den demografischen Wandel als Chance für sich begreifen.

Um das Tierwohl im Stall geht es beim Transferbesuch der DVS und dem Bundesverband der gemeinnützigen Landgesellschaften (BLG) im März 2018. Nach der Exkursion zu Mastschweine- und Legehennenställen im März dieses Jahres (siehe dazu auch LandInForm 2.17) geht es im kommenden Frühjahr zu Geflügel und Schweine haltenden Betrieben. Wir fragen erneut: Wie soll das Tier gehalten werden, dessen Fleisch, Milch oder Eier im Einkaufswagen der Verbraucher landen? Denn zwischen Konsumenten und Bauern wird diese Frage seit Jahren hitzig diskutiert – und für Handel, Politiker und Verbände ist das Tierwohl inzwischen ebenfalls ein zentrales Thema. [ber]



SERVICE:
Nähere Einzelheiten werden zeitnah veröffentlicht unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/versorgung
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/stallbau

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

Versorgungsstrukturen:
Isabell Friess, DVS
Telefon: 0228 6845-3459
isabell.friess@ble.de

IM FOKUS

Vielfältige LandWirtschaft

Unsichere Märkte und Preisschwankungen lassen immer mehr Landwirte über Alternativen zur landwirtschaftlichen Urproduktion nachdenken. Der Trend in der Beratung und auf den Höfen geht nach wie vor Richtung Diversifizierung. Wie kreativ Landwirte dabei sind und welche Hürden sie dabei zu nehmen haben, das zeigen wir in diesem Fokusthema.





Zwischen spezialisiert und diversifiziert

Der Aufbau neuer Einkommensquellen in landwirtschaftlichen Betrieben liegt weiterhin im Trend. Dabei hängt der Erfolg von ganz individuellen Faktoren ab. [VON ANNE DIRKSEN]

Seit Jahren schwanken die Preise in der Landwirtschaft. Das bringt Familienbetriebe in die Bredouille – denn sie haben dadurch kein verlässliches Einkommen. Deshalb denken viele Familien und ihre Berater um: Lautete die Devise früher, alles auf eine Karte zu setzen, um in seiner Kernkompetenz noch besser zu werden, heißt es jetzt, das Einkommensrisiko durch Diversifizierung zu senken.

Doch was ist das? Laut Wikipedia definiert sich Diversifizierung als Ausweitung von Wahlmöglichkeiten mit dem Ziel, Chancen zu erhöhen oder Risiken zu mindern. Dabei unterscheidet man zwischen Produktdiversifizierung und Diversifizierung der Geschäftspartner. Produktdiversifizierung kann horizontal, vertikal und lateral erfolgen. Horizontal diversifiziert ein landwirtschaftlicher Betrieb beispielsweise, wenn er nicht mehr nur Spargel anbaut, sondern auch Erdbeeren und Heidelbeeren. Vertikal diversifiziert er, wenn er die wirtschaftlichen Aktivitäten in den vor- oder nachgelagerten Bereich ausdehnt, zum Beispiel durch die Direktvermarktung der erzeugten Produkte. Lateral ist eine

Diversifizierung, wenn die neue Tätigkeit in keinem Zusammenhang mit der bisherigen Produktion oder Vermarktung steht. Das wäre zum Beispiel bei der Energieerzeugung aus Sonne und Wind der Fall.

Für wen eignet sich Diversifizierung?

Grundsätzlich gehört es zur guten Unternehmensführung, sich immer wieder zu fragen, ob der bisherige Weg nach wie vor die beste Wahl ist, oder ob aufgrund veränderter politischer oder gesellschaftlicher Rahmenbedingungen wie Preisentwicklung, Verknappung beim Flächenangebot oder Arbeitskräftemangel neue Wege beschritten werden sollten. Diese Überlegungen können auch dann sinnvoll sein, wenn die Hofnachfolge ansteht und die nächste Generation neue Ideen umsetzen möchte. Diversifizierung kann eine Möglichkeit für gut laufende Betriebe sein. Sie führt aber nicht automatisch dazu, dass ein finanzgefährdeter Betrieb saniert wird.

Welcher Weg gewählt wird, hängt vom Standort und vom Umfeld ab. Wer eher ab vom Schuss wohnt, sollte nicht schwerpunktmäßig über einen Hofladen nachdenken.

Er kann eine gänzlich andere Form der Diversifizierung wählen, wie etwa erneuerbare Energien. Wenn sich bereits die Nachbarn auf Weihnachtsbäume konzentrieren, wird ein zweites Angebot schwierig. Da ist es erforderlich, über Alternativen nachzudenken. Es gibt für (fast) alle einen Weg, aber nicht einen Weg für alle!

Ausschlaggebend ist die Persönlichkeit

Die persönlichen Fähigkeiten spielen eine wichtige Rolle: Wie zu allen unternehmerischen Tätigkeiten gehört je nach Art der Diversifizierung ein gewisses Maß an Risikobereitschaft dazu. In welche Richtung es gehen soll, hängt ebenfalls in erster Linie von den Menschen ab. Wer direkt vermarkten, ein Restaurant betreiben oder Feriengäste beherbergen möchte, sollte gerne mit Menschen umgehen und geduldig genug sein, immer wieder die Produktion und das Drumherum zu erklären. Diese Betriebe haben sozusagen immer Tag des offenen Hofes.

Die ganze Familie ist gefordert

Entscheidet sich die Unternehmerfamilie für die Diversifizierung, ergeben sich Konsequenzen nicht nur für das Einkommen, sondern auch für die künftige Arbeitsverteilung und das Familienleben. Der Einstieg in die Direktvermarktung von Weihnachtsgänsen zum Beispiel bedeutet eine hohe Arbeitsbelastung in der Vorweihnachtszeit. Dies kann gerade in Familien mit kleinen Kindern zu hohem Frust führen, da die Eltern so keine Zeit für Adventsfeiern, zum Basteln und Backen haben. Dann gilt es, entweder Produkte zu wählen, die sich besser über das Jahr verteilen, oder die Belastung durch Mitarbeiter zu reduzieren, was aber mit zusätzlichen Kosten verbunden ist.

Arbeitet ein Familienmitglied bereits in einer gut bezahlten Tätigkeit außerhalb des landwirtschaftlichen Betriebs, so kann dies das Familieneinkommen nachhaltig sichern und krisenfester machen. Voraussetzung ist auch hier, dass die gesamte Familie unterstützt und etwa Arbeiten im Haushalt oder Betrieb übernimmt. Sonst ist Überlastung vorprogrammiert. Deshalb ist es bei fast allen Aktivitäten sinnvoll, die bisherigen Rollenbilder zu überdenken und zum Beispiel als Vater und Betriebsleiter im Haushalt zu helfen oder die Kinder zum Kindergarten zu bringen, während die Mutter ihrem erlernten Beruf nachgeht. Der gewählte Weg muss individuell abgestimmt werden und zur Familie passen – nicht zu den Nachbarn.

Spezialisierung als Weg

Für viele Familien kann es aber auch ratsam sein, bei der Spezialisierung zu bleiben. Das kann der Fall sein, wenn sie die Produktion sehr gut beherrschen, finanziell und personell gut aufgestellt sind, den Betriebszweig mit Leidenschaft betreiben und Möglichkeiten zur Erweiterung haben. Wenn eine Familie etwa die Wertschöpfung aus der Produktion von Milch über eine Hofmolkerei erhöhen will, sollte sie sich zunächst darauf

konzentrieren, die Milchproduktion zu verbessern. Die Beherbergung von Feriengästen oder die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse haben in vielen Teilen Deutschlands schon eine längere Tradition. In vielen Familien steht jetzt der Generationswechsel an. Da kann es auch vorkommen, dass der umgekehrte Weg eingeschlagen wird, weil die jungen Betriebsleiter für sich ausgemacht haben, dass die Direktvermarktung nicht zu ihnen passt und sie sich lieber auf die Urproduktion konzentrieren wollen.

Diversifizierung ist Trend

Derzeit zeichnet es sich jedoch ab, dass der Trend zur Diversifizierung anhält. Auch viele große spezialisierte Betriebe haben eine Photovoltaikanlage auf dem Dach oder sind an einer Biogasanlage oder einem Windpark beteiligt. Diese gewerblichen Einkommen mindern nicht nur das finanzielle Risiko des Hauptbetriebes, sondern sollen auch die Altersversorgung sichern.

Häufig geben Betriebe im Zuge der Diversifizierung außerdem die Urproduktion ab und beschränken sich nur auf den ursprünglich als Nebenbetrieb aufgebauten Bereich. So sind einige Nachfolger aus gut aufgestellten Direktvermarktungsbetrieben oder Ferienhöfen bewusst einen anderen Ausbildungsweg gegangen und nicht Landwirt geworden, sondern Metzger, Molkerist oder Hotelfachmann. Manche verfügen sogar über mehrere Qualifikationen.

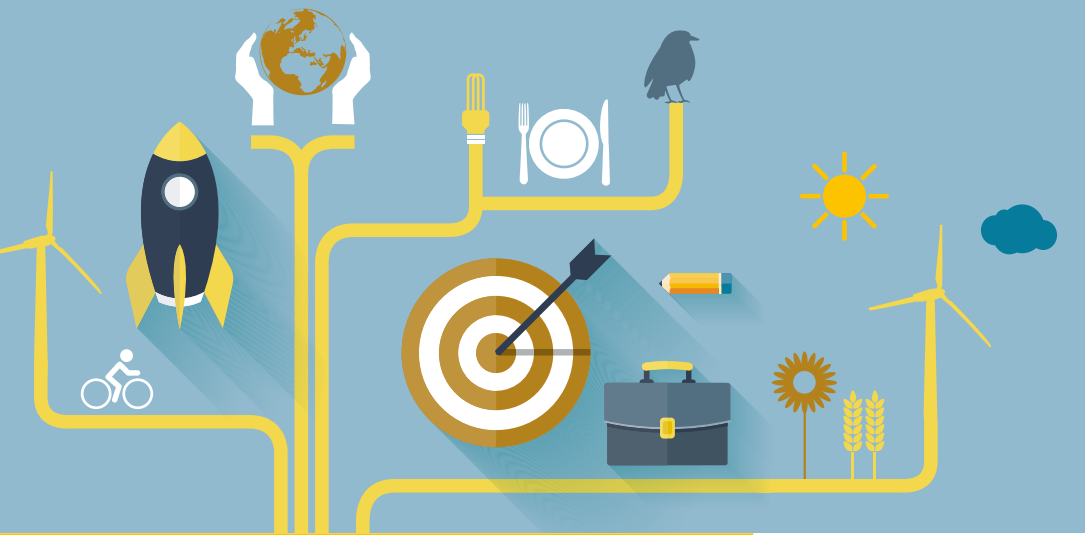
Beratung kann helfen

Die staatliche Beratung hat sich auf die Entwicklung eingestellt und bietet zum einen verstärkt Orientierungs- und Einsteigerseminare an. Zum anderen begleitet sie die Familien individuell und ganzheitlich auf dem Weg von der ersten Idee bis zur Umsetzung. Dabei hilft sie nicht nur bei der Marktanalyse, der Produktfindung, der Angebotsgestaltung und dem Marketing. Im Zuge der Beratung werden auch die rechtlichen Voraussetzungen sowie die finanziellen und arbeitswirtschaftlichen Auswirkungen für den Gesamtbetrieb und die Unternehmerfamilie betrachtet. Parallel dazu versteht sich die Beratung als Spezialdienstleister für die Familien, die schon lange in der Diversifizierung aktiv sind und ihr Angebot erweitern wollen. Für sie kommen Themen wie Mitarbeiterführung hinzu. Insbesondere die diversifizierte Landwirtschaft trägt nämlich sehr zur Schaffung von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum bei.



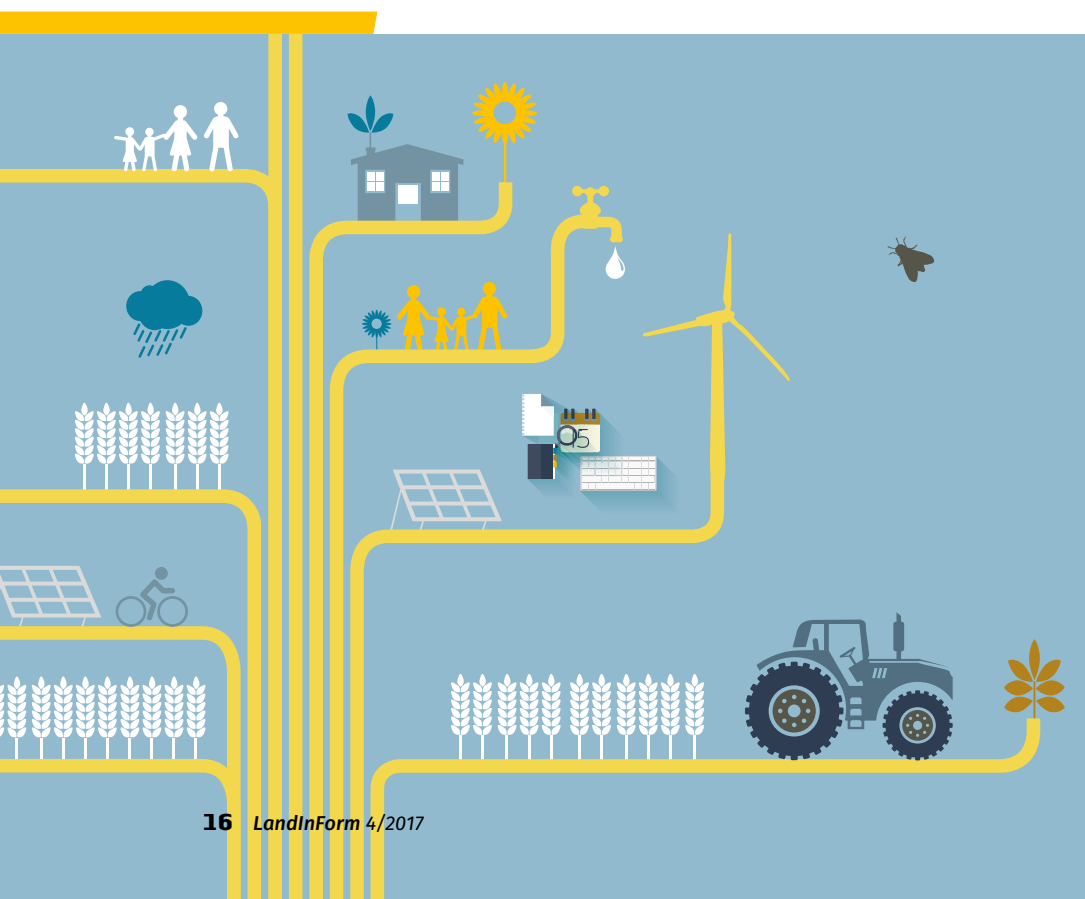
KONTAKT:

Anne Dirksen
Landwirtschaftskammer Niedersachsen
Telefon: 0441 801-329
anne.dirksen@lwk-niedersachsen.de
www.lwk-niedersachsen.de



Welchen Beitrag leistet die Förderung?

Ein gemeinsamer Förderrahmen der Agrarpolitik und der Politik zur Entwicklung ländlicher Räume soll die Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe unterstützen – bislang sind die Ergebnisse jedoch eher ernüchternd. [VON BERNHARD FORSTNER]



Durch den Strukturwandel in der Landwirtschaft gibt es immer größere Betriebe, während kleinere Höfe häufig die Bewirtschaftung einstellen oder nach Entwicklungsalternativen suchen. Auch das zunehmende Auf und Ab der Märkte regt einige Betriebsleiter an, zusätzliche landwirtschaftsnahe Einnahmequellen aufzutun. Der Einstieg in die Diversifizierung ist für sie im Vergleich zur landwirtschaftlichen Urproduktion in der Regel mit weniger Erfahrungswissen und somit – insbesondere bei größeren Investitionen – mit einem erhöhten Risiko verbunden. Viele Diversifizierungsaktivitäten zielen zudem auf Nischen, in denen gute Ideen und Spezialkenntnisse gefragt sind.

Gewerblich oder nicht gewerblich? Diversifizierung wird je nach Umfang oder Umsatzanteil und steuerlicher Einordnung entweder der nicht gewerblichen Landwirtschaft oder anderen, gewerblichen Wirtschaftszweigen zugeordnet. Nur in kleinerem Umfang wird sie als Nebenbetrieb im Rahmen der landwirtschaftlichen Buchführung erfasst.

Gewerblich betriebene Einkommenskombinationen (EKK) dürfen wirtschaftlich sehr viel umfangreicher sein als nicht gewerbliche. Die Agrarstrukturerhebung (ASE) bildet jedoch lediglich den nicht gewerblichen Teil zusätzlich aufgebauter Standbeine ab. Deshalb ist es nicht möglich, umfassende Aussagen zur landwirtschaftlichen Diversifizierung in Deutschland zu machen. Eine jüngst durchgeführte Analyse zum Agrotourismus schätzt beispielsweise, dass es in Deutschland etwa 10 000 Beherbergungsbetriebe mit Landwirtschaftsbezug gibt (Ebert et al. 2017) – die ASE führt demgegenüber für 2017 nur rund 6 000 EKK-Betriebe mit „Fremdenverkehr, Beherbergung, Freizeitaktivitäten“ auf.

Jeder vierte Betrieb diversifiziert nicht gewerblich

Laut ASE 2016 diversifiziert in Deutschland etwa ein Viertel (27 Prozent) der rund 276 000 Betriebe neben der landwirtschaftlichen Urproduktion in einem oder mehreren Bereichen. Dabei stehen Baden-Württemberg (44 Prozent) und das Saarland (38 Prozent) an der Spitze,

während Hessen (17 Prozent) und Nordrhein-Westfalen (20 Prozent) die Schlusslichter im früheren Bundesgebiet bilden; alle neuen Länder liegen im Bereich der nicht gewerblichen Diversifizierung unter dem Bundesdurchschnitt; hier dürfte allerdings ein großer Teil der Diversifizierung in Form separater gewerblicher Betriebe stattfinden.

Vielfältig nebenher

Da die Ausgangssituation der landwirtschaftlichen Betriebe und Haushalte sowie die Talente und Ziele der Beteiligten sehr unterschiedlich sind, macht die Diversifizierung ihrem Namen alle Ehre. Zu den wesentlichen Geschäftsfeldern – viele Betriebe beschäftigen sind gleichzeitig mit mehreren Bereichen – zählt laut Agrarstrukturhebung 2016 die Erzeugung erneuerbarer Energien mit 12,5 Prozent. Zu den weiteren Geschäftsfeldern gehören die Forstwirtschaft, Arbeiten für andere landwirtschaftliche Betriebe, Verarbeitung und Direktvermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse, Pensions- und Sportpferdehaltung sowie Fremdenverkehr, Beherbergung und Freizeitaktivitäten. Im Hinblick auf die Beschäftigung macht die Diversifizierung bei den Betrieben mit EKK im bundesdeutschen Durchschnitt 29 Prozent der Personen und zwölf Prozent der Arbeitsleistung aus. Dabei handelt es sich zu rund 90 Prozent um Teilzeitbeschäftigung.

Professionalität nimmt zu

Absolut hat die Zahl der Betriebe mit EKK im Vergleich zu den letzten Erhebungen abgenommen, weil auch hier durch eine zunehmende Professionalisierung ein Selektionsprozess stattfindet und die erfolgreichen Einheiten wegen Gewerblichkeit sukzessive aus der Agrarstatistik fallen.

Da die Konsumentengruppe, die sich an Natur und Regionalität orientiert, stetig wächst, bieten sich jedoch gute Chancen für einige landwirtschaftliche Betriebe, sich durch Diversifizierung zu entwickeln. Vorteilhaft ist dabei, dass Landwirte oft über eine gute Gebäudeausstattung, vielseitiges Know-how und gute Finanzierungsmöglichkeiten verfügen. Die häufig in anderen Bereichen ausgebildeten Ehepartner

von Hofnachfolgern können separate Beschäftigungs- und Einkommensbereiche aufbauen und so das Haushaltseinkommen verbessern.

EU, Bund und Länder fördern

Die öffentliche Förderung unterstützt seit Jahren die Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe. Die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK) fördert in diesem Zusammenhang vor allem die Errichtung, den Erwerb oder die Modernisierung von unbeweglichem Vermögen, wie beispielsweise Immobilien, sowie die Erstanschaffung von neuen Maschinen und Anlagen. Dies soll die Wirtschaftskraft des ländlichen Raumes stärken und seine Lebensqualität erhöhen. Die Verordnung des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) gibt dafür auf EU-Ebene den notwendigen inhaltlichen und förderrechtlichen Spielraum für Bund und Länder vor.

Wenngleich die Förderung hauptsächlich auf materielle Investitionen zielt, werden auch Marktstudien, Organisations- und Beratungsaufwand sowie in einem Bundesland Personalaufwendungen für die erstmalige Anstellung von Fremdarbeitskräften finanziell unterstützt. In der Regel beträgt der Zuschuss für Investitionen bis zu 25 Prozent des förderbaren

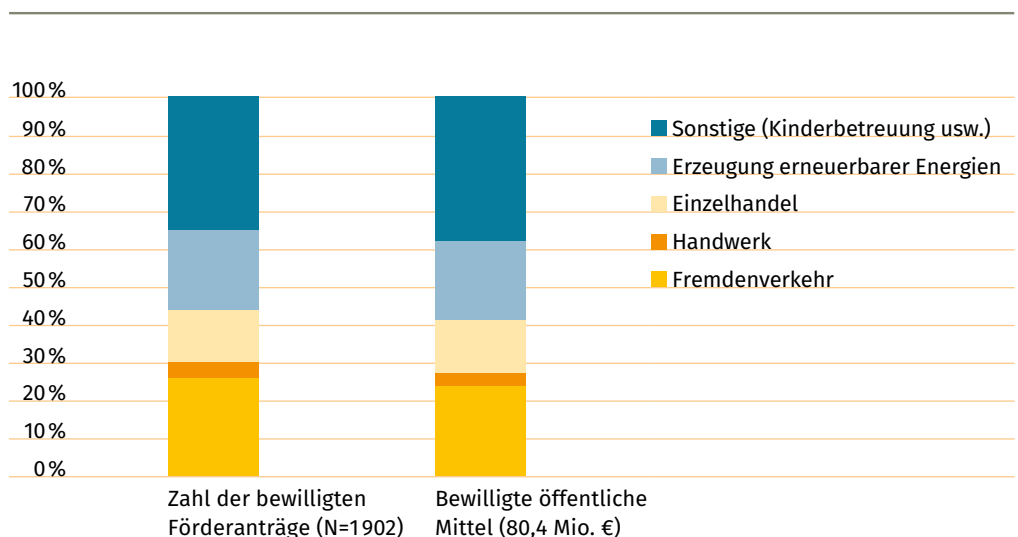
Betrags, der ebenfalls durch Mindest- und Höchstbeträge begrenzt ist.

Durch die Einordnung als sogenannte De-minimis-Beihilfe in der GAK beträgt das Höchstmaß der Förderung 200 000 Euro innerhalb von drei Kalenderjahren. Weitere Obergrenzen, wie etwa das Maximum von 25 Betten oder die Einschränkung auf Betriebe in definierten Gebietskulissen, begrenzen die mögliche Förderung im Einzelfall. In Betracht für finanzielle Zuwendungen kommen nur landwirtschaftliche Unternehmen sowie deren Inhaber, Ehegatten und mitarbeitende Familienangehörige.

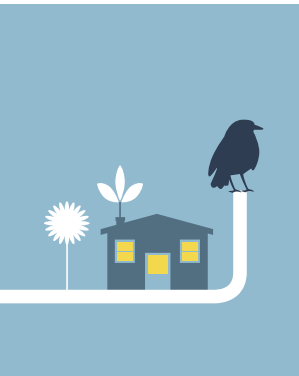
Fast alle Länder unterstützen Diversifizierungsinvestitionen über separate Förderrichtlinien oder als Teil von Vorgaben zur einzelbetrieblichen Förderung landwirtschaftlicher Betriebe. Daneben kann Diversifizierung auch durch Bildungs- und Beratungsmaßnahmen sowie durch Maßnahmen zur Umnutzung, Kleinstunternehmensgründung oder -entwicklung über lokale, regionale und integrierte Entwicklungskonzepte im Rahmen des ELER oder der GAK gefördert werden. Diese werden hier jedoch nicht weiter betrachtet.

