

DIE
REGIONAL
BEWEGUNG



Nordrhein-Westfalen



Handbuch

Regionale Wertschöpfungszentren

Ideen und Hilfestellungen für die Umsetzung
Schwerpunkt: Gewerbe im REGIOwez

Handbuch Regionale Wertschöpfungszentren

Herausgeber: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.

Erarbeitung: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V. in Zusammenarbeit
mit Dorle Gothe (Regionalwert AG Rheinland) und Stefan Gothe (Regionalwert Impuls GmbH)

Redaktion: Brigitte Hilcher, Pauline Krause und Wiebke Brinkmann-Roitsch

Layout & Satz: Jana Berger

November 2025

Gefördert durch die



rentenbank

Vorwort

Die Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft stehen aktuell vor großen strukturellen Veränderungen. Globalisierte Märkte, steigende Anforderungen an Nachhaltigkeit sowie geopolitische und klimatische Risiken machen deutlich, wie wichtig eine stabile und widerstandsfähige regionale Versorgung ist.

Regionale Wertschöpfungszentren (REGIOwez) setzen genau hier an. Sie schaffen Orte, an denen Landwirtschaft, Lebensmittelhandwerk, Verarbeitung, Handel, Politik und Gesellschaft zusammenfinden, um tragfähige Lösungen für die Zukunft zu entwickeln.

Regionale Wertschöpfungszentren bieten die Möglichkeit, regionale Strukturen im Bereich der Lebensmittelproduktion, -verarbeitung und -vermarktung zu bündeln und weiterzuentwickeln. Sie verbinden ökonomische, ökologische und soziale Aspekte und tragen dazu bei, regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken, Wertschöpfung vor Ort zu sichern und die Nahversorgung langfristig zu gewährleisten.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der gewerblichen Dimension der Regionalen Wertschöpfungszentren. Die Ansiedlung von Betrieben zur Verarbeitung und Vermarktung regionaler Lebensmittel ist entscheidend, um praxisgerechte Lösungen für Landwirtschaft, Handwerk und Gemeinschaftsverpflegung zu schaffen und eine zukunftsfähige Ernährungswirtschaft zu sichern.

Das vorliegende Handbuch stellt Konzepte und Beispiele für den Aufbau und die Umsetzung von Regionalen Wertschöpfungszentren vor. Es beschreibt praxisnah die notwendigen Schritte von der Planung bis hin zum Betrieb und bietet Orientierung für Kommunen, Betriebe, Initiativen und andere Akteure, die sich für den Aufbau regionaler Strukturen engagieren.

Die Planung von Verarbeitungs- bzw. Vermarktungsbetrieben in einem Regionalen Wertschöpfungszentrum bzw. die Nutzung von Potentialen in regionalen Lieferketten ist jeweils ein sehr individueller Prozess. Es hängt vor allem von den Ausgangs- und Produktionsbedingungen, den Fähigkeiten zur Kooperation, den finanziellen Mitteln sowie der Unterstützung und den Kapazitäten der regionalen Politik und Verwaltung ab, ob ein solcher Prozess zum Erfolg führt oder nicht.

Die vorliegende Veröffentlichung kann Hinweise geben, was beachtet werden sollte, wo Potentiale liegen und welche Akteure eingebunden werden können. Die Beispiele zeigen, dass erfolgreiche Unternehmen im regionalen Kontext aufgebaut werden können, um eine regionale und nachhaltige Ernährung bereit zu stellen. Sie zeigen auch, dass diese Aufbauprozesse scheitern können, wenn sich entscheidende Parameter wie z.B. Energiekosten, Verbraucher*innengewohnheiten, politische Zielrichtungen oder unternehmerische Voraussetzungen grundlegend oder kurzfristig ändern.

Das Handbuch will Mut machen, die Ernährungswirtschaft regionaler und nachhaltiger zu gestalten und Visionen für eine Ernährung „aus der Region“ zu entwickeln. Trotz vieler Hürden und Hemmnisse können Regionale Wertschöpfungszentren mit entsprechendem Unternehmer*innengeist, politischem Willen und angepassten Unterstützungsangeboten zu einer tragenden Säule einer zukunftsfähigen Ernährungswirtschaft werden. Damit können Abhängigkeiten von globalen Märkten reduziert sowie konkrete Beiträge zu Klimaschutz, Biodiversität und gesellschaftlicher Resilienz geleistet werden.

Inhalt

Vorwort	3
---------------	---

A Einführung – Regionale Wertschöpfungszentren (REGIOwez)	8
1. Potentiale einer Regionalisierung in der Ernährungswirtschaft	9
2. Regionalitätsstrategie NRW	10
3. Die Idee der Regionalen Wertschöpfungszentren	10
4. Wie ist ein Regionales Wertschöpfungszentrum aufgebaut?	11
5. Aufgabenverteilung im Regionalen Wertschöpfungszentrum	14
5.1. Zentrum für REGIOberatung und Nachhaltigkeit im REGIOwez	14
5.2. Aktions- und Begegnungszentrum im REGIOwez	16
5.3. Gewerbliches Zentrum für regionale Verarbeitung und Vermarktung im REGIOwez	16
6. Die Regionalen Wertschöpfungszentren im Kontext der Sustainable Development Goals (SDGs)	17

B Gewerbe in Regionalen Wertschöpfungszentren	18
1. Ausgangslage und Handlungsbedarf für regionale Lebensmittelproduktion und -verarbeitung	19
2. Verfügbarkeit regionaler Produkte	20
3. Synergiepotentiale in Regionalen Wertschöpfungszentren	21
4. Modelle für Unternehmen in Regionalen Wertschöpfungszentren	22
4.1. Gemüsevorverarbeitung für die Außer-Haus-Verpflegung (AHV)	22
4.1.1. Vorverarbeitungsprozess Gemüse	22
4.1.2. Beispielbetriebe: Gemüsevorverarbeitung für die AHV	23
4.1.3. Herausforderungen und Empfehlungen für die Gemüsevorverarbeitung	25
4.2. Leguminosenverarbeitung	26
4.2.1. Verarbeitungsprozesse Leguminosen	27
4.2.2. Beispielbetriebe: Leguminosenverarbeitung	28
4.2.3. Herausforderungen und Empfehlungen in der Leguminosenverarbeitung	30
4.3. Schlachtung und Fleischverarbeitung	31
4.3.1. Bauliche Anforderungen an einen Schlacht- oder Zerlegebetrieb	31
4.3.2. Beispielbetriebe: Schlachtung und Fleischverarbeitung	31
4.3.3. Beispiele im Überblick	36
4.3.4 Herausforderungen und Empfehlungen bei der Einrichtung von regionalen Schlachtstätten	37

4.4. Milchverarbeitung	38
4.4.1. Verarbeitungsprozess von Milch in Molkereien	38
4.4.2. Beispielbetriebe: Milchverarbeitung in Molkereien.....	39
4.4.4. Herausforderungen und Empfehlungen bei der Einrichtung von regionalen Molkereien	42
4.4.3. Beispiele im Überblick.....	42
4.5. Regionale Markthalle	44
4.5.1. Beispielbetriebe Regionale Markthallen	45
4.5.2. Herausforderungen und Empfehlungen zum Aufbau von Regionalen Markthallen	47

C Planung, Bau und Betrieb von Regionalen Wertschöpfungszentren48

1. Einstieg in den Planungsprozess	49
1.1. Anforderungen an den Standort	49
1.2. Fragen im Planungsprozess	49
1.3. Erstellung eines Businessplans	49
1.4. Baurechtliche Grundlagen	52
1.5. Mit Veterinäramt planen.....	53
2. Gesellschaftsformen zum Betrieb Regionaler Wertschöpfungszentren	53
2.1. Entscheidungsfindung zur Gesellschaftsform	54
2.1.1. Klären von Zweck und Verbindlichkeiten.....	54
2.1.2. Rollen bei einem Investitionsprojekt.....	55
2.1.3. Hinweise zur Finanzierung	55
2.2. Die Gesellschaftsformen	55
2.2.1. Personengesellschaften.....	56
2.2.2. Kapitalgesellschaften.....	56
2.2.3. Sonstige Formen	57
2.2.4. Hybride Rechtsformen	58
2.2.5. Übersicht	60

D

Praxisbeispiel Regionales Wertschöpfungszentrum in Willebadessen-Eissen 62

1. Die Idee für ein Regionales Wertschöpfungszentrum in Willebadessen-Eissen entsteht	63
2. Initiierung und erste Schritte	63
3. Erstellung erster Konzeptionen	64
4. Zusammenarbeit in der Region	66
4.1. Politik und Verwaltung	66
4.2. Öko-Modellregion Kulturland Kreis Höxter	66
4.3. Personelle Unterstützung zur Entwicklung der Idee	67
5. Projekttreffen, Veranstaltungen und Besichtigungen	67
6. Planungen für einen Kartoffelschälbetrieb	69
6.1. Finanzierungsoptionen - Optionen zur Flächennutzung	69
6.2. Wertschöpfungskette Kartoffelverarbeitung	70
6.2.1. Technische und organisatorische Anforderungen	70
6.2.2. Anforderungen an den Standort	70
6.2.3. Investitions- und Ausstattungsbedarf	70
6.3. Stand zur Einrichtung des Kartoffelschälbetriebes (Oktober 2025)	73
7. Studentischer Wettbewerb zur weiteren Entwicklung des REGIOwez in Willebadessen-Eissen	73
Ausblick	76
Regionale Wertschöpfungscentren als Inkubatoren für soziale und regionale Innovation	77
Die Förderlandschaft für eine Regionalisierung der Ernährungswirtschaft	77
Exkurs Innovative Finanzierungsidee: Windkraft für regionale Ernährung	78
Anhang	80
Linksammlung: Unternehmen der regionalen Lebensmittelverarbeitung und -vermarktung	87
Weitere Infos	89

Folgende Elemente sind im Handbuch zu finden:



Zentrale Handlungsempfehlungen für politische Weichenstellungen



Zentrale Handlungsempfehlungen für Betriebe



Beispielbetriebe für Unternehmen, welche Teil eines REGIONwez sein könnten



Verweise auf Arbeiten der Regionalbewegung



A Einführung – Regionale Wertschöpfungscentren (REGIOwez)

1. Potentiale einer Regionalisierung in der Ernährungswirtschaft

Landwirtschaft und Ernährung gehören zu den großen globalen Transformationsthemen. Ein ausgewogenes Verhältnis von regionaler Versorgung und globalem Handeln und eine nachhaltige Produktion und Verarbeitung von Lebensmitteln bietet ein enormes Potential für eine zukunftsfähige Entwicklung von Regionen.

Regionale Versorgungsstrukturen werden für die Versorgung mit Lebensmitteln angesichts von Krisen, Kriegen und dem Klimawandel im globalen Wettbewerb immer wichtiger. Lieferengpässe während der Corona-Pandemie und Preisschwankungen z.B. durch den Krieg in der Ukraine zeigen deutlich, dass geopolitische Veränderungen die globalen Handelsströme erheblich beeinträchtigt können. Derzeit sind wir in Deutschland nicht einmal in der Lage, den Bedarf an Frischeprodukten wie Obst und Gemüse zumindest zur Hälfte zu decken. Regionale Versorgung kann bei entsprechender Lagerhaltung die Resilienz von Regionen erhöhen.

Die regionale Verarbeitung und Vermarktung von nachhaltig produzierten Lebensmitteln leistet nicht nur einen Beitrag zur Daseinsvorsorge der Kommunen, sondern bietet prinzipiell eine große wirtschaftliche Chance für bäuerliche Landwirtschaft, Lebensmittelhandwerk und alle vor- und nachgelagerten Bereiche mit dem Ziel des Aufbaus regionaler Wirtschaftskreisläufe.

Darüber hinaus trägt eine Regionalisierung in der Ernährungswirtschaft zur Reduzierung von klimaschädlichen Transportkilometern sowie zur Diversifizierung der landwirtschaftlichen Produktion¹ und somit zu einer vielfältigen Kulturlandschaft, die Artenvielfalt begünstigt, bei.

Ernährung ist ein Grundbedürfnis des Menschen und spielt eine zentrale Rolle für Gesundheit und Wohlbefinden. Regionale Lebensmittel können kulturelle Identität stiften und haben damit eine wichtige soziale Funktion.

Regionalisierungsprozesse haben das Potential, ländliche Räume als attraktive Wirtschafts- und Lebensräume zu erhalten, das Miteinander zu fördern und ein Gefühl des „Abgehängtseins“ zu verhindern. Eine Regionale Ernährungswirtschaft ist somit ein zentraler Wirtschafts- und Demokratiefaktor.

Politik kann durch die Förderung von regionalen Wertschöpfungsketten einen nachhaltigen Transformationsprozess voranbringen. Wie diese Förderung ausgestaltet werden könnte, hat die Regionalbewegung NRW in ihrer Regionalitätsstrategie NRW ausgeführt.



Der Bundesverband der Regionalbewegung e.V. hat ergänzend dazu in seinem Positionspapier für ein Bundesprogramm Regionale Wertschöpfung Vorschläge erarbeitet.

Zum Positionspapier des Bundesverbands der Regionalbewegung e.V.:

<https://www.regionalbewegung.de/bundesprogramm-regionale-wertschoepfung>



Die Regionalitätsstrategie NRW

Zur Regionalitätsstrategie des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.:

<https://www.regionalbewegung.de/publikationen-strategiepapier-regionalitaetsstrategie-nrw>



¹ „(...) da geringere Mengen von vielfältigeren Produkten benötigt würden im Vergleich zu einer spezialisierten Produktion von Massengütern wie z.B. Weizen und Mais für den Weltmarkt.“ <https://www.ecologic.eu/17289>, S. 38

2. Regionalitätsstrategie NRW

Bereits im Frühjahr 2022 veröffentlichte der Landesverband Regionalbewegung NRW e.V., finanziell gefördert von der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW, die bundesweit erste Regionalitätsstrategie. Gemeinsam mit den Partnern des Netzwerk Regionalitätsstrategie NRW, dem über dreißig Verbände, Institutionen, Initiativen und Unternehmen angehören, wurden konkrete Vorschläge zur Regionalisierung der Land- und Ernährungswirtschaft erarbeitet. Das Herzstück der Strategie sind die Handlungsempfehlungen zum Ausbau der regionalen Vermarktung nachhaltig erzeugter Produkte. Eine der Kernforderungen ist die Einrichtung von Regionalen Wertschöpfungszentren

(REGIOwez), um dort die Aktivitäten, die zum Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten notwendig sind, zu bündeln und einen zentralen Ort zu schaffen, an dem regionale Vermarktung adressiert werden kann.

Der Entstehungsprozess zur Entwicklung der Regionalitätsstrategie wurde gefördert durch:



3. Die Idee der Regionalen Wertschöpfungszentren

Die Idee der Regionalen Wertschöpfungszentren (REGIOwez) fokussiert einen flächendeckenden Ausbau regionaler Wertschöpfungsketten im Lebensmittelbereich, um den landwirtschaftlichen Betrieben verbindliche und auskömmliche Vermarktungswege zu eröffnen, Wertschöpfung und Arbeitsplätze in der Region zu erhalten sowie die Daseinsvorsorge der Städte und Kommunen zu gewährleisten.

Die REGIOwez sollen helfen, in einer Nahversorgungsregion regionale Wertschöpfungsketten vom Acker bis zum Teller zu etablieren, Hürden der Regionalvermarktung abzubauen sowie Strukturen und Orte für Vernetzung, Beratung, Koordination und Weiterverarbeitung zu schaffen.

Im Konzept der REGIOwez liegt auch das Potential von dort aus gesunde und nachhaltige Ernährungsumgebungen aufzubauen und erlebbar zu machen. Als Orte der Begegnung schaffen sie den Raum, um Wissensvermittlung und Teilhabe vor allem im Rah-

men der Bildung für nachhaltige Entwicklung zu verwirklichen bzw. durch anleitende Formate wie Kurse und/oder Workshops zu einem aktiven Aneignen gesundheitlicher oder ernährungsbezogener Themen beizutragen.

In den REGIOwez könnten – angelehnt an das vom Netzwerk Regionalitätsstrategie NRW erarbeitete „Leitbild Regionalprodukt“ als Positionierung für eine nachhaltige Landwirtschaft – zukunftsfähige Zielbilder für die Landwirtschaft in kommunikativen Abstimmungsprozessen zwischen den relevanten Wirtschaftsplayern wie auch gesellschaftlichen Gruppen entstehen.



Definition einer Nahversorgungsregion im Sinne der Regionalbewegung:

Eine Nahversorgungsregion ist eine (geografisch) abgegrenzte Region, in der die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln überwiegend durch lokale Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung sichergestellt wird, um regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken und nachhaltige Landwirtschaft und Wirtschaftsweisen zu fördern.

"Leitbild Regionalprodukt" des Netzwerks Regionalitätsstrategie NRW

Zu den Definitionen und dem "Leitbild Regionalprodukt":

<https://www.regionalbewegung.de/definitionen>



Im Folgeprozess könnten unter Berücksichtigung von regionalen Standortfaktoren erfolgreiche Regionalversorgungsmodelle vervielfältigt sowie neue Geschäftsmodelle entwickelt werden. Auf diese Weise würden regionale Strukturen sowie Wirtschaftskreisläufe bundesweit gestärkt.

4. Wie ist ein Regionales Wertschöpfungszentrum aufgebaut?

REGIOwez können in den Regionen die Rahmenbedingungen für eine nachhaltige, regionale Vermarktung von Lebensmitteln schaffen und Service-Leister für Landwirtschaft, Verarbeitung, Handwerk, Gastronomie/Kantinen, Verbraucherschaft und Kommunen sein. Durch Beratung, Unterstützung und Vernetzung bestehender bzw. gründungswilliger Betriebe kön-

nen Wertschöpfungsketten neu aufgebaut und Verarbeitungsstrukturen wie z.B. Mühlen, Schlachtstätten, Brauereien oder Gemüse- und Getreideverarbeitung verdichtet werden. Eine überregionale Vernetzung von Wertschöpfungszentren ermöglicht zudem eine größere Handlungsbreite.

Ein REGIOwez ist im Idealfall in folgende drei Bereiche gegliedert:

Zentrum für REGIOberatung und Nachhaltigkeit im REGIOwez:

Im Wertschöpfungszentrum ist das Büro für die sogenannten Wertschöpfungskettenentwickler- bzw. manager*innen angesiedelt. Die Regionalbewegung empfiehlt ein Team aus drei Personen, die die vielfältigen Aufgaben zur Etablierung regionaler Wirtschaftskreisläufe beraten, vernetzen und organisieren. Ebenso könnten dort weitere Beratungsdienstleistungen, wie LEADERmanagement, Ökomodellregionmanagement etc. angesiedelt werden.

Aktions- und Begegnungszentrum im REGIOwez:

Ein Raum für Begegnung, Wissensvermittlung und Partizipation für Mitarbeiter*innen der REGIOwez, für interessierte Bürger*innen sowie für Kinder und Jugendliche ist dort etabliert. Das bedeutet, die REGIOwez könnten Orte der Kultur und der Wissensvermittlung nicht zuletzt im Kontext der Bildung für nachhaltige Entwicklung sowie Orte der Partizipation sein.

Gewerbliches Zentrum für regionale Verarbeitung und Vermarktung im REGIOwez:

Hier sind Aggregation, Lagerung, Marketing, Verarbeitung, Verteilung und/oder Vermarktung von regional produzierten Lebensmitteln in der Regel in unternehmerischer Eigenverantwortung angesiedelt.

ZUSAMMEN BILDEN DIESE DREI BEREICHE DAS WERTSCHÖPFUNGSZENTRUM.

Nicht immer wird es möglich sein bzw. ist es sinnvoll, die drei Bereiche an einem einzigen Standort in einer Region zu verwirklichen, da entsprechende Flächen nicht zur Verfügung stehen. Ggf. sind auch z.B. ein Begegnungszentrum oder Verarbeitungseinrichtungen in der Region bereits vorhanden, die dann über die Idee der REGIOwez zu einer Nahversorgungsregion verbunden werden können.

Nach Möglichkeit sollen die REGIOwez an Bestehendes anknüpfen, um Strukturen, die bereits im Kontext der Regionalvermarktung aktiv sind (z.B. Regionalvermarktungsinitiativen, Landkreisinitiativen, Innovationszentren², Ernährungsräte, Naturparke - bzw. im gewerblichen Bereich bestehende Betriebe der Weiterverarbeitung) als Grundlage zu nutzen und zu optimieren. Es gilt Doppelstrukturen zu vermeiden.

² Z.B. Innovationszentrum Dörentrop (<https://innovationszentrum-doerentrop.de/>) oder Handwerker Innovationszentrum Eifel (<https://www.himo.de/>)



Abbildung 2: REGIOwez in der Nahversorgungsregion (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e. V.; 2025)

Erzeugungsregion

Erzeuger in der Region
Stadt & Land

Wertschöpfungs-zentrum

Soziales

Aktions- &
Begegnungs-
zentrum



Ökonomie

Wirtschaftliches Zentrum für
industrielle Verarbeitung
Vermarktung



Erzeugung in der Region

Vermarktung im REGIOwez

5. Aufgabenverteilung im Regionalen Wertschöpfungszentrum

5.1. Zentrum für REGIOberatung und Nachhaltigkeit im REGIOwez

Es gibt bereits sehr viele Verbraucher*innen, Landwirt*innen, Verarbeiter*innen und Händler*innen, die regionalen Konsum und regionales, nachhaltiges Wirtschaften als Zukunftsaufgabe sehen und sich ehrenamtlich und/oder in ihrem Arbeitszusammenhang für eine Regionalisierung der Ernährungswirtschaft stark machen.



Diese Menschen für den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten zusammen zu bringen und entsprechende Wirtschaftsmodelle zu erarbeiten, ist eine wesentliche Aufgabe. Dafür müssen Strukturen ausgestattet mit qualifiziertem Personal für Wertschöpfungskettenentwicklung und Wertschöpfungsmanagement entstehen bzw., da wo sie bereits vorhanden sind, ergänzt und vernetzt werden.

Bäuerliche Landwirtschaftsbetriebe, Handwerksbetriebe und andere regional agierende Lebensmittelunternehmen haben in der Regel kaum freie Kapazitäten für den Aufbau solcher Netzwerke.

Der Aufbau von Wertschöpfungsteams sollte vorzugsweise in Regionen beginnen, in denen bereits ein Regionalmanagement vorhanden ist. So könnte z.B. in den Öko-Modellregionen die entsprechenden Managements mit den dort vorhandenen LEADER-Managements sowie ein*er zusätzlichen zu finanzierenden Wertschöpfungskettenmanager*in (100 % Stelle) zu einem solchen Wertschöpfungsteam verbunden werden. Ergänzt werden sollte dieses Team durch eine*n für dieses Thema geschulte*n Förderlots*in (50 % Stelle), der/die Fördergelder in die Region holt und bei Beantragung und Projektabwicklung begleitet. Die Manager*innen werden gemeinsam geschult und tauschen sich immer wieder in den Regionen zum Aufbau von Wertschöpfungsketten aus.

Mit den 1,5 neu geschaffenen und den bereits bestehenden Stellen in den jeweiligen Regionen könnte ein wirksames Team als Ansprechstelle und Umsetzungsbegleitung gewünschte Regionalisierungsprozesse voranbringen.

Folgende Beratungsangebote und Co-Working-Plätze im Zentrum für REGIOberatung und Nachhaltigkeit im REGIOwez sind u.a. denkbar:

- » Beratung zum Ökolandbau und zum Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten
- » Kooperationsberatung zur Förderung neuer Formen der Zusammenarbeit
- » Gesundheitsberatung
- » Wertschöpfungsmanagements
- » LEADER-Management
- » Öko-Modellregion-Management
- » Co-Working-Plätze für Start-ups im Landwirtschafts- und Lebensmittelbereich
- » Klimaschutzmanagement

Zu den vielfältigen Aufgaben der Wertschöpfungskettenentwicklung bzw. des Wertschöpfungsmanagements gehören:

Strategische Ausrichtung & Rahmenplanung

- » Entwicklung eines regionalen Leitbilds für nachhaltige, zukunftsfähige, bäuerliche Landwirtschaft und regionale Wertschöpfung.
- » Erstellung qualitätsorientierter Strategie-, Produktions- und Marketingkonzepte.
- » Integration der Strategien in die kommunale Entwicklungsplanung.
- » Verbraucher*innenbefragungen, Marktanalysen und Trendbeobachtung zur fundierten Entscheidungsgrundlage.
- » Innovationsscouting: Identifikation neuer Technologien, Anbau- und Vermarktungsmodelle für die Region.

Netzwerkaufbau, Qualifizierung & Moderation

- » Vernetzung und Koordination von Erzeugung, Verarbeitung, Handel und weiteren relevanten Akteuren.
- » Coaching, Moderation und Mediation von Entwicklungsprozessen und Stadt-Land-Dialogen.
- » Förderung neuer Kooperationsformen und partizipativer Organisationsmodelle (z. B. Genossenschaften, SoLaWis).
- » Organisation von Schulungen, Erfahrungsaustausch und Fachveranstaltungen zur Qualifizierung von Akteur*innen.
- » Einbindung von Tourismus, Bildung, Kultur und Gesundheitswesen in Wertschöpfungsketten zur Stärkung regionaler Synergien.

Projektentwicklung & Umsetzung

- » Unterstützung beim Aufbau von Regionalvermarktungsinitiativen.
- » Förderung und Begleitung von regionalen Start-ups im Lebensmittelbereich (Produktion, Verarbeitung, Logistik).
- » Entwicklung und Umsetzung innovativer Geschäftsmodelle (z. B. über Innovationssprints, Testfelder).
- » Aufbau von Absatzmöglichkeiten (Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie, Lebensmitteleinzelhandel).
- » Initiierung und Begleitung von regionalen Logistik- und Verteilzentren.
- » Begleitung von Landwirt*innen beim Umstieg von Tierhaltung auf pflanzenbasierte Produktion in Zusammenarbeit mit Landwirtschaftskammer und Ökomodellregionen.
- » Aufzeigen und Begleiten von Handlungsmöglichkeiten zur Entbürokratisierung.

Förderung, Finanzierung & Ressourcenmobilisierung

- » Vermittlung von Förder- und Unterstützungsangeboten.
- » Begleitung von der Antragstellung bis zur Umsetzung.
- » Erschließung zusätzlicher Finanzierungsmöglichkeiten (z. B. Beteiligungsmodelle, Crowdfunding).

Marketing, Kommunikation & Wirkungsmessung

- » Entwicklung und Einführung von Marketinginstrumenten (inkl. B2B-Marketing) für regionale Produkte und Dienstleistungen.
- » Öffentlichkeitsarbeit und Durchführung von Dialogveranstaltungen zur Wertschätzung der Landwirtschaft.
- » Transparente Darstellung von Nachhaltigkeitszielen, Fortschritten und Erfolgen auf REGIOwez-Ebene.
- » Monitoring & Evaluation: Erhebung von Kennzahlen zu Wirtschaftskraft, ökologischen Effekten und sozialer Wirkung.
- » Kontinuierliche Anpassung der Strategien auf Basis einer Wirkungsanalyse.

Zentrales Ziel ist der Aufbau tragfähiger Wirtschaftskonzepte.

Um die Aufgabenbereiche des Wertschöpfungsmanagements in den REGIOwez umfänglich in einem Aufgabenkatalog zu definieren, ist es wesentlich, die Zuständigkeiten der relevanten Player auf Landesebene und in der jeweiligen Region zu erfassen und daraus ableitend die fehlenden Bedarfe zu benennen. Dieses Vorgehen sichert das Ziel der REGIOwez, vorhandene Angebote zu vernetzen und entsprechend zu ergänzen.

Die Arbeit der Regionalen Wertschöpfungsmanagements sollte in den Regionen jeweils von einem Beirat begleitet werden, der Impulse für konkrete Projekte gibt und die Mitarbeiter*innen ggf. fachlich unterstützt. Dem Beirat sollten alle relevanten Akteure im Themenfeld regionale Vermarktung von Lebensmitteln angehören:

- » Landwirtschaftskammern und Handwerkskammern bzw. -innungen
- » Kommunen- und Landkreisverwaltungen
- » Wirtschaftsförderung
- » Tourismusförderung
- » Regionalvermarktungsinitiativen

- » Veterinär- und Ordnungsämter
- » Bauern- und Naturschutzverbände
- » Bioanbauverbände
- » Naturparke
- » Verbraucherverbände
- » Ernährungsräte
- » Biologische Stationen

In der Regel gibt es in den Öko-Modellregionen bereits einen Beirat, der auch als Beirat für diese Aufgabenstellung in Frage kommt.

5.2. Aktions- und Begegnungszentrum im REGIOwez

Begegnung ermöglicht Erfahrung, Bildung und Austausch. Dies wiederum schafft Verständnis und eröffnet ein neues Miteinander. Ein Aktions- und Begegnungszentrum als Teil des REGIOwez kann durch entsprechende Angebote die Arbeit der Betriebe im REGIOwez ergänzen und erweitern. So könnten hier z.B. Bereiche des gewerblichen Teils als Schaumanufakturen / Gläserne Manufaktur errichtet werden, um die Produktion und somit die Bedeutung von Handwerksberufen wieder sicht- und erfahrbar zu machen. Idealerweise wird dieses Angebot mit Möglichkeiten der beruflichen Qualifizierung kombiniert, so dass handwerkliches Wissen nicht verloren geht.

Weitere Partizipationsmöglichkeiten zur Wissensvermittlung könnten z.B. durch Rural Gardening-Projekte im Außenbereich und/oder Workshops in den Bereichen Produktion, Landwirtschaft und Ernährung geschaffen werden. Eine Gastronomie sowie Seminar- und Ausstellungsräume könnten als weitere An-

gebote etabliert werden. Es ist davon auszugehen, dass ein Lern- und Teilhabeangebot zur Identifikation mit den im REGIOwez produzierten regionalen Produkten beiträgt und somit das Marktgeschehen/Kaufverhalten positiv beeinflusst.

Folgende Aktionsformate im Aktions- und Begegnungszentrum sind u.a. denkbar:

- » Workshops: Handwerkskunst, rurales Gardening, Obstbaumpflege
- » Ausstellungen
- » Wettbewerbe: Start-Up-Contests, landwirtschaftliche Wettbewerbe
- » Events zum Kochen, Backen, Fermentieren, Konseruieren, spezielle Ernährungsformen

5.3. Gewerbliches Zentrum für regionale Verarbeitung und Vermarktung im REGIOwez

Um regionale Produkte frisch, kontinuierlich in größeren Mengen, entsprechend aufbereitet und mit einer effizienten Logistik anbieten zu können, bedarf es einer umfassenden Organisation. Dafür sind sowohl der Aufbau von regionalen Verarbeitungs- und Vermarktungsbetrieben als auch ein ausgereiftes Logistikkonzept für ein erfolgreiches Distributionsmanagement notwendig.

Teil B dieser Veröffentlichung widmet sich ausschließlich dem Gewerblichem Zentrum für regionale Verarbeitung und Vermarktung im REGIOwez.

6. Die Regionalen Wertschöpfungszentren im Kontext der Sustainable Development Goals (SDGs)

Wenn es in einer Region gelingt, den überwiegenden Teil der Produktionsschritte im Lebensmittelbereich innerhalb der regionalen Wertschöpfungskette zu halten, können Vorteile in den Bereichen Ökonomie (Einkommen und Beschäftigung), Ökologie (Klimagerechtigkeit: bspw. Einsparung von Emissionen durch kurze Transportwege, Biodiversität) und Soziales/Kultur ("Ort des Wissens und der Begegnung") entstehen.

Damit entspricht der dreigliedrige Aufbau eines REGIOwez dem Ansatz des integrativen Nachhaltigkeitsmodells, welches ebenfalls in drei ineinandergreifenden Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales gedacht und als ganzheitliches Zukunftsmodell der Nachhaltigkeit verstanden wird (vgl. Abbildung 2).

Die Etablierung eines dreigliedrigen REGIOwez und die Entwicklung regionaler Wertschöpfungsketten, welche sich an den Wechselwirkungen zwischen ökologischen, ökonomischen und sozialen Gegebenheiten orientieren, kann für die regionale Entwicklung des ländlichen Raums und somit auch für die Gesellschaft allgemein als ein wichtiger Baustein von Nachhaltigkeitsstrategien verstanden werden.

Die REGIOwez als Handlungsstrang im Rahmen der Sustainable Development Goals (SDGs)

Folgende Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs) können mit der Implementierung von REGIOwez unterstützt werden:

- » SDG 2 – Kein Hunger: Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen sowie eine nachhaltige Landwirtschaft fördern.
- » SDG 3 – Gesundheit und Wohlergehen: Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.
- » SDG 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeit fördern.
- » SDG 12 – Nachhaltiger Konsum und Produktion: Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster entwickeln und sicherstellen.
- » SDG 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz: Klimaschutz durch kurze Transportwege und nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft.
- » SDG 15 – Leben an Land: Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Bodendegradation beenden und Biodiversität fördern.



Abbildung 3: REGIOwez als Handlungsstrang im Rahmen der Sustainable Development Goals (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025); Grundlage: SDGs)



B Gewerbe in Regionalen Wertschöpfungscentren

1. Ausgangslage und Handlungsbedarf für regionale Lebensmittelproduktion und -verarbeitung

Klein- und mittelständische Betriebe in der Land- und Ernährungswirtschaft stehen derzeit aufgrund vielfältiger bürokratischer Hemmnisse als auch wirtschaftlicher Voraussetzungen vor enormen Herausforderungen. Regionale Verarbeitungsbetriebe wie Schlachthöfe, Keltereien, Mühlen, Molkereien, Bäckereien, Fleischereien etc. sind in den letzten Jahrzehnten aufgrund von Konzentrationsprozessen in großer

Zahl verloren gegangen. In vielen Regionen sind Infrastrukturen für die Verarbeitung von landwirtschaftlichen Produkten bzw. Verarbeitungsbetriebe nicht mehr vorhanden oder von einer Schließung bedroht.

Der Rückgang von Betrieben in der Landwirtschaft sowie im Ernährungshandwerk ist spürbar und hält seit vielen Jahren an.

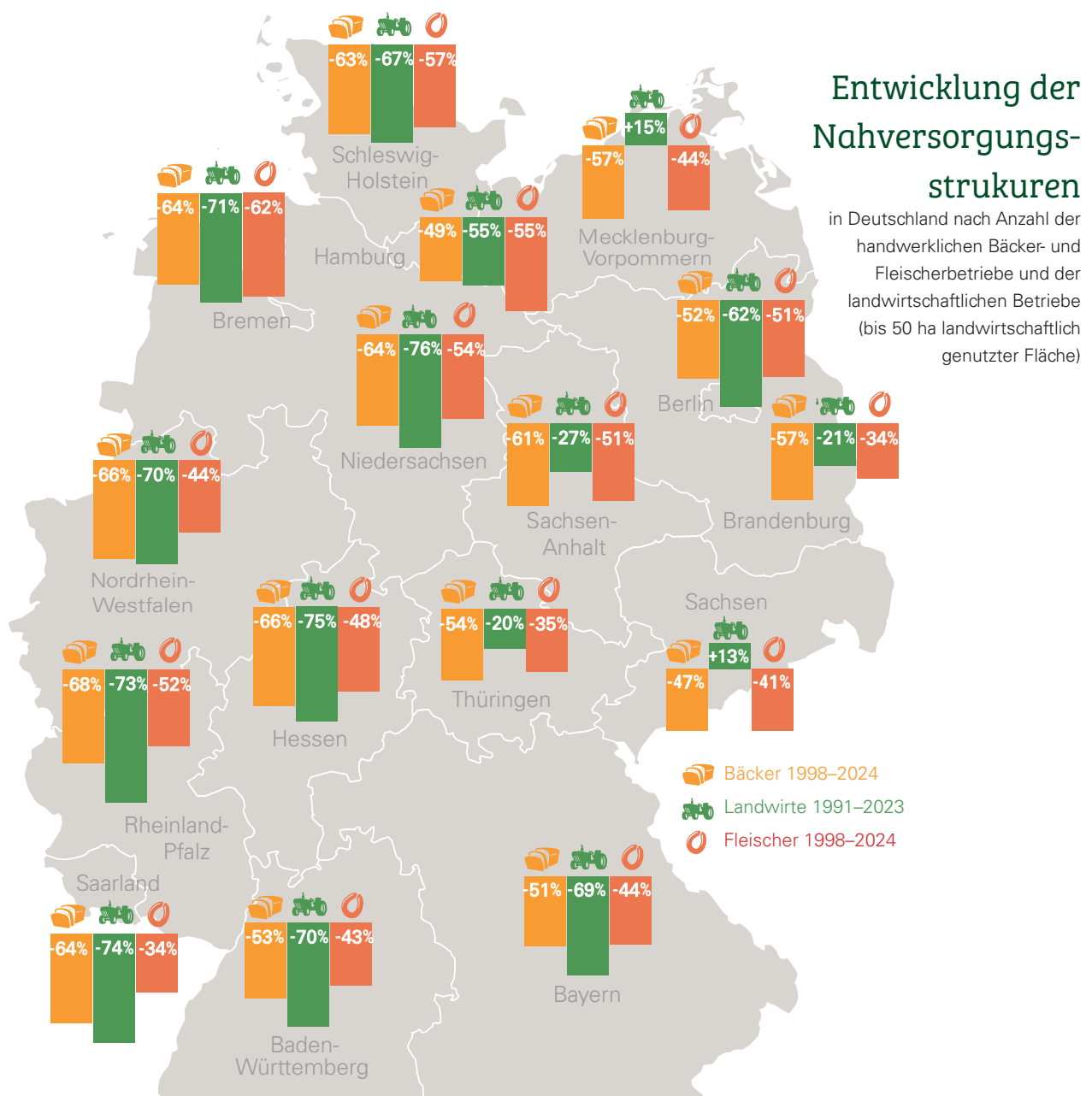


Abbildung 4: Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen (Quelle: Darstellung des Bundesverbands der Regionalbewegung e.V. auf Basis der Statistiken der Regionaldatenbank Deutschland, Landesämter für Statistik, Statistische Bibliothek, Statistikseiten des ZDH und des gemeinsamen Statistikportal der Länder)



Die Rückgänge sind kein isoliertes Phänomen einzelner Gewerke, sondern Ausdruck eines strukturellen Wandels, der die Resilienz unseres Ernährungssystems gefährdet und die Dringlichkeit politischer und gesellschaftlicher Maßnahmen zum Schutz und zur Stärkung regionaler Nahversorgung verdeutlicht.

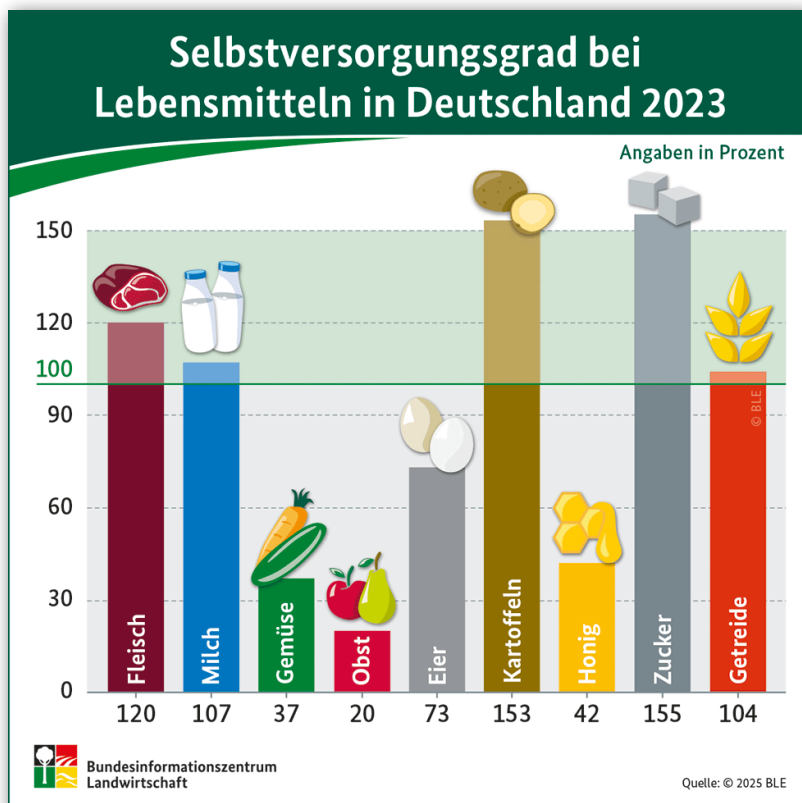
Um fehlende Verarbeitungsstätten neu in der Region zu platzieren, braucht es tragfähige betriebliche Konzepte. Nachfrage und Angebot müssen abgestimmt werden. Erst wenn es ausreichend Nachfrage nach regionalen Produkten gibt, die in der Regel aufgrund geringerer Mengen und höherer Umwelt- und Sozialauflagen häufig teurer sind als importierte Ware, kann ein Prozess für regionale Verarbeitungsstufen gestartet werden.

Um möglichst effizient und kostengünstig zu agieren, sollten Potentiale von Kooperationen in Beschaffung, Produktion, Marketing, Ausbildung, Logistik und Vertrieb von verschiedenen regionalen Wertschöpfungsketten besser genutzt werden. Besonders effizient lassen sich Vorteile nutzen, wenn verschiedene Produktionsstätten an einem Ort liegen. So kann die gemeinsame Nutzung von Gebäuden, Lagern und Produktionsstätten, eine gemeinsame Logistik oder die Bündelung bei einem Lieferanten zu Kosteneinsparungen beitragen. Die aufwendigen Verfahren für Genehmigungen und fachlicher Unterstützung können gemeinschaftlich getragen Kosten sparen und für die Unternehmen einen großen Vorteil bieten. Auch Dienstleistungen wie z.B. Mediengestaltung und Beratung lassen sich bündeln, was wiederum Kosten reduziert. **Hier greift die Idee der Regionalen Wertschöpfungscentren.**

2. Verfügbarkeit regionaler Produkte

Nicht alle Produkte werden in jeder Region ausreichend angebaut, um eine größere Menge zu verarbeiten und zu vermarkten. Welche Produkte in welchen Mengen produziert werden, hängt unter anderem von der Bodenbeschaffenheit, der regionalen Prägung der Land- und Ernährungswirtschaft und den Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen ab.

In Grünlandregionen steht die Tierhaltung im Vordergrund, es wird Milch- und (Rind)Fleisch produziert. Für Getreide, Kartoffeln, Gemüse und Obst wird Ackerland benötigt. Schweine- und Hühnerhaltung gibt es in der Regel in den Regionen, in denen ausreichend Getreide als Futter zur Verfügung steht.



Während es für Fleisch, Kartoffeln, Eier und Getreide hohe Selbstversorgungsgraden (über 100 %) in Deutschland gibt, liegt der Selbstversorgungsgrad im Bereich Gemüse und Obst lediglich zwischen 20-30 %. Die Produktionsbedingungen bei Feingemüse, Obst und Beeren sind schwieriger, allein durch den höheren Arbeitseinsatz bei der Produktion und der Ernte sowie dem steigenden Aufwand bei der Anstellung von Saisonarbeitkräften, aber auch durch die Anfälligkeiten gegenüber Pilzkrankheiten und den Auswirkungen des Klimawandels.

Abbildung 5: Selbstversorgungsgrad bei Lebensmitteln in Deutschland (Quelle: https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/BZL/Informationsgrafiken/250227_Selbstversorgungsgrad.html)

3. Synergiepotentiale in Regionalen Wertschöpfungszentren

In Regionalen Wertschöpfungszentren können Synergiepotentiale zwischen nah gelegenen Betrieben so genutzt werden, dass Kosten- oder Innovationsvorteile entstehen. Tauschen sich Betriebe über neue Produktideen oder über verschiedene Produktionsstufen aus, können ganz neuartige (an die Kundenwünsche angepasste) Produkte entstehen und ohne lange Anlaufzeiten produziert werden. Es können auch Einrichtungen oder Maschinen gemeinsam genutzt, Personal geteilt oder Logistik gemeinsam geplant oder outgesourct werden. Dafür müssen Betriebsleiter*innen einander vertrauen und Mitarbei-

tende sich gegenseitig kennen. Eine möglichst regelmäßige Kommunikation auch über Innovationen ist die Grundlage. Dadurch können Vorteile gegenüber anderen Marktpartner*innen entstehen bzw. Nachteile (teure Logistik, kleinere Verarbeitungsmengen, höhere Personal- und Stückkosten) minimiert werden. Regionale Produkte mit authentischen Betrieben in der Landwirtschaft und im Lebensmittelhandwerk bzw. in der Lebensmittelverarbeitung sowie Projekte zum Ökologischen Landbau tragen zu nachhaltiger Landnutzung und einem positiven Image auch für den regionalen Tourismus bei.

In der folgenden Grafik sind Synergien für die Betriebe, für die Region und für Nachhaltigkeit aufgezeigt.

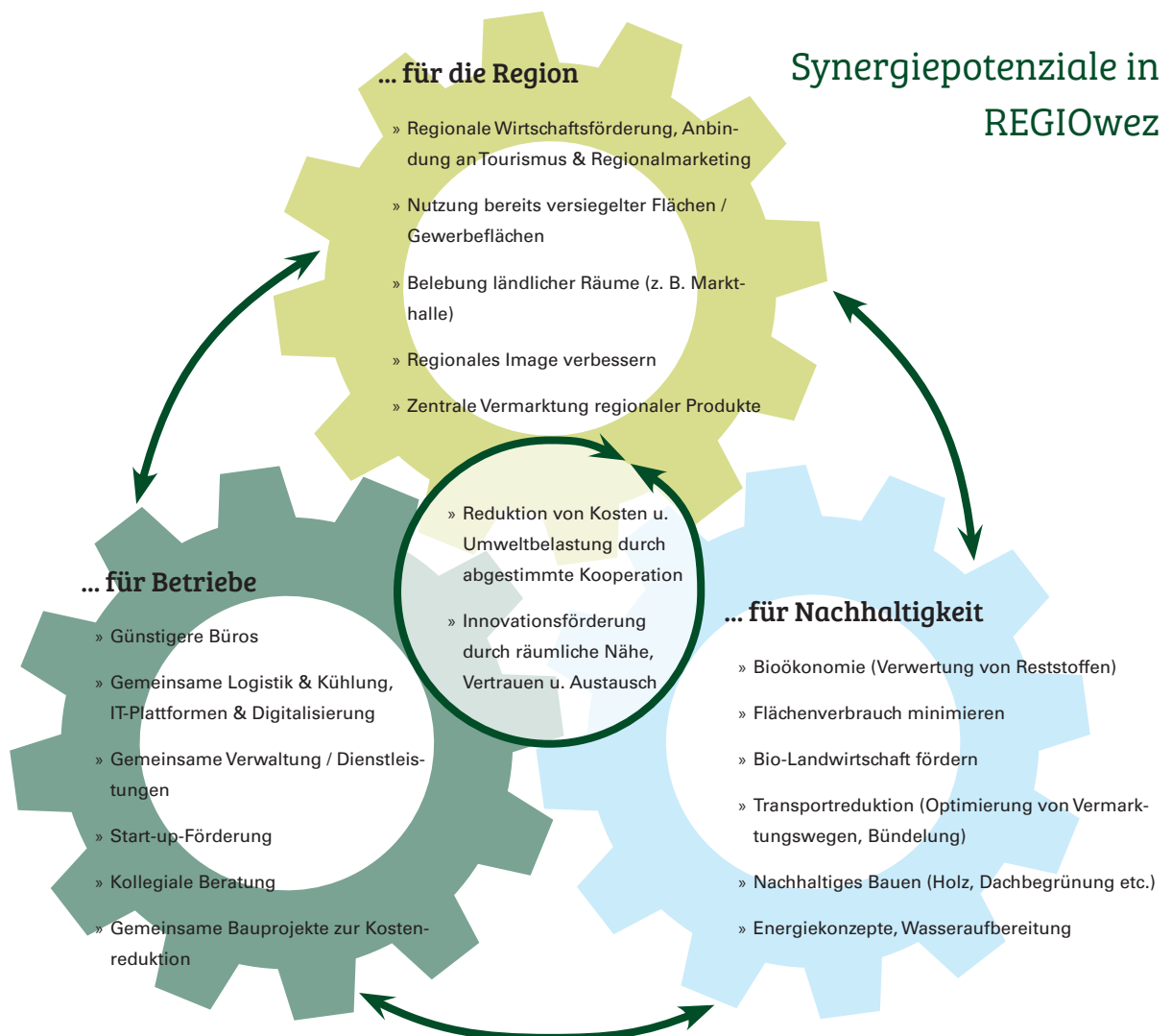


Abbildung 6: Synergiepotentiale in Regionalen Wertschöpfungszentren (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

4. Modelle für Unternehmen in Regionalen Wertschöpfungscentren

Im Folgenden werden Praxisbeispiele für mögliche Unternehmen in Regionalen Wertschöpfungscentren vorgestellt. Dabei wird der Fokus auf Betriebe der Gemüse-, Milch- und Fleisch- sowie Leguminosenverarbeitung gelegt. Daneben sind natürlich auch andere Betriebe zum Beispiel der Getreide- oder Obst-

verarbeitung in REGIOwez möglich, auf die in dieser Veröffentlichung nicht weiter eingegangen wird. Des Weiteren werden zwei Fallbeispiele für Regionale Markthallen beschrieben. Anregung für weitere mögliche Betriebe in REGIOwez liefert eine Linksammlung im Anhang.

4.1. Gemüsevorverarbeitung für die Außer-Haus-Verpflegung (AHV)

Die Außer-Haus-Verpflegung bietet große Potentiale für eine Regionalisierung der Ernährungswirtschaft. Allerdings stellt sie spezielle Anforderungen an Lieferbetriebe, da nur wenige Großküchen die Kapazitäten besitzen, Rohware zu verarbeiten. Daher müssen die Produkte von separaten Betrieben aufbereitet ge-

liefert werden. Bei Gemüse oder Kartoffeln bedeutet dies zum Beispiel, dass es gewaschen, geschält, geschnitten oder gewürfelt angeliefert wird. Um in der Außer-Haus-Verpflegung mehr regionale Lebensmittel zu nutzen, werden also regionale Gemüsevorverarbeitungsbetriebe benötigt.

4.1.1. Vorverarbeitungsprozess Gemüse

Die Verarbeitung von Gemüse für die Außer-Haus-Verpflegung in Bezug auf Verarbeitungsstufen lässt sich in verschiedene Kategorien einteilen, wobei der Grad der Verarbeitung zunimmt.



Abbildung 7: Gemüseverarbeitung (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

4.1.2. Beispielbetriebe: Gemüsevorverarbeitung für die AHV

Es gibt verschiedene Lösungen, um vorverarbeitete Ware für Kantinen zu produzieren. Einzelne landwirtschaftliche Betriebe erzeugen passgenau auf Anfrage für Kantinen und Kitas in kleinen Mengen, es gibt Erzeugergemeinschaften von landwirtschaftlichen Betrieben, die Ware bündeln und Gemüse verarbeiten oder verarbeiten lassen.

Zudem verarbeiten auch Werkstätten für Menschen mit Behinderung bzw. Beeinträchtigung Gemüse in unterschiedlichen Stufen. Zwei Einrichtungen werden im Folgenden vorgestellt.

Hephata Hessisches Diakoniezentrum e. V.

Die Hephata Diakonie betreibt als anerkannte Werkstatt für Menschen mit Behinderung (WfbM) vier landwirtschaftliche Betriebe und eine Gärtnerei in Nordhessen, in denen rund 200 Menschen mit und ohne Behinderung tätig sind. Ein zentraler Bestandteil dieser sozialen Landwirtschaft sind mehrere Schälbetriebe, die insbesondere in der Bio-Kartoffelverarbeitung tätig sind und hochwertige Produkte für Kantinen, Großküchen und den Lebensmitteleinzelhandel bereitstellen.³

Die Schälbetriebe auf dem Hofgut Richerode, dem Gut Halbersdorf und dem Zechenhof verarbeiten jährlich mehrere hundert Tonnen regional erzeugter Bio-Kartoffeln und anderes Gemüse. Dabei stammen die Rohwaren zu einem großen Teil aus dem eigenen ökologischen Anbau nach Bioland-Richtlinien, ergänzt durch Zukauf von Partnerbetrieben aus der Region. Nach der Ernte werden die Kartoffeln zunächst im eigenen Kühlhaus eingelagert, anschließend maschinell geschält, bei Bedarf vorgegart und vakuumiert. Auch Möhren und anderes Gemüse werden vor Ort gewaschen, geschält, geschnitten und verarbeitet.

Je nach Standort gibt es dabei unterschiedliche Schwerpunkte:

- » Auf dem Hofgut Richerode und auf dem Gut Halbersdorf werden Gemüse wie Kartoffeln und Möhren gelagert, verarbeitet und vermarktet. Einige Kartoffeln werden für den Einzelhandel verpackt, der Rest geht geschält und vakuumverpackt an Mensen und Großküchen.
- » Am Zechenhof liegt der Fokus auf der Aufbereitung von Zwiebeln und Kürbissen.⁴




Hessisches Diakoniezentrum e. V.		
<i>Rechtsform</i>	<i>Eingetragener Verein</i>	
<i>Gründung</i>	<i>1901 in Schwalmstadt</i>	
<i>Kontakt</i>	<i>06691 18-0 oder info@hephata.de</i>	

www.hephata.de

HessenStand: 2025/08

Die Werkstätten der Hephata Diakonie müssen als anerkannte Werkstatt für Menschen mit Behinderung am allgemeinen Markt wirtschaftlich tätig sein. Der erwirtschaftete Gewinn wird zu mindestens 70 % an die beschäftigten Menschen mit Behinderung ausgezahlt. Die Betreuungsleistungen werden von öffentlichen Trägern wie dem Landeswohlfahrtsverband, der Bundesagentur für Arbeit und der Rentenversicherung finanziert.⁵

³ Vgl. www.oekolandbau.de/bio-fuer-die-region/regionale-bio-betriebe-finden/demonstrationsbetriebe-oekologischer-landbau/demobetriebe-im-portraet/hessen/hephata-hessisches-diakoniezentrum-ev/

⁴ Vgl. www.hephata.de/fuer-uns/hofgut-richerode, <http://www.hephata.de/fuer-uns/gut-halbersdorf>, <https://www.hephata.de/sucht/das-gut-halbersdorf>, <http://www.hephata.de/lebensmittel/zechenhof>

⁵ Vgl. www.hephata.de/organisation-unternehmen/werkstaetten-fuer-menschen-mit-behinderung

Hofgut Rocklinghausen



Lebenshilfe-Werk
Kreis Waldeck-Frankenberg e.V.



Hofgut Rocklinghausen

Rechtsform *Eingetragener
Verein*

Gründung *1975 des
Lebenshilfe-Werk*

Kreis Waldeck-Frankenberg e.V

Kontakt *Steven Seidler*

05 695 / 979 831-0 oder

s.seidler@lhw.wf.de



www.lhw-wf.de

Hessen

Stand: 2025/08

Das Hofgut Rocklinghausen des Lebenshilfe-Werks Kreis Waldeck-Frankenberg e.V. liegt im hessischen Twistetal. Circa 70 Menschen mit geistiger oder seelischer Beeinträchtigung leben und arbeiten hier. Unter fachlicher Anleitung werden sie gezielt dabei unterstützt, ihre individuellen Fähigkeiten zu entwickeln und sich auf eine mögliche Tätigkeit auf dem ersten Arbeitsmarkt vorzubereiten.

Zum Hofgut gehören neben der ökologischen Landwirtschaft mit Milchviehhaltung, Legehennen und Getreideanbau auch eine eigene Metzgerei sowie ein Schälbetrieb für Kartoffeln. Mit einer modernen Schälmaschine werden jährlich etwa 180 Tonnen Bio-Kartoffeln verarbeitet. Die Kartoffeln können dabei je nach Bedarf geschält, geschnitten, gewürfelt oder vorgegart werden. Sie finden nicht nur in der eigenen Küche Verwendung, sondern werden auch an Großküchen, Cateringunternehmen und Restaurants in der Region geliefert.⁶

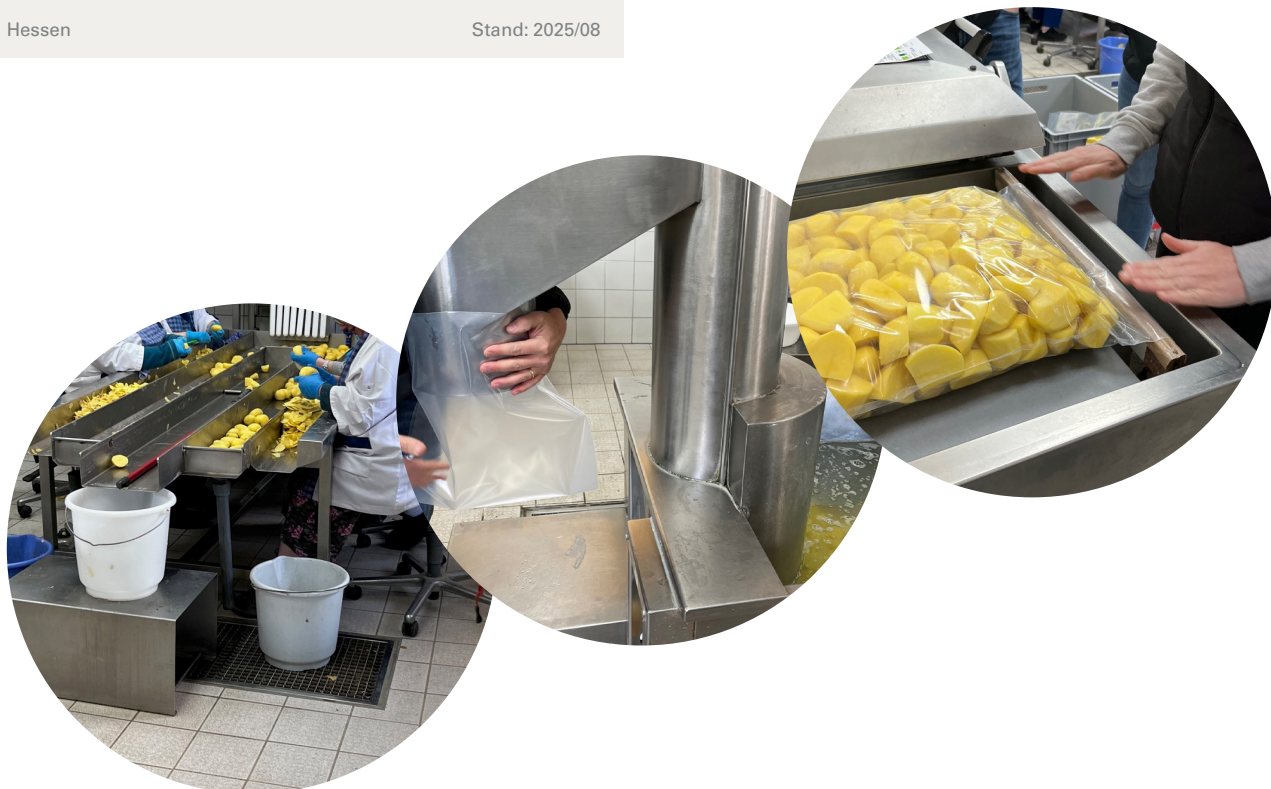


Abbildung 8: Kartoffelschälbetrieb in Rocklinghausen (Quelle: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

⁶ Vgl. <https://www.oekolandbau.de/bio-fuer-die-region/regionale-bio-betriebe-finden/demonstrationsbetriebe-oekologischer-landbau/demobetriebe-im-portraet/hessen/hofgut-rocklinghausen/> und <https://www.lhw-wf.de/dienstleistungen/#produkte>

4.1.3. Herausforderungen und Empfehlungen für die Gemüsevorverarbeitung

HERAUSFORDERUNGEN

Im Folgenden werden Herausforderungen beim Aufbau von Gemüsevorverarbeitungsbetrieben, insbesondere am Beispiel von Kartoffelschälbetrieben (übertragbar auch auf andere Gemüsearten wie Karotten, Zwiebeln oder Sellerie) skizziert.

1. Rohstoffversorgung und Qualität

- » Saisonale Verfügbarkeit: Gleichmäßige Versorgung über das Jahr schwierig.
- » Qualitätsschwankungen je nach Sorte, Herkunft, Witterung.
- » Lagerfähigkeit & Verderb: Hohe Anforderungen an Lagertechnik (Kühlung, Feuchtesteuerung).
- » Sortenwahl: Nicht alle Sorten sind für industrielle Schälung oder Verarbeitung geeignet.

2. Verarbeitungstechnik und Hygiene

- » Hoher technischer Standard erforderlich (Hygienesdesign, Edelstahl, Abwassertechnik).
- » Komplexe Verarbeitungsschritte: Waschen, Schälen, Schneiden, Verpacken, Kühlen.
- » Hoher Wasser- und Energieverbrauch.
- » Abfallmanagement: Schälabfälle und Säfte müssen hygienisch und ökologisch verwertet werden.

3. Wirtschaftlichkeit und Finanzierung

- » Hoher Investitionsbedarf (Gebäude, Technik, Kühlräume, Abwasseraufbereitung).
- » Margendruck durch enge Preise im Lebensmitteleinzelhandel.
- » Kostenschwankungen bei Rohstoffen, Energie und Personal.
- » Hoher Ausschuss bei kleinen Losgrößen.

4. Personal und Know-how

- » Fachkräftemangel in Verarbeitung, Technik und Qualitätssicherung.
- » Hoher Schulungsbedarf im Bereich Hygiene und Maschinenbedienung.
- » Fluktuation durch saisonale Arbeitsspitzen.

5. Logistik, Absatz und Markt

- » Hohe Anforderungen an Kühlkette und Frischelogistik.
- » Kurze Haltbarkeit der Produkte → schnelle Vermarktung nötig.
- » Konkurrenz durch große zentrale Betriebe mit Skalenvorteilen.
- » Abhängigkeit von wenigen Großkunden (LEH, Convenience-Hersteller).

6. Nachhaltigkeit und Akzeptanz

- » Hoher Energie- und Wasserverbrauch.
- » Abwasseraufbereitung und Reststoffnutzung gesetzlich streng geregelt.
- » Verpackungsanforderungen (Plastikvermeidung, Haltbarkeit).

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



1. Rohstoffversorgung und Qualität

- » Vertragsanbau mit Landwirten.
- » Investition in moderne Lager- und Kühltechnik.
- » Aufbau von regionalen Rohstoffnetzwerken.

2. Verarbeitungstechnik und Hygiene

- » Einsatz energie- und wassersparender Anlagen.
- » Nutzung von Nebenprodukten (z. B. Tierfutter, Biogas).
- » Von Beginn an in Austausch mit potenziellen Kunden treten (Küchen, Caterer, Kommunen), um Anforderungen an Produkte, Verpackung und Lieferlogistik abzuklären.
- » Flexibel und modular planen: Mit wenigen Produkten wie geschälten Kartoffeln oder Suppengemüse starten und bei wachsender Nachfrage Sortiment und Technik erweitern.
- » Auf gute Waschtechnik und hygienegerechte Verarbeitung achten – ein häufig unterschätzter Kosten- und Planungsfaktor. Separate Bereiche für Rohware und verarbeitete Produkte sind verpflichtend.

3. Wirtschaftlichkeit und Finanzierung

- » Gemeinsame Nutzung von Infrastruktur (z. B. in Wertschöpfungszentren).
- » Förderung über Programme zur Regionalentwicklung oder Verarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse.
- » Kooperation mit regionalen Abnehmern (Kantinen, Gastronomie, Großküchen).
- » Inklusionsbetriebe bieten eine gute Grundlage: Fördermöglichkeiten für Investitionen und laufende Lohnkosten, wenn Menschen mit Behinderung beschäftigt werden. Beratung und Anträge über das zuständige Integrationsamt oder die Bundesarbeitsgemeinschaft Inklusionsfirmen.
- » Erste Pilotkunden und Abnehmer schon vor dem Start sichern, um wirtschaftlich tragfähig zu planen. Empfehlenswert sind Rahmenvereinbarungen mit öffentlichen Trägern (Schulen, Kitas, Kliniken).

4. Personal und Know-how

- » Schulungskonzepte und Kooperationen mit Berufs- und Fachschulen.
- » Attraktive Arbeitsbedingungen (Ganzjahresstellen, Automatisierung).

5. Logistik, Absatz und Markt

- » Fokussierung auf regionale Absatzmärkte mit Frischevorteil.
- » Aufbau von Direktvertriebsstrukturen (Großküchen, Gastronomie).
- » Entwicklung von differenzierten Produkten (Bio, Regional, Convenience).

6. Nachhaltigkeit und Akzeptanz

- » Nutzung erneuerbarer Energien und Kreislaufwirtschaft.
- » Kooperation mit Biogasanlagen oder Tierhaltern für Reststoffverwertung.
- » Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen.
- » Mit regionalen Höfen frühzeitig Lieferbeziehungen aufbauen, um Erntemengen, Sorten und Lieferzeitpunkte gemeinsam zu planen. Qualität (z. B. Größe, Schalenbeschaffenheit) sollte zur Verarbeitung passen

4.2. Leguminosenverarbeitung

Hülsenfrüchte wie Erbsen, Bohnen und Lupinen spielen eine zentrale Rolle in einer nachhaltigen Landwirtschaft. Sie tragen zur Bodenfruchtbarkeit bei, binden Stickstoff, fördern die Biodiversität und können sowohl in der Human- als auch in der Tierernährung genutzt werden. Dennoch war ihr Anbau in Deutschland lange Zeit rückläufig. Erst mit der Einführung der nationalen Eiweißpflanzenstrategie im Jahr 2012 setzte ein politischer und gesellschaftlicher Umdenkprozess ein. Seither hat der Anbau von Hülsenfrüchten in Deutschland deutlich zugenommen.⁷

Im Jahr 2024 wurden Leguminosen zur Körnergewinnung auf rund 2,4 Prozent der deutschen Ackerfläche angebaut. Zählt man die Flächen für die Ganzpflanzenernte hinzu, erreichen Hülsenfrüchte insgesamt etwa 5,8 Prozent des Ackerlands. Die wichtigsten Kulturen sind dabei Erbsen, Ackerbohnen, Süßlupinen und Sojabohnen, die gemeinsam den größten Anteil der Anbauflächen ausmachen. Erbsen wurden 2024 auf 129.300 Hektar angebaut. Mit einem durchschnitt-

lichen Ertrag von 2,9 Tonnen pro Hektar lag die Gesamternte bei rund 376.000 Tonnen.

Zu beachten ist dabei, dass nur ausgereifte Körnerfrüchte in dieser Statistik berücksichtigt werden – frische Markerbsen gelten als Gemüse und werden gesondert erfasst. Auch der Anbau von Ackerbohnen verzeichnete 2024 ein deutliches Plus. Auf 61.700 Hektar wurden bundesweit 244.100 Tonnen geerntet – fast dreimal so viel wie noch vor zehn Jahren.⁸

Der Großteil der geernteten Hülsenfrüchte wird derzeit als eiweißreiches Futtermittel in der Tierhaltung verwendet, vor allem in der Schweine- und Geflügelmast. Aufgrund ihres hochwertigen Proteins eignen sie sich aber ebenso für die Herstellung vegetarischer und veganer Lebensmittel wie Fleischersatzprodukte. Trotz wachsender Nachfrage werden bislang weniger als 15 Prozent der Erntemengen für die direkte Nahrungsmittelverarbeitung eingesetzt.⁹

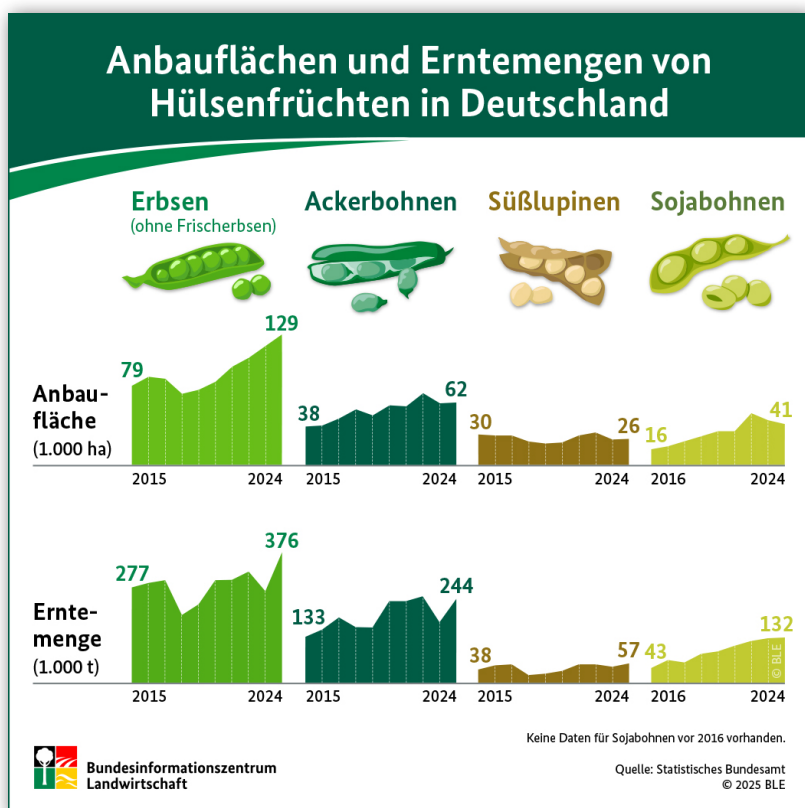


Abbildung 9: Anbauflächen und Erntemengen von Hülsenfrüchten in Deutschland (Quelle: BLE 2025; <https://www.landwirtschaft.de/tier-und-pflanze/pflanze/huelsenfruechte/der-anbau-von-huelsenfruechten-in-deutschland>)

⁷ Vgl. <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/pflanzenbau/ackerbau/eiweisspflanzenstrategie.html>

⁸ Vgl. <https://www.bmel-statistik.de/landwirtschaft/bodennutzung-und-pflanzliche-erzeugung/huelsenfruechte>

⁹ Vgl. <https://www.landwirtschaft.de/tier-und-pflanze/pflanze/huelsenfruechte/der-anbau-von-huelsenfruechten-in-deutschland>

4.2.1. Verarbeitungsprozesse Leguminosen¹⁰



Frischgemüse:

Frische Hülsenfrüchte wie grüne Erbsen oder Buschbohnen werden maschinell geerntet, gewaschen, sortiert und innerhalb von 24 Stunden verpackt in den Handel gebracht. Die Ernte erfolgt mit modernen Maschinen, die die Pflanzen schneiden und Blätter entfernen. In verarbeitenden Betrieben werden sie dann durch Waschen, Sortieren und Verpacken für den Handel vorbereitet.

Tiefkühlgemüse:



Für die Herstellung von Tiefkühlbohnen oder -erbsen erfolgt die Verarbeitung innerhalb weniger Stunden nach der Ernte. Nach dem Waschen und Blanchieren werden sie schockgefrostet, wodurch Farbe, Geschmack und Nährstoffe bestmöglich erhalten bleiben.

Trockene Hülsenfrüchte:



Für Trockenbohnen, Erbsen oder Linsen müssen die Samen vollständig ausgereift und trocken sein, bevor sie maschinell mit dem vertrockneten Kraut geerntet und anschließend getrennt werden. Die Samen werden ggf. nach getrocknet, um Schimmel oder Verderb zu vermeiden. Die getrockneten Hülsenfrüchte durchlaufen dann Reinigungsprozesse, um Fremdkörper zu entfernen. Danach werden sie sortiert, ggf. geschält und zum Schutz vor Schädlingen behandelt – konventionell mit Gasen, im Bio-Bereich z. B. mit Hochdruck oder CO₂.

Konservenherstellung:



Frische oder getrocknete Hülsenfrüchte werden vollautomatisch in Konserven abgefüllt. Dabei wird durch einen genauen Zeitplan darauf geachtet, dass eine lange Haltbarkeit ermöglicht wird, aber gleichzeitig auch Nährstoffe erhalten werden.

Verarbeitete Produkte:

Tofu, Tempeh und Sojamehl



Aus Sojabohnen wird Tofu hergestellt, indem sie eingeweicht, erhitzt, mit Gerinnungsmitteln versetzt und gepresst werden. Neben Tofu entstehen aus Sojabohnen auch Tempeh durch Fermentation und Sojamehl als Nebenprodukt der Sojaölherstellung, was für Soja-Schnetzel verwendet wird.

Pflanzendrinks und Joghurtalternativen



Sojabohnen werden zu Pflanzendrinks verarbeitet, die durch Erhitzen haltbar gemacht und oft mit Calcium oder Aromen angereichert werden. Auch Erbsen- und Lupinendrinks gibt es inzwischen auf dem Markt. Mithilfe von Milchsäurebakterien und Wärme entstehen Joghurtalternativen.

Pflanzliche Fleisch-, Wurst- und Milchalternativen



Sojabohnen, Erbsen, Lupinen und Ackerbohnen dienen als Grundlage für pflanzliche Alternativen zu Fleisch, Fisch, Käse oder Eiern. Die Produkte enthalten oft Eiweißisolate oder Eiweißmehle aus oben genannten Leguminosen sowie Öle, Farbstoffe, Gewürze, Aromen und weitere Zusätze, um Geschmack, Farbe und Textur tierischer Produkte nachzuahmen.

Teigwaren aus Hülsenfrüchten



Linsen, Erbsen und Kichererbsen werden zu Nudeln, Couscous oder reisähnlichen Produkten verarbeitet. Dazu wird aus den gemahlenen Hülsenfrüchten mit Wasser ein Teig hergestellt, der dann geformt und getrocknet wird.

Snacks und Müslizutaten



Hülsenfrüchte sind auch Grundlage für Chips, geröstete Snacks und Crispies im Müsli.

Abbildung 10: Leguminosenverarbeitung (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

¹⁰ Vgl. <https://www.bzfe.de/kueche-und-alltag/vom-acker-bis-zum-teller/huelsenfruechte/huelsenfruechte-von-der-ernte-in-den-handel>

4.2.2. Beispielbetriebe: Leguminosenverarbeitung

Linsenmanufaktur



Linsenmanufaktur

Rechtsform Inhabergeführter
Bio-Betrieb

Gründung 1996 in Paderborn

Kontakt 05254 9304868 oder

info@linsenmanufaktur.de

www.linsenmanufaktur.de/

Nordrhein-Westfalen

Stand: 2025/08



Die Linsenmanufaktur mit Sitz in Paderborn ist ein inhabergeführter Bio-Betrieb, der sich auf die Herstellung veganer, hefefreier Linsenbratlingsmischungen spezialisiert hat. Gegründet von Petra Kaiser, entwickelte sich das Unternehmen aus einem mobilen Essensstand auf Festivals zu einer festen Manufaktur.

Die Produkte werden in Handarbeit gefertigt und sind bio-zertifiziert. Der Vertrieb erfolgt über rund 200 Unverpackt-Läden deutschlandweit, Bioläden, einen eigenen Onlineshop sowie auf Märkten und Events. Zudem bietet das Unternehmen ein Catering an, das unter anderem eigene Produkte umfasst.¹¹

Seit 2020 besteht das Team aus zwei hauptberuflichen Mitarbeiter*innen und zwei Aushilfen. Die Manufaktur legt großen Wert auf Nachhaltigkeit und verwendet recycelte Verpackungen. Zudem startete im Jahr 2020 eine Kooperation mit der Lebenshilfe Detmold, um soziale und regionale Aspekte in die Unternehmensstruktur zu integrieren. Im Rahmen dieser Kooperation begann der regionale Linsenanbau im Paderborner Land. Für dieses Engagement wurde die Linsenmanufaktur mit dem zweiten Platz beim Wettbewerb „WeltverBesserer“ ausgezeichnet.¹²



Abbildung 11: Petra Kaiser und Arnd Drossel von der Linsenmanufaktur (Quelle: Linsenmanufaktur)

Abbildung 12: Catering von der Linsenmanufaktur (Quelle: Linsenmanufaktur)

Abbildung 13: Foodstand der Linsenmanufaktur (Quelle: Linsenmanufaktur)

¹¹ Vgl. <https://www.linsenmanufaktur.de/ueber-uns/>

¹² Vgl. <https://www.slowfood.de/go-slow/einkaufen/linsenmanufaktur-paderborn>

SOTO

Bio-Falafel aus regionaler Kicherererbse

Die organic veggie food GmbH mit Sitz in Bad Endorf (Oberbayern) stellt unter der Marke SOTO seit über 35 Jahren vegetarische und vegane Bio-Convenience-Produkte her. Das Sortiment umfasst unter anderem Falafel, Burger und Teigrollen – alle auf Basis rein pflanzlicher Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau. Produziert wird mit rund 100 Mitarbeitenden im Chiemgau.¹³

Besonders erfolgreich sind ihre Falafel mit Bio-Kichererbsen aus Bayern, die heute zu den absatzstärksten Artikeln des Unternehmens zählen. Sie sind das Ergebnis der Zusammenarbeit von Landwirt*innen, der Erzeugergemeinschaft VG Bio-Bauern GmbH, Bioland-Anbauberater*innen, der Öko-Modellregion stadt.land.wü. (Würzburg) und weiteren Partner*innen. Ziel dieser Kooperation war es, eine regionale Wertschöpfungskette für Bio-Kichererbsen in Bayern aufzubauen – von der Vermehrung des Saatguts über den Anbau und die Aufbereitung der Speiseware bis hin zur Verarbeitung – um Kichererbsen als Kulturpflanze dauerhaft in Bayern zu etablieren und unabhängig vom Importmarkt zu werden.¹⁴



**organic veggie food GmbH /
SOTO Bio-Spezialitäten**

Rechtsform GmbH

Gründung 1993

Kontakt 08053 795200 oder
info@soto.de



www.soto.de/de

Bayern

Stand: 2025/08



Abbildung 14: Falafel (Quelle: Günter Schumacher, Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal)

¹³ Vgl. <https://soto.de/de/ueber-uns>

¹⁴ Vgl. www.bioland.de/presse/pressemitteilungen/news-detail/fraenkische-kichererbsen-fuer-oberbayerische-falafel und <https://soto.de/de/news/gewinner-regional-star-2025>



Abbildung 15: Falafel (Quelle: Günter Schumacher, Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal)

4.2.3. Herausforderungen und Empfehlungen in der Leguminosenverarbeitung

Der langjährige Rückgang des Leguminosenanbaus in Deutschland hatte vielfältige Ursachen. Zentrale Faktoren waren die im Vergleich zu anderen Kulturen – wie Getreide, Mais, Zuckerrüben oder Raps – geringere physische und finanzielle Ertragskraft sowie ein arbeitsintensiver Anbau. Die geringen Anbauflächen führten zudem zu einem Rückgang in der züchterischen Weiterentwicklung, was die Sortenwahl einschränkte. Ein besonders hemmender Faktor war der zunehmende Import günstiger Eiweißfuttermittel – insbesondere Soja. Dadurch sank die Nachfrage nach heimischen Hülsenfrüchten, insbesondere im Futtermittelbereich.

Diese Entwicklungen verstärkten sich gegenseitig in einer negativen Spirale: Weniger Anbauflächen führten zu geringeren Investitionen in Züchtung und Verarbeitung, was wiederum die Attraktivität des Anbaus weiter senkte. Auch das praktische Know-how in landwirtschaftlichen Betrieben ging zurück. Seit dem Start der Eiweißpflanzenstrategie des Bundeslandwirtschaftsministeriums hat sich die Ausgangslage für den Anbau von Leguminosen deutlich verbessert. Fruchtfolgen mit Leguminosen können auf mittlere Sicht monetär mindestens ebenso gut abschneiden wie solche ohne, wenn die Einsparung von mineralischem Stickstoffdünger und phytosanitäre Effekte wie reduzierte Pflanzenschutzmittelgaben berücksichtigt werden.¹⁵



HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

1. Rohstoff- und Anbaubasis

- » Aufbau langfristiger Lieferbeziehungen mit Landwirten oder Genossenschaften.
- » Regionale Clusterbildung zur Bündelung von Mengen.

2. Verarbeitungstechnologie

- » Kooperation mit Forschungseinrichtungen und Maschinenherstellern.
- » Nutzung bestehender Infrastruktur (z. B. Mühlen, Futtermittelwerke).

3. Wirtschaftlichkeit und Finanzierung

- » Nutzung öffentlicher Förderprogramme (Eiweißpflanzenstrategie, LEADER, Innovationsförderung).
- » Aufbau von Kooperationsmodellen (z. B. Genossenschaften, Public-Private-Partnerships).

4. Know-how und Fachkräfte

- » Kooperation mit Hochschulen, Technologietransferstellen und Start-ups.
- » Schulung und Weiterbildung lokaler Fachkräfte.

5. Markt- und Absatzentwicklung

- » Fokussierung auf regionale Vermarktungsketten
- » Aufbau von Partnerschaften mit Lebensmittelhandwerk, Gastronomie oder Großküchen.
- » Entwicklung von Endprodukten mit klarem Mehrwert (Regionalität, Nachhaltigkeit, Tierwohlbezug).

6. Nachhaltigkeit und Akzeptanz

- » Nutzung von Nebenprodukten (z. B. Schalen, Stärke) zur Steigerung der Ressourceneffizienz.
- » Kommunikation von Klima- und Bodenverbesserungseffekten des Leguminosenanbaus.

HERAUSFORDERUNGEN

Beim Aufbau von Leguminoseverarbeitungsbetrieben ergeben sich eine Reihe spezifischer Herausforderungen, die technologische, wirtschaftliche, organisatorische und marktbezogene Aspekte betreffen.

1. Rohstoff- und Anbaubasis

- » Unzureichende und schwankende Rohstoffverfügbarkeit: Regionale Anbauflächen für Leguminosen sind oft begrenzt und von Witterung, Fruchtfolge und Marktpreisen abhängig.
- » Qualitätsschwankungen (Proteingehalt, Feuchtigkeit, Sortenvielfalt) erschweren die standardisierte Verarbeitung.
- » Logistikprobleme: Transportkosten und Lagerfähigkeit sind relevant, da Leguminosen empfindlich auf Feuchtigkeit reagieren.

2. Verarbeitungstechnologie

- » Fehlende angepasste Technik für kleine oder mittelgroße Verarbeitungsanlagen.
- » Komplexe Prozessschritte: Entschalung, Sortierung, Trocknung, Mahlung, Proteinisolierung, Texturierung etc.
- » Technologischer Know-how-Bedarf in Bereichen wie Extrusion, Nass- und Trockenfraktionierung.
- » Investitionsintensität: Hohe Kosten für Spezialmaschinen, insbesondere bei Proteinverarbeitung.

3. Wirtschaftlichkeit und Finanzierung

- » Hoher Kapitalbedarf bei ungewisser Marktentwicklung.
- » Fehlende Förderinstrumente speziell für die Verarbeitung von Eiweißpflanzen.
- » Lange Amortisationszeiten aufgrund von Markteintrittsbarrieren und Investitionsrisiken.

¹⁵ Vgl. <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/pflanzenbau/ackerbau/eiweisspflanzenstrategie.html>

4. Know-how und Fachkräfte

- » Mangel an spezifischem Fachwissen in der Verarbeitung und Produktentwicklung von Leguminosen.
- » Fehlende Ausbildungspfade für Eiweißverarbeitung oder alternative Lebensmitteltechnologien.

5. Markt- und Absatzentwicklung

- » Unklare Nachfrageentwicklung bei pflanzlichen Proteinen und Zwischenprodukten.

- » Starke Konkurrenz durch importierte Proteine (Soja, Erbsenprotein aus Kanada/China).

- » Fehlende Marken- und Produktstrategie für regionale Proteine.

6. Nachhaltigkeit und Akzeptanz

- » Akzeptanzprobleme bei Konsumenten oder Landwirten, wenn Märkte unsicher sind.

4.3. Schlachtung und Fleischverarbeitung

In vielen Regionen Deutschlands fehlen inzwischen die Strukturen für das Schlachten von Tieren und Verarbeiten von Fleisch. Aus Sicht der regionalen Vermarktung gibt es einen großen Bedarf an regionalen Schlachtstätten - einerseits für Betriebe, die direkt vermarkten wollen, andererseits zum Bündeln für Kantinen und Küchen.

Seit 1950 sind von über 300.000 Schlachtbetrieben in Deutschland noch etwa 13.000 Schlachtbetriebe vorhanden. Allein in den letzten 10 Jahren gab es einen Rückgang von etwa 12 %.¹⁶ In der Schlachtung sowie in der Verarbeitung haben sich vor allem große Strukturen etabliert, die größten Fleischhersteller in Deutschland heute sind die Tönnies-Gruppe, die PHW-Gruppe und Westfleisch.

4.3.1. Bauliche Anforderungen an einen Schlacht- oder Zerlegebetrieb

Der Betrieb eines Schlachthofs oder Zerlegebetriebs unterliegt strengen hygienischen Anforderungen gemäß EU-Hygienerecht (insb. VO (EG) Nr. 853/2004 und 853/2004). Die verschiedenen Produktionsbereiche müssen baulich und funktional voneinander

getrennt sein, um Kreuzkontaminationen zu verhindern. Besonders bei Bestandsgebäuden wie älteren Metzgereien oder Schlachthäusern stellt dies häufig eine große bauliche und finanzielle Herausforderung dar.

Die Hygienebereiche beim Schlachten und Verarbeiten von Tieren lassen sich grob in drei Zonen einteilen:

1. Schwarzer Bereich (Unreiner Bereich):

Anlieferung, Betäubung, Entblutung

2. Grauer Bereich (Übergangsbereich):

Zwischen Bearbeitung der Schlachtkörper und Feinzerlegung

3. Weißer Bereich (Reiner Bereich):

Zerlegung, Verarbeitung, Verpackung

4.3.2. Beispielbetriebe: Schlachtung und Fleischverarbeitung

Die Beispiele wurden so ausgewählt, dass neben dem regionalen Ansatz der Verarbeitung und Vermarktung verschiedene Größen berücksichtigt werden, von der Hofverarbeitung bis zu mittelständischen Verarbeitungsunternehmen.

¹⁶ Vgl. Deutscher Bauernverband, Situationsbericht 2024/25, <https://www.situationsbericht.de/>, S. 29 und <https://www.bundestag.de/resource/blob/709488/509d8dec9db105e47a7bf8d2aa2f4d1d/WD-5-077-20-pdf-data.pdf> und <https://www.schlachtstaettenfinder-thueringen.de/zum-thema/schlachtstaettenstudie/> <https://www.bauernzeitung.de/agrarpraxis/es-war-einmal-struktur-der-schlachthoeft-in-ostdeutschland/>

Mobile Regionalwert Metzgerei GmbH



HOOF - Mobile Regionalwert Metzgerei GmbH

Rechtsform GmbH

Gründung 2023

Kontakt 0221 96815212
oder info@hoof.bio



www.hoof.bio/

Nordrhein-Westfalen

Stand: 2025/09

In den letzten Jahren sind einige Konzepte von teil- oder vollmobiler Schlachtung entwickelt worden, um die Lücke bezüglich fehlender regionaler Schlachtmöglichkeiten zu schließen. Bei der teilmobilen Schlachtung werden Betäubung und Entblutung der Tiere auf dem Hof in einer mobilen Schlachteinheit durchgeführt. Das tote Tier muss zügig zu einem EU-zertifizierten Schlachthof gebracht werden. Dort finden die weiteren Schritte wie Enthäuten, Ausnehmen und Zerlegen statt.

Die vollmobile Schlachteinheit ist in sich ein geschlossenes Konzept, mit welchem die Dienstleistungen von Schlachten, Enthäuten, Ausnehmen und Grobzerlegen in der mobilen Schlachteinheit durchgeführt werden.

Die Schlachtung auf dem Hof ist durch den erhöhten Arbeitseinsatz teurer als das Schlachten in einem Schlachthof. Diese besonders stressfreie Art ein Tier ohne Transporte zu töten, muss an den Endkunden kommuniziert und ein angemessener Preis in der Direktvermarktung erreicht werden.

Im Jahr 2016 wurde die Regionalwert AG Rheinland gegründet als eine Bürgeraktiengesellschaft, die in die nachhaltige Landwirtschaft investiert. Ein Ziel dieser AG war es von Beginn an, die Schlachtmöglich-

keiten für die Regionalvermarktung zu verbessern. Geplant wurde die Anschaffung einer vollmobilen Schlachteinheit.

Vor der Bestellung des Schlachtmobils wurde eine Probeschachtung mit dem zuständigen Veterinäramt mit einem in Bayern bereits genehmigten Prototyp durchgeführt und für positiv bewertet. Durch einen Wechsel in den Zuständigkeiten war zum Zeitpunkt der Beantragung eine andere Person im Veterinäramt verantwortlich. Der Fall wurde neu geprüft und es wurden neue Anforderungen gestellt.

Insgesamt muss festgehalten werden, dass der Prozess für die Einrichtung und vor allem für die Genehmigung der vollmobilen Schlachteinheit sehr langwierig war.

Finanziert wurde der Aufbau und die Gründung der vollmobilen Regionalwert Metzgerei GmbH von der Regionalwert AG Rheinland, der Regionalwert AG Münsterland sowie einer privaten Investorin. Zusammen wurden Darlehen in Höhe knapp 500.000 Euro vergeben. Das Schlachtmobil der Regionalwert Metzgerei GmbH besteht aus einem LKW (ein umgebauter Schiffscontainer) und einem Kühlwagen, der angehängt wird.

Seit Frühjahr 2025 ist die vollmobile Metzgerei nun im Betrieb.¹⁷



Abbildung 16: HOOF - Mobile Regionalwert Metzgerei GmbH
(Quelle: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

¹⁷ Weitere Informationen unter <https://www.hoof.bio/>

Schlachthaus auf dem Archehof Windeck

Der Archehof Windeck liegt in Windeck-Kohlberg im Bergischen Land. Seit rund hundert Jahren befindet sich der Hof in Familienbesitz und wird heute von Karl Josef Groß und seiner Frau Lisa Anschütz geführt. Kohlberg liegt in 320 m Höhe auf dem ersten Höhenzug des Siegtals. Die Böden sind steinig und das Gebiet ist meist niederschlagsreich. Daher eignet sich die Fläche vor allem für eine extensive Weidewirtschaft. Auf rund 40 Hektar werden Glanrinder für Naturschutz- und Landschaftspflegeprojekte gehalten. Die Bentheimer Schafe wurden vor einigen Jahren abgeschafft, da sich das Leuscheider Wolfsrudel in der Gegend etabliert hatte und Herdenschutz für die Schafe nicht zu leisten war.

Die Glanrinder verbringen die meiste Zeit des Jahres auf der Weide. Im Winter werden sie im Stall mit Heu und Silage gefüttert.

Es werden nur eigene Tiere geschlachtet. Das sind Hühner, Rinder und Truthähne. Um das Fleisch direkt vermarkten zu können, wurde eine bestehende Doppelgarage in ein eigenes Schlachthaus umgebaut. Die Gesamtfläche beträgt 44 m², aufgeteilt in zwei Bereiche mit 24 m² und 20 m². Während der Bauantrag keine größeren Schwierigkeiten mit sich brachte, stellte die Abstimmung mit dem Veterinäramt eine Herausforderung dar. Die Genehmigung verschiedene Tierarten in einem Raum zu schlachten, war mit Schwierigkeiten verbunden. Entscheidend war die Einführung eines zeitlichen Abstands zwischen den Schlachtungen, so dass die Räume vollständig trocknen können und keine Keimbelastung entsteht. Diese Regelung konnte schließlich mit Unterstützung von Fachleuten gegen die anfängliche Einschätzung des Veterinäramts durchgesetzt werden. Die Begrenzung für die Anzahl der Tiere ist die Größe des Kühlraums.

Der Anbau inklusive Einrichtung hat 70.000 Euro gekostet. Heute wäre es möglich die Fläche zu ver-

Archehof Windeck

Archehof Windeck

Rechtsform	GmbH
Gründung	2013
Kontakt	02292 951407 oder Lisa_Anschuetz@web.de

Nordrhein-Westfalen

Stand: 2025/09

kleinern, da inzwischen auch in einem Raum zerlegt und geschlachtet werden darf, da die zeitliche Komponente und die zwischenzeitliche Reinigung anerkannt werden. Neue Regelungen des Veterinäramtes in Bezug auf die Schlachtung machen es notwendig, dass der Betrieb zwei unterschiedliche HIT-Nummern (Betriebsnummern, die für das Herkunftssicherungs- und Informationssystem für Tiere vergeben werden) hat und die Tiere, die den Hof nicht verlassen, abgemeldet und neu angemeldet werden müssen. Es ist noch nicht klar, ob dadurch auch Änderungen in der Veranlagung durch das Finanzamt folgen werden.

Die Vorteile für die Schlachttiere und die Qualität des Fleisches haben nach Ansicht der Betriebsleiterin den Aufwand zur Errichtung des Schlachthauses gerechtfertigt.



Tagwerk Bio-Metzgerei



Tagwerk Biometzgerei GmbH

Rechtsform GmbH

Gründung 2013

Kontakt 08761 / 7247377
oder
info@tagwerkbiometzgerei.de



www.tagwerkbiometzgerei.de/

Bayern

Stand: 2025/09

Die Tagwerk Bio-Metzgerei befindet sich in Niederhummel im oberbayerischen Landkreis Freising. Sie gehört zur Genossenschaft Tagwerk, die sich für regionales Wirtschaften einsetzt. Rund 900 Mitglieder tragen die Genossenschaft, darunter etwa 100 Landwirt*innen, die auch die Tiere für die Metzgerei liefern. Neben den Erzeuger*innen gehören auch viele Endverbraucher*innen zu den Mitgliedern. Hauptabnehmer der Metzgerei sind Bio- und Naturkostläden mit Frischfleisch und Selbstbedienungstheken. Die Belieferung der Läden mit Selbstbedienungstheke erfolgt über den Tagwerk Großhandel.

Die Tagwerk Bio-Metzgerei wurde mit einer durchgängigen Lieferkette vom Stall über die Schlachtung bis zur Zerlegung und Weiterverarbeitung neu aufgebaut. Die Gesamtfläche des Schlachthofes beträgt 3.500 m². Innerhalb des Gebäudes befindet sich ein 216 m² großer Auslauf für die Tiere. Die Produktionsfläche beträgt 550 m², die restlichen Flächen werden für Lager, Büros und Aufenthaltsräume genutzt. Insgesamt arbeiten 25 Personen in der Metzgerei.

Geschlachtet werden Rinder, