

LandInForm

Magazin für Ländliche Räume

AUSGABE 4.19

Bodenfruchtbarkeitsfonds _ 36

Neuen Fokus finden _ 38

Landinventur _ 42

Was brauchen kleine und mittlere Unternehmen?

Inhalt



Seite 36 __
Bodenfruchtbarkeitsfonds



Seite 38 __
Neuen Fokus finden



Seite 42 __
Landinventur

Für das Netzwerk

INSIDE

- 05** __ LandInForm Spezial erschienen
- 05** __ Weitere DVS-Filme
- 05** __ Kooperationsgesuche

DAS WAR

- 06** __ Landwirtschaftliche Netzwerke Biodiversität
- 06** __ Reviere gestalten Zukunft
- 07** __ Barcamp Demokratie
- 07** __ Bundesweites LEADER-Treffen
- 08** __ Anbaudiversifizierung

DAS KOMMT

- 08** __ Workshop für EIP-OGs
- 09** __ Kreativ beteiligen und kooperieren
- 09** __ Neue Akteure auf dem Land

Im Fokus

EINFÜHRUNG

- 10** __ INTRO
- 12** __ Klein, aber fein
- 14** __ Das Land als Standort stärken
- 15** __ Alles vernetzt? – Interview

FÖRDERUNG

- 16** __ Finanzielle Unterstützung finden
- 17** __ Mehr als Einzelförderungen – Interview

NETZWERKE

- 18** __ Wissenstransfer dank kurzer Wege
- 20** __ Kampagne für Landwirte
- 22** __ Die Arbeitgeber von nebenan
- 24** __ Begleitung für Gründer
- 25** __ Ein Herz fürs Handwerk

KMU VOR ORT

- 26** __ Wackerbauer Maschinenbau
- 27** __ Shift GmbH
- 28** __ Ölmüller Tobias Kreiselmeyer
- 30** __ Tischlerei Holzgespür
- 31** __ Thiel GmbH für Gülleaufbereitung



ab Seite 10 __

Im Fokus: Kleine und mittlere Unternehmen

Aus den ländlichen Regionen sind sie nicht wegzudenken: kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Sie bieten Arbeitsplätze, sorgen für kommunale Einnahmen und Infrastruktur, manche sind Weltmarktführer. Was brauchen sie, um wirtschaften zu können?

Aus der Praxis

- 32 __ Auf drei Feldern rund um Osburg
- 34 __ Ein Stück Zuhause in der Bildung
- 36 __ **Freiräume in der Bodenpflege**
Wenn Bauern die Fruchtbarkeit ihrer Böden erhalten, profitiert davon auch die Gesellschaft. Die Bio-Stiftung Schweiz unterstützt deshalb Biobetriebe in der Bodenseeregion mit dem Pilotprojekt Bodenfruchtbarkeitsfonds.

Forschung trifft Praxis

- 38 __ **Daseinsvorsorge – Eigeninitiative hat Grenzen**
In Mecklenburg-Vorpommern gibt es viele zivilgesellschaftliche Initiativen, die Teilbereiche der Daseinsvorsorge sichern. Ein Forum aus Engagierten könnte Politik und Forschung neue Denkstöße geben, dachten sich deshalb Wissenschaftler beim Praxis-Forschung-Projekt „fokusland“. Die Praktiker sehen es anders.

Prozesse und Methoden

- 40 __ **Digitaler Dorfplatz**

Perspektiven

BILDUNG & FORSCHUNG

- 42 __ **Neue Bilder vom Land**
Ein Bürgerwissenschaftsprojekt macht eine Inventur des Lebens im ländlichen Mecklenburg-Vorpommern. Dabei ist ein digitales Werkzeug entstanden, mit dem sich Daten über das (eigene) Dorf erheben und auswerten lassen.
- 44 __ Die digitale Tante Emma

POLITIK & GESELLSCHAFT

- 46 __ Vielfalt zum Standard machen

PARTNER & EXPERTEN

- 48 __ Netzwerk für erfolgsorientierte Agrarumweltmaßnahmen

Service

- 49 __ Die Position
- 50 __ angelesen
- 51 __ angekündigt
- 52 __ Termine



Liebe Leserinnen und Leser,

seit der Finanzkrise 2008 wächst die deutsche Wirtschaft – im ländlichen Raum wird sie überwiegend durch kleine Unternehmen getragen. Etwa Dreiviertel der Beschäftigten dort arbeiten in Kleinst-, kleinen und mittleren Unternehmen, und sie verdienen dabei im Mittel nicht schlechter als in Großstädten (siehe dazu auch die Seiten 12–13). Das Fokusthema in diesem Heft zeigt, wie wichtig die Leistungen von diesen KMU für den ländlichen Raum sind und wie sie unterstützt werden können.

Ihre große Stärke ist ihre Flexibilität. Sie sind wenig formalisiert und weniger arbeitsteilig organisiert als große Unternehmen – meist inhaber- oder familiengeführt. KMU sind in der Lage, schnell auf sich ändernde Anforderungen zu reagieren. Dank Digitalisierung inzwischen auch mit Angeboten ganz nah an den Kundenwünschen – wenn der Netzausbau das zulässt.

Aber kleine Betriebe haben keine Planungs- und Entwicklungsabteilungen. Für sie ist es schwierig, allein mit internen Ressourcen ihre Konkurrenzfähigkeit zu erhalten oder weiterzuentwickeln. Das Ziel, neues Wissen in die Betriebe zu bringen – auch bei schwindendem Nachwuchs – braucht häufig externe Unterstützung. Das betrifft nicht nur den Fachkräftemangel. Kooperationen entlang von Wertschöpfungsketten aufzubauen, kann den Partnern helfen. Netzwerke zwischen Betrieben und ihrem Umfeld, mit Forschungseinrichtungen und Hochschulen sowie ein gutes Beratungsangebot zu Fördermöglichkeiten sind Ansätze, über die beispielsweise das Regionalmanagement unterstützen kann. Wenn Leistungen nicht allein erbracht werden können, müssen Strukturen geschaffen werden, die Entwicklungen, Innovationen und Know-how-Transfer ermöglichen. Auch Gesprächskreise und Unternehmerstammtische tragen zum Informations- und Wissensgewinn bei. Es geht eben nicht nur um den einzelnen Betrieb, sondern um das regionale Beziehungsgeflecht und den Auf- und Ausbau regionaler Unterstützungsstrukturen. Das ist eigentlich die Kernaufgabe von LEADER.

Beispiele für solche Zusammenschlüsse finden Sie in diesem Heft. Schulen und Bildungsträger arbeiten mit Unternehmen zusammen, aber auch Kommunen und Kreisverwaltungen unterstützen. Neben der Bundesagentur für Arbeit und den Jobcentern bieten weitere Stellen viele Förderangebote. Auch dazu erfahren Sie in dieser Ausgabe von LandInForm mehr.

Viel Spaß beim Lesen und eine ruhige Weihnachtszeit wünscht das Team der DVS.

Jan Swoboda

Impressum

LandInForm –
Magazin für Ländliche Räume
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Auflage: 12 000 / ISSN: 1866-3176

Herausgeber:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), Bonn

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (DVS),
Redaktion: Andrea Birrenbach, Anja Rath
Dr. Jan Swoboda (V.i.S.d.P.)
Redaktionelle Unterstützung:
neues handeln AG

Titelbild: iStock.com/Drazen_

Grafik: MedienMélange: Kommunikation!
Rückseite: iStock.com/MilaDrumeva

Gestaltung: MedienMélange: Kommunikation!
www.medienmelange.de

Druck: Bonifatius GmbH
Gedruckt auf Recyclingpapier

Bezugsadresse und Redaktionsanschrift:
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn
Telefon: 0228 6845-3435, -3461
Fax: 030 1810 6845-3361
E-Mail: landinform@ble.de
www.netzwerk-laendlicher-raum.de

Bezug: kostenfrei, LandInForm als PDF-Datei unter
www.land-inform.de

Anmerkungen der Redaktion:
Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Abbildungen wird keine Haftung übernommen. Die Urheberrechte liegen beim Herausgeber. Eine Genehmigung zur Zweitverwertung auch in Auszügen in Wort, Schrift und Bild erteilt die Redaktion gern gegen Nennung der Quelle und Belegexemplar.

Als Zugeständnis an die Lesbarkeit der Texte verzichten wir auf Doppelformen bei den Geschlechtern.

LandInForm wird durch den Bund und die Europäische Union im Rahmen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER) gefördert. Zuständige Verwaltungsbehörde: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)

Kürzel der DVS-Autoren:

Andrea Birrenbach: abb, Annika Stein: ast, Jan Freese: jaf, Isabell Friess: isf, Nina Jürges: nkj, Stefan Kämper: stk, Simon Keelan: sik, Moritz Kirchesch: mok, Irene Lange: ila, Isabella Mahler: ima, Stephanie Müller: stm, Dagmar Nitsch: dan, Natascha Orthen: nao, Anja Rath: arh, Bettina Rocha: ber, Susanne Schniete: sus, Jan Swoboda: jas, Anke Wehmeyer: arw

Für das Netzwerk

LANDINFORM SPEZIAL ERSCHIENEN

Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate setzen sich für den Schutz von Natur und Landschaft ein – gleichzeitig engagieren sie sich in ihren Regionen für nachhaltige Tourismusangebote und die Vermarktung regionaler Produkte. Den ländlichen Raum durch solche Angebote zu stärken, haben auch die 321 LEADER-Regionen in Deutschland zum Ziel. Die DVS nimmt in einer neuen Ausgabe von LandInForm Spezial die Zusammenarbeit der Akteure in den Blick und zeigt, dass sie oftmals gut funktioniert. [sus]



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

SERVICE:
PDF und weitere Infos unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/landinform-spezial



WEITERE DVS-KURZFILME

In ihrer Video-Reihe „Kooperationen im ländlichen Raum“ hat die DVS sechs neue Filme online gestellt. Drei davon zeigen innovative Projekte, die sich mit aktuellen Herausforderungen in der Landwirtschaft befassen: Wir stellen Getreide-Populationen vor, die Extremwetterereignissen trotzen, eine Kartoffelberegung, die durch intelligente Sensorik Wasser spart und Schweinefutter, das dank Rohfasern für mehr Tierwohl sorgt.

Ein weiteres Video beschäftigt sich mit Kooperationen von Naturschützern und Landwirten: Was die Zusammenarbeit bringt, zeigen unsere Nachbarn aus der Region Achterhoek in den Niederlanden und der Landkreis Darmstadt-Dieburg in Hessen. Wie Coworking auf dem Land funktioniert und welche Chance es bietet, um Menschen in der Region zu halten, führt ein anderer Film vor Augen. [sus]



KONTAKT:
Susanne Schniete, DVS
Telefon: 0228 6845-2675
susanne.schniete@ble.de

SERVICE:
Die Filme sind online unter:
www.youtube.com > Suche: DVS ländlich



KOOPERATIONSGESUCHE

DIE KRAFT DER TIERE

Die konventionelle Landwirtschaft würde sich weniger auf die Umwelt auswirken, wenn sie mehr Tiere statt Maschinen einsetzt – so die Idee der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) Lëtzebuerg West. Die luxemburgische LAG sucht deshalb Kooperationspartner für den Wissenstransfer rund um die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Zugtieren. [abb]



KONTAKT:
Lëtzebuerg West
Sarah Mathieu
sarah.mathieu@leader.lu
<https://enrd.ec.europa.eu> >
Suche: lag traction gardening fossil

IDEEN FÜR DIE DASEINS- VORSORGE

Im Gebiet der Lokalen Aktionsgruppe Durance Provence fehlen Angebote der Daseinsvorsorge. Gemeinsam mit Kooperationspartnern möchten die Akteure Ideen entwickeln, um das Dienstleistungsangebot in der französischen Region zu erweitern. Gleichzeitig soll der Zugang dazu erleichtert werden, etwa durch neue Mobilitätsangebote oder digitale Dienste. [abb]



KONTAKT:
GAL Durance Provence
Flore Perigois
f.perigois@durance-provence.fr
<https://enrd.ec.europa.eu>
> Suche: Durance dynamic

SERVICE:
Weitere Kooperationsangebote finden Sie unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/kooperationen

Das war

LANDWIRTSCHAFTLICHE NETZWERKE FÜR BIODIVERSITÄT

In Deutschland beschäftigen sich zahlreiche Netzwerke landwirtschaftlicher Betriebe mit dem Thema Naturschutz. Bei einem Workshop tauschten sich die Akteure aus.

Wie lassen sich Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität sinnvoll in den Alltag auf einem Hof integrieren? Über diese Frage diskutierten Anfang Oktober bei einem Workshop in Kassel unter anderem Vertreter des F.R.A.N.Z.-Projekts der Umweltstiftung Michael Otto und des Deutschen Bauernverbands, der Partnerbetriebe Naturschutz aus Rheinland-Pfalz und des Farmnetzwerks Nachhaltigkeit der BASF. Dazu eingeladen hatten die DVS und das Informations- und Koordinationszentrum für Biologische Vielfalt (IBV) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE).

Im Fokus stand der Austausch zu Maßnahmen, die wirkungsvoll die biologische Vielfalt erhöhen und gleichzeitig gut zum Be-

trieb und in die Region passen. So stellte beispielsweise die Stiftung Rheinische Kulturlandschaft ihren auf Zielarten abgestimmten Maßnahmenkatalog vor (siehe dazu auch Seite 50). Best-Practice-Beispiele wie dieses sollen zukünftig gebündelt werden: auf der vom IBV betriebenen Website www.genres.de, die zudem unter „Netzwerke Biodiversitätsbetriebe“ eine Übersicht über die bereits existierenden Netzwerke geben wird. Die Teilnehmer diskutierten außerdem darüber, wie Biodiversitätsleistungen von Landwirten bewertet werden können. Dazu gibt es bereits einige Ansätze, beispielsweise die Empfehlungen für Labels und Standards des Projekts Food and Biodiversity (siehe dazu auch die Seiten 46-47). [sik]



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

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



Futuristisches am Rande des Tagebaus: Das Paläon-Museum im ehemaligen Helmstedter Revier führt Besucher 300 000 Jahre in die Vergangenheit und ist ein Leuchtturmprojekt in der Region.



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

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

REVIERE GESTALTEN IHRE ZUKUNFT

Was kommt, wenn die Kohle unter der Erde bleibt? Die DVS machte im September den Strukturwandel in den Revieren bei einem Workshop zum Thema.

Im vergleichsweise kleinen Helmstedter Revier ruhen die Bagger bereits, im Mitteldeutschen, im Lausitzer und im Rheinischen Revier steht der endgültige Schichtwechsel an. Die Diskussion über deren Struktur ist überall voll im Gange. Dass nach dem Kohleabbau mehr entstehen muss, als Naherholungsgebiete an Baggerseen, ist für die Menschen in den Regionen unumstritten.

Rund 60 Betroffene diskutierten deshalb beim DVS-Workshop im Helmstedter Revier über Ideen und Gestaltungsansätze für den Strukturwandel. Im Rheinischen Revier soll beispielsweise der interkommunale Brainergy-Park, ein Gründer- und Unternehmerzentrum, Innovation und Arbeitsplätze in die Region bringen. Zudem stellen sich die Regionen der Frage, was mit den Tagebaurestlöchern passieren soll: Im Lausitzer Revier renaturiert man sie mit heimischen Pflanzengemeinschaften und im Helmstedter Revier möchte man gar Wildnis wagen.

Bei der Veranstaltung entwickelten die Teilnehmer ihre Ideen weiter: Während sich die einen damit beschäftigten, wie junge kreative Menschen in die Region gelockt werden können, machte sich eine andere Gruppe Gedanken über die Konzeption eines Jugend-Filmprojekts. Gleichzeitig sehen die Menschen den Bund und die Länder in der Pflicht: Damit die Menschen vor Ort bleiben können, braucht es Versorgungsinfrastrukturen und öffentlichen Nahverkehr. [stm]

Das war

Das Barcamp bot auch die Möglichkeit, sich persönlich intensiv auszutauschen.



BARCAMP DEMOKRATIE

Bei der dritten bundesweiten Kooperationsveranstaltung des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) und der DVS stand die Beteiligung Jugendlicher im Fokus.

Die Frage, wie man Jugendliche auf dem Land halten und beteiligen kann, treibt Vereine, Kommunen und Regionalentwickler um. Welche Formate eignen sich für die Jugendpartizipation im Ländlichen? Und wie können die regional aktiven Partnerschaften für Demokratie (Pfd) und LEADER-Aktionsgruppen (LAGs) dabei an einem Strang ziehen? Über diese Fragen tauschten sich im Landkreis Göttingen am 17. und 18. Oktober Pfd's aus dem Bundesprogramm „Demokratie leben!“ und LAGs aus. Mit dabei: Akteure, die Jugendbeteiligung in Jugendzentren, der Verwaltung und Freiwilligendiensten realisieren.

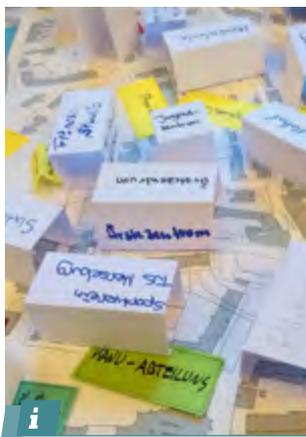
Im Barcamp diskutierten die Teilnehmer Themen, die sie selbst mitgebracht hatten und die sie aktuell bei ihrer Arbeit beschäftigen; Referenten gaben in Pecha-Kucha-Vorträgen fachliche Impulse. Florian Görner von der Pfd Hoher Fläming in Brandenburg berichtete beispielsweise über die Aktion „Du hast den Hut auf“, die in Kooperation mit der LAG Fläming-Havel durchgeführt wird: Jugendliche können am „Tag der Entscheidung“ darüber abstimmen, welche Jugendprojekte mit LEADER-Mitteln für kleine investive Maßnahmen unterstützt werden sollen. „Mittlerweile“, so Görner, „haben die Jugendlichen angefangen, Wahlkampf für ihre Projekte zu betreiben.“ [stk/ima]

SERVICE:

Dokumentation unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/demokratie

KONTAKT:

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



SERVICE:

Dörfer und Regionen, die ein Planspiel bei sich vor Ort ausprobieren möchten, können sich gerne bei der DVS melden.

Dokumentation unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de/leadertreffen

KONTAKT:

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

EINE ANDERE PERSPEKTIVE

Welchen Zwängen unterliegt der Bürgermeister, welchen ein Verkehrsplaner? Beim bundesweiten LEADER-Treffen nahmen die Teilnehmer unterschiedliche Blickwinkel ein.

In die Rolle von Entscheidungsträgern schlüpfen, spielerisch an der Planung einer Region, des Dorfes oder des Verkehrs mitwirken und der Kreativität freien Lauf lassen – das konnten rund 300 Teilnehmer an zehn unterschiedlichen Planspielen beim bundesweiten LEADER-Treffen, das im November im Ständehaus in Merseburg stattfand, testen. Ob eines dieser Spiele seinen Einsatz in den Regionen findet, wird sich spätestens im Beteiligungsprozess für die Erstellung der zukünftigen Regionalen Entwicklungsstrategien zeigen.

Konkreter wurde es am zweiten Tag bei Exkursionen zu insgesamt 20 Projekten in sieben umliegenden LEADER-Regionen.

Die Projektträger standen für Fragen zur Verfügung, so konnten Projekterfolge und auch Hindernisse direkt an die Teilnehmer als Multiplikatoren weitergegeben werden.

Zuletzt ging es um die Zukunft von LEADER. Fest steht, dass die neue Förderperiode mit Verspätung beginnt. Fest steht auch, dass Deutschland nur noch ein einziges Programm in Brüssel einreichen darf und die Länder sich auf eine nationale Strategie einigen und einlassen müssen. In dieser Strategie können auch Aspekte von LEADER formuliert werden, die aktuell intensiv in einer Arbeitsgruppe der LEADER-Referenten der Länder diskutiert werden. [awr]

Das war

ANDERS ACKERN

Bei der DVS-Tagung „Anbaudiversifizierung und ackerbauliche Maßnahmen in Zeiten des Klimawandels“ am 21. und 22. November in Freising ging es darum, wie sich Bauern an sich wandelnde Anbaubedingungen anpassen können.

Der Klimawandel kommt, die Durchschnittstemperatur in Deutschland steigt seit Jahrzehnten, es wird trockener und gleichzeitig gibt es punktuelle Starkregenereignisse in bisher unbekanntem Ausmaß. Der einzelne Betriebsleiter muss sich Gedanken darüber machen, wie er künftig seinen Acker bewirtschaften will: Rund 40 Teilnehmer, darunter viele Landwirte, tauschten sich dazu auf dem Biohof Braun aus.

Ackerbauliche Maßnahmen können beispielsweise die Bodenfeuchte erhalten. Landwirt Walter Klingbrunner aus Österreich setzt dafür Mulch und Kompost zum besseren Humusaufbau auf seinen Flächen ein. Seine Äcker deckt er zum einen mit Mulchmaterial von anderen Flächen, sogenanntem Transfermulch, ab und senkt so die Bodentemperatur gegenüber einer nicht abgedeckten Fläche um bis zu 20 Grad. Das reduziert die

Verdunstung. Zum anderen praktiziert er „Roller Crimper“: Der Aufwuchs einer Zwischenfrucht wird niedergewalzt und in diese Auflage in Direktsaat gesät.

Eine andere Strategie ist, neue angepasste Sorten und Kulturen anzubauen: Sybille Orzek vom Gartenbauzentrum Bayern Süd-Ost berichtete über Erfahrungen mit dem Anbau und der Vermarktung von Süßkartoffeln. Die Kultur wird bisher aufgrund ihrer hohen Frostempfindlichkeit in Deutschland nicht professionell angebaut, bei steigenden Temperaturen ist sie aber interessant für den Anbau und bereichert die Fruchtfolge. Zudem gibt es von Verbraucherseite Interesse an Süßkartoffeln, wenn auch längst nicht so stark wie an der Kartoffel: Pro Kopf aßen die Deutschen 2016 rund 490 Gramm Süßkartoffeln und 57 Kilogramm Kartoffeln. [ber]



i

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

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

Das kommt

EIP-AGRI: VOM PROJEKT ZUM UNTERNEHMEN

Was tun, wenn die Förderung ausläuft? Der „4. bundesweite Workshop für Operationelle Gruppen und Innovationsdienstleister“ der DVS thematisiert unter anderem, was es dafür braucht, aus einem Projekt ein Start-up zu machen.

Die Frage, wie es weitergehen soll, wenn die Förderperiode endet, stellen sich zahlreiche Operationelle Gruppen (OGs), die im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft „Landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit“ (EIP-Agri) arbeiten. Deshalb widmet sich eines von acht Workshop-Modulen bei der DVS-Veranstaltung am 25. und 26. März 2020 in Kassel diesem Thema. „Wichtig dabei ist beispielsweise, sich und die Projektidee ganz kurz vorstellen zu können“, sagt Natascha Orthen, die den Bereich EIP-Agri bei der DVS betreut. Ein zweites Modul behandelt deshalb das sogenannte Pitchen: die gekonnte Präsentation, um Geldgeber zu finden. Um Projektmanagement, Vergaberecht sowie professionelles Texten drehen sich weitere Module. Natascha Orthen: „Einen knackigen Kurztext verfassen zu können, ist elementar – auch, wenn man ein Praxisblatt über die OG erstellt.“

Vorlagen für Praxisblätter zur schnellen Ergebnisverbreitung bietet die DVS auf ihrer Website zum Download an. Um die Arbeit mehrerer OGs anschaulich zu machen, hat die DVS zudem bislang sieben Kurzfilme über EIP-Projekte gedreht. Weitere werden folgen (siehe Seite 5). [abb]

i

SERVICE:
Zu EIP und den Praxisblättern: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/eip-ergebnisse

Infos und Anmeldung zum 4. OG-Workshop: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/eip-og-idl

Im November 2019 fand ein OG-Workshop zum Thema Backweizen statt. Die Dokumentation gibt es unter: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/eip-og-backweizen

KONTAKT:
Natascha Orthen, DVS
Telefon: 0228 6845-3268
natascha.orthen@ble.de



Die Teilnehmer des OG-Workshops zu Backweizen besuchen eine Mühle.

Das kommt

KREATIV BETEILIGEN UND KOOPERIEREN

Die DVS lädt am 28. und 29. Januar 2020 zur Schulung nach Bad Neuenahr (Rheinland-Pfalz) ein.

Die Kommunikation mit verschiedenen Zielgruppen und Kooperationen über Regionsgrenzen hinweg sind wichtige, aber nicht immer einfache Aufgaben in der Regionalentwicklung. Deshalb nimmt die DVS zum zweiten Mal mit einer Schulung für regionale Akteure kreative Beteiligungsprozesse in den Fokus.

In vier Modulen vermitteln professionelle Trainer Methoden und Ansätze zu unterschiedlichen Themen. Neu im Angebot ist das Schulungsmodul zum Management von gebietsübergreifenden und transnatio-

nen Kooperationsprojekten. Weitere Schwerpunkte werden erneut Visualisierungsmethoden und Ansätze für eine zielgruppengerechte Ansprache in Partizipationsprozessen sein. Ein weiteres Modul beschäftigt sich intensiv mit der Moderation von herausfordernden Situationen in Meetings oder Workshops.

Die Schulung richtet sich an Regionalmanager und andere Gestalter des ländlichen Raums. Teilnehmer können eines der vier angebotenen Module wählen. [stm]



i

SERVICE:

Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 pro Schulungsmodul begrenzt.

Weitere Informationen und Anmeldung unter: www.netzwerk-laendlicher-raum.de/beteiligung

KONTAKT:

Stephanie Müller und
Isabell Friess, DVS
Telefon 0228 6845-3998, -3459
stephanie.mueller@ble.de
isabell.friess@ble.de

NEUE AKTEURE AUF DEM LAND – KULTUR, KIRCHE, RAUMPIONIERE

Ein Fachforum auf dem Zukunftsforum Ländliche Entwicklung am 23. Januar 2020 in Berlin zeigt auf, wie LEADER kreativen Menschen Raum für Ideen bieten kann.