Die Abbildung zeigt die Anteile der geförderten Diversifizierungsbereiche in Deutschland über den ELER für den Förderzeitraum von 2007 bis 2013. Insgesamt wurden bundesweit

Anteil der mit ELER-Mitteln unterstützten Diversifizierungsfälle im Zeitraum 2007 bis 2013 in Deutschland



Quelle: BLE, Monitoring zur Nationalen Rahmenregelung im Bereich ELER



rund 1900 Antragsteller mit öffentlichen Mitteln in Höhe von 80,4 Millionen Euro oder durchschnittlich 42300 Euro je bewilligtem Fall gefördert. Das unterstützte Gesamtinvestitionsvolumen betrug 483 Millionen Euro.

Bürokratie bremst

Das Fördervolumen blieb von 2007 bis 2013 deutlich hinter den ursprünglichen Zielwerten zurück, was auf zahlreiche und regional unterschiedliche Ursachen zurückgeführt werden kann. Sehr viele Mittel flossen in die Erzeugung erneuerbarer Energien, die sehr attraktive Renditen erwarten ließen. Damit standen die Gelder für andere Bereiche nicht mehr zur Verfügung. Die Zuwendungsempfänger, Berater und die Verwaltung haben im Rahmen von Befragungen auch darauf hingewiesen, dass der bürokratische Aufwand der Antragstellung und Kostenabrechnung, die einzuhaltenden Vorschriften sowie die vielfach ungünstige Rentabilität der beabsichtigten Investitionen dazu führten, dass letztlich kein Förderantrag gestellt wurde. Inwieweit in diesen Fällen ohne Förderung investiert wurde, ist nicht bekannt.

In der aktuellen ELER-Periode 2014 bis 2020 blieben die Fördermaßnahmen zur Diversifizierung überwiegend unverändert, die Förderfallzahlen haben sich jedoch gegenüber der Vorperiode noch einmal deutlich verringert.

Effekte marginal

Das Thünen-Institut hat im Rahmen der obligatorischen Ergebnisevaluation die Diversifizierungsförderung im Zeitraum 2007 bis 2013 untersucht. Die spärliche Datenlage ermöglichte in den meisten Bundesländern nur eingeschränkte Analysen. Deshalb wurden zusätzlich Zuwendungsempfänger sowie Fachkräfte aus Beratung, Bewilligung und Verwaltung befragt und teilweise regionale Fallstudien erstellt.

Die Ergebnisse zeigen: Die Reichweite der Förderung ist überall sehr gering. Überwiegend wurden nicht Neu-, sondern Erweiterungsinvestitionen gefördert, die im Durchschnitt wesentlich höhere Investitions- und Fördermittel als Einstiegsinvestitionen

nach sich zogen. Die gewünschten Initialzündungen wurden somit nur selten erreicht. Die vielen Erweiterungsinvestitionen sind ein Indiz für Wachstum und Professionalisierung in einem etablierten Diversifizierungsbereich. Im Durchschnitt konnten zwar durchaus positive Wirkungen im Hinblick auf die Schaffung von Arbeitsplätzen und Einkommen erzielt werden, aber sektoral oder regionalwirtschaftlich blieben diese Effekte marginal.

Erfolgs- und Hemmfaktoren

Die Analysen zeigen, dass gute Erfolgchancen für die Diversifizierung dann bestehen, wenn die Betriebsleitung außer einem hohen Maß an Fachkompetenz auch kommunikativ gut ist, das heißt einen guten Umgang mit Kunden und Gästen beherrscht sowie Konsumentenwünsche oder Trends früh erkennt und das Angebot danach ausrichtet. Leistungsbereite und flexibel einsetzbare Mitglieder der Unternehmerfamilie, die mitziehen, sowie gutes familienfremdes Personal sind weitere wichtige Erfolgsfaktoren. Ein für die Diversifizierung geeigneter Standort ist in jedem Fall vorteilhaft, aber nicht entscheidend.

Im Hinblick auf die Hemmnisse für mehr Diversifizierung nannten die Befragten Aspekte wie „hoher bürokratischer Aufwand“, „bau-, planungs-, steuer- und hygiene-rechtliche Vorschriften“, „hohe Arbeitsbelastung“, „fehlendes Fachwissen oder mangelnde fachliche Beratung“, „fehlende Rentabilität“ und ein „zu hohes Risiko“. Kaum von Bedeutung waren dagegen Schwierigkeiten bei der Finanzierbarkeit der geplanten Vorhaben. Auch die Förderung war von untergeordneter Bedeutung, wenngleich hier die für die neuen Länder zuständigen Evaluatoren teilweise zu anderen Ergebnissen kamen. Insbesondere bei der Höhe von Mitnahmeeffekten und der Nettowirkungen der Förderung gibt es gravierende Unterschiede.

Förderung wirksamer gestalten

Das Thünen-Institut und andere Evaluatoren kamen in ihren Analysen mehrheitlich zu folgenden Empfehlungen: Die Förderung von Diversifizierungen sollte auf den Einstieg beschränkt und die Abwicklung vereinfacht werden, um die Einstiegschancen zu senken. Erweiterungsinvestitionen sollten nur noch bei absehbarer Bereitstellung besonderer öffentlicher Leistungen (beispielsweise Sicherung der Nahversorgung, Umweltschutz) gefördert werden.

Beratung, Coaching, Informationen sowie Aus- und Weiterbildung in der Diversifizierung sollten ausgebaut werden. Um Netzwerk- und Synergieeffekte auf lokaler und regionaler Ebene zu begünstigen, sollten integrierte Konzepte verstärkt gefördert werden.

Generell sollte darauf hingewirkt werden, die verfügbaren Statistiken zu den landwirtschaftsnahen Diversifizierungsbereichen durch komplementäre Studien zu ergänzen, um die Politikansätze hinsichtlich Effektivität und Effizienz der Maßnahmen konsistent zu gestalten.

SERVICE:

Ebert, V. et. al. (2017): *Urlaub auf dem Bauernhof. Analyse der Ist-Situation und des Marktpotentials im Agrotourismus*
Online verfügbar unter www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/LaendlicheRaume/StudieAgrotourismus.html



KONTAKT:

Bernhard Forstner
Thünen-Institut für Betriebswirtschaft
Telefon: 0531 596 5233
bernhard.forstner@thuenen.de
www.thuenen.de/de/bw/



1



2



1

Meer auf dem Teller

Jungunternehmer Schilling macht aus der Not eine Tugend: Mit der Marke Hiddenseer Kutterfisch und weiteren regionalen Produkten will er die regionalwirtschaftlichen Kreisläufe der Inseln Rügen und Hiddensee wiederbeleben. [VON JULIANE MANTE]



3



4



5



6



7



8



Fährt man von Schaprode auf Rügen mit der Fähre zur Insel Hiddensee, fällt der Blick auf ein Eiland: Die Insel Öhe. Sie ist seit 700 Jahren im Besitz des Adelsgeschlechts von der Öhe, in das im 19. Jahrhundert ein Schilling einheiratete. Mathias Schilling, Agraringenieur und 36 Jahre alt, lebt seit 2006 mit Frau und Kindern wieder auf dem Familienstammsitz im Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft. Sein Vater floh 1965 mit dem Faltboot über Hiddensee und Dänemark in den Westen und lebte mit der Familie seither in Schleswig-Holstein. Die Großeltern blieben auch zu DDR-Zeiten vor Ort: Mit 75 Hektar war die Insel zu klein, um enteignet zu werden.

Zurück aus der Metropole

Nachdem die Insel lange verpachtet war, weiden heute auf ihren kräuterreichen Salzwiesen wieder die eigenen Rinder der Familie Schilling: 140 bis 150 Mastochsen und Färsen der Rasse Limousin mit ihren Mutterkühen, die hier bewusst extensiv gemästet werden. Die hohen Kosten waren lange Zeit über den Verkauf nur schwierig wieder hereinzubekommen. Die Schillings setzten zunächst auf die Vermarktung ihres biozertifizierten Qualitätsfleisches in die Metropolen: Hamburg, Berlin und München. „Das war aber sehr mühsam. Und weil es so unpersönlich war, hat es einfach keinen Spaß

gemacht“, so Mathias Schilling. „Seitdem wir seit 2011 unsere Gaststätte in Schaprode haben, geht es uns gut.“ Hier und im angrenzenden kleinen Hofladen wird das Fleisch heute zu 100 Prozent vermarktet. Aber nicht nur das, denn die Schillings setzen insgesamt auf Regionalität. Hofladen und Gaststätte bieten auch Wurst, Backwaren und Molkeprodukte aus der Region. Direkt am Schaproder Hafen gelegen, landet der von den Fischern der angrenzenden Insel Hiddensee gefangene Fisch frisch auf den Tellern der Gäste – denen des Gasthauses und denen des 2016 eröffneten Fischhauses, das ebenfalls im Familienbesitz ist. Ein Gästehaus mit einer Ferienwohnung und zwei Doppelzimmern rundet das Konzept ab. Gästehaus, Gasthof und Hofladen sind ganzjährig geöffnet – keine Selbstverständlichkeit in einer Region, die stark vom saisonalen Tourismus abhängt. „Drei Viertel der Kunden sind Touristen. Aber wir haben auch mehr und mehr einheimische Stammkunden. Es spricht sich rum, dass wir geöffnet haben, wenn hier außerhalb der Saison nichts mehr offen ist“, meint Schilling. Der lange Atem über mehrere Winter hat sich gelohnt.

Regionale Fischer ins Boot geholt

Zu den Hiddenseer Fischern pflegt Mathias Schilling langjährige Kontakte – angefangen mit einem Handel für regionale Biolebensmittel

auf der Insel Rügen, dann über seinen Gasthof und das Fischhaus. Dadurch hat er Einblick in die Strukturen vor Ort. 17 Fischer haben sich in der Fischereigenossenschaft Hiddensee e. G. zusammengeschlossen, die nun aber aufgrund fehlenden Nachwuchses vor dem Aus steht. Viele ältere Fischer sind kurz vor der Rente, Nachwuchsfischer gibt es kaum, da sich mit der Arbeit kein Lebensunterhalt mehr verdienen lässt. „So ähnlich sieht es hier in vielen Bereichen aus“, meint Schilling. „Die regionalen Wirtschaftskreisläufe kommen mehr und mehr zum Erliegen. Wenn man nicht aufpasst, wird Hiddensee eine reine Ferieninsel für Reiche, ohne Lebensgrundlage für die einheimische Bevölkerung.“ Dem will er etwas entgegensetzen. Um den verbleibenden Fischern eine Stimme zu geben, gründete er mit ihnen den Verein Hiddenseer Kutterfisch e. V.

Damit sich Fischfang wieder lohnt

Die Hiddenseer Fischer arbeiten noch ganz traditionell mit Stellnetzen. Sie liefern ihren Fisch überwiegend an einen regionalen Fischgroßhändler, an regionale Gaststätten oder direkt an das Saßnitzer Fischwerk auf Rügen. Mit der Marke „Hiddenseer Kutterfisch“ wird der Hiddenseer Fisch nun jedoch erstmals auch als solcher vermarktet. Die Fischer erhalten das Doppelte des üblichen Preises. Verarbeitet



- 1 Agraringenieur Mathias Schilling stärkt mit seinen Aktivitäten nicht nur das eigene Familienunternehmen, sondern auch die Wirtschaft der Region.
- 2 Blick von Rügen aus auf die Boddengewässer des Nationalparks Vorpommersche Boddenlandschaft
- 3 Terrasse von Schillings Gasthof in Schaprode auf der Insel Rügen

wird der Fisch in zwei Schritten: Das Fischwerk Saßnitz auf Rügen filetiert den Fisch und liefert ihn dann in ein Fischkonservenwerk in das nahegelegene Stralsund. Heraus kommen Hausmacher Brathering im Glas, Rollmops und in verschiedenen Variationen eingelegter Hering in der Dose. Der Kunde kann sicher sein, dass sich tatsächlich Hiddenseer Fisch in den Konserven befindet, so Schilling: „Für Fischwerk und Konservenproduzent ist die Trennung tägliches Geschäft, denn sie ist eine Voraussetzung für die MSC-Zertifizierung vieler Chargen.“ Das MSC-Siegel für nachhaltige Fischerei erhält der Hiddenseer Kutterfisch jedoch nicht, da das Zertifizierungsverfahren sehr aufwendig ist. Ein Großteil der beteiligten Fischer ist aber nach den Richtlinien für die Nachhaltige Fischerei des Ökolandbau-Verbandes Naturland zertifiziert.

Die Entwicklung und Positionierung der Marke, die Kreation der Produkte und der Vermarktungsaufbau des Hiddenseer Kutterfischs wurden über das Modellvorhaben Land(auf)Schwung des Bundeslandwirtschaftsministeriums mit 30 000 Euro gefördert.

Breit aufgestellt

Vermarktet werden die Fischkonserven zum einen im Schaproder Hofladen. Zum anderen hat Schilling einen Laden im Hiddenseer Ort Vitte

eröffnet, in dem neben dem Fisch und Souvenirs weitere regionale Produkte wie Wacholderschnaps und Aquavit angeboten werden. Seit September dieses Jahres können die Produkte auch über einen Online-Shop bestellt werden. Ab 2018 wird es auf Hiddensee einen weiteren Hofladen mit regionalen Produkten geben, neben Fisch gehören dazu auch Hiddenseer Lamm- und Rindfleisch sowie Wollprodukte. Auch dieses Projekt wird mit 10 000 Euro über Land(auf)Schwung gefördert. Der rührige Unternehmer und Slow-Food-Fan hat außerdem in diesem Jahr einen sogenannten Slow-Fast-Food-Imbiss auf der Insel eröffnet, in dem es qualitativ hochwertigen Imbiss wie Fish & Chips aus regionalen Produkten gibt. Das Konzept kommt gut an, nicht nur bei den Touristen. Insgesamt 16 Mitarbeiter sind mittlerweile in der Landwirtschaft und den verschiedenen Lokalitäten beschäftigt.

Für die Zukunft hat Mathias Schilling noch weitergehende Pläne: Zwei weitere Regionalmarken für regionales Fleisch möchte er aufbauen. Zu diesem Zweck hat die Familie bereits zusätzliche landwirtschaftliche Flächen auf Rügen gepachtet.

Bei all diesen Aktivitäten ist man manchmal erstaunt über den Mut des Unternehmers in dieser strukturschwachen Region. Der Wunsch, die

regionale Wirtschaft wieder in Gang zu bringen, ist die Motivation Schillings. Ein langer Atem ist dafür wichtig und: „Man darf sich nicht totreden lassen von denen, die überall Bedenken haben.“

BETRIEBSSPIEGEL:

Betriebsart: Landwirtschaft, Regional-/Direktvermarktung, Gastronomie, Pension

Betriebsfläche: 180 Hektar Grünland

Tierhaltung: 140 bis 150 Mastochsen und Färsen der Rasse Limousin mit ihren Mutterkühen

Mitarbeiter: 16



KONTAKT:

Mathias Schilling
Schillings Gasthof
Telefon: 038309 1216
post@schillings-gasthof.de
www.schillings-gasthof.de
www.hiddenseer-kutterfisch.de

Biogas statt Milch

Auf Energie aus Pflanzen fußt der Betrieb von Juliane und Winfried Vees heute. Aus der früheren Milchwirtschaft mit Schweinemast ist mittlerweile der Energiehof Weitenau geworden. [VON ANDREA BIRRENBACH]

Wenn Juliane Vees in den früheren Stall kommt, dann bedauert sie manchmal, dass hier keine Kühe mehr stehen, die Milch für den Hof geben. „Ich bin mit Kühen aufgewachsen. Wenn man mit Tieren gelebt und gearbeitet hat, dann hat man eine sehr enge Bindung zu ihnen“, sagt sie. Aus dem früheren Milchviehbetrieb im baden-württembergischen Eutingen-Weitingen ist mittlerweile etwas geworden, das sie jedoch auf andere Art fordert und ihr Freude bereitet: der Energiehof Weitenau. Eine Biogas-Anlage und eine Biomethan-Tankstelle ermöglichen Juliane und Winfried Vees mit ihren drei Kindern und den Altenteilern Anna und Manfred Vees ein Auskommen.

2002 begann die Umstellung des Hofes, den Anna und Manfred Vees seit 1966 als Milchviehhalter und Schweinemäster führten. Sohn Winfried und Schwiegertochter Juliane hatten sich aus finanziellen Gründen für eine Erweiterung des Hofes entschieden und nahmen 2004 eine Biogasanlage in Betrieb. In den folgenden beiden Jahren lief die Anlage so erfolgreich, dass die Veeses 2006 die Tierhaltung aufgaben. Der Betrieb, der damals 52, jetzt 54 Hektar Land bewirtschaftet, war nicht groß genug, um gleichzeitig Material für die Biogasanlage und Futter für die Tiere zu produzieren. „Wir haben gemerkt, dass die Biogasanlage die finanziell bessere Option ist“, sagt Winfried Vees. „Beides zusammen war außerdem eine große Herausforderung: Die Tiere mussten regelmäßig versorgt werden, aber wir mussten auch sofort handeln, wenn in der Biogasanlage technisch etwas nicht in Ordnung war.“

Deshalb konzentrieren sich die Veeses seither auf erneuerbare Energien. Seit 2007 betreiben sie Fotovoltaik-Anlagen, die mittlerweile die Dächer des Wohnhauses, des ehemaligen Kuhstalls und einer Halle bedecken. In Kooperation mit der Gemeinde Eutingen-Weitingen investierte der Energiehof im Jahr 2012 darüber hinaus in einen Solarpark mit einer Leistung von 999 Kilowatt. Die Gesamtkosten des Solarparks beliefen sich auf etwa 1,5 Millionen Euro, die sich die Gemeinde und die Veeses je zur Hälfte teilten.

Kooperation in der Region

Die eigenen Flächen des Energiehofs Weitenau liefern heute knapp die Hälfte des Substrats, das die Biogasanlage benötigt. Neben Mais wachsen hier das aus Ungarn stammende und besonders wuchsfreudige Szarvasi-Gras, Luzerne, Ackerfutter und Wildpflanzen. Nicht nur die Greening-Vorgaben der EU haben dazu geführt, dass die Veeses mittlerweile ein großes Portfolio an Pflanzen anbauen, darunter auch fünf Hektar „Durchwachsene

Silphie“. Da sie blüht, gefalle sie den Menschen in der Region besser als große Felder Mais, sagt Winfried Vees. „Mais ist stark in die Kritik geraten. Für uns ist das nicht verständlich, aber wir versuchen, auf das zu reagieren, was die Gesellschaft möchte.“

Die andere Hälfte des Substrats für die Biogasanlage kaufen die Veeses zu. Auch Pferde- und Schweinemist von Höfen in der Umgebung wird von der Anlage in Energie verwandelt. Der Energiehof kooperiert dazu mit zehn bis zwölf Landwirten. In der Region, etwa 50 Kilometer südwestlich von Stuttgart, betreiben zahlreiche Landwirte im Nebenerwerb Ackerbau, hauptberuflich arbeiten sie in den Industriebetrieben der Umgebung. „Die Kooperation ist eine Win-Win-Situation für uns alle“, sagt Juliane Vees. „Wir zahlen einen fairen Preis für die Erzeugnisse und die Kollegen nehmen uns wiederum die Gärprodukte aus der Anlage ab.“ Die Landwirte bringen die Gärreste als Düngung auf ihren Flächen aus und brauchen dadurch weniger Mineraldünger. Für diese Kreislaufwirtschaft – und für das Gesamtkonzept des Hofes – haben die Veeses im Jahr 2016 den „Ceres Award“ erhalten, eine Auszeichnung des Deutschen Landwirtschaftsverbands und des DLZ Agrarmagazins für innovative Betriebe.

Zukunft Biomethan

In sieben Jahren wird der Energiehof keine Förderung nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz mehr erhalten. Die Veeses gehen davon aus, dass der Biogas-Preis dann so niedrig sein wird, dass der Hof weitere Einkommensquellen braucht. Um ein weiteres Standbein aufzubauen, sind die Veeses deshalb in die Produktion von Biomethan, sogenanntem Compressed Natural Gas (CNG), eingestiegen und haben 2015 eine Bioerdgas-Tankstelle eröffnet. Das Umweltministerium von Baden-Württemberg förderte den Bau der Tankstelle mit rund 30 Prozent. „Wir gehen den Weg Richtung Kraftstoffproduktion, um autark zu werden“, sagt Winfried Vees. Autofahrer aus der Region tanken nun auf dem Energiehof für 1,12 Euro pro Kilogramm (Stand: Anfang Oktober 2017). Da Erdgasfahrzeuge auf 100 Kilometern weniger Kraftstoff verbrauchen als Benzin- oder Dieselmotoren, ist das Fortkommen auf Pflanzenbasis vergleichsweise günstig. Gleichzeitig ist der Ausstoß von CO₂, Feinstaub und Stickoxid geringer.

Um Erdgas-Autos in den öffentlichen Fokus zu rücken, haben die Veeses bei einem Tag der Offenen Tür im Juli 2017 nicht nur Führungen über den Hof, zur Biogas- und Biomethan-Anlage angeboten, sondern gleichzeitig zu einem sogenannten CNG-Fahrtag eingeladen. Einige



Autohersteller haben an diesem Tag ihre gasbetriebenen CNG-Modelle präsentiert, die Besucher durften Probefahren. Auch ein mit Biogas betriebener Traktor war ausgestellt.

Vernetzung und Wissensvermittlung

Beim Tag der Offenen Tür waren Vertreter des Fachverbands Biogas mit einem Infostand dabei, Vereine und Unternehmen der Region stellten sich vor, der Naturschutzbund informierte über seine Arbeit, die LandFrauen, bei denen Juliane Veese aktiv ist, servierten Kuchen. Auch die Akteure der LEADER-Region Oberer Neckar hatten Infomaterial über ihre Projekte dabei. Mit der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) sind die Veesees eng vernetzt, sie haben bereits im Vorfeld der LAG-Gründung über die Zukunft der Region mitdiskutiert. Für ihre Idee, einen Austausch der Auszubildenden der lokalen Unternehmen zum Thema erneuerbare Energien zu organisieren, haben sie von der LAG einen Preis erhalten. Wann dieses Projekt umgesetzt werden kann, wissen die Veesees noch nicht – der Energiehof, den sie als Familienbetrieb mit einem Angestellten führen sowie viele ehrenamtliche Verpflichtungen lassen wenig Zeit.

Ihre Aktivitäten, wie den Tag der Offenen Tür, teilen die Veesees auch virtuell, auf der eigenen Website, auf Facebook und über eine eigene App. Winfried Veese ist Vernetzung ein großes Anliegen, ebenso wichtig ist es ihm, seine Erfahrungen mit Biogas und Biomethan weiterzugeben. Als die Veesees Anfang der 2000er-Jahre in die Biogas-Produktion einstiegen, waren die Informationen rar, als Pioniere arbeiteten sie sich autodidaktisch ein. Nun dient der hofeigene Seminarraum regelmäßig dazu, Besuchergruppen, darunter Studierende der Universitäten Stuttgart, Tübingen, Hohenheim sowie der Fachhochschule Rottenburg, zu empfangen. Winfried Veese war über 25 Jahre lang im Schuldienst tätig, er unterrichtete an einer landwirtschaftlichen Berufsschule und bildete selbst Lehrlinge aus. „Er vermittelt gerne Wissen“, so seine Frau. „Unsere Kinder sagen immer: einmal Lehrer, immer Lehrer.“

Gleichzeitig profitieren die Veesees durch ihre Kontakte zur Wissenschaft von den neusten Erkenntnissen. Die Veesees laden nicht nur Befürworter, sondern auch Kritiker von Biogas und Biomethan zu sich ein, die Produktion zu besichtigen, da sie von der Sinnhaftigkeit ihres Tuns und der Energie aus Pflanzen überzeugt sind. Diese Überzeugung ist es auch, die Juliane Veese verschmerzen lässt, heute einen Hof zu führen, auf dem nicht mehr Tiere, sondern Pflanzen im Mittelpunkt stehen.



