

03.05.2004, MdL Willi Stächele

Minister für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg

PLENUM – neue Perspektiven für Mensch und Natur

- PLENUM, das Projekt des Landes zur **Erhaltung** und **Entwicklung** von **Natur** und **Umwelt** ist ein neuartiges, innovatives Naturschutzkonzept für Baden-Württemberg, das auf ideale Weise Regionalentwicklung und Naturschutzziele zusammenbringt.
- Das Programm wurde vom Land gestartet, weil Landwirtschaft, Ländlicher Raum und Naturschutz ein ganzheitliches Konzept brauchen.
- Damit wollen wir den Arten- und Biotoprückgang aufhalten und für Akzeptanz in der Bevölkerung sorgen.
- Mit PLENUM stärken wir die Regionen und gestalten Naturschutz mit den Menschen.
- Ganz bewusst setzt PLENUM dabei auf Kooperation und damit auf die Beteiligung aller Akteure und Interessensgruppen, quer durch alle Handlungsfelder.
- So wollen wir die reichen Kulturlandschaften Baden-Württembergs erhalten, entwickeln und ihr Potential als positiver Wirtschaftsfaktor nutzen.
- Nach der Probephase in zwei Modellprojekten ab 1995 (Isny/Leutkirch und Konstanz) wurden 2001 drei Gebiete als PLENUM-Gebiete bewilligt, zwei weitere folgten 2002. Diese fünf Gebiete nehmen 13 % der Landesfläche ein!
- Förderung gibt das Land für die PLENUM-Geschäftsstellen und für konkrete Projekte.
- Für die Geschäftsstellen hat das Land bis 2003 ca. 1,4 Millionen Euro aufgewendet.
Sie sind als Nukleus aller Maßnahmen in einer Region unverzichtbares Managementinstrument und damit Grundlage des PLENUM-Erfolgs.
- Insgesamt 321 Projekte wurden mit über 2,2 Millionen Euro gefördert und damit ein Projektvolumen angestoßen, dass rund doppelt so hoch ist.
- Grundsatz der Projektförderung ist Anschubfinanzierung, Initialzündung, aber keine Dauerförderung, denn erfolgreiche Projekte können nach der Startphase aus eigener Kraft weiterlaufen.

03.05.2004, Ingeborg Zaiser

Europäische Kommission, Generaldirektion Landwirtschaft /E.4, Brüssel

EU-Strukturpolitik und neue Chancen für die Regionalentwicklung im ländlichen Raum

Die EU-Strukturpolitik stellt mit den Strukturfonds und den Gemeinschaftsinitiativen, z.B. LEADER+, Möglichkeiten für die Mitgliedstaaten bereit, Programme und Maßnahmen in den Regionen zu fördern. In Baden-Württemberg werden Maßnahmen der ländlichen Entwicklung innerhalb des Programms „Maßnahmen- und Entwicklungsplan Ländlicher Raum“ durch die Europäische Union kofinanziert. Der Europäische Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL) sieht Mittel für die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums im gesamten Gebiet der Europäischen Union vor. Die Ratsverordnung (EG) 1257/1999 bildet den rechtlichen Rahmen dieser Programme. Die Ausgestaltung der ländlichen Entwicklungsprogramme liegt in der Verantwortung der Mitgliedstaaten und kann somit auf die Anforderungen der Regionen abgestimmt werden.

Durch eine Neufassung des Art. 33 der Verordnung (EG) 1257/1999 ist künftig auch die Verwaltung integrierter Strategien zur Entwicklung des ländlichen Raums durch lokale Partnerschaften förderfähig. Darunter fallen Aufwendungen für die Erarbeitung integrierter ländlicher Entwicklungskonzepte und das Regionalmanagement zur Umsetzungsbegleitung der Entwicklungsprozesse. Der neue Fördergrundsatz „Integrierte ländliche Entwicklung“ der Gemeinschaftsaufgabe (GAK) führt die raumbezogenen Maßnahmen Dorferneuerung, Flurbereinigung und agrarstrukturelle Entwicklungsplanung zusammen. Bisher isolierte Einzelmaßnahmen können so besser aufeinander abgestimmt und gezielt zur Entwicklung der ländlichen Regionen eingesetzt werden. Damit sollen die in den Regionen gewonnenen Erfahrungen nun auch mit dem Instrument des Regionalmanagements unterstützt werden.

Mit der Einbeziehung der integrierten ländlichen Entwicklung in die Verordnung wird einem Ziel der Agrarreform Rechnung getragen, den ländlichen Raum nachhaltig zu stärken.

03.05.2004, Landrat Dr. Edgar Wais
Landkreis Reutlingen

„Wir haben die Chancen von PLENUM im Landkreis Reutlingen intensiv genutzt.“

Der Landkreis Reutlingen wurde im April 2001 in das Landesprogramm PLENUM (Projekt des Landes zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt) aufgenommen. Der Landkreis hat die Chancen, die mit diesem Förderprogramm verbunden sind, entschlossen genutzt. So wurden seit April 2001 bis Dezember 2003 114 Projekte mit einem Fördervolumen von 875.000 € und einem Investitionsvolumen von 1,7 Mio. € bewilligt und umgesetzt. Landwirtschaft und regionale Vermarktung, Erhalt unserer Streuobstwiesen und Wacholderheiden sowie sanfter Tourismus und Umweltbildung sind die Arbeitsschwerpunkte.

Charakteristisch für viele der geförderten Projekte ist, dass mit ihnen jeweils mehrere Ziele verfolgt werden und die Projekte eng untereinander vernetzt sind. Hierfür nur ein Beispiel: Die „Albhof-Tour“ verbindet 26 Höfe auf der Alb durch mehrere Radtouren. Mit dem Projekt soll unserer Landwirtschaft ein weiteres Standbein im Bereich der Direktvermarktung und des sanften Tourismus geschaffen, Wissen über Landwirtschaft und Kulturlandschaft an Touristen und Schulklassen vermittelt, sowie der Verbraucherschutz durch die Information über unsere gesunden, regionalen Produkte vorangebracht werden.

Der PLENUM- Prozess zeichnet sich durch ein hohes Engagement sehr vieler Akteure aus. Dort, wo andernorts vielfach noch Berührungängste bestehen, wird im Landkreis Reutlingen konstruktiv und kreativ zusammen gearbeitet. Charakteristisch ist, dass zum Gelingen der Projekte alle Akteure an einem Tisch sitzen – so z. B. bei den Anstrengungen für eine Vermarktung unseres rotkernigen Buchenholzes oder für den Erhalt unserer Streuobstwiesen. Der Prozess selber wird im Landkreis getragen von dem Verein „PLENUM im Landkreis Reutlingen – REGION AKTIV e.V.“. In diesem Verein sind alle relevanten Gemeinden, Vereine, Verbände und Organisationen zusammengeführt.

Handlungsfeld „Erhalt der Streuobstwiesen“

Mit Hilfe von PLENUM konnte der Bau einer Mosterei in Münsingen-Rietheim und in Münsingen-Bremelau realisiert werden – sie sollen die Lücke zur Verarbeitung des Streuobstes auf der Mittleren Schwäbischen Alb schließen.

Von großer Bedeutung ist ferner, dass sich im Ermstal zwischenzeitlich eine Interessengemeinschaft zur Förderung des Streuobsts gebildet hat, in der nahezu alle am Streuobst interessierten Gruppen aktiv sind: Gemeinden, Vereine und Verarbeiter. Ein wichtiges Vorhaben dieser Interessengemeinschaft Ermstalobst ist, die verschiedenen – durch PLENUM geförderten - obstbaulichen Attraktionen durch einen Rad- und Wanderweg zu verbinden: So z. B. den Obstlehrpfad in Metzingen und den Dettinger Kirschenweg.

Ein weiteres wichtiges Projekt ist gerade in der Umsetzung. Auf der Basis abgestufter Erzeugerkriterien sollen regionale Qualitätssäfte eingeführt werden, die vielen Obsterzeugern die Chance auf einen gewissen Aufpreis bieten und so einen zusätzlichen Anreiz zur Bewirtschaftung der Streuobstwiesen schaffen. Als erster wichtiger Schritt wurde Anfang Dezember mit 30.000 l unser regionaler Apfelsaft „Ebbes Guad's“ auf den Markt gebracht.

Landrat Dr. Edgar Wais
Landkreis Reutlingen

Handlungsfeld „Naturverträgliche Forstwirtschaft“

Der Schwerpunkt in diesem Handlungsfeld lag bislang auf den Aktivitäten zur Vermarktung von rotkernigem Buchenholz. Im Dezember 2002 hat sich eine Interessengemeinschaft „Rotkernige Buche“ gegründet: Dieser Interessengemeinschaft gehören neben den Umweltverbänden und den Forstämtern im Landkreis Reutlingen auch die Forstdirektion Tübingen, mehrere Holzverarbeitende Betriebe, die Schreinerinnung, die Stadt Reutlingen sowie der Regionalverband Neckar-Alb an. Gegenwärtig werden die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass ab 2004 großflächig für Produkte aus rotkerniger Buche aus dem Landkreis Reutlingen geworben werden kann. Das Projekt fördert den Naturschutz: Ab einem Alter von ca. 100 Jahren verfärbt sich der Kern vieler Buchen rot. Diese alten Buchen sind als Lebensraum für die Vogelwelt sehr wertvoll, das rotkernige Holz kann bislang aber nur zu niedrigeren Verkaufspreisen abgesetzt werden. Das soll durch die Vermarktungsoffensive für das rotkernige Buchenholz geändert werden! Im Rahmen dieser Offensive wollen die beteiligten Schreinerereien auch zusätzliche Arbeitsplätze schaffen. Ende März wurden die Strukturen und Ziele der Interessengemeinschaft durch die Gründung des Vereins „IG Rotkern Neckar-Alb e.V.“ verstetigt.

Handlungsfeld „Naturnahe Landwirtschaft“

Mit Hilfe von PLENUM konnten die beiden neu gegründeten Erzeugergemeinschaften „Albkorn“ und „Böhringer Dinkel“ unterstützt werden. Beide Erzeugergemeinschaften haben in ihren Erzeugerkriterien wichtige Naturschutzauflagen festgelegt.