Die Vielfalt der Akteure auf dem Land nimmt vielerorts zu und zunehmend mehr unkonventionelle Projektträger setzen neue Impulse. Der Bottom-up orientierte LEADER-Ansatz kann eine Plattform dafür sein, das Potenzial dieser kreativen Ideen für die ländliche Entwicklung zu nutzen. In der Förderpraxis gilt es jedoch, dafür Hürden zu überwinden.

Zusammen mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der LEADER-Aktionsgruppen (BAG LAG) und der Agrarsozialen Gesellschaft (ASG) lädt die DVS dazu ein, die neuen Akteure bei einem Fachforum in den Blick zu nehmen. Spielerisch werden wir uns mit den Herausforderungen der LEADER-Förderung beschäftigen und die Teilnehmenden ermutigen, für knifflige Fälle kreative Lösungen zu entwickeln und dabei eine andere Perspektive einzunehmen. Positionen zur besseren Anwendung des LEADER-Programms für kreative Projekte zeigen Wege auf, wie LEADER sein Potenzial voll ausspielen kann; ein Denkanstoß aus der Praxis der Regionalentwicklung rundet das Fachforum ab. [stk]



i

SERVICE:

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

Anmeldung unter:
www.zukunftsforum-laendliche-entwicklung.de

KONTAKT:

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



VORMERKEN

APR./
MAI

Coworking auf
dem Land II

Schleswig-Holstein

Mehr Infos ab
dem kommenden
Jahr unter:
www.netzwerk-laendlicher-raum.de



IM FOKUS

Kleine und mittlere Unternehmen

Aus den ländlichen Regionen sind sie nicht wegzudenken: kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Sie bieten Arbeitsplätze, sorgen für kommunale Einnahmen und Infrastruktur, manche sind Weltmarktführer. Was brauchen sie, um wirtschaften zu können?





Klein, aber fein

Sie sind wichtige Arbeitgeber auf dem Land: Etwa drei Viertel aller Beschäftigten arbeiten im ländlichen Raum in kleinen und mittleren Unternehmen. Gleichzeitig tragen diese Betriebe in einigen Branchen zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands bei.
Einige Fakten zur Rolle der KMU [VON ANNE MARGARIAN]

Einige agieren als wachstumsorientierte Pioniere in neuen Märkten – andere erzeugen Dienstleistungen oder Produkte für Märkte, die für Großkonzerne zu klein und speziell sind: Schon aus diesen Gründen sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ein wichtiger Pfeiler der wirtschaftlichen Entwicklung.

Das Statistische Bundesamt unterscheidet zwischen kleinsten, kleinen und mittleren Unternehmen und orientiert sich dabei an den Empfehlungen der Europäischen Kommission: Kleinstunternehmen beschäftigen danach bis neun Personen und erwirtschaften einen Jahresumsatz von bis zu zwei Millionen Euro; in kleinen Unternehmen sind zehn bis 49 Personen tätig, der Umsatz beträgt bis zehn Millionen Euro im Jahr; mittlere Unternehmen beschäftigen 50 bis 249 Personen und machen bis 50 Millionen Euro Jahresumsatz.

Für die Strategie und die Entwicklungsfähigkeit von Unternehmen spielt neben der Unternehmensgröße auch das Unternehmensmanagement eine wichtige Rolle: KMU sind oft durch die Einheit von Eigentum und Leitung gekennzeichnet. Diese Einheit ist nach der Definition des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn (IfM) das zentrale Charakteristikum des Mittelstands, der durch die Gruppe der Selbstständigen getragen wird. Mittelständische Unternehmen können deutlich mehr als 249 Beschäftigte haben.



Weil andere Zahlen selten verfügbar sind, wird in den meisten Fällen nach der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten klassifiziert – auch in diesem Artikel beziehen wir uns ausschließlich auf diese Zahl. Daten liegen zudem meist eher für die Betriebs- als für die Unternehmensebene vor.

Regionale Verteilung und Entwicklung

In allen Regionen Deutschlands sind rund 87 Prozent der Betriebe Kleinstbetriebe mit weniger als zehn Beschäftigten. Auch der Anteil der kleinen und mittleren Betriebe schwankt im bundesweiten Vergleich nur wenig: Er liegt in den neuen Bundesländern durchgängig bei knapp zwölf und in den alten Bundesländern in den meisten Regionen etwa einen halben Prozentpunkt darüber. Niedriger liegt er nur in den kreisfreien Großstädten des Westens, wo er elf Prozent beträgt.

Zwischen 2008 und 2016 hat der Anteil der kleinsten Betriebe mit weniger als zehn Beschäftigten um etwa zwei Prozentpunkte im Westen und 1,5 im Osten abgenommen. Der Anteil der kleinen und mittleren Betriebe mit zehn bis 249 Beschäftigten hat währenddessen jeweils fast im gleichen Ausmaß zugenommen. Der Anteil der großen Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten verharrt relativ konstant bei unter einem Prozent. Trotz dieser kleinen Zahl an Großunternehmen arbeiten in ihnen im Westen in den kreisfreien Großstädten über 40 und in den anderen Kreistypen 25 und mehr Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Im Osten sind es jeweils etwa fünf Prozentpunkte weniger.

KMU haben also für ländliche Regionen schon deshalb eine große Bedeutung, weil es auf dem Land weniger sehr große Betriebe gibt: Außerhalb der kreisfreien Großstädte arbeiten etwa drei Viertel aller Beschäftigten in kleinen und mittleren Betrieben.



Gründe für die Verteilung

Urbane Zentren sind für sehr große Unternehmen aufgrund der großen Arbeitsmärkte und eines besseren Marktzugangs attraktiver als ländliche Standorte. Als mögliche Gründe für ein höheres Unternehmenswachstum an urbanen Standorten werden der einfachere Zugang zu Wissen und anderen Ressourcen und der hohe lokale Wettbewerbsdruck diskutiert. Die hohe Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigem, also die Produktivität, erklärt sich in urbanen Zentren zu großen Teilen durch die Spezialisierung dortiger Unternehmen auf wissensintensive Branchen und durch ihre Attraktivität für hochqualifizierte Menschen mit akademischem Berufsabschluss.

In ländlichen Regionen ist der Anteil der Hochqualifizierten deutlich geringer und ländliche Unternehmen spezialisieren sich in der Regel auf weniger wissensintensive Branchen. Weil urbane und ländliche Unternehmen oft unterschiedliche Ressourcen nutzen und unterschiedliche Märkte bedienen, können ländliche Unternehmen wettbewerbsfähig sein, auch wenn sie kleiner sind, weniger wachsen und eine geringere Produktivität aufweisen. Ihr Erfolg in Regionen, die eher durch Weg- als durch Zuzug gekennzeichnet sind, hängt stark von der effektiven Nutzung des vorhandenen Erwerbspotenzials ab. Dass ländliche KMU dabei erfolgreich sind, zeigt sich daran, dass das mittlere verfügbare Haushaltseinkommen, anders als die Produktivität, in den kreisfreien Großstädten nicht systematisch höher ist als in den anderen Kreisen.

Ökonomische Bedeutung

Das Haushaltseinkommen ist außerdem tendenziell dort höher, wo die Anteile der Kleinstbetriebe sowie kleiner und mittlerer Betriebe mit 20 bis 249 Beschäftigten hoch sind, der Anteil an sehr kleinen Betrieben mit sechs bis 19 Beschäftigten jedoch niedrig ist. Kleinstbetriebe sind oft wenig kapital- und investitionsintensiv und die erwirtschaftete Wertschöpfung fällt zu einem großen Teil dem Faktor Arbeit zu. In sehr kleinen Betrieben hingegen bleibt nur ein kleiner Teil der Wertschöpfung zur Entlohnung der Arbeit übrig: Sie stehen oft in einem starken Wettbewerb mit kleinen Gewinnspannen bei der gleichzeitigen Notwendigkeit zu wachsen und zu investieren.

Dass es gerade KMU ab einer Größe von etwa 20 Beschäftigten gelingt, unter den Bedingungen ländlicher Standorte mit den dortigen Ressourcen wettbewerbsfähig zu wirtschaften, lässt sich vor allem durch zwei Faktoren erklären: Erstens spezialisieren sich erfolgreiche KMU oft auf bestimmte Marktsegmente mit meist begrenztem Wach-

tumspotenzial, für die sie ein spezifisches Know-how entwickeln.

Zweitens zeichnen sie sich oft dadurch aus, dass sie ihre qualifizierten Beschäftigten langfristig im Unternehmen halten und Führungspersonal aus der eigenen Belegschaft gewinnen.

Vorteile langfristiger Mitarbeiterbindung

Das Erfahrungswissen, das dabei in den Unternehmen aufgebaut wird, ist gar nicht oder nur begrenzt zwischen Jobs in unterschiedlichen Branchen und Unternehmen übertragbar, was wiederum die langfristige Bindung Beschäftigter an einzelne Unternehmen festigt. Ihr spezielles Know-how trägt dann dazu bei, die besondere Wettbewerbsposition ihrer Arbeitgeber zu sichern. Oft sind KMU, denen das gelingt, auf überregionalen oder sogar globalen Märkten aktiv. Sind sie außerdem Marktführer, werden sie auch als „Hidden Champions“ bezeichnet. Dass nur wenige von ihnen ihren Standort in den neuen Bundesländern haben, ist auf die langfristigen Prozesse, die für den Aufbau des erforderlichen Erfahrungswissens in KMU notwendig sind, zurückzuführen. Fehlende Möglichkeiten zur Qualitätsdifferenzierung aufgrund des späteren Markteintritts erklären auch, warum die KMU im Osten in einem besonders starken Preiswettbewerb mit entsprechenden Konsequenzen für die Lohnhöhen stehen und die Beschäftigungsdynamik in den ländlichen Kreisen des Ostens deutlich schwächer ist als in den anderen Kreisen.

Spezifische Stärken ausspielen

KMU tragen in Deutschland, oft als Zulieferer größerer Unternehmen, zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit von Branchen wie dem Maschinen- und Fahrzeugbau bei. Sie bedienen aber auch Märkte, die für große Unternehmen uninteressant sind. Weil KMU nicht auf große Arbeitsmärkte angewiesen sind, bewirken sie eine im internationalen Vergleich positive ökonomische Dynamik deutscher ländlicher Regionen. Für die zukünftige Entwicklung der KMU hängt viel davon ab, wie es ihnen gelingt, ihre spezifischen Stärken im Kontext der fortschreitenden Digitalisierung und Globalisierung weiterhin auszuspielen.

Ein entwicklungsfähiges duales Ausbildungssystem und eine langfristige, kooperative Beziehung zu den Beschäftigten sind dafür auch zukünftig von großer Bedeutung.



KONTAKT:

Dr. Anne Margarian
Thünen-Institut für Ländliche Räume
Telefon: 0531 596-5511
anne.margarian@thuenen.de
www.thuenen.de

Das Land als Standort stärken



Möchte man möglichst viele kleine und mittlere Unternehmen ansiedeln und halten, muss der ländliche Raum als Wirtschaftsstandort attraktiv sein. Was braucht es dazu? [VON ALEXANDER SCHIERSCH]

Die Forschung zeigt, dass Unternehmen in ländlichen Räumen sowohl Ost- als auch Westdeutschlands im Durchschnitt weniger produktiv sind als Unternehmen in Städten. Allerdings unterscheiden sich die Wirtschaftsstrukturen in Stadt und Land stark: So finden sich Großunternehmen oder Firmenzentralen mit hohen Wertschöpfungskomponenten eher in den Städten. Auch die Produktivität der vor allem in Ballungsräumen angesiedelten chemischen Industrie ist höher als die der eher ländlich verorteten Nahrungsmittelindustrie. Vergleicht man also Äpfel mit Birnen?

Tatsächlich haben Unternehmen in verdichteten Räumen eine Reihe sogenannter Agglomerationsvorteile: beispielsweise die Nähe zu und eine größere Anzahl von Kunden sowie Zulieferern, außerdem einen vergleichsweise großen und diversifizierten Arbeitsmarkt, über den offene Stellen leichter mit geeigneten Fachkräften besetzt werden können als auf dem Land. Darüber hinaus sind Agglomerationen häufig Ort der Wissensbildung und auch der Wissensweitergabe. Schlussendlich sind städtische Zentren für viele Menschen attraktiver als der ländliche Raum.

Was also kann getan werden?

Zunächst gilt es, den zumindest partiellen Rückzug des Staates aus dem ländlichen Raum zu stoppen. Dieser wird für Fachkräfte nicht attraktiver, wenn Schulen und Kitas schließen, die örtliche Verwaltung ins 50 Kilometer entfernte Mittelzentrum umzieht oder die regional noch vorhandenen Freizeit- und Kulturangebote jährlich vor dem Aus stehen. Auch der Aufbau einer leistungsfähigen Netzinfrastruktur ist wesentlich dafür, dass Unternehmen zuwandern oder zumindest bleiben. So zog sich unlängst General Dynamics aus der mecklenburg-vorpommerschen Landgemeinde Woldegk zurück, weil die vorhandenen Übertragungsraten für die weltweit vernetzte Produktion nicht mehr ausreichten. Es gibt zahlreiche Förderprogramme für den Breitbandausbau, aber sie werden nur schleppend nachgefragt. Laut einer kleinen Anfrage im Bundestag wurden von 2016 bis 2018 von den verfügbaren vier Milliarden Euro Fördervolumen nur 82 Millionen abgerufen. Die Politik könnte daher versuchen, die Ausschreibungs-

und Genehmigungsverfahren zu vereinfachen und zu beschleunigen. Die im November von der Bundesregierung verabschiedete Mobilfunkstrategie ist ein Schritt in diese Richtung.

Auch Förderprogramme, um Unternehmen anzusiedeln oder Investitionen in Ersatzbetriebe oder Betriebserweiterungen zu finanzieren, sind von der regionalen bis zur europäischen Ebene vorhanden – sie erfordern allerdings einen bürokratischen Aufwand, der nicht zu vernachlässigen ist. Einfachere Maßnahmen, wie gesonderte Abschreibungsraten oder steuerliche Vorteile für die gewerbliche Wirtschaft im ländlichen Raum, sind rechtlich kaum umsetzbar. Würden Kommunen im ländlichen Raum jedoch stärker als bisher finanziell entlastet, könnten sie ihrerseits die eingesparten Gelder dafür verwenden, ihre Attraktivität als Standort zu erhöhen, etwa für die Finanzierung der notwendigen öffentlichen Infrastruktur oder das Absenken der Gewerbesteuer.

Zum Wissensstandort werden

Einige Studien zeigen, dass die Ansiedlung von Bildungseinrichtungen und Wissensinfrastruktur, beispielsweise Fachhochschulen, dabei hilft, die lokale Wirtschaft zu fördern: Sie können mit den Unternehmen vor Ort kooperieren, die Diffusion von Wissen fördern und somit die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und die Attraktivität von Regionen stärken. Das positive Beispiel des Hochschulcampus in Lingen (siehe dazu Seite 18) zeigt aber auch, dass das Vorhandensein einer Wissenschafts- und Bildungseinrichtung allein nicht reicht, sondern begleitende Maßnahmen von öffentlicher wie privater Seite erfordert.



KONTAKT:

Dr. Alexander Schiersch
Deutsches Institut für
Wirtschaftsforschung e. V.
Telefon: 030 89789-262
aschiersch@diw.de
www.diw.de



Alles vernetzt?

Um im Wettbewerb zu bestehen, müssen kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in vielen Bereichen auf dem Laufenden bleiben. Das betrifft insbesondere die Digitalisierung.

Dr. Andreas Hamper beschäftigt sich beim Fraunhofer-Institut mit der Digitalisierung im ländlichen Raum und er ist Projektleiter des Projekts „Digitales Gesundheitsdorf“. www.scs.fraunhofer.de

Herr Dr. Hamper, welche Rolle spielt die Digitalisierung für die Weiterentwicklung von KMU?

Digitalisierung wird für alle in fast allen Branchen relevant. Ich sehe darin vor allem Chancen, etwa in der Flexibilisierung des Arbeitsorts. Wenn Mitarbeiter nicht mehr zwangsläufig in große Städte ins Büro fahren müssen, kann der ländliche Raum als Wohnort attraktiv werden. Die Digitalisierung ist eine der größten Chancen für KMU, Fachkräfte im ländlichen Raum zu halten. Für mehr Vermarktungsmöglichkeiten im ländlichen Raum kann E-Commerce, der elektronische Handel, sorgen. Regionale Wertschöpfungsketten könnten durch die Digitalisierung besser funktionieren. Das kann Effizienzgewinne im Bereich der Logistik bedeuten, auch bei der Lagerhaltung. Es können sogar neue Produkte entstehen, etwa solche, die unter einer Marke entwickelt werden, die genau diese regionale Wertschöpfungskette als Alleinstellungsmerkmal nutzt.

Ein flächendeckender Breitbandausbau ist natürlich Voraussetzung – für KMU und Konsumenten: Wir sehen die Breitbandinitiative der Länder und des Bundes positiv. Die angestrebten 50 Megabit kommen noch nicht überall an, aber wir sind auf einem guten Weg.

Halten Sie es für unumgänglich, dass sich KMU in manchen Branchen digitalisieren, wenn sie wettbewerbsfähig bleiben wollen?

Sicherlich. Auch wenn Handwerksbetriebe gerade gut nachgefragt werden, verändert sich der Bedarf, der an sie herangetragen wird, zunehmend. Die klassischen Handwerkerdienstleistungen werden immer mehr mit digitalen Komponenten ergänzt. Früher hat der Elektriker Stromkabel verlegt – heute verlegt er in fast jeden Neubau Netzwerkkabel für das Smart Home. Diese neuen Kompetenzen sorgen beim Kunden für Mehrwert. Solche Leistungen bietet aber noch nicht jeder Elektriker an – bei einigen muss man auf die junge Generation

hoffen. Einen kritischen Punkt sehen wir innerhalb der Unternehmen: Sie müssen ihre Mitarbeiter von der Digitalisierung überzeugen, damit sie diese Technologien souverän nutzen. Erst dadurch entwickelt sich der Mehrwert eines solchen Geschäftsmodells.

Wie lernen die Mitarbeiter den Umgang damit?

Wir haben eine Studie mit der Industrie- und Handelskammer gemacht, in der wir uns kaufmännische Berufe angeschaut haben: Es werden virtuelle Kommunikationstechnologien eingesetzt, Arbeitsprozesse weitgehend automatisiert, durch die voranschreitende Globalisierung müssen die Azubis in mehreren Sprachen kommunizieren – die Jobprofile verändern sich und damit die Ausbildungslehrgänge. Außerdem werden Produkte zunehmend mit Sensorik ausgestattet, die ständig digitale Daten zur Verfügung stellt. Es ergibt sich dadurch eine Art Superstrukturierung in Unternehmen, sodass etwa bei der Produktion nicht mehr nur einzelne Organisationsteile involviert sind, sondern die Vernetzung innerhalb des Betriebs immer enger wird. Daraus ergeben sich für alle Berufe neue Aufgaben – das Datenmanagement wird wichtiger, genauso das Überwachen und Kontrollieren von Informationsströmen. Wir brauchen die Bereitschaft, unsere digitalen Kompetenzen ständig zu verbessern.

Was raten Sie KMU, die bei ihren Mitarbeitern auf Skepsis treffen?

Die Transformation darf in den Betrieben nicht nur von oben passieren. Wichtig ist, dass Unternehmen auf Managementebene die komplexen und abstrakten Begriffe rund um die Digitalisierung konkret erklären und die Chancen für das eigene Unternehmen darstellen. Man erzielt eine andere Wirkung, wenn man die Veränderungen mit Beispielen unterfüttern kann. Es motiviert Mitarbeiter, wenn sie die Potenziale der Digitalisierung selbst erleben. Der erste 3D-Drucker macht Eindruck!

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Andrea Birrenbach.

”

Wir brauchen die Bereitschaft, unsere digitalen Kompetenzen ständig zu verbessern“

Finanzielle Unterstützung finden

EU, Bund und Länder bieten eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) an. Welches Angebot passt am besten? [VON ISABELL FRIESS]

Bereits die Förderdatenbank des Bundes (www.foerderdatenbank.de), die sowohl europaweite Programme als auch Förderangebote aus Bund und Ländern bündelt, stellt KMU vor die Qual der Wahl: Sie bietet ihnen mehr als 300 Möglichkeiten. Um sich dort zurechtzufinden, ist es wichtig, die generelle Struktur zu verstehen, die den Angeboten zugrunde liegt. Sie lassen sich vier Leitfragen zuordnen:

- // Geht es um eine Existenzgründung oder um ein schon bestehendes Unternehmen?
- // Kommt die Unterstützung von der EU, dem Bund oder dem Land?
- // Handelt es sich um einen Zuschuss, ein Darlehen, eine Bürgschaft, eine Beteiligung oder eine Garantie?
- // Und gibt es eine branchen- oder themenspezifische Zuordnung?



Das DVS-Förderhandbuch zeigt mithilfe von Steckbriefen, welche Angebote es gibt, wer förderberechtigt ist und welche Voraussetzungen nötig sind.

Für KMU auf dem Land

Förderprogramme von EU und Bund, die sich insbesondere für Akteure in ländlichen Räumen eignen, stellt die DVS in einem Förderhandbuch vor. Es ist Ende 2018 erschienen. Von der Vielzahl an Möglichkeiten sind dabei 48 Programme übriggeblieben. Diese unterscheiden sich nach den Antragsberechtigten, Themenfeldern und Maßnahmenbereichen.

Von den 48 vorgestellten Förderprogrammen sind 33 für KMU relevant. Sie bieten in sechs Maßnahmenbereichen Fördermöglichkeiten – je nach Programm: Bau- und Investitionsmaßnahmen, Konzepte und Machbarkeitsstudien, Personal- und Betriebskosten, Modellvorhaben und Investitionen oder Maßnahmen aus den Bereichen Bildung und Qualifizierung sowie Öffentlichkeitsarbeit und Marketing.

Bildung und Qualifizierung – ein paar Beispiele

Gerade im Bereich der Fachkräftesicherung gibt es interessante Fördermöglichkeiten: Mit der „Berufsorientierung für Flüchtlinge“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) können KMU Auszubildende gewinnen und qualifizieren. Das BMBF bietet außerdem mit dem „JOBSTARTER plus“ ein Instrument an, bei dem Klein- und Kleinunternehmen Beratung und Unterstützung im Bereich der dualen Berufsausbildung erhalten. Beim Programm „Fachkräfte sichern: Weiter bilden und Gleichstellung fördern“ können Personalentwicklungsstrukturen oder vernetzte Weiterbildungsstrukturen aufgebaut werden. Außerdem stehen die Themen Initiierung von Branchendialogen, Förderung der Chancengleichheit und die Entwicklung lebensphasenorientierter Arbeitszeitmodelle

im Fokus. Gefördert wird das Programm über das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) mit Unterstützung des Europäischen Sozialfonds (ESF). Genauso das Programm „unternehmensWert:Mensch“: Fördergegenstand ist hier, KMU bei der Gestaltung einer mitarbeiterorientierten und zukunftsgerechten Personalpolitik zu unterstützen. Dabei sollen die Beschäftigten beteiligt werden, damit sich eine aktive und moderne Unternehmenskultur etablieren kann.

Nicht abschrecken lassen ...

... wenn Antragsfristen in Kürze ablaufen: Förderprogramme basieren auf Richtlinien, die oft nur ein bis zwei Jahre gelten. Die kurze Dauer hat den Vorteil, dass die Richtlinien und Förderprogramme so den aktuellen Entwicklungen und Bedürfnissen angepasst werden können. Die Programme gehen meistens weiter! Es lohnt sich also eine weitere Recherche oder eine E-Mail an die zuständigen Ansprechpartner und Behörden.

SERVICE:

Zum Weiterlesen

DVS-Förderhandbuch für die ländlichen Räume online unter www.netzwerk-laendlicher-raum.de/foerderhandbuch



KONTAKT:

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

Mehr als Einzelförderungen

In Baden-Württemberg gibt es 18 LEADER-Regionen. Sie nehmen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in den Blick. Warum?



Manfred Merges ist LEADER-Referent beim Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg. www.ml.r.baden-wuerttemberg.de

Herr Merges, in Baden-Württemberg werden über LEADER viele KMU, insbesondere Einzelunternehmer gefördert. Warum?

Eine gesunde Wirtschaftsstruktur aus einer Mischung von kleinen, mittleren und großen Unternehmen ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg Baden-Württembergs, gerade im ländlichen Raum. Unser Land zeichnet sich vor allem durch zahlreiche leistungsfähige Mittelständler aus, Marktführer, die hocheffektiv arbeiten und Arbeitsplätze schaffen. Die KMU sind also wichtig für unsere Wirtschaftsstruktur. Gerade kleine Unternehmen verfügen aber oft nicht über die finanziellen Mittel, um notwendige Investitionen durchführen zu können. Deshalb ist Förderung gerade hier sinnvoll.

Warum nutzt Baden-Württemberg dafür LEADER?

LEADER ist ein besonderes Programm, das durch den sogenannten Bottom-up-Ansatz gekennzeichnet ist. Wir sind der festen Überzeugung, dass in vielen Fällen die regionalen Akteure vor Ort sehr gut wissen, wo in ihrer Region der Schuh drückt und wo sinnvolle Entwicklungsmöglichkeiten gegeben sind. Mit LEADER fördern wir sehr kleine Unternehmen mit wenigen Mitarbeitern, die gerade die örtlichen Akteure gut kennen. Deshalb haben wir uns darauf verständigt, den LEADER-Aktionsgruppen einen Teil der Wirtschaftsförderung zu überlassen, damit sie den Bedarf identifizieren können und über die Fördermittelvergabe entscheiden.

