



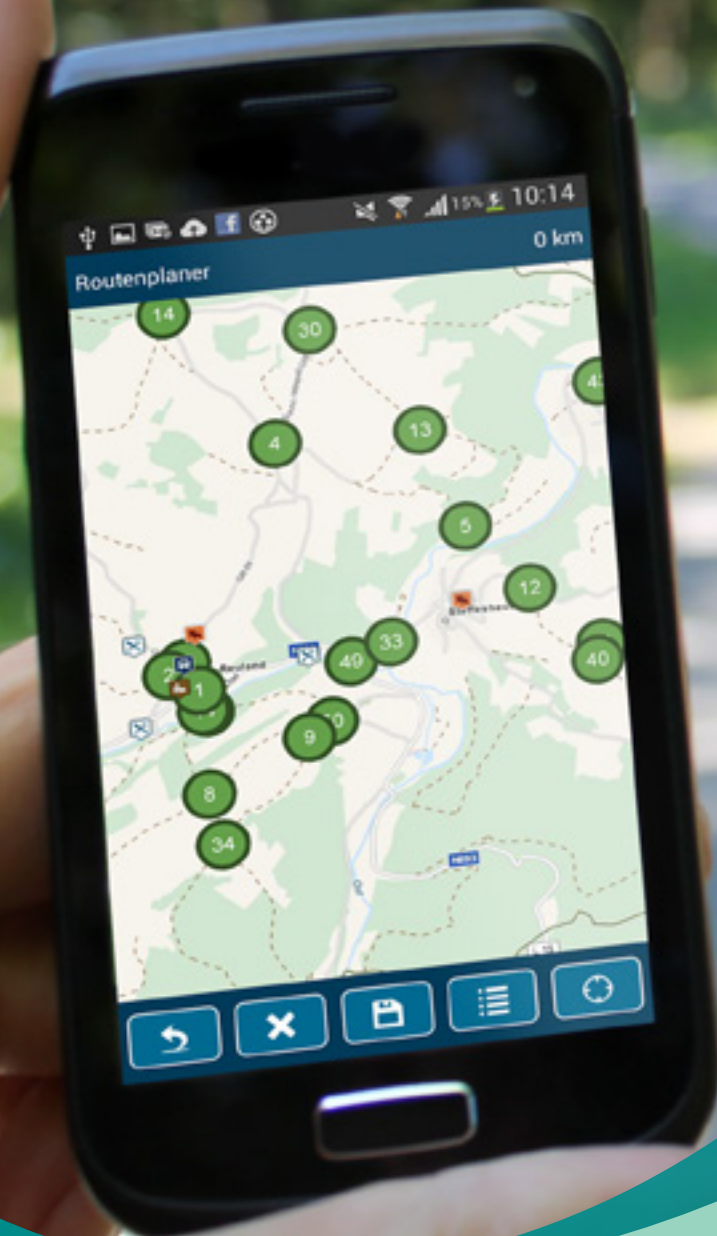
European Network for
Rural Development

DE

PROJEKT Broschüre

Der Europäische
Landwirtschaftsfonds für die
Entwicklung des ländlichen
Raums

INTELLIGENTE UND WETTBE- WERBSFÄHIGE LÄNDLICHE GEBIETE



<https://enrd.ec.europa.eu>

Finanzierung:





European Network for
Rural Development

Europäisches Netzwerk für ländliche Entwicklung

Das Europäische Netzwerk für ländliche Entwicklung (ENRD) verbindet die an der Entwicklung des ländlichen Raums beteiligten Akteure in der gesamten Europäischen Union (EU). Das ENRD trägt zur wirksamen Umsetzung der Entwicklungsprogramme der Mitgliedstaaten für den ländlichen Raum bei, indem es die Gewinnung und die Verbreitung von Kenntnissen unterstützt, den Austausch von Informationen erleichtert und die Zusammenarbeit im ländlichen Europa fördert.

Jeder Mitgliedstaat hat ein nationales Netzwerk für den ländlichen Raum (NLR) errichtet, das die Organisationen und Verwaltungen umfasst, die im Bereich der ländlichen Entwicklung tätig sind. Auf EU-Ebene unterstützt das ENRD die Vernetzung dieser NLR, nationalen Verwaltungen und europäischen Organisationen.

Weitere Informationen auf der ENRD-Website (<https://enrd.ec.europa.eu>)

Der Europäische Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

Die ELER-Projektbrochüre gehört zu einer Reihe von Veröffentlichungen des ENRD, mit denen der Informationsaustausch gefördert werden soll. In jeder Ausgabe der Brochüre werden verschiedene Projektarten vorgestellt, die im Rahmen der Entwicklungsprogramme für den ländlichen Raum (EPLR) Kofinanzierungsmittel aus dem ELER erhalten haben.

Die bisherigen Ausgaben der ELER-Projektbrochüre sind unter „Veröffentlichungen“ auf der ENRD-Website abrufbar. ⁽¹⁾ Die ENRD-Zusammenstellung bewährter Projekte und Praktiken ⁽²⁾ enthält viele weitere Beispiele für durch den ELER geförderte Initiativen zur Entwicklung des ländlichen Raums.

⁽¹⁾ <https://enrd.ec.europa.eu/de/publications-and-media>

⁽²⁾ <https://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/projects-practice>

Europe Direct soll Ihnen helfen, Antworten auf Ihre Fragen zur Europäischen Union zu finden

**Gebührenfreie Telefonnummer (*):
00 800 6 7 8 9 10 11**

(* Sie erhalten die bereitgestellten Informationen kostenlos, und in den meisten Fällen entstehen auch keine Gesprächsgebühren (außer bei bestimmten Telefonanbietern sowie für Gespräche aus Telefonzellen oder Hotels).

Verantwortlicher Redakteur: Matthias Langemeyer, kommissarischer Referatsleiter, Generaldirektion Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, Europäische Kommission. Fertigstellung des Manuskripts im April 2016. Die Originalfassung ist der englische Text.

Weitere Informationen über die Europäische Union im Internet (<http://europa.eu>).

Luxemburg: Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union, 2016

ISBN 978-92-79-57867-0 – doi:10.2762/207148 (Druckversion)

ISBN 978-92-79-57872-4 – doi:10.2762/84726 (Webversion)

© Europäische Union, 2016

Nachdruck mit Quellenangabe gestattet.

Der Inhalt dieser Veröffentlichung gibt nicht unbedingt die Meinung der Einrichtungen der Europäischen Union wieder. Der Wortlaut dieser Veröffentlichung dient lediglich Informationszwecken und ist nicht rechtsverbindlich.

Gedruckt auf Recyclingpapier, das mit dem EU-Umweltzeichen für Grafikpapier ausgezeichnet wurde (<http://ec.europa.eu/ecolabel/>).

Über die Website des EU Bookshop kann ein kostenloses Exemplar dieser Veröffentlichung bezogen werden: <https://bookshop.europa.eu>

Danksagungen

Verfasser: Ed Thorpe; Veneta Paneva; Jon Eldridge; Frieda Klotz; Ilze Raath

Layout: Benoit Goossens

Umschlagfoto © GO Eastbelgium

Inhalt



1. Breitbanddienste im ländlichen Raum

Seite 4

Auf örtlicher Ebene betriebene Einrichtung von Dorfnetzen in Schweden

Ausbau der Glasfasernetze im ländlichen Litauen



2. Digitaler Marktzugang

Seite 8

Zusammenarbeit zur Entwicklung von Märkten für ökologische Erzeugnisse in Slowenien

„Pays Gourmand“ – Werbung für französische Restaurants



3. Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe

Seite 12

Fernüberwachung spanischer Bienenpopulationen durch Sensortechnologien

Kedar-Käse – Mehrwertproduktion durch Modernisierung eines landwirtschaftlichen Betriebs



4. Marktentwicklung

Seite 16

Zugang zur öffentlichen Lebensmittelversorgung in Slowenien

Preisgekrönte Superfoods aus der finnischen Arktis



5. Diversifizierung des ländlichen Raums

Seite 20

Ausbau des lokalen Angebots zur Anziehung von Touristen im ländlichen Bulgarien

Förderung des ländlichen Tourismus in der Belgischen Eifel durch intelligente Tools für Wanderer



6. Nachhaltige Gemeinden

Seite 24

Einwohnerbasierte Lösungen zum Erhalt der ländlichen Gemeinden in Deutschland und Österreich

Ein lokaler Busservice auf Abruf für Dorfbewohner in Wales



Einleitung

Im Mittelpunkt dieser ELER-Projektbroschüre stehen „intelligente und wettbewerbsfähige ländliche Gebiete“. Es sollen Denkanstöße für den Umgang mit einer Reihe von Themen gegeben werden, die für den ländlichen Raum heutzutage unerlässlich sind, beispielsweise seine Netzanbindung, die Schaffung von Mehrwert, die Entwicklung von Märkten, die Modernisierung und die Diversifizierung.

„Intelligent und wettbewerbsfähig“ bedeutet, dass für die verschiedenen Arten von ländlichen Gebieten Strategien und Instrumente entwickelt werden, damit sie wirtschaftlich wettbewerbsfähig sind und zugleich ihre natürliche Ressourcen und ihren sozialen Zusammenhalt aufrechterhalten können. Dies ist nicht nur für die ländlichen Gebiete selbst von Bedeutung, sondern auch erforderlich, um ihren Beitrag zur übrigen Wirtschaft und zur Gesellschaft im Allgemeinen zu maximieren.

Mit den Projekten in dieser Broschüre wird nur auf einige von vielen Konzepten zur Förderung intelligenter und wettbewerbsfähiger ländlicher Gebiete eingegangen, beispielsweise die Verbesserung der Netzanbindung, die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsmodelle oder die Erschließung neuer Produkte oder Tätigkeitsbereiche.

Die hier vorgestellten Projekte verdeutlichen das gewaltige Potenzial, das die Nutzung neuer Technologien im Hinblick auf schnellere und praktischere Dienstleistungen bietet. Vor allem durch die Informations- und Kommunikationstechnologien können Unternehmen im ländlichen Raum die Verbraucher besser erreichen und die Gemeinden leichter die von ihnen benötigten Dienstleistungen erhalten – sogar in einigen der entlegensten ländlichen Gebiete.

Die Beispiele sind zudem ein Beweis für das Potenzial nichttechnologischer „intelligenter“ Konzepte, die häufig auf Zusammenarbeit und neuen Arbeitsweisen basieren, und für die enge Verknüpfung von Landwirtschaft und anderen Wirtschaftstätigkeiten auf dem Land.

Sechs Themen im Bereich intelligente und wettbewerbsfähige ländliche Gebiete

Diese Broschüre besteht aus sechs Abschnitten, in denen es um folgende wichtige Bereiche der EPLR zur Förderung „intelligenter und wettbewerbsfähiger ländlicher Gebiete“ geht:

1. Breitbanddienste im ländlichen Raum

Für die Wettbewerbsfähigkeit ländlicher Gebiete und deren Florieren in der modernen Wirtschaft werden schnelle Breitbandverbindungen immer wichtiger. Die Bereitstellung dieser Dienste in oft abgelegenen ländlichen Gebieten muss durch intelligente Konzepte zur Entwicklung des ländlichen Raums unterstützt werden.

2. Digitaler Marktzugang

Mithilfe digitaler Technologien können Unternehmen des ländlichen Raums neue und größere Märkte erreichen. Im Rahmen von ELER-Projekten können Einzelhändler und Erzeuger auf dem Land beim Aufbau von Websites und der Erstellung von Social-Media- und Smartphone-Apps unterstützt werden, durch die sie direkten Zugang zu den Verbrauchern erhalten und dadurch sowohl ihre Umsatz- als auch ihre Profitmarge erhöhen können.



3. Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe

Ein wesentlicher Aspekt für die Gewährleistung dessen, dass landwirtschaftliche Betriebe in Europa wettbewerbsfähig bleiben, ist die Modernisierung der Bewirtschaftungsmethoden und der landwirtschaftlichen Geräte. Dazu können sowohl High-Tech- als auch kleinere Innovationen zählen, die für kleinere und größere Agrarbetriebe geeignet sind.

4. Marktentwicklung

Zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Erzeuger müssen auch Möglichkeiten zur weiteren Öffnung des Marktzugangs gefunden werden. Mithilfe der ELER-Förderung können die Erzeuger dabei unterstützt werden, Zugangshindernisse zu bestehenden Märkten zu überwinden oder neue oder hochwertigere Produkte zu entwickeln, um zu expandieren oder Märkte zu schaffen.

5. Diversifizierung des ländlichen Raums

Bei den intelligenten Konzepten für die ländliche Entwicklung muss die große Vielfalt der (potenziellen) wirtschaftlichen Aktivitäten im ländlichen Raum berücksichtigt werden, die über die Hauptsparten der land- und forstwirtschaftlichen Produktion hinausgehen. Diversifizierung kann bedeuten, dass die ländlichen Erzeuger ihre Aktivitäten, die größtenteils noch eng mit der Forst- und Landwirtschaft verknüpft sind, auf neue Bereiche oder neue Formen des ländlichen Unternehmertums ausweiten.

6. Nachhaltige Gemeinden

Bei den intelligenten Konzepten für die ländliche Entwicklung muss sichergestellt sein, dass die ländlichen Gemeinden dynamisch und attraktiv sind und dass es sich in ihnen gut leben und arbeiten lässt. Positive Kreisläufe der lokalen ländlichen Entwicklung können entstehen, wenn auf dem Land neben Arbeitsplätzen auch zukunftsfähige Dienstleistungen – einschließlich Schulen und Geschäften – zur Verfügung stehen.

Jeder Abschnitt dieser Veröffentlichung beginnt mit einem einseitigen Überblick über das jeweilige Unterthema und die möglichen Konzepte für die Schaffung von „intelligenten und wettbewerbsfähigen ländlichen Gebieten“. Anschließend werden zwei kurze Beispiele für ELER-geförderte Projekte vorgestellt, wobei das betreffende Thema erläutert und konkrete bewährte Verfahrensweisen im einschlägigen Bereich dargestellt werden.

Wir hoffen, dass einige Probleme, mit denen ländliche Gebiete heutzutage konfrontiert sind, und die vielen Lösungsmöglichkeiten, die im Rahmen der EPLR gefördert werden können, mithilfe dieser Broschüre einer breiteren Öffentlichkeit nahegebracht werden.

Die hier aufgeführten Beispiele werden sicherlich ähnliche Initiativen nach sich ziehen, die auf einigen der dargestellten Verfahrensweisen und Konzepte aufbauen. Die ENRD-Kontaktstelle wird sich auch weiterhin mit großem Interesse neu aufkommenden und innovativen Konzepten widmen und sie innerhalb des Netzwerks weitertragen und diskutieren.

Das Team der ENRD-Kontaktstelle

1. Breitbanddienste im ländlichen Raum

Für die Wettbewerbsfähigkeit ländlicher Gebiete und deren Florieren in der modernen Wirtschaft werden schnelle Breitbandverbindungen immer wichtiger. Die Bereitstellung dieser Dienste in oft abgelegenen ländlichen Gebieten muss durch intelligente Konzepte zur Entwicklung des ländlichen Raums unterstützt werden.

Eine schnelle Breitbandverbindung kann der Landbevölkerung und den Unternehmen auf dem Land den wichtigen Zugang zu Informationen, Dienstleistungen, Lieferanten, Märkten und sonstigen Gelegenheiten verschaffen, die offline nicht zugänglich sind (siehe Abschnitt 2). Diese Aspekte können immer häufiger für den Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens ausschlaggebend sein.

Derzeit verfügen 97 % der EU-Haushalte über einen festen Breitbandanschluss, während nur rund 25 % der Haushalte auf dem Land einen Hochgeschwindigkeits-Breitbandanschluss besitzen.

