

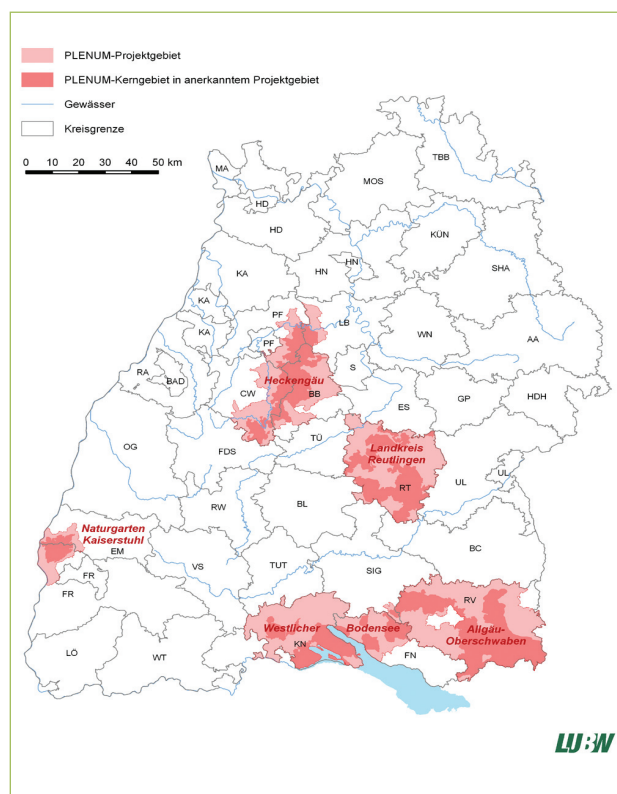
## PLENUM in Baden-Württemberg – Naturschutz auf innovativen Wegen

Anfang der 1990er Jahre führte die Naturschutzverwaltung Baden-Württembergs Strategiediskussionen über neue Wege zur Umsetzung von Naturschutzziele auf großer Fläche. Dies erfolgte vor dem Hintergrund der damals oft postulierten Forderung von Naturschutz auf 100 % der Fläche. Die von regionalen Kräften getragenen französischen Regionalparks standen teilweise Pate bei der Strategieentwicklung. Ein wesentlicher Eckpfeiler des neuen Ansatzes sollte das Freiwilligkeitsprinzip sein, im Gegensatz zum ansonsten überwiegend hoheitlich agierenden Naturschutz.

### Konzeption

Die als Ergebnis entwickelte PLENUM-Konzeption (Projekt des Landes zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt in enger Zusammenarbeit mit der Bevölkerung) verknüpft Zielsetzungen des großflächigen Naturschutzes mit den Instrumenten der Regionalentwicklung. Sie soll das klassische Naturschutzinstrumentarium ergänzen.

Die PLENUM-Strategie wurde in den Jahren 1995 bis 2000 im Modellgebiet Isny/Leutkirch erprobt, einen ähnlichen Ansatz verfolgte das Modellprojekt Konstanz. Die positiven Ergebnisse der beiden Modellprojekte haben die Landesregierung in Baden-Württemberg überzeugt, PLENUM auf großer Fläche umzusetzen.



PLENUM-Projektgebiete mit Kerngebieten (Stand: 12/2006)

Die Landschaft in Baden-Württemberg ist sehr vielfältig. Orientiert an vorliegenden naturschutzfachlichen Daten wie Schutzgebietsausweisungen, Biotopkartierung und Natura 2000 und an der naturräumlichen Gliederung des Landes wurden 19 für den Naturschutz besonders wertvolle repräsentative Gebiete abgegrenzt. Diese Kerngebiete der PLENUM-Gebietskulisse entsprechen zugleich den charakteristischen Kulturlandschaften Baden-Württembergs. Die Umsetzung der PLENUM-Konzeption erfolgt in PLENUM-Projektgebieten, die zu wesentlichen Anteilen Kerngebiete beinhalten müssen.

Zur Einrichtung eines neuen Projektgebietes reichen interessierte Regionen auf Anforderung des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum (MLR) ein innovatives Regionalentwicklungskonzept (REK) ein, das gemeinsam von den regionalen Akteuren entwickelt sein sollte. In den REK sind angelehnt an landesweite PLENUM-Ziele regionale Zielsetzungen aufgeführt und Maßnahmen zur Umsetzung formuliert. Dieses ist Grundlage für eine Förderzusage.

