

Von der Zweiten Säule zum zweiten Standbein?

**Die neue Förderung des ländlichen Raumes
Loccumer Landwirtschaftstagung 2007**

**Tagung der Evangelischen Akademie Loccum vom 2. bis 4. Februar 2007
Gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz**

**Regional- und Projektmanagement
aus Sicht der LEB-Dienstleistungsagentur**

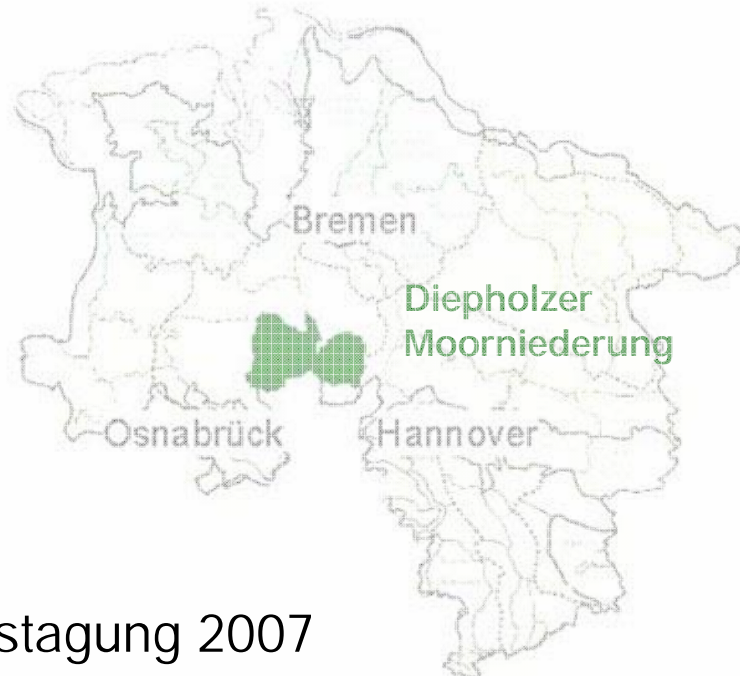
**Dienstleistungsagentur für Regionalvermarktung,
Ländliche Erwachsenenbildung in Niedersachsen, Sulingen**

Dienstleistungsagentur für Regionalvermarktung



IHR BILDUNGSPARTNER

Dr. Cord Petermann



gefördert von
der Deutschen Bundes-
stiftung Umwelt (DBU)



der
Europäischen Union /
GLL Sulingen



Loccumer Landwirtschaftstagung 2007

Von der Zweiten Säule zum zweiten Standbein?

Regional- und Projektmanagement aus Sicht der LEB-Dienstleistungsagentur



IHR BILDUNGSPARTNER

■ Die LEB - ein intermediärer Träger

Die LEB ist als Bildungsträger in besonderer Weise geeignet, um eine (intermediäre) Dienstleistungsagentur zu tragen:

- die LEB ist landesweit und in der Region etabliert
- die LEB nimmt sich seit Jahren u.a. folgender Themen an
 - Landwirtschaft: Management, Marketing, Direktvermarktung
Qualitätsmanagement, Landschaftspflege
 - Umweltbildung: regenerative Energien, insbes.
Windkraft und Biogas
 - Tourismus: Ausbildung von Gäste- und
Landschaftsführer/innen
- die LEB ist einerseits eng mit Organisationen der Landwirtschaft verzahnt (Landvolk, Landwirtschaftskammer), kann andererseits relativ unabhängig von diesen agieren und ist damit in der Lage Themen zu besetzen, die von landwirtschaftlichen Organisationen bislang zögerlich aufgegriffen werden

LEB-Niedersachsen:

- 80 hauptberufliche Mitarbeiter/innen
- 12 hauptberufliche Beratungsbüros
- Landeszentrale in Hannover

LEB-Partner in Nds.:

- mehr als 3000 Vereine, Gruppen, Arbeitskreise
- 37 Kreisarbeitsgemeinschaften
- 8 Ländliche Heimvolkshochschulen
- 20 Landesverbände und Organisationen



■ Aus unserer Region - für unsere Region

Wir haben Projekterfahrung in den Bereichen Regionalentwicklung und -vermarktung, Tourismus, Naturschutz und Umweltbildung. Wir wollen mit unterschiedlichen Partnern aus diesen Bereichen zusammenarbeiten und sehen unsere Aufgabe darin, dies für die Entwicklung der Region zu nutzen.

