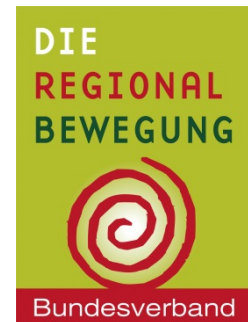


# Positionspapier

## Bundesprogramm Regionale Wertschöpfung



BUNDESVERBAND DER  
REGIONALBEWEGUNG E. V.

[www.regionalbewegung.de](http://www.regionalbewegung.de)

### Handlungsbedarf

In der gesellschaftlichen Debatte um die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse ist die „Regionale Wertschöpfung“ einer der Angelpunkte zur Stärkung ländlicher Räume. Funktionierende regionale Wertschöpfungsketten sind essentiell, um die Wirtschaftskraft ländlicher Räume unter den Bedingungen permanenten Strukturwandels aufrechtzuerhalten.

Ein eigenständiges „**Bundesprogramm Regionale Wertschöpfung**“ kann zum Auf- und Ausbau regionaler Wertschöpfungsketten beitragen und wirtschaftliche Potenziale erschließen, um lebenswerte und zukunftsfähige Regionen zu erhalten.

### Ziele sind insbesondere

- die Förderung regionaler Produktions-, Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen zur Verbesserung der regionalen Wertschöpfung,
- die Durchführung von innovativen Modellprojekten für eine funktionierende Nahversorgung zur Sicherung gleichwertiger Lebensverhältnisse,
- die Netzwerkbildung unter den Regionalinitiativen und Wirtschaftsakteuren,
- die Zusammenarbeit und Bewusstseinsbildung entlang der Wertschöpfungsketten vom Erzeuger über die Verarbeitung und Vermarktung bis hin zum Verbraucher,
- die Förderung von Stadt-(Um-)Land-Beziehungen im Sinne der Pflege und Entwicklung stabiler wirtschaftlicher Austauschprozesse.

Ein weiteres wesentliches Element müssen Forschungs- und Entwicklungsvorhaben sein, um Wissenslücken zu schließen und um fundierte und praxistaugliche Projekte mit Modellcharakter entwickeln zu können.

Die Ausgestaltung eines solchen Bundesprogramms sollte aufgrund seiner breiten und branchenübergreifenden Thematik und gesellschaftlichen Bedeutung gemeinsam mit den relevanten Akteursgruppen, Verbandsvertretern, Experten aus Wissenschaft, Politik und Administration aus Bund, Ländern und Gemeinden sowie dem Bundesverband der Regionalbewegung als koordinierender Instanz erfolgen.

Bundesverband der Regionalbewegung e.V.  
2. Januar 2018

## **Anhang**

### **Mögliche Module eines Bundesprogrammes Regionale Wertschöpfung**

#### **1. Wissenschaftliche Bestandsaufnahme und Begleitung, Forschung und Entwicklung**

##### **Bestandsaufnahme/Evaluierung**

- Kritische Analyse des bisherigen Maßnahmen- und Mitteleinsatzes unter dem Aspekt der Förderung regionaler Investitionen in Produktions-, Dienstleistungs- und Vermarktungssysteme.
- Zusammenstellung aller Fördermöglichkeiten der Investitions- sowie Kooperationsförderung zur Regionalvermarktung von Bund und Ländern in einem Web-Portal.

##### **Rechtliche Grundlagen und Spielräume**

- Prüfung EU-rechtlicher und nationaler Vorgaben auf Interpretations- und Handlungsspielräume im Hinblick auf deren Auslegung für Bundes-, Landes- und Kommunalbehörden für eine möglichst optimale Förderung regionaler Wertschöpfungsketten.
- Erarbeitung von rechtlichen Grundlagen und Standards als Voraussetzung zur besseren Einbindung regionaler Anbieter bei öffentlichen Ausschreibungen von Großverbrauchern.
- Ermittlung konkreter EU-Anforderungen für ein freiwilliges Zertifizierungssystem zur Sicherung der Glaubwürdigkeit regionaler Vermarktungsprojekte und Verhinderung der Irreführung von Verbrauchern.

##### **Forschung und Entwicklung zukunftsfähiger Modellvorhaben**

- Quantitative und ökonomische Analyse regionaler Wertschöpfungsketten (differenziert nach Ökolandbau, Naturschutz, artgerechter und konventioneller Produktion sowie Dienstleistungen) und Erstellen einer validen Datenbasis.
- Betriebswirtschaftliche, organisatorische und marketingstrategische Analyse erfolgreicher Projekte in der Regionalvermarktung und Ermittlung von Erfolgsfaktoren.
- Entwicklung von Formen und Instrumenten für effektive Stadt-Land-Partnerschaften.
- Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen und Forschungsprojekte in Bezug auf die Hypothese „Klimaschutz durch kurze Wege“.
- Aufbereitung der Prinzipien des „Social Business“ und deren Anwendung zur Unterstützung von Gründern und Unternehmern im regionalen Lebensmittel-Marketing.
- Entwicklung einer integrierten Förderkonzeption, die auch neue gewerblich-wirtschaftliche Initiativen sowie Existenzgründungen in ländlichen Räumen umfasst.
- Aufbau eines Systems zum Wissens- und Informationsmanagement mit Konzepten und Erfahrungen in Projekten (wissenschaftliche Koordinationsstelle).
- Durchführung transnationaler Forschungsarbeiten.

## **2. Vernetzung**

- Experten-Hearings/Workshops mit führenden Vertretern aller interessierten und zu involvierenden Wirtschafts- und Gesellschaftsbereiche.
- Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zwischen den Projekten und Akteuren in der Regionalvermarktung aus Regionalinitiativen, Bio-Markt, Schutzgebieten, LEADER etc.
- Ausbau der Vernetzung regionaler ländlicher und städtischer Initiativen zur Verbesserung von Stadt- (Um-)Landbeziehungen.

## **3. Qualifizierung/Qualitätssicherung**

- Entwicklung und Umsetzung von Strukturaufbaumaßnahmen von Regionalvermarktungsinitiativen.
- Durchführung von Qualifizierungsmaßnahmen für Regionalvermarktungsinitiativen.
- Entwicklung und Durchführung eines modularen Qualifizierungsprogramms für Fach- und Führungskräfte in der Regionalvermarktung (Coachings).
- Vertiefung und Verbreitung der Erfolgsfaktoren-Analyse regionaler Vermarktungsprojekte, z.B. durch Selbst-Check von Projekten mit Handbuch und Onlinemodulen.
- Erprobung strategischer Steuerungsinstrumente im regionalen Marketingmanagement, z.B. der Balanced Scorecard.
- Entwicklung von Kriterien- und Kontrollsystemen (KuK), Prüfung der Kompatibilität mit bestehenden Systemen.

## **4. Marketing**

- Modellprojekte zur effektiven Steigerung des regionalen Absatzes im Lebensmittel Einzelhandel, Naturkosthandel, Lebensmittelhandwerk, Gastronomie und Großküchen; dazu intensive Arbeit mit den Akteuren in den einzelnen Wertschöpfungsketten (Erzeugung, Verarbeitung, Vermarktung, Handel), Optimierung der Prozesse.
- Modellprojekte zum Auf- und Ausbau nachhaltig funktionierender Lieferbeziehungen von Stadt und (Um-)land.
- Verbesserung bisheriger und Ausbau neuer Instrumente der Verbraucherinformation/Verbraucherbewusstseinsbildung.
- Ermittlung der Praktizierung irreführender Werbung mit dem Regionalitätsargument und Konzeptionierung von Marketingkonzepten für „glaubwürdige Regionalprodukte“.
- Bereitstellung entsprechender Mittel zur zentralen und dezentralen Umsetzung.

## **5. Koordination/PR/Öffentlichkeitsarbeit**

- Einrichtung einer Koordinationsstelle für Regionalvermarktung.
- Abstimmung und Optimierung der Förderinstrumentarien von Bund und Ländern.
- Zentrale Organisation des Bundesprogramms, Begleitende Öffentlichkeitsarbeit.
- Aufbereitung und Kommunikation der Forschungs- und Umsetzungsergebnisse.

### **Bundesverband der Regionalbewegung e.V.**

Hauptgeschäftsstelle  
Hindenburgstraße 11  
91555 Feuchtwangen

Zweigstelle  
Zur Specke 4  
34434 Borgentreich

Ansprechpartnerin: Ilonka Sindel  
sindel@regionalbewegung.de  
T: 09852 1381