Der Förderzeitraum beträgt in der Regel zunächst sieben Jahre. Basierend auf eine positive Halbzeitevaluation und verbunden mit fortentwickelten Zielsetzungen, ist eine Verlängerung von weiteren fünf Jahren möglich. Als Voraussetzung ist ein neues REK zu erstellen.

Das PLENUM-Förderprogramm wird derzeit in fünf anerkannten Projektgebieten erfolgreich umgesetzt: Allgäu Oberschwaben, Westlicher Bodensee, Kreis Reutlingen, Heckengäu und Kaiserstuhl.

Ein wesentliches Prinzip von PLENUM ist der *bottom up-Ansatz*. Projektideen und -anträge kommen aus der Bevölkerung. Wesentliche Entscheidungsprozesse erfolgen in den Regionen selbst. Die Entwicklungsprozesse werden in den Regionen professionell unterstützt. Die Umsetzung von PLENUM in den Projektgebieten erfolgt daher im Wesentlichen durch folgende Elemente:

- Ein Regionalmanagement (PLENUM-Team aus 2-3 Personen) mit den Aufgaben Information, Koordination, Moderation, Beratung und Öffentlichkeitsarbeit.
- Ein PLENUM-Beirat in dem die wichtigsten regionalen Interessensgruppen (Bauern- und Wirtschaftsverbände, Behörden, Naturschützer, Kommunen) vertreten sind. Diese bringen als Berater Orts- und Fachkompetenz ein, geben für die eingereichten Projektanträge Förderempfehlungen ab und fungieren als Multiplikatoren.
- Projekt- und themenbezogene Arbeitskreise werden zumeist Anlass bezogen eingesetzt und dienen der Planung und Umsetzung einzelner Projekte oder Projektbereiche.

Projektträger ist ein Landkreis oder ein Zusammenschluss von Kreisen. Die Federführung für das Programm liegt beim Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum. Konzeptionelle Weiterentwicklung,

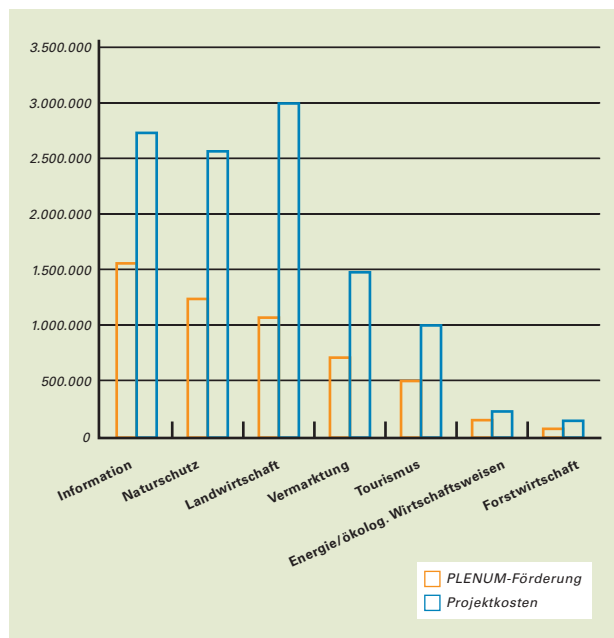
Unterstützung der PLENUM-Teams, wissenschaftliche Begleitung sowie Controlling und Evaluation sind Aufgaben der LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz.

Die Förderung von Einzelprojekten in den Projektgebieten erfolgt in mehreren Handlungsfeldern: Land- und Forstwirtschaft, Vermarktung, sanfter Tourismus, Umweltbildung, Naturschutz und erneuerbare Energien. Fördervoraussetzung ist die Erfüllung von PLENUM-Zielen. Projekte in der Land- und Forstwirtschaft sowie in der Vermarktung müssen zusätzlich die PLENUM-Erzeugungskriterien erfüllen. Sie beinhalten: einen Extensivflächenanteil von 10 % am geförderten Betriebszweig, der auf der gesamten Betriebsfläche erbracht werden kann; bei großen Projekten zusätzliche Naturschutzkriterien; Gentechnik-Freiheit; bei Vermarktungsprojekten Vorhandensein von Qualitätsmanagement und Kontrollkonzept.