1 CNG-Tankstelle auf dem Energiehof: Aus Pflanzen und Reststoffen wird Treibstoff.

2 Energiehof Weitenau von oben

3 Der Energiehof dient als Lernort Bauernhof auch der Bildung: Winfried Veese zeigt einer Schulklasse den Betrieb.

4 Juliane und Winfried Veese

BETRIEBSSPIEGEL:

Energiehof Weitenau
Betriebsart: Landwirtschaft und erneuerbare Energien

Betriebsfläche: 54 ha, davon 35 ha Ackerland, 17 ha Grünland und 1 ha Solarpark mit Ausgleichsfläche

Mitarbeiter: 1



KONTAKT:
Juliane und Winfried Veese
Energiehof Weitenau
Telefon: 07457 59132
info@energiehof-weitenau.de
www.energiehof-weitenau.de



Breit aufgestellt in Mecklenburg

Ackerbau, Schweine und Rotwild, eigene Schlachtung, ein Hofladen und ein Café: Der Familienbetrieb Sandmann-Böckmann beweist Mut zur vielfältigen Diversifizierung und hat sich in der Region etabliert. [VON HOLGER BRANDT]

„Liebe zur Landwirtschaft. Das sind wir.“ Unter diesem Slogan betreibt Familie Sandmann-Böckmann seit 1990 ihren SaBö-Hof in Nantrow. Bernd Sandmann ist Eigentümer in der sechsten Generation. Nach der Wende übernahm er den Betrieb von seinen Eltern und macht doch vieles anders als seine Vorgänger: Gemeinsam mit Ehefrau Ruth Sandmann-Böckmann, Sohn Sebastian und acht Mitarbeitern setzt er seit vielen Jahren auf Diversifizierung – und sorgt so für neue Einkommensquellen.

Schweine und Rotwild

Der SaBö-Hof im Landkreis Nordwestmecklenburg nahe der Halbinsel Poel verfügt über rund 340 Hektar landwirtschaftliche Fläche. Darauf wachsen vorrangig Winterweizen, Wintergerste und Winterraps. Vor 17 Jahren entschied sich die Familie dazu, zehn Hektar für Spargelanbau zu nutzen. Das war der Beginn der Diversifizierung, die in viele Richtungen weiterentwickelt wurde.

Kurz darauf startete die Familie mit der Direktvermarktung ihrer Erzeugnisse: Seit 2002 ist sie auf Volksfesten, Messen und in den Innenstädten

der Region unterwegs und verkauft Kartoffeln und Spargel. Wenig später kamen Hofladen und Hofcafé hinzu. Mittlerweile ergänzt ein Online-Shop die Vermarktung. Auf diesen Wegen bietet der SaBö-Hof selbst erzeugte Produkte wie Fleisch- und Wurstwaren an. Die stellt die Familie aus den 80 Schweinen her, die sie pro Jahr auf 40 Mastschweinplätzen heranzieht. Ein eigenes Schlacht- und Verarbeitungsgebäude errichtete sie 2014.

Neu hinzugekommen ist vor drei Jahren eine Rotwildherde. Mit 75 Alttieren zieht der Betrieb pro Jahr rund 70 Kälber auf und vermarktet das Wildfleisch ebenfalls direkt. Angenehmer Nebeneffekt: Die Rotwirsche auf dem 20 Hektar großen Gehege locken als Attraktion viele Besucher auf den Hof – besonders im Sommer, wenn die Kälber über die Wiese toben.

Doch Hirsche auf dem Hof zu halten, war anfangs auch mit Schwierigkeiten verbunden. Nicht nur fehlte Familie Sandmann-Böckmann Erfahrung in der Rotwildhaltung, auch die bürokratischen Auflagen und Genehmigungen stellten Hürden

dar. Herausforderungen, die die Familie meisterte. Unterstützt durch das Agrarinvestitionsförderungsprogramm schaffte sie alles an, was zur Haltung der Wildtiere gehört: spezielle Rotwildgatter, eine Fang-einrichtung, Schutzhütten und eine Tränke. Bei der Antragstellung und Abrechnung solcher Fördermittel steht der Familie seit vielen Jahren die Landgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern mbH als Partner zur Seite.

Herausforderungen als Antrieb

Dass der Hof so breit aufgestellt ist, ist keine Selbstverständlichkeit. Der typische Landwirtschaftsbetrieb in Mecklenburg-Vorpommern sieht anders aus. Doch die geringe Fläche und der gemeinsame Wille der Familie, aus den Gegebenheiten das Beste zu machen, waren Antrieb für die vielseitige Entwicklung.

Dabei gilt auch für den SaBö-Hof: Landwirtschaft ist nicht nur vom Können und Wollen abhängig, sondern auch von äußeren Faktoren. Die schwankenden Marktpreise machen das Geschäft schwer kalkulierbar. Und nicht zuletzt beeinflusst das Wetter den Ertrag und die

- 1 Regional und persönlich: So wird die Leberwurst vermarktet.
- 2 Blick in die Kühltheke: Das Sortiment des SaBö-Hofes ist vielfältig.
- 3 Süßes im Hof-Café
- 4 Beim Tag des Offenen Hofes schälten die Gäste Spargel um die Wette.



Qualität der Ernteprodukte. Familie Sandmann-Böckmann sieht all das weiterhin als Herausforderung und hat bereits neue Pläne.

Derzeit baut sie ein angemietetes Ladenlokal im Mecklenburger Einkaufszentrum in Gägelow zum eigenen Geschäft aus. Hierfür erhält sie eine Förderung über die Diversifizierungs-Richtlinie. Auch die Anschaffung eines mobilen Legehennenstalls für 250 Tiere ließ sie über das Agrarinvestitionsförderungsprogramm bezuschussen. Die produzierten Eier werden künftig über den Hofladen und das Ladenlokal verkauft.

Trend zum Regionalen nutzen

Mit der intensiven Direktvermarktung, der Hofgaststätte, dem vielfältigen Angebot und der Qualität der Produkte hat sich der Familienbetrieb mit der Marke SaBö in der Region etabliert. Auch das Engagement, die Leidenschaft für die Landwirtschaft und die offene Art der Betreiber haben sicherlich dazu beigetragen. Wer möchte, kann den Hof jederzeit besichtigen. Alle Bereiche – die Schlachtung ausgenommen – sind begehbar. Für große Reisegruppen und Betriebsausflüge bietet Bernd Sandmann außerdem Führungen an. Und auf ihrem Hoffest begrüßen die Sandmann-Böckmanns jedes Jahr rund 5000 Besucher.

Die Aufgaben auf dem Hof sind damit so vielfältig geworden, dass die Familie verschiedene Bereiche untereinander aufgeteilt hat. Während Bernd Sandmann noch

immer Eigentümer des Hofes ist, hat er die Leitung des landwirtschaftlichen Betriebs dieses Jahr an seinen Sohn Sebastian weitergegeben. Ruth Sandmann-Böckmann leitet den Direktvermarktungsbereich. Die Arbeit in den einzelnen Bereichen geht allerdings noch immer Hand in Hand. So kann es vorkommen, dass der Landwirt den Spargel selbst serviert oder beim Unkrautziehen auf dem Spargelfeld zu finden ist. Man setzt ganz bewusst auf das Miteinander.

„Gemeinsam Spaß an der Arbeit zu haben, die in unterschiedlichen Bereichen zu erledigen ist, kritische Situationen meistern und den Erfolg gemeinsam genießen – das ist das, was wir uns wünschen“, sagt Ruth Sandmann-Böckmann. Um dem eigenen Qualitätsanspruch gerecht zu werden, setzt der Familienbetrieb auf jahrelange Erfahrung und das eigene Können. „Wir legen großen Wert auf eine gesunde Ernährung – für uns, unsere Kinder und unsere Kunden“, so Bernd Sandmann. „Bei uns wird selbst erzeugt, geerntet, gefüttert und verarbeitet.“ An diesem Ansatz arbeiten alle zusammen.

Die Geschichte des SaBö-Hofs zeigt: Zusatzeinkommen und Diversifizierung können landwirtschaftlichen Betrieben helfen, ihre Existenz langfristig zu sichern und ihr Risiko auf mehrere Standbeine zu verteilen. Einerseits kann es wirtschaftlich notwendig sein, andererseits zeugt es von unternehmerischem Geschick, Marktchancen zu erkennen und die eigenen Ressourcen optimal zu nutzen. Insbesondere der Trend zur Regionalität führt zu einer höheren

Nachfrage nach vor Ort erzeugten landwirtschaftlichen Produkten. Viele Verbraucher haben erkannt, dass sie beim Kauf saisonaler regionaler Lebensmittel nicht nur bessere Frische und Geschmack bekommen, sondern zugleich etwas für den Klima- und Umweltschutz tun und auch die lokalen Produzenten unterstützen. Diesen Trend weiß man in Nantrow für das eigene Familienunternehmen zu nutzen.

BETRIEBSSPIEGEL:

SaBö Café + Hofladen
Betriebsart: Landwirtschaft, Tierhaltung, Hof-Café, Direktvermarktung

Betriebsfläche: 340 ha, davon 310 ha Ackerland, 20 ha Rotwildgehege und ca. 10 ha Grünland

Mitarbeiter: 8



KONTAKT:

Bernd Sandmann,
 Ruth Sandmann-Böckmann,
 Sebastian Böckmann
 SaBö-Hof
 Telefon: 038426 227997
 info@saboe-hof.de
 www.saboe.de

Dr. Holger Brandt
 Landgesellschaft
 Mecklenburg-Vorpommern mbH
 Telefon: 03866 404-103
 holger.brandt@lgm.v.de
 www.lgm.v.de



Von der Haselnuss zur Henne

Waltraud und Peter Hartl setzen auf ihrem Hof auf ökologische Landwirtschaft. Dabei profitieren sie vom natürlichen Zusammenspiel von Legehennen und Haselnussbäumen.

[VON MANUELA WOLFRUM]

Im oberbayerischen Machtenstein im Landkreis Dachau, zwischen Moorgebieten, Flüssen und Hügellandschaften, liegt der landwirtschaftliche Betrieb von Peter und Waltraud Hartl. Hier sieht man Haselnussbäume und freilaufende Hennen, soweit das Auge reicht. Denn die Familie setzt auf einen nahezu geschlossenen Betriebskreislauf aus Pflanzenbau und Tierhaltung und pflegt so erfolgreich den ökologischen Landbau.

Das war nicht immer so. Als Peter Hartl den Betrieb 2002 von seinen Eltern übernahm, kümmerte er sich in deren Tradition zunächst weiter um rund 30 Milchkühe, die Rindermast und den Ackerbau mit Schwerpunkt Kartoffeln. Bereits ein Jahr später entschieden sich Peter und

Waltraud Hartl allerdings dazu, die Tierhaltung aufzugeben. Ackerbau als Schwerpunkt und dazu Milchviehhaltung waren zu arbeits- und zeitintensiv. Außerdem wären bei einer Weiterführung der Rinderhaltung große Investitionen in modernere und größere Ställe notwendig gewesen.

Die Haselnuss als Nische

Doch wie nun am besten die bestehenden Grünlandflächen nutzen? Die Hartls suchten nach einer Nische und fanden sie im Anbau von Haselnüssen. Dieses Vorhaben bestärkte auch die staatliche Beratung durch das Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, schließlich eignete sich der fruchtbare Boden hervorragend dazu, die Ansprüche von Haselnussbäumen zu erfüllen. Die ersten Hasel-

nussbäume pflanzte Familie Hartl im Jahr 2003. Heute bedecken sie eine Fläche von rund vier Hektar.

In der Anfangszeit der Umstellung lebte der Betrieb noch rein vom Ackerbau mit Getreide und Kartoffeln. Denn bis zur ersten Haselnussernte dauert es etwa fünf Jahre; mit einer vollen Ernte ist nach rund zehn Jahren zu rechnen. Aktuell unterstützen pro Saison drei bis vier Erntehelfer die Familie. Die Erträge lieferten die Hartls zur Aufbereitung und Vermarktung zunächst an einen externen Betrieb am Bodensee. 2012 entwickelten die Landwirte schließlich eine eigene Haselnussaufbereitung in Eigenleistung. Dabei machten sie sich die vorhandene Technik aus dem Kartoffelanbau zu Nutze. Die Haselnussaufbereitung mitsamt Knacker, Reinigung und Ölpresse läuft heute als Gewerbebetrieb. Die Familie bereitet nicht nur die betriebseigene Ernte auf, sondern auch die Ernte fremder Betriebe aus ganz Bayern.

Die Erträge in der Haselnussernte schwanken am Hof der Hartls von Jahr zu Jahr – zwischen 30 Dezitonnen pro Hektar in einem guten und fünf in einem schlechteren Jahr. Rund 70 Prozent der Ernte werden als ganze Haselnüsse in der Schale und als Haselnusskerne vermarktet. Aus den restlichen Erträgen stellt der Betrieb Haselnussöl, -likör, -schnaps und -mus her. Um beispielsweise einen halben Liter Haselnussöl herzustellen, braucht es ein Kilo Haselnusskerne.

All das vermarktete der Betrieb schon früh über das Netzwerk und die Marke „Unser Land“. Die Nachfrage nach Bioprodukten war dort hoch, diesen Trend erkannten die Hartls und stellten den Haselnussanbau 2010 auf ökologischen Landbau um. Zwei Jahre später folgte schließlich der restliche Betrieb, den sie seither nach den Bioland-Richtlinien bewirtschaften. Den Ausschlag hierzu gaben unter anderem Bedenken gegen den enormen Einsatz von Pflanzenschutzmitteln im Kartoffelan-

Waltraud und Peter Hartl vor einem mobilen Hennenstall





Ein Hennenleben
im Schutz der
Haselnussbäume

bau: Die Hartls wollten lieber mit der Natur arbeiten – und nicht gegen sie.

Geflügelte Schädlingsbekämpfung

Dieses Prinzip sollte nicht nur für den Kartoffelanbau gelten. Mit der biologischen Bewirtschaftung suchten Peter und Waltraud Hartl auch nach naturnahen Möglichkeiten, um den größten Schädling für die Haselnuss in Schach zu halten – den Haselnussbohrer. Die Lösung: Freiland-Geflügelhaltung. Die umherlaufenden Vögel halten nicht nur den Bestand des Käfers klein, sie sind außerdem ständig in Bewegung, düngen dabei den Boden und machen ihn durch ihr Scharren locker. Ein eingespanntes Netz über dem Boden der Haselnussplantagen sorgt dafür, dass die Ernte nicht auf die Erde und damit in den Kot der Vögel fallen kann.

Nicht jede Art von Geflügel eignet sich gleich gut dafür. Zunächst dachte Familie Hartl an eine Hähnchenmast. Ein Betrieb im Elsass gab ihnen aber den Tipp, dass eine Henne viel aktiver und somit besser zur Bekämpfung des Käfers und seiner Larven geeignet ist. Die Haltung von Legehennen schafft gleichzeitig ein weiteres Standbein für die Landwirte, da neben Waltraud und Peter Hartl mit Sohn Tobias bereits die nächste Generation im Betrieb mitarbeitet. Tobias Hartl verbrachte einen Teil seiner landwirtschaftlichen Ausbildung auf einem Lehrbetrieb mit Legehennenhaltung und hat dabei viele Erfahrungen gesammelt.

2015 investierte die Familie also in zwei mobile Bio-Legehennenställe, ein Jahr später zogen die ersten Hennen ein. Heute leben auf dem Hof rund 2 000 Legehennen, die zusammen im Schnitt 1 600 Eier pro Tag legen. Rund 70 Prozent der Eier vermarktet der Betrieb über Unser Land, aber auch regionale Metzger und Gärtnereien nehmen Eier ab.

Die Wiederaufnahme der Tierhaltung erzielte jedoch nicht nur in Sachen Haselnussanbau einen positiven Effekt. Waltraud Hartl begann bereits bei der ersten Haselnussernte damit, eine Ab-Hof-Vermarktung für verschiedene Haselnussprodukte aufzubauen, seit 2016 gibt es einen eigenen Hofladen. Dessen Sortiment konnte sie mit den Legehennen ausbauen und verkauft inzwischen auch Eier und Eierprodukte wie Nudeln und Likör sowie Leindotter- und Rapsöl.

Geschlossener Betriebskreislauf

Die Entwicklung des Hofes ging allerdings nicht ohne Herausforderungen vonstatten. So dauerte die Umstellungsphase auf ökologischen Anbau wegen der Dauerkulturen drei anstatt zwei Jahre. Außerdem musste währenddessen die Fruchtfolge zeitweilig geändert werden, da es für Umstellungsware von Kartoffeln und Haselnüssen nahezu keinen Absatzmarkt gibt. Und um die Legehennen so halten zu können, dass sie flexibel auf der Plantage umherwandern können, rüstete die Familie die Mobilställe nach. Außerdem leitet sie das Wasser im stallnahen Bereich auf die gesamte Hoffläche ab, damit es nicht zu großen Wasseransammlungen und starker Verschmutzung kommt.

So hat sich Familie Hartl im Laufe der Jahre vieles selbst erarbeitet; ergaben sich Fragen, konnte sie auf Unterstützung und Hilfestellung von Berufskollegen zählen. Die Familie war außerdem offen für Veränderungen, denn obwohl die Hartls vor Jahren mit der Tierhaltung abgeschlossen hatten, sind Tiere für den Hof nun doch wieder sinnvoll. Die Umstellung auf ökologischen Landbau lenkte die Sicht auf den gesamten natürlichen Kreislauf, der sich nun im nahezu geschlossenen Betriebskreislauf wiederfindet. Zwar kauft die Familie das Futter für die Legehennen überwiegend zu, denkt aber nun darüber nach, auf dem rund 40 Hektar großen Hof eigenes Futter herzustellen. Noch fehlt hierfür allerdings ein Partner, der das Futter entsprechend aufbereitet.

Zukünftig möchten Peter, Tobias und Waltraud Hartl das System stetig optimieren, das Wohl der Legehennen und darüber auch die Bedingungen für die Haselnussbäume weiter verbessern. So werden bereits erste Pläne für die Erweiterung der Legehennenställe um einen Wintergarten gemacht: In Ausnahmesituationen wie einer Stallpflicht aufgrund der Vogelgrippe könnten sie den Tieren dann mehr Komfort bieten.

BETRIEBSSPIEGEL:

Waldis Haselnuss

Betriebsart: Landwirtschaft und Tierhaltung, Direktvermarktung

Betriebsfläche: rund 40 ha, davon 4 ha Haselnussbäume, Rest Ackerbau

Mitarbeiter: drei bis vier Erntehelfer pro Saison



KONTAKT:

Peter und Waltraud Hartl
Telefon: 08138 6976340
info@waldis-haselnuss.de
www.waldis-haselnuss.de

Manuela Wolfrum
BBV LandSiedlung GmbH
Telefon: 089 590682921
manuela.wolfrum@bbv-ls.de
www.bbv-ls.de

Kinderbetreuung auf dem Biohof

Gegen viele Widerstände hat Anne-Marie Muhs auf ihrem Biohof einen Kindergarten aufgebaut. Die Initiatorin ist überzeugt: Davon profitieren nicht nur Kinder und Betrieb, sondern auch der ländliche Raum.

[VON JÜRGEN BECKHOFF]



Im Jahr 1999 entwickelte Anne-Marie Muhs die Idee, auf dem gemeinsam mit ihrem Mann Rainer Muhs geführten Betrieb im Dorf Krumbek nahe der schleswig-holsteinischen Ostseeküste einen Bauernhofkindergarten einzurichten. Zu Beginn gab es allerdings von allen Seiten vor allem eines: Bedenken.

Obwohl es bereits eine naturnahe Spielgruppe vor Ort gab, trauten sich deren Erzieherinnen die Arbeit auf dem Hof nicht zu und einige Eltern sowie Behördenvertreter sahen Gefahren durch Tiere und Maschinen. Selbst Rainer Muhs war unwohl bei dem Gedanken, zukünftig bei der Hofarbeit ständig auf spielende Kinder achtgeben zu müssen.

Doch Anne-Marie Muhs ließ sich davon nicht abschrecken. Ihr Konzept sah vor, einen Kindergarten für Drei- bis Sechsjährige direkt in einen landwirtschaftlichen Betrieb einzubetten und den Kindern so oft wie möglich praktische Einblicke in die Erzeugung von Lebensmitteln zu geben, alles im Rahmen einer Halbtagsbetreuung mit Frühstück.

Aufwachsen mit Tier und Landwirtschaft

Mit dieser Idee betrat der Biohof Muhs vor 18 Jahren absolutes Neuland. Und selbst heute gibt es bundesweit nur etwa 25 Kindergärten dieser Art. Dabei besteht laut Anne-Marie Muhs kein Zweifel am Bedarf: „Viele Kinder haben überhaupt keinen Bezug mehr zu Lebensmitteln, geschweige denn zur Landwirtschaft.

Das ist auch hier auf dem Land nicht viel besser als bei Stadtkindern.“

Um diesen Bezug wiederherzustellen, bietet der Biohof Muhs die Voraussetzungen. Zentrum des Hofes ist eine eigene Schlachtereierei, deren Bio-Produkte über einen Hofladen vermarktet werden. Ferkel und Fleisch stammen von Sauen und Schweinen aus dem eigenen Betrieb. Die Flächen, auf denen das Futter für die Tiere angebaut wird, liegen am Hof. Ackerbau, Tierhaltung und Verarbeitung sind also direkt vor der Kindergartentür – alles zum Anfassen, Mitmachen und direkten Erleben.

„Die Kinder sind bei uns wirklich mittendrin“, sagt Anne-Marie Muhs. Dazu gehört es, den Kreislauf von Saat, Wachstum und Ernte, aber auch von Geburt und Tod mitzuerfolgen. „Die Kinder lernen durch den Umgang mit Tieren, Verantwortung zu übernehmen und Empathie zu entwickeln.“ Deshalb sieht Anne-Marie Muhs einen Bauernhof als lebendige Lernwerkstatt, die nicht konstruiert ist.

Gemeinnütziger Trägerverein ist Pflicht

Um die Idee des Bauernhofkindergartens in die Tat umzusetzen, reichte ein überzeugendes pädagogisches Konzept allein nicht aus. Auch auf organisatorischer Ebene galt es, Auflagen zu erfüllen. Als Erstes musste ein gemeinnütziger Träger für den Kindergarten geschaffen werden, den Anne-Marie Muhs kurzerhand mit fünf weiteren Eltern selbst gründete: die Wurzeln

der Kinder e. V. Außerdem musste sie einen Nachweis darüber erbringen, dass die Auflagen des Kindertagesstättengesetzes eingehalten werden. Dazu gehören nicht nur ein Hygienekonzept nach den strengen HCCP-Vorgaben (Hazard Analysis and Critical Control Points) zur Lebensmittelsicherheit, sondern auch viele bauliche Vorschriften. So muss beispielsweise das Kindergartengelände durch einen Zaun vom restlichen Betrieb abgegrenzt sein, es müssen genügend Waschbecken und Kindertoiletten in vorgeschriebener Höhe vorhanden sein und der Fußboden darf keine Schwellen haben.

„Ursprünglich hatten wir geplant, ein bestehendes Haus dafür umzubauen. Das haben wir dann aber verworfen und einfach ganz neu gebaut“, erzählt Anne-Marie Muhs. Zur Finanzierung sprach sie viele potenzielle Förderer an, lokale Banken, Bio-Handelsketten und landwirtschaftliche Behörden. Erfolg hatte sie letztlich beim Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume, das im Rahmen des Programms zur Dorferneuerung ein Drittel der Kosten übernahm. Dann ging es schnell. Nach nur neun Monaten war der Bau fertiggestellt und behördlich freigegeben.

Große Nachfrage

Der ungewöhnliche Kindergarten stieß von Anfang an auf Interesse: „Die 18 freien Kinderplätze waren ruckzuck vergeben“, erinnert sich Anne-Marie Muhs. Dafür genügte etwas Pressearbeit und Mund-Pro-



paganda unter den Eltern. Schwieriger gestaltete sich die Suche nach geeigneten Erzieherinnen. Erst nach 13 Vorstellungsgesprächen wurde man fündig. „Dann hatten wir aber zwei Volltreffer“, freut sich Anne-Marie Muhs. „Die beiden Erzieherinnen sind jetzt seit 17 Jahren dabei und können sich gar nicht mehr vorstellen, jemals wieder in einem normalen Kindergarten zu arbeiten.“

Der Träger Wurzelkinder e. V. zahlt eine monatliche Miete für die Nutzung des Gebäudes, die sich an der ortsüblichen Wohnmiete orientiert. Alle Plätze sind seit der Gründung im Jahr 2000 durchgehend belegt. Aber auch für den Betrieb erwies sich das Konzept als voller Erfolg. Der Imagegewinn ist für Anne-Marie Muhs ein wichtiger Faktor: „Wir bekommen wirklich seit Jahren immens viel positive Aufmerksamkeit durch den Kindergarten. Und die Eltern der Kinder identifizieren sich ganz schnell mit dem Hof, einschließlich der Großeltern. Das macht sich auch beim Verkauf unserer Biofleischwaren bemerkbar.“ Genauso sehr freut sie sich darüber, dass sich der Hof durch den Kindergarten für das Dorf geöffnet hat und eine echte Identifikation mit dem ganzen Ort schafft.