Mit Hilfe von PLENUM konnte die Erzeugergemeinschaft Römersteiner Dinkel durch einen landwirtschaftlichen Lehrpfad unterstützt werden. Die Erzeugergemeinschaft Römersteiner Dinkel verpflichtet sich selbst zur Einhaltung von Anbauvorschriften und Naturschutzauflagen, die weit über das HQZ- Niveau hinausreichen. Die Zukunftsaussichten der Erzeugergemeinschaft sind vielversprechend: Der Römersteiner Dinkel soll mit Unterstützung von Bund und Land als Marke landes- und bundesweit etabliert werden.

Im Bereich des ökologischen Landbaus ist das Projekt der Firma Albtal Naturkost GmbH, die einen Getreideverarbeitungsbetrieb in Engstingen betreibt, bemerkenswert. Die Firma will ein neues Albmüli im Landkreis Reutlingen herstellen und bundesweit vertreiben. Zu diesem Zweck soll der Einsatz von Getreide aus dem Landkreis Reutlingen erheblich gesteigert werden. Dadurch wird den Bauern im Landkreis die konkrete Chance eröffnet, auf ökologischen Anbau umzustellen. PLENUM hat hierzu die Anschaffung der erforderlichen Getreideaufbereitungsanlage für Bio-Getreide unterstützt.

Handlungsfeld „Vermarktung regionaler Produkte“

Ein wichtiges Ziel von PLENUM ist es, die Vermarktungsmöglichkeiten unserer heimischen Produkte im Landkreis Reutlingen zu verbessern. Hier konnten attraktive Vermarktungseinrichtungen gefördert werden: Der Pfullinger Bauralada, der Bauernladen „Albheimisches“ in Gomadingen, der Bauernmarkt in St. Johann- Würtingen sowie verschiedene Hofläden.

Ein weiteres Anliegen von PLENUM war, Produktinnovation zu fördern: Hier seien beispielhaft nur die Projekte Albwacholder, Mörsinger Amaranth, und Stutenmilch genannt.

Ein wichtiges Ziel ist schließlich auch, unsere regionalen Produkte noch stärker in unserer Gastronomie zu etablieren. Dieses Ziel verfolgen verschiedene Projekte, die derzeit laufen.

Handlungsfeld „Erhalt von Wacholderheiden“

Der Schutz unserer Wacholderheiden soll wesentlich nach der PLENUM – Maxime „Schützen durch Nützen“ erfolgen. Ein Schwerpunkt in diesem Handlungsfeld lag daher auf den Bemühungen um eine bessere Vermarktung von Lammfleisch. Im Rahmen eines gemeinsamen Projektes mit der Viehzentrale Baden-Württemberg und dem Landesschafzuchtverband wird die Anbindung an das Label „Württembergischer Lamm“ geprüft.

Wichtig war auch, dass mit Hilfe von PLENUM in mehreren Gemeinden des Landkreises nutzungsorientierte Pflegekonzepte erstellt wurden, die konkret darlegen, wie die Wacholderheiden und Streuobstwiesen fachmännisch und kostengünstig gepflegt werden können.

Handlungsfeld „Sanfter Tourismus“

Mit Hilfe von PLENUM konnte der Münsinger Bahnhof zu einem Infozentrum für Natur und Tourismus ausgebaut werden: Hier werden künftig unter dem Motto „Reiseziel Natur“ die vielfältigen attraktiven Angebote von Natur und Landschaft unserer Alb präsentiert.

Außerdem wurde eine Vielzahl – auch in touristischer Hinsicht – wichtiger Projekte ermöglicht: Die Albhof-Tour der Landfrauen, das Alb-Guide-Programm des Naturschutzbundes Baden-Württemberg, die Expedition Schwäbische Alb des Schwäbischen Albvereins, der Ermstalradweg, die Tourismus-Informationsstelle Lautertal in Bichishausen, um nur einige Beispiele zu nennen. Schließlich ist in den letzten beiden Jahren mit Hilfe von PLENUM ein attraktives Geflecht von Lehr- und Erlebnispfaden für Jung und Alt zu den verschiedensten Themen im Landkreis Reutlingen entstanden. Diese Angebote bieten für jedermann reichlich Information und Erlebnismöglichkeit zu den Zusammenhängen zwischen Natur, Landschaft, Landwirtschaft und regionaler Wirtschaft.

Handlungsfeld „Umweltbildung“

Auch in diesem Bereich fanden in den letzten beiden Jahren wichtige Aktivitäten im Landkreis statt. Allen voran konnte mit Unterstützung von PLENUM der Listhof in Reutlingen zu einem Umweltbildungszentrum ausgebaut werden, das Bedeutung für den gesamten Landkreis und darüber hinaus hat. Eng vernetzt mit dem Listhof ist das Projekt „Leistungsabzeichen Natur“ des Landesnaturschutzverbandes: Durch dieses Projekt wurde ein landkreisweites Umweltbildungsangebot für Kinder und Jugendliche erarbeitet, in dessen Rahmen schon heute ca. 40 Verbände Veranstaltungen anbieten.

Darüber hinaus unterstützte PLENUM eine Vielzahl von Naturschutzprojekten, die von Jugendlichen durchgeführt wurden – sei es das Anlegen neuer Steinriegel oder die Wiederansiedlung bedrohter heimischer Kleinfischarten, sei es die Neuanlage von Tümpeln oder die Gestaltung eines Waldlehrpfades.

Abschließend Landrat Dr. Edgar Wais:

„Die Chancen, die mit dem Förderprogramm PLENUM verbunden sind, wurden im Landkreis in den vergangenen drei Jahren engagiert und kreativ genutzt. Der Verein „PLENUM im Landkreis Reutlingen – REGION AKTIV e.V.“, die vielen Akteure im Landkreis und nicht zuletzt unser PLENUM - Team werden auf diesem Weg entschlossen weitergehen.“

03.05.2004, MDG Hartmut Alker

Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg, Abteilung 4

PLENUM - Naturschutzorientierte Regionalentwicklung in Baden-Württemberg: Ziele, Erfahrungen und Perspektiven

Einleitung

PLENUM bedeutet: „Projekt des Landes zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt in enger Zusammenarbeit mit der Bevölkerung“. PLENUM ist ein Förderprogramm des Landes Baden-Württemberg zur Regionalentwicklung in ausgewählten Gebieten mit Schwerpunkt Naturschutz.

PLENUM-Konzeption und Umsetzung

Auf 13 % der Landesfläche und in 5 Projektgebieten wird die PLENUM-Konzeption inzwischen großflächig umgesetzt: Allgäu-Oberschwaben, Westlicher Bodensee, Kreis Reutlingen, Naturgarten Kaiserstuhl und Heckengäu.

- Als Katalysator des PLENUM-Prozesses fungiert in jedem Projektgebiet die PLENUM-Geschäftsstelle mit dem PLENUM-Team aus 2-3 Personen. Die Finanzierung trägt das Land mit 70 %, der Träger mit 30 %.
- Die PLENUM-Projektförderung erfolgt in den Handlungsfeldern: Land- und Forstwirtschaft, Erzeugung und Vermarktung, Tourismus und Umweltbildung. Zur Sicherstellung einer Positivwirkung für die Natur müssen Projekte die PLENUM-Ziele erfüllen und in den Bereichen landwirtschaftliche Produktion und Vermarktung PLENUM-Erzeugungskriterien einhalten.
- Die Fachkoordination für das PLENUM-Programm obliegt der Landesanstalt für Umweltschutz, federführend ist das Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum.

Ergebnisse

Von 2001 bis 2003 wurden 321 PLENUM-Projekte gefördert. Hierbei flossen insgesamt ungefähr 2,2 Mio. Euro Landesmittel zur Projektförderung in die Projektgebiete. Die Investitionen für Landwirtschaft, Vermarktung und Naturschutz besitzen einen Anteil von 35 % an den eingesetzten Fördermitteln, die restlichen Förderungen stellen Dienstleistungen in allen Handlungsfeldern dar.

Erfahrungswerte und Bewertung

Aufbauend auf den Erfahrungen der PLENUM-Umsetzung können wichtige Erfolgs- und Problemfaktoren formuliert werden.

Die durch PLENUM umgesetzte naturschutzorientierte Regionalentwicklung ist ein Zukunftsweg für Mensch und Natur – ein wichtiger Baustein zur Umsetzung der Konvention zur Erhaltung der biologischen Vielfalt.

03.05.2004, Dr. Helmut Hausladen
ecozept, Landwirtschaft, Markt, Umwelt; Freising

Produkte, Märkte und Regionen - Chancen der Regionalvermarktung

Die regionale Vermarktung hat sich in den letzten Jahren sehr erfolgreich etabliert. Sie kommt den veränderten Bedürfnissen der Konsumenten entgegen und bedient ein kleines Kundensegment. Die Argumente, welche vorwiegend den Markterfolg ausmachen sind die bekannte Herkunft und damit einhergehende kurze Transportwege, Frische und Qualität der Produkte sowie naturnahe Produktions- und Herstellungsprozesse. Gerade die bekannte Herkunft mit der Affinität zur Region ist es wohl, die der gestiegenen Verbraucherverunsicherung entgegenkommt und dem Konsumenten Sicherheit beim Kauf der Produkte gibt.

Das Produktangebot in der regionalen Vermarktung zeichnet sich durch eine unendliche Fülle unterschiedlichster Produkte aus. Der Innovation und dem Ideenreichtum der im regionalen Vermarktungsprojekt beteiligten Partner sind dabei keine Grenzen gesetzt. Auffällig ist, dass bei der Betrachtung von einzelnen Vermarktungsprojekten meistens Produkte im Vordergrund stehen, die den regionalen Produktionsbedingungen entsprechen. So werden beispielsweise in einer klassischen Grünlandregion standorttypisch eher Milch- und Milchprodukte angeboten.

