



Sehr geehrte Damen und Herren,

Ausgabe vom  
12.04.2006

das **Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum und die LUBW**  
**Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg**  
senden Ihnen den aktuellen landesweiten PLENUM-Newsletter.



**Interreg III B**



### **PLENUM ist Leadpartner des Interreg III B-Projekts RegioMarket**

Die LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz ist seit März Leadpartner des Interreg III B-Projekts RegioMarket, in dem 17 Partner aus allen Ländern des Alpenraums kooperieren. RegioMarket steht für Optimizing Regional Marketing and networking for development of a sustainable corporate marketing and branding strategy for the entire Alpine Space.

Das Projekt hat die Entwicklung einer gemeinsamen nachhaltigen Marken- und Marketingstrategie für den Alpenraum zum Ziel. Es sollen modulare Qualitätssicherungsmaßnahmen für drei zentrale, eng zusammenhängende Wirtschaftssektoren - Landwirtschaftliche Produkte, Dienstleistungen (Gastronomie und Tourismus) und Erneuerbare Energien - entwickelt werden. Während der zweijährigen Projektphase sollen gemeinsame Qualitätsstandards und Kontrollsysteme entwickelt und umgesetzt werden. Weitere geplante Aktivitäten sind die Entwicklung einer Wissensdatenbank für den Bereich Regionalvermarktung/ Markenentwicklung, die Entwicklung von Kooperations- und Kommunikationsmethoden sowie der Aufbau von Netzwerken zum Erfahrungsaustausch.

Im Mai wird der Startschuss auf dem Kick-off-Meeting in Reutlingen fallen. Drei weitere Partnerworkshops zur Bearbeitung der Arbeitspakete sowie ein transnationales Symposium unter aktiver Beteiligung relevanter Akteure und politischer Entscheidungsträger sollen folgen.

Die LUBW wird sich im Rahmen von PLENUM bei RegioMarket an den Themenschwerpunkten Landwirtschaftliche Produkte sowie Dienstleistungen in Tourismus und Gastronomie beteiligen. Mit Hilfe von RegioMarket sollen die Vermarktungsaktivitäten in den PLENUM-Projektgebieten verstärkt unterstützt werden.

Ein Schwerpunkt werden hierbei Entwicklungsarbeiten zur Optimierung von Vermarktungsaktivitäten im zukünftigen Biosphärengebiet Schwäbische Alb sein.



### **Biotopevernetzung im Landkreis Ravensburg**

Biotopevernetzung unbürokratisch und pragmatisch: Der BUND Ravensburg plant zusammen mit engagierten Landwirten und mit Unterstützung von PLENUM Allgäu-Oberschwaben kurzfristig machbare Maßnahmen, um die natürliche Vielfalt an Arten und den Gewässerschutz auf den Betrieben zu fördern.

Ein Biologe/Landschaftsplaner begeht zusammen mit dem Betriebsleiter einen Tag lang Felder, Wiesen und Wälder des Betriebes. Gemeinsam mit dem Landwirt werden Maßnahmen abgesprochen, in einer Hofkarte (siehe Abbildung links) dargestellt und in einem Erläuterungsbericht beschrieben. Der Landwirt erhält eine Aufwandsentschädigung für die eintägige Begehung bei Umsetzung der ersten Maßnahme.

18 Betriebe aus dem Landkreis Ravensburg nehmen an dem Projekt teil. Weitere stehen bereits auf der Warteliste.

Informationen und Kontakt unter <http://www.plenum-ravensburg.de/>



### Streuobst am westlichen Bodensee

Mit verschiedenen Projekten wird das für die Region wichtige landschaftsprägende Thema "Streuobst" bearbeitet. 40 Personen wurden rund um die Themen Obst, Streuobstpflge und Landschaft theoretisch wie praktisch zu **Fachwarten** geschult. Sie stehen seit diesem Jahr als kompetente Ansprechpartner zur Verfügung, um Gemeinden wie Privatpersonen mit Rat und Tat unterstützen zu können. Mit der **"Streuobstbörse"** unter <http://www.streuobst-bodensee.de> wird die bestehende Lücke zwischen Interessenten und Anbietern von Streuobstbäumen geschlossen. Ziel dieser Info-Plattform ist es u.a. vernachlässigte Streuobstwiesen wieder in Pflege zu nehmen, bestehende Streuobstwiesen zu erhalten und neue anzulegen.