Wie gut eignet sich LEADER als Instrument dafür?

Die Umsetzung von LEADER ist mit Blick auf die Vorgaben aus Brüssel mitunter bürokratisch. Unternehmen beklagen sich oft, dass es viel einfacher ist, an andere Zuschussmittel zu kommen. Wir versuchen, dem entgegenzuwirken, indem wir keine zusätzlichen landesspezifischen Vorgaben machen, sondern uns nur an denen der Europäischen Union orientieren, um die Bürokratie in erträglichen Grenzen zu halten. Dies ist auch Minister Peter Hauk ein wichtiges Anliegen.

Was ist dadurch bei Ihnen anders?

In einigen anderen Ländern sind Unternehmen verpflichtet, das Vergaberecht zu beachten. In Baden-Württemberg haben wir in Verhandlungen mit dem Finanzministerium erreicht, dass Unternehmen von der Anwendung des Vergaberechts befreit werden. Damit ersparen wir den KMU diese komplexen Vorgaben.

Hatten Sie befürchtet, dass die KMU LEADER ansonsten nicht nutzen?

Ja, zum einen scheuen Unternehmen den Aufwand, wenn sie unter Umständen Anwaltskanzleien einschalten müssen, um das Vergaberecht ordnungsgemäß durchzuführen. Zum anderen ist dieses Verfahren fehleranfällig und wir versuchen, Zuwendungsempfänger vor Fehlern zu schützen.

Wohin fließen die meisten Fördergelder im KMU-Bereich?

Es wird viel in die Grundversorgung und Vermarktung investiert, etwa in Bäckereien, Metzgereien. Das ländliche Gastronomiegewerbe ist sehr stark vertreten. Daneben bekommen Dienstleister wie Friseurläden, Tanzschulen, Bürgerbus-Initiativen oder Arztpraxen und Physiotherapeuten Förderung, um einige Beispiele zu nennen. Das sind typische LEADER-Themen, denn die Aktionsgruppen konzentrieren sich darauf, was dem Menschen in den Orten am täglichen Bedarf fehlt.

Das Angebot der LEADER-geförderten KMU soll also direkt den Menschen in der Region zugutekommen?

Ja, genau das entspricht der LEADER-Idee. Eine gute Grundversorgung und ein gutes Dienstleistungsangebot stärken ländliche Gemeinden als Wohn-, Lebens- und Arbeitsplatz. Aber auch das klassische Handwerk profitiert von LEADER, wie etwa eine Schreinerei in Oberschwaben, die über LEADER neulich eine neue Lagerhalle finanzieren konnte. So etwas ist klassische KMU-Förderung. Unser Ziel ist es, KMU auch in der nächsten Förderperiode auf diese Weise unterstützen zu können.

Herr Merges, vielen Dank für das Gespräch.
Das Interview führte Andrea Birrenbach.

“
Die Akteure vor Ort wissen, wo in ihrer Region sinnvolle Entwicklungsmöglichkeiten gegeben sind.“

Wissenstransfer dank kurzer Wege

In den 1950er- und 60er-Jahren noch eher ländlich geprägt, ist Lingen (Ems) heute Sitz zahlreicher kleiner und mittlerer sowie internationaler Unternehmen, die mit dem Hochschulcampus kooperieren. Das zieht junge Menschen und weitere Betriebe in die Stadt. [VON NINA KLEENE]

Im Mai 1950 verabschiedete der Deutsche Bundestag den sogenannten „Emslandplan“, durch den ein tiefgreifender Wandel im größten Landkreis Niedersachsens eingeleitet wurde. Von einer ehemals hauptsächlich landwirtschaftlich geprägten Region nahe der deutsch-niederländischen Grenze entwickelte sich das Emsland und insbesondere die Stadt Lingen (Ems) zu einem modernen Industrie- und Gewerbestandort mit einem breitgefächerten Branchenmix kleiner und mittlerer Unternehmen sowie einiger Global Player. Mit über 57 000 Einwohnern ist die große selbstständige Stadt Lingen die mit Abstand größte Stadt des Landkreises. Das Mittelzentrum ist zugleich mit über 3 700 ansässigen Gewerbebetrieben der stärkste Wirtschafts- und Industriestandort in der Region und nimmt für die ländliche Umgebung oberzentrale Funktionen insbesondere in den Bereichen Energie, Einzelhandel, Gesundheit und Bildung ein.

Ein wesentlicher Baustein für diese Entwicklung in Lingen ist die vor 30 Jahren gegründete Berufs-Akademie (BA), das jetzige Institut für Duale Studiengänge Lingen. Über 500 Unternehmen kooperieren mit diesem Institut am Campus Lingen der Hochschule Osnabrück, darunter auch viele kleine und mittlere Unternehmen des Wirtschaftsstandorts Lingen. Diese profitieren dabei gleich doppelt: Der Campus unterstützt sie zum einen darin, geeignete Fach- und Führungskräfte zu finden; zum anderen bietet der Hochschulstandort Lingen den Unternehmen vor Ort die Möglichkeit, die eigenen Mitarbeiter weiterzubilden und sich damit weiterzuentwickeln. An der Hochschule bieten sich vielfältige Möglichkeiten für ein Bachelor- oder Masterstudium in den verschiedenen Studiengängen der Institute.

„Wir bekommen immer wieder die Rückmeldung, dass die Zusammenarbeit zwischen der Hochschule und den Firmen sehr gut läuft – die Studierenden schätzen den

engen Praxisbezug des Studiums, die Unternehmen profitieren von den neuen Ideen und Impulsen der Studierenden und gewinnen neue Arbeitnehmer“, sagt Dieter Krone, Oberbürgermeister der Stadt Lingen. „Eine Win-Win-Situation für Unternehmen und Studierende und damit natürlich auch für den Wirtschaftsstandort Lingen.“

Hochschulstandort

Neben dem Institut für Duale Studiengänge zählen unter anderem das Institut für Kommunikationsmanagement, das Institut für Management und Technik sowie das Institut für Theaterpädagogik zur Fakultät für Management Kultur und Technik der Hochschule Osnabrück. Ihre Heimat haben die ersten drei genannten seit 2012 in dem ehemaligen Eisenbahnausbesserungswerk (EAW) der Stadt. Dort können die Studierenden unter anderem den Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen – Energiewirtschaft absolvieren und damit zukunftsfähige Konzepte zur Energiewende mitentwickeln.

Mit der Eröffnung des neuen Campus in den denkmalgeschützten Hallen I und II des EAW wandelte sich das Gebäude des ehemals größten Arbeitgebers der Stadt zu einer Talentschmiede für die zukünftigen Fachkräfte der Region. Die Umgestaltung des ehemaligen Eisenbahnausbesserungswerkes stellt für die Stadt Lingen unter Beweis, dass nicht mehr gebrauchte Industrie-flächen erfolgreich und sinnvoll genutzt werden können. Das vorgenommene Haus-im-Haus-Konzept ermöglicht unter einem gemeinsamen Dach einen stetigen Kontakt und Austausch. Gleichzeitig bleibt der Gesamteindruck der einstigen Architektur und ihrer Dimension erhalten.

Die rund 2 400 Studierenden am Standort schätzen darüber hinaus die Größe und die Lebensbedingungen in der Stadt Lingen. „Angefangen beim Thema bezahl-



Studieren mit Industrie-flair: Ein ehemaliges Eisenbahnausbesserungswerk wurde zum Campus.

barer Wohnraum über tolle Kultur- und Freizeitangebote mit beispielsweise der EmslandArena und dem Theater an der Wilhelmshöhe bis hin zu den kurzen Wegen, die unsere Stadt mit ihren 57 000 Bewohnern bietet“, sagt der Fachbereichsleiter der Wirtschaftsförderung Ludger Tieke. Viele der Studierenden bleiben nach ihrem Abschluss in der Region wohnen, starten vor Ort in das Berufsleben oder wagen eine Existenzgründung als Start-up aus der Hochschule.

So wie Hermann Silies, geschäftsführender Gesellschafter des IT-Dienstleisters Connectiv eSolutions, der bereits 1995 als einer der ersten Studierenden der Hochschule Lingen, damals noch Fachhochschule, den Studiengang für angehende Wirtschaftsingenieure belegte. Noch während des Studiums gründete er 1998 das Unternehmen Connectiv eSolutions mit Sitz im IT-Zentrum in Lingen. Mittlerweile zählt das Unternehmen für webbasierte Lösungen etwa 45 Mitarbeiter – Tendenz steigend. Ein Umzug steht bald ins Haus, der Spatenstich für einen Neubau ist bereits getan. 2020 möchte das Unternehmen im neuen Gebäude durchstarten.

Unterstützung bei der Digitalisierung

Ebenfalls im ehemaligen Eisenbahnausbesserungswerk befindet sich seit 2004 die IT-Dienstleistungsgesellschaft mbH Emsland, kurz it.emsland. Die wirtschaftsfördernde Einrichtung unterstützt sowohl Existenzgründer als auch kleine und mittlere Unternehmen am Standort Lingen bei der Bewältigung der Herausforderungen durch die Digitalisierung. Dabei koordiniert die it.emsland, deren Gesellschafter die Stadt Lingen und der Landkreis Emsland sind, als Betreiber des IT-Zentrums regionale Unternehmensnetzwerke und beteiligt sich aktiv bei Fördermaßnahmen. So leitet sie beispielsweise das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Lingen, das im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – Strategien zur digitalen Transformation der Unternehmensprozesse“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird. Die Angebote des Kompetenzzentrums helfen insbesondere den kleinen und mittleren Unternehmen dabei, den Weg zum datenbasierten Geschäftsmodell, der digitalen Produktveredelung oder der Prozessoptimierung zu gehen.

Kompetenznetzwerke IT und Energie

An die it.emsland angegliedert und ebenfalls im IT-Zentrum untergebracht sind die Kompetenznetzwerke IT und Energie. Sie wurden 2017 auf Initiative der Wirtschaftsförderungen der Stadt Lingen und des Landkreises Emsland geschaffen. Die beiden Netzwerke sollen Kompetenzen bündeln und die Unternehmen untereinander stärker vernetzen.

Die Themengebiete IT und Energie nehmen dabei in der Region einen immer größeren Stellenwert ein. Insbesondere für den Energiestandort Lingen, der beispielsweise mit dem Erdgaskraftwerk, dem Kernkraftwerk und der Erdölraffinerie zu einem der stärksten Energieerzeugungs- und -versorgungsstandorte Deutschlands zählt, ergeben sich durch die Netzwerke enorme Potenziale. Die Stadt Lingen und der Landkreis wollen mit der Gründung der H2-Region Emsland die Energiewende vor Ort gestalten. Die Entwicklung des grünen Wasserstoffs soll dabei eine entscheidende Rolle spielen und den Weg in die Energiewende durch die Vernetzung der Unternehmen, Kommunen und der Hochschule ebnen. Laut verschiedener Energieforschungsinstitute erhält Lingen als Energiezentrum der Zukunft ausgezeichnete Bewertungen. „Wir haben mit den vielfältigen Strom- und Gasnetzen die erforderliche Infrastruktur, den politischen Willen, die Fachkräfte und die Bereitschaft der Mitgestaltung von Industrie und Wissenschaft“, so Oberbürgermeister Krone.

Nicht nur die Gründung der Wasserstoff-Region zeigt die große Bedeutung der Vernetzung zwischen Bildungsträgern und Unternehmen. Die zukünftigen aber auch gegenwärtigen Herausforderungen wie etwa der Fachkräftemangel oder die Digitalisierung können nur durch das Zusammenspiel der verschiedenen Akteure bewältigt werden. Ein regelmäßiger gegenseitiger Wissenstransfer ist dabei unerlässlich, um die positive wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Lingen, aber auch des Landkreises Emsland weiter voranzutreiben.



KONTAKT:

Jens Schröder
Wirtschaftsförderung Lingen
Telefon: 0591 9144-802
j.schroeder@lingen.de
www.lingen.de

Kampagne für Landwirte

Wie kann das Bild von der Landwirtschaft positiver werden? Diese Frage stellen sich die Bauernverbände und die Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Nordsachsen – denn nur, wer einen guten Ruf hat, findet Mitarbeiter.

[VON ANJA HELBIG]

Sie schädigen die Umwelt, kümmern sich nicht um das Tierwohl und jammern: Mit diesen Vorurteilen sehen sich viele Landwirte in Nordsachsen konfrontiert. Das ergab eine Befragung der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises aus dem Jahr 2016. 43 von knapp 200 nordsächsischen Landwirtschaftsunternehmen, die im Haupterwerb arbeiten und Mitarbeiter beschäftigen, beteiligten sich daran. Ziel war es, sie zu ihrem Image zu befragen und den Bedarf an Nachwuchs- und Fachkräften zu ermitteln. Ihre Akzeptanz in der Gesellschaft schätzten die Landwirte als sehr gering ein – und damit ebenso ihre Attraktivität als Arbeitgeber.

Was also tun? Bei einem Netzwerktreffen im Jahr 2016 diskutierten Landwirte aus Nordsachsen mit Vertretern der regionalen Bauernverbände und der Wirtschaftsförderung über die Ergebnisse der Umfrage. Dabei zeigte sich: Die Landwirte sind bereits aktiv. Sie veranstalten Hoffeste, Tage der offenen Tür oder nehmen an Ausbildungsmessen teil. Was sie sich wünschten, war Unterstützung in Sachen Imageaufwertung, bei der Bündelung bestehender Aktivitäten und gemeinsame Aktionen. Damit wollen sie ihre Akzeptanz in der Region steigern, attraktiver für Nachwuchs und Fachkräfte werden und vermitteln, welche Vorteile es haben kann, regional einzukaufen.

natürlich.frisch.nordsächsisch.

Auf dieser Grundlage entstand schließlich die Image- und Fachkräftekampagne „natürlich.frisch.nordsächsisch.“. Mitfinanziert wird sie aus Steuermitteln des Sächsischen Haushalts. Mit der Kampagne wollen die

Bauern Einblicke in ihre Unternehmen gewähren und mit Vorurteilen aufräumen. Gleichzeitig möchten sie den Wert der landwirtschaftlichen Produkte sowie der damit verbundenen Arbeit in den Fokus rücken. Noch 2016 wurde die Kampagne mithilfe einer externen Agentur konzipiert und die Kernbotschaften sowie ein Logo entwickelt.

Im Zentrum der Kampagne stehen Porträts über Menschen aus Nordsachsen, die in der Landwirtschaft arbeiten. In Text- und Bildform geben sie Einblicke in ihren beruflichen Alltag und stellen Produkte vor, die sie herstellen. So erzählen ein Gemüsebauer, ein Schäfer, eine Milchtechnologin und ein Fachmann für Biogas etwas über ihren Beruf und die Leidenschaft, mit der sie ihn ausüben. Diese Porträts werden verteilt über den gesamten Landkreis auf verschiedenen Kanälen veröffentlicht. Hierzu zählen eine Projekt-Website und eine Facebook-Seite, Anzeigen in Tages- und Wochenzeitungen sowie Printprodukte wie Postkarten, Flyer, Roll-ups und Plakate.

Für die Ausbildung gewinnen

Während es in der ersten Projektphase von 2016 bis 2018 schwerpunktmäßig um das Image ging, sollen die jetzigen Aktivitäten vor allem Nachwuchs und Fachkräfte ansprechen. Porträts von jungen Landwirten ergänzen die vorherigen Motive. Außerdem legte die Wirtschaftsförderung den Schwerpunkt einer von ihr ausgerichteten Ausbildungsmesse im September 2019 auf die grünen Berufe. Landrat Kai Emanuel übergab den anwesenden Landwirtschaftsunternehmen große



Banner, mit denen sie zukünftig ihre Beteiligung noch stärker sichtbar machen können. „Unsere Landwirte arbeiten 365 Tage im Jahr, um Lebensmittel zu erzeugen, die weltweit höchste Anforderungen erfüllen“, sagte er. Gerade für den ländlich geprägten Landkreis Nordsachsen sei die landwirtschaftliche Produktion besonders bedeutend, so der Landrat. Aus diesem Grund unterstützt Emanuel die Kampagne auch auf andere Weise, etwa durch Netzwerk-Frühstücke für die Landwirtschaftsunternehmen.

Während der Messe gaben junge Auszubildende Schülern Einblicke in ihren Arbeitsalltag und verteilten Popcorn an die Besucher – als Beispiel für ein Produkt aus der Landwirtschaft. Die Aktion brachte im Nachgang Anfragen von Schulen ein, die sich den verwendeten Popcorn-Automaten ausleihen und im Gegenzug etwas zur Berufsausbildung erfahren möchten. Wie das Projektteam die Schüler vor Ort mit den Berufen vertraut machen will, ist noch offen. Aktuell stimmt es sich über die Aktionen für 2020 ab.

Netzwerken und weiterentwickeln

Gesehen haben die Kampagne mehr als eine Million Menschen. Noch wurde aber nicht ermittelt, ob es dadurch zu mehr Einstellungen auf den landwirtschaftlichen Betrieben kam. Um die Aktivitäten zielgerichtet weiterzuentwickeln, vernetzen sich die Wirtschaftsförderung, die regionalen Bauernverbände und die Bauern noch stärker. Mit vereinten Kräften wollen die Partner so weiterhin deutlich machen, dass Vorurteile nichts mit der Realität zu tun haben müssen.



Der Junglandwirt wirbt für die Landwirtschaft in Nordsachsen.



KONTAKT:

Matthias Kramer
WFG-Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH des Landkreises Nordsachsen
Telefon: 03421 7581050
wfg@lra-nordsachsen.de
www.landwirtschaft-nordsachsen.de
www.facebook.com > Landwirtschaft Nordsachsen

Die Arbeitgeber von nebenan

Warum in die Ferne schweifen? Ein Netzwerk bringt Schüler mit den Unternehmen aus ihrer Region ins Gespräch. Das stärkt die Wirtschaft und bietet jungen Menschen Karrierechancen.

[VON LINDA SCHRÖDER UND CAROLINE STALLBAUM]

Der Landkreis Potsdam-Mittelmark entwickelt sich mit zwei Geschwindigkeiten: Im berlinnahen Raum steigt die Zahl der Einwohner und auch wirtschaftlich geht es bergauf. Die ländlich geprägte Peripherie leidet dagegen unter Abwanderung und relativ schwacher wirtschaftlicher Entwicklung. Dieser Herausforderung stellt sich das Netzwerk „Schule & Wirtschaftsforum PM“. Unterschiedliche Institutionen, Schulen, Unternehmen und Organisationen sind dabei. Sie alle setzen sich gemeinsam und partnerschaftlich dafür ein, die Wirtschaftskraft und den Arbeitsmarkt im Landkreis nachhaltig zu entwickeln. Das größte Anliegen des Netzwerkes ist es, potenzielle Arbeitskräfte, insbesondere Jugendliche, über die Unternehmen in ihrer Region zu informieren – und über die beruflichen Möglichkeiten, die sie ihnen bieten können. So will das Netzwerk Bleibeperspektiven für den ländlichen Raum schaffen und die regionale Wirtschaft stärken. Denn der akute Arbeitskräftemangel bremst die Entwicklung der lokalen Wirtschaft aktuell besonders.

Vernetzung und Kooperation sind die Grundpfeiler des Netzwerkes, dem eine Vielzahl von Partnern angehört. Neben Schulen, Bildungsträgern und Unternehmen sind das auch Kommunen und die Kreisverwaltung, die Bundesagentur für Arbeit und das Jobcenter des Landkreises Potsdam-Mittelmark, die Handwerkskammer Potsdam sowie die Lokale Aktionsgruppe Potsdam-Mittelmark. Gemeinsam machen sie einen kontinuierlichen Informationsfluss möglich und bündeln ihre Ressourcen.

In regelmäßigen Arbeitskreisen und Netzwerksitzungen tauschen sich die Kooperationspartner über aktuelle Entwicklungen und gemeinsame Projekte aus. Die kreiseigene Technologie- und Gründerzentrum Potsdam-Mittelmark GmbH steuert und koordiniert die Aktivitäten des Netzwerkes, die Finanzierung übernimmt der Landkreis.

Wertvolles Wissen für Arbeitgeber

Wie begeistert man Menschen für Arbeitgeber der Region? Diese Frage steht im Fokus der täglichen Arbeit des Netzwerkes. Es bietet individuelle Beratungen für Unternehmen: etwa zu Förderprogrammen, zur Arbeitskräftefindung und -bindung oder zu Antragsverfahren. Zudem lädt es vier Mal pro Jahr zum Treffpunkt Wirtschaft PM ein: einer Abendveranstaltung mit verschiedenen Themenschwerpunkten, bei der jeweils etwa 70 Unternehmensvertreter teilnehmen.

Viele Unternehmen des Landkreises wünschen sich Unterstützung dabei, Arbeitskräfte zu finden und langfristig zu binden. Seit 2018 werden daher mit Erfolg regelmäßig eintägige Workshops zu diesen Themengebieten angeboten. Coaches für die Workshops sind neben freiberuflichen Experten auch Vertreter der Wirtschaftsförderung Brandenburg GmbH. Maximal 25 Unternehmensvertreter können teilnehmen. Sie lernen, wie sie sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren, Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützen oder ihr Recruiting optimieren. Neben einem theoretischen Input erhalten die Teilnehmer dabei auch die Möglichkeit,

sich zu individuellen Problemen auszutauschen und eigene Ideen einzubringen.

In den Arbeitskreisen „Schule & Wirtschaft“ bringt das Netzwerk Akteure aus dem Gebiet der Berufs- und Studienorientierung zusammen: Lehrer, Unternehmensvertreter verschiedener Branchen und weitere Netzwerkpartner können dort gemeinsame Projektideen entwickeln. Eine davon ist der „Ausbildungsführer PM“, den das Netzwerk seit 2010 jedes Jahr in einer Auflage von 3 000 Stück veröffentlicht und kostenfrei an alle weiterführenden Schulen des Landkreises verteilt. Er stellt mittlerweile bis zu 200 regionale Ausbildungsbetriebe, Hochschulen und Institutionen mit ihren Ausbildungsangeboten vor.

Ein weiteres Ziel des Netzwerkes ist es, Schüler auf ihrem Weg in einen passenden Ausbildungsberuf zu begleiten. Diese Aufgabe übernehmen Ehrenamtliche seit vielen Jahren im Projekt „Mentoring für Jugendliche“. Sie unterstützen junge Menschen dabei, einen möglichst guten Schulabschluss zu erlangen und sich ein differenziertes Bild von ihren beruflichen Perspektiven zu machen. Die Mentoren helfen ihren Schützlingen auch, die eigenen Möglichkeiten realistisch einzuschätzen und ihre berufliche Zukunft mit Optimismus und Motivation zu gestalten.

Schnuppern an sieben Stationen

2015 entstand aus dem Netzwerk heraus der Parcours zur Berufs- und Studienorientierung „JOB NAVI PM“. Jugendliche können



1



2



3

dabei frühzeitig mit den Unternehmen aus ihrem Einzugsgebiet in Kontakt kommen. Ziel des Parcours ist es, den Schülern anhand von sieben Stationen – von Tourismus- bis Lebensmittelbranche – verschiedene Berufsfelder, -bilder sowie regionale Ausbildungsbetriebe vorzustellen. An jeder Station können die Schüler in praktischen Übungen ihre Fähigkeiten testen und Vorlieben erkennen. Zudem kommen die Schüler mit Vertretern von Unternehmen und Hochschulen ins Gespräch. Dabei können sie mehr über Praktikums- und Ausbildungsmöglichkeiten erfahren oder über die Erwartungen, die an potenzielle Auszubildende gestellt werden.

Eine weitere Verknüpfung der regionalen Unternehmen mit den Schulen vor Ort bietet der Schülerwettbewerb „TECCI“. Jährlich werden Schüler dazu aufgerufen, Projekte mit den Schwerpunktthemen Wirtschaft, Arbeit, Technik, Physik, Geografie, Mathematik, Biologie, Chemie, Mechatronik sowie Informatik einzureichen. Die Sieger werden bei einer Veranstaltung mit Vertretern von Unternehmen und den Partnern des Netzwerkes gekürt. Das Publikum bildet die Jury des Wettbewerbs, bei der sogenannten Projektschau kommen Schüler und Unternehmer ins Gespräch.

Jede Stelle zählt

Der Landkreis Potsdam-Mittelmark hat sich in seinem Leitbild das Ziel gesetzt, dass jedem Unternehmen die notwendigen Fachkräfte zur Verfügung stehen. Gerade bei der Arbeitskräftesicherung spielt das Netzwerk eine Schlüsselrolle: „Wir wollen individuell

auf die Unternehmen und Bedürfnisse in der Region eingehen, versuchen junge Menschen in der Region zu halten und Rückkehr zu gewinnen“, sagt Linda Schröder, Koordinatorin des Netzwerks. „Jeder besetzte Ausbildungsplatz in den regionalen Unternehmen und jede besetzte freie Stelle sehen wir dabei als Erfolg für unsere Maßnahmen“, so Caroline Stallbaum, ebenfalls Koordinatorin im Netzwerk. „Wir verfolgen in erster Linie das Ziel, junge Menschen dazu zu motivieren, ihre beruflichen und privaten Wurzeln im Landkreis zu schlagen.“ Die teilnehmenden Unternehmen und Schulen geben den Koordinatorinnen die Rückmeldung, dass das Engagement der Netzwerkpartner zu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen und zur gezielten Wahl von Praktikumsplätzen geführt hat.

Davon können nicht nur die Unternehmen profitieren, sondern auch die jungen Menschen. Ihnen bietet das Netzwerk die Gelegenheit, ihre eigenen Fähigkeiten zu testen und Stärken und persönliche Präferenzen zu erkennen. Sie lernen Berufe und Arbeitgeber der Region – persönlich – kennen und erfahren, was diese von Bewerbern erwarten. Im Landkreis werden so die Ausbildungschancen vieler Jugendlicher verbessert. Die Erfahrung im Landkreis Potsdam-Mittelmark: Wenn sich Jugendliche gut auf dem Arbeitsmarkt auskennen, kommt es seltener zu Ausbildungsabbrüchen und Fehlentscheidungen bei der Berufswahl.