Laut Anne-Marie Muhs bietet sich das Konzept vor allem für Betriebe mit Direktvermarktung an, die ohnehin viel Kundenkontakt haben. Natürlich sollten die Betriebsleiter auch Freude an Kindern haben und eine gewisse Offenheit für Pädagogik mitbringen. „Aber grundsätzlich

kann die Betriebsleitung relativ frei entscheiden, wie weit sie sich einbringen möchte. Kein Landwirt muss so wie ich den Vorsitz des Vereins übernehmen“, sagt sie. Die Betriebe müssten nur den Rahmen schaffen, das heißt einen Trägerverein initiieren und ein den Vorgaben entsprechendes Gebäude stellen. Der laufende Kindergartenbetrieb organisiert sich überwiegend allein durch Eltern und Pädagogen.

Die Idee weiterverbreiten

Anne-Marie Muhs' großes Anliegen ist es, die Idee eines Bauernhofkindergartens zu verbreiten und weitere Betriebe davon zu überzeugen. Deshalb gibt sie inzwischen Seminare zum Thema, die stets gut besucht sind. Außerdem hat sie in diesem Jahr mit der Kita-Natura e. G. eine gemeinnützige Genossenschaft gegründet. Das Ziel: Bundesweit sollen Betriebe beim Aufbau eines agrarpädagogischen Angebots oder Kindergartens aktiv unterstützt werden. Die Genossenschaft hilft Erziehern und Landwirten ganz konkret bei der Gründung, Konzeption und beim Beantragen von Fördermitteln, aber auch beim anschließenden Personalmanagement, bei der Buchhaltung oder beim Marketing. Auch Fort- und Weiterbildungen für Landwirte und Pädagogen sind Teil der angebotenen Leistungen.

Das Bundeslandwirtschaftsministerium hat den Hof der Familie Muhs außerdem wegen seines innovativen Konzepts als einen von bundesweit 242 „Demonstrationsbetrieben Öko-

logischer Landbau“ ernannt. Auch in dieser Funktion werden regelmäßig die Türen für die Öffentlichkeit geöffnet.

Unverhofften Rückenwind erhält die Genossenschaft durch den derzeitigen großen Bedarf an Kindergartenplätzen in ländlichen Gemeinden. Selbst Betriebsleiter Rainer Muhs ist inzwischen überzeugt vom Konzept des Bauernhofkindergartens. Er hat in den vielen Jahren mit den Kindern und Eltern so viel Interesse und Wertschätzung für seine Arbeit als Landwirt erfahren wie nie zuvor.

- 1 Die Kinder haben viel Kontakt zu den Bauernhoftieren.
- 2 Umgeben von viel Grün spielen und lernen die Kinder.

BETRIEBSSPIEGEL:

Demonstrationsbetrieb Muhs

Betriebsart: Landwirtschaft und Fleischerei

Betriebsfläche: 40 ha, davon 10 ha Grünland

Tierhaltung: 30 Zuchtsauen (Angler Sattelschweine und andere Rassen), 500 Mastschweine pro Jahr

Mitarbeiter: 15



KONTAKT:

Anne-Marie Muhs
Gemeinnützige Genossenschaft
Bauernhofpädagogik
Kita-Natura e. G.
Telefon: 04344 1278
info@biohof-muhs.de
www.biohof-muhs.de



Senioren in der alten Scheune

Menschen aus der gesamten Bundesrepublik verbringen auf Hof Klostersee ihren Lebensabend. Sie wohnen in der ehemaligen Scheune und beteiligen sich am Hofleben. Ein tragfähiges und übertragbares Konzept? [VON ANJA RATH]

Etwa eine Autostunde – rund drei mit Bus und Bahn – von Lübeck entfernt liegt das Ostseeheilbad Grömitz: Meer, Land und Landwirtschaft – im Frühling dominiert das Gelb des Rapses, dazwischen Waldinseln. Als kulturelle Perle der Gemeinde gilt das „Klosterdorf Cismar“. Dessen ehemaliges Benediktinerkloster aus dem 13. Jahrhundert hat auch dem Bauernhof „Hof Klostersee“ seinen Namen gegeben.

Hofgemeinschaft

Vor 30 Jahren hat der Hof seinen Betrieb auf die biologisch-dynamische Wirtschaftsweise umgestellt. Seit 1997 ist er im Besitz des gemeinnützigen Vereins Hof Klostersee e.V. Eine Betriebsgemeinschaft hat das Anwesen gepachtet und betreibt Ackerbau sowie Milchviehhaltung. Außerdem gibt es eine Käserei, eine Bäckerei und einen Hofladen mit Café. Für die verschiedenen Wirtschaftsbereiche hat die Betriebsgemeinschaft mehrere Gesellschaften gegründet. Die Verantwortung teilen sich

acht Personen, darunter vier Landwirte, ein Käser und ein Bäckermeister. Insgesamt sind 35 Personen auf dem Hof tätig. Eine von ihnen ist Annika Nägel. Ihre Eltern haben den Betrieb vor 20 Jahren an den Verein übertragen. Seit etwa einem Jahr ist sie wieder auf dem Hof und heute für den Bereich „Urlaub auf den Bauernhof“ verantwortlich. „Mein wirtschaftliches Standbein ist die Vermietung unserer fünf Ferienwohnungen“, sagt die 33-jährige Landwirtin.

Daneben engagiert sie sich ehrenamtlich: für das Altenwohnprojekt des Vereins. Es ist vor 17 Jahren gestartet. Der Impuls dafür kam von einem Mitarbeiter der Hannoverischen Kassen, einem ethisch-sozial orientierten Unternehmensverbund, der betriebliche Altersversorgung anbietet. „Damals zeichnete es sich bereits ab, dass der demografische Wandel ein Thema wird“, sagt Annika Nägel. Auf dem landwirtschaftlichen Betrieb blieb für Dinge, die das schöne Leben in einer Gemeinschaft

ausmachen, oft wenig Zeit. „Meine Eltern fanden die Idee spannend, Menschen in die Hofgemeinschaft aufzunehmen, die nicht mehr unter wirtschaftlichem Druck stehen und trotzdem Lust haben, sich vor Ort zu engagieren und im Rahmen ihrer Möglichkeiten ehrenamtlich Aufgaben zu übernehmen.“

Der Verein diskutierte die Idee mit Feriengästen, inserierte in der Bioladen-Zeitschrift „Schrot und Korn“ und stieß bundesweit auf großes Interesse: Zehn Senioren im Alter zwischen 59 und 79 Jahren zogen vor 16 Jahren auf dem Hof ein. Auch die Öffentlichkeit interessierte sich, es gab Zeitungsartikel und eine Diplom-Arbeit setzte sich 2003 mit dem Zusammenleben auseinander. „Durch das Altenwohnprojekt ist ganz viel entstanden“, sagt Annika Nägel. So ist die Kulturreihe mit Konzerten auf dem Hof aus einer Initiative aus der Altenscheune hervorgegangen. Eine Mieterin hat über Jahre hinweg in der Käserei mitgearbeitet. Aktuell engagieren sich zwei Seniorinnen für die Öffentlichkeitsarbeit. „Sie machen im Sommer jede Woche eine Führung. In diesem Jahr hatten wir rund 900 Besucher.“ Zurzeit kocht eine Seniorengruppe jeden Mittag für die Hoftruppe und viele sind Ersatz-Großeltern, wenn Kinder auf dem Hof leben. Gemeinsam feiert die Hofgemeinschaft die Jahresfeste. Die Hausgemeinschaft der Altenscheune organisiert sich aber auch selbst und unternimmt gemeinsame Aktivitäten, beispielsweise Gänseessen zur Martinszeit. „Es gibt grundsätzlich viel Interesse an dieser Art alt zu werden“, so Nägel, „wenn wir die Interessenten konkret kontaktieren, weil wieder Plätze frei sind, ist die Resonanz natürlich verhaltener, da es ja dann doch ein großer Schritt ist.“ Es muss zeitlich und menschlich passen – für den neuen Mieter und für die Hofgemeinschaft.

Gemeinnütziges Projekt

Die „Alte(n)-Scheune“ ist ein Vereinsprojekt, also von den Wirtschaftsbereichen des Betriebs getrennt. Hof Klostersee ist dabei sowohl Vermieter als auch Ansprechpartner für soziale Belange. So trifft sich Annika Nägel einmal wöchentlich mit der Hausgemeinschaft aus der „Altenscheune“. Sie berichtet über die Themen der Betriebsgemeinschaft, kleine organisatorische Anliegen werden besprochen oder Ideen vorgestellt und angefragt, ob jemand Lust hat mitzumachen. „Es geht darum, im guten Kontakt mit der Gruppe zu bleiben und die Ideen und Vorschläge von den Alten aufzunehmen“, sagt sie.

Momentan wohnen neun Senioren auf dem Hof. Es gab einige Umzüge und Todesfälle: In diesem Jahr ist eine Mieterin verstorben, die von Anfang an dabei war und dadurch sehr vielfältige und enge Beziehungen hatte. „Ich habe das Gefühl, dass es uns in der Gemeinschaft gut gelingt, das Abschiednehmen zu gestalten“, sagt Nägel. „Die Bewohner haben sich bewusst ausgesucht auf diese besondere Art alt zu werden.“ Die Hausgemeinschaft in der Scheune hat eine Arbeitsgruppe zum Thema „Alt werden“ ins Leben gerufen und thematisiert zum Beispiel, was ansteht, wenn man Dinge nicht mehr tun kann. „Sie gehen sehr offen damit um. Es ist auch ein Thema für die wöchentliche Gesprächsrunde“, sagt

Annika Nägel. „So entwickelt sich eine Fähigkeit, über diese Dinge zu sprechen.“ Wichtig ist ihr aber auch: Die „Altenscheune“ auf Hof Klostersee ist kein Altenheim. Sobald jemand pflegebedürftig wird, muss derjenige oder dessen Familie eine Lösung finden, zum Beispiel mit ambulanten Pflegediensten. Die Gemeinschaft nimmt Anteil und übernimmt auch kleine Alltagshilfen.

Sieben 45 bis 75 Quadratmeter große Wohnungen gibt es in der Alten Scheune. Ein Großteil der späteren Mieter hat sich im Vorfeld in die Gestaltung der Wohnungen eingebracht. Insgesamt hat der Verein rund 695 000 Euro investiert. Die Kosten hat er vor allem über Bank- sowie Privatdarlehen getragen, die refinanziert werden müssen. „Das heißt, dass wir recht hohe Mieten haben, nämlich zehn Euro je Quadratmeter, was für den ländlichen Raum ja relativ viel ist“, so Annika Nägel. Inzwischen kann der Verein Rücklagen bilden – und weiter investieren: In diesem Jahr wurde ein Treppenlift installiert.

Das Soziale wollen

Ist das Altenwohnprojekt also ein Erfolgsmodell, das auch auf anderen Betrieben Schule machen könnte? „Um die hohen Anfangskosten zu finanzieren, gibt es inzwischen sicherlich viel mehr Fördermöglichkeiten als vor 17 Jahren“, sagt Annika Nägel. Ein Weg, um einen Hof in einer finanziellen Misere zu helfen, ist es in ihren Augen aber eher nicht. „Die Zugewinne sehe ich in der Lebensqualität. Wir haben ein großes Hofgelände, das jetzt viel lebendiger ist und auch schöner aussieht“, sagt sie. Das schätzen auch die Gäste und Kunden. „Auf dem Papier lässt sich so etwas nicht rechnen, aber der Hof ist zu einem Publikumsmagnet geworden.“

Dafür muss man definitiv Lust auf Auseinandersetzung und Diskussionen haben: „Es ist nicht alles Friede-Freude-Eierkuchen, insbesondere ältere Menschen können ja durchaus etwas Eigensinn an den Tag legen. Ein Dauerthema ist der Zustand der Zuwegung, wobei man sich als Landwirt manchmal fragt, wann man die denn noch ausbessern soll“, sagt die Landwirtin. Damit Menschen Lust haben, aufs Land zu ziehen, muss zudem der Ort selbst etwas bieten. „Unsere Senioren laufen von ihrer Wohnung 200 Meter zu einem Hofladen mit komplettem Naturkostsortiment und Café.“ Anfangs gab es das noch nicht. „Die ersten Mieter hatten schon Pioniergeist“, sagt Annika Nägel. Die Aufgabe, das Altenprojekt zu begleiten, ist ihr eher zugefallen. „Aber inzwischen ist es eine meiner liebsten. empfinde den Austausch als sehr bereichernd.“

BETRIEBSSPIEGEL

Hof Klostersee

Betriebsart: Biologisch-dynamische Landwirtschaft, Direktvermarktung, Käserei, Bäckerei, Bildungsstätte, Ferienwohnungen, Altenscheune

Betriebsfläche: 160 ha, davon rund 80 ha Ackerfläche, Obstbäume

Tierhaltung: Rund 60 Milchkühe – Weidegang April bis November

Mitarbeiter: 27

SERVICE:

Die Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst Holzminden untersucht im Projekt VivAge, wie Angebote auf landwirtschaftlichen Betrieben den Lebensabend auf dem Land unterstützen können. www.blogs.hawk-hhg.de/vivage/



KONTAKT:
Annika Nägel
Hof Klostersee e.V.
Telefon 04366 88074
ferien@klostersee.org
www.klostersee.org

Rechtliche Klarheit schaffen

Wer in der Landwirtschaft diversifiziert, hat enorme rechtliche Hürden zu nehmen. Die Hygiene- und die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung stellen vor allem kleine direktvermarktende Betriebe vor große Herausforderungen.



Dr. Hans-Dieter Stallknecht ist Referent beim Deutschen Bauernverband, dort Ansprechpartner für die Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“ und Geschäftsführer des Bundesausschusses Obst und Gemüse (BOG).
www.bauernverband.de/bog

Herr Dr. Stallknecht, mit welchen rechtlichen Herausforderungen haben diversifizierende Betriebe zu kämpfen?

Ganz aktuell ist die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung mit der verpflichtenden Nährwert- als auch der Allergenkennzeichnung ein wichtiger Bereich. Bei der verpflichtenden Nährwertkennzeichnung ab dem 13. Dezember 2016 gibt es nach wie vor keine konkrete Ausnahmeregelung für landwirtschaftliche Direktvermarkter. Nach wie vor ist der Begriff kleine Mengen in Deutschland ein undefinierter Bereich. Hier wäre etwas mehr Klarheit sinnvoll, sowohl für die Lebensmittelkontrolleure, als auch die dem Recht unterworfenen landwirtschaftlichen Direktvermarkter. Hier gilt es, den Sachverständigen-Arbeitskreis ALS/ALTS für die Lebensmittelüberwachung aufzufordern, die Ausnahmen von der verpflichtenden Nährwertkennzeichnung für landwirtschaftliche Direktvermarkter so konkret wie möglich zu fassen. Dies wird im Übrigen auch vom Verband der Lebensmittelkontrolleure so unterstützt.

Darüber hinaus gibt es vielfältige weitere rechtliche Herausforderungen: angefangen vom Bauen im Außenbereich, über die steuerliche Abgrenzung von Landwirtschaft und Gewerbe bis hin zu den Vorgaben für landwirtschaftliche Nebenbetriebe und den Problemen, sich steuerlich vom Metzger- und Bäckerhandwerk abzugrenzen.

Sind kleine Betriebe hier besonders gefordert?

Bei den komplexen rechtlichen Auflagen haben gerade kleine Betriebe im heutigen System der Ernährungswirtschaft die größten Hürden zu nehmen. Ohne die Lebensmittelsicherheit zu verwässern, sollte hier dringend etwas getan werden, um ihnen überhaupt erst zu ermöglichen, eine landwirtschaftliche Direktvermarktung aufzubauen. Handlungsbedarf besteht zum Beispiel bei den Gebührensätzen der Länder im Rahmen der Mess- und Eichverordnung. Ein ganz konkretes Beispiel: Für die Überprüfung von Nettofüllmengen sollen Gebühren von 300 Euro entrichtet werden und das bei einem Warenwert von insgesamt rund 800 Euro. Wenn allein die Kontrollkosten fast die Hälfte des Umsatzes ausmachen, lohnt es sich für landwirtschaftliche Direktvermarkter nicht mehr, ihre Produkte anzubieten. Das führt dann dazu, dass die Vielfalt von regionalen Spezialitäten weiter eingeschränkt wird.

Was kann den Betrieben bei der Umsetzung der Lebensmittelhygienevorschriften helfen?

Damit alle Direktvermarkter bestens für die Lebensmittelkontrollen gewappnet sind, hat die Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“ eine Leitlinie für eine gute Lebensmittelhygienepaxis und betriebliche Eigenkontrollen für direktvermarktende Betriebe erstellt. Diese Leitlinie ist ein Konsens von Bund, Bundesländern und dem Deutschen Bauernverband und wurde der Europäischen Kommission am 7. Juli 2009 von der Bundesregierung mitgeteilt. Die Leitlinie ist damit eine abgestimmte Richtschnur für einheitliche Kontrollen der Bundesländer in Deutschland.

Vielen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Juliane Mante.

„
Im heutigen System der Ernährungswirtschaft haben kleine Betriebe die größten Hürden zu nehmen.“

Herzlichkeit als ein Erfolgsgarant

Der Urlaub auf dem Bauernhof gehört neben dem Angebot einer hofnahen Gastronomie zu den ältesten Ideen landwirtschaftlicher Diversifizierung. In Hessen trägt der Bauernhofurlaub zum Auskommen zahlreicher Betriebe bei.



Marie-Luise Brandau ist Mitarbeiterin des Beratungsteams Erwerbskombinationen des Landesbetriebs Landwirtschaft Hessen. Sie berät Landwirte seit rund 40 Jahren. www.llh.hessen.de/unternehmen/erwerbskombinationen

Frau Brandau, wie hat sich die Zahl der Betriebe, die Urlaub auf dem Bauernhof anbieten, in den vergangenen Jahren in Hessen entwickelt?

Etwa 150 Betriebe bieten diese Erwerbskombination an, davon werden rund 60 Prozent im Haupterwerb und 40 Prozent im Nebenerwerb bewirtschaftet. Die Anzahl ist in den vergangenen Jahren relativ konstant geblieben. Betriebsaufgaben wurden durch Vergrößerungen der Bettenkapazitäten in anderen Betrieben und Neuaufnahmen kompensiert. Wir nehmen an, dass sich in den nächsten fünf bis zehn Jahren ein Generationswechsel vollziehen wird. Zum jetzigen Zeitpunkt ist es kaum abschätzbar, wie viele Betriebe dann weitergeführt werden. Wenn ein Betrieb aus diesem Erwerbszweig ein nennenswertes Einkommen erzielt, ist anzunehmen, dass auch eine nachfolgende Generation diesen Erwerbszweig beibehält.

Wie wirtschaftlich ist diese Einkommensquelle für die Betriebe?

Für die überwiegende Anzahl der Anbieter stellt diese Erwerbskombination einen bedeutenden Beitrag zum Einkommen dar. Da diese Art der Diversifizierung in der Regel

mit einer erheblichen Investition verbunden war und ist, die überlegt und gezielt vorgenommen wurde, besteht das Interesse und die Notwendigkeit eines wirtschaftlichen Erfolgs. Während meiner beruflichen Tätigkeit habe ich noch keinen Betrieb erlebt, der diesen Betriebszweig aus mangelnder Wirtschaftlichkeit aufgegeben hat.

Wir stellen auch fest, dass eine Spezialisierung des Angebotes, das heißt die Ausrichtung auf die Wünsche und Bedürfnisse einer bestimmten Zielgruppe, erfolgreich sein kann. Dies bestätigt der Zusammenschluss mehrerer Betriebe zu den Hessischen Kinderbauernhöfen mit dem Ergebnis einer gestiegenen Auslastung des Angebotes: www.kinderbauernhof-hessen.de

Aus welchen landwirtschaftlichen Bereichen kommen die Betriebe?

Die überwiegende Anzahl stellen tierhaltende Betriebe dar.

Welche Unterstützung benötigen sie? Welche Beratungen nehmen sie in Anspruch?

Bei der einzelbetrieblichen Beratung überprüfen wir unter anderem die Wirtschaftlichkeit des Angebots und die Preisgestaltung. Auch eine kontinuierliche qualitative Weiterentwicklung im Hinblick auf ein zeitgemäßes, den Gästewünschen und -bedürfnissen entsprechendes Angebot ist ein wichtiger Beratungsinhalt. Beim Thema Vermarktungsmöglichkeiten sprechen wir mit den Landwirten über eine Einbindung

ihres Betriebs in bestehende Netzwerke, den sinnvollen Einsatz des Internets und der sozialen Medien. Außerdem bieten wir Fortbildungsveranstaltungen zu unterschiedlichen Themen an sowie Exkursionen, damit die Anbieter auch einmal über den Tellerrand schauen können.

Was erhoffen sich die Kunden heute von einem Urlaub auf dem Bauernhof?

Die Hauptgästegruppe besteht nach wie vor aus Familien mit Kindern. Allgemein erwarten Gäste vom Urlaub auf dem Bauernhof Entspannung und Abstand zum Alltag, sie möchten die Natur und schöne Landschaften erleben, regionale Speisen genießen, hofeigene Produkte kaufen und Ausflugsziele in der Region besuchen, die auch für Kinder attraktiv sind. Es gibt auch die Erwartung, am Hofgeschehen teilzuhaben – Favoriten der Kinder sind Traktor zu fahren, Tiere zu erleben und bei der Versorgung der Tiere mitzumachen. Außerdem suchen Gäste Kommunikationsorte für ungezwungene, spontane Zusammenkünfte, wie Grillplätze, Spielplätze und gefahrlose Spielorte, ansprechend gestaltete Außenbereiche, auch mit individuellen Rückzugsmöglichkeiten. Neben all dem Genannten ist eine herzliche Anbieterfamilie, in der jedes Familienmitglied die Aufnahme von Feriengästen bejaht, der größte Erfolgsgarant.

Vielen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Andrea Birrenbach.

„
Die Spezialisierung auf eine bestimmte Zielgruppe kann erfolgreich sein.“



Gut beraten

Wollen Betriebe neue Einkommensquellen erschließen, ist eine gute Beratung besonders wichtig. Baden-Württemberg hat dazu ein vielversprechendes Konzept umgesetzt. [JULIANE MANTE]

Was passt zu meinem Unternehmen und wie kann ich es positiv verändern? Um bei solchen Fragen zu helfen, hat das Land Baden-Württemberg im Jahr 2015 seine landwirtschaftliche Beratung komplett umgebaut. Seitdem können sich Landwirte von verschiedenen privaten Organisationen zu festgelegten Themen beraten lassen. Gefördert wird dies über den Maßnahmen- und Entwicklungsplan Ländlicher Raum Baden-Württemberg. Je nach Situation des Betriebes ist die Hilfe aus verschiedenen Beratungsmodulen aufgebaut. Haben sich Landwirte bisher kaum beraten lassen, können sie ihren Betrieb zunächst in einem Betriebscheck kostenlos unter die Lupe nehmen lassen. Daraus ergibt sich idealerweise, was der Betrieb als Nächstes anpacken will.

Beratungsqualität steht ganz oben


Je nach Beratungsmodul und Schwerpunkt können die Landwirte aus einer Reihe von Dienstleistern auswählen. Speziell zum Thema Diversifizierung beraten zwölf private Organisationen. Dabei ist für Rita Mager vom Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz ein Punkt besonders entscheidend: „Die Qualität der Beratung ist für ihren Erfolg ausschlaggebend. Deshalb ist es wichtig, dass die Berater fachlich und auch methodisch geschult sind. Denn alleine das Wissen weiterzugeben, reicht nicht aus. Beratung soll Alternativen und Lösungsmöglichkeiten für die Fragestellungen des landwirtschaftlichen Unternehmens aufzeigen.“ Die Beratungskräfte der teilnehmenden Organisationen müssen deshalb geschult sein und beispielsweise Fortbildungen im Rahmen von CECRA (Certificate for European Consultants in Rural Areas) absolvieren.

Für jedes Vorhaben das richtige Modul

Entscheiden sich Landwirte dazu, eine neue Einkommensquelle zu erschließen, stehen ihnen die fünf Beratungsmodulare „Einkommenskombinationen“ zur Verfügung: Das Einstiegsmodul ist für Betriebe gedacht, die sich bisher vollständig auf ihr Kerngeschäft konzentriert haben und über die einzuschlagende Richtung noch unsicher sind. Potenzielle Standbeine werden auf ihre Chancen, Risiken und Passgenauigkeit analysiert sowie Förder-

möglichkeiten aufgezeigt. Das Grundmodul Diversifizierung unterstützt Betriebe, die bereits einen neuen Betriebszweig erschlossen haben, diesen aber optimieren wollen. Das Spezialmodul Diversifizierung wiederum begleitet ein Unternehmen, bevor es investiert – etwa mit einem individuellen Betriebsentwicklungs- oder Marketingkonzept. Schließlich gibt es noch die zwei Spezialmodule Endverkauf und Biogas. In diesen geht es speziell darum, beide Themenfelder zu optimieren. Während die Beratungskosten der ersten drei Module zu 80 Prozent gefördert werden, sind es bei den letzten beiden 50 Prozent.