■ Wir helfen, den Weg freizumachen

Wir wollen nicht nur gute Tipps geben, sondern gemeinsame Projekte initiieren, die die Region voranbringen sollen. Projekte, d.h. zeitlich und finanziell klar abgegrenzte Vorhaben, sind ein geeignetes Mittel, um Neuland zu beschreiten. Die vorhandenen Ideen hierzu müssen identifiziert und strukturiert werden. Aus den Ideen entwickelte Projekte müssen auf ihre Machbarkeit überprüft werden. Das Risiko, mit dem Vorhaben zu scheitern, wird dadurch begrenzt.

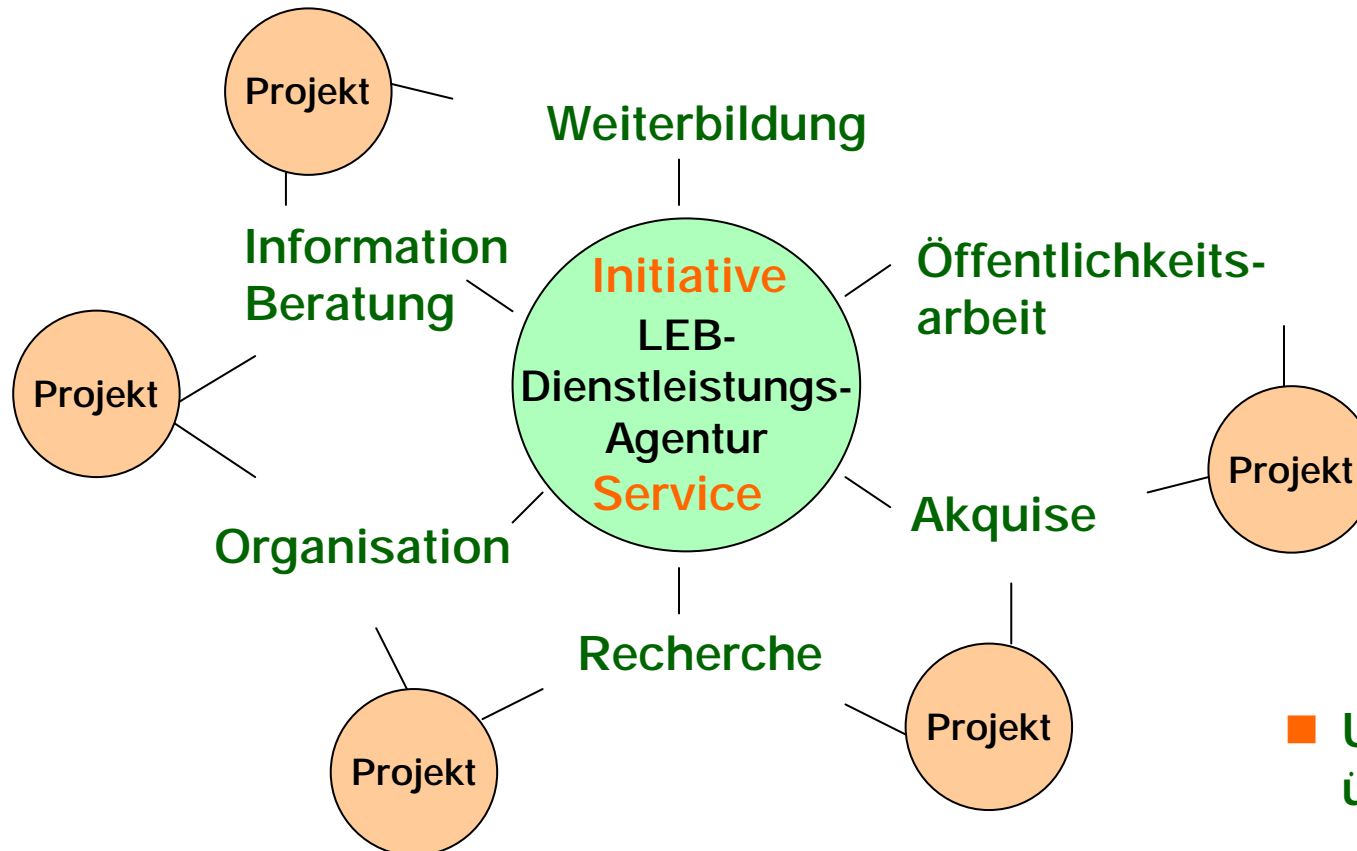
■ Zusammenarbeiten - Über Grenzen hinweg

Wir können den Austausch fördern - sowohl innerhalb der Region als auch nach außen: Hierzu bietet es sich an, bspw. einen Vermarkterstammtisch einzurichten, Exkursionen zu organisieren und das Arbeiten an gemeinsamen Projekten durch Beispiele vorzubereiten.