### Ergebnisse

Von 2001 bis 2006 wurden über 700 Projekte mit ungefähr 5,3 Millionen Euro gefördert. Hiermit wurde ein ungefähr doppelt so großes Projektvolumen angestoßen.

Das Handlungsfeld Information weist hierbei den höchsten Mittelzufluss auf, es umfasst alle Förderungen zur Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit. Beispielhafte Projektthemen sind Leistungsabzeichen Natur für Jugendliche, Taschenbegleiter „Schmetterlinge“, Informationsmaterialien zu Streuobst, Themenpfade und Internetseiten zu Umweltbildungsangeboten. Die Vielzahl der Projekte in diesem Bereich spiegelt die Gesetze unserer Mediengesellschaft wieder. Um die Menschen in den Regionen erreichen



PLENUM-Förderung und Projektkosten pro Handlungsfeld (in €) aller Projekte in den Jahren 2001 bis 2006.



Ackerrandstreifen bieten Tieren und Pflanzen in ausgeräumten Ackerfluren neuen Lebensraum. Foto: U. Watermann

zu können, sind qualifizierte und umfangreiche Informationsangebote zu allen wichtigen Vorhaben erforderlich. Vor allem in den Anfangsphasen der Gebiete sind identitätsstiftende Aktionen und Publikationen wie Märkte oder Landschaftsführer wesentliche Mittel zum Anstoß der regionalen Entwicklungsprozesse.

Verschiedenste Maßnahmen zur Erhaltung von Streuobst (Kauf von Obstauflesemaschinen, Hochentaster oder mobile Saftmoschte, Bau von Keltereien), der Bau von Schafställen, Weidekonzeptionen oder die Erprobung von gebietsheimischer Begrünung von Rebböschungen sind Beispiele aus dem Handlungsfeld Naturschutz. Die betriebliche landwirtschaftliche Förderung fand überwiegend im investiven Bereich statt und reichte von kleintierschonenden Messerbalken, Einrichtung extensiver Weiden und Stallbauten bis zur Direktvermarktung von naturverträglich erzeugten Produkten. Die direkte wirtschaftliche Anstoßwirkung – Verhältnis von Projektkosten zur Förderung – war bei der Landwirtschaft am Größten.

Die höchste Flächenwirkung wird jedoch bei Vermarktungsprojekten erreicht, da bei solchen Projekten typischerweise viele liefernde Erzeuger (unter Einhaltung der PLENUM-Erzeugungskriterien) eingebunden sind. Am Beispiel Streuobstvermarktung sei dies verdeutlicht: die Förderung einer Vermarktungskonzeption einer großen Streuobst-Aufpreisinitiative mit über hundert Zulieferern könnte in der Größenordnung von 20.000 € liegen.

Für diesen Betrag könnte alternativ der Kauf von 7 motorgetriebenen Obstauflesemaschinen unterstützt werden. Deren aufsummierte Flächenwirkung zur Streuobsterhaltung wäre deutlich geringer wie die der Vermarktungskonzeption.

Pfiffige Ideen sind das Markenzeichen vieler touristischer Projekte von PLENUM. Mit den Landschaftsguides wurde ein neues touristisches Angebot entwickelt. Rad-Hoftouren und Wanderreitstationen verknüpfen direktvermarktende Höfe, regionale Gastronomie und Naturerlebnis. Gastronomen schließen sich zusammen und setzen auf regionale, naturverträgliche Produkte.

Konzeptionen zur energetischen Nutzung von Landschaftspflegeholz oder eine Wirtschaftlichkeitsstudie zur Verwertung von Niederwaldmaterial als Holzhackschnitzel wurden beispielsweise im Bereich erneuerbare Energien gefördert. Wertvolle Grünlandflächen werden durch Rückgang der Milchviehhaltung und Anbau nachwachsender Rohstoffe voraussichtlich weiter zurückgehen. Zukünftig werden daher auch investive Kosten für den Mehraufwand zur Verwendung von Landschaftspflegematerial gefördert werden.