„Es wenden sich vor allem kleine Unternehmen mit geringem Spezialisierungsgrad an uns, die schon eine feste Diversifizierungsidee haben“, so Geschäftsführer der akkreditierten AgriConcept Beratungsgesellschaft mbH, Heiner Rumetsch. „Dabei steht betriebs- und arbeitswirtschaftliches Know-how an erster Stelle. Auch Markt- und Preiseinschätzungen spielen eine große Rolle, gefolgt von Informationen zu Fördermitteln und steuerlichen Fragen.“

Die Evaluierung des neuen Beratungsansatzes erfolgt im Rahmen der Halbzeitbewertung des aktuellen Maßnahmen- und Entwicklungsplanes des Landes Baden-Württemberg. Die staatliche Beratung, die es weiterhin in Baden-Württemberg gibt, steht den landwirtschaftlichen Unternehmen mit fachspezifischen Informationen, Seminaren und Gruppenberatungen zur Seite. 



KONTAKT:
Rita Mager
Ministerium für Ländlichen
Raum und Verbraucherschutz
Baden-Württemberg
rita.mager@mlr.bwl.de
www.beratung-bw.de

Landwirtinnen ermutigen

Frauen gelten als innovativ, wenn es darum geht, den landwirtschaftlichen Betrieb aufrechtzuerhalten. Sie haben jedoch viele spezifische Hürden zu überwinden.



Brigitte Scherb ist Präsidentin des Deutschen LandFrauenVerbandes e.V. (dlv), der sich für Gerechtigkeit und Chancengleichheit für Frauen im ländlichen Raum einsetzt. www.landfrauen.info

Frau Scherb, die Diversifizierung landwirtschaftlicher Höfe wird häufig von Frauen angestoßen und umgesetzt. Findet sich das auch in der Beratung wieder?

Dort, wo es noch Landwirtschaftskammern gibt, reicht das Beratungsangebot aus und auch dort, wo die Beratung staatlich gefördert wird. Häufig wird der Rotstift aber als Erstes beim hauswirtschaftsnahen Bereich angesetzt. Dort mangelt es dann an Beratung für typisch weibliche Diversifizierungsvorhaben.

Bei der Förderfrage gibt es aber einen eklatanten Mangel. Die EU will keine frauenspezifischen Fördermaßnahmen, weil dies dem Gleichheitsgrundsatz widerspricht. Und es gibt noch weitere Hürden: Die Bundesländer müssen ja Förderprojekte immer kofinanzieren. Dabei fallen die typischen Frauenprojekte meistens durch, weil diese vergleichsweise wenige Arbeitsplätze schaffen. Gleichzeitig ist eine Kofinanzierung durch die private Hand nach ELER-Verordnung nicht möglich. Das prangern wir seit Langem an. Banken vergeben lieber Kredite in großem Umfang, statt etwa für 20.000 Euro. Und häufig gibt es auch Hürden im familiären Umfeld: Pro-

jekte, die Frauen initiieren, werden häufig nicht ernst genommen. Ebenso ist die Bereitschaft, hierin Geld zu investieren oder gar den Hof als Sicherheit für einen Kredit anzugeben, gering.

Gleichzeitig arbeiten Frauen vielfach in prekären Verhältnissen. Wie kann man das ändern?

Unser großes Ziel ist es, die Frauen selbstständig abzusichern, damit sie bei Trennung oder im Alter nicht in die Armut abrutschen. Wir erleben immer wieder, dass die Lebensleistung von Frauen, die auf den Höfen mitarbeiten, nicht zu einer ausreichenden Alterssicherung führt. Neben dem Vertrauen in den Partner und die Familie ist es durchaus legitim, sich zusätzlich rechtlich abzusichern. Ein Weg kann in der Gründung eines eigenen Unternehmenszweigs liegen. Dann ist es sinnvoll, vorab zu klären, wie das zusätzliche Einkommen auch der Absicherung der Unternehmensgründerin dienen kann.

Die hohen Krankenversicherungsbeiträge sind eine große Hürde. Solange die Frauen nur ein geringfügiges Einkommen haben, können sie familienversichert bleiben. Liegen sie nur geringfügig über dem Satz, müssen sie sich selbstständig kranken- und pflegeversichern. Hilfreich wäre, wenn sich die Beiträge der privaten Krankenversicherung nach dem realen Einkommen berechnen würden und keinen relativ hohen Einstiegssatz zu Grunde legen würden. Hier muss

sich dringend etwas ändern, damit Frauen den Mut haben, sich wirtschaftlich eigenständig zu machen.

Wie unterstützt der dlv Unternehmerinnen im ländlichen Raum?

Wir sind zunächst einmal der erste Ansprechpartner, wenn es um die Wissensvermittlung geht. Ansonsten können wir als Bundesverband die Frauen vor allem über unsere Seminare, Fachtagungen und Ausschüsse unterstützen. Wir versuchen, permanent aufzuklären und den Problemen der Frauen politisch eine Stimme zu geben.

Erreichen Sie dabei Landwirtinnen in bestimmten Regionen leichter als andere?

Inzwischen erreichen wir Unternehmen in allen Regionen Deutschlands. Ferien auf dem Bauernhof zum Beispiel ist heutzutage nicht mehr an bestimmte Touristenregionen gekoppelt. In den heutigen wirtschaftlich oft unsicheren Zeiten ist es klug, ein zweites oder sogar drittes Standbein zu haben. Das gibt den landwirtschaftlichen Betrieben zusätzliche Stabilität. Unternehmergeist ist heute wichtiger als der Standort.

Vielen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Juliane Mante.

”

Unser großes Ziel ist es, Bäuerinnen selbstständig abzusichern.“



Sparen fürs Klima!

Mit einer kostenlosen Broschüre weckt die AktivRegion Nordfriesland Nord die Lust auf ein nachhaltiges Leben. [VON SIMON RIETZ]

Hinter den Deichen der Nordsee hat angesichts steigender Meeresspiegel der Klimaschutz schon immer einen besonderen Stellenwert. Auch in Nordfriesland: Die AktivRegion Nordfriesland Nord ist eine der Vorzeigeregionen für die Nutzung erneuerbarer Energien und den Klimaschutz in Schleswig-Holstein. Bereits zu Beginn der 1990er-Jahre entstanden hier die ersten Windparks in Bürgerhand. Die ehemalige, vom Bundeslandwirtschaftsministerium geförderte, Bioenergie-Region ist seit 2012 Energie-Modellregion des Landes Schleswig-Holstein.

Klimaschutz kommunizieren

Doch wie kann man den Klimaschutz Bürgern noch näher bringen? Um auf nachhaltige und umweltgerechte Dienstleistungen und Unternehmen in der Region aufmerksam zu machen und zum aktiven Klimaschutz anzuregen, kam das Regionalmanagement in Nordfriesland Nord auf eine besondere Idee: Seit Juni 2017 liegt ein postkartengroßes Büchlein überall dort aus, wo sich viele Menschen aufhalten – das Klimaspargbuch. Das Prinzip ist von Rabattheften bekannt: Gutscheine sollen zum Kaufen anregen. Die Gutscheine belohnen nachhaltiges, klimafreundliches und regionales Einkaufen und bieten überdies einen Überblick über die ökologischen und fairen Angebote in der Region. Außerdem gibt das Buch Tipps, wie sich im Alltag mit kleinen Verhaltensänderungen viel für das Klima erreichen lässt, ohne dass es schmerzt – auch dabei kann häufig Geld gespart werden.

Nachhaltig konsumieren

Von Beginn an sollte das Buch aus der Region heraus entstehen. Über Presseartikel wurde die Bevölkerung dazu aufgerufen, passende Unternehmen, Läden und Ausflugstipps an das Regionalmanagement heranzutragen. Diese Informationen sammelte und wertete das Regionalmanagement in engem Austausch mit dem oekom Verlag, der das Klimaspargbuch druckte, aus. Dabei entstanden die Themenfelder „Klimafreundlich genießen“, „Bewusster leben und konsumieren“,

„Nachhaltig unterwegs sein“ sowie „Umweltfreundlich bauen und wohnen“. Von den Gutscheinen profitieren nicht nur die Bürger: Die teilnehmenden Unternehmen machen damit auf ihr ökologisches Angebot aufmerksam und locken neue Kunden. So gibt es Rabatte beim Kauf von Biobrot und -fleisch, Preisnachlässe in Naturkostläden oder bei der Bestellung einer regionalen Gemüsebox, freie Eintrittskarten in ein Naturzentrum oder verbilligte Preise für das Mieten von E-Bikes oder E-Fahrzeugen.

Das Klimaspargbuch gibt es bereits seit 2009 in anderen Regionen Deutschlands, zuerst erschien es in München. Doch auch wenn die Idee überregional Anklang findet: Jede Ausgabe ist regional. In Nordfriesland bereichern Zitate von regional engagierten Personen das Klimaspargbuch und durch die Integration plattdeutscher Texte wurde die Eigenart und Tradition der nordfriesischen Heimat aufgenommen.

Das Buch wendet sich in der stark vom Tourismus geprägten Region nicht alleine an Nordfriesen, sondern auch an die zahlreichen Touristen. Es erfüllt damit zugleich die Funktion eines Multiplikators und trägt die guten Ideen und Vorschläge zum Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit aus der Region hinaus. Es gibt bereits einige LEADER-Regionen aus ganz Deutschland, die – angeregt durch das Projekt – nun ebenfalls ein Klimaspargbuch erstellen wollen. ■



KONTAKT:

Dr.-Ing. Simon Rietz
LAG AktivRegion Nordfriesland Nord e. V.
Telefon: 04661 601-340
s.rietz@aktivregion-nf-nord.de
www.aktivregion-nf-nord.de

Traditionelles Liedgut ist lebendig

„Ein kleiner Schelm bist Du“ heißt ein Liederbuch, das die Bewohner der „LEADER-Region an der Romantischen Straße“ gemeinsam erstellt haben – als Gemeinschaftsprojekt für alle Generationen. [VON PIA GRIMMEISSEN-HAIDER]

Eine Erzieherin hatte die Idee: ein neues Kinderliederbuch mit traditionellem und teils in Vergessenheit geratenem Liedgut. Sie begeisterte damit die Mitglieder der in der aktuellen Förderperiode neu gegründeten bayerischen Lokalen Aktionsgruppe (LAG) „Region an der Romantischen Straße“. Der Vorsitzende Herbert Lindörfer und ich, Geschäftsführerin Pia Grimmeissen-Haider, waren uns einig, dass die LAG ihre Arbeit mit einem Projekt beginnen sollte, das möglichst die gesamte Region und alle Altersklassen einbezieht. Das ist geglückt: Das LEADER-Liederbuch förderte durch die gemeinsame Suche nach Liedern den Austausch zwischen den Generationen. Es unterstützt gebietspezifische kulturelle Traditionen und macht die Geschichte vor Ort erlebbar.

Hunderte Engagierte folgten Aufruf

Die Entwicklung des Liederbuches wurde von einer Arbeitsgruppe, bestehend aus Vorsitz und Geschäftsführung der LAG, der Forschungsstelle für fränkische Volksmusik, einem erfahrenen Singleiter und einer Erzieherin, begleitet. Die Arbeitsgruppe forderte Anfang 2016 jeden Kindergarten der Region dazu auf, den Kindern einen Handzettel mit nach Hause zu geben, um gemeinsam mit Eltern und Großeltern alte Lieder, Singspiele und Reime zusammenzutragen. Auch über die örtliche Presse wurden die Menschen der Region zum Mitmachen animiert. Etwa 400 Eltern und Großeltern sind dem Aufruf gefolgt. Sie haben Titellisten, Liedblätter, Spielanleitungen, Reime und Gebete eingesendet – oft ergänzt durch persönliche Erinnerungen an Sing- und Spielgelegenheiten.

Öffentlichkeitsarbeit für LEADER

Unter dem Titel „Ein kleiner Schelm bist du“ vereint das Liederbuch nun eine bunte Mischung aus weit verbreiteten, aber auch persönlichen sowie örtlich einzigartigen Lieblingsliedern von über vier Generationen aus der Region. Zu den 76 Liedern kommen 30 Abzählreime, Fingerspiele und Kniereiter sowie zwölf Gebete. Zwei Hobbykünstlerinnen aus der Region illustrierten das Buch. Die Veröffentlichung des Liederbandes begleitet die LAG mit einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit. Als erstes Projekt der LEADER-Region soll es auch auf die neue Aktionsgruppe und das Förderprogramm aufmerksam machen und dadurch möglichst viele Mitstreiter für künftige Projekte mobilisieren. Dazu dienen ein Roll-Up und Postkarten, die bei Veranstaltungen der LAG eingesetzt werden. Auch die Übergabetermine in den einzelnen Kommunen sorgten dank Zeitungsberichten und Gemeindeblattmitteilungen für Aufmerksamkeit.

Anerkennung über die Region hinaus

In den Gemeinden der LAG wurden insgesamt mehr als 4.000 neue Liederbücher an Kindergärten, Schulen, Seniorenheime und Seniorenkreise verteilt. In zwei Gymnasien der Region sind die Liederbücher inzwischen Bestandteil von Projektseminaren im Fach Musik. Die Schüler beschäftigen sich fachlich mit den Texten und Musikstücken und möchten sie bei Besuchen in Seniorenheimen einsetzen. Über die LAG wurde außerdem eine Fortbildung für Erzieher angeboten, durchgeführt hat sie die Bayerische Landesstelle für Musik. Mittlerweile trifft das LEADER-Liederbuch über die Region hinaus auf Anerkennung: Für die Auftaktveranstaltung in



- 1 Illustrationen von zwei Künstlerinnen zieren das Buch, sie kündigen die verschiedenen Kapitel an. Diese stammt von Herta Theumer.
- 2 Vieler solcher handgeschriebenen Liedtexte hat die LAG aus der Region erhalten.

Feuchtwangen zum „Aktionstag Musik“ wählte die Bayerische Landeskoordinierungsstelle Musik Lieder aus dem Buch.

Das Projekt wurde durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) gefördert. Außerdem haben die Stiftung Vereinigte Sparkassen Stadt und Landkreis Ansbach sowie die VR-Bank Mittelfranken West eG das Projekt unterstützt. ■



KONTAKT:

Pia Grimmeissen-Haider
Lokale Aktionsgruppe Region
an der Romantischen Straße e. V.
Telefon: 09868 9597591
lag@gemeinsam.bayern
www.gemeinsam.bayern

Grenzüberschreitend regional

Das rheinland-pfälzische Moselfranken und das Miselerland aus Luxemburg haben 2015 als erste und bisher einzige LEADER-Regionen in Europa ein gemeinsames Entwicklungskonzept erarbeitet. Ihre Vision: Transnational wird ganz normal. [VON THOMAS WALLRICH UND PHILIPPE ESCHENAUER]

Kurvenreich windet sich die Mosel ab Trier zwischen Eifel und Hunsrück zum Mittelrhein hin. Etwa 30 Kilometer südlich davon markiert der Fluss die Grenze von Rheinland-Pfalz nach Luxemburg und verbindet zugleich: Die Menschen zu beiden Seiten der Mosel sprechen eine Sprache – Moselfränkisch und Lëtzebuergesch sind nah verwandt – und sind durch eine gemeinsame Geschichte, gewachsene Kultur und Mentalität ebenso verbunden wie durch ihre vom Weinbau geprägte Kulturlandschaft. Rund 150 Einwohner leben in beiden Regionen je Quadratkilometer und auch in der Wirtschaftsstruktur gleichen sich die Gebiete mit vor allem kleinen und mittleren Unternehmen aus Weinbau, Landwirtschaft, Handwerk, Einzelhandel und Tourismus.

Die Grenze ist offen und durchlässig. Über 9200 Einwohner aus Moselfranken pendeln täglich zur Arbeit nach Luxemburg, durchschnittlich fast 32 Prozent. Bezogen auf die unmittelbaren Grenzgemeinden an der Mosel sind es bis zu 65 Prozent. Damit sind Verkehrsbelastungen für die Orte, durch die sich morgens und abends der Individualverkehr quält, verbunden. Derweil haben sich viele Luxemburger oder im Großherzogtum arbeitende Menschen aus der ganzen Welt für einen Wohnsitz auf der deutschen Seite entschieden, denn Baugrund und Mieten sind in Luxemburg signifikant teurer als in Deutschland. Fast 2300 Luxemburger sind in Moselfranken gemeldet; rund 1700 Deutsche leben im Miselerland.

Auf langjährige Zusammenarbeit gebaut

Durch die räumliche Nähe und die engen wirtschaftlichen und sozialen Verflechtungen bestehen gemeinsame Herausforderungen und Chancen. Die deutschen und luxemburgischen Gemeinden im Moseltal betrachten viele Aspekte schon seit Jahrzehnten gemeinsam. Seit den 1990er-Jahren gehen sie Probleme auch zunehmend gemeinsam an. So werden Verkehrsprobleme zusammen analysiert, diskutiert und über transnationale Ansätze versucht man, sie zu lösen. Mancherorts gibt es auch dauerhafte Initiativen sowie viele gemeinsam organisierte Kulturevents und touristische Projekte. Eine gute Ausgangslage für einen grenzüberschreitenden LEADER-Ansatz: Bereits zu Beginn der LEADER-Periode 2007 bis 2013 vereinbarten die LEADER-Aktionsgruppen Moselfranken und Miselerland eine Kooperation. Diese war projektbezogen und auf spezifische Teilbereiche beschränkt – beispielsweise den Wein, der in beiden Regionen in ähnlicher Fläche angebaut wird und als Crémant und Riesling zum Mittelpunkt des LEADER-Projekts „Terroir Moselle“ (www.terroirmoselle.eu) wurde: Mit der Initiative informieren und werben deutsche, luxemburgische und französische Weinbaugebiete entlang des Flusses gemeinsam für ihre Regionen und Weine. Dabei ist Terroir Moselle ein Gemeinschaftsprojekt, in dem Moselwinzer, Weinwerbeorganisationen und Tourismus-Akteure aus den drei Ländern zusammenarbeiten.

Mit System und dauerhaft kooperieren

Die neue LEADER-Periode von 2014 bis 2020 nutzen Moselfranken und Miselerland nun, um neue Wege für eine systematische und dauerhafte Kooperation über Mosel und Sauer – ein weiterer Grenzfluss – hinweg zu suchen und zu erproben. Sie wollen sich strategisch und organisatorisch positionieren und die gemeinsame Region voranbringen. Das Instrument dazu ist das gemeinsame „Lokale integrierte ländliche Entwicklungskonzept (LILE) Moselfranken-Miselerland“. Außerdem, so die Hoffnung der beiden LEADER-Aktionsgruppen (LAGs), könnten aus dem regelmäßigen Informations- und Meinungsaustausch zwischen den luxemburgischen und

den deutschen LAG-Mitgliedern neue Projektideen entstehen und ein besseres Verständnis der Partner und Nachbarn „von gegenüber der Mosel“ wird ermöglicht. Vor allem neue Formen und Vorhaben der grenzüberschreitenden Kooperation auf Ebene von Einwohnern, Vereinen, Unternehmen, Institutionen und Gemeinden sollen so entstehen. Unter den Schlagworten „Mensch – Region – Europa“ haben Moselfranken und Miselerland drei Handlungsfelder in ihrem LILE definiert: den sozialen Zusammenhalt stärken, Lebensgrundlagen gemeinsam bewahren und wirtschaftlich zusammenwachsen. Auch wollen sie als Modellregion für ein europäisches Zusammenleben neue Impulse setzen. Ein Ziel ist, die regionale Identität und das Zusammenwirken in der gemeinsamen Region im Dreiländereck mit Frankreich zu fördern.

Langwierigkeit akzeptiert

Doch wer Neuland betritt, stößt irgendwann auf Hindernisse – das war beiden Regionen von Anfang an klar. Nicht unerwartet sind diese auch von administrativer Art. So gelten in Luxemburg andere Detailregelungen als in Rheinland-Pfalz; zum Beispiel bei den LEADER-Förderkonditionen. Um diese Hürden zu verkleinern, stellt das rheinland-pfälzische Landwirtschaftsministerium grenzüberschreitenden LEADER-Kooperationsprojekten frei, die Förderbestimmungen der federführenden Region anzuwenden – auch wenn diese aus einem anderen Bundesland oder EU-Mitgliedstaat kommen. Dennoch gilt es für die Projektträger, sich mit gänzlich neuen Verwaltungsprozessen auseinanderzusetzen, etwa mit dem Vergaberecht und mit der Kostenabrechnung. Viele Projektträger fühlen sich damit überfordert und sehen von einer LEADER-Förderung ab. Hinzu kommt, dass in Luxemburg über LEADER eher Konzepte finanziert werden, während es in Deutschland eher die investiven Projekte sind. Das lässt sich nicht immer gut kombinieren.

Bisher sind zwei grenzüberschreitende Projektideen an die LAG-Managements herangetragen und ausgewählt worden. Im deutsch-luxemburgischen „ARMob – Antike Realität mobil erleben“ bindet die Universität Trier virtuelle Rekonstruktionen von nicht mehr existenten, aber bekannten antiken Gebäuden aus der Römerzeit via App in die real existierende Umgebung ein. Im zweiten Kooperationsprojekt arbeiten das Miselerland und Moselfranken mit vier weiteren LEADER-Regionen sowie Winzern, Architekten und Touristikern zusammen an einer Wein-Architektur-Route im europäischen Moseltal. Der Zuspruch, den das grenzüberschreitende Konzept bei gemeinsamen LEADER-Zukunftswerkstätten sowie Arbeitskreisen von unterschiedlichen Akteuren links und rechts von Mosel und Sauer erhalten hatten, hatte bei den LAGs allerdings die Erwartung geweckt, dass mehr Projekte eingereicht werden.

Ein prozessorientiertes Projekt soll den potenziellen luxemburgischen und deutschen Projektträgern nun Starthilfe geben. Mit „Die transnationale Region

gemeinsam gestalten und leben“ wollen die LEADER-Regionen die Möglichkeiten und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit auf beiden Seiten der Mosel ausloten. Mit zur Region passenden Themen wie Mobilität, Obst- und Weinbau sowie Arbeitsmarkt sollen verschiedene Ebenen angesprochen werden: die der gewählten Vertreter, die der lokalen und regionalen, aber nicht gewählten Entscheidungsträger sowie die der Bürger selbst. Das Ziel ist, sowohl bestehende Kooperationen und Partnerschaften dauerhaft zu etablieren und auszubauen als auch neue zu schaffen.

Bausteine für den Dialog

Wo tauschen sich Menschen aus, wenn nicht in gemeinsamen Gruppen? Die Maßnahmen des Projekts sind deshalb insbesondere Gremien. So ist geplant, einen politischen Ausschuss zu etablieren, der regelmäßig zu einem „regionalen Gipfeltreffen“ zusammenkommt. Ihm arbeiten thematische Arbeitsgruppen zu: Die zwei Experten-Workshops zu sechs Themenfeldern stehen auch nicht eingeladenen Interessierten offen. Da nichts besser lehrt als das praktische Beispiel vor Ort bieten Moselfranken und Miselerland gemeinsame Info- und Exkursionstermine an, bei denen Projektakteure und Entscheidende aus den Ausschüssen miteinander ins Gespräch kommen. Schließlich gilt es, die Bürger mit ins gemeinsame Boot zu holen. Eine Bürgerbefragung – online und mit direktem Bezug zu den Themen des politischen Ausschusses sowie der Fachgremien – soll die Menschen in der Region sensibilisieren und ermutigen. Begleitet wird das Projekt von einer externen Moderation und von intensiver Öffentlichkeitsarbeit. Der Startschuss für diese regionalen Gipfeltreffen fiel Ende November mit einer politischen Auftaktveranstaltung. Die anschließenden Treffen haben thematische Schwerpunkte. So soll beispielsweise ein Netzwerk von Obstbauern oder auch Musikvereinen initiiert werden, die dann auf eine LEADER-Förderung zurückgreifen können. Außerdem ist eine gemeinsame Website der beiden LAGs in Arbeit. ■

“
Das hat Symbol-
charakter: Nach
Jahrzehnten der
Trennung vereint
uns die Mosel
endlich!“

Philippe Eschenauer,
LAG Miselerland,
Luxemburg



KONTAKT:

Thomas Wallrich
LAG LEADER Moselfranken
(Rheinland-Pfalz)
Telefon: +49 6581 81-280
info@lag-moselfranken.de
www.lag-moselfranken.de

Philippe Eschenauer
LAG Miselerland (Luxemburg)
Telefon: +352 750139
philippe.eschenauer@miselerland.lu
www.leader.lu/regionen/miselerland



Lieferung bis nach Hause: Kurierin Mariele Schulte bringt den Onlineeinkauf bei Lokaso Siegen bis vor die Haustür.