In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass eine überwiegende Anzahl von regionalen Vermarktungsprojekten als „Erstvermarktungsprodukt“ – das Produkt welches als Erstes im Rahmen des regionalen Projektes vermarktet wurde – Fleisch und Wurstwaren geführt haben. Der Erklärungsansatz für diese Feststellung ist sicherlich bei der Verbraucherverunsicherung nach den ersten BSE-Meldungen in den deutschen Medien und das damit einhergehende Bedürfnis nach bekannter Herkunft bei Fleisch und Wurstwaren zu finden. Weitere Lebensmittelskandale auch bei anderen Nahrungsmitteln werden trotz strenger Kontrollen vermutlich nicht ausbleiben. Wenn es die regionalen Vermarktungsinitiativen schaffen, hier das entsprechende Sicherheitsbedürfnis zu vermitteln, ist weiteres Entwicklungspotenzial in der Regionalvermarktung zu erwarten.

Regionale Vermarktungsprojekte agieren meist nach der Prämisse „Aus der Region für die Region“. Das Absatzpotenzial in einer Region ist jedoch begrenzt. Die Betrachtung der sozioökonomischen und soziokulturellen Gegebenheiten einer Region kann dies verdeutlichen. Das begrenzte regionale Absatzpotenzial kann darüber hinaus einschränkend auf die weitere Entwicklungsfähigkeit des Projektes wirken. Warum dann nicht den Anspruch erweitern „Aus der Region für die Region und darüber hinaus“? Ein weiterer Ansatzpunkt ist die Eruiierung innovativer Absatzwege innerhalb der Region die den Bedürfnissen der Verbraucher entsprechen. Beispiele hierfür können „Regionaltheken“ oder „Minimarkthallen“ sein.

Chancen der Regionalvermarktung sind für zahlreiche Projekte auch zukünftig gegeben. Es gilt die Zeichen der Zeit zu erkennen und Veränderungen offen gegenüber zu treten. Wichtig dabei ist die laufende Fortentwicklung des eigenen Projektes im Einklang mit der Kundenzufriedenheit.

Dr. Helmut Hausladen
ecozept, Landwirtschaft, Markt, Umwelt; Freising

03.05.2004, Dr. Stefan Rösler,
NABU Landesverband Baden-Württemberg, Stuttgart

Bedeutung und Potenziale der Regionalvermarktung für den Naturschutz

Die Verbindung zwischen dem NABU und der Regionalvermarktung läßt sich am besten durch das Motto „Naturschutz durch Nutzung“ umschreiben. Dieser Ansatz hat seine Wurzeln in den ersten Anfängen der „Regionalvermarktungsbewegung“ durch die Idee der Aufpreisvermarktung im Bereich Streuobst.

In den letzten Jahren hat die Regionalvermarktung stark an Bedeutung gewonnen und weitere Initiativen haben neue Bereiche wie Bildung und Tourismus erschlossen. Insgesamt hat sich seit 1996 die Anzahl der Regionalinitiativen mehr als verdreifacht. Fast 80 Prozent dieser Initiativen legen ihren Schwerpunkt auf den Bereich Landwirtschaft und Ernährung, ca. 40 Prozent ausschließlich oder auch in den Bereich Naturschutz und Landschaftspflege (Mehrfachnennungen für beide Bereiche möglich). Daraus ergibt sich eine Schnittmenge, deren Potential für den Naturschutz von großer Bedeutung ist.

Im Folgenden werden einige positive Beispiele vorgestellt, in denen die Regionalvermarktung zum Erhalt wichtiger Kulturlandschaften beiträgt. In Baden-Württemberg spielen nach wie vor Streuobstwiesen eine große Rolle für den Naturschutz. Hierzu seien als Beispiele die Projekte „Grünspechtsaft“ (Hohenlohe/Franken) und „Äpfel und Birnle“ (Karlsruhe) genannt. Darüber hinaus sind viele Grünlandstandorte (z. B. Kalk-Magerrasen, Wacholderheiden, Glatthaferwiesen im Bergland) sehr wichtig für den Erhalt der Biodiversität. Die Bewirtschaftung solcher extensiv genutzter Standorte kann - zusammen mit Vertragsnaturschutzprogrammen - auch durch Regionalvermarktung unterstützt werden. Als Beispiele werden hier die Heuvermarktung im Thüringer Wald und auf dem Heuberg sowie das „Altmühltaler Lamm“ angeführt.

Um Regionalvermarktungsprojekte aus Naturschutzsicht effektiv zu gestalten, müssen einige Voraussetzungen gegeben sein. So sollten die örtlichen Naturschutzgruppen eingebunden werden, um das lokale Potential in Vermarktung und Naturschutz zu nutzen. Darüber hinaus muss eine enge Zusammenarbeit mit den Landwirten angestrebt werden, um Vorurteile gegenüber dem Naturschutz abzubauen, wodurch Naturschutzziele besser erreicht werden können.

Da viele Regionalvermarktungsinitiativen im Zusammenhang mit Vertragsnaturschutzprogrammen stehen, ist die Ausgestaltung des Vertragsnaturschutzes von großer Bedeutung. So wirken sich aus unserer Sicht kurzfristige Bindungen über Einjahresverträge negativ aus, ebenso wie die fehlende Flexibilität der Förderinstrumente. Außerdem sind Vertragsnaturschutzprogramme viel zu selten erfolgsorientiert ausgerichtet.

Wir fordern daher eine Entbürokratisierung besonders der EU-Förderung, um sowohl die Belange des Naturschutzes, als auch der regionalen Vermarktung zu stärken. Darüber hinaus sollte eine Erfolgsorientierung der Förderung (Monitoring, Selbstevaluierung) gewährleistet sein und die Möglichkeit zur Anpassung der Naturschutzmaßnahmen bestehen.

In einigen wissenschaftlichen Untersuchungen wurde deutlich, dass die Zahlungsbereitschaft der Verbraucher für Naturschutzmaßnahmen in ihrer Region recht groß ist. Dies sollte zum beiderseitigen Vorteil für Naturschutz und Regionalvermarktungsinitiativen genutzt werden.

Dr. Stefan Rösler,
NABU Landesverband Baden-Württemberg, Stuttgart

03.05.2004, Dipl. -Ing. agr. Armin Kullmann
Institut für ländliche Strukturforchung, Frankfurt/Main

Erfolgsfaktoren-Analyse der Regionalvermarktung in PLENUM-Regionen – Methodik und Ergebnisse

Im Rahmen der Evaluierung des PLENUM-Programms wurde eine Erfolgsfaktoren-Analyse (EFA) der Arbeit der Regionalmanagement-Teams am Beispiel des Handlungsfeldes Regionalvermarktung durchgeführt. Die EFA beruht auf 18 Erfolgsfaktoren, die im Rahmen eines FuE-Vorhabens zur Regionalvermarktung in Biosphärenreservaten entwickelt wurden. Durch Methodenvergleich wurden die EFA um zwei weitere Erfolgsfaktoren ergänzt.

Die Bedeutung dieser Erfolgsfaktoren wird in aller Regel von befragten Akteuren in der Regionalvermarktung als hoch bis sehr hoch eingestuft. Zur EFA wurden, in Anlehnung an die NOVA-Methodik zur Evaluierung von Regionen Aktiv, zu den 20 Erfolgsfaktoren je fünf Subkriterien mit entsprechenden Leitfragen formuliert, deren und Erfüllung auf einer Skala von 2 (voll erfüllt) bis -2 (völlig unerfüllt) beurteilt werden sollten.

Die Durchführung der EFA erfolgte mit den bisher fünf PLENUM-Teams, in dem die RegionalmanagerInnen die EFA zunächst einzeln bewerteten, sich gegenseitig vorstellten und diskutierten, um so zu einer gemeinsamen Bewertung der Erfüllung der Erfolgsfaktoren zu kommen. Des Weiteren wurden je Region drei bis fünf regionale Schlüsselpersonen aus den verschiedenen Handlungsfeldern des PLENUM-Programms eingeladen, die nach demselben Ablauf die Leitfragen beantworteten und den Teams ihre Bewertungen begründeten.

So kam es zu einem intensiven Gedankenaustausch innerhalb der Teams und mit den regionalen Stakeholdern über Stand und Perspektiven der PLENUM-Arbeit. Eine Arbeitshypothese dazu war, dass am Beispiel der Regionalvermarktung identifizierte Strategien, Erfolge, aber auch Probleme der Teams und der Regionen auch über dieses Handlungsfeld hinaus bedeutsam sind. Diese Hypothese hat sich weitgehend bestätigt. Ein Grundproblem in allen PLENUM-Regionen ist z.B. das mangelnde Engagement konventioneller Landwirte.

Die Ergebnisse in den einzelnen PLENUM-Projektgebieten waren recht unterschiedlich. In der Region Allgäu-Oberschwaben, dem Gebiet des früheren Modellprojektes Isny-Leutkirch, wurden die ersten Erfolge des PLENUM-Programms erreicht. Aufgrund der schwierigen agrarstrukturellen Lage in dieser milchviehstarken Region scheint dort heute die Förderung des naturnahen Tourismus ein eher erfolversprechendes Handlungsfeld zu sein. Dem Team der Modellprojekt Konstanz GmbH im PLENUM-Gebiet Westlicher Bodensee wurde eine sehr gute Erfolgsbilanz und professionelles Regionalmanagement attestiert.

Im Landkreis Reutlingen hat das dortige PLENUM-Team nach 2,5 Jahren Projektlaufzeit eine beachtliche Anzahl von Projekten sowie ein positives Feedback der regionalen Stakeholder erreicht. Die PLENUM-Teams Heckengäu sowie Kaiserstuhl wiesen aufgrund der kurzen Projektlaufzeit noch einige Defizite bezüglich der Erfüllung der Erfolgsfaktoren auf. Die Ansätze in diesen Regionen sowie das Interesse der Stakeholder lassen jedoch zukünftige Erfolge erwarten, z.B. die Einführung einer Regionalmarke bzw. eines natur(schutz)orientierten Regionalmarketings unter Einbindung von Tourismus und Umweltbildung. Die Evaluierung zeigte, dass die PLENUM-Strategie in den Regionen sukzessive umgesetzt wird.