### Erfahrungen und Wirkungen

Förderaktivitäten des Naturschutzes wie Vertragsnaturschutz oder Biotop- und Artenschutzmaßnahmen besitzen meist eine direkte Flächenwirkung. Wirtschaftlich betrachtet setzen diese Maßnahmen auf der Erzeugerebene an. Die meisten unserer wertvollen Lebensräume sind nutzungsabhängig und dienen der land- und forstwirtschaftlichen Produktion. Damit diese Nutzung fortgeführt wird, ist eine gewinnbringende Vermarktung der Produkte notwendig. Wenn heimisches Rindfleisch von Extensivgrünland oder Streuobstsaft sich am Markt nicht mehr rechnen, wird es langfristig immer weniger Extensivgrünland und Streuobstwiesen geben. Der große Vorteil von PLENUM ist daher, dass neben Investitionen auf Erzeugerebene auch die Verarbeitung und Vermarktung von Produkten mit einer positiven Naturschutzwirkung gefördert werden können. Dies können Produkte von wertvollen Flächen oder solche von Erzeugern sein, die noch höhere Anteile an Extensivflächen im Betrieb erhalten. PLENUM unterstützt somit überwiegend wirtschaftliche Prozesse, die förderlich sind für den Naturschutz, aber meist nur indirekt auf die Fläche wirken. Mit dieser Strategie



Hinterwälder Rinder eines Biorindfleischprojektes beweidern extensive Obstwiesen. Foto: N. Höll

ergänzt PLENUM die klassische Naturschutzförderung hervorragend.

Bisher wurden allein 100 Projekte zur Erhaltung der Streuobstbestände unterstützt. Lediglich elf davon beinhalteten direkt wirkende Maßnahmen, meist Pflanzförderung von Hochstammbäumen. Alle anderen wiesen indirekte Wirkungen auf, die jedoch für die Sicherung der Streuobstbestände von großer Bedeutung sind. In Investitionen auf Erzeugerebene wie Obstsammelmaschinen oder in der Verarbeitung wie Mosterei- und Brennereieinrichtungen flossen jedoch nur knapp ein Drittel der Fördermittel. Fast zwei Drittel davon wurden für Konzeptionen, Öffentlichkeitsarbeit oder Bildung verwendet. Es sind dies Vermarktungskonzeptionen zu Produktentwicklungen wie Apfel-Zwetschgensaft, Birnensekt oder Streuobstbrände sowie Konzeptionen zur Erhaltung alter Obstsorten oder Entwicklung von Aufpreismodellen für eine extensive Grünlandunternutzung. Bei Öffentlichkeitsarbeit und Bildung reichen die umgesetzten Ideen von Streuobst-pflegebroschüren, -produktinformationen, -webseiten, schulischen Unterrichtseinheiten zu Streuobst bis zur Ausbildung von Obstfachwarten.



Obst auflesen macht Spaß – Umweltbildungsprojekte im Streuobstbereich vermitteln Kinder eine positive Einstellung zu Natur und Landschaft. Foto: G. Konstantin

Auch bei anderen Produktbereichen sind viele Projekte wirtschaftlich betrachtet den weichen Wirkungen zuzuordnen. Gründe dafür liegen auf der Hand: Unternehmen nutzen zunächst vorhandene Infrastruktur bevor neue teure Investitionen getätigt werden. Beim Ersatz bisheriger Produktschienen durch neue Qualitätsprodukte werden oft keine oder nur geringfügige Investitionen benötigt. Wesentlich für neue Vermarktungsansätze sind zunächst eher die Entwicklung von neuen Ideen an sich, Marktanalysen und das Suchen von Kooperationspartnern.