Einmal regional bitte!

In Siegen und dem Siegerland schließen sich Einzelhändler zusammen und verkaufen ihre Produkte über den regionalen Onlinemarkt- platz Lokaso – ein Gewinn für Stadt und Land. [VON SABRINA STRECKER]

Ob Lebensmittel, Kleidung oder Elektronik – das Internet bietet Konsumgüter im Überfluss. Sofern eine ausreichende Internetverbindung zur Verfügung steht, können wir rund um die Uhr einkaufen und uns das Erstandene nach Hause liefern lassen, ohne überhaupt einen Schritt vor die Tür machen zu müssen. Allerdings bietet der Weg zum lokalen Händler auch Vorteile: Wir können die Waren vor Ort anfassen, testen und uns vom Verkäufer beraten lassen. Gerade die Vielzahl verschiedener Geschäfte sind das Gesicht einer belebten Innenstadt. Sie erfüllen eine wichtige Versorgungsfunktion für deren Umland – sowohl in ländlichen Kleinstädten als auch in Großstädten. Aber viele Fach- und Einzelhändler vor Ort stehen vor Problemen: Sie müssen Fachpersonal, Verkaufsräume und Lagerkapazitäten vorhalten und können dennoch nicht die Produktvielfalt wie das Internet bieten. Im Preiskampf mit den Online-Plattformen hat schon so manches lokal verankerte Geschäft aufgegeben.

Stadt und Land gemeinsam

Nicht so im Siegerland: Die Region in Südwestfalen zählt zu den wirtschaftsstarken Ballungsräumen Deutschlands. Insgesamt leben hier rund 240 000 Menschen. Die ländlichen Gebiete sind mit Bus und Bahn an die Städte angeschlossen, haben aber auch kleine Läden, die die Grundversorgung sichern. Hier entstand die Idee von Lokaso. Die Bürgermeister der Region und die IHK suchten nach Möglichkeiten, um die lokalen Händler zu stärken und traten mit dieser Aufgabe an Patrick Schulte heran. Mit seiner Siegener Webagentur entwickelte er ein regionales Webkaufhaus, über das die lokalen Händler ihre Waren gemeinsam im Internet verkaufen und kostenfrei am gleichen Tag ausliefern lassen können. Betrieben wird die Plattform von der von Schulte gegründeten Lokaso GmbH. Patrick Schulte hat das Projekt zudem gänzlich vorfinanziert. Die Stadt Siegen und der Landkreis Siegen-Wittgenstein

sind als strategische Partner involviert und bieten bei Bedarf fachliche Unterstützung.

Virtueller Marktplatz

Vor rund einem Jahr ist die Website mit dem virtuellen Marktplatz in Siegen an den Start gegangen: Zu Beginn waren 19 Einzelhändler von insgesamt etwa 300 in der Region vertreten – heute sind es schon 48, Tendenz weiter steigend. Gemeinsam bieten sie rund 1,4 Millionen Artikel auf der Verkaufsplattform an. Neben Super- und Biomärkten verkaufen auch Metzgereien, Bäcker, Spirituosen- und Feinkosthändler online ihre Waren. Außerdem sind Floristen, Buchhändler, Juweliere und Designer dabei.

Die Teilnahme an Lokaso Siegen kostet jeden Einzelhändler rund 150 Euro monatlich. Davon gehen 50 Euro an die Lokaso GmbH, die die Plattform bereitstellt und betreibt. Zusätzlich bietet Lokaso einen Lieferdienst, für den eine Logistikpauschale anfällt – aber nur dann, wenn verkaufte Produkte auch wirklich an den Endkunden ausgeliefert werden. Bei Reservierung und Selbstabholung entfällt die Pauschale. Zudem nimmt Lokaso den Kaufleuten das Marketing ab: Über Newsletter, Social Media, Pressemitteilungen oder Radiospots werden Produkte, Aktionen und Specials beworben. Dies finanziert sich aus dem Rest des Monatsbeitrags. Ein Beispiel ist das Magazin „Lokaso Siegen“, in dem sich die mitwirkenden Einzelhändler detailliert vorstellen.

Sponsoren für die Region

Der Charakter der Plattform ist betont regional. Das wird auch durch die Unterstützung von lokalen Aktivitäten deutlich: Nach je 1 000 Bestellungen geht ein Prozent des Gesamtumsatzes an ein lokales Projekt. „Uns war wichtig, etwas an die Region zurückzugeben und die Flagge für regionales Engagement hochzuhalten“, so Schulte. Welches Projekt finanziell unterstützt wird, bestimmen die Endkunden von Lokaso. Sie schlagen Vereine, Institutionen oder Projekte vor, die drei meistgenannten werden dann – meist auf Facebook – zur Abstimmung gestellt. Mittlerweile folgen rund 3 000 Menschen dem Webkaufhaus. Zuletzt unterstützte Lokaso Siegen die Initiative „Mädchen in Not“, die sich um Missbrauchsoffer kümmert, und das Apollo-Theater in Siegen. „Wir stellen uns vor, dass wir das in Zukunft noch filigraner gestalten können, sodass der Kunde direkt beim Einkauf entscheiden kann, für wen er spenden möchte“, so Schulte.

Kunden in die Läden holen

Täglich generiert Lokaso rund 1 000 Euro Umsatz. Das ist weniger als ein Drittel des ursprünglichen Ziels und weniger als ein halbes Prozent des gesamten täglichen Onlineumsatzes im Siegerland. Finanziell ist das Projekt also noch nicht erfolgreich.

Für viele der Einzelhändler rentiert sich das Projekt nach einem Jahr ebenfalls noch nicht: Für das Naschwerk Siegen etwa ist die Teilnahme an Lokaso ein Nullsummenspiel. Für Inhaber Markus Podzimek ist dennoch klar: Das Projekt schafft Mehrwert für die Regi-

on. Ähnlich sehen das Annerose Diehl, Inhaberin von Schmuck und Schönes in Burbach, und Claudia Günther, Inhaberin der Buchhandlung Braun in Neunkirchen: „Es ist gut, dass das beim Onlinekauf ausgegebene Geld in der Region verbleibt“, sagt Claudia Günther. Für Annerose Diehl bietet Lokaso den Vorteil, dass sich damit ältere Leute kleine Wünsche erfüllen können, ohne aus dem Haus gehen zu müssen. Mit Lokaso werden Produkte und Qualitäten der Region wieder für diejenigen greifbar, die zu alt oder nicht mobil genug sind, um sich in das Stadtgetümmel zu stürzen. Tatsächlich ist dies ein Nebeneffekt. „Das hatten wir uns gar nicht vorgenommen“, sagt Patrick Schulte. Für ihn ergeben sich daraus spannende Kontakte und Möglichkeiten. „Das ist schon eine besondere Konstellation, die man sonst selten hat.“

Das Marketing sorgt außerdem dafür, dass die Kunden in die Läden kommen. „Wir unterstützen den Einzelhandel on- und offline. Viele Aktionen ziehen die Kunden direkt in die Läden“, führt Schulte aus. Beliebt sind dabei Gutscheinaktionen: So spendierte die Kaffeerösterei Röstwelt jedem Onlinekunden einen Cappuccino in ihrem Geschäft. Annerose Diehl kann bisher erst von einem Kunden erzählen, der sie auf Lokaso entdeckt und dann in ihrem Laden eingekauft hat. Claudia Günther hat indes einige neue Stammkunden online gewinnen können, von denen eine auch schon telefonisch im Laden bestellt hat.

Deutschlandweit umsetzen

Bisher ist das Siegerland die einzige Region, in der es Lokaso gibt. Doch es versteht sich als Modellregion: Patrick Schulte möchte die Plattform bundesweit zum Einsatz bringen, spezifisch zugeschnitten auf die einzelnen Regionen. Neun weitere stehen bereits in den Startlöchern: Emsaue, Oelde, Sendenhorst, Arnsberg, Bigge, Wittgenstein und Altenkirchen in Nordrhein-Westfalen, Isartal in Bayern sowie Donaueschingen in Baden-Württemberg.

Damit Lokaso erfolgreich sein kann, müssen die Beteiligten an einem Strang ziehen. In Siegen scheint das zu funktionieren: Mehr als die Hälfte der Kaufleute gestaltet Lokaso aktiv mit, begleitet Infoveranstaltungen zum Projekt oder bietet Gutscheine oder Präsentkörbe an, die nur über Lokaso zu haben sind. Diese Motivation stellt für Patrick Schulte einen großen Gewinn dar. „Es ist ein tolles Ergebnis, dass die Händler von sich aus diese Idee gemeinsam voranbringen. Damit haben wir sehr viel erreicht.“ Und nicht nur Händler sind interessiert, sondern auch Verbände wie die Caritas und Diakonie sind auf das Projekt aufmerksam geworden. ■



KONTAKT:
Patrick Schulte
Lokaso GmbH
Telefon: 0271 3038631
info@lokaso.de
www.siegen.lokaso.de

Vergabe ist ordentlich

Viele Akteure aus Förderprojekten müssen sich mit dem Vergaberecht auseinandersetzen. Mit einer Artikelserie in LandInForm möchte Jurist Frank Wolter Licht in den Vergabe-Dschungel bringen. Diesmal geht es um das Grundsystem der Vergabe. [VON FRANK WOLTER]

Juristen lieben die (Rechts-)Ordnung, sortieren wir also das Vergaberecht in zwei große Schubladen: Die Vergabe im Oberschwellen-Bereich und die Vergabe als Teil des Haushaltsrechts.

Oberschwellen-Vergabe

Ab einer gewissen Summe liegt das Vergaberecht in der Zuständigkeit der EU: Alle zwei Jahre legt sie in den „Schwellenwerte-Verordnungen“ die Summen fest, ab denen das sogenannte Oberschwellen-Vergaberecht anzuwenden ist und EU-weite Ausschreibungen durchzuführen sind. Für die Jahre 2016/2017 liegen sie bei 209 000 Euro im Bereich Lieferungen und (freiberufliche) Dienstleistungen sowie bei 5,225 Millionen Euro für Bauleistungen.

Ferner erlässt die EU Vergaberecht-Richtlinien, die von den einzelnen Mitgliedstaaten in nationales Recht umgesetzt werden. In Deutschland ist hierfür die Bundesebene zuständig und legt vergaberechtliche Normen fest, quasi eine Art AGB für die öffentliche Beschaffung. Derzeit sind im Rahmen der ELER- und damit der LEADER-Förderung insbesondere die drei folgenden von Bedeutung:

- // Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) mit allgemeinen Regeln zur Vergabe, Teil 4
- // Vergabeverordnung (VgV) für die Beschaffung von Lieferungen und (freiberuflichen) Dienstleistungen
- // Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen (VOB/A EU), Abschnitt 2

Föderale Blüten unter der Schwelle

Unterhalb der Schwellenwerte liegt das Vergaberecht in Deutschland als Teil des Haushaltsrechts in der Zuständigkeit der Bundesländer. Ähnlich wie im Bereich der Schulpolitik blüht dabei der Föderalismus in seinen schönsten Farben. Wir haben es nicht nur mit den Normen zu tun, die von den Bundesministerien erarbeitet wurden, wie der VOB und der Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen (VOL), sondern außerdem mit 16 zum Teil sehr unterschiedlichen Vergaberechten. So reicht das Spektrum von Bayern, wo primär mit Verwaltungsvorschriften und Vergabehandbüchern gearbeitet wird, bis zu Niedersachsen, dessen Vergaberecht sehr dezidierte und verhältnismäßig strenge Rechtsnormen aufweist. Die bundesweiten Normen können die Länder per Gesetz einführen, müssen es aber nicht. Vorrangig gelten die Regeln der Länder.

In der Regel gliedert sich das Unterschwellen-Vergaberecht nach der folgenden Grundsystematik:

- // Allgemeine Regeln zur Vergabe in der Haushaltsordnung des jeweiligen Bundeslandes sowie der Kommune
- // Allgemeine Regeln zur Vergabe sowie zur Beachtung von Mindestlohn- und sonstigen tarifvertraglichen Regeln bei der Beschaffung im Tarifreue- und Vergabegesetz des jeweiligen Bundeslandes
- // Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen (VOL/A), Abschnitt 1

- // Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen (VOB/A), Abschnitt 1
- // Ergänzende Verordnungen und Verwaltungsvorschriften des jeweiligen Bundeslandes und der Kommune

Im Oberschwellen-Vergaberecht gibt es eine Regelung zur Beschaffung von Lieferungen und (freiberuflichen) Dienstleistungen. Mit der sogenannten Unterschwellen-Vergabeordnung (UVgO) wurde auf Bundesebene für die Vergabe im Haushaltsrecht ein ähnliches Verfahren eingeführt: Sie soll die VOL/A ersetzen.

Das Inkrafttreten der UVgO setzt allerdings ein Einführungsgesetz voraus. Ein solches gibt es auf Bundesebene, auf Bundesländerebene aber bisher nur in Hamburg: In den meisten Bundesländern gilt also noch die VOL/A. Mit Ausnahme von Hessen, das nach aktuellem Stand bei der VOL/A bleiben wird, wird die UVgO voraussichtlich im Verlauf des Jahres 2018 flächendeckend eingeführt.

Vergaberecht und Privatpersonen

Primär gilt das Vergaberecht für die öffentliche Hand; im Kontext öffentlicher Förderung aber auch für Privatpersonen (siehe dazu auch Interview in LandInForm 3.17). Die Brücke von der Förderung zum Vergaberecht schlägt das Zuwendungsrecht: Jeder Zuwendungsbescheid enthält konkrete Auflagen und/oder „Allgemeine Nebenbestimmungen“ (ANBest) zum Vergaberecht.

Die ANBest unterscheiden sich von ihrer Bezeichnung und ihrem Inhalt zwar von Bundesland zu Bundesland, ihre Systematik ist aber gleich. Füllen wir am Beispiel der ANBest-ELER des Landes Niedersachsen für die Privaten die nächsten drei Schubladen:

- // Wird ein Projekt mit bis zu 50 000 Euro gefördert, sind bei jeder Auftragserteilung die haushaltsrechtlichen Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit zu beachten: Private müssen in diesem Rahmen keine förmlichen Ausschreibungen, sondern lediglich Preis-Leistungs-Vergleiche durchführen – empfohlen werden diese zwischen mindestens drei Anbietern.
- // Wird ein Projekt mit mehr als 50 000 Euro und bis zu 50 Prozent gefördert, sind mindestens drei fachkundige und leistungsfähige Unternehmen zur Angebotsabgabe aufzufordern. Der Auftrag ist dem Bieter mit dem wirtschaftlichsten Angebot zu erteilen: demjenigen, der das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bietet, der günstigste Preis allein ist nicht entscheidend. Private müssen also noch keine förmlichen Ausschreibungen durchführen, aber bereits Begrifflichkeiten aus dem Vergaberecht beachten.
- // Erhält ein Projekt eine Förderung von mehr als 50 000 Euro und einen Fördersatz von über 50 Prozent gelten die Regelungen der VOL/A (demnächst der UVgO – siehe oben) oder der VOB/A. In diesem Rahmen müssen die Privaten das Vergaberecht beachten und entsprechende Ausschreibungen wie die öffentliche Hand durchführen. Lediglich die Regelungen der Tarifreue- und Vergabegesetze des jeweiligen Bundeslandes gelten für sie nicht.

Zum Teil (beispielsweise in Sachsen-Anhalt, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen) werden die ANBest durch Förderrichtlinien der Bundesländer modifiziert: Dann gelten unabhängig von der Fördersumme und dem Fördersatz nur die Angebotsaufforderungs-Regeln der ANBest.

Achtung: Fallstrick

Private werden also via Zuwendungsbescheid oder ANBest in vergabe-

Stark vereinfacht: Vergaberecht in drei Schubladen



rechtlicher Hinsicht der öffentlichen Hand angenähert, bleiben aber weiter Privatpersonen. Es gibt allerdings wichtige Ausnahmen, durch die Private aufgrund ihrer Organisationsform oder wegen des Inhalts ihres Projekts wie öffentliche Auftraggeber behandelt werden. Dann muss ein komplettes förmliches Ausschreibungsverfahren durchgeführt werden. Diese Ausnahme gilt in den folgenden Fällen:

- // Eine Trägerstruktur wurde als „juristische Person“ des privaten Rechts gegründet, um im Allgemeininteresse liegende Aufgaben nichtgewerblicher Art zu erfüllen. Die Finanzierung dieser Organisation erfolgt überwiegend durch die öffentliche Hand oder diese ist an der Geschäftsführung oder Aufsicht beteiligt (siehe § 99 Nr. 2 GWB). Paradebeispiel hierfür sind etwa Kulturstiftungen.
- // Der private Projektträger erhält für Bauvorhaben, beispielsweise Tiefbaumaßnahmen oder die Errichtung von Erholungs- oder Freizeiteinrichtungen, von der öffentlichen Hand eine Subvention von mehr als 50 Prozent (siehe § 99 Nr. 4 GWB). Hiervon sind insbesondere zahlreiche LEADER-Projekte betroffen.

Die beiden GWB-Normen gelten zwar eigentlich erst für den Bereich des Oberschwellen-Vergaberechts. Einige Bundesländer wie beispielsweise Brandenburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein oder Nordrhein-Westfalen verweisen aber in ihren jeweiligen Vergaberecht-Vorschriften auf diese Normen: Das hat zur Folge, dass die Statusveränderung von der Privatperson zum öffentlichen Auftraggeber ab bestimmten Auftragswerten auch im Unterschwellen-Bereich gilt. Hier kommt man um das Nachlesen oder Nachfragen nicht herum. ■

SERIE ODER BRUCHPILOT? – IHR FEED-BACK, BITTE!

Dieser Beitrag ist der Pilot für eine geplante Artikelserie: Wie hilfreich finden Sie ihn? Anhand Ihrer Rückmeldungen entscheiden wir, wie wir die Reihe fortsetzen.
E-Mail: landinform@ble.de



KONTAKT:

Frank Wolter
TEAM3 Telkamp, Wolter & Telkamp
Unternehmensberater-Partnerschaft
Telefon: 0551 5078974
wolter@team3-unternehmensberatung.de

Auslauf garantiert

Das Label „Pro Weideland“ soll verbindliche Standards für Weidemilch schaffen. Seit diesem Jahr sind in Niedersachsen Milch, Käse und Butter mit der neuen Kennzeichnung im Handel. [VON ARNO KRAUSE]

Milchvieh wird seit einigen Jahren verstärkt im Stall statt auf der Weide gehalten. Dies liegt an den geringeren Kosten, den selten verfügbaren umliegenden Weideflächen und an der bei Landwirten teilweise verbreiteten Meinung, die Weidehaltung sei kein zeitgemäßes System. Auch das dazu notwendige Fachwissen in Praxis und Forschung ist im Laufe der Zeit immer mehr verschwunden. Verschiedene Prognosen deuten darauf hin, dass in zehn bis 15 Jahren ein Großteil der Milchkühe ganzjährig im Stall gehalten wird. Im Gegensatz dazu möchten sich die meisten Menschen eine Landwirtschaft ohne weidende Kühe nicht vorstellen. Das spiegelt sich auch im Kaufverhalten wider: Immer mehr Konsumenten sind bereit, höhere Preise für Milch aus Weidehaltung zu bezahlen. So hat sich Weidemilch in den letzten Jahren erfolgreich in Deutschland etabliert. Die Vorstellungen über deren Erzeugungs- und Verarbeitungsstandards gehen bei den Molkereien jedoch deutlich auseinander – die Produktbezeichnung Weidemilch ist in

Deutschland nicht gesetzlich geschützt. Häufig sind die dazugehörigen Produktionssysteme zu wenig transparent oder unterscheiden sich kaum vom Marktstandard. Dadurch stößt Weidemilch in der Öffentlichkeit zunehmend auf Kritik.

Breites Bündnis für Deutsche Weidecharta

Um mehr Einheitlichkeit zu schaffen, hat das Grünlandzentrum Niedersachsen/Bremen e. V. ein breites Bündnis aus mehr als 20 Organisationen aus Landwirtschaft, Wirtschaft, Umwelt-, Natur-, Verbraucher- und Tierschutz ins Leben gerufen. Ziel des vom Niedersächsischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz geförderten Projekts war es, gemeinsame Kriterien zur Erzeugung und Vermarktung von Weidemilchprodukten zu entwickeln und somit die fachliche und gesellschaftliche Tragfähigkeit eines Labels sicherzustellen: Pro Weideland. Im Oktober 2015 unterzeichneten die Partner dazu eine gemeinsame Charta – die Deutsche Weidecharta. Diese legt die

Rahmenbedingungen des Labels fest. Neben Vertretern des Berufsstands wie Bauernverbänden und Landwirtschaftskammern gehören auch Umwelt- und Tierschutzverbände sowie Molkereien und Vertreter aus Wissenschaft und Politik zu dem Bündnis. Die Zahl der Unterzeichner der Charta wächst stetig. Mittlerweile sind es 27 namhafte Organisationen – dazu zählen auch das Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume Schleswig-Holstein. Als Eigentümer des Labels verwaltet das Grünlandzentrum Niedersachsen/Bremen e. V. dieses stellvertretend für die Bündnispartner.

Forschung für gesellschaftliche Akzeptanz

Das Grünlandzentrum und seine Forschungspartner konnten wissenschaftliche Fragen zur Entwicklung der Labelkriterien, wie etwa Aspekte des Umweltschutzes oder des Tierwohls, weitgehend selbst erarbeiten. Für Fragestellungen zur Akzeptanz verschiedener Labelarten in der Gesellschaft griffen sie aller-

dings auf externe Hilfe zurück: Hierzu hat der Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte der Georg-August-Universität Göttingen als Projektpartner im Jahre 2015 zweimal die Verbraucher befragt sowie die Vermarktungskonzepte, die Erlöse und die Entwicklungsoptionen für Weidemilchlabel analysiert. In einer ersten, für die deutsche Bevölkerung repräsentativen Erhebung wurden im Februar 2015 1065 Verbraucher intensiv zu verschiedenen Labelkonzepten befragt. Daraufhin baten die Wissenschaftler 310 Probanden um ihre Einschätzung zu den notwendigen Anforderungen an ein Label. Die daraus abgeleiteten Gesellschaftspräferenzen wurden anschließend in verschiedenen Moderationsprozessen mit dem Fachwissen der Bündnispartner zusammengebracht. Aus diesem Prozess gingen schließlich die dem Label Pro Weideland zugrundeliegenden Kriterien zur Erzeugung und Auslobung von Weidemilch und Weidemilchprodukten hervor.

Eindeutige Kriterien und Transparenz

Die Kriterien des Labels Pro Weideland – Deutsche Weidecharta gehen deutlich über die sonst üblichen Standards der im Handel angebotenen Weidemilch hinaus:

- // Die Milchkuh steht mindestens 120 Tage für sechs Stunden pro Tag auf der Weide.
- // Pro Milchkuh müssen insgesamt 2000 Quadratmeter Grünland vorhanden sein. Mindestens 1000 Quadratmeter Grünland stehen dabei jeder Milchkuh in Hofnähe für die Beweidung zur Verfügung.
- // Eine ganzjährige Bewegungsfreiheit ist zu gewährleisten.
- // Die vorzuhaltende Fläche ist als Dauergrünland definiert.
- // Die Fütterung ist gentechnikfrei entsprechend der Kriterien des Verbandes Lebensmittel ohne Gentechnik e. V. (VLOG).

Darüber hinaus müssen sich teilnehmende Molkereien verpflichten, die Milch getrennt zu sammeln und zu verarbeiten. Das Label wurde somit durch seine vollständige Warenstromtrennung als sogenanntes klassisches Label in den Handel gebracht.

Das Niedersächsische Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz hat die Entwicklung und Etablierung von Pro Weideland ab April 2014 für 33 Monate im Rahmen des Verbundprojektes „Initiierung des Weidemilchprogramms zum Schutz des Grünlandes für das Land Niedersachsen“ mit 289 500 Euro gefördert.