04.05.2004, Dipl. Ing. Agr. Frank Lamprecht (FH)
Landschaftspflege mit Biss, PLENUM im Landkreis Reutlingen

Begleitende Maßnahmen zur Unterstützung der Schäferei im Landkreis Reutlingen

Der Landkreis Reutlingen stellt mit über 20 000 Mutterschafen eines der Kerngebiete der Schafhaltung Mitteleuropas dar. Damit verbunden sind zahlreiche Kulturlandschaftselemente wie alte Triebwege, Streuobstwiesen und Kalkmagerrasen, oft als Wacholderheiden ausgeprägt. Zahlreiche Projekte von PLENUM sollen den Fortbestand der Schafhaltung unterstützen.

Den Projekten geht teils eine ausführliche, von PLENUM beauftragte Analyse der Schäferei im Landkreis Reutlingen voraus. So wurden unter Beteiligung zahlreicher Berufsschäfer Erzeugerrichtlinien erarbeitet, die eine breite Zustimmung gefunden haben.

Mit den Erzeugerkriterien wird unter anderem der hohe Beitrag der Schäfer zum Naturschutz dokumentiert (mind. 50 % der beweideten Flächen müssen für den Naturschutz relevante Flächen sein). Diese Leistung soll für die Bewerbung des heimischen Lammfleisches eingesetzt werden und dem Verbraucher den Zusammenhang zwischen dem regionalen Lammfleischverbrauch und der Landschaftspflege klar machen.

Durch die Zusammenarbeit mit dem „Württembergischer Lamm“ und seinen Beteiligten (Landesschafzuchtverband, Lammfleischerzeugergemeinschaft, MBW, Viehzentrale, Frischlamm) und der Regionalisierung dessen soll neben der Förderung des Absatzes im Landkreis auch die Überschusssituation in die Betrachtung mit einfließen und Lösungen umfassend angestrebt werden.

Neben der Förderung der Vermarktung auf verschiedenen Wegen, sollen auch weitere Maßnahmen der Unterstützung der Schäferei im Landkreis und darüber hinaus dienen. Bausteine sind hier die Öffentlichkeitsarbeit (Themenwege, Veröffentlichungen von Broschüren bis hin zu Büchern mit thematischem Bezug).

Weiterhin gilt es die Strukturen der Schäfereien durch die Begleitung und Umsetzung verschiedenster, für die Schäfereien relevanter Maßnahmen zu fördern.

Dazu zählen die Konzeptionen für Einzelgemeinden (Weidekonzepte usw.), bis hin zur Öffnung von potentiellen Weidestandorten, teils auch durch Ziegen. Kreisweit läuft dazu ein Projekt zur Verbesserung der Triebwegesituation für die Schäferei und der Einbindung „neuer pflegebedürftiger Standorte“, gemeinsam mit dem ILN Singen.

Durch die Einbindung der relevanten Gruppen aus dem Naturschutz, den Behörden, der Akteure vor Ort und als wichtigstes der Schäfereien mit ihren Interessenvertretern soll der Konsum von Lammfleisch gesteigert und die strukturelle Situation der Schäfereien verbessert werden.

04.05.2004, Dr. Peter Seiffert
Regionalverband Neckar-Alb, PLENUM im Landkreis Reutlingen

Das Projekt „kerniges Holz“ - Absatzförderung für die rotkernige Buche, mehr Naturschutz im Wald?

Ab einem Alter von etwa 100 Jahren kann sich das Holz der einheimischen Rotbuche im Stamminnern verfärben. Dieses natürliche Wuchsmerkmal wurde von Seiten der Industrie und des Handwerks lange Zeit als „Makel“ angesehen, weil das Holz im Wertholzbereich nicht abgesetzt werden konnte. Für den Forst sind die Erlöse gegenüber „weißem“ Buchenholz deutlich niedrigerer, weshalb Buchen möglichst früh eingeschlagen werden. Bei Verraucherinnen und Verbrauchern war das Holz bis vor kurzen noch weitgehend unbekannt. Gegen dieses sprach der seit Jahrzehnten vorherrschende Zeitgeschmack einer möglichst einheitlich (hell) gefärbten Oberfläche.

Dabei ist die rotkernige Buche ein idealer Aufhänger für einen integrativen Ansatz eines PLENUM-Projektes, bei dem sich Ökologie und Ökonomie sehr gut verknüpfen lassen. Zur Förderung des kernigen Holzes und einer naturnäheren Waldwirtschaft hat sich aus einem PLENUM-Projekt heraus der IG Rotkern Neckar-Alb e. V. gegründet. Schwerpunkte der Aktivitäten sind auf der einen Seite Beratung und Information, die auf eine Aufklärung von VerbraucherInnen, aber auch von Dienstleistern, Industrie und Handwerk zielen. Entsprechende Inhalte bzw. Aktivitäten werden kurz vorgestellt.

Auf der anderen Seite findet eine praktische Umsetzung statt. In ausgewiesenen Waldbeständen wird nach Erzeugerkriterien gewirtschaftet, es werden regionale Produktketten für ein „Holz der kurzen Wege“ und ein regionales Infonetzwerk zur Stärkung der regionalen Wirtschaft aufgebaut. Mit „kerniges Holz – eine Spielart der Natur“ möchte die IG Rotkern Neckar-Alb beitragen zur langfristigen Sicherung von Arten- und Biotopvielfalt, zu einer dauerhaften und umweltgerechten Entwicklung der Kulturlandschaft sowie zur Entwicklung der Region zu einem zukunftsträchtigen Lebens-, Arbeits- und Freizeitraum. Kernstück in der Umsetzung sind die Erzeugerkriterien für „kerniges Holz“, die den beteiligten Waldbesitzern und Unternehmen neben der Bewirtschaftung des Waldes nach PEFC als Mindestkriterien, zusätzliche Naturschutzkriterien sowie kurze Transportwege

04.05.2004, Dr. Rudi Holzberger
Agentur holzberger-regio, PLENUM Allgäu-Oberschwaben

Aktion LandZunge – Das Beste aus der Region

Das Projekt LandZunge im Landkreis Ravensburg (Allgäu-Oberschwaben) verfolgt vor allem zwei Ziele: Die Förderung der Land- und Dorfgasthäuser als Element der regionalen Kultur zum ersten, zweitens die bessere Vermarktung regionaler Produkte von hoher Qualität in der ländlichen Gastronomie. Mehr als 50 Gasthöfe im Kreisgebiet haben sich sogleich an der Aktion beteiligt.

Nach der Aufbauphase steht jetzt die verbindliche Verpflichtung im Sinne der regionalen Vermarktung an. Eine LandZunge-Vermarktungsorganisation ist reif für die Gründung. Sie soll die aktiven Gastronomen, die besten regionalen Erzeuger und Partnerfirmen der Branche (Brauereien, Käsereien, Metzgereien u.a.) in einer gemeinsamen Marketingfirma vernetzen und mit geeigneten Firmen für eine optimale Logistik der Warenströme sorgen.

Alle Betriebe, die sich der LandZunge anschließen, müssen sich verbindlich und kontrollfähig zur Lieferung bzw. zur Abnahme der ausgewählten regionalen Produkte verpflichten. Die Gasthöfe müssen eine Mindestzahl von Gerichten mit dem Logo LandZunge kennzeichnen und dürfen dafür nur Zutaten aus der Region verwenden. Der Warenfluss wird bei den Erzeugern, Wirten und in der Logistikfirma mit einem einfachen System dokumentiert. Für die Auswahl der Produkte werden Qualitätskriterien in Anlehnung an bestehende Kennzeichnungen festgelegt – es wird kein neues Zertifikat angestrebt.

Integraler Bestandteil des Projekts LandZunge sind der gemeinsame Auftritt mit Logo, Slogan und der Marke LandZunge – als Marke für „Das Beste aus der Region“. Zentrales PR-Medium für dieses gemeinsame Marketing ist das Magazin LandZunge mit bislang vier Ausgaben. Das Magazin widmet sich nicht nur dem Schwerpunkt Gastronomie mit hohem „Genussfaktor“ und einschlägigen Aktionen, sondern porträtiert ebenso aktive, vorbildliche Erzeuger (Ressort Landwirtschaft), präsentiert Themen der ländlichen Kultur und Geschichte, selbstverständlich ökologische Themen (Projekte von PLENUM), ebenso Themen für Freizeit, Naherholung und Tourismus. So wird das Magazin LandZunge zur Bühne der ländlichen Region.

Entscheidend für den bisherigen Erfolg war vor allem die finanziell großzügige Beteiligung von Partnerfirmen wie dem regionalen Lebensmittelkonzern Feneberg, den Allgäuland-Molkereien, der Logistikfirma Jork in Isny, der Kreissparkasse und mehreren Brauereien. Ein Vorreiter war die Brauerei Härle in Leutkirch, die zur Aktion ein spezielles Öko-Bier unter dem Namen LandZüngle kreiert hat, das nur in Gasthöfen und nur vom Fass ausgeschenkt wird – selbstverständlich aus regionalen Zutaten gebraut.

Weitere Partnerfirmen wollen sich der Aktion anschließen, auch eine regionale Ausdehnung (Landkreis Biberach, Lindau, Oberallgäu) steht inzwischen in Aussicht.

04.05.2004, Dipl. Agr. Biol. Horst Weisser
Naturschutzzentrum Bad Wurzach, PLENUM Allgäu-Oberschwaben

Netzwerk Umwelt – ein Kooperationsprojekt der Naturschutzzentren im Landkreis Ravensburg

Im Kreis Ravensburg ist bereits ein vielfältiges Netz an Naturschutzzentren, Lehrpfaden, außerschulischen Lernorten, Museen und Exkursionszielen zum technischen Umweltschutz vorhanden. Das Angebot ist allerdings bei Bildungsträgern, der Bevölkerung und Gästen der Region nicht ausreichend bekannt und wird zu wenig genutzt. Daneben bestehen konkrete Nachfragen für neue Angebote wie Kindergruppen, Schulprojekte, Ferienprogramme, Freizeiten und Fortbildungen im Umweltbereich. Die fünf Naturschutzzentren im Kreis Ravensburg haben deshalb Anfang 2002 ein Kooperationsprojekt zur Koordinierung und Optimierung der Umweltbildung ins Leben gerufen.