Viele kleinere und abgelegene ländliche Gemeinden haben jedoch nur eingeschränkt Zugang zu Breitbandanschlüssen, da private Unternehmen nicht bereit sind, die für eine Anbindung der betreffenden Gebiete an die bestehenden Infrastrukturen erforderlichen Investitionen zu tätigen.

Dass ländliche Gebiete über die schnellstmögliche Verbindung verfügen müssen, ist ein zentraler Punkt der EU-Politik. Er zählt zu den Schwerpunkten im Rahmen der Erweiterung des EU-Pakets für den digitalen Binnenmarkt ⁽¹⁾ – eine der Prioritäten der Europäischen Kommission für den Zeitraum 2014-2020.

Kabel-Breitbandanschlüsse

Eine Möglichkeit besteht in der Anbindung des ländlichen Raums an das Hauptkabelnetz. Die Anbindung über die vorhandenen Telefonleitungen reicht für einen superschnellen Internetzugang nicht aus. Daher müssen für superschnelle Kabellösungen neue Kabel zwischen den bestehenden Breitbandinfrastrukturen und den abgelegenen ländlichen Gebieten verlegt werden.

Eine Finanzierung aus dem ELER kann hier besonders sinnvoll sein, da sie zum einen auf ländliche Ortschaften ausgerichtet sein könnte, in denen private Unternehmen wahrscheinlich nicht die erforderlichen Investitionen tätigen, und zum anderen die vorhandenen nationalen oder regionalen Infrastrukturen genutzt werden könnten.

Bei einer nachfolgend beschriebenen Fallstudie geht es um ein Projekt in Litauen, bei dem ein bereits ehrgeiziges nationales Breitbandkabelprogramm mit ELER-Mitteln auf bestimmte ländliche Gemeinden ausgeweitet wurde.

Während einige Konzepte auf der Ausweitung der Breitbandinfrastrukturen auf die ländlichen Gebiete basieren, gehen andere Konzepte eher von den Gemeinden selbst aus. Sie beginnen auf lokaler Ebene und befassen sich damit, wie ländliche Gemeinden unterstützt werden können, einen Anschluss an die bestehenden Netze zu erhalten und private Internetanbieter einzubinden.

Auf den folgenden Seiten wird ein Projekt aus Schweden beschrieben, bei dem das Engagement der Gemeinde zur Einrichtung von „Dorfnetzen“ gefördert wurde und private Unternehmen für das Einklinken in diese Netze gewonnen wurden.

Drahtlose Breitbanddienste

In vielen ländlichen Gebieten sind aufgrund lokaler Gegebenheiten und Bedürfnisse Drahtlostechnologien den Kabeltechnologien vorzuziehen. Hier werden Antennen installiert, um eine drahtlose Breitbandübertragung an einen Empfänger in dem betreffenden ländlichen Gebiet zu ermöglichen.

Das Signal kann superschnell sein, sofern es einen klaren Sichtkontakt zur Antenne gibt. Der Empfänger steht dabei oft auf einem markanten Gebäude der ländlichen Gemeinde wie beispielsweise einer Schule.

Auch ohne ELER-Fördermittel basierte ein Projekt am Mull of Kintyre (Schottland) ⁽²⁾, bei dem eine kleine Inselgemeinde eine über das Wasser führende schnelle Breitbandanbindung erhielt, auf diesem Konzept. Eine ähnliche Technologie wurde bei dem ehrgeizigen spanischen Projekt „Guifi“ ⁽³⁾ verwendet, das mit seinen 27 000 Nutzern mittlerweile als größtes drahtloses Netz weltweit gilt.

⁽²⁾ www.tegola.org.uk

⁽³⁾ <https://guifi.net/en>

⁽¹⁾ <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market>



Auf örtlicher Ebene betriebene Einrichtung von Dorfnetzen in Schweden

Durch das schwedische Projekt „Fibre to the Village“ (Glasfaseranschlüsse für das Dorf) wurden Gemeinden zur Einrichtung eigener Internetnetze in ihren Dörfern angeregt. Dadurch wurde es für Anbieter von Internetdiensten finanziell tragbar, diese lokalen Netze zu bedienen, womit eines der Haupthindernisse für die Bereitstellung von Breitbandanschlüssen im ländlichen Raum beseitigt wurde.

Eine der wichtigsten Errungenschaften des Projekts bestand darin, dass gezeigt wurde, wie durch gemeinsames Engagement Hindernisse hinsichtlich des Zugangs zu Breitbandanschlüssen auf dem Land beseitigt werden können. Das Projekt stärkte das Problembewusstsein von lokalen Gemeinden, Behörden und privaten Internetanbietern zu machbaren lokalen Konzepten für schnelle und zuverlässige Breitbandanschlüsse auf dem Land.

„Alle Teilnehmer wollten, dass es funktioniert – ganz normale Bürger, die öffentliche Verwaltung, Interessengruppen und der Privatsektor. Auffallend war, dass den meisten Menschen bis dahin die Vielfalt der Möglichkeiten und Lösungen dieser von der Gemeinde ausgehenden Zusammenarbeit in ländlichen Gebieten nicht klar war.“

Camilla Jönsson
Schwedischer Stadtnetzverein

Ermittlung des Bedarfs der Gemeinde

Die Initiative für Breitband-Internetzugänge auf dem Land ging von lokalen schwedischen Dorfvereinen aus. Diese beantragten beim Landratsamt ELER-Fördermittel für ein gemeindebasiertes Konzept für den Anschluss ländlicher Gebiete an das bestehende Breitbandnetz.

Mit der Projektdurchführung wurde das private Beratungsunternehmen Ekot Konsult beauftragt.

Zunächst wurden gemeinsam mit den Gemeinden vor Ort die Probleme beim Internetzugang und der entsprechende Bedarf ermittelt. Dann wurden vier Pilotstudienseminare veranstaltet, um die betroffenen Akteure des ländlichen Raums zusammenzubringen und die einschlägigen Fragen zu erörtern.

Zu den wichtigsten Ergebnissen zählte die Ermittlung der „weißen Flecken“ im Internet auf dem Land – also der ländlichen Gemeinden, in denen private Internetanbieter keinen Breitbandzugang zur Verfügung stellten und dies wahrscheinlich auch in den darauffolgenden fünf Jahren nicht tun würden. Dann konnten die Maßnahmen gezielt auf die Förderung der ländlichen Gebiete ausgerichtet werden, in denen auf dem privaten Markt keine Lösungen für Investitionen in Breitbandinfrastrukturen angeboten wurden.

Anregung des Engagements der Gemeinde

Nach dieser ersten Ermittlung erstellten die Projektpartner – darunter der Schwedische Landwirtschaftsverband und der Schwedische Stadtnetzverein – Informationsmaterial und praktische Leitfäden für den Aufbau eigener Dorfnetze durch die lokalen Gemeinden.



© Fibre to the Village

In dem kleinen Dorf Hedemora konnten durch den engagierten Einsatz auf Gemeindeebene die Hindernisse beim Zugang zu Breitbandanschlüssen auf dem Land beseitigt werden.

© Fibre to the Village



Viele Gemeinden konnten durch die freiwillige Übernahme körperlicher Tätigkeiten einen Teil der Kosten einsparen.

Dieses Informationsmaterial wurde dann bei einer Reihe lokaler Seminare benutzt, um das Engagement der Gemeinde für die Bereitstellung von Dorf-Breitbandnetzen zu beschleunigen. Anschließend wurde bei Veranstaltungen in Gemeindezentren und anderen lokalen Einrichtungen im ganzen Land erläutert, wie Dorfnetze eingerichtet – und finanziert – werden. Je nach Größe der Gemeinde war die Teilnehmerzahl mit 25 bis 150 Personen unterschiedlich hoch.

„In ganz Schweden haben wir über 50 lokale Seminare veranstaltet. Die ersten 13 wurden aus dem ELER finanziert, die restlichen von der schwedischen Post- und Telekommunikationsbehörde.“

Lars Hedberg
Projektleiter, Ekot Konsult

Ergebnisse und Resultate

Die Ergebnisse dieser „inspirierenden Seminare“ waren überaus positiv. Über die Zusammenarbeit und gemeinsame Diskussionen wurden bei diesem Projekt sowohl Dorfbewohner als auch lokale Behörden angeregt, das Potenzial zum Herbeiführen eigener praktischer Lösungen für den Breitbandzugang in ländlichen Gebieten zu nutzen. Darüber hinaus entstand eine Möglichkeit des Dialogs mit den Anbietern von Internetdiensten.

Mehrere Dörfer und Netzbetreiber haben daraufhin sofort mit der Planung des Ausbaus des Breitbandnetzes in ihren Gebieten begonnen. Ein wichtiger Vorteil dieses auf dem „Engagement der Gemeinde“ basierenden Konzepts besteht darin, dass die Menschen vor Ort die lokalen Bedingungen am besten kennen und dadurch leichter die Zustimmung zu Maßnahmen zur Installation von Infrastrukturen auf Privatgrundstücken erlangt wird.

„Dank des Projekts konnten die Teilnehmer in ländlichen Gebieten anstelle von WiFi Glasfaserleitungen bekommen. Mit den Arbeiten wurde 2009 begonnen. Mittlerweile haben mehr als 1500 Dörfer eigene Breitbandnetze eingerichtet bzw. sind noch mit deren Einrichtung beschäftigt.“

Lars Hedberg
Projektleiter, Ekot Konsult

Projektbezeichnung	Fibre to the Village (Glasfaseranschlüsse für das Dorf)
Art des Begünstigten	Einwohnerverbände
Zeitraum	2009-2010
Projektfinanzierung	Gesamtkosten: 53 810 EUR ELER-Beitrag: 42 250 EUR Lokaler Beitrag: 11 560 EUR
Weiterführende Informationen	http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_3200_en.html
Ansprechpartner	lars.hedberg@ekotkonsult.se

Ausbau der Glasfasernetze im ländlichen Litauen

Bei dem „PRIP“-Projekt wurde ein bereits ehrgeiziges nationales Breitband-Infrastrukturprogramm auf abgelegene ländliche Gemeinden in Litauen ausgeweitet. Anhand dieser Initiative wurde deutlich, wie mit gezielter ELER-Förderung auf groß angelegten Programmen so aufgebaut werden kann, dass ländliche Gebiete davon profitieren.

Das PRIP-Projekt war eine erfolgreiche Fortsetzung der aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) geförderten bisherigen Aktivitäten, in deren Verlauf in Litauen ein umfangreiches Breitbandkabelnetz verlegt wurde. Im Rahmen der ELER-geförderten Maßnahmen wurde ein zusätzliches Glasfaserkabel verlegt mit dem Ziel, die ländlichen Aktivitätszentren an das Hauptkabelnetz anzuschließen.



Bei dem PRIP-Projekt wurde das nationale Breitbandkabelnetz auf bestimmte ländliche Gemeinden in Litauen ausgeweitet.

© Plačiąjuostis internetas

Ein ehrgeiziges Langzeitprojekt in Litauen

2005 bestanden in Litauen noch gewaltige Unterschiede beim Zugang zum Breitbandinternet. Nur 2 % der Dörfer mit weniger als 3000 Einwohnern und nur 4,9 % der Haushalte auf dem Land verfügten damals über Breitbandanschlüsse.

Mittlerweile gilt Litauen als äußerst erfolgreiches Beispiel, was die Versorgung mit Hochgeschwindigkeits-Breitbandanschlüssen über Glasfaserkabel anbelangt. In der EU ist Litauen führend, und weltweit gehört es zu den zehn Ländern mit dem höchsten Verbreitungsgrad von Glasfaser-Breitbandanschlüssen.

Zurückzuführen ist dies im Wesentlichen auf die 2005 eingeleitete und aus dem EFRE geförderte ehrgeizige Initiative namens „Rural Area Information Technology Broadband Network (RAIN)“, bei der in zwei Phasen landesweit ein Glasfaser-Basisnetz aufgebaut wurde.

„Die Halbinsel auf der anderen Seite des Kurischen Hafes stellte uns vor eine äußerst interessante ingenieurtechnische Herausforderung – ursprünglich wollten wir ein oberirdisches Kabel verlegen und auf der Insel im Haff verankern, was jedoch aufgrund der dortigen Erdgasvorkommen ein Sicherheitsrisiko darstellte. Letzten Endes wurde für die Netzanbindung der Halbinsel die längste je im gesamten Baltikum vorgenommene Unterwasserbohrung durchgeführt.“

Gediminas Šečkus
Projektkoordinator, RAIN

Die Netzinfrastruktur befindet sich in Staatsbesitz und wird von der Aktiengesellschaft „Placīajuostis internetas“ verwaltet. Alle Internetanbieter dürfen diese nationale Infrastruktur zu gleichen Bedingungen nutzen, um ihre jeweiligen Dienstleistungen auf dem privaten Markt zur Verfügung zu stellen. Die Endverbraucher können ihren Einzelhändler, dessen Dienstleistungen und die Technologie für die letzte Meile ihrem Bedarf entsprechend frei wählen.

	RAIN	RAIN-2	PRIP
Durchführungszeitraum	2005-2008	2009-2015	2014-2015
Länge der verlegten Glasfaserkabel	3357 km	5775 km	485 km
Anzahl der Zugangspunkte	935	2789	426
Anzahl der erreichten Einwohner	~ 300 000	~ 700 000	~ 100 000

Erreichen abgelegener Gebiete mithilfe des ELER

Die Hoffnung und Erwartung bestand darin, dass kleine Betreiber über das RAIN-Netz ländliche Gemeinden und Unternehmen mit Dienstleistungen der „letzten Meile“ versorgen und Dörfer miteinander verbinden würden. Es stellte sich jedoch heraus, dass mehr öffentliche Investitionen erforderlich waren, um schwer erreichbare ländliche Gemeinden zu versorgen, in denen private Anbieter aller Wahrscheinlichkeit nach keine Lösung anbieten würden.

Seit 2014 baut das mit ELER-Mitteln finanzierte PRIP-Projekt auf den Ergebnissen von RAIN-2 auf und sorgt konkret für den Ausbau des Glasfasernetzes in bestimmten ländlichen Gemeinden. Bei diesem Projekt wurden 485 km zusätzliche Glasfaserkabel verlegt und damit abgelegene ländliche Gebiete an das litauische Breitbandbasisnetz angeschlossen.

„Wir fordern die Breitbandbetreiber auf, in ländlichen Gemeinden zu investieren. Dank dem PRIP entstand ein zusätzliches Glasfasernetz, das zu geringeren Investitionskosten für die kommerziellen Betreiber führte, die dadurch darin bestärkt werden, in ländlichen Gebieten qualitativ hochwertige Breitbanddienstleistungen in Anspruch zu nehmen und anzubieten.“

Gytis Liaugminas
Direktor, Placīajuostis internetas

Im Zuge des Projekts wurden in markanten Gebäuden der betreffenden ländlichen Gemeinden, beispielsweise Bauernhöfen und Tourismuszentren, 426 zusätzliche Zugangspunkte eingerichtet. Nun können die Gemeinden die geeignetsten lokalen Lösungen für den Zugriff auf diese Zugangspunkte – mit drahtgebunden oder drahtlosen Technologien – entwickeln.

Obwohl PRIP kleiner angelegt ist als RAIN, hatte seine spezielle Ausrichtung auf schwer erreichbare ländliche Gebiete bedeutende Auswirkungen auf den Ausbau des Breitbandzugangs im ländlichen Raum. 2015 war der Anteil der Haushalte in ländlichen Gebieten mit Breitband-Internetanschlüssen auf 58,4 % gestiegen (und hatte sich seit 2005 somit verzehnfacht).