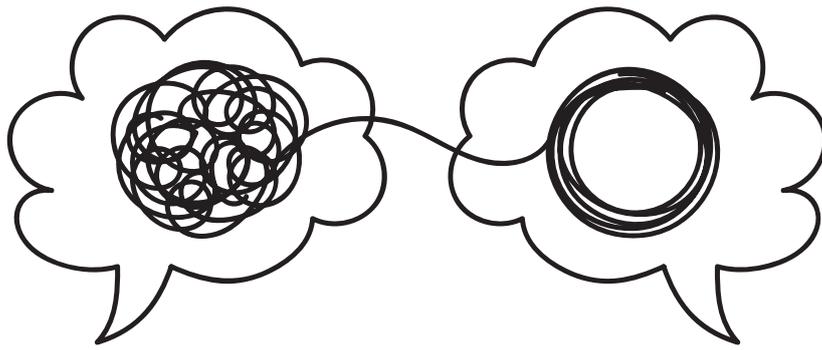
Beim Parcours zur Berufs- und Studienorientierung „JOB NAVI PM“:

- 1 Daniel Hellmich von der RECURA Kliniken GmbH erklärt Schülern der Oberschule Brück das menschliche Herz-Kreislauf-System.
- 2 Schüler der Oberschule Brück machen Statikübungen mit Vertretern des Berufsförderungswerkes der Bauindustrie Berlin-Brandenburg e. V.
- 3 Cindy Bolz vom Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt in Brandenburg (WSV) spricht mit Schülerinnen der Oberschule Brück über die Ausbildungs- und Praktikumsplätze im WSV.



KONTAKT:

Linda Schröder und Caroline Stallbaum
Technologie- und Gründerzentrum
Potsdam-Mittelmark GmbH
Telefon: 033841 65-381, -390
linda.schroeder@tgz.pm
caroline.stallbaum@tgz.pm
www.wirtschaft.pm



Begleitung für Gründer

Seit über 25 Jahren begleitet das Technologie- und Gründerzentrum (TGZ) im Jerichower Land Gründungswillige auf dem Weg in die Selbstständigkeit. In der sachsen-anhaltinischen Region werden sie beraten und finden Anschluss an Netzwerke. [VON GABRIELE VÖLKER]

Die Motivation, zu gründen, ist oft persönlich: Gründer möchten eigene Vorstellungen umsetzen, eigenverantwortlich arbeiten oder auch Verantwortung für andere übernehmen. Gerade aus diesen Gründen entscheiden sich Arbeitnehmer zunehmend für die Selbstständigkeit, wie die Entwicklung von Firmengründungen im Jerichower Land in den vergangenen Jahren zeigt.

Um den Aufbau des eigenen Unternehmens zu erleichtern, berät das dort ansässige TGZ Gründer über finanzielle Unterstützung, die das Land Sachsen-Anhalt und der Bund für sie bereitstellt. „Auf Bundesebene hat sich der Gründungszuschuss der Bundesagentur für Arbeit bewährt, der für viele Unternehmer in den ersten Monaten ihrer Selbstständigkeit eine wertvolle Unterstützung darstellt“, sagt Elisa Heinke, Geschäftsführerin des TGZ.

Aber nicht nur die finanzielle Unterstützung zählt: Essenziell ist außerdem, Gründern und Jungunternehmern unternehmerisches Know-how zu vermitteln. Seit 2008 bietet das TGZ eine kostenfreie Qualifizierungsmaßnahme an, die durch das Förderprogramm ego-WISSEN des Landes Sachsen-Anhalt und den Europäischen Sozialfonds finanziert wird. In Existenzgründerseminaren lernen angehende Unternehmer neben formalen Methodenkompetenzen wie Rechtsgrundlagen und Buchhaltung, wie sie ein Unternehmenskonzept erstellen, ihr Büro organisieren und mit Mitarbeitern umgehen. Außerdem bieten die Seminare Gelegenheit, sich mit anderen Gründern auszutauschen. Über 400 Teilnehmer haben sich bis heute im TGZ qualifiziert.

Beratertag als Einstieg

Einmal im Jahr organisiert das TGZ einen Beratertag: In der Stadt Genthin kommen regionale und überregionale gründungsrelevante Partner, wie Vertreter der Industrie- und Handelskammer aus Magdeburg, der Arbeitsagentur und der Krankenkassen, zusammen. Für viele angehende Unternehmer ist der Beratertag der erste Einstieg in das Thema Selbstständigkeit. „Wenn Gründungsinteressierte dann für sich feststellen, dass sie nicht allein die nächsten Schritte gehen müssen, sondern Unterstützung auf vielen Ebenen gegeben ist, wird

die Motivation zur Selbstständigkeit erheblich gestärkt“, sagt Elisa Heinke. Viele Gründer sind Einzelkämpfer oder Spezialisten auf ihrem Gebiet. Das TGZ empfiehlt ihnen, Anschluss in einem aktiven Unternehmensnetzwerk zu suchen. Vereine wie die Wirtschaftsjuvenoren bieten Jungunternehmern sogar internationale Austauschmöglichkeiten.

Weil die Wege im ländlichen Raum oft weit sind, hat das TGZ es sich zur Aufgabe gemacht, mit seinen Angeboten möglichst nah am Gründer zu sein. So werden die Gründer und Jungunternehmer bei Bedarf an anderen Orten des Landkreises, in der Kreisstadt Burg oder in Gommern, beraten. Auch Besuche in den Unternehmen sind möglich. Zusätzlich sollen in Zukunft auch digitale Unterstützungsformate wie Webinare angeboten werden.

Ausgezeichnete Unternehmen im Jerichower Land

Mit einem Gründerpreis würdigt das TGZ seit 2004 erfolgreiche Gründungen, die sich durch Originalität, Mut, Innovation oder eine besonders große Mitarbeiterzahl hervorheben. Ein Preisträger in diesem Jahr ist das Unternehmen Nelumbo Kosmetik aus Hohenseeden. Die Gründer legen Wert auf nachhaltige Produktion, hohe Rohstoffqualität und wenig Verpackungsmüll. „Wir beobachten, dass Gründer die höchsten Erfolgchancen haben, am Markt zu bestehen, wenn sie sich längerfristig mit ihrer Geschäftsidee auseinandersetzen und sich gut auf die Selbstständigkeit vorbereiten“, sagt Elisa Heinke.



KONTAKT:

Elisa Heinke
Technologie- und Gründerzentrum
Jerichower Land GmbH
Telefon: 03933 951-0
e.heinke@tgz-jl.de
www.tgz-jl.com

HEUL DOCH. ODER LERN WIE'S GEHT!

STARTE JETZT EINE
HANDWERKSAUSBILDUNG
IN DEINER HEIMAT.
WWW.HANDANSWERK.DE

Ein Herz fürs Handwerk

Wie lassen sich junge Menschen für handwerkliche Berufe und ein Leben auf dem Land begeistern? Diese Frage beantwortet das Kooperationsprojekt „Hand ans Werk“ für drei Gemeinden in Nordrhein-Westfalen. [VON KRISTINA HEIMANN]

Ein Sticker des Projekts „Hand ans Werk“

„Hand ans Werk“ – eine klare Ansage. Unter diesem Titel widmet sich ein Projekt dem Fachkräftemangel im ländlichen Raum. Besonders betroffen ist davon das Handwerk – dabei boomt die Auftragslage. Mit dem Projekt packen die drei nordrhein-westfälischen Kommunen Winterberg, Medebach und Hallenberg das Problem gemeinsam an. In enger Zusammenarbeit mit mittelständischen Handwerksbetrieben versuchen sie, Strategien zu entwickeln, mit denen sich Azubis und Fachkräfte gewinnen lassen. Gefördert werden sie dabei über das Modellvorhaben Land(auf)Schwung vom Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung (BMEL).

Das Image aufpolieren

Im Sommer 2018 konnten acht Handwerksbetriebe gewonnen werden, die gemeinsam mit dem Projektträger, dem Stadtmarketingverein Winterberg mit seinen Dörfern „Hand ans Werk“ legen wollten. So formierte sich ein Lenkungskreis mit alteingesessenen und jungen Betrieben, Geschäftsführern jeden Alters, Wirtschaftsförderungen, der Handwerkskammer und der Südwestfalen Agentur. Unter dem Vorsitz des Geschäftsführers des Stadtmarketingvereins, Michael Beckmann, nahm das Projektteam seine Arbeit auf. Der Lenkungskreis ist zu Sitzungen, Ideen-, Bedarfsanalyse- und Konzeptworkshops eingeladen. Auch alle Handwerksbetriebe der Kommunen waren aufgerufen, sich zu beteiligen.

Schnell zeigte sich, dass Ausbildung und Imageaufwertung die besten Mittel gegen den lokalen Fachkräftemangel sind. Diese zwei Bausteine stellt das Projektteam klar in den Fokus. Es arbeitet eng mit mehreren Schulen zusammen, bindet Eltern und Lehrer ein und spricht mit einem modernen, offensiven Marketing bewusst junge Leute an.

So hatten Schüler, Eltern und Lehrer bei Podiumsdiskussionen die Chance, sich ungezwungen aus erster Hand über das Handwerk zu informieren. Geschäftsführer, Azubis und Gesellen diskutierten gemeinsam mit kommunalen Vertretern über die Region und die dortige Lebensqualität. Gerade die Perspektiven und die abwechslungsreichen Aufgaben im Handwerk standen im Vordergrund. Zudem besuchten Ausbildungsbotschafter den Unterricht: Azubis lokaler Betriebe, die von der Handwerkskammer Südwestfalen ausgebildet wurden. Sie versuchten, Schulklassen ehrlich und authentisch über den Ausbildungsalltag im Handwerk zu informieren und sprachen mit ihnen über persönliche Ziele.

Plakatkampagne zeigt Vorteile

Das Image des Handwerks ist bis heute weniger gut als das der akademischen Berufe. Ziel der Zusammenarbeit ist, dass sich das in der Region ändert. Auf #handanswerk bei Instagram, @handanswerk2018 bei Facebook und auf der eigens erstellten

Website www.handanswerk.de werden die Vorteile einer Ausbildung in der Branche und dem Leben in der Region sichtbar. Von den Plakatwänden der Städte lächeln lokale Fachkräfte, ergänzt werden die Bilder um Slogans wie: „Nach der Arbeit 'ne Runde Wakeboarden? Kein Problem“ oder „Von Sägeblatt bis Snowboard“. Die Kampagne zeigt bekannte Gesichter und verknüpft Heimatliebe mit Spaß an der Arbeit. Die beteiligten Handwerker sind begeistert.

Generell gibt es für das Projekt viel gutes Feedback aus dem Handwerk sowie aus der Gesellschaft. Auch nach Ende des Förderzeitraums zum 31. Oktober 2019 geht das Projekt weiter. Eine Nachfolgestruktur wird die Ideen, Maßnahmen und Konzepte weiterführen und ausbauen. Das Ziel bleibt dasselbe: Fachkräfte für das Handwerk im ländlichen Raum begeistern. Dafür ist eine enge Zusammenarbeit mit der Politik und den Handwerksbetrieben vor Ort unerlässlich.



KONTAKT:

Kristina Heimann
Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH
Telefon: 02981 925035
Kristina.Heimann@winterberg.de
www.handanswerk.de

Claudia und Günther
Wackerbauer
mit ihrem Helilifter.

Einen Namen gemacht

In der dritten Generation bauen Claudia Wackerbauer und ihr Bruder Günther Maschinen im ländlichen Oberbayern. Sie setzen auf innovative und individuelle Lösungen – und auf die eigene Qualität. [VON ANJA RATH]



Nach außen bewirbt die Wackerbauer Maschinenbau GmbH eigentlich nur ihren Helilifter, einen Transportwagen, um Hub-schrauber am Boden zu bewegen, und die Trennmühle, die Bioabfälle zerkleinert und von Kunststoffanteilen trennt. „Das sind zwei konkrete und greifbare Produkte“, sagt Claudia Wackerbauer. „Ansonsten fertigen wir individuelle Maschinen an.“ Auch die Trennmühle lässt sich anpassen und ist damit universell einsetzbar. „Wir stimmen sie auf das Gesamtsystem ab und den Abfall, den der Kunde verwerten will.“ Damit hat das über 80 Jahre alte Familienunternehmen mittlerweile in verschiedenen Ländern ein großes Anwenderwissen erworben. Zudem hat es sich innerhalb der Fachszene bei der Verfahrenstechnik einen Namen gemacht.

International

Die Wackerbauer Maschinen GmbH hat viele Kunden in England und Österreich, eine Trennmühle wurde zuletzt auf Mallorca montiert. „Es ist ein absolutes Referenzgeschäft“, sagt Claudia Wackerbauer. Ihre Kunden stehen oft nicht im Wettbewerb miteinander – ein gutes Produkt wird weiterempfohlen. „Das allein kann schon ein gutes Marketing sein“, sagt die Ingenieurin. Wichtig sei zudem, gefunden zu werden: indem man bei Google weit oben steht, der Name für sich spricht und Beiträge in der Fachliteratur die Zielgruppe ansprechen. Claudia Wackerbauer nutzt ein Netzwerk von Informationsträgern

und -quellen, beispielsweise die Handwerks- sowie die Industrie- und Handelskammern, außerdem die Plattform für Exportförderung „Bayern international“.

Schwierige Zeit

Eine spezielle Marketing-Abteilung hat das Unternehmen nicht. „Das mache ich“, sagt Claudia Wackerbauer. Insgesamt beschäftigt die Firma 25 Mitarbeiter und bildet in vier Berufen aus. Lehrlinge zu gewinnen, fällt allerdings zunehmend schwerer, obwohl sich das Unternehmen engagiert, um Auszubildende anzusprechen, beispielsweise in Bildungsk Kooperationen. „Die Letzten haben wir bekommen, weil sie uns bereits kannten.“ Ein Grund für die Schwierigkeiten sei der große Wettbewerb in der Region: Ampfing liegt am Rande des bayerischen Chiemgäus, viele Menschen arbeiten in der Industrie, auch Automobil-Hersteller sind nicht weit.

„Außerdem scheint das Handwerk an sich nicht mehr attraktiv zu sein“, sagt Claudia Wackerbauer. Sie hat den Eindruck, dass immer mehr junge Menschen ihr Abitur machen und studieren wollen. „In ein paar Jahren haben wir nur noch studierte Führungskräfte, aber keine Betriebe mehr, die es zu bewirtschaften gäbe“, sagt sie. Konkrete Angst um die Zukunft des Unternehmens hat sie aber nicht. Zwischen 40 und 50 Prozent seines Umsatzes erzielt es durch den Export, der Rest der Kunden kommt vor allem aus Oberbayern.

Regional

„Was möglich ist, kaufen wir regional ein“, sagt Claudia Wackerbauer. Und sie nutzt Dienstleister vor Ort: den Elektriker im Dorf, eine nahegelegene Werkstatt zum Sandstrahlen von Teilen oder einen Statiker aus der Region. Menschen und Unternehmen aus der Umgebung kommen auch wegen Reparaturarbeiten zu dem Maschinenbauer. „Unsere regionalen Kunden schätzen, dass wir ihre Maschinen instandsetzen und sie dadurch überhaupt weiterverwendet werden können.“ Claudia Wackerbauer ist ein Fan von kleinen Strukturen und kurzen Wegen, auch für ihre Mitarbeiter. Etwa die Hälfte der Belegschaft pendelt weniger als zehn Kilometer zur Arbeit. „Das finde ich wichtig: Die Leute sind schnell zu Hause, wenn etwas mit der Familie ist.“ Als Jugendliche habe das Dörfliche sie genervt. Heute mag die 50-Jährige die ländliche Umgebung – und fühlt sich daheim, wenn man sich beim Spazierengehen gegenseitig Grüß Gott sagt.



KONTAKT:

Wackerbauer Maschinenbau GmbH
Telefon: 08636 9838-0
info@wackerbauer.net
www.wackerbauer.net

Foto: Torsten Jochim

Shift heißt verändern



Im Dorf Falkenberg in Nordhessen liegt der Firmensitz eines deutschen Smartphone-Herstellers: Die Shift GmbH will ein Jobmotor in der Region sein und baut dazu nachhaltige Produkte mit Stil. [VON ANJA RATH]

Samuel und Carsten Waldeck wollen, dass Kommunikationstechnik nachhaltiger und regionaler wird.

Samuel Waldeck schätzt bei Smartphones ein reduziertes, schlichtes Design. „Solch ein Gerät soll dem Nutzer Freude bereiten, gut funktionieren, solide, aber auch schön und interessant sein“, sagt der studierte Medien-gestalter. „Aber das Thema Reparierbarkeit lassen die meisten Hersteller komplett außen vor.“ Das hat nicht nur ihn, sondern auch seinen Bruder Carsten gestört. Gemeinsam mit ihrem Vater gründeten sie deshalb 2014 die Shift GmbH.

Langlebig und voller Hightech

Im 800-Seelen-Ort Falkenberg entwickeln sie seitdem ästhetische High-End-Produkte auf dem neuesten Stand der Technik. „Es schont die Ressourcen, wenn man elektronische Geräte so lange wie möglich nutzt“, so Waldeck. Das Shiftphone ist deshalb modular aufgebaut, Eigenreparaturen und selbst konfigurieren sind ausdrücklich erwünscht. Shift bietet dabei Hilfe. Naturgemäß findet der meiste Support online statt. Aber nicht ausschließlich: „Die Kunden können einfach vorbeikommen.“ Und das tun sie tatsächlich, denn Shift verkauft auch gebrauchte Smartphones – vor allem innerhalb der Region. „Wir sind der einzige Hersteller, der ein Gerätepfandsystem hat“, sagt Waldeck. Gegen 22 Euro nimmt das Unternehmen defekte Shiftphones zurück. Technikaffinen Kunden, die einfach das neueste Modell haben möchten, zahlt es für das Vorgängermodell den Realwert oder bietet ihnen ein Upgrade an. Aus dem Zurückgegebenen baut Shift „Second-Life-Geräte“ zusammen. „Wir haben viele ältere Kunden aus der Region, denen hauptsächlich daran liegt, am sozialen Leben teilhaben zu können.“ Vor allem sie kaufen die gebrauchten Geräte. Mit ihnen lernt das Unternehmen, wie der Weiterverkauf funktioniert. An neuen Smartphones hat Shift mittlerweile etwas mehr als 40 000 Geräte verkauft. „Wir haben damals mit 1000 Stück angefangen“, so Waldeck. „Danach haben sich die Verkäufe über die Jahre immer wieder verdoppelt.“

Rahmenbedingungen

Mittlerweile arbeiten rund 30 Mitarbeiter in Europa an den Shift-Geräten. Die meisten in Falkenberg, andere per Home-Office in Essen, Schwäbisch-Gmünd oder Österreich. „Die Teams sind bunt gemischt und weltweit verteilt“, sagt Waldeck. Zehn Kollegen gibt es in China. Für die Arbeit ist ein gutes Internet unerlässlich, seit einigen Jahren gibt es glücklicherweise Glasfaser im Dorf. Beide Waldeck-Brüder haben in Großstädten studiert und gearbeitet, Carsten einige Monate im Silicon Valley. Sie entschieden sich bei der Gründung von Shift bewusst für ein ländliches Umfeld. „Um die Ideen, die wir sowieso schon in unseren Köpfen haben, umsetzen zu können, brauchen wir Ruhe.“ Insbesondere die Natur ringsum motiviere sie dazu, möglichst umweltschonende smarte Geräte zu entwickeln. Das neue Shift6mq kann man derzeit für 777 Euro vorbestellen. Der stolze Preis hänge mit der Hochwertigkeit zusammen. „Außerdem ist der Entwicklungsaufwand des modularen Ansatzes viel höher, als Geräte verklebt oder geschlossen zu bauen“, erklärt Waldeck. Den Kollegen in der chinesischen Fertigung zahle Shift mindestens den doppelten lokalen Mindestlohn, so Waldeck, doch mache das nur einen geringen Teil der Produktionskosten aus.

Visionen

Waldeck würde die Fertigung gerne nach Falkenberg holen. „Aber der Großteil des Know-hows sitzt in Asien“, sagt er. Die Module in Deutschland zu produzieren, sei aktuell unrealistisch. „Unsere Hauptplatinen sind sehr komplex. Ich kenne keinen deutschen Produzenten, der so etwas momentan leisten könnte.“ Er ist aber mit einigen im Gespräch. Vor fünf Jahren hat Samuel Waldeck davon geträumt, mit Shift ein Jobmotor in der Region zu werden. „Das ist immer noch so“, sagt der 41-Jährige. „Wir wollen Menschen inspirieren, hier unternehmerisch tätig zu werden und etwas aufzubauen.“



KONTAKT:

Shift GmbH
Telefon: 05683 2379900
info@shiftphones.com
www.shiftphones.com



Eine Marktlücke füllen

Öl pressen, statt Kühe melken: Ein junger Landwirt baut den elterlichen Betrieb zukunftsorientiert um. Die gesamte Wertschöpfungskette der Ölproduktion soll in der Region bleiben. [VON ANDREA BIRRENBACH]

Im Stall der Kreiselmeyers im mittelfränkischen Insingen stehen seit fünf Generationen Milchkühe. Ein hartes Geschäft, das nicht mehr viel abwirft. „Es macht weder Spaß, noch hat es Zukunft“, sagt Tobias Kreiselmeyer. Der 26-Jährige hat deshalb andere Pläne: Er ist zusätzlich Ölmüller geworden. „Im Speiseöl- und Speisefett-Bereich müssen wir in Deutschland über 60 Prozent importieren. Das hat uns bestätigt, so ein Projekt zu beginnen“, sagt er. Mit einer gebrauchten Ölmühle hat er 2018 zusammen mit seinem Vater angefangen, Lein, Leindotter, Hanf und Raps kalt zu pressen. Mit erstem Erfolg.

Idee aus Kanada

Die Idee, Öl herzustellen, kam dem jungen Landwirt im Ausland. Bei seinem Praxisjahr in Kanada lernte er den Leinanbau kennen. Bei der Internationalen Grünen Woche 2018 inspirierten ihn Produkte aus Hanf dazu, außerdem den Anbau dieser Feldfrucht auszuprobieren. Bereits die erste Ernte verarbeitete er in seiner Presse, füllte sie selbst ab

und verkaufte sie ab Hof. Da es nicht beim Direktverkauf bleiben sollte, stellte Kreiselmeyer sein Produkt den Gastronomen der Region vor. „In unserer Umgebung gibt es viele, die daran interessiert sind, etwas Gutes auf ihrem Teller zu haben“, sagt Kreiselmeyer. Deshalb kochen einige Restaurants mit regionalen Zutaten und weisen sie auf ihren Speisekarten aus. „Es hat einen großen Werbeeffekt für uns, wenn gute Gastronomiebetriebe unsere Produkte in ihrer Küche verwenden. Das gibt einen Kaufimpuls.“

Restaurantgäste, die diesen Impuls verspüren, müssen nicht mehr zum Hof der Kreiselmeyers fahren, sondern können sich bereits in einem Reformhaus und in sechs Supermärkten mit den Ölen versorgen. Mit diesen Märkten arbeitet der Hof als Direktlieferant zusammen, das bedeutet, er verhandelt mit jedem Markt direkt. Um zum Lieferanten für alle Märkte einer Einzelhandelskette in einem Großraum zu werden, fehlen Kreiselmeyer noch einige Lebensmittelsiegel. Der Junglandwirt

arbeitet derzeit daran, diese Siegel und auch das Bio-Siegel zu bekommen. Dann darf der Hof auch Pflanzen von Bio-Landwirten verarbeiten, er selbst baut konventionell an.

Freude am Vertrieb

Seine Vertriebsstrukturen hat der Junglandwirt durch klassisches „Klinken putzen“ aufgebaut. Das hat ihn viel Mühe und Zeit gekostet, er belegte Verkaufsschulungen und Seminare. „Mein Ziel war von Anfang an, mit dem Handel und der Gastronomie zusammenarbeiten. Der Vertrieb reizt mich sehr, er ist für meine persönliche und die betriebliche Entwicklung sehr wichtig“, sagt Kreiselmeyer. Er habe das Gefühl, dass Landwirte oft zu weit weg von den Kunden seien, wenn sie ausschließlich anbauen und ihre Produkte nur an Großhändler abgeben. „Dadurch hat man manchmal eine einseitige Sichtweise, die einen daran hindert, sich an Entwicklungen auf dem Markt zu beteiligen.“ Kreiselmeyer möchte damit brechen. „Vertrieb macht außerdem richtig viel Spaß!“

- 1: Für die Ölherstellung baut Landwirt Kreiselmeyer Hanf an, außerdem
- 2: Lein sowie ...
- 3: Leindotter.
- 4: Die Ölpresse bei der Arbeit



- 5: Das Design der Ölfaschen zeigt, aus welcher Region ihr Inhalt stammt.
- 6: In der Hofmanufaktur: Tobias Kreiselmeyer mit seiner Freundin Laura Großmann



Weil er noch nicht abschätzen kann, ob sein eigener Anbau für die Mengen reichen wird, die etwa Rewe Regional verlangt, hat er bereits Kontakte mit anderen Landwirten der Region geknüpft. Sie könnten als Partnerbetriebe Vertragsanbau für die Ölproduktion machen. Interessenten zu finden, war nicht schwierig: „Ich musste mich gar nicht selbst umhören – viele sind auf mich zugekommen, weil sie das Projekt interessant finden, und haben angeboten, zuzuliefern.“

LEADER unterstützt

Um größere Ölmengen produzieren zu können, schafft der Hof bis Ende 2019 eine zusätzliche Ölmühle an. Diesmal eine neue – mitfinanziert von der LEADER-Region Romantische Straße. LEADER bezuschusst außerdem bereits die Abfüll- und Etikettiergeräte, Edelstahl tanks und fördert derzeit den Aufbau der Hof-Website mit Online-Shop. „Es ist von großem Vorteil, wenn man von der Region unterstützt wird und auf solche Gelder zurückgreifen kann. Gerade am Anfang, wenn jede Investi-

tion ein persönliches Risiko mit sich bringt.“ Kreiselmeyer ist sich jedoch bereits sicher, dass die Investitionen in das zweite Standbein sinnvoll waren. Er schaut optimistisch in die Zukunft und hat vor, 2020 zwei Mitarbeiter einzustellen, einen für die Produktion und einen für den Vertrieb – „wenn der Online-Shop so gut läuft wie erhofft“. Dann wird der Jungunternehmer auch entscheiden, wie sich der Betrieb weiterentwickeln soll, und ob er vielleicht die Ölproduktion zu seinem alleinigen Betriebsschwerpunkt macht.

i **KONTAKT:**
 Tobias Kreiselmeyer
 Hof-Manufaktur Kreiselmeyer
 Telefon: 09861 9329933
kreiselmeyer.oel@gmail.com





Die Zukunft selbst gezimmer

Das Handwerk digitalisieren? Keine leichte Aufgabe. Julia Kasper hat sich trotzdem getraut – und schuf mit der Onlineplattform „Holzgespür“ ein zweites Standbein für die Tischlerei ihrer Familie. [VON SABRINA STRECKER]

Hermann Kasper betreibt seit 15 Jahren eine kleine Tischlerei mit zehn Mitarbeitern im rheinland-pfälzischen Rhens. Für seine Tochter Julia war Holz eigentlich nie eine Option. Wenn ihr Vater früher versuchte, sie mit seiner Leidenschaft dafür anzustecken, reagierte Julia eher genervt. Das änderte sich jedoch, als die heute 33-Jährige vor einigen Jahren zu studieren begann. Dabei entwickelte sie die Idee für Holzgespür – eine Onlineplattform, auf der Kunden individuelle Massivholztische konfigurieren können.