Bausteine zur Umweltbildung

Innerhalb von zwei Jahren ist ein **Wegweiser zu Umweltbildungseinrichtungen** im Kreis Ravensburg entstanden. Lehrpfade, Naturschutzzentren und ihre Angebote, Umwelt-Freizeitangebote für Kinder, Exkursionsziele wie z.B. Bauernhöfe und Anlagen für die Erzeugung umweltfreundlicher Energie werden in einem Loseblatt-Ordner beschrieben. Ein Schwerpunkt bilden die **Angebote für Lehrkräfte und Schulen**, die den neuen Bildungsstandards entsprechend aufbereitet und zugeordnet sind.

Ein wichtiger Baustein der lokalen Umweltbildung ist der Aufbau und die Organisation von **Umwelt-Kindergruppen**. Das Angebot für bestehende Kinder- und Jugendgruppen wird optimiert und neue Gruppen gegründet und unterstützt.

Für Kinder und Erwachsene werden **Umweltfreizeiten und Ferienprogramme** mit Kooperationspartnern wie beispielsweise Gemeinden, Vereine, Heuhotels, Freizeitheime oder Bauernhöfe entwickelt und „ausprobiert“.

Neu gestaltet wurden **Naturerlebnis-Geburtstage**, an denen Geburtstagskindern und -gruppen ein attraktives Naturerlebnis mit verschiedensten Themen geboten wird.

Im Baustein **Schulen und außerschulische Umweltbildung** werden pädagogisch-didaktische Arbeitsmaterialien entwickelt sowie spezielle Exkursionen, Lerngänge und Projekte organisiert und vermittelt. Umfrageergebnisse an den Schulen im Kreis Ravensburg über Bedarf und Nutzung entsprechender Angebote fließen in die Entwicklung neuer Bausteine ein.

Letztlich werden auch **Fortbildungsangebote für Jugendliche und Erwachsene**, die selbst Projekte zur Umweltbildung in Vereinen, Gruppen oder der Erwachsenenbildung durchführen, angeboten.

Kosten und Finanzierung

Die Gesamtkosten für alle Bausteine belaufen sich auf 205.000 € - verteilt auf drei Jahre und fünf Naturschutzzentren. Finanziell unterstützt wird diese „Umweltbildungs-Offensive“ durch PLENUM Allgäu-Oberschwaben, den Landkreis Ravensburg und Sponsoren.

04.05.2004, Michael Baldenhofer
Modellprojekt Konstanz GmbH, PLENUM Westlicher Bodensee

Regionale Lebensmittel in der Großküche – Anforderungen und Strategien für einen erfolgreichen Ansatz

1 Kurzbeschreibung

Im Rahmen des INTERREG-III A Projektes Nr. 55 werden rund um den Bodensee vier Beratungszentren aufgebaut, die Entscheidungsträger, Küchenchefs aber auch Logistiker, Erzeuger und Verarbeiter von landwirtschaftlichen Produkten über den Einsatz integriert und ökologisch erzeugter regionaler Produkte in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung der Euregio Bodensee beraten.

2 Ausgangslage

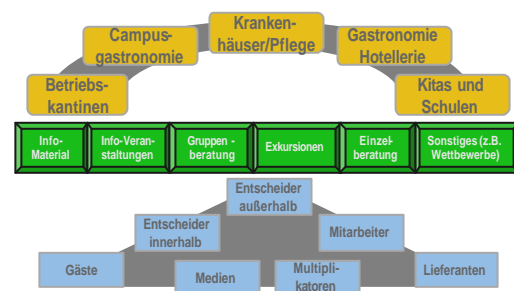
Der Außer-Haus-Verzehr nimmt europaweit einen immer größer werdenden Stellenwert ein. Bereits heute umfasst er mehr als ein Drittel des Lebensmittelmarktes. Damit bieten Großküchen und Gastronomie ein hohes Absatzpotenzial für ökologische und regionale Produkte. Bisher wird dies aber nur in unzureichendem Maße genutzt.

3 Projektziele

- Aufbau umweltfreundlicher regionaler Lieferstrukturen für Großküchen und Gastronomie.
- Entwicklung und Etablierung umweltfreundlicher Handlungs- und Wirtschaftsweisen in Großküchen (Kantinen, Kliniken und Kurbetriebe) und in der Gastronomie rund um den Bodensee und im angrenzenden Hinterland.
- Erhöhung des Anteils integrierter und ökologisch erzeugter Produkte aus der Region in der Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie und somit Stärkung regionaler Produzenten, Verarbeiter und Distributeure.
- Vernetzung der Aktivitäten rund um den Bodensee zum Einsatz von integriert und ökologisch erzeugten Produkten durch die Etablierung der Beratungszentren und intensiven Informationsaustausch.
- Verbraucheraufklärung und Verbrauchersensibilisierung.

4 Beratungsergebnisse

- Aufbereitung und Weitergabe von Informations- und Beratungsunterlagen.
- Beratung und Schulung von Entscheidungsträgern, Mitarbeitern, Multiplikatoren im Bereich Gemeinschaftsverpflegung (GV) und Gastronomie.
- Aufbau umweltfreundlicher regionaler Lieferstrukturen für Großküchen und Gastronomie.
- Internationaler Erfahrungsaustausch (Schulungs- und Beratungskonzepte, Erfahrungen, best practice-Beispiele, etc.)
- Entwicklung einer Internetplattform www.tafelfreuden-bodensee.net



04.05.2004, Dipl. -Ing. agr. Sascha Damaschun,
Modellprojekt Konstanz GmbH, PLENUM Westlicher Bodensee

Bodensee-Guides – Kulturlandschaftsführer am Bodensee

„...wie wird Kulturlandschaft lebendig erfahrbar? Durch Menschen, die in und mit ihr leben. Sie lassen uns an ihren Geschichten teilhaben und ermöglichen eigenes Erleben.“

Den Bodensee-Guides gelingt es, sich durch die Präsentation von gelebtem Landschaftswissen am Markt der Umweltbildung zu behaupten. Mit Unterstützung durch PLENUM hat sich am westlichen Bodensee eine Angebotspalette entwickelt, die regen Zuspruch von Touristen und Einheimischen erfährt und in vielfältiger Weise in die touristischen Dienstleistungsketten am Bodensee eingebunden wird.

Ausgangslage

Das westliche Bodenseegebiet ist ein gewachsener Kulturraum mit einer vielfältigen Landschaft und einem hohen Potential an wertvollen Lebensräumen. Diesen Reichtum gilt es, in moderner Form Einheimischen und Gästen der Region zu vermitteln. Eine Ist- und Schwachstellenanalyse zeigte 2001 allerdings auf, dass bisher nur wenige Angebote mit qualifizierter Führung außerhalb der klassischen Naturschutzgebiete angeboten wurden.

Zielsetzung

In der Region lebende Menschen erhielten 2002 und 2003 in einem einjährigen Schulungskurs die Möglichkeit, sich als Kulturlandschaftsführer zu qualifizieren und ihr Wissen bei individuell gestalteten Rad- und Wandertouren auf attraktive Art weiter zu geben. Hierdurch sollten neue inhaltliche Schwerpunkte an der Schnittstelle von Tourismus, Landwirtschaft und Naturschutz gesetzt und langfristig etabliert werden.

Umsetzungsakteure

Träger des Projekts im Landkreis Konstanz ist der Naturschutzbund Deutschland (NABU) mit mehreren weiteren Projektpartnern. Vernetzt sind diese Aktivitäten mit ähnlich gelagerten Projekten im Land Baden-Württemberg wie z.B. den Alb-Guides auf der Schwäbischen Alb, den LandGastgebern in Allgäu-Oberschwaben oder den Schwarzdal-Guides im Landkreis Freudenstadt.

Ergebnisse und Ausblick

Die "Bodensee-Guides" erweisen sich als erfolgreiche Maßnahme für die Vermittlung von Naturschutzinhalten. In 2003 konnten bei 28 Touren über 200 Teilnehmer die Landschaft am Bodensee auf „auf neuen Wegen“ erleben. Besonders erfreulich war der Zuspruch aus der regionalen Bevölkerung: von vier Teilnehmern kamen drei aus der näheren Umgebung.

Die rege Nachfrage bestätigt den Bedarf an gut aufbereiteter, authentisch präsentierter Information durch Persönlichkeiten in „ihrer“ Landschaft. Diese regionale Kompetenz wird zunehmend auch in weitere touristische Projekte am Bodensee eingebunden und gewinnt so als wichtiger Baustein zur Erhaltung und Entwicklung der Kulturlandschaft weiter an Gewicht.

Weitergehende Informationen unter:
www.nabu-bodensee-guides.de
www.alb-guide.de
www.landgastgeber.org
www.modellprojekt-freudenstadt.de

Dipl. -Ing. agr. Sascha Damaschun,
Modellprojekt Konstanz GmbH, PLENUM Westlicher Bodensee

04.05.2004, Hansjörg Klein
PLENUM Heckengäu

Erhaltung und Entwicklung von Extensivflächen **Das PLENUM-Projekt *Erweiterung der Schlachtstätte Bär***

Eine Grundbedingung für die Erhaltung der kleinteiligen Kulturlandschaft des Heckengäus ist das Angebot einer attraktiven Infrastruktur für die zahlreichen Klein- und Nebenerwerbslandwirte. Mit der Erweiterung der Schlachtstätte Bär in Weil der Stadt – Hausen existiert ein solches Angebot für extensiv wirtschaftende Viehzuchtbetriebe und Schäfer der Umgebung. Diese erhalten hier die Möglichkeit, standort- und zeitnah selbst zu schlachten oder schlachten zu lassen. Im Gegensatz zu den weiter entfernten, großen Schlachthöfen der Region können sie in der erweiterten und modernisierten Schlachtstätte künftig zu individuell vereinbarten Zeiten und ohne komplizierten Transport ihr Vieh anliefern, schlachten und vom zugehörigen Metzgermeister weiterverarbeiten lassen. Die Möglichkeit der Direktvermarktung der unterschiedlichsten Fleisch- und Wurstprodukte ist im angeschlossenen Hofladen gegeben und wird ausgebaut. Darüber hinaus hat bereits die Zusammenarbeit mit einigen Metzgereibetrieben begonnen, die Fleisch aus der Schlachtstätte Bär beziehen oder beziehen wollen.