„Wir sind ein Vorbild für andere Länder – wir standen in Kontakt mit vielen EU-Ländern und Drittstaaten. Zurzeit richtet Georgien seine Breitbandinfrastruktur nach litauischem Vorbild ein.“

Gediminas Šečkus
Projektkoordinator, RAIN

Projektbezeichnung	PRIP – Entwicklung von Infrastrukturen für Breitbandanschlüsse in ländlichen Gebieten
Art des Begünstigten	Aktiengesellschaft – Placīajuostis internetas
Zeitraum	2011-2012
Projektfinanzierung	ELER-Mittel in Höhe von 5 Mio. EUR (85 % der Gesamtsumme – 15 % nationale öffentliche Mittel)
Weiterführende Informationen	www.placīajuostis.lt
Ansprechpartner	v.tvaronavicius@placīajuostis.lt

2. Digitaler Marktzugang

Mithilfe digitaler Technologien können Unternehmen des ländlichen Raums neue und größere Märkte erreichen. Im Rahmen von ELER-Projekten können Einzelhändler und Erzeuger auf dem Land dabei unterstützt werden, diese Konzepte zu nutzen, um direkten Zugang zu den Verbrauchern zu erlangen, wodurch sie sowohl ihre Umsatz- als auch ihre Profitmarge erhöhen können.

Für Unternehmen im ländlichen Raum nützliche spezielle digitale Tools sind **Websites, soziale Medien und Smartphone-Apps**. Software und Apps entwickeln sich so stark weiter, dass bisher schwierige Aufgaben wie das Webdesign oder die Verwaltung von Online-Zahlungen nun mithilfe nutzerfreundlicher Software erledigt werden können, die selbst den kleinsten Unternehmen zur Verfügung steht.

Websites

Zu den gängigsten Maßnahmen zur Verbesserung des digitalen Marktzugangs zählen **webbasierte Marketing- und Verkaufsförderungsstrategien**. Nahezu alle Formen von Unternehmen auf dem Land können von Online-Werbung und -Verkaufsförderung für ihre Waren oder Dienstleistungen profitieren.

Eine für ländliche Erzeuger besonders interessante Möglichkeit bietet die Nutzung digitaler Tools, die den **Direktverkauf** an (potenzielle) Kunden ermöglichen, ohne auf herkömmliche Lieferketten angewiesen zu sein. Dies birgt das Potenzial, die Gewinnspannen zu erhöhen und einen viel größeren Markt, auch international, zu erreichen.

Üblicherweise entwickeln ländliche Erzeuger eine eigene Website, um ihre Produkte hervorzuheben und zu verkaufen. Allerdings ist es auch attraktiv, zusammen mit anderen **gemeinsame Plattformen** zu entwickeln, um für lokale Unternehmen zu werben. Dies war zum Beispiel beim „PROVE“-Projekt in Portugal der Fall, das ein Online-System für die Bestellung bei lokalen Erzeugern umfasste. ⁽¹⁾

Diese Konzepte können Teil von Strategien zur Förderung einer gesamten Region oder Branche sein und lassen sich gut allgemeiner bewerben, zum Beispiel über lokale Fremdenverkehrsbüros.

Auf den nachfolgenden Seiten finden sich nähere Angaben zu einer LEADER-geförderten Initiative zur Unterstützung von Restaurants im Süden Frankreichs über eine gemeinsame Internetplattform, in der auch für lokale Einzelhändler und Erzeuger geworben wird.

⁽¹⁾ www.prove.com.pt

Neben den oben genannten Business-to-Consumer-(B2C)-Ansätzen werden im **Business-to-Business-(B2B)**-Kontext auch Websites und Internetplattformen genutzt. Beispiele hierfür sind Großhändler und öffentliche Auftraggeber wie Schulen und Krankenhäuser. Diese können Märkte ausweiten, Transaktionen effizienter machen und die Optimierung auf den konkreten Bedarf zugeschnittener Liefersysteme ermöglichen.

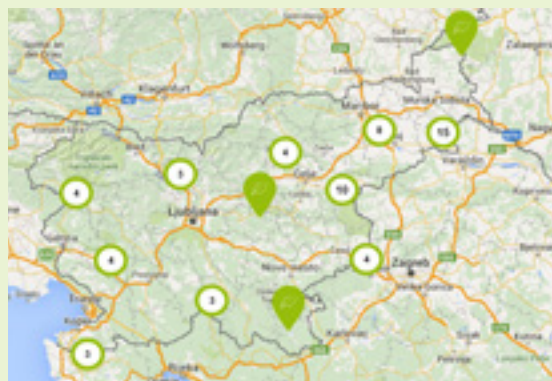
Soziale Medien und Apps

Zu den Bereichen, die sich in den vergangenen Jahren am schnellsten weiterentwickelt haben, gehören die **sozialen Medien**, die noch den kleinsten Unternehmen über zahlreiche leicht zugängliche Tools wie Facebook, Twitter und Instagram den Kontakt zu (potenziellen) Kunden ermöglichen.

In ähnlicher Weise ermöglichen es **Smartphone-Apps** mithilfe der GPS-Technik Einheimischen wie Besuchern, ländliche Erzeuger zu finden, die ihre Produkte in der Nähe verkaufen. Dies ist beispielsweise beim österreichischen Projekt „Gutes vom Bauernhof“ ⁽²⁾ der Fall. Einige der intelligentesten Konzepte bestehen aus einer Mischung all dieser digitalen Tools.

Im nachfolgenden Beispiel wird erläutert, wie Biobauernhöfe in Slowenien gemeinsam ein Internetportal und eine Smartphone-App entwickelt haben, mit deren Hilfe Kunden Bauernhöfe und Produkte in der Nähe finden können.

⁽²⁾ www.gutesvombauernhof.at/index.php?id=3



Zusammenarbeit bei der Entwicklung von Märkten für ökologische Erzeugnisse in Slowenien

Im Rahmen eines Projekts im Nordosten Sloweniens wurden Kontakte zwischen mehreren zertifizierten Biolandwirten hergestellt, um direkte Kundenbeziehungen anzuregen und zu fördern und um die Präsenz von ökologischen Erzeugnissen in den lokalen Märkten zu erhöhen. Zu den entwickelten Werbeinstrumenten zählten ein interaktives Internetportal und eine mobile App, über die Biolandwirte ihre Erzeugnisse anpreisen können.

Der 2011 gegründeten Genossenschaft EKO-podeželje gehören 16 Erzeuger zahlreicher Bioprodukte aus dem Nordosten Sloweniens an. Sie wollten gemeinsam Markthindernisse wie höhere Kosten für ökologisch erzeugte Lebensmittel überwinden.

„Wenn gegenseitiges Vertrauen herrscht und alle Mitglieder dieselbe Botschaft vermitteln, können Synergien entstehen.“

Silvo Pozdrec

Direktor, Genossenschaft EKO-podeželje

Die Genossenschaft beantragte ELER-Mittel, um die Bevölkerung für ökologisch erzeugte Lebensmittel zu sensibilisieren und ihre Erzeugnisse mithilfe neuer Technologien direkt an die Verbraucher verkaufen zu können.

Ermöglichung des direkten Kundenzugangs

Bei diesem Projekt wurde das interaktive Internetportal www.ekoportalsi.si entwickelt, das Biolandwirten den direkten Zugang zu den Kunden ermöglicht. In dem Portal können die Kunden nach in Slowenien erzeugten Bioprodukten suchen, jeweils nach Produkttyp und Ort gegliedert.

Dabei können sie zwischen 14 Produktkategorien wählen, darunter Honig und Bienenprodukte, Kräuter, Obst, Gemüse, Getreide, Milch, Käse, Eier und Fleisch. Es wird auch über Unterkünfte in Biohöfen informiert, wo Ferien auf dem Bauernhof verbracht werden können.

Im Online-System werden die Suchergebnisse auf einer interaktiven Slowenien-Landkarte angezeigt. Dort können die Kunden dann einzelne Höfe anklicken, eine kurze Präsentation lesen und zahlreiche ausführliche Informationen wie Standort, Produktangebot, Datum der Zertifizierung als Biohof, Kontaktdaten und Fotos abrufen. Andere Biohöfe in der Nähe werden ebenfalls angezeigt.

„Durch das Projekt konnte ich Werbung für meinen Hof machen, vor allem über meinen neuen Online-Shop.“

Boris Uranjek

Landwirt, Mitglied der Genossenschaft EKO-podeželje

Außerdem finden die Kunden auf der Website Erläuterungen zur Bedeutung des ökologischen Landbaus und einschlägige Informationen zu den Vorschriften für ökologische Erzeugnisse und die entsprechende Kennzeichnung. Zu dem Portal gehört auch die mobile Anwendung „EKO podeželje“, mit der die Nutzer per GPS Biohöfe und deren Erzeugnisse in der Nähe ausfindig machen können.



© Eko Portal

Durch den direkten Zugang zum Markt können Biolandwirte von ihren qualitativ hochwertigen Erzeugnissen profitieren.

Sensibilisierung

Ziel des Projekts war es, bei den Kunden Vertrauen in zertifizierte ökologische Erzeugnisse zu schaffen. Dafür wurde ein gemeinsamer Marketingplan erstellt.

Dieser umfasste Besuche und Verkostungen auf lokalen Märkten, Höfen der Genossenschaft und an anderen Orten, an denen die Erzeugnisse gekauft werden können. Insgesamt fanden 55 Veranstaltungen und 79 Verkostungen sowie 27 Workshops für Kinder und Jugendliche statt.

Darüber hinaus wurde für die ökologischen Erzeugnisse auf Messen und anderen Veranstaltungen im Bereich Landwirtschaft, Ernährung und Umwelt geworben. Zur Verkaufsförderung wurden außerdem zahlreiche Werbematerialien wie Poster, Faltblätter und Videos erstellt.

„Die wichtigste Erfahrung bestand darin, dass jeder Biolandwirt seine Präsenz auf dem Markt durch die Zusammenarbeit in der Gruppe stärken konnte.“

Silvo Pozdrec

Direktor, Genossenschaft EKO-podeželje

Ergebnisse

Von August 2014 bis Mai 2015 erhöhte sich die Anzahl der Besucher des Internetportals der Gruppe um mehr als das Fünffache und die Anzahl der Nutzer auf fast das Siebenfache. Dies führte letztlich zu einer generellen Absatzsteigerung und einer Ausweitung des Biosektors auf dem regionalen Markt.

Die Mitglieder der Genossenschaft wurden durch die Ergebnisse angespornt und wollen ihre Aktivitäten zur Verbesserung des digitalen Zugangs zu den Kunden fortsetzen.

„Durch das Projekt bestätigte sich, dass dem Verkauf mehr Zeit gewidmet werden muss. Wir arbeiten daran, den Umsatz unseres Hofes mit verstärkten Kräften zu erhöhen.“

Zvonko Pukšič

Landwirt, Mitglied der Genossenschaft EKO-podeželje

Darüber hinaus hat das Projekt bereits private Investitionen in daran anknüpfende Werbeinitiativen nach sich gezogen und das Interesse anderer Landwirte an ähnlichen gemeinsamen Maßnahmen geweckt.

Projektbezeichnung	Sensibilisierung und Verkaufsförderung für ökologische Kulturpflanzen und Erzeugnisse
Art des Begünstigten	Genossenschaften und Landwirte
Zeitraum	2012-2015
Projektfinanzierung	Gesamtkosten: 343 036 EUR ELER-Beitrag: 199 990 EUR Nationaler Beitrag aus staatlichen Mitteln: 143 046 EUR
Weiterführende Informationen	<ul style="list-style-type: none"> • www.ekoportal.si • www.eko-podezelje.si
Ansprechpartner	silvo.pozderek@eko-podezelje.si



© Eko Portal

Mit der Internetplattform können die Nutzer ökologische Erzeugnisse und entsprechende Höfe im ländlichen Slowenien ausfindig machen.

„Pays Gourmand“ – Werbung für französische Restaurants

Bei drei miteinander in Zusammenhang stehenden französischen LEADER-Projekten wurde über eine spezielle Website ein lokales Gütezeichen für Lebensmittel entwickelt, um viele Produkte erweitert und beworben. Nun können potenzielle Kunden, Einheimische wie Touristen, in fast 70 Gemeinden im Süden Frankreichs nach akkreditierten Restaurants und lokalen Erzeugern suchen.

Die Initiative „Pays Gourmand“ wurde 2010 gestartet, als die Lokale Aktionsgruppe für die französischen „Pays“, denen Asses, Verdon, Vaire und Var (die „Pays A3V“) angehören, Nachforschungen zu den in lokalen Restaurants eingesetzten Rezepten anstellte. Dabei wurde festgestellt, dass trotz der Qualität und Vielfalt der angebotenen Produkte sehr wenige Restaurants in diesem Gebiet lokale Erzeugnisse verwendeten.

Ein neues Gütezeichen

Zur Verbesserung der Qualität und Reputation der lokalen Restaurants und zur Förderung der Verwendung lokaler Erzeugnisse wurde das neue „Pays Gourmand“-Gütezeichen erdacht. Ferner wurde eine Qualitätscharta verfasst, in der die Akkreditierungsvoraussetzungen festgelegt sind.

In den teilnehmenden Einrichtungen muss auf der Tageskarte mindestens ein „Pays Gourmand“-Gericht angeboten werden, das überwiegend aus lokalen Erzeugnissen besteht. Auch Cafés können das Gütezeichen erhalten, wenn sie jeden Tag mindestens drei lokale „Pays Gourmand“-Getränke anbieten. Die „Pays Gourmand“-Optionen können geändert werden, und

die Restaurants sind angehalten, saisonale Erzeugnisse zu verwenden.



© Pays Gourmand

„Wer hier Urlaub macht, möchte nicht dasselbe essen, was er anderswo auch essen kann. Daher versuchen wir, lokale Erzeugnisse anzubieten, der Saison entsprechend.“

Bruno Roussey

„Pays Gourmand“-Restaurant „Le Mot de la Faim“,
Embrun, Frankreich

In zwei aufeinanderfolgenden Kooperationsprojekten mit zusätzlichen LEADER-Mitteln wurde die Verwendung des Gütezeichens auf die nahe gelegenen „Pays Serre-Ponçon Ubye Durance“ (die „Pays SUD“) und „Pays Dignoies“ ausgeweitet. In beiden Gebieten wurden bereits Möglichkeiten sondiert, wie die lokale Küche aus ähnlichen Gründen wie bei den „Pays A3V“ unterstützt werden könnte.

Die Ausweitung des Einsatzes des „Pays Gourmand“-Gütezeichens bedeutete, dass die neuen Gebiete auf dem von den „Pays A3V“ bereits Erreichten aufbauen konnten, ohne eine komplett neue konkurrierende Marke erschaffen zu müssen. Für die „Pays A3V“ war es zudem von Vorteil, dass die Marke „Pays Gourmand“ noch weiter verbreitet und das Bewusstsein für sie entsprechend geschärft wurde.

Digitale Tools

Entscheidend für das Projekt war die Entwicklung einer eigenen Website: www.paysgourmand.fr. Alle akkreditierten Restaurants und Einzelhändler werden in die durchsuchbare „Pays Gourmand“-Landkarte aufgenommen. Auf der Website findet man eine kurze Beschreibung jeder Einrichtung einschließlich Standort, Kontaktdaten und einschlägige Informationen über die verfügbaren „Pays Gourmand“-Optionen.

„Die Leute machen eine Tour zu den ‚Pays Gourmand‘-Restaurants, weil sie verschiedene lokale Gerichte probieren möchten und wissen, dass es sich dabei um qualitativ hochwertige lokale Erzeugnisse handelt, die nicht unbedingt teurer sind ... Das Gütezeichen verschafft uns viele Kunden.“

Louissette Ricaud

„Pays Gourmand“-Restaurant „L'Oustalet“,
La Colle Saint-Michel, Frankreich



© Pays Gourmand

In der „Pays Gourmand“-Landkarte sind alle akkreditierten Restaurants im Projektgebiet hervorgehoben.

Anfang 2016 fanden sich auf der anklickbaren Landkarte der drei „Pays“ in der Region Provence-Alpes-Côte d'Azur in Südfrankreich fast 50 Restaurants und ein weiteres Dutzend Einzelhändler. Außerdem werden dort die Standorte und Kontaktdaten von fast 40 lokalen Erzeugern, die die akkreditierten Restaurants beliefern, angezeigt.

Neben der interaktiven Landkarte findet man auf der Website ausführliche Informationen über die an der „Pays Gourmand“-Initiative teilnehmenden Gebiete, typische lokale Erzeugnisse, traditionelle Rezepte aus der Gegend und eine Auswahl modernerer Alternativen einschließlich ausgewählter Rezepte der teilnehmenden Restaurants. Auf der Homepage wird jeden Tag ein anderes Restaurant, Gebiet und Rezept bzw. ein anderer Erzeuger vorgestellt.

„Wir akkreditieren keine Höfe, aber wir versuchen, alle lokalen Erzeuger zu katalogisieren, die die akkreditierten Restaurants beliefern, und auf der Website für sie zu werben, damit sie von Einheimischen und Touristen gefunden werden.“

Olivia D'Haene

„Pays Gourmand“-Projektmanagerin für die „Pays A3V“

Ein weiteres digitales Tool, das vom „Pays Gourmand“-Team entwickelt wurde, ist eine Online-Plattform nur für Mitglieder, mit der neue Geschäftsbeziehungen zwischen Verkaufsstellen und Lieferanten gefördert werden. Dort können die teilnehmenden Höfe ihre verfügbaren Erzeugnisse anbieten, an deren Kauf „Pays Gourmand“-Restaurants interessiert sein könnten.

Projektbezeichnung	Pays Gourmand
Art des Begünstigten	Lokale Aktionsgruppe
Zeitraum	2010-2011
Projektfinanzierung	Gesamtkosten aller drei „Pays Gourmand“-Projekte: 194 500 EUR ELER-Beitrag insgesamt: 107 400 EUR Nationale/regionale Kofinanzierung insgesamt: 87 100 EUR
Weiterführende Informationen	www.paysgourmand.fr
Ansprechpartner	paysgourmand@pays-a3v.net

3. Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe

Ein wesentlicher Aspekt für die Gewährleistung, dass landwirtschaftliche Betriebe in Europa wettbewerbsfähig bleiben, ist die Modernisierung der Bewirtschaftungsmethoden und der landwirtschaftlichen Geräte. Große Chancen für die Ermöglichung dieser Modernisierung bieten hier die Entwicklungsprogramme für den ländlichen Raum.

Die Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe kann vielfältige Maßnahmen umfassen, beispielsweise den Kauf neuerer landwirtschaftlicher Maschinen, die Aktualisierung der Verwaltungssysteme und die Datennutzung. Dieses Unterfangen mag oft komplex und kostspielig erscheinen, aber es entstehen ständig neue Systeme, die von kleinen wie auch von größeren ländlichen Erzeugern angewendet werden können.

Präzisionslandwirtschaft

Die Präzisionslandwirtschaft umfasst das technologische und ingenieurtechnische Know-how, das erforderlich ist, um Landwirten die Informationen zur Verfügung zu stellen, die sie benötigen, um bessere Entscheidungen treffen, den Ressourcenverbrauch senken und ihre Erträge erhöhen zu können.

Bei der praktischen Anwendung der Präzisionslandwirtschaft kommen oft **Fernsensoren** zum Einsatz, die ausführliche und präzise Informationen zurücksenden und fundierte Entscheidungen hinsichtlich der Bewirtschaftung ermöglichen, beispielsweise in Bezug auf die Pflege von Hecken, die Bewässerungsplanung oder die Tierhaltung. Besonders wertvoll können diese für schwer zugängliche ländliche Standorte sein.

In der Fallstudie auf der folgenden Seite wird ein Projekt in Spanien vorgestellt, bei dem mit ELER-Mitteln ein Netz aus Sensoren in Bienenstöcken aufgebaut wurde, um ein Frühwarnsystem im Bereich Bienengesundheit einzurichten.

Andere Ansätze umfassen die **Überwachung der Bedürfnisse in Bezug auf die Bodenbewirtschaftung** und der Erträge der Felder. Darum ging es bei einem ehrgeizigen belgischen Projekt im Bereich Präzisionslandwirtschaft, bei dem Satellitenbilder verwendet wurden. ⁽¹⁾ Die aktuellen Entwicklungen gehen in Richtung Einsatz von Drohnen oder anderen niedrig fliegenden Gerätschaften, die die benötigten Informationen zusammentragen.

Bei einem weiteren Ansatz wird Software zur Überwachung von **Tieren mit elektronischen Marken** genutzt, um Herden oder Schwärme in weitläufigen Gebieten besser unter Kontrolle behalten zu können. Bei einem Projekt in Wales (VK) wurde eine App zur Markierung von Schafen ⁽²⁾ entwickelt, mit der Landwirte ihre Herde per Smartphone verfolgen können.

⁽¹⁾ http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_681_en.html

⁽²⁾ www.bbc.com/news/uk-wales-34211541

Weitere potenziell sinnvolle Formen neuer und noch in der Entwicklung begriffener **Software** beinhalten Kohlenstoffrechner und Instrumente zur Überwachung des Beginns der Kalbung bei Kühen. Sie können oft produktiv zur Leistungssteigerung beitragen, auch bei kleinen Höfen.

Nachfolgend wird ein schottisches Projekt vorgestellt, bei dem durch eine Investition in moderne Melkroboter eine Ertragssteigerung und eine Wertschöpfung verzeichnet werden konnten.

Intelligente Landwirtschaft

Bei der Modernisierung landwirtschaftlicher Betriebe muss es nicht um die modernsten innovativen Technologien oder um Investitionen in großem Stil gehen. Betriebe können ihre **Produktionsprozesse** durch kleinere Maschinen oder intelligente und **innovative Arbeitsmethoden** modernisieren, indem beispielsweise mehrere Betriebe ihre Ressourcen gemeinsam nutzen.

Es gibt zahlreiche altbekannte Beispiele, bei denen einzelne Landwirte ihre Anschaffungskosten für höherwertige Spezialmaschinen durch die **gemeinsame Nutzung von Maschinen** senken konnten. Diese müssen nicht dem neuesten Stand der Technik entsprechen, sondern lediglich das geeignete Mittel darstellen, mit dem die für die Bedürfnisse der Landwirte geeigneten Dienste erbracht werden können.

Die Nutzung moderner Bewirtschaftungssysteme kann durch unabhängige Fachberatung und analysierende Hilfsmittel verbessert werden. Moderne Bewirtschaftungssysteme können auch durch einen effektiven Austausch unter Gleichgesinnten und die Zusammenarbeit der ländlichen Erzeuger umgesetzt werden.



Fernüberwachung spanischer Bienenpopulationen durch Sensortechnologien

Bei dem Projekt „Apilink“ in Spanien wurde ein Beobachtungssystem genutzt, das die frühzeitige Erkennung von Problemen in rund 500 Bienenstöcken ermöglichte. Dieses sektorübergreifende Projekt, an dem Wissenschaftler und Praxisvertreter beteiligt waren, ermöglichte den miteinander verbundenen Imkern die Umsetzung kostengünstiger Lösungen zur Rettung ihrer Bienenstöcke und Honigerzeugnisse.

Ins Leben gerufen wurde das Projekt, weil die Bienenpopulationen in Spanien – wie auch im restlichen Europa – zurückgingen. Eines der Probleme war die erhöhte Mortalität der Bienenstöcke aufgrund des immer häufiger werdenden Phänomens des Völkerkollapses, bei dem die Arbeiterinnen ihre Königin und ihren Stock verlassen.

Die vollständige Bezeichnung des Projekts „Apilink“ lautete: Fernüberwachung von Bienenstöcken zur Kostensenkung und Produktionssteigerung in Bienenstöcken als Mittel zur Unterstützung der Landbevölkerung. Geleitet wurde es von der Europäischen Universität Madrid, der Universität Córdoba und Imkerverbänden in Asturien, Aragón und Málaga.

„Die Bienenzucht erfordert keine großen Anfangsinvestitionen und wird daher für Unternehmer auf dem Land immer interessanter. Doch aufgrund von Problemen wie der Umweltzerstörung [und] neuartigen Krankheiten ... wird das frühzeitige Erkennen von Problemen ... immer wichtiger.“

David Atauri
Projektmanager, Apilink

Informationen aus 500 Bienenstöcken

Rund 500 Bienenstöcke in fünf Imkereien wurden mit Sensoren ausgestattet: drei private Imkereien mit unterschiedlichen Bewirtschaftungsmethoden und klimatischen Bedingungen und zwei Imkereien von Hochschulforschern, die von Imkerverbänden beraten wurden.

Die Sensoren erfassen die Geräusche des Bienenvolks und übermitteln Informationen an ein gemeinsames Terminal, das die Daten in einer zentralen Datenbank verarbeitet und speichert. Das System ermittelt Muster und Veränderungen der Geräusche in den Bienenstöcken, die auf Probleme hindeuten können. Möglich ist dies, weil Bienen kontinuierlich Geräusche von sich geben, die Ausdruck ihrer Kommunikation und ihrer Aktivitäten sind.

Mit dieser Technik erzeugt das System automatisch regelmäßige Berichte, die direkt elektronisch an die Imker übermittelt werden. Wenn die Schwarmaktivität zunimmt, wird auf dem Computer oder Smartphone der Imker automatisch ein Alarm ausgelöst, sodass diese sofort eingreifen können.



© Apilink

Es werden Sensoren verwendet, die Teil eines Frühwarnsystems im Bereich Bienengesundheit sind und mit deren Hilfe man weitere wissenschaftliche Erkenntnisse über die Gefahren für Bienen zu erlangen hofft.

„Durch die Fernüberwachung wissen die Imker, ob ein Stock verwaist (ohne Königin) ist, gesundheitliche Probleme hat oder Honig produziert.“

David Atauri
Projektmanager, Apilink

Das Pilotprojekt lieferte Informationen über einen Zeitraum von drei Jahren, in dem die Forscher das Überwachungssystem kontinuierlich veränderten und verbesserten.

Wirtschaftliche und wissenschaftliche Auswirkungen

Da das System ein frühzeitiges Eingreifen ermöglicht, erhöhen sich für die Imker die Chancen, negativen Folgen von Phänomenen wie dem Völkerkollaps oder der Ausbreitung von Krankheiten entgegenzuwirken. Die geringere Mortalität führt zu größerer Produktivität mit wirtschaftlichen Vorteilen für die Imker.

Darüber hinaus liefert das Konzept bessere Ergebnisse zu geringeren Kosten. Die bisherigen Systeme zur Überprüfung der Gesundheit von Bienenvölkern waren sehr arbeitsintensiv, da sie ein regelmäßiges Aufsuchen der oft abgelegenen Bienenstöcke erforderten. Diese Besuche sind nicht nur kostspielig, sondern verursachen auch Stress bei den Bienenvölkern.

„[Frühwarnsysteme] helfen den Imkern dabei, rationale Entscheidungen zu treffen, zu welcher Zeit die Bienenstöcke am besten aufgesucht werden oder wann die Gesundheit der Bienen am besten überprüft werden kann.“

David Atauri
Projektmanager, Apilink

Das Projekt wies auch einen wichtigen wissenschaftlichen Aspekt auf, da eine Datenbank mit Big Data erstellt wurde, die von Forschern untersucht werden können, um mehr über die Gesundheit von Bienenstöcken zu erfahren und Umweltauswirkungen auf Bienen und vor allem einen Völkerkollaps frühzeitig zu erkennen. Ebenfalls wichtig ist, dass die Datenbank auch anderen Bienenzüchtern, Forschern oder Interessengruppen zur Verfügung steht.

Anhand dieses Projekts wurde deutlich, dass moderne Technologien in einem traditionellen Wirtschaftszweig effektiv eingesetzt werden können, um Unternehmern des ländlichen Raums erhebliche praktische Vorteile zu verschaffen. Das Projekt ist ferner ein gutes Beispiel dafür, wie Forscher und ländliche Erzeuger in beiderseitigem Interesse und zu beiderseitigem Nutzen zusammenarbeiten können. Die Einbeziehung der Imker und Imkerverbände war erforderlich, um das System an die lokalen Bedürfnisse anzupassen und innerhalb der Branche größeres Interesse für die Initiative zu wecken.

Projektbezeichnung	Apilink
Art des Begünstigten	Universitäten und Imkerverbände
Zeitraum	2012-2014
Projektfinanzierung	183 900 EUR vom Nationalen Spanischen Netz für die vorbereitende technische Unterstützung und Projektdurchführung
Weiterführende Informationen	www.apilink.net
Ansprechpartner	info@apilink.net

Kedar-Käse – Mehrwertproduktion durch Modernisierung eines landwirtschaftlichen Betriebs

Ein schottischer Familienbetrieb modernisierte mit ELER-Mitteln seine Milchproduktion durch Melkroboter. Die Milchproduktion konnte erhöht und die Arbeitszeit verringert werden. Dadurch wurde das langfristige Ziel einer eigenen Käseproduktion gefördert und die Wettbewerbsfähigkeit des Betriebs erhöht.

Ein neues Geschäftsmodell

TE Lochhead und Söhne war ein traditioneller Milchproduzent, dessen Rinderherde im Jahr 2001 durch den Ausbruch der Maul- und Klauenseuche im Süden Schottlands vernichtet wurde. Statt die Herde einfach zu ersetzen, suchten Gavin Lochhead und seine Familie nach Möglichkeiten, sich von anderen Landwirten abzuheben. Sie beschlossen, in die Käseproduktion einzusteigen, wodurch sie ihr Hauptprodukt Milch aufwerteten.

Der Betrieb hatte Gelegenheit, sich an dem schottischen Wertschöpfungs- und Qualitätssteigerungsprogramm zu

beteiligen, in dessen Rahmen er an mehreren Workshops teilnahm, um die Wirtschaftlichkeit des Vorhabens zu berechnen. Im Anschluss daran wurde ein Geschäftsplan erstellt und ein Investitionsvorschlag zur Finanzierung über einen Zuschuss und Bankdarlehen unterbreitet.

„Unser Betrieb hat eine sehr lange Tradition und ist fest etabliert, aber es ist wichtig, dass wir neue Möglichkeiten sondieren und ausprobieren. Sobald wir voll einsatzbereit sind, sollte unsere als Käse verkaufte Milch das Doppelte dessen wert sein, was wir zurzeit erhalten.“

Gavin Lochhead
Milchbauer und Käseproduzent

© Gavin Lochhead



Durch Melkroboter wurden die Effizienz und die produzierte Milchmenge des Familienbetriebs erhöht.

Es waren nicht nur Investitionen in eine neue Käseanlage erforderlich. Um der Käseherstellung genug Zeit und Energie widmen zu können, musste die Familie die Effizienz und die Kapazitäten ihrer Milcherzeugung steigern. Sie benötigte mehr Milch und musste die Melkzeit reduzieren. Dafür mussten moderne Melkroboter angeschafft werden.

Moderne Melkanlagen

Neben eigenen Geldern erhielt die Familie Lochhead Bankdarlehen und einen Förderzuschuss aus den EPLR-Maßnahmen für die Diversifizierung des ländlichen Raums. Insgesamt wurden mehr als 1,5 Mio. EUR in den Bau eines neuen Komplexes für 150 Kühe investiert. Dieser umfasste einen Melkstand mit mehreren Boxen mit drei Melkrobotern, einen Stall für die Kälberaufzucht sowie ein Güllelager.

2013 wurde mit der Milchproduktion mit den Melkrobotern begonnen. Durch das automatisierte Verfahren erhöhten sich die Anzahl der Melkvorgänge pro Kuh und die gesamte Milchmenge der Herde. Außerdem konnten die Gesundheit der Kühe und die Milchqualität der gesamten Herde stärker und effizienter überwacht werden.

„Durch die Melkroboter sparen wir jeden Tag fünf Stunden Melkzeit. Den Tieren geht es dadurch besser, und wir können uns stärker auf die Tierzucht und die Herstellung und Vermarktung unseres Käses konzentrieren.“

Gavin Lochhead

Milchbauer und Käseproduzent

Die Familie investierte darüber hinaus in eine kleine Käseanlage in der Molkerei. Diese Investition wurde durch ein Bankdarlehen ermöglicht, das auf einer umfassenden Machbarkeitsstudie basierte, die mit Unterstützung des schottischen landwirtschaftlichen Beratungsdiensts durchgeführt wurde.

Ein Nischenprodukt als Endergebnis

Im Rahmen ihres Geschäftsmodells kauften die Lochheads 150 Brown-Swiss-Kühe; seither sind sie die einzigen Erzeuger im Vereinigten Königreich, die aus der Milch dieser Kühe Käse herstellen. Darüber hinaus halten sie die Grundsätze der ökologischen Erzeugung ein, was ihnen in dem stark umkämpften Markt ein zusätzliches Unterscheidungsmerkmal verschafft.

2016 wurde der erste Käse erzeugt und verkauft, ein Mozzarella-Käse, dem weitere „Bergkäse“ (nach Schweizer Art) folgen werden.

„Mithilfe der Marktforschung konnte eine bisher nicht besetzte Nische auf dem Käsemarkt aufgespürt werden. Bei dem Projekt wird nun nicht nur diese Nische ausgenutzt, sondern auch eine Reihe von Arbeitsplätzen in der Gegend geschaffen, und es besteht Potenzial für weitere Entwicklungen in der Zukunft.“

Paul Mayfield

Berater im Bereich Lebensmittel und Getränke

Das neue Geschäftsmodell erforderte erhebliche Investitionen in die Modernisierung der Produktionsanlagen des Familienbetriebs. Doch mithilfe der effektiven Unterstützung landwirtschaftlicher Berater in Schottland fanden die Lochheads gute Möglichkeiten, ihrer Produktion einen Mehrwert zu verschaffen und durch kurze Vertriebswege über Bauernmärkte, lokale Einzelhändler und Hofläden erheblichen Nutzen daraus zu ziehen.

Projektbezeichnung	Modernisierung des Betriebs zur Schaffung von Mehrwert
Art des Begünstigten	Landwirt
Zeitraum	2011-2013
Projektfinanzierung	Gesamtkosten: 1 620 000 EUR ELER-Beitrag: 412 000 EUR Privater Beitrag: 1 208 000 EUR
Weiterführende Informationen	<ul style="list-style-type: none"> • www.kedarcheese.co.uk • www.youtube.com/watch?v=FSjHLIDiMAE
Ansprechpartner	glochhead@btconnect.com

4. Marktentwicklung

Zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Erzeuger müssen auch Möglichkeiten zur weiteren Öffnung des Marktzugangs gefunden werden. Mithilfe der ELER-Förderung können die Erzeuger dabei unterstützt werden, Zugangshindernisse zu bestehenden Märkten zu überwinden oder neue oder hochwertigere Produkte zu entwickeln, um zu expandieren oder Märkte zu schaffen.

In den letzten Jahren gab es etliche Bereiche, in denen ländliche Erzeuger ihre Geschäftstätigkeiten diversifizieren konnten, um die Märkte, auf denen sie bereits präsent sind bzw. die sie sich erschließen möchten, weiterzuentwickeln. Einige dieser Märkte existieren bereits seit mehreren Jahren, sind jedoch im Laufe der Zeit immer zugänglicher geworden. Andere Märkte wiederum können als „neu“ gelten, da sie auf der Schaffung „neuer“ Erzeugnisse basieren.

Öffentlicher Lebensmittelmarkt

Die europäischen Erzeuger könnten wesentliche Zuwächse verzeichnen, wenn sie Zugang zum bedeutsamen **öffentlichen Lebensmittelmarkt** erlangen. Dieser umfasst u. a. die Lebensmittel, die in manchen Schulen, Kindergärten, Krankenhäusern und Gefängnissen erworben werden. Zugang zu diesem Markt zu erhalten ist seit jeher eine große Herausforderung, da es für einzelne Landwirte schwierig ist, die Anforderungen im Hinblick auf die Konstanz der Menge, die Vielfalt des Angebots und die Konsistenz der Qualität zu erfüllen.

Intelligente Ansätze für das Erschließen dieses bedeutenden Markts umfassen die Schaffung bzw. Ermöglichung von **Erzeugergenossenschaften oder -netzen**, die den Bedarf der Käufer gemeinsam decken können. Dabei kann es sich um virtuelle oder reale Netze handeln.

Andere bzw. damit zusammenhängende Ansätze umfassen sinnvollerweise Änderungen innerhalb der **öffentlichen Beschaffungssysteme**. In Schottland bestanden diese Änderungen beispielsweise in der Aufteilung der Verträge zur öffentlichen Lebensmittelversorgung in kleinere Lose, damit mehrere Versorger Verträge mit geringerem Umfang schließen können.

Im nachfolgenden Beispiel aus Slowenien wird die Entstehung einer ländlichen Erzeugergenossenschaft erläutert, die ein neues Konsortium aus staatlichen Schulen und Kindergärten mit Lebensmitteln versorgt.

Nischenmärkte

Wenn Unternehmen ihre Produktion umgestalten und an die speziellen Bedürfnisse des Marktes anpassen können, verschaffen sie sich ein Alleinstellungsmerkmal, das sie von anderen Unternehmen unterscheidet. Dies kann ein Schlüsselaspekt sein, um in einem konkurrenzgeprägten Bereich weiter bestehen zu können.

Im Rahmen verschiedener Konzepte können Möglichkeiten entwickelt werden, mit denen die Erzeuger ihren **Produkten einen Mehrwert verschaffen**, indem sie beispielsweise Primärerzeugnisse selbst zu Produkten mit höherer Gewinnspanne verarbeiten. Ferner können Möglichkeiten

zur Entwicklung **neuer Produkte** einschließlich Produkten aus zuvor als Abfall angesehenen Materialien sondiert werden. Dies war bei einem Projekt in Malta der Fall, bei dem Tomatenabfälle zu einem neuen „Gourmet-Tomatenessig“ verarbeitet wurden. ⁽¹⁾

Alternativ können der Ruf oder spezielle **Eigenschaften lokaler Erzeugnisse** genutzt werden – wie zum Beispiel in der EU geschützte Lebensmittelbezeichnungen –, um einen Nischenmarkt zu erschaffen. Dies war bei „Finest Greek Tastes“ ⁽²⁾ der Fall, einem LEADER-Kooperationsprojekt zwischen griechischen Regionen.

Im nachfolgenden Beispiel aus Finnland wurde aus traditionellen lappländischen Kräutern eine neue Marke für Nahrungsergänzungsmittel für den internationalen Markt entwickelt.

Bei wieder anderen Konzepten wurden **neue Absatzmethoden** entwickelt, die online (siehe Abschnitt 2) oder über physische Infrastrukturen erfolgen und oft einen relativ kleinen, lokalen Kundenkreis bedienen. So wurden beispielsweise Erzeuger- oder Hofläden, Bauernmärkte oder mobile Lkw mit Lebensmitteln eingerichtet. Ferner können neue Geschäftsbeziehungen zwischen Hotels, Restaurants und lokalen Lieferanten aufgebaut werden.

⁽¹⁾ http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/gp_webtemplate_tomatomt.pdf

⁽²⁾ <http://www.finestgreektastes.com>



Zugang zur öffentlichen Lebensmittelversorgung in Slowenien

Bei einem slowenischen Projekt wurde ein erfolgreiches Konzept entwickelt, mit dem kleine und lokale Erzeuger Zugang zur bedeutsamen öffentlichen Lebensmittelversorgung erlangen können. Dabei entstanden ein Erzeugernetz und ein Konsortium aus Schulen und Kindergärten, die die Entwicklung einer Geschäftsbeziehung zwischen diesen ermöglichten.

Die Lokale Aktionsgruppe „Das Herz Sloweniens“ hat es zu ihren wichtigsten Prioritäten gemacht, „den Mehrwert und die Qualität des Anbaus und der Verarbeitung zu erhöhen und die Vermarktung lokaler Agrarerzeugnisse zu verbessern“. Zur Verwirklichung dieses Ziels unterstützt sie die Vernetzung und Zusammenarbeit der lokalen Akteure bei der Entwicklung innovativer Ansätze.

Dabei wurde festgestellt, dass viele lokale Erzeuger nicht die Produktvielfalt oder -menge anbieten können, um den Bedarf der größten Abnehmer wie Schulen, Restaurants und Hotels durchweg und zuverlässig zu decken.

Eine Erzeugergenossenschaft

In diesem Zusammenhang erhielt die zur Entwicklung des ländlichen Raums gegründete Genossenschaft Jarina LEADER-Mittel für eine Reihe miteinander in Verbindung stehender Aktivitäten zur Förderung der lokalen Selbstversorgung mit Nahrungsmitteln im Gebiet der Lokalen Aktionsgruppe.

„Aufgrund von guten Dienstleistungen und sozial verträglichem unternehmerischem Denken aller Beteiligten verfügen kurze Lieferketten über ein enormes Potenzial, nicht nur wirtschaftlich, sondern auch in Bezug auf die Lebensmittel- und Lebensqualität.“

Vesna Erhart
Genossenschaft Jarina

Besondere Chancen boten sich bei der öffentlichen Lebensmittelversorgung. Das Ziel von Jarina bestand darin, die Hindernisse zu beseitigen, die lokalen Erzeugern den Zugang zu diesem Markt erschweren, indem die Zusammenarbeit zwischen diesen Erzeugern erleichtert wurde, um gemeinsam die Konstanz und Qualität zu liefern, die zur Befriedigung des Marktes erforderlich sind.

Die Genossenschaft Jarina machte den Erzeugern klar, dass sie durch Zusammenarbeit das Profil ihrer Unternehmen stärken können. Ergebnis des Projekts war die Entstehung eines Netzes aus lokalen Betrieben unterschiedlicher Größe mit unterschiedlichem Angebot. Durch die Zusammenarbeit mit Jarina kann jeder lokale Erzeuger sein Kerngeschäft auf die Lebensmittelherstellung ausrichten und es der Genossenschaft überlassen, den Markt zu ermitteln und auszubauen.

Jarina organisiert die gesamte Vertriebskette von Anfang bis Ende, von der Abholung der Waren auf dem Hof bis zur Auslieferung an die Kunden. Es wird ein marktorientiertes Konzept umgesetzt, bei dem die Waren mehrerer Erzeuger zusammengefasst werden, um die speziellen Bedürfnisse der Kunden zu decken und die erforderliche Qualität zu berücksichtigen.

„Unser Netz aus rund 100 Erzeugern ermöglicht es uns, den Bedarf der Kunden zu decken. Und da unsere Erzeuger in verschiedenen Regionen mit besonderen klimatischen Bedingungen ansässig sind, ist der Zeitraum, in dem wir Erzeugnisse frisch von Feld liefern können, viel länger.“

Vesna Erhart
Genossenschaft Jarina



Die Genossenschaft Jarina organisiert die gesamte Lieferkette, um den Marktzugang kleiner Betriebe zu verbessern.

© Jarina

Ein Konsortium aus Schulen und Kindergärten

Zum Ausbau des besonderen Potenzials der öffentlichen Lebensmittelversorgung arbeitete Jarina direkt mit Schulen und Kindergärten zusammen. Es fanden Treffen mit Schuldirektoren, Köchen und Caterern für Schulen statt, um diese auf die Verfügbarkeit und die potenziellen Nutzungsmöglichkeiten lokaler Zutaten aufmerksam zu machen. Außerdem wurde den Abnehmern verständlich gemacht, dass bestimmte Erzeugnisse nur saisonal zur Verfügung stehen.

Diese Diskussionen wurden mit der Ausarbeitung von Bildungsprogrammen verknüpft mit dem Ziel, den Kindern und ihren Familien die Vorteile des Verzehrs lokaler Erzeugnisse vor Augen zu führen. Dies erfolgte im Rahmen von Vorführungen, Workshops und Exkursionen zu Bauernhöfen.

Jarina vermittelte den Bildungseinrichtungen in Diskussionen den Nutzen des Zusammenschlusses, um die Bestellung geeigneter Mengen zum Vorteil von Abnehmern und Lieferanten zu ermöglichen. Das Ergebnis war ein offizielles Konsortium aus 15 Schulen und Kindergärten.

Durch die Einrichtung des Lieferantennetzes und des Abnehmerkonsortiums konnten an beiden Enden der Lieferkette die erforderlichen Kapazitäten geschaffen werden. So konnte das Versorgungsverhältnis zwischen den Schulen und lokalen Erzeugern dauerhaft eingerichtet werden.

Darüber hinaus wurden die lokalen Lieferanten bei der Erschließung anderer lokaler Märkte einschließlich des Hotel- und Restaurantmarkts unterstützt. Durch Werbung für Erfolgsgeschichten im Rahmen des Projekts wurden sogar private Käufer darauf aufmerksam, was zur Unterzeichnung neuer Lieferverträge führte.

„Wir sind sehr stolz auf die Genossenschaft Jarina, da sie lokale Erzeugnisse mittlerweile auch an Hotels und Restaurants in Ljubljana, die Grüne Hauptstadt Europas 2016, liefert.“

Aleksandra Gradišek

Manager, Lokale Aktionsgruppe „Das Herz von Slowenien“

Projektbezeichnung	Erweiterung des Netzes lokaler Erzeugnisse auf das Gebiet der Lokalen Aktionsgruppe „Das Herz Sloweniens“
Art des Begünstigten	Genossenschaft zur Entwicklung des ländlichen Raums
Zeitraum	2012-2014
Projektfinanzierung	Gesamtbudget: 61 000 EUR LEADER-Mittel: 49 000 EUR Private Kofinanzierung: 12 000 EUR
Weiterführende Informationen	www.jarina.si
Ansprechpartner	info@jarina.si

Preisgekrönte Superfoods aus der finnischen Arktis

Ein kleines finnisches Start-up-Unternehmen entwickelte auf traditionellen Kräutern und Pflanzen aus Lappland basierende Nahrungsergänzungsmittel. Es hat gezeigt, wie die mit effektivem Branding und Marketing einhergehende Entwicklung von Nischenprodukten wichtige neue Märkte erschließen kann.

Arctic Warriors begann damit, dass drei Freunde feststellten, dass in Lappland heimische Pflanzen und Kräuter mit starken natürlichen Eigenschaften wachsen. Der Nährwert dieser lappländischen Pflanzen wird durch die kalten Winter und die langen Sommernächte in diesem arktischen Gebiet noch erhöht.

„Es machte uns Sorgen, dass Superfoods nach Finnland importiert werden, obwohl traditionelle lappländische Pflanzen nachweislich sauber, stark und reich an Nährstoffen sind. Also beschlossen wir drei Freunde, etwas dagegen zu tun.“

Katja Misikangas, Ilkka Kauppinen, Tuija Kauppinen
Management-Team, Arctic Warriors

Neue Produkte, neue Marke

Die Freunde erwirkten bei ihrer Lokalen Aktionsgruppe „Peräpohjolan Leader ry“ eine Anschubfinanzierung, um ihr Unternehmen aufzubauen und eine neue Marke für ihre Nahrungsergänzungsmittel zu kreieren. Ihr Ziel bestand darin, einheimische Kräuter und Pflanzen aus Lappland zu Superfoods zu machen, um den steigenden Bedarf an natürlichen, energiespendenden Lebensmitteln zu decken.

Sie erkannten, dass Marken- und Verpackungsstrategien unerlässlich sind, wenn ein relativ junger Markt erreicht werden soll. Sie wollten ein Spaßprodukt entwickeln, das

benutzerfreundlich und leicht zu konsumieren ist und das Gefühl und Ethos dieser natürlichen lappländischen Erzeugnisse überträgt.

Die daraus entstehende Markenidee basierte auf dem Konzept der Arctic Warriors (Arktische Krieger), das sowohl die Stärken des Produkts als auch die Unternehmensphilosophie widerspiegeln sollte. Für drei Produkte wurde den drei Typen der Arktischen Krieger – Verteidiger, Kämpfer und Energie – entsprechend Markenschutz beantragt:

1. **Defender Gel Shot** (Gelkomplex „Verteidiger“): mit Engelwurz, Brennnessel und nordischem Süßgras zur Stärkung von Immunität und Widerstandsfähigkeit;
2. **Fighter Gel Shot** (Gelkomplex „Kämpfer“): mit Rosenwurz und Brennnessel gegen Stress und Müdigkeit;
3. **Energy Honey Shot** (Energie-Honig-Komplex): mit Honig, Rosenwurz und Brennnessel für den Sport oder andere körperliche Aktivitäten.

Auf der Verpackung sind dem Produkttyp entsprechend bunte Comic-Zeichnungen der drei Krieger zu sehen und die zu 100 % natürlichen Bestandteile klar aufgelistet. Erhältlich sind die Produkte in Flaschen oder Kunststoffverpackungen, die sich leicht unterwegs öffnen lassen, indem man sie faltet, und aus denen die Flüssigkeit herausgequetscht wird. Sie können direkt verzehrt oder als Getränkzusatz verwendet werden.

„Auf eine Marke dieser Art wurde lange gewartet. Der Geschmack zaubert ein Lächeln auf die Lippen. Die Verpackung ist schön, finnisch und natürlich.“

Taika Nummi
Studentin

Unterstützung lokaler Landwirte

Arctic Warriors hat sich auf die Fahnen geschrieben, aktiv zur Weiterentwicklung der lokalen Wirtschaft beizutragen. Das Unternehmen hat ein Netz lokaler Landwirte aufgebaut, von denen es nicht nur die Rohstoffe bezieht, sondern mit denen es auch Informationen und bewährte Verfahren hinsichtlich des Kräuteraanbaus austauscht.

Für Arctic Warriors ist diese Geschäftsbeziehung wichtig, was die Sicherung der Qualität der lokalen Erzeugnisse, die Unterstützung lokaler Landwirte und die Stellung des Unternehmens innerhalb der lokalen Wirtschaft und Gemeinschaft anbelangt. Es hat andere lokale Landwirte bereits animiert, zusätzlich zu ihren Hauptanbautätigkeiten auch traditionelle Kräuter anzubauen.

„Wir haben festgestellt, dass unsere Kunden sich sehr beeindruckt zeigen, wenn sie hören, dass wir unsere Landwirte persönlich kennen und genau wissen, welchen Weg die Kräuter vom Saat Korn bis zum Endprodukt zurückgelegt haben.“

Tuija Kauppinen
Partner und Sales & Marketing Manager, Arctic Warriors

Zugang zu internationalen Märkten

Durch die Zusammenarbeit mit einem Berater für Internetmarketing hat Arctic Warriors seine starke Internetpräsenz über Facebook, Twitter und Instagram ausgebaut. Seine Website enthält eine Fülle von Informationen über das Unternehmen, seine Produkte, Pflanzen und Landwirte sowie Berichte zufriedener Kunden.

Außerdem gibt es auf der Website einen Online-Shop und Links zu mehr als 25 Online-Shops und zahlreichen Geschäften und Einzelhandelsketten in ganz Finnland, in denen die Produkte von Arctic Warriors ebenfalls erworben werden können. In relativ kurzer Zeit hat sich Arctic Warriors in ganz Finnland ausgebreitet und ist auch in den norwegischen und schwedischen Markt eingestiegen.

Wichtig ist zudem, dass das Team die internationalen Marketingaktivitäten für seine Nischenprodukte fortgesetzt hat. Berrytime, ein in Hongkong ansässiger Online-Shop, verkauft nun ebenfalls auf der ganzen Welt Produkte von Arctic Warriors. Darüber hinaus verhandelt das Unternehmen mit potenziellen Vertriebspartnern in Südkorea, China und Kanada.

Projektbezeichnung	Arctic Warrior
Art des Begünstigten	Privates Unternehmen (Start-up)
Zeitraum	2014
Projektfinanzierung	Gesamtkosten: 30 890 EUR ELER-Beitrag: 15 129 EUR Privater Beitrag: 15 761 EUR
Weiterführende Informationen	www.arcticwarriors.fi
Ansprechpartner	info@arcticwarriors.fi



© Arctic Warriors

Arctic Warriors nutzt für seine Nahrungsergänzungsmittel gut durchdachte Marketingkonzepte, um Zugang zu internationalen Märkten zu erlangen.

5. Diversifizierung des ländlichen Raums

Bei den intelligenten Konzepten für die ländliche Entwicklung muss die große Vielfalt der (potenziellen) wirtschaftlichen Aktivitäten im ländlichen Raum berücksichtigt werden, die über die Hauptsparten der land- und forstwirtschaftlichen Produktion hinausgehen.

Bei der Diversifizierung des ländlichen Raums geht es darum, wichtige Wachstumsbereiche für die ländliche Entwicklung zu erschließen, beispielsweise die „Erlebniswirtschaft“, bei der die Kunden ihr Geld nicht für Erzeugnisse, sondern für Aktivitäten ausgeben. Die Diversifizierung kann einen wirtschaftlichen Anreiz bieten und die Abhängigkeit einiger ländlichen Gebiete von der Produktion mindern.

Diversifizierung kann auch bedeuten, dass ländliche Erzeuger ihre Aktivitäten auf andere Bereiche ausweiten und andere ländliche Akteure viele verschiedene Aktivitätsarten entwickeln. Bei diesen Aktivitäten werden dabei oft natürliche Ressourcen und Kulturgüter des Gebiets einschließlich Bauernhöfen und Wäldern genutzt.

Im Mittelpunkt vieler Konzepte zur Diversifizierung des ländlichen Raums steht die Notwendigkeit, das jeweilige Gebiet für Besucher attraktiv zu machen, damit diese Geld in lokalen Geschäften ausgeben, lokale Dienstleistungen in Anspruch nehmen und Unternehmen vor Ort unterstützen. Intelligente Konzepte können hier auf der Nutzung neuer Technologien sowie auf integrierten Konzepten basieren, bei denen strategisch über die Entwicklung eines lokalen Gebiets nachgedacht wird.

Ein konkurrenzfähiges lokales Angebot

Ländliche Gemeinden und Unternehmen, die Besucher anziehen möchten, könnten darüber nachdenken, Touristen kombinierte lokale Angebote zu unterbreiten – durch die **Schaffung von Reisezielen**. Eine Branche bzw. eine Aktivität allein übt eine gewisse Anziehungskraft aus. Wird diese jedoch mit ergänzenden Branchen und Dienstleistungen kombiniert, einschließlich Unterkünften, Verpflegungsmöglichkeiten, alternativen Aktivitäten und Einkaufsmöglichkeiten, ist die Anziehungskraft größer. Auf diese Weise wird ein „Reiseziel“ geschaffen.

Bisher haben ländliche Akteure ELER-Fördermittel genutzt, um das Angebot an potenzielle Touristen an konkreten Standorten auf dem Land weiterzuentwickeln. Am besten funktioniert dies, wenn verschiedene Interessengruppen innerhalb der lokalen Gemeinde in die Entwicklung eines schlüssigen strategischen Gesamtkonzepts einbezogen werden.

Im nachfolgenden Beispiel wird ein lokales Projekt aus Bulgarien vorgestellt, bei dem im Rahmen eines Gesamtangebots für Touristen auf dem Land mehrere ergänzende Attraktionen geschaffen wurden.

Bei anderen Ansätzen kann schwerpunktmäßig die Spezialisierung auf einen konkreten Tätigkeitsbereich im Mittelpunkt stehen – beispielsweise lokale Speisen und Getränke oder Abenteuersportarten wie Klettern und Gleitschirmfliegen.

Intelligente Tools für Besucher

Neben einem attraktiven Angebot müssen die Strategien für den ländlichen Raum potenzielle Besucher erreichen, damit diese wissen, was sie in der betreffenden Region vorfinden, warum sie sie besuchen sollten und wie sie ihren Aufenthalt dort organisieren können.

Mit ELER-Fördermitteln können Online-Tools wie **Internetplattformen und Marketingkampagnen** entwickelt werden, mit denen sich die Vielfalt an lokalen Unternehmen und Attraktionen auf verschiedene Weise präsentieren lässt.

Als speziellere Tools bieten sich Smartphone-Anwendungen – **Apps** – an, mit deren Hilfe Besucher ihre Zeit in dem jeweiligen ländlichen Gebiet optimal nutzen können. Durch Verbesserung der Erfahrungen, die Besucher machen, können diese Tools doppelt nützlich sein, da sie nicht nur die Besucherzahlen erhöhen, sondern auch die Wahrscheinlichkeit, dass die Besucher bei lokalen Unternehmen Geld ausgeben.

Im nachfolgenden Beispiel wird ein Projekt einer belgischen Region vorgestellt, die ein Online-Tool und eine App entwickelte, um für eine neue Besuchergeneration attraktiv zu werden, die die örtlichen Wanderwege erkunden soll.



Ausbau des lokalen Angebots zur Anziehung von Touristen im ländlichen Bulgarien

Die Gemeinde Borino im südlichen Bulgarien hat mithilfe von ELER-Mitteln neue Touristenattraktionen geschaffen und Tools entwickelt, um den Zugang zu Natursehenswürdigkeiten und historischen Wahrzeichen in der Region zu ermöglichen. Dieses Projekt ist ein gutes Beispiel für ein integriertes Konzept zur Förderung des ländlichen Tourismus.

Eine Initiative der Gemeinde

Das Projekt entstand, nachdem eine lokale Aktionsgruppe (LAG) in den westlichen Rhodopen Einwohner aktiv in Ideenvorschläge zur Schaffung neuer Touristenattraktionen einbezogen hatte, die die bereits etablierten Natursehenswürdigkeiten der Region ergänzen sollten.

Zunächst wurden in mehreren Dörfern Informationskampagnen durchgeführt, um die Einwohner in den Ausbau des Gebiets mithilfe von LEADER/CLLD-Mitteln einzubeziehen. Bei einem dieser Treffen schlug ein Bewohner vor, eine Attraktion nachzubauen, die in den 1930er-Jahren im Dorf bei Feierlichkeiten und Volksfesten zum Einsatz kam: ein früher Prototyp eines Riesenrads.

„Solche ‚verrückten Ideen von Einheimischen‘ entstehen nur durch LEADER-Mittel. Es wäre sehr schwierig gewesen, eine so spezielle lokale Attraktion im Zuge anderer EPLR-Maßnahmen nachzubauen. Darin besteht der größte Pluspunkt des LEADER-Konzepts – eine Einzelperson oder eine einzelne Gemeinde erhält die Chance, ihre Träume zu verwirklichen.“

Bilgin Asanov
Koordinator, LAG „Westliche Rhodopen“

Auf dem Weg zu einem integrierten Konzept

Die Idee, den Riesenrad-Prototyp nachzubauen, wurde in enger Zusammenarbeit mit der örtlichen Gemeinde im Rahmen eines Projekts ausgebaut, bei dem insgesamt 14 Touristenattraktionen um Natursehenswürdigkeiten der Region wie die Jagodina-Höhle und die Teufelsrachenhöhle (Dyavolsko Garlo) ergänzt bzw. beworben werden sollten.

Zu den Attraktionen gehören auch ein 20 Meter hoher Aufzug, der einen Panoramablick auf die Berge bietet, eine Vogelwarte mit Teleskopen und Ferngläsern zur Beobachtung seltener Vogelarten und ein 62 Kilometer langer Radweg.

Um den Zugang zu diesen und anderen Attraktionen in diesem Gebiet zu erleichtern, wurden im Rahmen des Projekts zwei Informationszentren gebaut und Reliefkarten erstellt, in denen die Wander- und Radwege und alle Natursehenswürdigkeiten, die jährlich Tausende Touristen anziehen, eingezeichnet sind.

Damit sollte ein anderes ELER-gefördertes Projekt der LAG ergänzt werden: Es wurde ein 20 Kilometer langer, um die Berge führender Holzpfad namens Teufelspfad gebaut, auf dem Wanderer bisher unzugängliche Attraktionen sehen und erleben können.



Die beteiligten Akteure machten sich ihre eigene Kulturgeschichte zunutze und ließen eine lokale Attraktion aus den 1930er-Jahren nachbauen.

© LAG 'Western Rhodope'

Der LAG und der Gemeinde liegt es sehr am Herzen, weitere Aktivitäten ins Leben zu rufen, um die Infrastruktur in der Nähe dieser verschiedenen Attraktionen zu verbessern und den Zugang zu ihnen zu erleichtern. Geplant und angedacht sind unter anderem der Bau von Parkplätzen, Aussichtsterrassen, Brücken, Schutzhütten und Informationsständen.

Nutzung moderner Technologien

Im Rahmen des integrierten Konzepts hat die LAG IKT-Tools erdacht und entwickelt, um den Bekanntheitsgrad des Gebiets zu erhöhen und entsprechend Werbung zu machen. Zur Bewerbung des Teufelspfads wurde bereits eine eigene Website erstellt. Außerdem können Hotels und Pensionen in der Region nun online reserviert werden.

Nach Schaffung all der neuen Attraktionen im Jahr 2015 wird die LAG diese nun gemeinsam mit der Gemeinde Borino eröffnen und auf der Website für sie werben. Darüber hinaus wird eine Smartphone-App entwickelt werden, mit deren Hilfe Wanderer und Radfahrer sich auf den verschiedenen Bergwegen leicht zurechtfinden können.

Diese intelligenten Tools sind unerlässlich, um dieses attraktive ländliche Reiseziel bei einer neuen Besuchergeneration bekannt zu machen. Dieses Konzept basiert auf dem Ausbau der bestehenden lokalen Attraktionen und der verfügbaren Aktivitäten sowie der



© LAG 'Western Rhodope'

Es werden verstärkt IKT-Tools zum Einsatz kommen, um neue und modernisierte Attraktionen wie den Teufelspfad zu unterstützen.

Entwicklung der Tools, um es in die Tat umzusetzen und potenziellen Besuchern zugänglich zu machen.

„Wir hoffen sehr, dass das Dorf Borino durch die Schaffung dieser Touristenattraktionen zu einem echten Zentrum für verschiedene touristische und Informationsdienstleistungen wird.“

Gemeinde Borino
<http://dyavolskapateka.org>

Projektbezeichnung	Zugang zu Natursehenswürdigkeiten und historischen Wahrzeichen und Attraktionen in der Gemeinde Borino
Art des Begünstigten	Gemeinde
Zeitraum	2015
Projektfinanzierung	Gesamtbudget: 137 672 EUR ELER-Beitrag: 110 137 EUR Lokaler Beitrag: 27 535 EUR
Weiterführende Informationen	<ul style="list-style-type: none"> • http://dyavolskapateka.org • http://www.nsm.bg/sites/default/files/DP_MIG%20VZR-Viasko%20kolelo_M31.3f.pdf
Ansprechpartner	<ul style="list-style-type: none"> • mig_vzr@abv.bg • Obshtina_borino@abv.bg

Förderung des ländlichen Tourismus in der Belgischen Eifel durch intelligente Tools für Wanderer

Bei dem Projekt „GO Eastbelgium“ entwickelten fünf Gemeinden der Belgischen Eifel gemeinsam ein Online-Tool mit GPS und eine Smartphone-App für Wanderer. Mit dieser allerneuesten Technik kann die neue Wanderergeneration längst vergessene Wege und Pfade entdecken, sodass mehr Besucher in das Gebiet kommen.



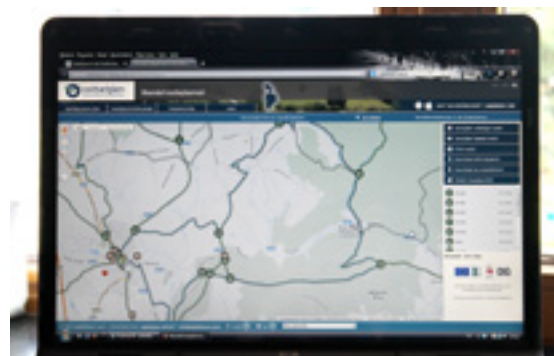
Gefördert von der Lokalen Aktionsgruppe „100 Dörfer – 1 Zukunft“ arbeiten in der deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (Belgische Eifel) fünf Ortschaften⁽¹⁾ mit der Tourismusagentur Ostbelgien (TAO) und örtlichen Fremdenverkehrsbüros zusammen und entwickelten gemeinsam die Wanderer-Tools „GO Eastbelgium“.

Das Ziel bestand darin, durch moderne Technologien eine traditionelle Form der Betätigung auf dem Land wiederzubeleben und die lokale Wirtschaft durch das Anlocken einer neuen Besuchergeneration anzukurbeln. Man wollte sich die Tatsache zunutze machen, dass viele Wanderer und Spaziergänger ihre Strecken heutzutage gerne mithilfe von Online-Karten planen und anstatt einer Landkarte und eines Kompasses lieber ihr Mobiltelefon nutzen.

„Ich bin überzeugt, dass GPS und Landkarten auf Papier sich gegenseitig ergänzen. Mit einem GPS-Track lässt sich

eine Route gut planen. Zusammen mit einer Landkarte ist man dann flexibel genug, um seine Pläne leicht ändern zu können.“

Peter Christiaensen
Wanderer



© GO Eastbelgium

Bei diesem Projekt wurde ein Online-Tool für Wanderer entwickelt, mit dem Ausflüge in der Belgischen Eifel geplant werden können.

⁽¹⁾ Amel, Bullingen, Burg-Reuland, Butgenbach und St. Vith.

Ein ähnliches Projekt, „DigiRoute 42“ in den Flämischen Ardennen, diente als Inspiration für die Nutzung des flandrischen Knotenpunktsystems für Fahrradrouten; Knotenpunkte sind die Schnittpunkte mehrerer Strecken, die ein Streckennetz bilden und den Touristen auf dem Land mehr Optionen bieten. Ziel war es, in dem gesamten Gebiet der LAG mit einer Fläche von 629 km² ein einheitliches Wanderwegesystem und Straßennetz zu schaffen, das durch GPS, Online-Planungshilfen und eine Smartphone-App genutzt werden kann.



© GO Eastbelgium

Über eine Smartphone-App erhalten Wanderer mit oder ohne Internetverbindung Strecken- und lokale Informationen.

Koordination und Kooperation

Die Entwicklung des Inhalts für das Online-Planungstool und die App von GO Eastbelgium erforderte die erfolgreiche Zusammenarbeit lokaler Akteure der verschiedenen Gemeinden und Fremdenverkehrsbüros. Den Technikexperten wurden ein Verzeichnis der bestehenden Wege, alte Landkarten und Qualitätskriterien vorgelegt, um ihnen die zur Erstellung der Tools erforderlichen Inhalte an die Hand zu geben.

Zunächst führten die lokalen Verkehrs- und Tourismusverbände Recherchen zu den Wanderwegen durch und legten diese fest, dann wurden Themenwege bestimmt, die für einen Mehrwert sorgen würden. Die vor Ort vorhandenen Kenntnisse wurden genutzt, um sicherzustellen, dass bei der Entwicklung der Routen stark befahrene Straßen vermieden und lokale Attraktionen und Unternehmen hervorgehoben werden, um das bestmögliche Wandererlebnis zu gewährleisten. Auch Wanderstandards wurden berücksichtigt.

„Der Routenplaner für Wanderer hat unsere Dörfer einander angenähert; durch die Zusammenarbeit haben wir weitere Pläne für unsere Gemeinden geschmiedet. Unser Beispiel zeigt, wie ein scheinbar kleines Projekt, das aus europäischen LEADER-Mitteln finanziert wird, vor Ort zu echten und positiven Veränderungen führen kann.“

Bernd Niessen

Fremdenverkehrsbüro Amel-Eibertingen-Valender V.o.G.

Einige Landwirte lehnten die Wiederherstellung historischer Fußwege zwischen Dörfern zunächst ab, weil sie über Ackerland führten. Die Projektträger konnten sie jedoch überzeugen, indem sie ihnen die Vorzüge des Tourismus erläuterten, die sich im Falle einer Kooperation für die Region ergäben. Die LAG bezog die betreffenden Landwirte aktiv in die Analyse und Überarbeitung der Wege und Pfade mit ein. Durch den Beitrag der Landwirte zur Bestimmung dieser historischen Fußwege, die nicht mehr existierten, aber wieder nutzbar gemacht werden konnten, entstand ein zusätzlicher Mehrwert.

Neue Tools und noch mehr

Zu den wichtigsten Errungenschaften zählte ein virtuelles Planungstool, das über eine Website abgerufen oder über eine App auf ein Smartphone heruntergeladen und dann mit oder ohne Internetverbindung genutzt werden kann. Es steht auf Niederländisch, Französisch und Deutsch zur Verfügung.

Angezeigt werden Strecken von insgesamt 919 Kilometern Länge, die über ein Knotenpunktsystem miteinander verbunden sind, GPS-Koordinaten, Themenrouten und geografisch genau bestimmte lokale Attraktionen. Die interaktive Landkarte enthält Informationen zu Höhenprofil und Länge der gewählten Route.

Die Website von GO Eastbelgium verzeichnete 22 000 Besuche von 16 500 verschiedenen Nutzern und die App 1200 Downloads. Dem Projektleiter Gilbert Küpper zufolge hat sie zur Erhöhung der Besucherzahlen geführt und stellt lediglich den Anfang weiterer positiver Entwicklungen dar.

Die LAG möchte auf den Erfolgen des Projekts aufbauen und auf weitere effektive Kooperationen zwischen verschiedenen Interessengruppen hinarbeiten, um Tourismus, Gastronomie und Gastfreundschaft in der Belgischen Eifel zu fördern.

Projektbezeichnung	GO Eastbelgium
Art des Begünstigten	Lokale Aktionsgruppe „100 Dörfer – 1 Zukunft“
Zeitraum	2011-2013
Projektfinanzierung	Gesamtbudget: 82 650 EUR ELER-Beitrag: 37 200 EUR Regionaler Beitrag: 37 200 EUR Lokaler Beitrag: 8 200 EUR
Weiterführende Informationen	http://go.eastbelgium.com
Ansprechpartner	Gilbert.Kuepper@wfg.be

6. Nachhaltige Gemeinden

Bei den intelligenten Konzepten für die ländliche Entwicklung muss sichergestellt sein, dass die ländlichen Gemeinden dynamisch und attraktiv sind und dass es sich in ihnen gut leben und arbeiten lässt. Mit Ansätzen, bei denen ausschließlich Möglichkeiten im Bereich Wirtschaft und Beschäftigung im Mittelpunkt stehen, werden nicht alle Hindernisse für die lokale Entwicklung des ländlichen Raums beseitigt werden können.

Die Entwicklung von Unternehmen in der Landwirtschaft, Forstwirtschaft und anderen ländlichen Branchen kann zum Erhalt von Arbeitsplätzen in ländlichen Gebieten beitragen. Es müssen jedoch auch Schulen, Geschäfte und andere lokale Dienstleistungen vorhanden sein, damit es sich in den ländlichen Gemeinden gut leben und arbeiten lässt. Positive Kreisläufe können entstehen, wenn neben der Entwicklung der Unternehmen das Vorhandensein zukunftsfähiger lokaler Dienstleistungen gewährleistet ist.

Neue Dienstleistungsmodelle

Zur effizienten und kostengünstigen Deckung des Bedarfs vor Ort werden üblicherweise neue, flexible Modelle der Dienstleistungserbringung benötigt. Einen weit verbreiteten Ansatz bildet hier die Bereitstellung **mobiler Dienste**, der eine lokale Erbringung von Dienstleistungen entsprechend dem tatsächlichen Bedarf ermöglicht. Dies können Dienstleistungen von mobilen Bibliotheken, Banken und Gesundheitsdienstleistern sein.

Einen anderen – mitunter ergänzenden – Ansatz bilden Telefon- oder **Online-Dienste**. Mit diesen kann unmittelbar auf bestimmte Bedürfnisse der Nutzer unabhängig von deren Standort und oft außerhalb der üblichen Geschäftszeiten reagiert werden. In der Regel werden sie zusätzlich zu traditionelleren Dienstleistungen zu anderen Zeiten angeboten. So kann beispielsweise mit der Bereitstellung von Gesundheitsdienstleistungen am Telefon oder über das Internet aus der Ferne auf Bedürfnisse eingegangen werden, die keinen Besuch in einer öffentlichen Gesundheitseinrichtung erfordern bzw. diesem vorausgehen können.

Ein wesentlicher Aspekt für den ländlichen Raum, insbesondere für die schwächsten Mitglieder der Gemeinschaft, ist der Zugang zu lokalen Verkehrsmitteln. Zu den intelligenteren, leichter durchführbaren Lösungen für den Betrieb eines zukunftsfähigen öffentlichen Verkehrsnetzes gehört die Nutzung von Online-Buchungssystemen, bei denen Gemeindeglieder **auf Abruf** speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene öffentlichen Verkehrsmittel nutzen können.

Im nachfolgenden Beispiel aus Wales wird ein auf einem Abrufsystem basierender Busservice vorgestellt, mit dem die Landbevölkerung an andere Dörfer, Ortschaften und größere Verkehrsnetze angebunden wird.

Von der Gemeinde betriebene Geschäfte und angebotene Dienstleistungen

Bei nicht gewinnorientierten, von der **Gemeinde angebotenen Dienstleistungen** können von der Gemeinde investierte Zeit und/oder Finanzmittel genutzt werden, um die Hindernisse zu überwinden, die öffentliche oder private Anbieter von der Bedienung des betreffenden Gebiets abhalten. Für die Unterstützung der Gemeinden bei der Ausarbeitung und Umsetzung solcher Initiativen können ELER-Mittel verwendet werden.

Dorfläden können die Versorgung mit Basisgütern in einem Dorf gewährleisten und dieses dadurch attraktiver machen. Außerdem können sie lokale Erzeuger unterstützen und ein lokales Angebot zusammenstellen, um Touristen und Zweitwohnungsbesitzer anzuziehen. Zudem können sie als Angelpunkt dienen, an dem andere Dienstleistungen wie beispielsweise Postdienstleistungen, ein „schwarzes Brett“ für das Dorf und Breitbandinternet-Kopfstationen bereitgestellt werden.

Nachfolgend wird ein LEADER-Kooperationsprojekt vorgestellt, bei dem bürgerbasierte Lösungen zur Deckung des Dienstleistungsbedarfs lokaler Gemeinden in Deutschland und Österreich entwickelt wurden.

Auch viele weitere lokale Dienstleistungen können durch von der Gemeinde ausgehende Prozesse getragen werden. Bei einigen Modellen steht die Bereitstellung strukturierter Hilfsmittel zur Organisation der **Ökonomie des Teilens** im Mittelpunkt. Dazu gehören z. B. Zeitbanken, bei denen Einwohner ihren Fähigkeiten und Kompetenzen entsprechend Mitbürgern Dienstleistungen anbieten und im Tausch alternative Unterstützung erhalten können, ohne dafür bezahlen zu müssen.



Einwohnerbasierte Lösungen zum Erhalt der ländlichen Gemeinden in Deutschland und Österreich

Bei dem Projekt „Lebensqualität durch Nähe“ beteiligten sich die Bürger an der Ausarbeitung und dem Austausch von Lösungen für die dauerhafte Bereitstellung grundlegender Dienstleistungen und die Nahversorgung in ländlichen Gebieten. Es handelte sich um ein länderübergreifendes LEADER-Kooperationsprojekt zwischen Deutschland und Österreich.

Ziel dieses mit ELER-Mitteln finanzierten Projekts war das Finden, Austauschen und Entwickeln von bürgerbasierten Lösungen als Ersatz für nicht mehr angebotene lokale Dienstleistungen (Läden, Gesundheits-, Bank- und Postdienstleistungen). Herausforderungen dieser Art entstehen oft dann, wenn der Arbeitsplatzmangel vor Ort, der demografische Wandel und der Bevölkerungsrückgang zu einer geringen lokalen Kaufkraft führen.

Innovation durch Kooperation

Zum Start der Initiative wurden mit Mitteln aus der LEADER-Kooperationsmaßnahme die Einrichtung eines gemeinsamen länderübergreifenden Forums verschiedener Gemeinden und Interessengruppen aus Deutschland und Österreich finanziert. Unter Federführung der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) „Nordschwarzwald“ schlossen sich dem Projekt weitere drei LAG aus Deutschland und drei Partner-LAG aus Österreich an.

Es fanden gegenseitige Besuche der österreichischen und deutschen Partnerregionen statt, und es wurde ein aus sechs Modulen bestehendes Schulungsprogramm für alle Partnergebiete entwickelt. Dabei stand die Findung und Verbreitung guter Ideen für die Ausarbeitung von bürgerbasierten Lösungen für Probleme des dörflichen Lebens im Vordergrund.

Fachleute des SPES – eines deutschen Vereins, der sich mit der lokalen Verwaltung und Dienstleistungserbringung befasst – standen unterstützend zur Seite, während die Koordination und Berichterstattung in den Händen der LAG-Manager lag.

„Den Leuten wurde schnell klar, dass die kreative Kraft der Dörfer von der Präsenz und Beteiligung ihrer Bürger abhängt. Durch die Zügelung des Prozesses mithilfe unserer Fachleute konnten die Teilnehmer fokussiert und konstruktiv arbeiten.“

Ingrid Engelhart
Projektkoordinatorin

Die Einwohner aus 33 teilnehmenden Gebieten tauschten sich auf freiwilliger Basis über Ideen und Verfahrensweisen aus. Das Ziel bestand darin, mögliche Lösungen nicht einfach zu kopieren, sondern sie so maßzuschneidern, dass der tatsächliche Bedarf jeder teilnehmenden Gemeinde optimal gedeckt wird.

Bürgerbasierte Dienstleistungen

Bei diesem LEADER-Kooperationsprojekt wurden viele innovative Konzepte ermittelt und umgesetzt. Für folgende Bereiche wurden Dienstleistungen konzipiert und erörtert: ältere Bürgerinnen und Bürger, Energie, Familie, Nahversorgung, Kultur, Mobilität, Ökologie, Demografie, Industrie, Gastronomie, Kinder, Jugendliche, Landwirtschaft und Tourismus. Viele Beispiele dafür finden sich auf der Projekt-Website.

Ein interessantes Beispiel ist die „ZeitBank 55+“, bei der Einwohner im Alter ab 55 Jahren Mitbürgern Hilfe anbieten und dafür Zeitschecks erhalten, die gegen eine Dienstleistung eines anderen Mitglieds eingetauscht werden können.



Dorfäden – wie der im österreichischen Vorderstoder – können die Einwohner mit Basisgütern versorgen und als Angelpunkt für lokale Aktivitäten dienen.

Alle Dienstleistungen werden gleich behandelt und nur in der zur Verfügung gestellten Zeit gemessen und können Gartenarbeiten, Fahrdienste, Hilfestellung beim Schriftverkehr oder beim Einkaufen usw. umfassen.

„In meinem Alter möchte ich nicht nur herumsitzen und nichts tun. Ich möchte gern mit meinen Nachbarn in Kontakt kommen und helfen, solange ich kann. Also fahre ich Nachbarn mit meinem Auto zum Arzt, zu Seniorentreffen am Nachmittag oder übernehme andere Tätigkeiten für sie.“

Hannelore Foerch

76-jährige Dorfbewohnerin und Mitglied der ZeitBank55+

In der Gemeinde Vorderstoder in Oberösterreich haben die Dorfbewohner gemeinsam 50 000 EUR Startkapital für die Gründung eines Bergladens aufgebracht. In dem 220 m² großen Laden werden Lebensmittel einschließlich lokaler Agrarerzeugnisse verkauft, ein Café ist ebenfalls integriert. Dort, wo der private Markt kein Angebot unterbreiten kann, bietet der Bergladen eine Lösung für die Nahversorgung.

Konzepte werden zu dauerhaften Lösungen

Lokale Initiativen dieser Art gingen mit Sensibilisierungsmaßnahmen einher, um die Nutzung der betreffenden Systeme durch die Einwohner zu fördern und eine Umsetzung auch in anderen Gebieten zu bewirken. So wurden zu dem Projekt beispielsweise mehrere Radiosendungen auf SWR1 ausgestrahlt. Zum Abschluss fand dann ein Symposium statt, um die im Rahmen der verschiedenen Konzepte gewonnenen Erkenntnisse weiterzugeben.

Bei dem Projekt wurde deutlich, dass Gemeinden mit ein wenig Unterstützung und Anleitung häufig eigene Lösungen herbeiführen können, um einen Teil ihres Bedarfs an Waren und Dienstleistungen zu decken. Dies alles war ohne umfangreiche Subventionen oder große Eingriffe von außen möglich. Mit gezielter ELER-Förderung kann definitiv etwas bewegt und verdeutlicht werden, was getan werden kann und auf welche Weise dies geschehen kann.

„Der größte Pluspunkt des Projekts war seine Praxisorientierung. Den Partnern wurden für Probleme im eigenen Dorf Lösungen präsentiert, die sie leicht umsetzen konnten.“

Ingrid Engelhart
Projektkoordinatorin

Projektbezeichnung	Lebensqualität durch Nähe – LQN
Art des Begünstigten	Lokale Aktionsgruppen
Zeitraum	2009-2011
Projektfinanzierung	Gesamtbudget: 89 568 EUR ELER-Beitrag: 28 706 EUR Nationaler Beitrag: 30 409 EUR Privater Beitrag: 30 453 EUR
Weiterführende Informationen	www.lqn-leader.de
Ansprechpartner	engelhart@spes.de

Ein lokaler Busservice auf Abruf für Dorfbewohner in Wales

Beim Busservice „Bwcabus“ handelt es sich um einen lokalen Busservice auf Abruf, der auf die Bedürfnisse der Dorfbewohner zugeschnitten ist, die telefonisch einen Bus reservieren können. Diese Initiative hat gezeigt, dass ein integriertes Verkehrsnetz auf dem Land zur Verbesserung der Anbindung beitragen, die Abhängigkeit von Autos mindern und ländlichen Gemeinden den Weg aus der Entbehrung zeigen kann.

Viele Dörfer und Kleinstädte in den ländlichen Gebieten Europas sind in die Isolation geraten, weil zur Einsparung von Kosten nicht konkurrenzfähige Busdienstleistungen eingestellt wurden. Eine Initiative im westlichen Wales stellt nun unter Beweis, dass neue Konzepte für die Beförderung auf dem Land in Verbindung mit strategischen Busstrecken zu einem zukunftsfähigen Modell des integrierten öffentlichen Verkehrswesens führen können.

Die Initiative „Bwcabus“ entwickelte sich aus einem ELER-Projekt im Jahr 2008. 2015 konnte mithilfe von ELER-Mitteln die Fortsetzung des Dienstes gesichert werden. Geleitet wurde die Initiative vom Grafschaftsrat von Carmarthenshire, in Partnerschaft mit dem Grafschaftsrat von Ceredigion, Traveline Cymru und der University of South Wales.

Ein fahrgastorientierter Busservice

„Bwcabus“ (book-a-bus) ist ein lokaler Busservice, der auf den tatsächlichen Bedarf ländlicher Gemeinden ausgerichtet

ist. Neben zahlreichen festen Strecken wird ein Abrufdienst angeboten, den die Nutzer reservieren können.

Zu dem Busservice gehört eine Website mit ausführlichen Informationen über den Service und Details zu den Haltestellen, Tarifen und Buchungsmöglichkeiten. Nach einer kostenlosen Registrierung können die Fahrgäste über einen speziellen Telefonbuchungsservice die gewünschte Strecke buchen.

Die Betriebszeiten sind von Montag bis Freitag von 7.00 bis 19.00 Uhr. Fahrten am Morgen müssen am Vortag bis 19.00 Uhr und Fahrten am Nachmittag am gleichen Tag bis 11.30 Uhr gebucht werden.

Dieser Service ermöglicht Fahrten zwischen Kleinstädten und Dörfern innerhalb der Bwcabus-Zone bzw. im Falle von Fahrten in weiter entfernte Gegenden Anbindungen an die wichtigsten Bus- oder Zugstrecken. Ein besonderer Vorteil besteht darin, dass Personen ohne eigenes Auto zu sinnvollen Zeiten Zugang zu wichtigen Dienstleistungen

wie Gesundheits- und Bildungsdienstleistungen sowie Beschäftigungsmöglichkeiten in nahe gelegenen Städten haben.

„Ohne Bwcabus müsste ich meinen Job wechseln, da ich kein anderes Transportmittel habe und Taxifahren zu teuer wäre.“

Melanie Heath

Bwcabus-Nutzerin der ersten Stunde, Llandysul, Wales

Ein uneingeschränkt nutzbarer Service

Am stärksten von eingeschränkten Beförderungsdienstleistungen betroffen sind zumeist ältere, schutzbedürftige Menschen und Personen mit eingeschränkter Mobilität. Bwcabus leistet bereits einen wesentlichen Beitrag zur Lebensqualität dieser Personen, indem er ihren Zugang zu Dienstleistungen, Beschäftigung und sozialen Interaktionsmöglichkeiten verbessert.

„Dieser Service ist großartig, und ich weiß nicht, was ich ohne ihn tun würde! Die Gesundheitsversorgung spielt für mich eine große Rolle, und ich muss Arzttermine wahrnehmen können. Ohne Bwcabus war alles sehr mühselig, da nur einmal in der Woche ein Bus fuhr.“

Mary Jennings

Bwcabus-Nutzerin, Rhydlewis, Wales

Ein weiterer Pluspunkt in diesem Zusammenhang ist, dass alle Bwcabus-Busse über einen niedrigen, geräumigen und leicht zugänglichen Einstieg verfügen und auf Anfrage auch Rampen für Rollstühle zur Verfügung stehen. Dadurch können sie auch von Personen mit eingeschränkter Mobilität, Rollstuhlfahrern und Personen mit kleinen Kindern in Kinderwagen oder Buggys genutzt werden.

Während die meisten Fahrgäste gebeten werden, die am nächsten gelegene Haltestelle aufzusuchen, können Personen mit eingeschränkter Mobilität oder an besonders abgelegenen Orten sich zu Hause oder in der Nähe ihres Zuhauses abholen oder absetzen lassen, sofern dies ungefährlich und praktisch möglich ist.

Ein Impuls für die lokale Wirtschaft

Der neue Busservice deckt nicht nur den Bedarf einzelner Personen, sondern hat auch zu einer Erhöhung der Anzahl der Fahrten insgesamt geführt, was den lokalen Unternehmen und der lokalen Wirtschaft zu einem Aufschwung verholfen hat – denn er bringt nicht nur Arbeitnehmer in die Stadt, sondern auch Kunden.

Einer 2016 durchgeführten Erhebung bei lokalen Unternehmen in der Stadt Newcastle Emlyn zufolge konnten die Unternehmensinhaber seit der Einführung des Services Unterschiede feststellen. „Der Service verschafft uns Kunden, für die Fahrten ansonsten ein Problem darstellen“, betont Gaynor Jones, Filialleiter von Clynderwen and Cardiganshire Farmers Ltd.

„Bwcabus hat bewiesen, dass [er] die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel steigern, den Zugang zu diesen verbessern, die Nutzung von Autos mindern und ländlichen Gemeinden den Weg aus der Entbehrung zeigen kann ... Es freut mich sehr, dass Unternehmen in ländlichen Gebieten auch vom Bwcabus profitieren.“

Rätin Hazel Evans

Verwaltungsrat von Carmarthenshire, zuständig für Verkehr

Projektbezeichnung	Bwcabus
Art des Begünstigten	Lokale Behörde
Zeitraum	2015-2016
Projektfinanzierung	Gesamtbudget: ~ 691 000 EUR ELER-Beitrag: ~ 292 000 EUR Beitrag aus staatlichen Mitteln: ~ 399 000 EUR
Weiterführende Informationen	www.bwcabus.info
Ansprechpartner	MRPhillips@carmarthenshire.gov.uk



© Bwcabus

Ein Busservice auf Abruf kann für Fahrgäste auf dem Land praktischer und für Betreiber kostengünstiger sein.

BISHERIGE ELER-PROJEKTBRÖSCHÜREN

Weitere anregende Beispiele für mit ELER-Mitteln geförderte Projekte zur Entwicklung des ländlichen Raums finden sich in den bisherigen Ausgaben der ELER-Projektbroschüre. In jeder Ausgabe werden erfolgreiche Projekte zu speziellen Themen im Zusammenhang mit der Entwicklung des ländlichen Raums vorgestellt.

Diese sind auf der ELER-Website <https://enrd.ec.europa.eu> unter „Veröffentlichungen“ abrufbar.

Prioritäten für die Entwicklung des ländlichen Raums 2014-2020



ELER-Projektbeispiele 2007-2013



Soziale Eingliederung



Umweltbezogene Dienstleistungen



Junglandwirte und junge Menschen in den ländlichen Gebieten Europas



Andere EU-Fonds



Forstwirtschaft



Lebensmittel



Grünes Wachstum



ANDERE VERÖFFENTLICHUNGEN DES ENRD

Informieren Sie sich ständig über aktuelle Neuigkeiten, Meinungen und Entwicklungen in Bezug auf die Entwicklung des ländlichen Raums in Europa, indem Sie die verschiedenen Veröffentlichungen des ENRD lesen.

Diese sind auf <https://enrd.ec.europa.eu> unter „Veröffentlichungen“ abrufbar oder können per E-Mail abonniert werden: subscribe@enrd.eu.

NEWSLETTER

Alle Neuigkeiten zur Entwicklung des ländlichen Raums in Europa – monatlich einmal direkt in Ihren Posteingang! Der ENRD-Newsletter informiert kurz und knapp über aufkommende Probleme, hochaktuelle Themen, Neuigkeiten und Ereignisse rund um die Entwicklung des ländlichen Raums in Europa.

RURAL CONNECTIONS

Rural Connections ist das Magazin zur Entwicklung des ländlichen Raums in Europa. Es präsentiert Ansichten und Meinungen von Einzelpersonen und Organisationen zu wichtigen Fragen der ländlichen Entwicklung wie auch Geschichten und Profile von einschlägigen Projekten und Interessenträgern. Außerdem unterrichtet es die Leser über Neuigkeiten bei der Entwicklung des ländlichen Raums aus ganz Europa, die ihnen ansonsten möglicherweise entgehen würden. Es erscheint zweimal jährlich in sechs EU-Sprachen (EN, FR, DE, ES, IT, PL).

EU-MAGAZIN LÄNDLICHER RAUM

Das EU-Magazin Ländlicher Raum ist die wichtigste thematische Veröffentlichung des ENRD. Es präsentiert die neuesten Erkenntnisse und Auffassungen zu speziellen Themen in Bezug auf die Entwicklung des ländlichen Raums in Europa. Diese reichen vom ländlichen Unternehmertum und Lebensmittelqualität bis hin zu Klimawandel und sozialer Inklusion. Es erscheint zweimal jährlich in sechs EU-Sprachen (EN, FR, DE, ES, IT, PL).

Nr. 21 – Antworten des ländlichen Raums auf Herausforderungen in Europa



Nr. 20 – Den Entwicklungsprogrammen für den ländlichen Raum zu einem guten Start verhelfen



Nr. 19 – Akteure besser einbinden



WO ERHALTE ICH EU-VERÖFFENTLICHUNGEN?

Kostenlose Veröffentlichungen:

- Einzelexemplar:
über EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>);
- mehrere Exemplare/Poster/Karten:
bei den Vertretungen der Europäischen Union (http://ec.europa.eu/represent_de.htm),
bei den Delegationen in Ländern außerhalb der Europäischen Union
(http://eeas.europa.eu/delegations/index_de.htm),
über den Dienst Europe Direct (http://europa.eu/europedirect/index_de.htm)
oder unter der gebührenfreien Rufnummer 00 800 6 7 8 9 10 11 (*).

(* Sie erhalten die bereitgestellten Informationen kostenlos, und in den meisten Fällen entstehen auch keine Gesprächsgebühren (außer bei bestimmten Telefonanbietern sowie für Gespräche aus Telefonzellen oder Hotels).

Kostenpflichtige Veröffentlichungen:

- über EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>).

ENRD online

ENRD-Website



Besuchen Sie die ENRD-Website <https://enrd.ec.europa.eu> für alles Wissenswerte über das ENRD und die Entwicklung des ländlichen Raums in Europa. Sie finden dort aktuelle Nachrichten und Informationen zur Politik und zu den Programmen für die Entwicklung des ländlichen Raums und können auf spezifische Instrumente zugreifen.

Informieren Sie sich ständig über aktuelle Veröffentlichungen, thematische Arbeiten und Veranstaltungen des ENRD.

Soziale Medien des ENRD

Finden Sie die für Sie am besten geeigneten sozialen Medien:

Besuchen Sie die **Facebook-Seite des ENRD** – sie bietet Beispiele für Praktiken im Bereich der ländlichen Entwicklung aus der gesamten EU sowie neueste Informationen und Trends.



YouTube

Schauen Sie sich auf EURural YouTube Videos zu Projekten der ländlichen Entwicklung und thematischen Fragen **an**.

Folgen Sie @ENRD_CP auf Twitter – hier finden Sie Aktualisierungen zur EU-Politik für die Entwicklung des ländlichen Raums, Neuigkeiten und Informationen zu Ereignissen.



Treten Sie der LinkedIn-Gruppe des ENRD bei – hier finden Sie Debatten, Meinungsäußerungen und Diskussionen über die Politik zur Entwicklung des ländlichen Raums und zu Fragen der Umsetzung.



ENRD Contact Point
Rue de la Loi/Wetstraat, 38 (bte 4)
1040 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË
Tel. +32 2 801 38 00
info@enrd.eu



Amt für Veröffentlichungen

<https://enrd.ec.europa.eu>



European Network for
Rural Development