Prozesse laufen digital

Zunächst startete sie die Plattform als eigenes Unternehmen, finanzierte es über Eigenkapital und eine externe Wachstumsfinanzierung. „Am Anfang wollte ich autark sein und eigene Entscheidungen treffen“, sagt die studierte Betriebswirtin. Vor zwei Jahren ging die Plattform ins Familienunternehmen über.

Seitdem hat sich in der Tischlerei einiges verändert. Viele Prozesse mussten digitalisiert werden. Die Mitarbeiter erhielten schon vor Jahren Firmenhandys, um ihre Arbeitszeit zu erfassen. Damit planen sie nun auch ihre Projekte, dokumentieren ihre Arbeitsschritte und bestellen zukünftig Material. Gleichzeitig werden die Kunden in den Herstellungsprozess eingebunden: Über einen Link erhalten sie eine Videobotschaft und Fotos aus der Werkstatt. „Wir machen das mit Smartphone oder einer Spiegelreflexkamera alles selbst“, so Julia Kasper. „Ganz bewusst nicht in Hochglanz, sondern direkt aus der Werkstatt heraus.“

Altes und neues Wissen koppeln

Um sicherzugehen, dass alle Generationen den Wandel mittragen, bildeten die älteren, erfahrenen Mitarbeiter Tandems mit jungen Kollegen. „Was ein Geselle kann, der 40 Jahre an der Werkbank stand – das kann man in keinem Fachbuch nachlesen“, sagt die Betriebswirtin. Die Jüngeren wiederum kennen sich besser mit digitalen Technologien aus. Um das alte und das neue Know-how

zu koppeln, gibt es ein digitales Wissensmanagement. Die Plattform ist intuitiv gestaltet, sodass es keine Schulungen braucht. Dabei sei die Digitalisierung des Unternehmens aber ein kontinuierlicher Prozess: „Da sind wir noch lange nicht am Ende“, sagt Kasper.

Das Wissen der erfahrenen Kollegen und der Mut zum digitalen Wandel machen es den Kaspers leicht, Auszubildende zu finden. Als Familienunternehmer sehen sie gleichzeitig die Verantwortung für künftige Generationen. „Wir legen viel Wert auf Nachhaltigkeit und arbeiten nur mit heimischen Hölzern aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung. Damit auch die Generationen nach uns noch ein Feld haben, das sie bestellen können.“

Vor Ort bleiben, überregional verkaufen

Einen traditionellen Berufszweig in Teilen zu digitalisieren, war keine leichte Aufgabe. „Ich hatte das große Glück, dass mein Vater als Geschäftsführer die Notwendigkeit des Wandels erkannte“, sagt Julia Kasper. Um dabei auch die Mitarbeiter mitzunehmen, kommunizierten sie offen und ehrlich: Wir probieren etwas aus, von dem wir nicht wissen, ob es erfolgreich wird – aber wir setzen alles daran. „Das war wichtig und erzeugte eine gewisse Aufbruchsstimmung“, sagt sie.

Dank Holzgespür stehen die Tische aus Rhens inzwischen in vielen großen Städten Deutschlands – und auch in der Schweiz. „Das hätten wir natürlich nicht geschafft, wenn wir uns weiterhin nur auf die Region konzentriert hätten“, sagt die 33-Jährige. Mit dem Unternehmen trotzdem an Ort und Stelle bleiben zu können, war für die Kaspers sehr wichtig. Sie sehen sich fest im ländlichen Raum verankert. „Wir sind ein Familienbetrieb. Deshalb kommt es uns darauf an, da verortet zu sein, wo unsere Familie ist.“



KONTAKT:
Julia Kasper
holzgespür – Tischlerei Kasper GmbH
info@holzgespuer.de
www.holzgespuer.de

In der Produktion der Thiel GmbH wird Blech vollautomatisch gestanzt. Wie sie die Stanzmaschine bedient, lernt Mitarbeiterin Brigitte Vahrmann von Kollege Michel Guichelaar.



Nährboden für Neues

Ein Familienunternehmen in Niedersachsen setzt auf stetigen Wandel, Fachkräfte aus der Region – und auf die Ideen der eigenen Mitarbeiter. [VON ALEXANDRA RESCH]

Die Thiel GmbH ist ein Familienunternehmen – ohne Frage: Gründer Alfred Thiel leitet die Firma zusammen mit Tochter Anja, seine Frau Lucie ist für die Buchhaltung zuständig. Sohn Michael führt die MTL GmbH, eine Tochterfirma, die sich auf neue Lösungen im Umgang mit der Gülleaufbereitung spezialisiert. Dass sie alle mitanpacken, stand nie zur Debatte. Genauso wenig, wie die Frage, den Unternehmensstandort in eine größere Stadt zu verlegen. „Unser Firmengelände hat sich aus einer einzigen Werkstatt heraus entwickelt – und ist immer weitergewachsen“, sagt Anja Thiel. Den Standort im Oldenburger Münsterland will die Familie beibehalten, auch aus finanziellen Gründen. „Wir sind mittlerweile so stark gewachsen, dass ein Umzug äußerst kostspielig wäre“, sagt die Geschäftsführerin.

Anfangs produzierte das Unternehmen vor allem technische Komponenten für die Futtermittelbranche. Stück für Stück kamen neue Produkte dazu, etwa für Kunden aus der Recycling- oder Lebensmittelbranche. „Wir versuchen immer wieder, in neuen Branchen Fuß zu fassen. Das hilft, wenn es in einer Sparte mal nicht so gut läuft“, sagt Anja Thiel. Längst sind ihre Kunden nicht mehr nur in der Region zu finden. Einen Großteil seiner Produkte verkauft das Unternehmen ins Ausland. Trotzdem ist es für die Thiels wichtig, gut in der Region vernetzt zu sein.

Junge Talente aus der Umgebung fördern

Denn Mitarbeiter zu finden, gelingt am besten vor Ort: „Wir suchen meist direkt in der Region“, so Anja Thiel. Fachkräfte von weiter weg zu gewinnen, ist für das Unternehmen schwierig. „Wer hier neu hinzieht, findet nicht allzu viele Freizeitangebote.“ Mehr Chancen sieht die Unternehmerin bei Menschen, die in der Region verwurzelt sind – und bemüht sich besonders um die junge Generation. Auszubildende machen in der Regel gut zehn Prozent der Belegschaft bei der Thiel GmbH aus, die insgesamt 130 Mitarbeiter umfasst. Die Abbruchquote ist gering, auch weil die jungen Kollegen eine Ansprechperson haben: „Unser Ausbildungsbeauftragter steht den Azubis zur Seite, etwa indem er mit ihnen für Prüfungen lernt“, sagt Anja Thiel. „Er ist auch auf Jobmessen unterwegs und mit vielen jungen Leuten im Gespräch – Mundpropaganda, besonders in den örtlichen Vereinen, ist sehr wertvoll bei der Suche nach Mitarbeitern.“

Ein weiterer Faktor sind flexible Arbeitszeiten. „Die Stadt ist sehr engagiert, was Kinderbetreuung angeht. Hier gibt es bereits eine gute Infrastruktur“, sagt Anja Thiel. Doch nicht nur für Kinder brauchen ihre Mitarbeiter Zeit. „Auf dem Land leben oft ältere Angehörige mit im Haus. Gerade Frauen kürzen bei uns ihre Stunden, um Eltern oder Schwiegereltern zu pflegen.“

Die Thiel GmbH versucht ihren Mitarbeitern viel Flexibilität zu bieten. In der Verwaltung gibt es bereits Gleitzeitmodelle und auch in der Produktion werden die Arbeitszeiten angepasst, etwa bei besonders hohen Außentemperaturen im Sommer oder wichtigen Anlässen.

Für die Zukunft haben die Thiels klare Ziele: mehr Umsatz, mehr Mitarbeiter, mehr Energieeffizienz und viele innovative Lösungen. Um sie zu erreichen, setzen sie auch auf Anregungen aus den eigenen Reihen. „Ab einer gewissen Firmengröße landet nicht mehr jeder Verbesserungsvorschlag aus dem Team auf dem Cheftisch – das lösen wir durch ein internes Ideenmanagement“, sagt Anja Thiel. „Verbesserungspotenziale sieht nicht nur der Ingenieur, sondern manchmal auch der Werker in der Produktion, der sich jeden Tag über einen gewissen Prozess ärgert.“ So regte ein Mitarbeiter an, an einem Punkt in der Fertigung von Schweißen auf Schrauben umzusteigen – und sparte damit sich und der Firma viele Stunden Arbeit. Genau solche Ideen und Kollegen wollen die Thiels auch in Zukunft fördern. ■■■■■



KONTAKT:

Anja Thiel
Thiel GmbH
Telefon: 05434 8080-0
info@foerdertechnik-thiel.de
www.foerdertechnik-thiel.de

Auf drei Feldern rund um Osburg

Setzen sich für Osburg und
Umgebung ein: Ortsbürgermeisterin
Silvia Klemens und Markus Witt.

Ein junger Nebenerwerbslandwirt im Hunsrück
krepelt seinen Betrieb um. Das wirkt sich
auf sein Umfeld, seine Familie und den Ort, aus.

[VON ANJA RATH]

Für Silvia Klemens ist Osburg ein Ort, der zum Verweilen einlädt. „Er ist eingebettet in die reizvolle Natur des Osburger Hochwaldes und bietet zudem gute Infrastrukturen wie Kita, Grundschule, Geschäfte und medizinische Versorgung“, sagt die Ortsbürgermeisterin. Verkehrsgünstig gelegen – Trier und Luxemburg sind nicht fern – ist die Gegend nicht nur für Touristen reizvoll: Osburg, derzeit mit rund 2 500 Einwohnern, verzeichnet einen steten Zuzug. Ein Baugebiet mit 65 Bauplätzen soll bald ausgewiesen werden.

Synergie mit dem Landwirt

Silvia Klemens hat weitere Projekte in Arbeit, beispielsweise entwickelt sie mit Bürgern in der Arbeitsgruppe Naherholung drei Wanderwege rund um den Ort. Einer davon ist der Panoramaweg: Auf sieben Kilometern schlängelt sich der barrierearme Pfad um das Dorf und verläuft vielfach entlang der Felder von Markus Witt. Als der von den Aktivitäten erfuhr, rief er bei Klemens an. Denn die Landwirtschaft, die er betreibt, fällt aus dem Rahmen und ins Auge. Seine kleinen, zwischen zwei und etwa zehn Hektar großen Schläge bilden ein Mosaik aus Blühflächen, wildkrautreichem Getreideanbau und Brachen. Warum das so ist, und was auf den Flächen aktuell geschieht, wird er am Panoramaweg mit saisonal wechselnden Schildern erklären.

Insgesamt bewirtschaftet Witt rund 150 Hektar nach dem Prinzip der Dreifelderwirtschaft: Einer Zwischenfrucht folgt Getreide als Hauptfrucht, danach ruht die Fläche für ein Jahr. Das Konzept verfolgt er seit Anfang 2018. Damals hat er den Betrieb von seinem Onkel Klaus Alt übernommen. Dessen Standbein war zuletzt die Getreide-Ganzpflanzensilage für die Biogas-Erzeugung: Ökologisch angebautes Getreide hat er dazu als ganze Pflanze gehäckselt, siliert und an eine Biogasanlage verkauft. Die Böden in der Region im Hunsrück sind Grenzertragsstandorte. Dort Getreide anzubauen, ist schwierig. „Durch die EU-Subventionen war für uns der Anbau für die Biogasanlage am wirtschaftlichsten, der Aufwand ist relativ gering und der

Erlös stets gut“, sagt Witt. Das entstandene Gärsubstrat fuhr der Betrieb als Dünger wieder auf die Felder, mit großen Maschinen und mitten durch das Dorf. In dem wurden zunehmend kritische Stimmen laut. Mit dem Umstieg auf die Dreifelderwirtschaft wollte Witt diese Situation entschärfen und gleichzeitig den Betrieb langfristig sichern. Jetzt fährt er nur noch von einem Drittel seiner Flächen tatsächlich Erträge ein. Gelingt es, davon zu leben?

Von Prämien und Pachten

Vor 17 Jahren hat der Betrieb auf Öko-Anbau umgestellt: Zusätzlich zur regulären Betriebsprämie erhält er deshalb Gelder zur Förderung des Ökolandbaus. Auf einer jährlich wechselnden Fläche von 45 Hektar baut Witt nun Weizen und Roggen an, die er ab 2020 als Mahlgetreide an die Öko-Mühle im rund 50 Kilometer entfernten Lebach vermarkten will. Abgesehen von einigen Umbruchflächen wirtschaftet er dabei pfluglos. „Das funktioniert gut und ist wirtschaftlich optimal, wenn man mit Zwischenfrüchten arbeitet“, sagt er. Die Saatbeete bereitet er mechanisch vor, hat dabei die Witterungsverhältnisse im Blick und hält die Bestände dann wiederum mechanisch, insbesondere mit dem Striegel, beikrautfrei.

Als Zwischenfrucht wächst auf rund 25 Hektar Stickstoff bindender Klee. Einen Großteil davon ernten umliegende Rinderhalter als Grünfütter. Damit finanziert Witt den Aufwand der Einsaat. Mit dem Rest mulcht er die Getreideflächen. Zudem nutzt er kompostierten Grünschnitt eines städtischen Abfallentsorgers, um die Bodenfruchtbarkeit zu erhöhen. „Ich rechne damit, durch die Dreifelderwirtschaft in fünf Jahren etwa ein Prozent Humus aufzubauen.“ Der bindet Kohlendioxid: Witt denkt darüber nach, mit dieser Dienstleistung zu handeln und hat Kontakt zur Stiftung Lebensraum aufgenommen, die Humuszertifikate verkauft. Auf rund 20 Hektar hat er zudem insektenfreundliche Blühstreifen angelegt, die das Land Rheinland-Pfalz im Rahmen seiner Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen als Saum- und Bandstrukturen fördert.

„Für mich steht aber der Nutzen als Zwischenfrucht im Vordergrund“, sagt Witt. Sein Traum ist es, von der Landwirtschaft zu leben. Das lässt sich in absehbarer Zeit allerdings nicht realisieren; derzeit arbeitet er hauptberuflich als Maschinenbauingenieur. Die ackerbaulichen Tätigkeiten übernimmt vorerst weiterhin vor allem sein Onkel. „Er ist im Rentenalter, will aber noch einige Jahre aktiv unterstützen.“ Seine langjährige Erfahrung schätzt Witt sehr. Um Direktzahlungen zu erhalten, müssen Landwirte ihre Flächen in einem guten landwirtschaftlichen Zustand halten, sie aber nicht zwangsläufig für die Produktion nutzen. Das ist nicht allgemein bekannt. Bei der Hofübergabe an seinen Neffen schrieb Klaus Alt deshalb alle Verpächter der von ihm zum Großteil schon seit Jahrzehnten bewirtschafteten Flächen an und informierte sie über das neue Konzept. „Wir möchten transparent erklären, welchen Beitrag Kleefelder und Blühstreifen leisten, um Weizen und Roggen in guter Qualität zu erzeugen, und wie sie den völligen Verzicht auf Gülle oder Gärsubstrat ermöglichen“, sagt

Witt. Insgesamt hat er etwa 50 Hektar von 76 Eigentümern gepachtet, denen er eine im regionalen Vergleich höhere, im Landesdurchschnitt aufgrund der wenig ertragreichen Böden aber geringere Pacht zahlt. Erste Rückmeldung zeigen, dass den Menschen vor Ort die Dreifelderwirtschaft zusagt.

Freilicht-Museum, Streuobstwiese und Schul-AG

Ein Verpächter Witts, der sich für das Heimathaus „Haus Millisch“ im Ortskern engagiert, besitzt eine alte Dreschmaschine. Sie steht nun auf einer Fläche in der Ortslage Mardals am Panoramaweg. Weitere alte Landmaschinen sollen sich dazugesellen, eine Bank hat die Gemeinde schon errichtet – es entsteht eine Art Freilichtmuseum. Witt pflegt den Streuobstbestand rund um Osburg und hat ihn auf über 100 Bäume aufgestockt. In Mardals sollen insbesondere alte, polyphenolreiche Sorten hinzukommen. „Die können Menschen mit einer Apfelallergie häufig besser vertragen als die Supermarkt-Sorten“, so Witt, dessen Sohn Henry an einer solchen Unverträglichkeit leidet. Der Achtjährige besucht derzeit die Grundschule in Osburg. Dort hat sich die Arbeitsgruppe „Öko Agrar“ etabliert, die von Witts Ehefrau Christine – sie ist eine der Lehrerinnen – geleitet wird. Der Landwirt kooperiert mit der Schule und hat für die AG Miniäcker angelegt. „Die Kinder sollen die Verbindung zwischen Getreideanbau und den daraus entstehenden Lebensmitteln erkennen“, sagt er. Deshalb haben die Schüler aus Hafer Porridge hergestellt. Aus den Äpfeln von der Streuobstwiese soll Saft gepresst werden. Auch der Heimatverein hat Interesse bekundet, Saft selbst zu keltern.

Der „Lebensturm“, ein weiteres Dorfprojekt, ist aus einer Idee von Witts zehnjähriger Tochter Marie entstanden, die ein Insektenhotel bauen wollte: Ihr Vater errichtete auf einem Schiefersockel einen rund vier Meter hohen Turm, der nun Unterschlupf für Igel, Zauneidechse und Insekten bietet. Der Platz ist zu einem beliebten Verweilort geworden, ein Bürger Osburgs spendiert dafür ein paar Bänke.

Die Witts kommunizieren ihre Aktivitäten über die eigene Website, Instagram und Facebook, beispielsweise ruft Marie in einem Video zur Aussaat von insektenfreundlichen Blümmischungen auf, die in selbstgebastelten Tütchen an den Blühstreifen kostenlos zum Mitnehmen ausliegen. Auch Ortsbürgermeisterin Klemens pflegt ihre Social-Media-Kommunikation. Es gibt die Facebook-Gruppe „Osburger Hochwald aktuell“ – und die verschiedenen User liken einander. „Das läuft prima“, sagt Markus Witt. ■



KONTAKT:

Markus Witt
info@oekoagrarenergie.de
www.oekoagrar.de
 Instagram: [oekoagrar.de](https://www.instagram.com/oekoagrar.de)
www.facebook.com > Suche: Öko Agrar

Ein Stück Zuhause in der Bildung

Nachdem die staatliche Schule schließt, gründen die Bewohner eines niedersächsischen Dorfes eine Grundschule in freier Trägerschaft. Mit der benachbarten Senioren-Tagespflege bildet sie mittlerweile einen einzigartigen Ort der Begegnung.

[VON MADUSHANI MONARD UND STEFAN MÜLLER-TEUSLER]

Mitten in der Lüneburger Heide, umgeben vom größten Naturschutzgebiet des Landkreises Uelzen in Niedersachsen – dem Lüder Bruch und dem Schweimker Moor –, liegt der beschauliche Ort Lüder mit knapp 680 Einwohnern. Das Dorf ist sehr lebendig: 26 verschiedene Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe sind hier ansässig, vom Bauerncafé über ein Architektenbüro bis hin zu einer Schneiderei und einer Schlachtereier. Über 100 Lüderaner haben ihren Arbeits- und Ausbildungsplatz direkt im Dorf – nicht selbstverständlich in einem Ort mit nicht einmal vierstelliger Einwohnerzahl.

Doch auch hier haben die Menschen mit Herausforderungen zu kämpfen: Abwanderung in die Städte, mangelnde Infrastruktur und der demografische Wandel bedrohen das Dorfleben. In der Samtgemeinde Aue, zu der die Gemeinde Lüder zählt, mussten Grundschulen schließen. So auch in Lüder.

Eine Schule in Eigenregie

Das wollten einige Eltern nicht hinnehmen und wurden selbst aktiv: Im Dezember 2016 taten sich zwölf von ihnen zusammen und gründeten den gemeinnützigen und eingetragenen Verein Kult-Ur-Dorf. Bereits zuvor war geplant gewesen, das ehemalige Grundschulgebäude im Ort zu erwerben und die Schule wiederzueröffnen. Jedoch ging der Zuschlag im Jahr 2016 an den Paritätischen Wohlfahrtsverband Uelzen,

der dort eine Senioren-Tagespflege einrichten wollte – ein Umstand, der sich noch als großer Gewinn für das Schulvorhaben erweisen sollte. Der Kult-Ur-Dorf e. V. konnte immerhin einen Teil des ehemaligen Schulgrundstücks erwerben und beschloss, in direkter Nachbarschaft zu der geplanten Senioren-Tagespflege eine Montessori-Grundschule in freier Trägerschaft neu zu errichten.

Dass etwas mehr als zwei Jahre später tatsächlich die ersten Kinder dort eingeschult wurden, verdankt Lüder dem Durchhaltevermögen und Engagement der Vereinsmitglieder, aber auch den unterschiedlichen Kompetenzen und Netzwerken, die die Mitglieder in das anspruchsvolle Vorhaben einbrachten: Unter ihnen finden sich Unternehmer, Menschen aus der Landwirtschaft und dem Bildungssektor. In gemeinschaftlicher Anstrengung erstellten sie einen Finanzierungsplan und organisierten das Bauvorhaben über das Architekturbüro, dessen Inhaber ebenfalls Gründungsmitglied des Vereins sind. Der Verein warb Gelder von Stiftungen und private Spenden ein und erhielt eine Förderung über LEADER. Die lokale Sparkasse unterstützte zudem mit einem Kredit. Insgesamt rechnet der Verein mit Investitionskosten von etwa einer Million Euro für die ersten drei Jahre nach der Gründung, da sich die Schule in dieser Zeit selbst finanzieren muss.

Im August 2018 startete die Neue Auetal-Schule nach einem aufwendigen Prüfungsverfahren durch die Landesschulbehörde in ihr erstes Schuljahr. Die Schulleiterin Simone Haase füllt seitdem das theoretische Konzept mit praktischem Leben. 16 Schüler verzeichnete die kleine, jahrgangsgemischte Grundschule damals. Inzwischen besuchen 20 Kinder der Klassenstufen eins bis drei die Schule; sie kommen aus einem Umkreis von bis zu 40 Kilometern. Die Anfragelisten nach Schulplätzen sind gut gefüllt und die Zahl der Anfragen steigt weiter.

Nachbarschaft, die befruchtet

Kurze Zeit nach Schulstart öffnete nebenan im Gebäude der alten Schule auch die Senioren-Tagespflege „LebensBild“ ihre Türen. „Tagespflege ist eine Mischung aus Geselligkeit, Gemeinsamkeit, Förderung der Individualität, Erhaltung der lebenspraktischen Kompetenzen, Unterstützung bei der Lebensbewältigung und vor allen Dingen und in erster Linie viel Spaß“, sagt Geschäftsführer Stefan Müller-Teusler über die Einrichtung in Lüder. Den Standort in der Dorfmitte wählte der Paritätische Wohlfahrtsverband, da ältere Menschen in einem Flächenland wie Niedersachsen besonders davon betroffen sind, wenn sich ihre Möglichkeiten der Mobilität einschränken und sie dann Gefahr laufen, zu vereinsamen.



Sowohl der Paritätische Wohlfahrtsverband als auch der Kult-Ur-Dorf e. V. sahen in der unmittelbaren Nähe der beiden Projekte die Chance, einem aktuellen Problem zu begegnen: Junge und alte Menschen leben in der heutigen Gesellschaft häufig isoliert voneinander. Die Außenbereiche der Einrichtungen in Lüder hingegen schaffen Berührungspunkte zwischen den Generationen. Senioren und Kinder werden gemeinsam auf einem Grundstück betreut, begegnen sich auf natürliche Weise und bauen Beziehungen zueinander auf. Im Rahmen der schulischen Freiarbeit können die Senioren am Unterricht teilnehmen. Die Kinder wiederum verbringen Zeit in der Tagespflege. Die älteren Menschen fühlen sich mit ihrem Wissen und ihren Fertigkeiten wieder gebraucht. Sie müssen durch die quirligen Kinder unweigerlich aktiv werden. Das führt zu erstaunlichen Veränderungen auf beiden Seiten: Mancher Senior kann plötzlich wieder flott gehen, um mit einem Kind Schritt zu halten. Manches Kind findet Halt und Liebe in Form einer Oma oder eines Opas, welche privat vielleicht fehlen. Die Kinder entwickeln Zuneigung zu den Generationen vor ihnen und ein Gefühl für das Vergangene und das Geleistete.