IHR BILDUNGSPARTNER

■ Initiativarbeit und Serviceleistungen



■ Umsetzung über Projekte

Dienstleistungsagentur für Regionalvermarktung

Projekte im Überblick



IHR BILDUNGSPARTNER

- Regionalprodukte-Korb
- Gastronomische Schnuckenwochen
- Schnucken-Stories
- Präsentation von Regionalprodukten
- Regionalvermarkter – Know-How
- Marktplatz für Regionalprodukte

The collage displays several project materials:

- Regionalprodukte-Korb der Diepholzer Moorniederung:** A brochure explaining the 'Regionalprodukte-Korb' concept, listing regional products like 'Diepholzer Mieseler' and 'Diepholzer Mieseler'.
- Schnucken-Wochen in der Diepholzer Moorniederung:** A brochure for 'Schnucken-Wochen', detailing the 'Schnucken-Wochen' and 'Schnucken-Stories'.
- Schnucken-Stories aus der Diepholzer Moorniederung:** A brochure for 'Schnucken-Stories', featuring a sheep and text about 'Schnucken-Stories'.
- Präsentation von Regionalprodukten der Diepholzer Moorniederung:** A brochure for 'Präsentation von Regionalprodukten', showing various regional products.
- Vermarkter-Know-How für die Diepholzer Moorniederung:** A brochure for 'Vermarkter-Know-How', providing information for regional marketers.
- Marktplatz für Regionalprodukte:** A brochure for 'Marktplatz für Regionalprodukte', detailing the 'Marktplatz für Regionalprodukte'.



■ Naturschutz als Querschnittsthema der Projekte

Naturschutz steht auf den ersten Blick nicht im Mittelpunkt der Arbeit – stattdessen wird das Thema „Naturschutz“ indirekt über die Projekte thematisiert und zieht sich wie ein „grüner Faden“ durch die Vorhaben der Agentur:

- Die **Diepholzer Moorschnucke**, das regionale Aushängeschild für die Landschaftspflege, zieht sich als **Leitthema** durch die Projektarbeit. Die Marketing-Aktivitäten rund um die Diepholzer Moorschnucke sind wegweisend auch für andere Regionalprodukte. So wird bei unterschiedlichsten Fragen immer wieder auf das Beispiel „Moorschnucke“ verwiesen.
- Das Produkt und seine **Geschichte** sind zentraler Ansatz der Regionalvermarktung – über die mit den Produkten verknüpften **Emotionen** wird das Thema Naturschutz transportiert und erreicht so den Verbraucher.
- Die **Produktionskriterien** für Regionalprodukte werden naturschutzrelevante Aspekte beinhalten und erreichen so den teilnehmenden Erzeuger.



■ Regional- und Projektmanagement vernetzen

Regionalmanagement baut auf Projekten auf – für deren kooperative Umsetzung sind auch personelle Ressourcen erforderlich:

- **Regionalmanagement** braucht eine Arbeitsbasis, auf der angeschobene Diskussionen und Entwicklungsmaßnahmen kooperativ umgesetzt werden.
- Eine besondere Bedeutung kommt hierbei der Arbeit über **Projekte** zu, also zeitlich begrenzten Vorhaben mit einem definierten Zeitrahmen und einem klaren Mittelbedarf.
- Projekte können **unterschiedliche Rollen** haben, sie können
 - der Aktivierung und Vernetzung von Akteuren dienen;
 - helfen, mit begrenztem Risiko neue Dinge auszuprobieren;
 - nachvollziehbare Beispiele für Dritte geben;
 - schnelle Erfolge aufzeigen, die zu weiteren Aktivitäten motivieren.