Weidemilch und -käse jetzt im Handel

Als erste hat die Molkerei Ammerland einen Teil ihrer Erzeugnisse als Weidemilch unter dem neuen Siegel Pro Weideland auf den Markt gebracht. Unter der Hausmarke „Ammerländer Unsere Weidemilch“ und der Weidemilchmarke von Lidl „Milbona“ ist sie seit Ende April 2017 im Handel erhältlich. Der Lebensmitteleinzelhändler Rewe verkauft seit August Pro-Weideland-Milch unter der Handelsmarke „Rewe Beste Wahl“. Auch Weidekäse und -butter der Eigenmarke „Ammerländer“ finden sich ab jetzt mit Siegel ausgewiesen in den Regalen. Die Nutzung des Labels steht allen interessierten Molkereien zur Verfügung. Weitere Interessenbekundungen aus Niedersachsen und Schleswig-Holstein gibt es bereits.

Landwirte profitieren von höherem Preis

Mehrere hundert landwirtschaftliche Betriebe, akquiriert von der Ammerländer Molkerei, verpflichten sich derzeit zur Einhaltung der Labelkriterien. Sie sollen in Zukunft fünf Cent mehr pro Kilogramm Weidemilch bekommen. Das kann allerdings nur gelingen, wenn die Konsumenten tatsächlich bereit

sind, den höheren Preis zu zahlen. Der Handel legt dabei selbst fest, zu welchem Preis er das Produkt verkauft. Ein Liter Weidemilch kostet im Durchschnitt etwa 30 Cent mehr als konventionelle Milch. Das Grünlandzentrum stellt sicher, dass jeder Betrieb mindestens einmal in drei Jahren von externen Organisationen in Hinblick auf die einzuhaltenden Kriterien kontrolliert wird.

Zur längerfristigen Etablierung des Labels, zur Lizenzvergabe und zur Organisation entsprechender externer, unabhängiger Kontrollen hat das Grünlandzentrum eine dezidierte Rechtsform, die „Pro Weideland – Deutsche Weidecharta Gesellschaft“ gegründet. Die hierin organisierten Interessensvertreter sollen die Qualität des Labels langfristig sicherstellen.

Das Niedersächsische Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz hat ab Februar 2017 weitere 200 000 Euro für zwei Jahre bewilligt. In diesem Folgeprojekt soll ein wirtschaftlich tragfähiges Modell für die nachhaltige Vermarktung und Etablierung des Weidemilchprojektes geschaffen werden, das zukünftig ohne Projektförderung auskommt. ■



KONTAKT:

Dr. Arno Krause
Grünlandzentrum Niedersachsen/Bremen e.V.
Telefon 04401 82956-16
arno.krause@gruenlandzentrum.de
www.proweideland.de

Digitale Infrastruktur als regionaler Entwicklungsfaktor

Kann die Abgeschiedenheit ländlicher Räume durch Breitbandanbindung ausgeglichen werden? Ein Modellvorhaben hat diese Frage untersucht.

Die Antwort lautet: Ja, aber... [VON STEFFEN MARETZKE UND CHRISTIANE LEHMANN]

In Politik und Wirtschaft wird das Internet vielfach als Patentlösung dafür diskutiert, regionale Unterschiede auszugleichen. Mit digitalen Anwendungen, so die Hoffnung, könnte die fehlende räumliche Erreichbarkeit kompensiert werden. Doch um auch noch im letzten Winkel an den modernen Errungenschaften teilhaben zu können braucht es mehr als dünne Telefondrähte: Erst wenn auch in den, häufig strukturschwachen, peripheren ländlichen Räumen schnelle Datenraten verfügbar sind, kann von annähernder Chancengleichheit zwischen Stadt und Land gesprochen werden. Die Verfügbarkeit von diesem Breitband ist ein entscheidender Standortfaktor und die Voraussetzung für private Investitionen, eine hohe Lebensqualität und die Sicherung gleichwertiger Lebensbedingungen. Doch der Markt regelt sich dabei nicht selbst: Für private Unternehmen ist es unrentabel, Netze auszubauen, wenn die Nutzerzahlen aufgrund der niedrigen Einwohnerdichte zu gering sind.

So wächst trotz rasanter Entwicklungen der technischen Möglichkeiten das bereits vorhandene Ungleichgewicht zwischen abgelegenen und zentralen Orten. Es besteht also ein akuter Handlungsbedarf, um die regionalen Unterschiede wieder auszugleichen. Das ist ein zentrales Handlungsfeld der Raumordnung: Ihre Aufgabe ist es, die Ausgewogenheit der Lebensverhältnisse im Blick zu behalten. Das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur und das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung initiierten deshalb das Modellvorhaben der Raumordnung „Digitale Infrastrukturen als regionaler Entwicklungsmotor“ (MOROdigital).

Innovative Lösungsansätze

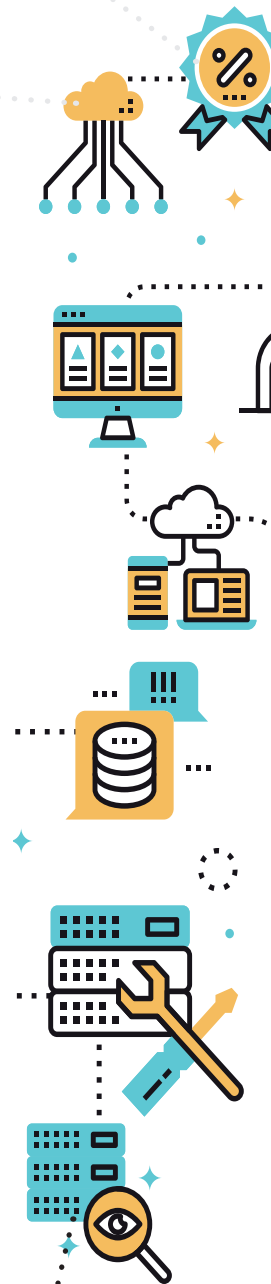
Sechs kommunale Initiativen zeigen in MOROdigital, wie regionale Potenziale aktiviert werden können, um Defizite bei der Breitbandinfrastruktur zu verringern. So baut die kommunal initiierte und privatwirtschaftlich organisierte „BürgerBreitbandNetz GmbH & Co. KG“ im südlichen Nordfriesland im Auftrag der beteiligten Gemeinden ein flächendeckendes Glasfasernetz auf. Der Ausbau wird über ein Bürgerbeteiligungsmodell

finanziert. Die geschaffenen Infrastrukturen sind dann Eigentum der Anleger, also Privatpersonen, Unternehmen und Kommunen.

Die hessische Gemeinde Burghaun und der Wasserzweckverband Laber-Naab in Bayern nutzen Synergien für den Ausbau von Glasfasernetzen: Sie verlegen bei anstehenden Tiefbauarbeiten die Leerrohre für spätere Leitungen gleich mit. Dazu hat Burghaun einen Masterplan entwickelt. Dieser zeigt beispielhaft, wie eine langfristige Planung über einen Zeithorizont von 30 Jahren gestaltet werden kann. Entscheidend hierfür ist das Fachwissen vor Ort. So sollen die Bauämter der Gemeinden darin geschult werden, mit digitalen Geoinformationssystemen zu arbeiten und die Bauamtsleiter als digitale Kümmerer ausgebildet werden. In Bayern verbindet man die Modernisierung des Wassernetzes mit dem Ausbau des Glasfaserkabels bis ins Haus. Die 13 beteiligten Gemeinden gründeten die Laber-Naab Infrastruktur GmbH, die sich erfolgreich als Anbieter beim Glasfaserausbau etabliert hat.

Dass eine stabile Versorgung von Haushalten und Betrieben mit schnellem Internet über die Mobilfunktechnologie LTE erreicht werden kann, demonstrieren die brandenburgischen Gemeinden Luckau und Calau im Verbundprojekt „Luckau Digital“. Das Projekt hat lokale Unternehmer und Behörden in den Prozess eingebunden. Die Leistungen, etwa von Bauunternehmern, und Daten über verfügbare Infrastrukturen werden in einer Plattform zusammengeführt, um die Abstimmung zu vereinfachen und Kooperationspartner zu finden.

Die hessischen Landkreise Schwalm-Eder und Werra-Meißner wollen Impulse dafür setzen, dass regionale Unternehmen neue Geschäftsmodelle und digitale Dienste in der Pflege, der Heizungs- und Sanitärtechnik sowie im produzierenden Gewerbe entwickeln, etwa eine Video-Kommunikation im Rahmen der häuslichen Pflege. Dazu untersuchen sie die regionalen Nutzungspotenziale und testen Maßnahmen für eine Stimulation von Anbietern und Nutzern.





Die Interessen von über 230 Kommunen beim Breitbandausbau bündelt die Komm.Pakt.Net, die erste Kommunalanstalt öffentlichen Rechts in Baden-Württemberg. Sie hat Handbücher und standardisierte Arbeitsmaterialien entwickelt und einen zentralen Einkauf von Dienstleistungen aufgesetzt. So werden hohe Qualitätsstandards und Kompatibilität gewährleistet. Die Kommunen können auf konzentriertes Fachwissen in dem interkommunalen Verbund zugreifen und Unterstützungsleistungen der Geschäftsstelle nutzen.

Breitband ist machbar

Ein zentrales Ergebnis des Modellvorhabens ist: Die Erschließung unterversorgter Kommunen mit leistungsfähigem Breitband durch kommunale Projekte und private Initiativen ist abseits der großen Telekommunikationsplayer möglich. Dadurch wird die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Regionen gesteigert, die anders nicht hätten versorgt werden können. Dazu ist die Förderung und Vernetzung ausbauwilliger Regionen wichtig: Ohne Modellvorhaben oder überregionale Treffen bleiben innovative Ansätze verborgen, Regionen können nicht von den Erfahrungen anderer profitieren. Zudem lassen sich durch eine regionsübergreifende Bündelung von Informationen, Leistungen und Lieferungen wie im Projekt „KommPaktNet“ erhebliche Synergien erzielen. Der Wissenstransfer wird gefördert, die Ausbaukosten werden reduziert und die bestehende Infrastruktur kann kompetent und kostengünstig verwaltet und unterhalten werden. Werden die neu geschaffenen Netze verpachtet, können außerdem zusätzliche Erträge erzielt werden. Dadurch werden

kommunale Erschließungsprojekte erst möglich, ihr Handlungsspielraum erweitert sich und ihre Stimme hat in den Verhandlungen mit Netzbetreibern und ausbauenden Unternehmen deutlich mehr Gewicht.

Eine große Bedeutung haben bei Ausbauvorhaben Breitbandkoordinatoren: Diese sollten landkreisübergreifend agieren und mit den notwendigen Befugnissen ausgestattet sein. Sie bilden zusammen mit den Breitbandbüros der Länder eine funktionierende Netzwerkstruktur, die erheblich zu einem effizienten Breitbandausbau beiträgt.

Besser unterstützen

Aber es gibt Hindernisse: In vielen Projekten gestaltete es sich schwierig, qualifiziertes Personal anzuwerben. Zudem trat in vielen Regionen ein unerwarteter Akteur auf den Plan: Die klassischen Telekommunikationsunternehmen, die eigentlich kein Interesse zeigten, begannen mit Beginn der Projektaktivitäten doch, den Breitbandausbau selbst zu planen. Dieses Agieren behindert die kommunalen Initiativen.

Die Politik ist unzureichend darauf vorbereitet, kommunale Initiativen in den Breitbandausbau einzubinden: Aktuelle Förderprogramme berücksichtigen sie nur unzureichend; die Projekte aus dem MORodigital sehen sich teilweise gegenüber privaten Netzbetreibern benachteiligt.

Ein weiterer Hemmschuh: Open Data. Für eine effiziente und effektive Planung sind Infrastruktur- und Adressdaten sowie Ausbaupläne notwendig. Unter anderem aufgrund rechtlicher Beschränkungen auf Seiten der Dateneigentümer werden diese oft nur verzögert und unvollständig bereitgestellt. Schlussendlich heißt die Verfügbarkeit von Breitband noch nicht, dass dieses auch genutzt wird. Die hessischen Landkreise zeigen, dass lokale Dienstleister und Betriebe teilweise erst lernen müssen, welche Geschäftsmodelle möglich werden. Sie müssen durch sinnvolle Förderangebote unterstützt werden.

Eine Schlussfolgerung von MORodigital ist damit auch ein Aufruf an die Politik: Der Bedarf ist da und auch an Eigeninitiative von kommunalen Projekten und privaten Trägern mangelt es nicht – was fehlt sind passende rechtliche Regelungen. ■

SERVICE:

MORodigital online unter:
www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/FP/MORO/Forschungsfelder/2014/MORodigital/01_Start.html



KONTAKT:

Dr. Steffen Maretzke
 Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im BBR
 Telefon: 0228 9940- 2326
steffen.maretzke@bbr.bund.de
www.bbsr.bund.de

EU-Agrarpolitik: Am liebsten einfach und effizient

Wie kann die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) nach 2020 modernisiert werden? Das wollte die EU-Kommission zwischen Februar und Mai in einer Online-Befragung herausfinden. [VON SIMONE ROBERTA STERLY]

Landwirtschaft, ländliche Räume sowie die heutige und eine mögliche zukünftige GAP – das waren die zentralen Themen einer Befragung, die im Frühjahr 2017 auf der Website der EU-Kommission zum Mitmachen aufrief. Sie umfasste 28 geschlossene und fünf offene Fragen in 23 Sprachen. Insgesamt kamen über 322 000 Beiträge zusammen. Ein Großteil davon ging auf Mitglieder von Organisationen oder auf Kampagnen zurück, etwa die LivingLand-Kampagne von BirdLife, das Europäische

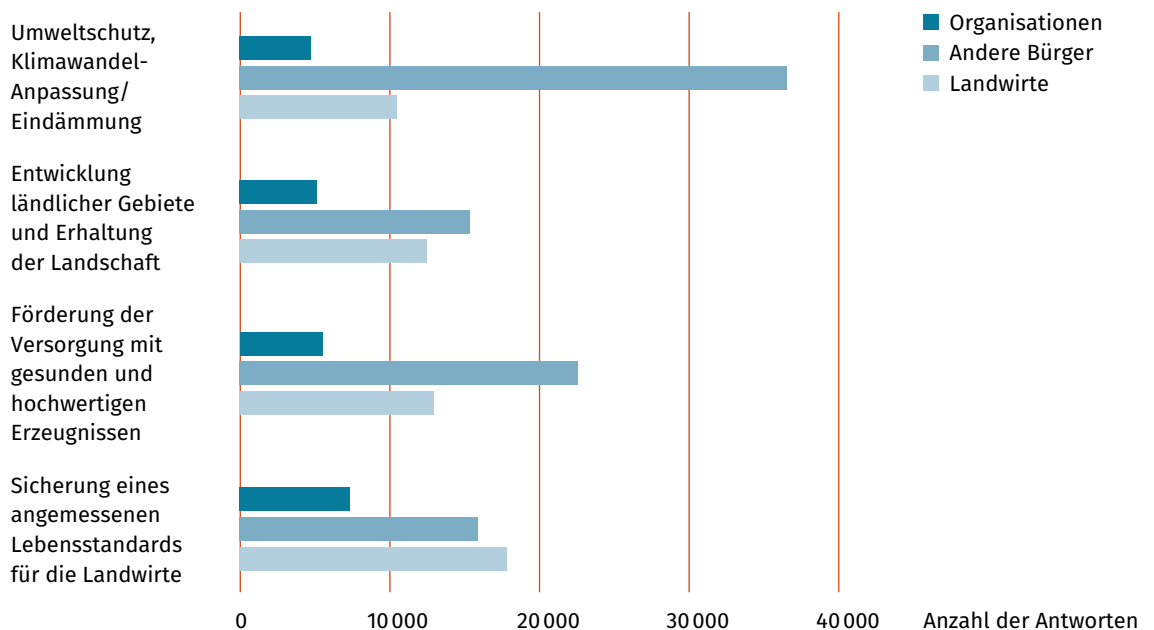
Umweltbüro und den WWF. Über 30 weitere Kampagnen, etwa von Bauernverbänden, Umweltorganisationen und Landwirtschaftskammern, wurden gezählt. Da bei diesen Kampagnen Antworten vorformuliert wurden, haben die Analysten diese Beiträge bereinigt: Bei Kampagnen mit zehn oder mehr Teilnehmern wurden gleichlautende Antworten nur einfach gewertet.

Im Rahmen der Konsultation luden außerdem über 1400 Teilnehmer

eigene Positionspapiere hoch, weitere 8 000 Beiträge gingen aus Großbritannien und den Niederlanden per E-Mail ein. Diese Beiträge wertet die EU-Kommission selbst gesondert aus, sodass sie nicht Gegenstand dieses Artikels sind.

Schließlich blieben also rund 58 500 Antworten, die das Beratungsbüro ECORYS unter der Mitarbeit des Instituts für ländliche Strukturforschung auswertete. Dabei wurde hinsichtlich der Teilnehmer deutlich: Die größte

Die wichtigsten Ziele der Gemeinsamen Agrarpolitik für Landwirte, andere Bürger und Organisationen



Quelle: iflS

Gruppe kommt mit 55,6 Prozent aus Deutschland, gefolgt von Frankreich (11,4 Prozent), Österreich (6,8 Prozent) und Spanien (5,1 Prozent). 84,2 Prozent der Teilnehmer waren Einzelpersonen und nur rund 15,8 Prozent beantworteten die Fragen als Vertreter einer Organisation. Insgesamt machten Landwirte etwas über ein Drittel (37 Prozent) aus.

Kritik hängt vom Hintergrund ab

Die meisten Teilnehmer sind sich einig, dass die derzeitige GAP die aktuellen Herausforderungen für die Landwirtschaft in der EU nur teilweise bewältigt. Dabei sind die verschiedenen Gruppen durchaus unterschiedlicher Meinung. Einzelpersonen sehen den Klimawandel und andere Umweltaspekte als die größte Herausforderung (55 Prozent), für Landwirte ist es die, einen angemessenen Lebensstandard für Landwirte zu schaffen (32 Prozent). Die Antworten Befragter, die Organisationen zugehörig sind, variieren je nach Branche und Art der Organisation. Die Gewerkschaften wählten beispielsweise die Herausforderung „Arbeitsplatzmangel und fehlendes Wachstum im ländlichen Raum“ am häufigsten (52 Prozent).

Diese Unterschiede setzen sich auch bei der Frage fort, welche derzeitigen politischen Instrumente der GAP sich am besten eignen, um die genannten Herausforderungen zu bewältigen. Landwirte und Organisationen sehen die Einkommensunterstützung als wichtigstes Instrument an (27 Prozent), für andere Bürger sind es Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen (30 Prozent).

Doch warum konnte die GAP die gesetzten Ziele nicht erreichen? Hier wählten die Teilnehmer drei Gründe besonders häufig: 1. die mangelnde Berücksichtigung der Nachhaltigkeit für das Erreichen von Umweltzielen; 2. der bürokratische Aufwand für die GAP und die Komplexität der verschiedenen Vorschriften; 3. der überproportionale Einfluss von Großindustrie und Lobbying auf die Entscheidungen im Zusammenhang mit der GAP.

Unterschiedliche Zukunftsvisionen

Die zukünftige GAP soll je nach befragter Gruppe unterschiedliche Schwerpunkte haben. Auch wenn alle den Umwelt- und Klimazielen eine große Bedeutung beimessen, ist für Landwirte und Organisationen die „Sicherung eines angemessenen Lebensstandards für die Landwirte“ das wichtigste Ziel (21 Prozent resp. 20 Prozent).

Geht es in diesem Kontext um die Unterstützung des Einkommens, so regen die Befragten Folgendes an:

- // Ausgleichszahlungen für landwirtschaftliche Tätigkeiten in Gebieten mit naturbedingten Benachteiligungen oder in Gebieten mit hohem Naturschutzwert (17 Prozent);
- // Begrenzung der Förderung für große Betriebe (Deckelung) (15 Prozent);
- // Unterstützung von Verfahren mit dem größten Umwelt-/Klimanutzen (14 Prozent);
- // Unterstützung von Kleinbetrieben (14 Prozent).

Nichtlandwirte legen hingegen einen großen Wert auf die „Förderung der Versorgung mit gesunden und hochwertigen Erzeugnissen“ (21 Prozent). Um höhere Produktionsstandards zu erreichen – darin sind sich die Befragten einig – braucht es Sensibilisierungskampagnen, die die Bereitschaft der Verbraucher erhöhen, mehr für entsprechende Produkte zu bezahlen (71 Prozent). 25 Prozent der Bürger stimmen jedoch der Aussage zu, „die Landwirte müssten strengere Vorschriften ohne besondere finanzielle Unterstützung einhalten“, während 60 Prozent der Landwirte damit nicht einverstanden sind.

Agrarpolitik modern und einfach

Die Teilnehmer stimmen darin überein, dass die GAP modernisiert werden muss. Über ein Drittel hält es für notwendig, Überschneidungen zwischen Maßnahmen der Ländlichen Entwicklung (ELER) und anderen Maßnahmen der GAP zu reduzieren.

Weiterhin müsse es darum gehen, die Prozesse zu vereinfachen – vor allem bei Aspekten der Verwaltung, Inspektion und Kontrollen und beim Greening. Hier regen die Teilnehmer zum Beispiel dazu an, Datenbanken und Technologien wie Fernerkundung und Smartphones zu nutzen, um Betriebskontrollen vor Ort zu reduzieren. Weitere Ideen für eine Modernisierung der GAP beziehen sich darauf, wie sie ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltig gestaltet werden kann. Unter diesem Stichwort verweisen die Befragten beispielsweise auf die Art der landwirtschaftlichen Praktiken sowie die Anwendung der in der EU geltenden Standards, auch für die Ein- und Ausfuhr aus Drittländern.

Die vorliegenden Ergebnisse werden im Herbst 2017 in den Prozess der Politik-Folgenabschätzung einfließen. Darauf basierende Vorschläge für eine Ausgestaltung der GAP nach 2020 werden in der für Ende 2017 angekündigten Mitteilung der EU-Kommission zur „Modernisierung und Vereinfachung der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP)“ dargestellt. Die größte Herausforderung wird dabei sein, wirtschaftliche und Umweltziele zu verbinden. ■

SERVICE:

Zusammenfassung der Ergebnisse von ECORYS in Englisch:

www.ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/consultations/cap-modernising/summary-public-consul.pdf



KONTAKT:
Simone Roberta Sterly
Institut für Ländliche Strukturfor-
schung an der Goethe-Universität Frankfurt am Main
Telefon: 069 9726683-15
sterly@ifls.de

Regional vernetzt – gemeinsam stark

Bei einer Dialogreihe brachte das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft regionale Experten und Akteure zum Thema ländliche Entwicklung zusammen: ein Format mit Mehrwert für beide Seiten.

[VON ANTONIA IBEL UND NIKO WALD]

Regional vernetzt – gemeinsam stark: Unter diesem Motto hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) von Mai bis Juli 2017 zu vier Zukunftswerkstätten nach Arnsberg in Nordrhein-Westfalen, Eschwege in Hessen, Finsterwalde in Brandenburg und Tirschenreuth in Bayern eingeladen. Im Fokus der Veranstaltungsreihe stand die Frage: Was ist aus Sicht von Fachleuten und Engagierten erforderlich, um ländliche Regionen zukunftsfähig zu gestalten?

On- und offline im Dialog

Die Veranstaltungen begleitete das Ministerium bereits im Vorfeld digital: Teilnehmer und Interessierte konnten vor Beginn jeder Zukunftswerkstatt selbst entscheiden, welche Themen und Schwerpunkte bei den Veranstaltungen im Mittelpunkt stehen sollten. Möglich machte das eine digitale Beteiligungsplattform. Diese war während des gesamten Veranstaltungszeitraums für jedermann zugänglich – sei es um Diskussionsbeiträge zu verfolgen oder um die eigene Expertise in den Dialog einzubringen. Das Angebot kam an: Mehr als 1 300 Interessierte, Experten und Entscheider nutzten die Gelegenheit, sich online zu beteiligen. In rund 1 100 teils sehr ausführlichen Beiträgen und Kommentaren kamen zahlreiche Ideen für die Zukunft ländlicher Regionen zusammen.