Landwirte, die die Schlachtstätte nutzen, müssen nach PLENUM-Auflage mindestens 10% Extensivfläche besitzen und den Grünschnitt für das Schlachtvieh ausschließlich aus extensiv bewirtschafteten Flächen gewinnen. In der näheren Umgebung sind nicht nur genügend Betriebe vorhanden, die diese Voraussetzungen erfüllen, es gibt unter ihnen auch eine wachsende Anzahl, die das Angebot des ortsnahen Schlachtens nutzen würden. Nach eigener Aussage ist für zahlreiche Nebenerwerbslandwirte diese Möglichkeit absolut erforderlich um ihre Extensivbewirtschaftung aufrechterhalten oder gar ausbauen zu können. Die PLENUM-Förderung ist vor diesem Hintergrund weit mehr als eine Bezuschussung einer Umbaumaßnahme: Sie ist eine Investition in die Landschaftspflege, indem sie der Verbuschung durch indirekte Unterstützung kleinflächiger Beweidung entgegenwirkt.

Die Kapazität der Schlachtstätte Bär von 3-5 Großvieheinheiten pro Tag steht zum überwiegenden Teil den Extensivbewirtschaftern zur Verfügung und kann für verschiedene Tierarten genutzt werden. Der Bedarf ist damit ausreichend gedeckt. Die Schlachtstätte ist außerdem der erste Modellbetrieb zur Umsetzung der geplanten EU-Norm 2006, die strengere Auflagen bezüglich Keimfreiheit und der Trennung verschiedener Arbeitsvorgänge vorsieht. Damit erfüllt sie also frühzeitig alle rechtlichen Voraussetzungen für den dauerhaften Bestand.

Die Erweiterung der Schlachtstätte Bär ist eine wichtige Infrastrukturmaßnahme für die extensive Landbewirtschaftung. Nur durch eine solche Weidewirtschaft lässt sich das typische Landschaftsbild des Heckengäus langfristig bewahren. Deshalb wurden dem Betrieb PLENUM-Mittel zur Erhaltung der Kulturlandschaft, zusätzlich zu der Förderung aus dem Regionalprogramm für einzelbetriebliche Investitionen in der Landwirtschaft, gewährt.

04.05.2004, Dr. Diana Pretzell
PLENUM Naturgarten Kaiserstuhl

Artenvielfalt im Taschenformat - PLENUM steckt Schmetterlinge in die Tasche

Die Schmetterlinge des Kaiserstuhls können seit Frühlingsbeginn 2004 noch besser entdeckt werden! Denn PLENUM Naturgarten Kaiserstuhl hat zur Entstehung einer Broschüre beigetragen, welche die einzelnen Arten mit brillanten Fotos zeigt und die vielfältigen Lebensräume darstellt. Hinzu kommt ein ansprechendes Design der Broschüre in kräftigen Grüntönen und mit der Silhouette des Kaiserstuhls.

Besucher werden übersichtlich und verständlich informiert etwa über Bestimmungsmerkmale und bevorzugte Aufenthaltsorte der Perlen der Lüfte mit so klangvollen Namen wie Hufeisenklee-Gelbling, Wiesenvögelchen oder Kaisermantel.

Das Projekt hat eine besondere Entstehungsgeschichte: Früh hat sich der Beirat des PLENUM-Gebiets Kaiserstuhl entschieden, dass eine ganze Reihe Taschenbegleiter im Kaiserstuhl entstehen soll, um die Naturschönheiten der Region gut für den Gast präsentieren zu können. Deshalb wurde ein spezielles Design gewünscht.

Demzufolge schrieb die PLENUM-Geschäftsstelle einen Wettbewerb bei Grafikbüros aus. Unter den eingesendeten sehr ideenreichen Vorschlägen wählte ein Gremium aus verschiedenen Gruppen des Kaiserstuhls den ansprechendsten Entwurf aus.

Nach der Fertigstellung wurde der Taschenbegleiter flankiert von Pressemitteilungen und Exkursionen zum Frühlingsbeginn in der Öffentlichkeit bekannt gemacht. Inzwischen wird er in Buchhandlungen und an Tourismusinformationsstellen vertrieben.

In der Reihe zur Artenvielfalt im Kaiserstuhl sollen in Kürze weitere Taschenbegleiter über Gottesanbeterin und Heuschrecken, Wildkräuter und Vögel entstehen.

04.05.2004, Dipl. –Ing. Agr. Thomas Wehinger
Modellprojekt Freudenstadt – neuland – Tourismus- und Regionalentwicklung

Naturschutzorientierte Regionalentwicklung der Stiftung Naturschutzfond am Beispiel des Modellprojekts Freudenstadt

Eine Studie zur regionalen Vermarktung im Landkreis Freudenstadt im Jahr 2001 bildete die Grundlage des Modellprojektes Freudenstadt. Die Stiftung Naturschutzfonds beim Ministerium Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg förderte das Projekt des Landkreises Freudenstadt zunächst für 18 Monate. Das Modellprojekt Freudenstadt hat die gesetzten Ziele der ersten Phase erreicht. Mit einer Verlängerungsphase von April 2004 bis Dezember 2005 sollen die Projektansätze langfristig stabil in der Region etabliert werden. Die organisatorischen und logistischen Voraussetzungen für die Regionalvermarktung von Rind, Lamm, Streuobst und Honig sind geschaffen. Mit der Erzeugergemeinschaft Schwarzwald Nord GmbH besteht eine funktionierende Organisation, die den Vertrieb regionaler und umweltfreundlich erzeugter Lebensmittel übernimmt. Die Arbeitsgruppe Tourismus entwickelte mit dem Ausbildungskonzept für „Schwarzwald-Guides“ und den „Landerlebnissen im Schwarzwald“ zwei natur- und landschaftsorientierte Tourismusprojekte. Die Inhalte und Ergebnisse von drei Workshops der Mitarbeiter verschiedener Modellregionen in Baden-Württemberg fließen in einem Themenheft mit dem Titel „Management naturschutzorientierter Regionalentwicklung“ zusammen.

04.05.2004 Theo Augustin

Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)

Integrierte ländliche Entwicklung – Neue Wege im Rahmen der deutschen Agrarpolitik

Die Stärkung der ländlichen Entwicklung ist ein wichtiges Anliegen der Bundesregierung. Vorrangiges Ziel der Politik für den ländlichen Raum ist es, gleichwertige Lebensverhältnisse zu schaffen und die Lebensbedingungen auf dem Land zu verbessern.

Die Abwanderung junger, innovativer Menschen und vor allem Frauen aus ländlichen Gebieten zeigt deutlich, dass hier noch einiges zu tun ist. Die Hauptursachen für die Abwanderung sind fehlende Einkommensmöglichkeiten aber auch das fehlende gesellschaftliche und kulturelle Umfeld.

Jede Region hat ihre eigenen Stärken und Schwächen. Dies gilt es bei der staatlichen Förderung ins Kalkül zu ziehen. Förderung wirkt um so eher, je stärker die einzelnen Maßnahmen auf die regionalen Besonderheiten abgestimmt sind.

Dazu ist die Erarbeitung einer regionalen Entwicklungskonzeption überaus hilfreich. In vielen Regionen ist sie sogar Voraussetzung für einen konsistenten Entwicklungsprozess. Erst die Identifizierung regionaler Ziele ermöglicht mittels strategisch ausgerichteter, ineinander greifender Maßnahmen deren Realisierung.

Um die in der Region erarbeitete Strategie auch zielgerichtet umzusetzen, ist eine entsprechende Begleitung in Form eines Regionalmanagements sinnvoll.

Die durch den Beschluss des Planungsausschusses für Agrarstruktur und Küstenschutz im Dezember 2003 neu geregelte Förderung folgt einem neuen Ansatz, der sich im Rahmen des Modell- und Demonstrationsvorhabens „Regionen aktiv – Land gestaltet Zukunft“ sehr bewährt hat und auf die LEADER-Philosophie zurückgeht:

Die Ausrichtung auf einzelne Sektoren und Fördertatbestände (z. B. Landwirtschaft, Wirtschaft, Infrastruktur), die bei der Mehrzahl der heutigen Förderinstrumente üblich ist, wird durch einen „Blick auf den Raum“ ersetzt.

An die Stelle der Frage individueller Antragsteller: „wie bekomme ich mein Vorhaben finanziert?“ tritt die Frage „welche Projekte sind am besten geeignet, die Entwicklung unserer Region voran zu bringen?“

Das kann im Rahmen des neuen Fördergrundsatzes „Integrierte ländliche Entwicklung“ für den Rahmenplan 2004 der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ künftig gefördert werden:

- Die Erarbeitung integrierter ländlicher Entwicklungskonzepte, die unter Beteiligung der Bevölkerung und der relevanten Akteure Entwicklungsziele und Handlungsfelder festlegen und eine Strategie zur Erreichung der Ziele und prioritäre Entwicklungsprojekte beschreiben.
- Regionalmanagement zur Initiierung, Organisation und Begleitung regionaler Entwicklungsprozesse durch
 - Information, Beratung und Aktivierung der Bevölkerung,
 - Erschließung regionaler Entwicklungspotenziale und
 - Beförderung zielgerichteter Projekte.
- Die Förderung der Dorferneuerung wird erweitert um die Förderung der Sicherung und Weiterentwicklung dorfgemäßer Gemeinschaftseinrichtungen.
- Dem ländlichen Charakter angepasste Infrastrukturmaßnahmen. Neben dem ländlichen Wegebau ist jetzt beispielsweise auch der Ausbau von Rad- und Wanderwegen, Schutzhütten oder Bootsanlegestellen förderfähig.
- Die Anlage von Schutzpflanzungen im Zusammenhang mit der Land- und Forstwirtschaft. Auch natürliche Personen können hierfür nun Fördermittel erhalten.

Theo Augustin

Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)

- Kooperationsvorhaben von Landwirten und anderen Partnern im ländlichen Raum (z.B. Handwerker), die über den landwirtschaftlichen Sektor hinausgehen und der Erschließung neuer Einkommensquellen oder der Schaffung zusätzlicher Beschäftigungsmöglichkeiten dienen.
- Eine wesentliche Änderung gegenüber der bisherigen Förderung der Flurbereinigung liegt darin, dass künftig ökologisch bedenkliche Maßnahmen, wie die Beseitigung von Hecken oder Tümpeln oder Entwässerung nur noch mit Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe gefördert werden, wenn die zuständige Naturschutzbehörde ausdrücklich zustimmt.