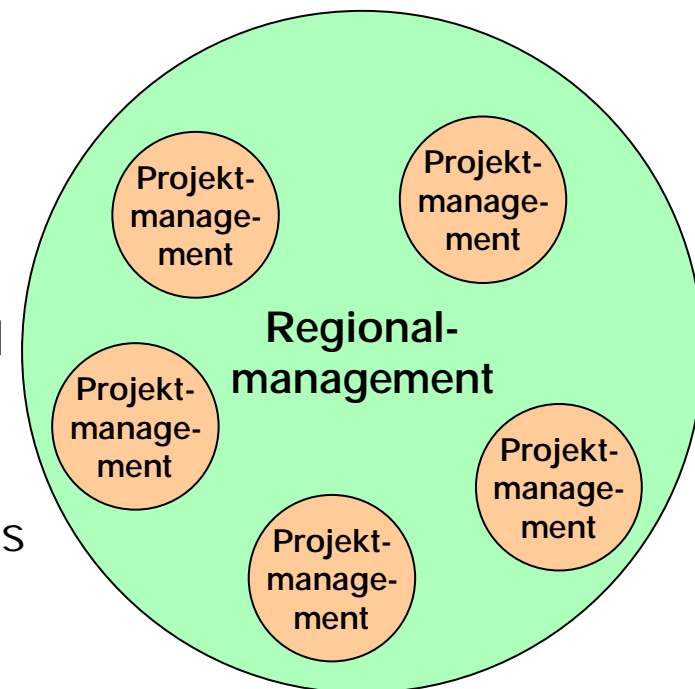


■ Förderung von Regionalmanagement

Damit die Förderung nicht ins Leere läuft:

- Für das **Regionalmanagement** sind gewisse Mindestgrößen von Regionen erforderlich, die bspw. vom Zuschnitt touristischer Vermarktungskonzepte oder möglicher Erzeugungs- und Vermarktungsgebiete von l.d.w. Regionalprodukten abhängen – diese sind i.d.R. größer als einzelne Landkreise
- Für **Projekte** müssen überschaubare Größenordnung vorliegen – sowohl räumlich als auch zeitlich

Zum Regionalmanagement gehört das Projektmanagement – beide Aufgaben bedürfen der Förderung!





■ Mitarbeiter

Dr.-Ing. Cord Petermann
Dipl.-Ing. Maria Roggenbuck
Dipl.-Ing. Ursula Tröndle

■ Adresse

Ländliche Erwachsenenbildung
in Niedersachsen e.V.

Dienstleistungsagentur für Regionalvermarktung

Lange Straße 65 - 27232 Sulingen

FON 04271 - 781461

FAX 04271 - 781462

EMAIL cord.petermann@leb.de

www.dienstleistungsagentur.leb.de

■ Anfahrt

Sie erreichen uns im Stadtzentrum von Sulingen - in Sulingen treffen sich die B 61 (Bremen - Minden) und die B 214 (Nienburg - Diepholz). Die Dienstleistungsagentur finden Sie in der "Alten Bürgermeisterei", die an der Ecke Lange Straße / Galtener Straße liegt (gegenüber der St. Nicolai Kirche).



03/07: Von der Zweiten Säule zum zweiten Standbein?

Die neue Förderung des ländlichen Raumes

Loccumer Landwirtschaftstagung 2007

2. bis 4. Februar 2007

Zum Thema

Der landwirtschaftliche Strukturwandel und die demographischen Veränderungen stellen die ländlichen Räume vor neue Herausforderungen. Wie können sie auch zukünftig als Lebensraum und Wirtschaftsstandort attraktiv bleiben?

Nach der Reform der ersten Säule der Agrarpolitik, die die Marktorientierung der landwirtschaftlichen Erzeugung stärken sollte, steht nun die „Zweite Säule“ – die Förderung des ländlichen Raumes – vor der Reform: In Kürze beginnt die neue Förderperiode 2007 bis 2013. In den nächsten Monaten erfolgen wichtige Weichenstellungen über die Vergabe von Fördermitteln. Was ist zu tun, damit sich die „Zweite Säule“ tatsächlich zu einem zweiten „Standbein“ für die Menschen im ländlichen Raum entwickelt?

Auf der Tagung werden die neuen Förderinstrumente und Beispiele ihrer Nutzung vorgestellt und diskutiert. Es wird aber auch über die Frage gestritten, wohin sich die Förderpolitik mittelfristig bewegen soll: Soll primär gefördert werden, was Wachstum und mehr Arbeitsplätze verspricht, oder sollen die benachteiligten Regionen unterstützt werden? Wie sollen zukünftig die Mittel zwischen erster und zweiter Säule verteilt werden? Soll sich die EU überhaupt in Programme auf lokaler Ebene einmischen, oder soll die Subsidiarität gestärkt werden? Wie können die vielen verschiedenen Akteure so zusammen gebracht werden, dass eine einheitliche und effektive Förderung des ländlichen Raumes möglich wird?