Die enge Zusammenarbeit zwischen der Neue-Auetal-Schule und der Senioren-Tagespflege brachte in Lüder ein deutschlandweit einzigartiges Vorhaben hervor: das Konzept

der intergenerativen Pädagogik zwischen Schulkindern und Senioren. Im Wesentlichen beinhaltet es das Lernen von- und miteinander als Teil der Persönlichkeitsentwicklung. Im Mai 2019 taufte die Betreiber das gemeinsame Gelände von Schule und Tagespflege auf den Namen „Campus GenerationsWerk“ und weihte es offiziell ein.

Das ganze Dorf wirkt mit Schule und Tagespflege sind in das Gemeinwesen des Dorfes eingebettet. Es gibt Kontakte zu lokalen Bauern und zum Förster: Er erklärt anschaulich, wie wichtig die umgebende Heide und das Moor als Natur- und Lebensräume sind. Auch zu den Vereinen gibt es Schnittstellen, sodass in der Schule vielleicht bereits der Nachwuchs für die nächste Vereinsgeneration heranwächst. Der Campus GenerationsWerk wurde im August als eines von 108 Projekten aus über 800 Bewerbungen für den deutschen Nachbarschaftspreis der Stiftung Nebenan.de 2019 nominiert.

Viele Dorfbewohner hat das bürgerschaftliche Engagement des Kult-Ur-Dorf e. V. inspiriert und motiviert, sich ebenfalls für das Gemeinwohl zu engagieren. Im Jahr 2018 nahm Lüder am Wettbewerb „Unser Dorf hat Zukunft“ teil. Einige engagierte Bürger haben sich während dieser Zeit zur „Naturgruppe“ zusammengeschlossen, die beispielsweise Storchennester anbringt und selbst-

gebaute Holzbänke an Wanderwegen und Wegweiser für Spaziergänger aufstellt. Die Gründung eines neuen Dorfvereins ist in Planung. In ihm sollen sich noch mehr Menschen mit ihren Ideen einbringen können.

Der Trägerverein der Grundschule ist derweil weiterhin aktiv. Acht Beschäftigte zählt die Schule aktuell, Fördergelder müssen verwaltet und teils umfangreiche Verwendungsnachweise für die Geldgeber erstellt werden. Parallel dazu arbeitet der Paritätische Wohlfahrtsverband Uelzen an der Eröffnung eines Kindergartens in der Tagespflege. Die Motivation des intergenerativen Vorhabens fasst Schulleiterin Simone Haase zusammen: „Wir wollen ein Stück Zuhause in der Bildung sein.“ ■

Gemeinsams Lernen am Campus GenerationsWerk: Die Senioren nehmen an der schulischen Freiarbeit teil.



KONTAKT:

Madushani Monard
Kult-Ur-Dorf e. V. / Neue-Auetal-Schule Lüder
Telefon: 05824 9653483
madushani.monard@kult-ur-dorf.de
www.neue-uetal-schule.de

Prof. Stefan Müller-Teusler
Paritätischer Wohlfahrtsverband Uelzen
Telefon: 0581 97070
uelzen@paritaetischer.de
www.uelzen.paritaetischer.de

Freiräume für Bodenpflege



Wenn Bauern die Fruchtbarkeit ihrer Böden erhalten, profitiert davon auch die Gesellschaft. Die Bio-Stiftung Schweiz unterstützt deshalb Biobetriebe in der Bodenseeregion mit dem Pilotprojekt Bodenfruchtbarkeitsfonds.

[VON ULRICH HAMPL UND MATHIAS FORSTER]

Im ökologischen Ackerbau ist die Pflege der Bodenfruchtbarkeit – messbar beispielsweise am erfolgreichen Humusaufbau – die Basis für den Erfolg. Oft bleibt den Betriebsleitern jedoch wegen anderer notwendiger Aktivitäten, etwa der Vermarktung oder der Tierhaltung, zu wenig Zeit, sich um die optimale standort- und betriebsangepasste Bewirtschaftung des eigenen Bodens zu kümmern. Viele wenden dann Standardverfahren an. Dadurch stagnieren die Humuswerte – oder sie sinken.

Gleichzeitig tritt das Ringen um die beste Art der Bodenpflege in der Öffentlichkeit mehr ins Blickfeld – nicht zuletzt dadurch, dass auch Verbrauchern bewusst wird, dass die Bodengesundheit als Lebensgrundlage für alle Menschen in der Verantwortung der Landwirte liegt. Diesen Beruf üben in Deutschland und der Schweiz nur noch weniger als zwei Prozent der erwerbstätigen Menschen aus.

Ein Fonds für Bodenfruchtbarkeit

Sie benötigen Unterstützung, um die Fruchtbarkeit der Böden für die Zukunft gewährleisten zu können. Darüber waren sich 2015 Christian Hiss, Vorstandsvorsitzender der Regionalwert AG, Mathias Forster und Christopher Schumann von der Bio-Stiftung Schweiz einig – und entwickelten die Idee zum Bodenfruchtbarkeitsfonds (BFF).

Bäuerinnen und Bauern sollten als Hütern der Bodenfruchtbarkeit die notwendigen Freiräume geboten werden, um sich intensiv mit der Erhaltung und Entwicklung fruchtbarer Böden zu beschäftigen – und dies im Dialog mit der Gesellschaft erlebbar zu machen. Anfänglich setzte die Stiftung Trigon aus der Schweiz das Projekt um, seit Mai 2017 entwickelt die Bio-Stiftung Schweiz den BFF weiter.

Im Jahr 2018 startete eine erste Pilotphase, die zunächst für drei Jahre geplant war. Dazu suchte die Bio-Stiftung Schweiz über Ausschreibungen in Medien Partnerhöfe: ökologisch wirtschaftende Betriebe im Umkreis von etwa 200 Kilometern rund um den Bodensee, die sich der Bodenpflege intensiver widmen wollten. 30 Betriebe in Deutschland, der Schweiz, Liechtenstein und Österreich wurden als Partner-

höfe ausgewählt, beispielsweise der Hof Vogel-Kappeler in Wäldi in der Schweiz. „Ich freue mich darauf, im Austausch mit Kollegen auf ganz neue Ideen zur Bodenbewirtschaftung zu kommen“, sagt Andy Vogel-Kappeler. Er baut Bio-Sojabohnen und spezielle Kleemischungen an, die er zu Eiweiß-Pellets als Futter für sein Milchvieh verarbeitet. Florian Reyer von der deutschen Hofgemeinschaft Heggelbach „möchte herausfinden, an welchen Stellschrauben wir in unserem Betrieb drehen müssen, um den Humusaufbau in den Böden zu sichern“. Ein Schwerpunkt der seit 1986 biologisch-dynamisch wirtschaftenden Hofgemeinschaft ist der Gemüse- und Ackerbau.

Ganz bewusst wurden als Partnerbetriebe unterschiedlich ausgerichtete Höfe ausgewählt – von der Solidarischen Landwirtschaft mit zwei Hektar Fläche bis zum Ackerbaubetrieb mit mehr als 200 Hektar, vom vielseitigen Milchviehbetrieb bis zum Gemüsebau.

Vielfältige Maßnahmen

Die Bio-Stiftung Schweiz stimmt sich nun jährlich mit jedem Betriebsleiter ab. Gemeinsam vereinbaren sie Maßnahmen zur Bodenentwicklung, die bisher zu wenig oder gar nicht durchgeführt werden konnten. Dazu gehören beispielsweise die veränderte Bodenbearbeitung, die Anpassung von Fruchtfolgen, Gründüngung, Kompostierung und der Einsatz von Präparaten.

Bei der Umsetzung werden die Höfe finanziell unterstützt. Dabei bilden Zuwendungen von großen und kleinen Stiftungen, Privatpersonen und Unternehmen die Grundlage der Projektfinanzierung. Für die erste dreijährige Pilotphase sind rund 1,5 Millionen Euro eingeplant. Neben den direkten Ausschüttungen an die Betriebe werden davon Beratungen, fachliche Fortbildungen und vom Bodenexperten des Projekts moderierte Erfahrungsaustausche zwischen den Betriebsleitern finanziert. Außerdem motiviert die Partnerbetriebe die projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit. „Es ist wichtig, unsere Kunden daran teilhaben zu lassen, wie wir uns um die Fruchtbarkeit der Böden kümmern“, sagt Karl Kühne vom Lisilis Biohof im österreichischen Meiningen.



- 1 Bei einem öffentlichen Hoftag setzen sich Besucher hautnah mit dem Boden auseinander.
- 2 Wurzelkraft: Stickstoff fixierende Knöllchenbakterien können dazu beitragen, die Bodenfruchtbarkeit aufzubauen.
- 3 Fortbildungsveranstaltung für Partnerhöfe: Beim Fachtag Technik standen Geräte zur Bodenlockerung im Fokus.

Das Projekt-Team will öffentlich kommunizieren, wie wichtig es ist, Bodenfruchtbarkeit zu fördern. Dazu pflegt es den Austausch mit Kollegen, Beratung, Wissenschaft, Kunden und Politik und bewirbt die konkreten, sichtbaren Maßnahmen auf den Höfen. So wurden beispielsweise private Bodenfruchtbarkeitspatenschaften sowie Unternehmenspatenschaften mit der Möglichkeit von CO₂-Kompensation initiiert und prominente Bodenbotschafter gewonnen. Zudem gibt es Kooperationen und Netzwerkpartner. Auf jährlichen Hoftagen demonstrieren die Höfe ihre Bodenpflege und diskutieren sie mit Besuchern.

Erste Ergebnisse aus der Praxis

Die Aktivitäten dokumentiert die Bio-Stiftung Schweiz in jährlichen Rechenschaftsberichten der Partnerhöfe: Die individuellen Einzelfall-Studien werden mit Erhebungen und Untersuchungen unterlegt, die zeigen, wie sich die Bodenfruchtbarkeit auf Demonstrationsflächen entwickelt. „Der Boden hat einen neuen Stellenwert im Betrieb“, sagt ein Betriebsleiter am Ende des ersten Projektjahres. Andere hat die Teilnahme am Projekt persönlich für das Thema sensibilisiert. „Ich bin jetzt öfter mit dem Spaten unterwegs“ und „dem Boden wieder mehr gerecht zu werden, verschafft auch ein gutes, entspanntes Gefühl“, sind Zitate aus verschiedenen Berichten.

Im ersten Jahr hat nicht alles auf Anhieb geklappt – etwa, weil noch kein geeignetes Bodenlockerungsgerät gefunden wurde oder aus Wettergründen Zwischenfrüchte nicht gesät werden konnten. Viele Maßnahmen haben dennoch auf den meisten Höfen bereits positiv gewirkt: „Trotz der Trockenheit waren den ganzen Sommer schöne blühende Bestände zu sehen“ und „das Jäten und Hacken ist wesentlich leichter gewesen und die Arbeit mit der neuen Technik einfacher, fließender, schneller und angenehmer“, sagen Betriebsleiter. Zu diesen Wahrnehmungen passen die ausgewerteten Spatendiagnosen auf je einer Demo-Fläche auf den Partnerhöfen: Das Bodengefüge verbesserte sich vielfach und die Tiefe, bis zu der Krümelstruktur in der Ackerkrume anzutreffen ist – die sogenannte Krümelteufe – wurde

größer. Auch die Humuswerte entwickelten sich bereits leicht positiv.

Aus ihrem Umfeld erhalten die Betriebe Rückmeldungen zu den Bodenaktivitäten: „Es wird im Dorf positiv darüber gesprochen“, „der Verpächter sagt, so schön ist der Boden noch nie gefallen“ oder „blühende Zwischenfrüchte werden sehr gerne in der Bevölkerung gesehen“, so einige Betriebsleiter.

Optimistisch in die zweite Pilotphase

Die Bio-Stiftung Schweiz blickt deshalb mit Optimismus auf den weiteren Projektverlauf. Gemeinsam mit den Partnerhöfen, Botschaftern und Beiräten entwickelt sie eine zweite Pilotphase, die von 2021 bis 2024 verlaufen soll. Insbesondere der fachliche und soziale Austausch der Höfe mit ihrem wachsenden Know-how ist ihr dabei ein Anliegen.

Außerdem will sie die Kommunikation mit der Öffentlichkeit zur gesamtgesellschaftlichen Verantwortung verstärken: Gemeinsam mit Unternehmen sollen im BFF Modelle zur konkreten Verantwortungsübernahme für die Gesundheit der Böden entwickelt werden. „Der Bodenfruchtbarkeitsfonds ist für uns ein sozial-künstlerisches, bauerliches Praxisforschungsprojekt, das sich immer noch in Entwicklung befindet“, sagt Markus Bächli, Präsident der Bio-Stiftung Schweiz und ist selbst gespannt, wie sich der BFF weiterentwickelt. „Als operative Initiativstiftung sind wir dabei auf Spenden angewiesen und freuen uns über jede Beteiligung daran.“ ■

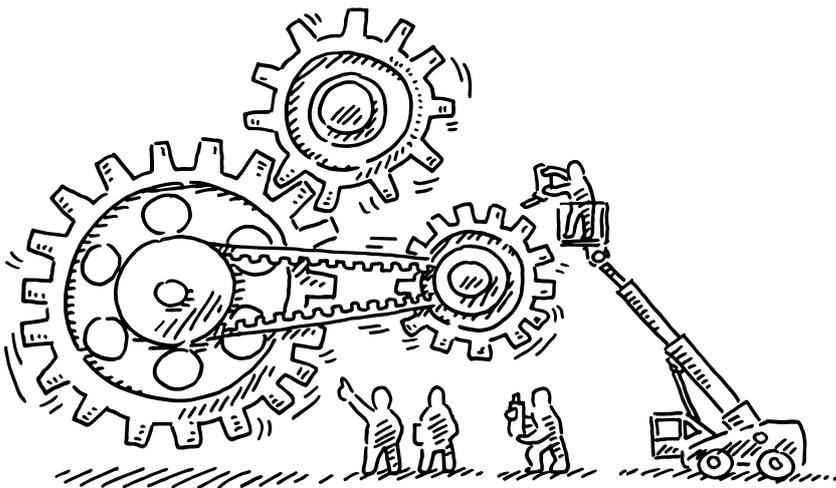


KONTAKT:

Dr. Ulrich Hampl und Mathias Forster
Bio-Stiftung Schweiz
Telefon: +41 61 5156830
info@bodenfruchtbarkeit.bio
www.bodenfruchtbarkeit.bio

Daseinsvorsorge: Eigeninitiative hat Grenzen

In Mecklenburg-Vorpommern gibt es viele zivilgesellschaftliche Initiativen, die Teilbereiche der Daseinsvorsorge sichern. Ein Forum aus Engagierten könnte Politik und Forschung neue Denkstöße geben, dachten sich deshalb Wissenschaftler beim Praxis-Forschungs-Projekt „fokusland“. Die Praktiker sehen es anders. [VON PETER ADOLPHI UND ANJA RATH]



Angeregt durch den Verein „Vorpommersche Dorfstraße“ haben sich am Südufer der Peene Gemeinden zusammengetan, um die touristische Mobilitäts-Infrastruktur klimaneutral und auch für Einheimische nutzbar zu machen. Im Amt Röbel/Müritz wurde das Zubringer-Bus-System ELLI etabliert (siehe dazu auch LandInForm-Ausgabe 3.18): Ehrenamtliche Fahrer binden die Dörfer dadurch an den öffentlichen Nahverkehr an. Dies sind zwei Beispiele dafür, wie Akteure aus der Zivilgesellschaft neue Ansätze für Mobilität auf dem Land schaffen. Sie bringen innovative Ideen ein, wie Daseinsvorsorge gestaltet werden kann – Ideen, für die viele Verwaltungen im Land scheinbar kein offenes Ohr mehr haben. Im Zuge von Kreisgebietsreformen und Gemeindefusionen sind sie aus den kleinen Orten verschwunden und auf der übergeordneten Ebene konzentriert man sich häufig auf die Pflichtaufgaben. Die Entwicklung in vielen Dörfern erscheint dadurch wie eine sich selbst erfüllende Prophezeiung: Wegen des Bevölkerungsschwundes werden Schulen, Arztpraxen und Kitas geschlossen, der Nahverkehr wird ausgedünnt. Genau das verhindert, dass die Alten bleiben oder junge Menschen mit ihren Familien dazukommen. Wie soll der Staat agieren?

Forum gibt Impulse?

Gleichzeitig arbeiten, wie an der Peene und der Müritz, in vielen Dörfern Menschen aktiv daran, vor Ort die Daseinsvorsorge zu verbessern: mit freien Schulen, Nahversorgungskonzepten oder in Bio-EnergieDörfern. In einigen Orten klopfen auch „Metropolenflüchter“ an, die digitalisiertes Arbeiten mit naturnahem Leben verbinden möchten; Kinderbetreuung, schnelles Internet und günstigeres Wohnen setzen sie voraus. Mitunter gehen dann Initiativen von Menschen wie den Neulandgewinnern der Robert Bosch Stiftung aus. Lässt sich der Erfolg der Engagierten vervielfachen, wenn man sie in einem Erfahrungsaustausch zusammenbringt und dabei wissenschaftlich begleitet? Sind die regional gedachten

Lösungen sogar die Zukunft, weil sie meist den kleineren ökologischen Fußabdruck erzeugen? Ist daraus Politikberatung ableitbar?

Um diese Fragen zu beantworten, initiierte die Akademie für Nachhaltige Entwicklung Mecklenburg-Vorpommern (ANE) in einem Verbundvorhaben mit dem Thünen-Institut für Regionalentwicklung und dem Amt Peenetal/Loitz das „Forum kommunaler Unterstützungsstrukturen langfristig angepasster Daseinsvorsorge“ (fokusland). Sie wurden dabei vom Bundesministerium für Bildung und Forschung seit Juni 2016 über drei Jahre durch das Programm „Kommunen Innovativ“ gefördert. Drei Ziele standen im Vordergrund: eigenverantwortungsfördernde zivilgesellschaftliche Prozesse zu verstehen, flexibilisierungswürdige Daseinsvorsorge-Standards mit Potenzial für zivilgesellschaftliche (Teil-) Trägerschaft zu finden und das Forum zu etablieren. Über 35 Aktive aus Dorfgemeinschaften in Mecklenburg-Vorpommern nahmen daran teil.

Die Forscher trafen bei den Dorfbewohnern auf eine große Bereitschaft mitzuwirken und sich auszutauschen. Aber in Bezug auf die Frage, inwieweit sich die lokalen Ansätze abstrahieren lassen, stießen sie auf Widerstand und Ablehnung: Viele der Dorfbewohner vertrauen der neuen verbalen Wertschätzung des ländlichen Raumes im politischen Diskurs nicht. Dass die Politik Ergebnisse des Forums tatsächlich zur Kenntnis nimmt, wird infrage gestellt. Die beispielhafte Wortmeldung „Hört endlich auf, uns zu vermessen!“ dokumentiert sowohl die Ungeduld als auch das Misstrauen von Bürgern gegenüber dem wissenschaftlichen Versuch, dörfliche Entwicklungsprozesse in einen universellen Werkzeugkasten überführen zu wollen. Die Suche nach übertragbaren Formaten wird zudem durch die Heterogenität der Ansprüche und Entwicklungsvorstellungen der verschiedenen Gruppen erschwert: Städter und Dorfbewohner, Jung und Alt, Neu-Schlossbesitzer und Neubaublock-Mieter, sogenannte Raumpioniere und Schon-Immer-Dagewesene oder Wissende und Fragende. Zudem machten die Teilnehmer deutlich, dass sie ihre Kraft lieber in lokale Lösungen investieren, als in Beratung von Politikern, die ihre Hinweise womöglich nicht umsetzen werden.

Das Forum nutzten die Aktiven also insbesondere für den Austausch untereinander. Den Versuch der Wissenschaftler, daraus übertragbare Ansätze abzuleiten, empfanden viele als verschwundene Zeit. Was lässt sich daraus schlussfolgern?

Sichtbar machen und vor Ort unterstützen

Aktive aus den Dörfern frustriert, wenn sie mit ihren Ideen in der Gemeinde oder bei Fördergeldgebern ausgebremst werden. Viele stehen vor scheinbar unüberwindlichen Hürden und Projekte verstetigen sich nicht von selbst. Dafür gibt es wiederkehrende Ursachen. Die Fördermittelbeschaffung wird umso schwieriger, je umfassender, langfristiger oder komplexer der Projektansatz ist, da er mit der sektoralen Gliederung der Zuständigkeiten und Haushaltsperioden kollidiert. Die Laufzeiten öffentlich geförderter Anschub-Projekte

enden oftmals, bevor die geschaffenen Strukturen tatsächlich lebensfähig sind. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Initiativen kollidiert immer wieder mit Standards oder gesetzlichen Regelungen, deren Ausgestaltung die Spezifik des ländlichen Raums nur unzureichend berücksichtigt. Gleichzeitig erschwert die oben beschriebene Vielfalt der Beteiligten, standardisierte Förderwege zu beschreiten.

Damit neuartige Ideen vor Ort dennoch ausprobiert werden können, gilt es, gemeinsam pragmatische Lösungen zu finden. Die Akteure sind dann darauf angewiesen, dass Verwaltungsvertreter ihr Anliegen ernst nehmen. Dabei hilft, wenn innovative Projekte öffentlich gemacht werden – beispielsweise, indem Forschungsprojekte oder Medien sie aufgreifen. Es ist beispielhaft und folgt einem zukunftsfähigen Trend, wenn die „Wir bauen Zukunft eG“ einen stillgelegten Zukunftspark zu einem Coworking-Space umnutzt. Ebenso, wenn in Wildkuhl nahe der Müritz die Gemeinde ein Nahwärmenetz errichten will, das über Power-to-Heat den sogenannten Abschaltstrom aus dem nahegelegenen Windpark verwertet. Dem aktuellen gesellschaftlichen Wunsch nach mehr Regionalität begegnet der Verein „pommern-Arche“, indem er den Erhalt pommerscher Tierarten in regionale Wertschöpfungsketten einbindet. Es gäbe viele weitere Beispiele: Sie öffentlich zu kommunizieren und bekannt zu machen, kann anderen Akteuren dabei helfen, vor Ort und in der Gemeinde Unterstützer zu gewinnen, um ähnliche – oder auch neuartige – Ideen umzusetzen.

Viele ehrenamtliche Akteure sind allerdings sowohl zeitlich wie fachlich vollauf mit dem Inhalt ihres eigenen Projekts beschäftigt – und deshalb für Unterstützung dankbar: je direkter und konkreter, desto willkommen. Oft reicht bereits Kommunikationshilfe durch nicht unmittelbar Beteiligte. Aus diesem Grund hat die ANE das Instrument der Landwerkstätten entwickelt. Die Wissenschaftler fahren zu den Initiativen und moderieren, strukturieren, unterstützen, regen zur Kooperation mit vergleichbaren Initiativen an. Das Angebot wird angenommen. Dazu trägt vielleicht auch bei, dass die Moderatoren als Verbündete wahrgenommen werden, die kommunale Erfahrungen haben und diese einbringen, ohne die Ursprungsidee durch Besserwissen zu überwuchern. Und: Sie bringen Zeit mit und schreiben keine Rechnung, denn finanziert wird diese Zeit durch das „Forum Ländliche Entwicklung und Demografie Mecklenburg-Vorpommern“, ein Projekt des Landes. Die Landwerkstätten schließen also eine Lücke, die die Menschen im ländlichen Raum oft empfinden: Gehör zu finden bei der Nutzung ihrer kleiner werdenden Gestaltungsspielräume – auch für die Daseinsvorsorge. Das scheint ein übertragbarer Ansatz zu sein. ■

SERVICE:

Projektwebsites unter:
www.fokusland.de und
www.forum-mv.de



KONTAKT:

Prof. Peter Adolphi
 Akademie für Nachhaltige Entwicklung
 Mecklenburg-Vorpommern (ANE)
 Telefon: 03843 776905
ane@nachhaltigkeitsforum.de
www.nachhaltigkeitsforum.de

Digitaler Dorfplatz

Damit sich Bürger, Vereine und Gemeinde stärker untereinander austauschen können, hat das hessische Diemelstadt eine Online-Plattform eingeführt. Was kann der digitale Dorfplatz – und was bewirkt er?

[VON ELMAR SCHRÖDER UND STEFAN NEISEMEIER]

Über Social-Media-Kanäle wie Facebook, WhatsApp oder Instagram können Menschen sich weltweit vernetzen. Allerdings bestimmt bei Facebook zum einen ein Algorithmus, welche Beiträge dem Nutzer in seinem sogenannten News Feed angezeigt werden, zum anderen führen viele angebotene Links und Likes in neue Welten. Bei WhatsApp ist die Kommunikation nur mit dem bekannten Umfeld möglich. Welche Chancen bleiben für die lokale Vernetzung und Verbundenheit?

Pilotkommune in Hessen

Ländliche Räume könnten von der digitalen Kommunikation stark profitieren, wenn ein Social-Media-Tool die Region, die dort lebenden Menschen und ihre besonderen Bedürfnisse in den Blick nähme. Aus diesem Gedanken heraus begann ein Start-up in Thalwil am Zürichsee 2017 damit, einen digitalen Dorfplatz zu entwickeln. Anfang 2018 führte Eglisau im Kanton Zürich als erste Gemeinde in der Schweiz das Tool mit dem Namen Crossiety ein. Mittlerweile nutzen es über 30 Gemeinden in der Schweiz.