04.05.2004, Prof. Dr. Werner Konold
Institut für Landespflege, Universität Freiburg

Nachhaltige Regionalentwicklung in einem peripheren Raum in Südosteuropa: Das Beispiel Apuseni-Gebirge in Rumänien

In Rahmen eines vom BMBF finanzierten Forschungsprojektes wurden die sozialen, ökonomischen und ökologischen Potenziale für eine nachhaltige Regionalentwicklung am Beispiel des Apuseni-Gebirges in Rumänien identifiziert. Ziel war die Erarbeitung eines Konzeptes für eine nachhaltigen Landnutzung, welches im Diskurs mit den Bewohnern und Entscheidungsträgern durch partizipative Methoden und Verfahrensweisen ausgehandelt wurde. Dabei konnte nicht nur die interdisziplinäre Kooperation zwischen Ökonomen, Natur- und Sozialwissenschaftlern sowie die interkulturelle deutsch-rumänische Zusammenarbeit optimal gewährleistet werden, sondern es wurde auch ein transdisziplinärer Forschungsansatz verwirklicht. Aus dem regional Erarbeiteten sollten gleichzeitig allgemeingültige Hinweise für Landnutzungs- und Entwicklungskonzepte abgeleitet werden, die auch auf andere Bergregionen in Rumänien und/oder andere Länder Osteuropas sowie auf periphere Räume in Mitteleuropa übertragen werden können.

Im der ersten Phase wurden vor allem die abiotischen und biotischen Grundlagen von Landschaft und Region, die Kulturgeschichte und das Leben der Bewohner, die Ökonomie ausgewählter Haushalte des Dorfes Ghetari und der Region des „Motzenlandes“ analysiert. Disziplinäre Forschungen untersuchten die Böden, Hydrologie und Hydrochemie der Gewässer, die Vegetation, ausgewählte Tiergruppen. Die Methoden und Techniken der Landnutzung (Landwirtschaft, Waldnutzungen) wurden beschrieben und soweit möglich quantifiziert. Zwei ökonomische Ansätze befassten sich mit der Ökonomie der Haushalte (Verzahnung von Subsistenz und Marktorientierung, Produkte, Wertleistungen) sowie mit der wirtschaftlichen Lage der Region. Weitere Studien hatten die Kultur-, Siedlungs- und Architekturgeschichte sowie das Leben der Bewohner zum Gegenstand.

Lokale Handlungsoptionen wurden durch drei Handlungsstrategien simuliert (ungesteuerte Weiterentwicklung der traditionellen Nutzungen, nachhaltige und in die Zukunft planende Nutzungen und Investitionen mit Eigenkapital, Investition durch einen Großinvestor). Aus den unterschiedlichen Kombinationen von einem Rahmen- und einer Handlungsstrategie wurden sechs Gestaltungsszenarien für zukünftige Entwicklungen modelliert. Eine vergleichende Betrachtung und Bewertung dieser

Gestaltungsszenarien bildet den Rahmen für die Erarbeitung von Empfehlungen für eine nachhaltige Regionalentwicklung.

Erfolg versprechende Ansätze für exemplarische Umsetzungen wurden in Form von „Leitprojekten“ gemeinsam mit den Akteuren initiiert. Ausgewählt wurden konkrete Umsetzungen in den Bereichen Tourismus (besonders die Eröffnung des touristischen Informationszentrums in Ghetari), Landwirtschaft (Gemüsebau, Mistlagerung, Düngung, Heuernte), Wasserversorgung, Heilpflanzen sowie der Waldnutzung/Holzverarbeitung. Nicht überall sind schnelle Erfolge möglich, und manche Probleme sind im lokalen und regionalen Rahmen kaum lösbar. Dennoch zeichnet sich ab, dass vor allem im Bereich des Tourismus durch den Bau neuer Unterkünfte und durch den Eigenbetrieb des touristischen Informationszentrums erste innovative Schritte eingeschlagen wurden.

In der Abschlussphase des Projektes wurden durch eine breite Öffentlichkeitsarbeit die Ergebnisse und Empfehlungen des Projektes an die politischen und administrativen Entscheidungsträger auf lokaler Ebene (Bürgermeister, Gemeinderat), regionaler Ebene (Landkreis) Übergabe und sogar auf nationaler Ebene (Ministerien) übergeben.

04.05.2004 Mag. Petra Draxl
draxl & zehetner consulting network, Wien

Regionalentwicklung & Regionalmanagement in Österreich – Erfahrungen und Ausblicke

Regionalpolitik in Österreich

Seit über 20 Jahren wird in Österreich das Konzept der endogenen, nachhaltigen Regionalentwicklung umgesetzt. Regionalpolitik/Regionalentwicklung ist Angelegenheit der Bundesländer. Der Bund hat in den letzten Jahren (80/90) einen wesentlichen Input geleistet, hat sich aber in den letzten Jahren ein Stück aus der Regionalentwicklung zurückgezogen. Mit dem Beitritt zur EU haben die Strukturfonds auch in Österreich die Prozesse in der Regionalpolitik – und -entwicklung nachhaltig beeinflusst. Die Internationalisierung der Wirtschaftsbeziehungen, die Öffnung Osteuropas sowie der voranschreitende Prozeß der europäischen Integration haben die Rahmenbedingungen für regionale Handlungssysteme in den letzten Jahren grundlegend gewandelt und führen dazu, dass Konzepte der endogenen Regionalentwicklung auch in der Europäischen Union an Bedeutung gewinnen.

Im Laufe der Jahre haben sich die Schwerpunkte der Regionalentwicklung kontinuierlich weiterentwickelt. Neue strategische Ansätze in den 70er Jahren stellten insbesondere das endogene Potenzial der Regionen stärker in den Vordergrund, das bis heute die entscheidende Rolle in der Regionalentwicklung spielt.

Regionalmanagement in Österreich

In Österreich gibt es seit Mitte der 80iger Jahre Einrichtungen, die im Bereich der Regionalentwicklung geschaffen wurden. Zu Beginn wurde die Regionalentwicklung von Regionalbetreuern modellhaft umgesetzt, die durch Bundesbeauftragte im Rahmen der kooperativen Regionalprogramme in industriellen Krisenregionen und auch durch Landesbeauftragte im Rahmen der Regionalpolitik unterstützt wurden. Des Weiteren wurden verschiedene Unterstützungs- und Beratungseinrichtungen gegründet, ein bundesweites Netzwerk an Impuls-, Technologie- und Innovationszentren aufgebaut und Landesentwicklungsgesellschaften geschaffen. Mitte der 90iger Jahre wurden die sogenannten Regionalmanagements als Begleitstrukturen zur Umsetzung der EU Strukturfondsprogramme als überregionale, überparteiliche Einrichtungen neu auf regionaler Ebene – unterschiedlich nach Bundesland und jeweiliger Region – implementiert. In Österreich gibt es mittlerweile 31 Regionalmanagementeinrichtungen, d.h. nicht, dass es darüber hinaus nicht noch unzählige Organisationen gibt, die Aufgaben im Bereich der Regionalentwicklung wahrnehmen.

Organisation der 31 Regionalmanagementeinrichtungen in Österreich

Betrachten wir die Organisationsform der Regionalmanagementeinrichtungen in Österreich, so organisiert sich der Grossteil (74 %) in Vereinen. Vereinzelt gibt es aus finanztechnischen und haftungsrechtlichen Gründen GmbHs.

Finanzierung der 31 Regionalmanagementeinrichtungen in Österreich

Die finanziellen Mittel der Regionalmanagementeinrichtungen kommen aus:

- Mitgliedsbeiträge von Gemeinden
- Förderverträge mit dem Land
- Verträge im Rahmen des Programms LEADER
- Projektbezogene Förderverträge

Aufgaben der 31 Regionalmanagementeinrichtungen in Österreich

Die Regionalmanagementeinrichtungen übernehmen in Schlagworten folgende Aufgaben:

- Strategische Prozesse
- Planungs- und Entwicklungsprozesse
- Operative, umsetzungsorientierte Prozesse
- Interne organisationsbezogenen Prozesse