Nach einer gewissen Aufbauphase mit vielen unabhängigen Projekten entstehen in den Projektgebieten typischerweise mehr und mehr vernetzte Projekte. Extensiv wirtschaftende Direktvermarkter werden in Themenpfade oder in die Routen von Landschaftsguides eingebunden. Naturverträglich erzeugte, regi-

onale Produkte werden in touristischen Einrichtungen angeboten. Streuobstsäfte kommen auf regionale Speisekarten von Gasthöfen. Gemeinsame Informations- und Marketingplattformen zu Tourismus und Umweltbildung werden entwickelt. Das PLENUM-Team ist oftmals treibende Kraft bei der Vernetzung von Akteuren und Projekten. Diese Verknüpfung verschiedenster Wirtschafts- und Gesellschaftszweige stärkt die einzelnen Projektpartner, fördert die Kooperationsbereitschaft und führt die Menschen in den Regionen zusammen. Die Akteure erleben dies nach einer gewissen Anlaufphase meist als sehr positiv. Dies dient letztlich auch der Akzeptanz von PLENUM und des Naturschutzes insgesamt.

Die Schlagkraft von PLENUM ist nicht zuletzt ein Ergebnis der intensiven Vernetzung zwischen den Gebieten. Mehrfach im Jahr werden auf von der LUBW veranstalteten Workshops Erfahrungen ausgetauscht und neue Strategien für die Arbeit in den Gebieten entwickelt. Experten aus Naturschutz, Marketing, Tourismus und erneuerbaren Energien werden regelmäßig zur Unterstützung der Entwicklungsarbeit hinzugezogen. Immer wieder tauschen sich auch Akteursgruppen zwischen den Gebieten aus, so ließen sich Landwirte aus Allgäu-Oberschwaben von ihren Kollegen auf der Alb über deren Dinkelprojekt informieren. PLENUM-Märkte mit Produkten aus allen Gebieten waren ein Ergebnis dieser regionübergreifenden Kooperationen.

Der Motor von PLENUM sind regionale Entwicklungsprozesse. Menschen brauchen Zeit, um neue Ideen zu entwickeln und das Zusammenarbeiten in bis dahin ungewohnten Gemeinschaften zu lernen. Die Laufzeiten für PLENUM-Gebiete ermöglichen den Regionen, eine nachhaltige und naturschonende Zukunft zu gestalten.

Norbert Höll  
LUBW, Ref. 25

#### Link

[www.plenum-bw.de](http://www.plenum-bw.de)

#### Hinweis

Das Naturschutz-Info berichtet regelmäßig über aktuelle PLENUM-Projekte:

- 2/1998** PLENUM-Pilotprojekt Käsküche Isny eröffnet, S. 16
- 1/1999** PLENUM – ein regionales Agenda 21-Projekt des Landes Baden-Württemberg, S. 38
- 1/2000** PLENUM ein Schwerpunkt der Leitlinien der Naturschutzpolitik in Baden-Württemberg, S. 37
- 1/2001** Original-Allgäuer Braunvieh im PLENUM-Gebiet, S. 18
- 1/2002** Neues von PLENUM, S. 16
- 2/2003** PLENUM – ein stürmisches Jahr 2002, S. 22
- 3/2003** PLENUM im internationalen Erfahrungsaustausch, S. 31; PLENUM Naturgarten Kaiserstuhl bringt erste Projekte auf den Weg, S.32
- 1/2004** PLENUM Westlicher Bodensee: Naherholungsgebiet Drumlin „Fürstenberg“ in Konstanz, S. 19
- 2/2004** Schwerpunktthema: PLENUM
- 2/2005** PLENUM-Kampagne 2005, S. 79; PLENUM – erfolgreiche Teilnahme am INTERREG III C – Projekt MAREMA, S.80
- 1/2006** PLENUM: Neues INTERREG III B Alpenraum-Projekt RegioMarket kann starten, S. 58
- 2 + 3/2006** PLENUM Allgäu-Oberschwaben und Westlicher Bodensee: Grünes Licht für fünfjährige Verlängerung, S. 95; Regionalvermarktung im Fokus: PLENUM Reutlingen will Regionalvermarktung voranbringen, S. 98

Weitere Artikel finden Sie auch unter [www.nafaweb.de](http://www.nafaweb.de)

Christine Bißdorf  
Fachdienst Naturschutz



Von den Höhen des Schwarzwaldes hat man weite Blicke über eine schützenswerte Kulturlandschaft (hier als Beispiel das Simonswälder Tal mit Kandel im Hintergrund), in der naturnahe Lebensräume eng mit Siedlungs- und Nutzungsflächen verzahnt sind (siehe nachfolgenden Beitrag).  
Foto: P. Lutz