Neben der Herstellung von Streuobst-Säften ist das Brennen die zweite bedeutsame Nutzungsmöglichkeit von Streuobst. Hier setzt das Projekt **"Streuobstbrände am westlichen Bodensee"** an, welches sich u.a. mit Produktentwicklung und Vermarktung von Streuobst-Bränden beschäftigt. Weitere Informationen unter <http://www.bodensee-stiftung.org/docs/standard.asp?id=90&domidb9&sp=addlastid=1'6&m2Y0&m3Y2&m4=90>



### Schwerpunkt Apfelsaftvermarktung mit EDEKA wird ausgebaut

"ebbes Guad's": Nach der Erarbeitung von speziellen Erzeugerkriterien für Streuobstprodukte 2002 bildete sich eine feste Gruppe aus Verbänden, Landkreis und Verarbeitern. 2003 wurden die ersten 30.000 l Apfelsaft unter diesen Kriterien produziert und die Marke "ebbes Guad's" eingetragen. Durch eine Anfrage von EDEKA Südwest 2004 zur Vermarktung eines naturtrüben Apfelsaftes im Württemberger Bereich wurde die Gruppe durch Zusammenarbeit mit dem Zollernalbkreis erweitert. Heute arbeitet ein schlagkräftiges Team bestehend aus drei Keltereien, den beiden Kreisobstbauverbänden, den Landratsämtern und dem Regionalverband Neckar -Alb Hand in Hand. 2003 ist ein Kirschlikör aus einer speziellen Süßkirsche auf den Markt gekommen, Anfang 2006 ein Apfel-Süßkirsch-Saft. Die Hauptmenge des Apfelsaftes (mehrere hunderttausend Liter) wird weiterhin über EDEKA vermarktet. Ab Mitte 2006 wird die Wertschöpfungskette "ebbes Guads" im Rahmen des Regionalkonzeptes REGIONEN AKTIV stärker gewichtet. In diesem Zuge soll beispielsweise die Likörlinie um einen Birnenlikör erweitert werden.

Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.plenum-rt.de/projekte/ApfelKirschSaft.php>



### Gäste informieren und verwöhnen

Im Rahmen des Fortbildungs-Programms **"Kaiserstühler Gästebegleiter"** wurden zwei Aufbauseminare für "Kaiserstühler Gastgeber" durchgeführt. Bei diesen Seminaren, für Kaiserstühler Gastronomen, Vermieter, Freizeitanbieter und Touristen-Informationen, wurde auf grundlegende Serviceleistungen zur Beratung und Betreuung der Gäste bis hin zur Durchführung eigener Aktivitäten mit und für Gäste eingegangen. Auch wie man durch Zusammenarbeit mit Naturschutz und regionalen Anbietern Mehrwert für Gäste erzielen kann, lernten die nun zertifizierten Teilnehmer.

Ein ehemaliges Zollhaus in Sasbach, direkt am Rhein gelegen, hat im Jahre 2005 dank PLENUM-Förderung eine völlig neue Bestimmung erhalten. Als **Informationsstelle für Landschaft und Tourismus** mit dem neuen Namen "Zollhäusle Sasbach" werden hier nun Gäste und Einheimische künftig Auskünfte über die beeindruckende Natur und Landschaft des Kaiserstuhls erhalten. Blickfang ist das bunte Fassadengemälde eines einheimischen Künstlers, eine Darstellung der

Beziehung zwischen Deutschland und Frankreich.

Mit Köstlichkeiten aus **regionalen Kaiserstühler Produkten** wurden die Besucher bei der kulinarischen Erlebnismesse "Plaza Culinaria", vom 4. - 6.11.2005 in Freiburg verwöhnt. Die gastronomische Vereinigung des "Kulinarischen Kaiserstuhl" und der PLENUM Arbeitskreis "Die Kaiserstühler Edelbrenner" präsentierten sich mit einem Gemeinschaftsstand und boten Schaukochen eines Advent-Menüs und die Präsentation der dazu passenden Edelbrände.

Weitere Informationen zu diesen Projekten unter <http://www.naturgarten-kaiserstuhl.de>



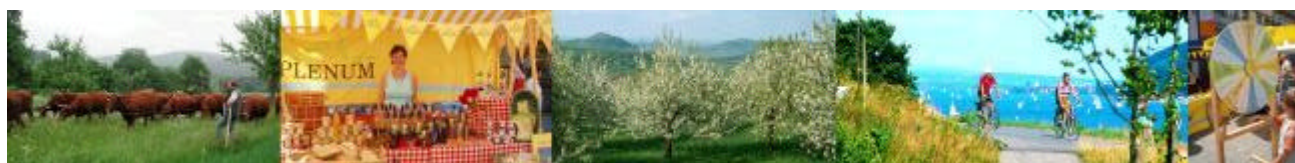
### Eine Chance für die ganze Region: Die Regionalmarke

In den bei PLENUM-Heckengäu beteiligten Landkreisen sieht man die Chance, mit einer lokalen Vermarktung von besonderen Produkten und Dienstleistungen die Region zu stärken - zum Wohle der Bürger und der Landschaft - und mit PLENUM Heckengäu. So fanden auf Einladung von PLENUM Heckengäu bislang drei Workshops statt. Dort trafen sich Erzeuger, Verarbeiter, Berater und Unterstützer und definierten unter professioneller Anleitung die wesentlichen Merkmale einer gemeinsamen Marke: Wofür soll die Marke stehen? Welche Produkte und Dienstleistungen sollen in den Warenkorb kommen? Welche Zielgruppe wollen wir erreichen? Wie könnte eine Trägerstruktur aussehen und wie kann sie sich langfristig tragen? Die Ergebnisse werden nun in mehreren Informationsveranstaltungen vorgestellt und diskutiert. Danach werden die Partner je Produktgruppe die Kriterien für die Nutzung der Marke definieren. Sie werden auch selbst darüber befinden, wie sie die Einhaltung der Kriterien kontrollieren und sicherstellen. Und schließlich entscheiden die Markenpartner, in welcher Region ihre Produkte verkauft werden und für welche weiteren Produkte und Dienstleistungen das Markenzeichen verwendet werden soll. Zum Beispiel auch für Möbel aus heimischem Holz oder die Versorgung mit heimischen Energien? Aber eins nach dem anderen.

Nähere Information: <http://www.plenum-heckengaeu.de/aktuell/aktuell.php>

**PLENUM (Projekt des Landes zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt) strebt eine naturschutzorientierte Regionalentwicklung in naturschutzfachlich hochwertigen Landschaftsbereichen an und fördert damit eine nachhaltige Entwicklung und Stärkung der Regionen. Mit Hilfe von Projekten, die von der Bevölkerung initiiert werden, will PLENUM den Naturschutz von "unten nach oben" entwickeln und die einzelnen Regionen stärken. PLENUM ist ein Förderprogramm des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum. Es wird derzeit in 5 Projektgebieten umgesetzt. Die LUBW ist zuständig für Betreuung und Controlling.**

Weitere Informationen zu naturschutzorientierter Regionalentwicklung in Baden-Württemberg: <http://www.plenum-bw.de>



Impressum:

Herausgeber: LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg, Postfach 10 01 63, 76231 Karlsruhe, Tel. 0721/5600-1423

Redaktion: Norbert Höll und Kerstin Langewiesche, LUBW

Bildnachweis: LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz; Roland Banzhaf; Berthold Märkle-Huß (Landratsamt Konstanz, Beratungsstelle für Obst- und Gartenbau); Martin Lang (Artoffice); Matthias Hollerbach (PLENUM Naturgarten Kaiserstuhl); Sabine Brückmann (Unser Land); B.A.U.M. Consult GmbH, München; location & more; Michael Witschel; Andreas Hafen

[plenum@lubw.bwl.de](mailto:plenum@lubw.bwl.de)  
<http://www.plenum-bw.de>

[Wenn Sie unseren Newsletter nicht mehr erhalten möchten, schreiben Sie uns eine e-mail \(plenum@lubw.bwl.de\)](mailto:plenum@lubw.bwl.de)