Zusammenfassung von Erfahrung und die Zukunft

- Regionalmanagements managen ländliche und kleinstädtische Strukturen.
- Regionalmanagements sind Kombinationen von politisch verankerter Institution, EU-Programmunterstützungsstruktur und regionaler Projektmanagementeinrichtung.
- Regionalmanagements sind Technische-Hilfestrukturen, Beratungs- und Informationseinrichtungen, Unterstützungsstrukturen für EU-Programmumsetzung, Projektumsetzungsorganisationen bis hin zu regionalen Unternehmungen / Unternehmensnetzwerken und regionalen Managementzentren.
- Regionalmanagements sind die einzige Einrichtung mit hoher regionaler Verankerung, die gemeinde-übergreifend tätig wird, die Vernetzungen organisiert, strategische Entwicklungsinputs einbringt und konkrete Projektvorhaben entwickelt und umsetzt.
- In den Regionalmanagements wird hoch engagierte Arbeit für die Entwicklung der Region geleistet. Es gibt eine hohe Identität der RegionalmanagerInnen und MitarbeiterInnen mit der Einrichtung und der Tätigkeit. Der Grad an Professionalität der Organisationen und ihrer Prozesse der Dienstleistungserbringung ist aber sehr unterschiedlich.
- Das Zusammenspiel der unterschiedlichen Funktionalitäten führt auf einem rechtlichen Hintergrund zu Schwierigkeiten, auf einer operativen Logik/ Managementlogik (gemeinnützige Vereine/ GmbHs, Grundfinanzierung über Gemeindebeiträge, Förderungen, Werkverträge, Tendenz zu leistungsbezogenen Arbeiten). Es stellt sich für die Zukunft die Frage, welche Aufgaben mit welcher Förder- oder Vergabelogik innerhalb welcher Rechtsform verbunden werden können.
- Das Ziel ist das Zusammenführen von regionalen Aktivitäten unter der Dachmarke Regionalmanagement, auch mit dem Anspruch diese zu führen; Regionalmanagement als Drehscheibe, als Angelpunkt für regionale Entwicklungsprozesse/Vorhaben in den unterschiedlichen Bereichen.
- Die Frage der regionalen Verankerung, die Identifizierung und Nutzungseinschätzung der Eigentümer kombiniert mit operativem Handeln sichert die Existenz der Regionalmanagements; der zukünftige Handlungsspielraum hängt an der zukünftigen Auftrags- oder Förderlogik der Länder.
- Erst die Klarheit über das Modell Regionalmanagement und damit verbunden über die rechtliche Konstruktion des Regionalmanagement sichert die Zukunft (Einrichtung/ Institutionelle Verankerung vs. Marktorientierte Modelle). Regionalmanagement auf Basis von Gemeindeverbänden ist kein marktfähiges Geschehen.
- Nur die Klärung der Frage was in welcher rechtlichen Konstruktion in Kombination an Tätigkeiten möglich ist, unterstützt ein zukünftiges Konstrukt von Regionalmanagement (Kombination von institutioneller Finanzierung, Förderungen und Leistungsaufträgen) Die Klärung der Zuständigkeit für Regionalentwicklung und Regionalmanagement (Gemeinden, Länder, Bund) muss in Kombination mit den gegebenen finanziellen Möglichkeiten geschehen.
- Die Erarbeitung von Bildern/Modellen zur regionalen Förderlandschaft nach 2006 muss wiederum in einer ähnlichen Weise geleistet werden wie die Implementierung der EU-Strukturfonds Österreich vor 1995.
- Wesentlich ist die Klärung von Bildern über die Bedeutung der Region/Kleinregionen im erweiterten Europa; also die Frage auf welcher Ebene zukünftig Regionen definiert werden, die in einem gemeinsamen Kontext auftreten, sich gemeinsam entwickeln müssen, sich vermarkten.

04.05.2004, Jean-Marie Henry
Parc naturel régional des Ballons des Vosges

Strategie und Erfahrungen für die Markeneinführung in französischen Regionalparks

Allgemeine Informationen über Regionalparks

Die Regionalparks, die 1967 auf Initiative der DATAR (Behörde für Landplanung und regionale Maßnahmen) ins Leben gerufen wurden, haben inzwischen die stattliche Zahl von 42 erreicht und bedecken rund 12,6% des Landes. 25 Regionen, 3400 Kommunen und 2.800.000 Einwohner des Landes sind auf die eine oder andere Weise durch Naturparks betroffen.

Zwar ist die Naturpark-Politik national, aber die Regionen haben die Aufgabe, die Charta der Parks unter Berücksichtigung der Interessen und Vorhaben der Departements und Kommunen zu erstellen.

Regionalparks sind Pilotgebiete, Pioniere der nachhaltigen Entwicklung und die einzigen Instrumente, die für ihr Territorium eine wirtschaftliche Entwicklung auf der Grundlage des Naturerbes ermöglichen.

Der Verband der Regionalparks in Frankreich ist der Dachverband der 42 Parks und wird vorrangig für gemeinsame Maßnahmen der Parks eingesetzt.

Der regionale Naturpark **Ballons des Vosges** wurde 1989 auf die Initiative von drei Regionen geschaffen: Elsass, Lothringen und Franche Comté. Er liegt im südlichen Bereich des Gebirgsmassivs der Vogesen und umfasst 208 Kommunen in einem Gebiet von rund 3.000 km² mit 250.000 Einwohnern.

Marke

Die Marke „Parc naturel régional“ ist eine geschützte Verbandsmarke (beim INPI - nationales Institut für gewerbliches Eigentum - eingetragen). Der Staat (Ministerium für Umwelt und nachhaltige Entwicklung) ist Eigentümer dieser Marke und delegiert die Verwaltung der Marke an die einzelnen Parks.

Diese Marke dient einer Strategie der nachhaltigen Entwicklung des Landes und stützt sich auf die Qualität und den Bekanntheitsgrad der Parks. Ziel der Marke ist, den Mehrwert der dort erarbeiteten Produkte zu erhöhen und ihren Markt zu stärken oder zu erweitern. Damit gibt die Marke den Parks ein weiteres Mittel an die Hand, um den Bestand und die Fortentwicklung der Unternehmen zu fördern.

Für alle Produkte und Dienstleistungen gibt es eine Charta der Marke und einen Verwendungsvertrag (Vertragsdokumente). Diese Dokumente werden gemeinsam von den betreffenden Parks und den potentiellen Nutznießern abgefasst und der „nationalen Marken-Kommission“ des Park-Verbandes vorgelegt.

Nachhaltige Entwicklung der Parks

Die Charta basiert auf vier Kriterien, die die Stärken der Parks widerspiegeln: Ursprung, Authentizität, Umweltschutz und menschliche Dimension.

1) Ursprung oder Beitrag zur Raumentwicklung

Es geht hier um die wirtschaftliche Aufwertung der lokalen Ressourcen durch Erzielung eines Mehrwertes, Erhaltung und Weiterentwicklung der lokalen Aktivitäten, auch um eine Beteiligung der Unternehmen an der Vernetzung und Strukturierung des Raumes (Gemeinschaftsaktionen, Netzwerke).

2) Authentizität oder Schaffung der Identität des Raumes

Hier handelt es sich um die Nutzung des traditionellen Wissens, die Aufwertung der Natur- und Kulturerbes (Landschaft, Geschichte, Baukunst etc.).

3) Beitrag zur Raumverwaltung, zur Erhaltung der Umwelt, zum Umweltmanagement und der Integration in die Landschaft

Die ganze Kette der Aktivitäten - von der Wahl der Rohstoffe und die Art der Produkte und Dienstleistungen über den Produktionsprozess bis zur Standortwahl – trägt zu Erhaltung der Qualität der Umwelt bei.

4) Menschliche Dimension oder die vom Menschen beherrschte Entwicklung, und der Beitrag zur Lösung sozialer Probleme

In allen Verfahren der Planung und Produktion ist die Aktion von Menschen entscheidend; der Mensch hat seinen Platz im Unternehmen (Einstellung, Ausbildung, Beteiligung an Projekten des Unternehmens); das Unternehmen trägt zu allen Formen der sozialen Innovation bei (z.B. Genossenschaften). Die Unternehmen öffnen sich dem Publikum (durch Erklärungen, Betriebsbesichtigungen etc.) .

Anhand von drei Beispielen soll nun aufgezeigt werden, welche Rolle die Marke im regionalen Naturpark Ballons des Vosges spielt:

1. Obstsäfte Kempf in Stosswihr (Haut-Rhin) für die Valorisierung von Hochstamm-Obstgärten

Die Hochstamm-Obstgärten sind ein wesentlicher Bestandteil der Landschaft der Vogesentäler. Ihre ökologische Rolle und das genetische Erbe der zahlreichen lokalen Sorten rechtfertigen die Bemühungen des Parks um ihre Erhaltung. Allerdings sollte zusätzlich zu den Maßnahmen der Obstanbauer-Verbände für die Wiederbelebung der Familien-Obstgärten die Obsterzeugung wirtschaftlich aufgewertet werden.

Es handelt sich hier durchaus um einen Beitrag zur Raumverwaltung, zum Umweltschutz und zum Schaffung der Identität des Raumes.

Für den Erzeuger geht es darum, seine Produktion von Standardprodukten zu differenzieren. Er erwartet von der Marke, dass sie in Verbindung mit anderen

Fördermaßnahmen des Parks zu einer Aufwertung seiner Produktion im Direktverkauf führt.

2. Holz für Kindermöbel des Herstellers Daillot S.A. in Ban de Laveline (Vosges)

Die Firma Daillot ist auf das Design, die Herstellung und den Vertrieb von Holzmöbeln spezialisiert, hauptsächlich für Kinder (Krippen, Schulen etc.). Das für die Möbelherstellung benötigte Holz kommt aus den Wäldern des Parks. Daillot hat ihren Sitz im ländlichen Raum und ist Teil der „sozialen Landschaft“. Sie ist der Überzeugung, dass sie durch diese Lage auch besondere Aufgaben zu erfüllen hat: sie stellt vorrangig lokales Personal ein und kümmert sich um die Ausbildung, die Einstellung von Behinderten und anderen benachteiligten Personen, um Mitbestimmung, Reduzierung der Arbeitszeit etc. Daillot gewinnt Energie aus Holzabfällen und wird oft als Beispiel zitiert, wenn es um die Integration der Gebäude in die Landschaft geht.

Das Unternehmen erwartet von der Verleihung der Marke nicht nur einen wirtschaftlichen Mehrwert, sondern auch die Anerkennung seiner Rolle im ländlichen Raum.

3. Die Marke „Accueil du Parc“ (Unterkunft im Park) für Ferienwohnungen und Hotels

Die Gîtes Panda sind bekannt dafür, dass sie alle Möglichkeiten bieten, die Natur zu entdecken, dass ihre Eigentümer sich für den Umweltschutz stark machen und erneuerbare Energien entwickeln. Diese Gîtes sind aus einer Partnerschaft zwischen dem World Wide Fund for Nature (WWF), dem Verband der Gîtes de France und den Parks entstanden. Die „Hôtels au Naturels“ sehen sich im gleichen Geist als Modell für Fragen des Umweltmanagement (Energieeinsparung, Verwendung von Öko-Produkten, Integration in die Landschaft etc.), Beherbergung und Information der Gäste, Verwendung von lokalen Produkten oder Hofguterzeugnissen. Im Parc des Ballons des Vosges gibt es heute 24 Gîtes und 16 Chambres d'hôtes Panda sowie sieben Hôtels au Naturel.

Es gibt noch weitere Produkte und Aktionen, die von der Marke des Parc des Ballons des Vosges profitieren, wie z.B. die Herstellung und Verlegung von Holzverkleidung, die Honigerzeugung oder „Ferien im Bauernhof“. Daneben gibt es noch andere Maßnahmen wie die Unterstützung der Bauernmärkte oder die Aufwertung von Unternehmen durch die Ecotrophées (Öko-Auszeichnungen) des Parks.