Als Pilotkommune in Deutschland ist seit April 2019 das hessische Diemelstadt dabei. Gefördert mit Mitteln des Landes Hessen im Rahmen der Kampagne „Land hat Zukunft“ führte die Kommune im Oktober 2018 insgesamt elf sogenannte Dorfmoderationen durch. Sie wollte ihren rund 5 200 Bürgern die Möglichkeit geben, aktiv daran mitzuwirken, ihren Ortsteil zu gestalten. Die Ergebnisse wurden bei einer Zukunftswerkstatt im Januar 2019 vorgestellt und diskutiert: Alle neun Stadtteile sowie die Verantwortlichen in der Verwaltung wünschten sich einen intensiveren Austausch untereinander, beispielsweise über eine Dorf-App. „Bei der Recherche ist uns aufgefallen, dass viele Anwendungen auf dem deutschen Markt den Schwerpunkt auf den Aspekt Information und eben nicht auf die Kommunikation legen“, sagt Elmar Schröder, Bürgermeister von Diemelstadt. Deshalb sei die Wahl auf Crossiety gefallen.

Über die Software, die sich auf Smartphone, Desktop-Computer und Tablet gleichermaßen nutzen lässt, können angemeldete User lokale Nachrichten, Hilfsangebote

oder Hinweise auf Veranstaltungen austauschen. Werbung gibt es keine. Um einen ehrlichen und transparenten Austausch zu gewährleisten, melden sich die Nutzer mit ihrem Vor- und Nachnamen an und verifizieren sich zweifach mit ihrer E-Mail-Adresse und ihrer Handynummer. Menschen ohne Smartphone können sich per PC anmelden. Die Nutzung ist kostenlos. Für den Vertrieb und die Betreuung von Crossiety in Deutschland ist die Werbe- und Medienagentur gotoMEDIA in Delbrück bei Paderborn verantwortlich. Die Daten der Nutzer werden nicht an Dritte weitergeben und bei Crossiety datenschutzkonform gehostet.

„Viele andere Apps lassen sich nicht weiterentwickeln und es ist keine nachhaltige Betreuung gegeben“, so Schröder. Crossiety löst diese Anforderungen über ein Community Management, das eine permanente Projektbetreuung bietet, den Aufbau der Community unterstützt und die Qualität der veröffentlichten Beiträge sicherstellt. Darüber hinaus wird die Software konsequent weiterentwickelt und es gibt ein Supportteam, das technische Fragen beantwortet. Die jährlichen Kosten für den Service inklusive Community Management, Support, Hosting und Weiterentwicklung betragen rund 5 200 Euro – ein Euro je Bürger im Jahr. Darüber hinaus sind noch Informationsveranstaltungen sowie Schulungen, ein Flyer und PR-Maßnahmen beauftragt worden, um die Bürger umfassend zu informieren.

Gut vorbereitet

Bevor die Plattform der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, machten sich Vertreter aus der Verwaltung sowie örtlichen Vereinen mit der App vertraut und begannen damit, Inhalte zu erstellen. Beim offiziellen Rollout auf der Diemelstädter Gewerbeschau Ende April 2019 war der digitale Dorfplatz deshalb bereits in Betrieb: Rund 500 angemeldete Bürger hatten über 70 Gruppen gebildet und Meldungen über bevorstehende Veranstaltungen oder Lokales eingestellt, die Neugier auf Nachrichten und Wissenswertes aus der Region weckten. Für Interessierte war so der Nutzen der Plattform direkt klar. Diese kann nicht nur als App, sondern auch als Website genutzt werden: Nicht angemeldete



Nutzer können dort Meldungen abrufen, die als „öffentlich“ angelegt wurden.

Nach einem halben Jahr gibt es rund 1 160 angemeldete Nutzer und über 120 Gruppen auf dem digitalen Dorfplatz, auf den die Gemeinde-Website unter dem Namen „Diemelstadt-App“ verlinkt. Verantwortliche von Vereinen und Interessengruppen, Einzelhändler und Unternehmer sowie Bürger nutzen Crossiety, um über Veranstaltungen oder lokale Geschehnisse zu informieren, Nutzer innerhalb der Gruppen oder Interessengemeinschaften zu vernetzen sowie einen aktiven Austausch zu fördern. Jeder Nutzer kann selbstständig entscheiden, ob er eine offene, eine geschlossene oder eine private Gruppe anlegt. So wird das Walmebad in Rhoden beispielsweise komplett ehrenamtlich geleitet; die insgesamt rund 160 Aktiven kommunizierten ihre Aktivitäten in der Saison 2019 über die öffentliche Gruppe „Walmebad Rhoden“. In einer weiteren öffentlichen Gruppe geht es um den Bürgerbus von Diemelstadt: Er steht seit Anfang des Jahres 2019 zur Verfügung, die Fahrten können über den digitalen Dorfplatz gebucht werden. Auch der Rat der Stadt nutzt die Plattform für die Kommunikation und den Austausch von Dokumenten in privaten Gruppen. Die Kindertagesstätte Wrexener Märchenhaus ist dank der App auf papierlose Kommunikation umgestiegen und tauscht sich im Team und mit den Eltern nur noch über die Gruppenfunktion aus.

Die Einführung des digitalen Dorfplatzes vor Ort begleitet ein zwölfköpfiges Projektteam inklusive des Bürgermeisters. „Aus unserer Sicht bietet Crossiety die Möglichkeit, über alle Altersgruppen hinweg Bürger, Verantwortliche in den Rathäusern, Vereinen und Unternehmen zu verbinden, sodass mehr Nähe, Verbundenheit, Engagement und einfach eine ganz neue Form des Zusammenlebens entstehen“, sagt Florian Boos von der Freien Wählergemeinschaft Diemelstadt, der in der Projektgruppe mitwirkt. Aktuell laufen Gespräche mit Verantwortlichen in den Schulen, Kindergärten,

Kirchen, Vereinen und Gremien: Dabei lernen sie die Möglichkeiten kennen, die die „Diemelstadt-App“ für Elternarbeit, Konfirmationsvorbereitungen, die Organisation von Veranstaltungen oder den Austausch in Vorstandsteams bietet.

Aus Erfahrung lernen

Das Projektteam möchte noch mehr Vereine und Bürger für Crossiety gewinnen. In individuellen Workshops, die über ein Regionalbudget finanziert werden, erarbeitet das Team mit den Verantwortlichen in den Vereinen und Gemeinschaften Kommunikationskonzepte, die auf die jeweiligen Anforderungen abgestimmt sind. Dabei geht es allen Projektbeteiligten darum, die Software konsequent weiterzuentwickeln. „Immer wieder ergeben sich durch Erfahrungswerte von Bürgern neue Anforderungen“, sagt Patrik Elsa, der Geschäftsführer von Crossiety. „Oft machen kleine Feinheiten den Unterschied.“ So können die Nutzer seit einigen Monaten beim Anlegen einer Veranstaltung eine maximale Teilnehmerzahl hinterlegen. Das System kumuliert die Anmeldungen. Beim Erreichen der maximalen Teilnehmerzahl entfällt die Anmeldemöglichkeit und es erscheint die Meldung „Ausgebucht“. Falls sich jemand abmeldet, wird automatisch wieder der Anmeldebutton sichtbar. „Die Anwenderfreundlichkeit im Detail entscheidet über die Akzeptanz einer Software“, so Elsa. Er möchte, dass der digitale Dorfplatz zur beliebtesten lokalen Social-Media-Lösung wird. Auch Bürgermeister Schröder ist von dem Tool überzeugt. Die jährlichen Nutzungskosten für Diemelstadt sind deshalb im städtischen Haushalt bereits eingeplant. ■

Setzt sich für die digitale Vernetzung ein: das Projektteam von Diemelstadt mit Bürgermeister Elmar Schröder (hintere Reihe, Zweiter von links)



SERVICE:

Direkt zur „Diemelstadt-App“ unter www.crossiety.app/dorfplatz/diemelstadt



KONTAKT:

Elmar Schröder
Bürgermeister der Stadt Diemelstadt
Telefon: 05694 9798-13
schroeder@diemelstadt.de
www.diemelstadt.de



Neue Bilder vom Land

Ein Bürgerwissenschaftsprojekt macht eine Inventur des Lebens im ländlichen Mecklenburg-Vorpommern. Dabei ist ein digitales Werkzeug entstanden, mit dem sich Daten über das (eigene) Dorf erheben und auswerten lassen.

[VON ELEONORE HARMEL, MATHIAS BURKE, LEON JANK, STEFFEN KLOTZ UND ANDREAS WILLISCH]

1 Ob in der Scheune oder am Straßenrand – die Landinventur will Dörfer gemeinsam mit Bürgerwissenschaftlern kartieren.

2 Ein Wohnmobil dient als mobile Forschungsstation am Wegesrand.

3 Die eingesetzten Fragebögen wurden mit Bürgern gemeinsam entwickelt.

Ländliche Räume sind in aller Munde. Sie gelten als sterbende Räume, Zukunftsräume, Versorgungsräume, rechte Räume oder auch Sehnsuchtsräume. Ob man nun eine Infobroschüre des Bundeslandwirtschaftsministeriums oder das Magazin Landlust liest – immer stößt man dabei auf starke Bilder ländlicher Räume. Dabei sind diese historisch, sozial, wirtschaftlich und kulturell unterschiedlich geprägt.

Die meisten Bilder sind emotionale, punktuelle Wahrnehmungen, die Menschen auf das Land im Allgemeinen projizieren. Es fehlt ein differenzierter Blick auf dörfliche Realitäten und kleinräumliche Unterschiede. Auch bei statistischen Erhebungen der Bundes- und Landesämter, die meist auf größeren Verwaltungseinheiten basieren, oder auf Karten wie dem Landatlas oder jenen des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung geht die kleinräumliche Dimension verloren.

Das Thünen-Institut für Regionalentwicklung e.V. will deshalb im Projekt Landinventur wissenschaftlich fundierte Daten zu ländlichen Räumen mit der Lebenswirklichkeit der Menschen auf dem Dorf verbinden. Gefördert wird es dabei vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).

Bürger machen Wissenschaft

In Mecklenburg-Vorpommern gibt es circa 6000 Dörfer. Sie werden in 748 Gemeinden und sechs Landkreisen

verwaltet. Die Größe der Landkreise liegt zwischen 2000 und 5500 Quadratkilometern. In dieser Betrachtung geht die Vielfalt der Dörfer verloren, politische und planerische Entscheidungen können nicht angemessen auf den Lebensraum Dorf zugeschnitten werden. Nicht selten fällt es den Leuten vor Ort selbst schwer, sich vom Blick auf – mitunter fehlende – Infrastrukturen zu lösen und die Potenziale des eigenen Dorfes oder der Region zu erkennen.

Die Idee der Landinventur ist deshalb, andere Daten als bisher über die Dörfer zu sammeln, darzustellen und einen neuen Blick auf das eigene Dorf mit seinem Alltag, den Schwierigkeiten und Potenzialen zukünftiger Entwicklung zu ermöglichen. Das Projekt fußt dabei auf einem bürgerwissenschaftlichen Ansatz: Die Leute selbst sind die Experten für ihr Dorf. Mithilfe digitaler Anwendungen können sie nun eine Bestandsaufnahme vom Leben, Ernten, Wirtschaften und Engagement machen. Die Wissenschaftler verfolgen dabei eine doppelte Strategie: Einerseits ist eine Erfassung der Dörfer nur mit der Beteiligung der Bewohner möglich – jeder kann damit Teil von Wissensproduktion werden. Andererseits ist der Prozess auch ein Werkzeug für die Menschen selbst. Wer gemeinsam Daten erhebt, hat bereits den ersten Schritt zu einer lokalen oder regionalen Zukunftswerkstatt gemacht. Die Fragen und das gesamte Vorgehen wurden vor der eigentlichen Inventur in Workshops gemeinsam mit Dorfbewohnern entwickelt. Nun gilt es, Menschen zu finden, die Lust haben, allein oder mit anderen, ihr Dorf zu kartieren.



Miteinander diskutieren, statt nur abfragen

Bürgerwissenschaften sind erst kürzlich im Wissenschaftsbetrieb angekommen, ein sozialwissenschaftliches Projekt dazu ist also noch Neuland. Methoden, um Bürgerwissenschaftler einzubinden, sind quasi nicht vorhanden.

Um immer wieder mit den Menschen vor Ort ins Gespräch zu kommen, ist das Projektteam mit einem alten Wohnmobil als mobiler Forschungsstation im ganzen Land unterwegs. So ist es nicht nur flexibel, sondern auch sichtbar. Ein langer Tisch mit Bänken unter einer Markise und bei Bedarf der Innenraum dienen als Arbeitssetting. Zuerst entwickelten die Wissenschaftler mit den Bürgern dort die analogen Fragebögen und Karten und testeten sie immer wieder. Inzwischen ist die Landinventur mit einem Computer und einem großen Bildschirm unterwegs, an dem das Projektteam die Daten digital erheben und die ersten Ergebnisse für jedes Dorf direkt zeigen und diskutieren kann.

Sie wollen dabei nicht nur Informationen abfragen, sondern vor allem gemeinsam Wissen schaffen und diskutieren. Wie dies am besten geht, testet das Projektteam in unterschiedlichen Formaten und Gruppen immer wieder aus. Mittlerweile wächst der Bekanntheitsgrad des Projekts: Das gelingt unter anderem durch Kartierungsworkshops in den Dörfern und Zeitungsbeiträge und Artikel in Amtsblättern. Das Team stellt sein Projekt außerdem auf Veranstaltungen wie den Engagementfachtagen oder anderen Vernetzungsveranstaltungen vor und spricht Multiplikatoren wie Landesfrauenrat oder die Regionalbewegung direkt an. Das Amt Goldberg-Mildenitz nutzt die Landinventur als Teil des Beteiligungsprozesses für sein Zukunftskonzept. Inzwischen erreichen das Team erste Anfragen von Bürgern und Verwaltungen, nicht nur gemeinsam Daten zu sammeln, sondern die Ergebnisse darüber hinaus gemeinsam zu diskutieren.

Landleben im 21. Jahrhundert

Die digitale Plattform zum Projekt bietet einen umfangreichen Fragebogen und eine interaktive Auswertung. So können die Bürger beispielsweise auf einer Karte erfassen, welche Orte der Gemeinschaft, welches Gewerbe oder welche Einrichtungen der Daseinsvorsorge es im Dorf gibt oder früher gab. Außerdem werden die tatsächlichen Einwohnerzahlen und die gefühlte Veränderung bei der Bevölkerungsentwicklung erfasst. Andere Fragen

beschäftigen sich mit Gebäudestruktur, Lebensmittelproduktion, Tierhaltung, Mobilität und Breitbandversorgung vor Ort – und damit, was im Dorf gemeinsam gefeiert wird. Fast 100 Dörfer haben sich bereits unterschiedlich ausführlich kartiert, mehr als die Hälfte von ihnen hat den gesamten Fragebogen ausgefüllt. Die Daten stehen online und können für jedes kartierte Dorf eingesehen werden. Demnächst folgt ein Tool um Dörfer beispielsweise auf Gemeindeebene zu vergleichen. Die erhobenen Daten sind dabei nicht als Statistik zu verstehen, sondern als deskriptiver Blick der Menschen auf ihr Dorf.

Es zeigt sich, dass sich viele Dörfer in Mecklenburg-Vorpommern in ihrer Entwicklung stabilisiert haben und vielerorts wieder eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung wahrgenommen wird. Leerstand ist kein großes Problem. Überraschend fand das Projektteam, dass durchschnittlich 40 Prozent der Leute nur am Wochenende auf den Dörfern sind – entweder weil sie immer mehr zu Wochenend-Zufluchtsorten von Großstädtern werden oder weil viele Bewohner unter der Woche für die Arbeit wegpödeln. Gleichzeitig zeigen die Daten, dass insbesondere alteingesessene Dorfbewohner die größte Säule des Engagements vor Ort sind, aber auch Zugezogene sich häufig vor Ort einbringen. Interessant ist auch, dass etwa ein Drittel der Menschen vor Ort aktiv sind, obwohl sie keinem Verein angehören. Wirtschaftsgrundlage ist nicht mehr nur die Landwirtschaft, sondern die Menschen schaffen sich neue, zum Teil hauptberufliche Arbeitszusammenhänge vor Ort. Die Selbstversorgung spielt immer noch eine wichtige Rolle auf dem Land: Mehr als die Hälfte der Gärten werden zur Produktion von Obst und Gemüse genutzt.

Für das Projektteam stehen jetzt die wissenschaftliche Auswertung der Daten und die Rückkopplung der Ergebnisse mit den Bürgerwissenschaftlern vor Ort an. Gleichzeitig werden die digitalen und interaktiven Auswertungsmöglichkeiten über die individuelle Dorfebene hinaus weiterentwickelt. Bis Ende 2019 läuft die Förderung durch das BMBF, die Landinventur will das Thünen-Institut aber weiterführen und beispielsweise die digitalen Auswertungswerkzeuge auf der Website verbessern. Ein weiterer nächster Schritt wird sein, die Landinventur von Mecklenburg-Vorpommern auf andere Bundesländer auszuweiten. ■



KONTAKT:

Thünen-Institut für
Regionalentwicklung e. V.
Projektteam Landinventur
Telefon: 030 23499748
info@landinventur.de
www.landinventur.de
www.facebook.de/landinventur

Die digitale Tante Emma

In Skandinavien gibt es sie bereits: technologiebetriebene Selbstbedienungsgeschäfte als Alternativen zum klassischen Dorfladen. Ist solch ein Dorfladen 2.0 auch in den Ortschaften im Harz möglich?

[VON ULRICH FISCHER-HIRCHERT, PETER KUßMANN UND CHRISTIAN REINBOTH]



Milch holen ums Eck statt langer Fahrten in den Nachbarort: Mit kleinen Dorfläden wollen vielerorts engagierte Bürger die örtlichen Versorgungsengpässe eigenständig schließen. Viele scheitern jedoch schlicht an der Wirtschaftlichkeit. Oft liegt der Kundestamm im niedrigen vierstelligen Bereich. So lassen sich auf Dauer meist weder ein attraktives Warenangebot noch akzeptable Öffnungszeiten aufrechterhalten.

Gleichzeitig entwickeln sich Informations- und Kommunikationstechnologien stetig weiter. Durch sie werden künftig neue Formen der Versorgung mit Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs möglich: nah am Wohnort und weitestgehend ohne Einsatz von Personal. In vielen skandinavischen Dörfern gibt es solche Märkte bereits. In Deutschland wird der Ansatz zwar viel diskutiert, bis dato jedoch nirgendwo umgesetzt. Dabei können digitale Lösungen auch dazu beitragen, die Versorgungsinfrastrukturen für alle Generationen gut erreichbar zu machen.

Ein Dorfladen 2.0 für den Harz?

In der Harzregion ist eine besonders prekäre Situation entstanden: Die Bewohner vieler Dörfer im Oberharz erreichen praktisch keine Einkaufsmöglichkeiten mehr fußläufig, für die meisten benötigen sie ein Auto. Ein automatisierter Dorfladen, der ganz oder teilweise ohne Personal geöffnet hat, könnte hier die Nahversorgung sichern – insbesondere für die weniger mobilen Senioren. Zudem hätte der Dorfladen vielleicht sogar dann noch offen, wenn selbst große Discountmärkte geschlossen haben. So würde er auch für mobile Anwohner interessant, denen zu einer ungünstigen Zeit einfällt, dass sie noch schnell etwas brauchen.

Mit einer Machbarkeitsstudie will der Technische Pflegeassistenzsysteme e. V. (Tecla) aus Wernigerode herausfinden, wie ein Dorfladen 2.0 im Harzkreis erfolgreich betrieben werden könnte. Deshalb beauftragte er im Rahmen eines einjährigen LEADER-Projektes die Hochschule Harz. Sie nahm die technischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und logistischen Rahmenbedingungen unter die

Lupe: Wie kann der Zutritt zu einem personalfreien Dorfladen geregelt werden – technisch mit möglichst geringem Aufwand und gleichzeitig barrierefrei? Welche Warenwirtschafts-, Selbstkassen- und Abrechnungssysteme gibt es am Markt? Welche davon könnten unter den örtlichen Bedingungen genutzt werden? Und welches Sortiment sollte ein solcher Supermarkt bieten, um langfristig bestehen zu können? Auch die Anforderungen der Kunden sollten berücksichtigt werden. Und nicht zuletzt der soziale Aspekt: Kann ein Supermarkt trotz personalfreier Betriebszeiten zu einem sozialen Treffpunkt werden und dazu beitragen, dass die Dorfgemeinschaft zusammenwächst?

Selbst einscannen und bezahlen

Erste Erkenntnisse – insbesondere im technischen Bereich – liegen bereits vor: Auf dem Markt gibt es schon mehrere digitale Shop-Lösungen, die ohne großen Aufwand und mit einem elektronischen Sicherheitssystem installiert werden können. Das funktioniert beispielsweise so: Möchte der Kunde während der personalfreien Zeit einkaufen, kann er den Laden mit einer personalisierten Chipkarte betreten. Sobald er alle benötigten Waren hat, erfasst er sie an Selbstbedienungskassen mit Barcode-Scannern. Alternativ könnte es eine sogenannte RFID-Checkout-Area geben. Dabei wären alle Waren mit einem Chip versehen, die beim Verlassen des Ladens automatisch ausgebucht werden – in den kassenlosen Supermärkten des Onlinehändlers Amav Bezahlt wird etwa per Kreditkarte oder über eine Einzugsermächtigung, die an die personalisierte Chipkarte gebunden ist. Videoüberwachung und das Bewusstsein, über die Chipkarte stets persönlich identifizierbar zu sein, fördern ein sozialverträgliches Verhalten im Laden und verringern Verluste durch Diebstahl.

Die technischen Voraussetzungen für die Umsetzung sind derzeit also schon gegeben. Unverzichtbar ist in jedem Fall eine stabile Internetverbindung. Zu beachten

wäre im nächsten Schritt außerdem der finanzielle Rahmen: Die einmaligen Investitionskosten für die Soft- und Hardware liegen im Bereich von mehreren Tausend Euro. Hinzu kommen Nutzungsgebühren von mehreren Hundert Euro pro Monat, die vom Umsatz für Softwareupdates sowie von Abrechnungen mit dem Zahlungsdienstleister abhängen. Wie bei jeder umfangreichen Softwarelösung sind außerdem regelmäßige Updates notwendig, um Anpassungen an aktuelle Entwicklungen sowie Sicherheitsstandards zu garantieren. Um Kosten und Aufwand zu sparen, könnten sich mehrere Dorfladen-Betreiber aus einer Region in einer genossenschaftlichen Vereinigung zusammenschließen.

Stolpersteine und Hürden

Wäre der Betrieb eines digitalen Dorfladens mit personalfreien Öffnungszeiten im Harz aber auch wirtschaftlich? Dabei geht es insbesondere um die Frage, ob die Ausdehnung der Ladenzeiten ohne zusätzliche Personalkosten auch genügend Kunden zu diesen erweiterten Öffnungszeiten anzieht, um insgesamt wirtschaftlich arbeiten zu können. Tatsächlich kann bereits das Gebäudemanagement zum Problem werden: Ein Dorfladen 2.0 braucht eine Immobilie und einen Betreiber. Dafür bieten sich lokale Vereine an – oder die Bürger betreiben den Shop selbst. Allerdings könnten private Initiativen einem solchen Projekt vielleicht weniger zugeneigt sein, da die Gewinnspanne eher klein wäre. Gleichzeitig muss der Dorfladen zeigen, dass er mehr bieten kann als nur ein abgespecktes Sortiment für Senioren: Dazu braucht es ein attraktives Angebot mit mindestens 1000 Artikeln, ergänzt durch gut sichtbare Angebote aus heimischer Produktion.

Noch schwieriger sind die rechtlichen und versicherungstechnischen Bedingungen: Die Betreiber müssen Versicherungen zum Schutz der Waren und der Kunden abschließen. Die wären durch

den Ertrag des Ladens aber kaum abzu decken. Es bleibt abzuwarten, ob die Versicherungswirtschaft hier Entgegenkommen zeigt. Um die formalen Hürden der Einführung automatisierter Dorfläden zu überwinden, sind auch die Länder und Kommunen gefragt: Sie sollten die öffentliche Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge verstehen und im Falle des Marktversagens geeignete Lösungen bereitstellen.

Pilotprojekt soll Potenziale prüfen

Welche Detailfragen noch vor Ort geklärt werden müssen, wollen die Forscher der Hochschule Harz und des Tecla e. V. in einem Pilotprojekt in der Region Harz herausfinden. Dafür arbeiten sie an Empfehlungen zu möglichen Standorten und nehmen Faktoren aus dem Umfeld der Dörfer in den Blick: die Kaufkraft, den Immobilienbestand und die Nähe zur Hauptzielgruppe Senioren. Auf dieser Basis wägen sie ab, welches marktverfügbare Kassensystem für Selbstzahler am geeignetsten ist und wie das konkrete Sortiment beschaffen sein soll. Will man beispielsweise zugunsten einer sozialen Sicherheit auf kritische Warengruppen wie hochprozentige Alkoholika verzichten? Der Verein Tecla wird nach Abschluss des Projektes mit den Ergebnissen der Machbarkeitsstudie an die Kommunen im Harz herantreten, um gemeinsam ein Best-Practice-Beispiel zu realisieren. ■

SERVICE:

Mehr zum Projekt unter:
www.mytecla.de/de/digishop-harz.html



KONTAKT:

Prof. Ulrich Fischer-Hirchert
Hochschule Harz
Telefon: 03943 659-351
ufischerhirchert@hs-harz.de
www.hs-harz.de

Vielfalt zum Standard machen



Je größer die biologische Vielfalt auf dem Feld, desto vielfältiger ist das Angebot an Lebensmitteln. Im EU-LIFE Projekt „Food & Biodiversity“ arbeiten sieben europäische Organisationen daran, beides zu erhalten.

[VON TOBIAS LUDES]

Dank der Landwirtschaft sind die Supermarktregale in Europa gut gefüllt und locken mit einer Vielfalt verschiedener Produkte. Doch die landwirtschaftliche Produktion ist auch für rund 60 Prozent des weltweiten Verlusts von Biodiversität auf dem Land verantwortlich. So gelten in Deutschland über 40 Prozent der etwa 560 Wildbienenarten als in ihrem Bestand gefährdet. Dabei sind sie als Bestäuber besonders wichtig für ihre Ökosysteme. Auch im Boden schwindet die Vielfalt. In Europa haben 45 Prozent der Böden an organischer Substanz verloren. Die Abnahme von Humusgehalt und Bodenlebewesen wirkt sich auf die Fruchtbarkeit und damit die Ernten aus.

Lebensmittelstandards nutzen

Gleichzeitig steigt in Europa und allen voran in Deutschland die Nachfrage nach umweltfreundlich produzierten Lebensmitteln. Es gilt, diesen Absatzmarkt zu bedienen. Lebensmittelproduzierende und -handelnde Unternehmen finden sich also in einem Arbeitsfeld wieder, bei dem es um den Schutz der noch vorhandenen Vielfalt an Lebewesen und Lebensräumen geht. Dabei wirtschaften über 80 Prozent der europäischen Landwirte konventionell. Insbesondere diese Betriebe können einen wesentlichen Beitrag zum Schutz der Biodiversität leisten.

Neben gesetzlichen Vorgaben greift die Lebensmittelbranche auf zahlreiche Standards und Labels zurück, um die Qualität eines Produkts oder einer Produktionsweise zu garantieren: Mehr als 100 gibt es davon alleine für den deutschen Markt. Unternehmenseigene Einkaufsrichtlinien verbinden dabei die landwirtschaftliche Produktion mit den Konsumentenwünschen. Lassen sich diese Vorgaben zum Schutz der biologischen Vielfalt nutzen?

Vielfalt EU-weit schützen

Um die Biodiversität in der europäischen Landwirtschaft zu stärken, haben sich im Projekt Food & Biodiversity, das von 2016 bis 2020 über das EU-Programm LIFE gefördert wird, sieben Organisationen zusammengeschlossen. Das Projekt wird zudem von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt gefördert und ist als Kerninitiative des „UN Sustainable Food Systems Programme“ anerkannt. „Wir wollen die Lebensmittelbranche dabei unterstützen, ihrer Verantwortung nachzugehen“, sagt Marion Hammerl, die mit der Bodensee-Stiftung als deutscher Partner beim Projekt mitwirkt. Hauptziel ist es, Standards, Labels und Einkaufsrichtlinien zu Instrumenten für einen wirkungsvollen Schutz der biologischen Vielfalt weiterzuentwickeln. Eine Analyse von über 50 regionalen, nationalen und internationalen Gütesiegeln und Beschaffungsrichtlinien hat ergeben, dass derartige Kriterien bisher nicht ausreichend vorhanden sind.

Aufbauend auf einen Stakeholderdialog mit der Lebensmittelbranche wurden deshalb Empfehlungen für wirkungsvolle Kriterien zum Schutz der Biodiversität in Standards für die Lebensmittelbranche und Beschaffungsrichtlinien von Lebensmittelunternehmen erarbeitet. Standards wie Fairtrade Deutschland, Union for Ethical Biotrade (UEBT) und Gesicherte Qualität Baden-Württemberg sowie Unternehmen wie Nestlé, Kaufland und Albgold unterstützten die Arbeiten. Die Empfehlungen können nun von Standardorganisationen und Unternehmen dafür genutzt werden, ihre Kriterien zu überarbeiten. Handlungsmöglichkeiten gibt es viele: Zum einen können Habitate geschaffen, geschützt oder beispielsweise durch Blühstreifen aufgewertet, andererseits negative Faktoren wie der Einsatz von Pestiziden verringert werden. Einen Teil der möglichen Maßnah-



men testen aktuell 71 ökologische und konventionelle Pilotbetriebe in Deutschland, Frankreich, Spanien und Portugal – und erzielen dabei positive Ergebnisse.

Grünes Licht für gute Praxis

Um Landwirte und ihre Berater dabei zu unterstützen, sinnvolle Maßnahmenpläne für mehr Biodiversität in ihren Betrieben zu erarbeiten und umzusetzen, wurde das Biodiversity Performance Tool (BPT) entwickelt. Es stellt Stärken und Schwächen eines Betriebs in Bezug auf die biologische Vielfalt heraus und zeigt Möglichkeiten auf, um deren Schutz zu verbessern. Zu Beginn wird die Ausgangslage des Betriebs erfasst: Die Landschaftsumgebung, die Betriebspraktiken, aber auch sozioökonomische Faktoren spielen dabei eine Rolle. Das Ziel ist, sowohl quantitative als auch qualitative Aspekte der Vielfalt zu erfassen, beispielsweise die Anzahl naturnaher Hecken sowie deren Struktur und Zusammensetzung. Das BPT stellt das betriebliche Potenzial für Biodiversität anhand eines Ampelsystems dar. Eine grüne Ampel bedeutet, dass der Betrieb im Bereich der sehr guten landwirtschaftlichen Praxis liegt. Dabei berücksichtigt die Auswertung 78 Indikatoren: Einen grünen Indikator „Blühstreifen“ erhält beispielsweise der Landwirt, der diverse, mehrjährige Blühstreifen einjährig, so erscheint der Indikator gelb, es gibt also Verbesserungspotenzial. Fehlen Blühstreifen, wird der Indikator rot dargestellt. Gleichzeitig wird ein Biodiversity Action Plan (BAP) generiert: Er schlägt dem Landwirt eine Liste an Maßnahmen vor, um seine „Biodiversity Performance“ zu verbessern und liefert Hinweise auf positive Wirkungen sowie soziale und ökonomische Aspekte.

Das BPT ist also eine niederschwellige Möglichkeit, Biodiversität in landwirtschaftlichen Betrieben zu etablieren und kontinuierlich zu verbessern. Es unterstützt aber auch Auditoren und Zertifizierer von Standards sowie Produkt-, Qualitäts- und Beschaffungsmanager von Lebensmittelunternehmen: Sie bekommen einen schnellen Überblick darüber, welche Leistungen ihre zertifizierten Betriebe für die biologische Vielfalt erbringen. Und mit dem Biodiversity Action Plan sind sogenannte Action

Fact Sheets verknüpft, die Beratern, Zertifizierern und Produktmanagern die Umsetzung der Maßnahmen erklären und deren Nutzen im Detail erläutern.

Eine weitere Hilfestellung für Standards und Labels liefert eine Monitoring-Datenbank, die ab November als Testversion verfügbar ist. Mit insgesamt 25 Indikatoren können in der Datenbank Biodiversitätsleistungen von zertifizierten Betrieben sowohl standard- und unternehmensspezifisch als auch standardübergreifend ausgewertet werden. Damit wird ein Defizit bearbeitet: Bei kaum einem Standard wird derzeit überprüft, welche Wirkungen die Kriterien tatsächlich auf die biologische Vielfalt haben. Dieses übergreifende Monitoring soll Audit-Daten analysieren und die Quantität und Qualität von Maßnahmen erfassen, mit denen beispielsweise ökologische Strukturen wie Hecken, Baumgruppen, Teiche oder Blühstreifen entstehen oder gepflegt werden.

Vorbilder sichtbar machen

Während in der Europäischen Agrarpolitik darüber diskutiert wird, wie eine Ökologisierung der landwirtschaftlichen Förderung aussehen könnte, schließt sich der Lebensmittelsektor zusammen und nimmt die biologische Vielfalt in den Fokus. Im kommenden Jahr soll eine gemeinsame Initiative ins Leben gerufen werden: Lebensmitteleinzelhändler und -produzenten, Akteure und Verbände aus der Landwirtschaft arbeiten gemeinsam an Basis-Kriterien, die den Schutz der Biodiversität gewährleisten. So wollen sie ein gemeinsames Monitoring für den Erfolg der eingesetzten Maßnahmen aufbauen. Zum einen sollen dadurch ökologische Strukturen umfangreich geschützt und, wo möglich, erneuert werden. Zum anderen stehen Best-Practice-Ansätze als Vorbilder einer guten fachlichen Praxis im Fokus. Eines ist dabei für alle Beteiligten klar: Entsteht dem landwirtschaftlichen Betrieb durch die biodiversitätsfördernden Maßnahmen eine finanzielle Belastung, so soll diese ausgeglichen werden. Die Initiative erfreut sich einer regen Beteiligung. Weitere Stakeholder sind willkommen. ■

1 Weizen, der in weiter Reihe angebaut wird, fördert die Biodiversität im Acker: So entsteht Platz, damit sich auch seltene Arten wie der Acker-Rittersporn ansiedeln können.

2 Blühstreifen aus gebietsheimischem Saatgut sind eine Möglichkeit, Biodiversität am Ackerrand zu fördern.

3 Steine, die im Acker aufgelesen und aufgestapelt werden, ziehen wärmeliebende Arten, darunter verschiedene Insekten und Amphibien, an.

SERVICE:

Zum Weiterlesen:

Mehr Informationen über das Projekt finden Sie unter www.food-biodiversity.eu



KONTAKT:

Tobias Ludes
Global Nature Fund
Telefon: 0228 1848694-15
ludes@globalnature.org
www.globalnature.org

Am Erfolg messen

Es stärkt das Verantwortungsbewusstsein der Landwirte, wenn die Ergebnisse ihrer Umweltleistungen honoriert werden. Ein internationales Netzwerk will diesen Gedanken weiterverfolgen. [VON SIMON KEELAN]



Teilnehmer der Tagung, die sich in Wien über neue Ideen für die Förderung austauschten

Mit Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen (AUKM) verfolgt die Förderpolitik verschiedene Ziele, beispielsweise artenreiches Grünland zu erhalten. In der Regel werden die Landwirte dabei dafür gefördert, dass sie bestimmte Auflagen einhalten und umsetzen – unabhängig davon, ob tatsächlich eine artenreiche Wiese entstanden ist. Anders bei den sogenannten Kennartenprogrammen: Um eine Förderung zu erhalten, weisen die Landwirte nach, dass bestimmte Pflanzenarten, die beispielsweise für eine Glatthaferwiese charakteristisch sind, auf einer Fläche wachsen. Die Bewirtschaftungsmethoden und Nutzungszeiträume können sie frei wählen. Das bietet den Landwirten betriebliche Flexibilität. Kennartenprogramme haben sich erfolgreich in der Förderlandschaft etabliert. Allerdings gelten sie nur für vergleichsweise geringe Flächen.

Könnte man den Ansatz stärken und weiter verbreiten? Mit dieser Frage lud das österreichische Naturschutzbüro Suske Consulting im September Vertreter aus Landwirtschaft und Naturschutz zu einer Tagung nach Wien ein: Über 50 Teilnehmer aus 17 Ländern kamen zusammen, um sich über bestehende ergebnisorientierte

AUKM in der EU auszutauschen. Österreich hat das System mit einem ergebnisorientierten Naturschutzplan bereits auf andere Biotope ausgeweitet.

Ansätze weiterentwickelt

Zudem haben sich in den vergangenen Jahren einige Pilotprojekte damit befasst, die Herangehensweise weiterzuentwickeln. Die zentrale Frage, die viele Akteure beschäftigt, ist: Wie kann man auch andere Ökosystemleistungen der Landwirtschaft – etwa den Boden- oder Klimaschutz – erfolgsorientiert honorieren? Eine Herausforderung ist dabei, geeignete Indikatoren zu finden, die eine Maßnahmenwirkung belegen und gleichzeitig überprüfbar sind.

Schweden bietet eine ergebnisorientierte Maßnahme an, die das Konfliktpotenzial zwischen Wölfen und Weidetierhaltern minimieren soll. Als Indikator nutzt es in der Region nachgewiesene Wolfsrudel, für die jeweils eine Pauschalzahlung an die Weidetierhalter geht. Dadurch werden Schutzvorkehrungen finanziell unterstützt und etwaige Risse entschädigt, ohne dass diese nachgewiesen werden müssen. Gleichzeitig setzt das Land damit einen finanziellen Anreiz, Wölfe als Teil der Kulturlandschaft zu akzeptieren.

Einen gesamtbetrieblichen Ansatz hat Irland in einem EIP-Agri-Projekt entwickelt und getestet: Dabei wurden die Ökosystemqualität landwirtschaftlicher Flächen bewertet, die teilnehmenden Betriebe beraten und ein Punktesystem entwickelt. Die erreichte Punktzahl ist der Indikator und ausschlaggebend für eine Auszahlung. Es wird nun geprüft, ob und wie dieser Ansatz in die Regelförderung übertragbar ist.

Internationales Netzwerk

Auf europäischer Ebene will man die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) verstärkt an ihren Erfolgen messen. Es ist also Zeit für neue Ideen und innovative Ansätze, um Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen effizienter und zielorientierter zu gestalten und gleichzeitig den Betriebsleitern bei der Umsetzung mehr Spielräume zu geben und mehr Eigenverantwortung zu übertragen. Ausgehend von der Tagung in Wien hat sich deshalb ein Netzwerk mit Vertretern aus Forschung, Verwaltung, Beratung und Projektentwicklung aus zahlreichen europäischen Ländern gegründet, das den Austausch und Wissenstransfer fördern will. Ein gemeinsamer Internetauftritt soll Informationen zu ergebnisorientierten Ansätzen sammeln und Hilfestellungen bei deren Weiterentwicklung anbieten. Zudem sind regelmäßige Online-Meetings geplant, um Aktuelles zu besprechen und Fragen zu klären. Bei jährlichen Treffen sollen insbesondere Praxisbeispiele bei Landwirten vor Ort besichtigt werden. ■

SERVICE:

Wenn Sie am Netzwerk teilhaben möchten, kontaktieren Sie das Team von Suske Consulting unter network@themanatur.eu.

Mehr zu ergebnisorientierten Ansätzen in der EU: www.ec.europa.eu/environment/nature/rbaps/index_en.htm



KONTAKT:

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

Zum Fokusthema der nächsten Ausgabe:
Fair und regional: Vermarktungsperspektiven

DIE POSITION

Umwelleistungen der Schäfer müssen honoriert werden

Klaus König ist Geschäftsführer des Landschaftspflegeverbands (LPV) Landkreis Göttingen e. V.

„
Regionale
Wertschöpfungs-
ketten aufzubauen,
kostet sehr
viel Geld.“

Auch die Letzten merken es langsam: Dem Schäfer in Deutschland geht es schlecht. Der Berufsstand droht im nächsten Jahrzehnt in vielen Regionen komplett auszuscheiden. Fast alle Hauptidealbetriebe wirtschaften seit vielen Jahren weit unter dem gesetzlich festgelegten Mindestlohn und oft auf Kosten der gesamten Familie. Eine ständig steigende Arbeitsbelastung herrscht vor, kein freies Wochenende und 365 Tage im Jahr Schafe versorgen. In der Summe kein Erfolgsmodell für junge Menschen. Dementsprechend lernt fast niemand mehr das Schäferhandwerk und Betriebsnachfolger sind Mangelware.

Oft kommt der wohlgemeinte Ratschlag, der Schäfer müsse doch mal besser seine Lämmer vermarkten und alles wird gut. In einigen Regionen Deutschlands gibt es seit längerem Vermarktungsaktivitäten für Lammfleisch, die zumeist über staatliche Modellprojekte angeschoben und gefördert werden. Insbesondere in touristisch geprägten Regionen mit einer noch vorhandenen gebietsspezifischen Gastronomie besteht eine Nachfrage nach Identität stiftenden Gerichten: Das regionale Lamm als

Werbeträger unserer Landschaften mit Wohlfühl- und Genussfaktor.

Trotzdem sollten wir die Situation nüchtern beurteilen. Der Schäfer ist Spezialist für seine Tiere und die Weidewirtschaft. Er hat nur selten Zeit und die Fähigkeiten für den Aufbau einer umfangreichen Direktvermarktung. Regionale Wertschöpfungsketten sind in vielen Gebieten nicht mehr vorhanden. Sie neu aufzubauen, kostet sehr viel Geld und setzt zudem qualifizierte Menschen für Schlachtung, Verarbeitung und Vertriebslogistik voraus. Diese Leistungen bringen heute nicht genug Geld ein, um zusätzliches Personal für die Regionalvermarktung zu finanzieren. Lammfleisch trägt daher oft nur noch weniger als die Hälfte zum Einkommen der Schäfer bei, spezialisierte Landschaftspflegebetriebe erhalten bis zu zwei Drittel ihrer Einnahmen aus staatlichen Programmen. Diese Umwelleistungen der Schäfer müssen aber besser honoriert werden. Ein zielgerichteter Einsatz von Geldern in der Agrarförderung und für den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten ist das Gebot der Stunde, um die letzten Schäfer in unseren Landschaften zu halten.



Stimmen Sie dem zu? Oder sehen Sie es anders?

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

LESERBRIEF zu Ausgabe 2.19: Bürger und Kommune

Die Zusammenarbeit von Bürgern, Kommunen und Verwaltung ist erst ein zartes Pflänzchen. Woran es wohl liegen mag? Die Ausgabe „Bürger und Kommune“ von LandInForm bringt uns hier einen Schritt weiter. Ergo: Es liegt nicht am Bürger!!!!

Leider gibt es noch zu viele Bremser. Wie bei uns – in einem Dorf mit 1 500 Einwohnern. Der Gemeinderat hat auf Treiben des Bürgermeisters – einem Landwirt – einstimmig beschlossen, dass unsere Baum-Paten in der Bürgerinitiative bis 2022 keine Obstbäume mehr an Feldwegen als Ersatz für trockene und tote Birken pflanzen dürfen. Da kommen mir die Themen in der Ausgabe 2.19 mit dem Titel „Zusammen geht's besser“ sehr entgegen.

» Heinz-Dieter Hünecke, Schwaförden

angelesen



Wissen, was der Natur hilft

Über den Insektenrückgang und den Verlust biologischer Vielfalt in der Agrarlandschaft scheinen alle zu diskutieren; auch Landwirte setzen sich zunehmend mit diesen Themen auseinander. Aber was können sie konkret tun? Welche Maßnahmen sind sinnvoll und welche Arten profitieren davon? Viele dieser Fragen behandelt der AgrarNatur-Ratgeber. Das kompakte Ringbuch beschreibt anhand von 20 Pflanzen- und 26 Tierarten Biotope in der Agrarlandschaft und stellt zu ihnen passende Maßnahmen dar. So bevorzugt der Feldhase eine offene, strukturreiche Feldflur – der Landwirt kann diesen Lebensraum beispielsweise mit Ackerbrachen und -säumen fördern.

Der Ratgeber ist übersichtlich geordnet, anschaulich gestaltet und bebildet. Hilfreich ist die Gebrauchsanweisung zu Beginn, die die Darstellungen der Steckbriefe erklärt. Tabellen, die Maßnahmen und Leitarten einander gegenüberstellen, erleichtern einzuschätzen, was sich wofür geeignet.

Tatsächlich gibt es bereits einige solcher Ratgeber – und eine Spezialberatung für interessierte Betriebe können sie alle nicht ersetzen. Neu bei diesem Kompendium ist die Herangehensweise: Lebensraumansprüche von bestimmten Leitarten werden mit fördernden Maßnahmen verknüpft. Das versetzt den lesenden Landwirt in die Lage, die eigenen Möglichkeiten zur Förderung von Arten auf seinem Betrieb zu erkennen, abzuwägen und zielartenorientiert umzusetzen. Der Ratgeber richtet sich zudem an Biodiversitätsberater und bietet landwirtschaftlichen Beratern anderer Fachrichtungen einen Mehrwert, wenn das Thema biologische Vielfalt in der Produktion weiterhin an Bedeutung gewinnt. [sik]

Nadine Becker, Thomas Muchow, Dr. Martin Schmelzer: **AgrarNatur-Ratgeber – Arten erkennen – Maßnahmen umsetzen – Vielfalt bewahren**, Stiftung Rheinische Kulturlandschaft (Hrsg.), Bonn 2019, 220 Seiten, 11 Euro, Bestellung unter www.rheinische-kulturlandschaften.de



Demokratie entwickeln

Warum reden wir oft übereinander, aber selten miteinander? Das fragt sich vielleicht manch einer angesichts einer Diskussions- und Kommunikationskultur in Politik und Gesellschaft, in der narzisstisch geprägte Medien wie Twitter zunehmend an Raum gewinnen. Um neue Wege zu beschreiben und einen intensiven Austausch aller zu ermöglichen, entwickelten Florian Wenzel und Christian Boeser-Schnebel im Rahmen eines Modellprojekts der Bundeszentrale für politische Bildung im ländlichen Raum in Oberbayern das Konzept der „Dorfgespräche“.

Mit dem vorliegenden Handbuch richten sie sich an kommunale Verantwortungsträger, Projektverantwortliche und insbesondere an engagierte Bürger, die vor Ort Veränderungsprozesse anstoßen wollen. Sie führen die Leser in das Konzept von Wertedialogen als Beitrag zur Demokratieentwicklung im ländlichen Raum ein und geben einen praxis- und handlungsorientierten Überblick über ihre Erfahrungen.

Im Teil A der Handreichung erläutern die Autoren das Besondere am Dorfgespräch, beispielsweise die Gestaltung eines neuen „Wir“. Sie zeigen, wodurch sich der Ansatz von anderen dialogorientierten Formen und Verfahren der Bürgerbeteiligung unterscheidet und was ihn trägt. Teil B beschreibt die Umsetzung. Die Hinweise zum praktischen Vorgehen sind dabei in die Bereiche Beteiligung, Motivation, Dialog und Verstetigung gegliedert. Die Autoren bieten zudem Drehbücher mit detaillierten Beschreibungen und Hilfestellungen zu den einzelnen Methoden, beispielsweise „Dialogabend meine Werte – deine Werte“, an.

Dieses Handbuch liefert spannende Hinweise und Hilfestellungen für alle, die gemeinsam mit ihren Mitbürgern die Zukunft ihres Ortes aktiv gestalten wollen. [mok]

Florian Wenzel, Christian Boeser-Schnebel: **Dorfgespräch. Ein Beitrag zur Demokratieentwicklung im ländlichen Raum**, Arbeitshilfen für Selbsthilfe- und Bürgerinitiativen Nr. 53, Verlag Stiftung Mitarbeit, 2019, 120 Seiten, 12 Euro, ISBN 978-3-941143-37-1

angekündigt

KMU innovativ: Biodiversität

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert mit der Maßnahme „KMU innovativ: Ressourceneffizienz und Klimaschutz“ Einzelprojekte von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sowie Verbundprojekte, an denen sich KMU beteiligen oder von denen sie profitieren. Die Themenschwerpunkte sind Rohstoffeffizienz, Energieeffizienz und Klimaschutz, nachhaltiges Wassermanagement, nachhaltiges Flächenmanagement und, neu seit diesem Sommer, Erhaltung der biologischen Vielfalt. Projektskizzen werden jeweils am 15. Oktober und 15. April eines Jahres bewertet. [arh]

www.bmbf.de/de/kmu-innovativ-ressourcen-und-energieeffizienz-612.html

Musik vor Ort

Der Bundesmusikverband Chor und Orchester hat ein Förderprogramm für Musikprojekte in ländlichen Räumen ausgeschrieben. Projekte in Gemeinden mit bis zu 20 000 Einwohnern, die im Zeitraum vom 31. März 2020 bis 31. März 2021 stattfinden und das gemeinsame Singen und Musizieren unterstützen, werden mit bis zu 25 000 Euro gefördert. Anträge können bis 12. Januar 2020 eingereicht werden. [arh]

www.musik-vor-ort.de

Neuland gewinnen

Die Robert Bosch Stiftung ruft im Rahmen ihres Programms „Neulandgewinner. Zukunft erfinden vor Ort“ Vereine, Initiativen und privat Engagierte in den ostdeutschen Ländern dazu auf, sich mit Ideen zu bewerben, wie der gesellschaftliche Zusammenhalt vor Ort gestärkt werden kann. 20 Projekte werden über zwei Jahre mit insgesamt einer Million Euro gefördert und beratend begleitet. Bewerbungsschluss ist der 16. Februar 2020. [arh]

www.neulandgewinner.de

LandInForm

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

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

Einverständniserklärung (Bitte ankreuzen!)

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

Name _____

Institution _____

Ggf. LAG-Name (LEADER) _____

Postanschrift _____

Telefon _____ E-Mail _____

Funktion des Abonnenten _____ Arbeitsfeld der Institution _____

Unterschrift _____

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

bitte
freimachen

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

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

Im Fokus unserer nächsten Ausgabe:
Fair und regional: Vermarktungsperspektiven



Termine

14. Januar	BMU-Agrarkongress 2020 Kongress in Berlin	www.bmu.de/veranstaltung/bmu-agrarkongress-2020 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)
22. und 23. Januar	Zukunftsforum Ländliche Entwicklung Veranstaltung bei der Internationalen Grünen Woche in Berlin	www.zukunftsforum-laendliche-entwicklung.de Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
23. Januar	Neue Akteure auf dem Land – Kultur, Kirche, Raumpioniere ✨ Workshop beim Zukunftsforum Ländliche Entwicklung in Berlin Infos auf Seite 9	www.netzwerk-laendlicher-raum.de/zukunftsforum DVS, Bundesarbeitsgemeinschaft der LEADER-Aktionsgruppen (BAG LAG), Agrarsoziale Gesellschaft (ASG)
28. und 29. Januar	Mehr als Kärtchen – neue Wege in der Beteiligung und im Management von Kooperationsprojekten ✨ Schulung in Bad Neuenahr Infos auf Seite 9	www.netzwerk-laendlicher-raum.de/ beteiligung DVS
10. März	13. Klimaschutzkonferenz – Kommunen aktiv für den Klimaschutz Veranstaltung in Bonn	www.dstgb.de > Veranstaltungen Deutscher Städte- und Gemeindebund (DStGB)

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

Unser Fokuscartoon von Mele