Während der Einsatz einer begleitenden digitalen Beteiligungsplattform für das Ministerium ein Novum war, knüpfte es mit den vier Dialogen an Bewährtes an: Bereits 2015 hatte es in zehn „Bürgerdialogen“ Menschen in ländlichen Orten dazu befragt, was aus ihrer Sicht nötig ist, um auch in Zukunft gut auf dem Land leben zu können. In den vier Zukunftswerkstätten suchte das Ministerium nun gezielt den Austausch mit Aktiven und Engagierten aus Gesellschaft, Unternehmen, Kommunen, Kammern, Verbänden und Politik, die in Zusammenarbeit mit den Landkreisen zu dieser Veranstaltung

eingeladen wurden. Dabei waren die Regionen bewusst ausgewählt: Die vier Veranstaltungsorte sind in Landkreisen beheimatet, die am Modellvorhaben „Land(auf)Schwung“ des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung des BMEL beteiligt sind. Zudem band das BMEL den Deutschen Städte- und Gemeindebund, den Deutschen Landkreistag, den Deutschen Industrie- und Handelskammertag sowie den Zentralverband des Deutschen Handwerks als überregionale Veranstaltungspartner ein. Die vier Verbände sowie die Partner aus den Land(auf)Schwung-Regionen brachten sich in die Organisation der Reihe ein und waren bei den jeweiligen Veranstaltungen vor Ort mit regionalen Vertretern präsent. Um arbeitsfähige Workshops zu gewährleisten, begrenzte die Veranstalter die Teilnehmerzahl auf jeweils maximal 100 Personen. Die Teilnahme war kostenlos.

Das Ziel der Werkstätten war zum einen, mit Aktiven und Engagierten aus der Region zentrale Herausforderungen für die Entwicklung ländlicher Regionen zu benennen. Aber es sollte auch um Lösungsideen gehen: Welche Impulse und Rahmenbedingungen werden benötigt, um diese Herausforderungen erfolgreich anzugehen? Wer sind die entscheidenden Akteure? Und was können wir hier in der Region selbst tun? Neben den konkreten und auf die jeweilige Region bezogenen Ideen ließ sich aus dem, was die Teilnehmer in den unterschiedlichen Workshops erarbeiteten, auch Übertragbares ableiten.

Aussagen aus den Workshops – Schlaglichter:

- // Regionale Identität stärken
Es gibt viele Gründe, selbstbewusster auf die Stärken der eigenen Region und Orte zu schauen. Es gilt, diese Besonderheiten mehr herauszuarbeiten und selbstbewusster zu kommunizieren – auch für die Menschen in der Region. Regionalmarketing



Bei den Zukunftswerkstätten tauschen sich die Akteure aus – digital und persönlich.

und Imagepflege sollen dafür gestärkt werden. Zeitgemäße Informationsformen, zum Beispiel in Form eines „Dorfmediums“, spielen dabei eine wichtige Rolle. Auch die Regionalzeitungen könnten zur Stärkung des Images einer Region einen wichtigen Beitrag leisten.

- // Anderer Blickwinkel – neue Perspektiven
Menschen auf dem Land waren schon immer gut darin, unkonventionelle Lösungen für den Alltag zu finden. Das ist auch für die drängenden Fragen der Zukunft ein Pluspunkt: So muss beispielsweise nicht immer die Kundschaft zur Dienstleistung kommen – Arzt, Physiotherapeut, Einkaufsmöglichkeit und Bank können sich auch auf den Weg ins Dorf machen.
- // Freiraum für Menschen und ihre Ideen
Einen weiten Raum, geografisch, aber auch im übertragenen Sinn – den hält das Leben auf dem Land für Menschen und ihre Ideen bereit. Existenzgründer, kreative Geister und Macher finden in ländlichen Regionen eigentlich beste Voraussetzungen. Sie brauchen die positive Einstellung einer Gesellschaft insgesamt, Räume zur Vernetzung, kompetente Ansprechpartner sowie Förderprogramme.
- // Landstraße wird Datenautobahn
Schnelles Internet für alle auf dem Land ist die Voraussetzung für die aktive Teilnahme am digitalen Wandel. Ohne schnelles Internet bleiben Menschen auf dem Land in der sich digitalisierenden Welt außen vor – sowohl als Nutzer neuer Anwendungen als auch bei deren Entwicklung.
- // Lebendige und sorgende Gemeinschaft
Wer auf dem Land lebt, ist überdurchschnittlich bürgerschaftlich engagiert. In vielen Kommunen geht es um die Frage, wie die Gemeinschaft lebendig bleibt und sich das Engagement erhalten lässt, wenn sich die gesellschaftlichen Vorzeichen ändern. Vereine könnten zum Beispiel stärker projektbezogen arbeiten. Neubürger und Zugezogene brauchen die aktive Ansprache durch Alteingesessene und die Dorfgemeinschaft – verbunden mit der Einladung, sich zu engagieren.
- // Weg in die Ausbildung und zurück aufs Land
Zahlreiche Kommunen machen gute Erfahrungen mit Rückkehrprogrammen. Sie richten sich gezielt an ehemalige Bewohner, die nach einiger Zeit zurück nach Hause kommen wollen. Die Rückkehr-Agenturen machen auf die Pluspunkte aufmerksam: günstige Immo-

bilien, Natur zum Erholen, Freiraum für Kinder und gut bezahlte Arbeitsplätze bei einem „hidden champion“, einem weitgehend unbekanntem Weltmarktführer des Mittelstands. Gerade junge Familien sind offen für solche Angebote.

- // Aus der Region, für die Region
Weil Gutes naheliegt: Viele Menschen und Unternehmen möchten auf regionale Produkte und Dienstleistungen zurückgreifen und damit die Wirtschaft in ihrer Heimat unterstützen. Digitale Marktplätze können dabei helfen, Anbieter und Kundschaft unkompliziert zusammenzubringen. Wichtig ist, dass lokale Erzeuger mit der Zeit gehen und sich an den Bedürfnissen der Kunden orientieren – etwa bei Lieferservices und Öffnungszeiten. Die kommunale Wirtschaftsförderung kann dabei unterstützen, von der Technik-Beratung bis hin zu Aufbau und Pflege eines Bewusstseins für die Region.

Die Regionen können durch eine umfassende digitale Dokumentation der Veranstaltung und der Ergebnisse an das Erarbeitete anknüpfen. Die Ergebnisse belegen eindrucksvoll das Bewusstsein für die Herausforderungen und Probleme, aber auch für die Stärken und Chancen der eigenen Regionen. Vor allem war der Wille erkennbar, gemeinsam nach Lösungen zu suchen und sich dafür zu engagieren. Dabei spielt die Vernetzung von Akteuren und Fachleuten eine wichtige Rolle – ebenso wie der Blick auf gute Beispiele von bereits Erreichtem. Die Zukunftswerkstätten haben bereits vorhandene Prozesse in den Regionen gestärkt. Das BMEL wird die Ergebnisse nun auswerten und in seine Gremien zum Thema Entwicklung ländlicher Räume einbringen. ■

SERVICE:

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Zukunftswerkstätten, Impressionen von den Veranstaltungen vor Ort sowie die Gesamtauswertung des Projektes finden Sie hier: www.report.bmel.de/zukunft



KONTAKT:
Gabriele Martin
Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft
Referat 723 – Kommunikation
Ländliche Räume, Themenvernetzung
Telefon: 030 18 529-3361
723@bmel.bund.de



DIE POSITION

Werden aktive Dörfer ausgebremst?

Andreas Willisch ist Vorstandsmitglied des Thünen-Institutes für Regionalentwicklung e.V. in Bollewick, Mecklenburg-Vorpommern.

”

Gesellschaft selber machen, heißt, Gestaltungsraum, Gestaltungsmöglichkeiten und Gestaltungskraft wahrnehmen zu können.“

Der ländliche Raum ist ins Gerede gekommen. Ganz besonders seit den letzten Wahlen sehen die Deutschen in den Dörfern das Populistische und das Antidemokratische mächtig werden. Bei genauerem Hinsehen erweist sich diese politische Wahrnehmung als nicht korrekt. In Niedersachsen – einem großen ländlich geprägten Flächenland – haben die Populisten schwächer abgeschnitten als beispielsweise zuvor im ländlich unverdächtigen Berlin und Pegida hatte seinen Kern im Herzen der Hochkulturmetropole Dresden.

Richtig ist, dass das Dorf und mithin die Leute, die da leben, eine merkwürdige Doppelexistenz führen. Jeder und jede seiner Bewohner und Bewohnerinnen wird immer den alten historisch entstandenen Dorfnamen nennen, auf die Frage, wo er oder sie wohnt.

Nach zahllosen Verwaltungsreformrunden über die Jahrzehnte existiert von der Buntheit der Namen jedoch kaum noch etwas. Man wird einer Kunstgemeinde Barkhagen oder Buchberg zugerechnet, die im Großen und Ganzen nur im Verwaltungshandeln existieren. Dazwischen klafft eine Identitätslücke. Zwar gibt es noch immer den Gemeindegärtner, der die Rasenstücke und Wegränder mäht, aber den Ansprechpartner für die Dorfverwaltung gibt es nicht mehr. Und mit den Verwaltungsinstitutionen sind auch die Orte des demokratischen Austauschs auf Distanz gegangen.

Diese Entwicklung des Wegrückens vom Bürger sehen wir auch in der Art und Weise, wie sich die Wirtschaft, für den ländlichen Raum insbesondere die Landwirtschaft, von den dort lebenden Menschen entfernt hat. Das, was wir heute mit demografischem Wandel beschreiben, ist in Wahrheit ein tiefer gesellschaftlicher Umbruch zugunsten der Agrarindustrie und zu Lasten des ländlichen Raums, der in keiner Weise von den Milliardengewinnen der Ernährungsindustrie oder den Milliarden an EU-Ausgleichszahlungen profitiert. Hier liegt der Zusammenhang zwischen sich abgehängt fühlen und Fragmentierung, zwischen demografischem Wandel und Krise der Demokratie.

Doch in diesem Veränderungsprozess liegen auch Chancen. Denken wir an den hohen Stellenwert der Gesundheit und gesunden Ernährung in unserer Wohlstandsgesellschaft oder an die Herausforderungen des Klimawandels, die wir ohne einen Bezug zum ländlichen Raum keinesfalls meistern können. Und da, wo sich neue Möglichkeitsräume auftun, finden sich auch engagierte Bürger, die dort hineinstoßen wollen.

Daher sind es wieder die aktiven Dörfler, die dieses alte Land neu entdecken und gestalten müssen. Sie brauchen die Unterstützung der gesamten Gesellschaft: in Form von Gestaltungsräumen, in denen sie ihre Ideen von Zukunft umsetzen können und in Form von Förderungen, die ihren Lebensunterhalt sichern, nicht nur bauliche Investitionen. Und sie brauchen Rückhalt gegen übermächtig gewordene Verwaltungen und Wirtschaftsvertreter.

Politisch bedeutet das auch, die Fragmentierungen aufzudröseln, um die notwendigen Gestaltungsbedingungen herzustellen. Wer hat denn festgelegt, dass der Agrarunternehmer, aber nicht der Bäcker oder Schlachter beihilfeberechtigt ist und wie kann ein Kommunalparlament ernst genommen werden, wenn Finanzumverteilungsrunden immer zu seinen Ungunsten ausgegangen ist?

LESERBRIEF

Zu: „Keine Angst vor der Vergabe“, LandInForm 3.17, Seite 40/41

Viele private Antragsteller wie Bürgervereine, Naturschutzorganisationen, Genossenschaften oder privatrechtliche Stiftungen gehören beim LEADER-Förderprogramm zur Zielgruppe der Zuwendungsempfänger. Solche privaten Projektträger realisieren in der Regel ein einziges LEADER-Projekt in ihrem Leben – oder, wenn's gut läuft, eines pro Förderperiode. Sollen diese Akteure allen Ernstes das für sie schwer durchschaubare Vergaberecht anwenden können – und sich dann nicht vor „Finanzkorrekturen“ fürchten, die bei kleinsten formalen Fehlern zur Anwendung kommen und in schwereren Fällen 50 oder gar 100 Prozent der Zuwendung betragen können? Dies empfinde ich als Regionalmanagerin einer LEADER-Region, in der private Akteure durch hunderte von unentgeltlichen Arbeitsstunden und mühsam aufgebrauchten Eigenmitteln mit ihren Projekten maßgeblich zur Steigerung der Lebensqualität im ländlichen Raum beigetragen haben und weiterhin beitragen wollen, als reichlich zynisch.

Das Vergaberecht ist ein komplexes Rechtsgebiet, welches ständigen Neuerungen unterliegt und in dem unterschiedliche Rechtsauffassungen herrschen, die sich in konträren juristischen Auslegungen und Gerichtsurteilen niederschlagen. Wer keine entsprechende Ausbildung mit vertieftem Wissen zur Rechtsanwendung besitzt, ist ohnehin mit den Fachtermini aus dem Zuwendungs- und Vergaberechts stark gefordert. Selbst wenn man sich in die Thematik einliest und sich schult, – wie viele Regionalmanager dies notgedrungen tun, um ein Grundwissen über mögliche Stolperfallen und Kardinalfehler zu erlangen – fehlen Anwendungspraxis und Erfahrung, um die Materie auch nur ansatzweise beherrschen zu können.

Was beispielsweise soll ich als Regionalmanagerin privaten Antragstellern – besonders solchen, die dem § 99 (4) GWB unterliegen (siehe dazu auch Artikel auf den Seiten 42–43 in dieser Ausgabe, Anm. d. Red.) – raten, die aktuell ein LEADER-Projekt planen? Sollen sie vergaberechtliche Lehr-

bücher wälzen? Im Internet Vergabeblogs durchscrollen? Sich Artikel von Rechtsgelehrten zu Gemüte führen mit Titeln wie „Das Gebot der Produktneutralität als Grenze der Beschaffungsautonomie“? Wie alltagstauglich ist der Ratschlag, dass der unbedarfte LEADER-Projektantragsteller sich in das Vergaberecht einarbeiten soll, wenn selbst leistungsstarke öffentliche Institutionen dabei straucheln? (Man bemühe zu konkreten Fällen das Internet mit dem Suchbegriff „Vergabefehler“ in Kombination mit dem Namen seines Bundeslandes.) Sicherheitshalber kann sich der Laie natürlich externen Sachverstand einkaufen – was dann allerdings die Projektkosten in die Höhe treibt. Wie war das noch gleich mit der sparsamen und wirtschaftlichen Verwendung von Fördermitteln?

Sicherlich hat niemand etwas dagegen, die Grundzüge von Wettbewerbsgleichheit, Transparenz und Wirtschaftlichkeit bei Auftragsvergaben anzuwenden, die öffentliches Geld beinhalten. Doch warum muss dies bei Privaten über die Anwendung des Vergaberechtes in einer Schärfe geschehen, bei der Form- und Verfahrensfehler mit drakonischen Strafen durch die sogenannte EU-Finanzkorrekturtabelle geahndet werden? Ein privat haftender Vereinsvorsitzender kann damit schlagartig in den finanziellen Ruin getrieben werden. Es sollte nicht wundern, wenn bald kaum noch jemand den Mut hat, einen Förderantrag zu stellen. Anforderungshöhe, Zeitumfang und Finanzierungsrisiko sind seit Beginn von LEADER vor 26 Jahren derart gestiegen, dass ich mich frage, was von der Ursprungsidee überhaupt noch übriggeblieben ist. „LEADER“ ist zu „Lauter Entbehrlichen Anforderungen zur Demotivation Engagierter Regionalakteure“ mutiert. Und vielleicht bleibt angesichts des ausufernden Bürokratismus und der zunehmenden Zahl abgeschreckter Akteure bald nur noch der „Leichnam der Ehemals Attraktiven Definition Europäischer Regionalentwicklungspolitik“ übrig?

» **Meike Lücke, Regionalmanagement „Wesermarsch in Bewegung“, Brake**



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

angekündigt

Fachtagung Solidarische Landwirtschaft

Welche Rolle kann das Modell der Solidarischen Landwirtschaft (Solawi) in Deutschland spielen? Was bedeutet es für den Umbau der Landwirtschaft? Kann es zur Erhaltung bäuerlicher Betriebe beitragen? Bei der Fachtagung Solidarische Landwirtschaft am 24. Januar 2018 in Berlin gehen Vertreter von Verbänden und Politiker diesen Fragen bei Podiumsdiskussionen nach. Die Veranstaltung wird vom Netzwerk Solidarische Landwirtschaft in Kooperation mit dem Bundesverband der AbL (Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft), mit Demeter und der Schweisfurth Stiftung durchgeführt.

www.solidarische-landwirtschaft.org

Zukunftsforum Ländliche Entwicklung

Dorfentwicklung in Zeiten der Digitalisierung, schmackhafte Regionalität, Landrebellin, aber auch die Zukunft des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) behandeln 24 Begleitveranstaltungen beim Zukunftsforum Ländliche Entwicklung. Die Veranstaltung, die am 24. und 25. Januar 2018 im Rahmen der Internationalen Grünen Woche in Berlin stattfindet, hat diesmal das Motto „Dynamik und Vielfalt – Potenziale der ländlichen Räume nutzen“. Auch die DVS wird wieder eine Begleitveranstaltung beim Zukunftsforum Ländliche Entwicklung anbieten. Am 25. Januar heißt es dabei „LEADER: Bottom-up – der Weg aus dem europäischen Förderdilemma“ (weitere Informationen dazu finden Sie auf Seite 10).

www.zukunftsforum-laendliche-entwicklung.de

Neue Runde: Klimaschutz in Kommunen

Kommunen können vom 1. Januar bis zum 31. März 2018 Förderanträge für Klimaschutzmaßnahmen stellen. Neben den Kommunen selbst werden kommunale Unternehmen, Kitas, Schulen, Religionsgemeinschaften und Sportvereine unterstützt, um ihre Ideen für den Klimaschutz umzusetzen. Förderungen werden beispielsweise für Einstiegsberatungen gezahlt, die Erstellung von Klimaschutzkonzepten und die Umrüstung der Straßenbeleuchtung auf LED.

www.klimaschutz.de/kommunalrichtlinie

Neulandgewinner gesucht

Mit dem Programm „Neulandgewinner. Zukunft erfinden vor Ort“ fördert die Robert Bosch Stiftung engagierte Menschen, die den gesellschaftlichen Zusammenhalt in den ländlichen Räumen Ostdeutschlands stärken. Das Programm möchte sowohl Privatpersonen als auch Vereine und Initiativen unterstützen, die das Ziel haben, etwas Positives in ihrem Ort zu bewirken. Die Bewerbungsfrist läuft bis zum 25. Februar 2018.

www.neulandgewinner.de/ausschreibung

Münchner Tage für Nachhaltiges Landmanagement

Die kritische Analyse aktueller Entwicklungen und die Diskussion von Lösungsmöglichkeiten im nachhaltigen Landmanagement stehen bei den Münchner Tagen für Nachhaltiges Landmanagement im Fokus. Die Veranstaltung möchte Plattform für Meinungsaustausch sein und versteht sich gleichzeitig als Fortbildungsangebot für Landes- und Kommunalpolitiker, Verwaltungsangehörige, Planer im freien Beruf und Wissenschaftler. Sie findet am 19. und 20. März 2018 statt.

www.bole.bgu.tum.de > Veranstaltungen > Münchner Tage für Nachhaltiges Landmanagement

angelesen



Luxus Land?

Mit welchen Pfunden kann das Land wuchern? Wie wird aus einer sogenannten Problemregion eine mit Potenzial? Wolf Schmidt nimmt den Leser mit, in der Geschichte Mecklenburgs und dessen regionalen Spezifika und Stärken, ein sich wandelndes Land zu entdecken. Was ist „das Land“? Was ist „neue Ländlichkeit“? Der Autor trägt viele Gesichtspunkte zusammen und stellt fest, dass aus dem Entweder-Oder von Stadt und Land „komplementäre Lebensmodelle“ geworden sind – auch durch die Digitalisierung. Die Unterschiede sind jedoch nicht weg, denn das Land bietet vielfältige Möglichkeiten, die es in Ballungsräumen nicht gibt. Auf dem Land gibt es Platz im doppelten Wortsinn: Günstigen Wohnraum, aber auch Platz zum Selbermachen und für die Selbstverwirklichung, Raum, die Jahreszeiten, Licht und Dunkelheit zu erfahren – kurz den „Luxus Landleben“, und zwar nicht im Sinne gesteigerten Konsums. Wenn es gelingt, den ländlichen Raum mit neuer Bedeutung aufzuladen, andere, neue Landbewohner anzuziehen und gleichzeitig Traditionen nicht zu ignorieren, kann ein neues Bild von Ländlichkeit entstehen. Dies gelingt nicht zuletzt durch kulturelle Überraschungen, mit Events, die auch junge Menschen begeistern und mit Ungewohntem, das neue Perspektiven entstehen lässt. Daneben bleiben jedoch die klassischen Herausforderungen von (Infrastruktur-)Politik bestehen. Gentrifizierung könne auf dem Land, in strukturschwachen Gegenden durchaus willkommen sein, wenn es politische Erleichterungen, diese Kräfte zu lenken. Am Ende ist die „neue Ländlichkeit: natürlich, digital, kulturell“, so Schmidt, „geschichtsbewusst, aber nicht rückständig“. Ein lesenswertes Buch, das den Blick auf viele Aspekte lenkt, die in einer differenzierten Debatte in den ländlichen Räumen wichtig sind. [stk]

Wolf Schmidt: Luxus Landleben. Neue Ländlichkeit am Beispiel Mecklenburgs, Mecklenburger AnStiftung, Wismar, 180 Seiten, 10,00 Euro (plus Versandpauschale), ISBN: 978-3-00-056353-9

Wir wollen besser werden



**Erinnerung:
Bitte geben
Sie uns Ihr
Einverständnis!**

Liebe Abonentinnen und Abonnenten,

wir brauchen Ihr Einverständnis zur Speicherung und Bearbeitung Ihrer abonnementbezogenen Daten, damit wir Ihnen in Zukunft weiter LandInForm senden dürfen. Das verlangt der Gesetzgeber, denn wir planen, ab der Ausgabe LandInForm 1.2018 mit externen Dienstleistern zusammenzuarbeiten, die die Datenverarbeitung und den Versand übernehmen.

Dieser Ausgabe haben wir denjenigen ein gesondertes Schreiben beigelegt, deren Einverständnis wir noch nicht erhalten haben oder bei deren Rückmeldung eine Kleinigkeit fehlte – beispielsweise eine Unterschrift oder ein Haken im Kästchen „Einverständniserklärung“.

Bitte beachten Sie: Wir können Ihnen LandInForm nur dann weiterhin zusenden, wenn uns Ihr Einverständnis vorliegt.

Dass Sie einverstanden sind, können Sie uns ganz bequem online mitteilen unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/bestellunglif oder auf dem Postweg mit der untenstehenden Postkarte. Bitte haken Sie auf der Postkarte das Kästchen „Einverständniserklärung“ an und vergessen Sie Ihre Unterschrift nicht.

Wir bedanken uns und freuen uns auf weitere Rückmeldungen!

Ihre LandInForm-Redaktion

LandInForm

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

Ich möchte über Veranstaltungen der DVS informiert werden (Bitte E-Mail-Adresse angeben).

Einverständniserklärung (Bitte ankreuzen!)

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 _____

Unseren Newsletter landaktuell können Sie über www.landaktuell.de bestellen.

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:
Ein „neues Dorf“ braucht Impulse



Termine

19. bis 28. Januar	Internationale Grüne Woche Messe in Berlin	www.gruenewoche.de Messe Berlin
24. Januar	Fachtagung Solidarische Landwirtschaft Tagung in Berlin Infos auf Seite 54	www.solidarische-landwirtschaft.org Netzwerk Solidarische Landwirtschaft, Bundesverband der Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft, Demeter e. V., Schweisfurth Stiftung
24. und 25. Januar	Zukunftsforum Ländliche Entwicklung Tagung in Berlin Infos auf Seite 54	www.zukunftsforum-laendliche-entwicklung.de Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
25. Januar	LEADER: Bottom-up – der Weg aus dem europäischen Förderdilemma * Workshop beim Zukunftsforum Ländliche Entwicklung in Berlin Infos auf Seite 10	www.netzwerk-laendlicher-raum.de/ zukunftsforum DVS, Agrarsoziale Gesellschaft (ASG), Bundesarbeitsgemeinschaft der LEADER-Aktionsgruppen (BAG LAG)
19. und 20. März	Münchener Tage für Nachhaltiges Landmanagement Fortbildungsveranstaltung in München Infos auf Seite 54	www.bole.bgu.tum.de > Veranstaltungen > Münchener Tage für Nachhaltiges Landmanagement Förderkreis Bodenordnung und Landentwicklung e.V. des Lehrstuhls für Bodenordnung und Landentwicklung der TU München

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

Unser Fokuscartoon von Mele