Dr. Joachim **Lange**, Evangelische Akademie Loccum, Tagungsleiter

Das Programm

Freitag, 2. Februar 2007

Begrüßung und Eröffnung

Dr. Joachim **Lange**, Evangelische Akademie Loccum

Die Herausforderungen an die ländlichen Räume

Prof. Dr. Ulrich **Jung**, Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung NIW, Hannover

Was hat die Förderung des ländlichen Raumes gebracht? Lehren für die Zukunft
Regina **Grajewski**, Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft FAL, Braunschweig

Zwischen „Lissabon“ und territorialer Kohäsion

Die schwierige Suche nach einer angemessenen Entwicklungsstrategie
Prof. Dr. Jürgen **Aring**, Universität Kassel
Udo **Hemmerling**, Deutscher Bauernverband, Berlin

Förderpolitik in der Verflechtungsfalle?
Prof. Dr. Siegfried **Bauer**, Universität Gießen
Wolfgang **Reimer**, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Bonn

Worauf zielt die Förderpolitik der Europäischen Kommission?
Markus **Hopfner**, Europäische Kommission, Generaldirektion Landwirtschaft, Brüssel

Die eierlegende Wollmilchsau?
Welche Förderpolitik brauchen wir?
Podiumsdiskussion mit den Referierenden des Tages

Samstag, 3. Februar 2007

Welche Förderpolitik bekommen wir?
Das Beispiel Niedersachsen
Michael **Kix**, Nds. Ministerium für den ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Hannover

Das Beispiel NRW
Dr. Ludger **Schulze Pals**, Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes NRW, Düsseldorf

Kommentare:
Hans-Jürgen **Klein**, Mitglied des Niedersächsischen Landtags, Steinau/Hannover
Wilfried **Steffens**, Landvolk Niedersachsen, Hannover

Bereiche und Instrumente der Förderung:

Lebensqualität im ländlichen Raum und Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft

Dr. Frank **Bröckling**, planinvent, Münster

Die Ausgestaltung von Agrarumweltmaßnahmen: „Ausgleichszahlung“ oder „Honorierung von Leistungen“?

Bernhard **Osterburg**, Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft FAL, Braunschweig

Regionalmanagement

Prof. Dr. Peter **Dehne**, Hochschule Neubrandenburg

Förderung des ökologischen Landbaus

Jobst-Hendrik **Held**, Universität Göttingen

Arbeitsgruppen

AG 1: Lebensqualität im ländlichen Raum und Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft

Dr. Frank **Bröckling**, planinvent, Münster

Klaus-Dieter **Karweik**, GLL Verden, Amt für Landentwicklung

Dr. Wilfried **Steffens**, Landvolk, Hannover

Moderation: Prof. Dr. Ingo **Mose**, Universität Oldenburg

AG 2: Agrarumweltmaßnahmen

Dr. Eckhard **Asche**, Landwirtschaftskammer Niedersachsen, Oldenburg

Bernhard **Osterburg**, FAL Braunschweig

Martin **Schulz**, Arbeitsgemeinschaft Bäuerliche Landwirtschaft ABL, Quickborn

Gisela **Wicke**, Niedersächsischer Landesbetrieb für Wasserwirtschaft, Küsten- und Naturschutz, NLWKN, Hannover

Moderation: Stephan **Wichert-von Holten**, Kirchlicher Dienst auf dem Lande, Hannover

AG 3: Regionalmanagement

Prof. Dr. Peter **Dehne**, Neubrandenburg

Dr. Cord **Petermann**, Dienstleistungsagentur für Regionalvermarktung, Ländliche Erwachsenenbildung in Niedersachsen, Sulingen

Karolin **Thieleking**, KoRis Kommunikative Stadt- und Regionalentwicklung, Hannover

Moderation: Dr.-Ing. Evelyn **Gustedt**, BUND Bund für Umwelt- und Naturschutz Niedersachsen, Hannover

AG 4: Förderung des ökologischen Landbaus
Jobst-Hendrik **Held**, Universität Göttingen
Harald **Gabriel**, BIOLAND Landesverband Niedersachsen/Bremen e.V., Visselhövede
Dr. Ludger **Schulze Pals**, MUNLV, Düsseldorf
Moderation: Franz **Jansen-Minßen**, Landwirtschaftskammer Niedersachsen, Oldenburg

Sonntag, 4. Februar 2007

Von der Zweiten Säule zum zweiten Standbein: Was ist zu tun?

Abschlussdiskussion:

Minister Hans-Heinrich **Ehlen**, Niedersächsischer Minister für den ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Hannover

Cornelia **Behm**, MdB, Agrarpolitische Sprecherin, Bündnis 90/Die Grünen, Berlin

und die Berichterstatter der Arbeitsgruppen:

Dr.-Ing. Evelyn **Gustedt**, BUND, Hannover

Franz **Jansen-Minßen**, LWK, Oldenburg

Prof. Dr. Ingo **Mose**, Universität Oldenburg

Stephan **Wichert-von Holten**, KDL, Hannover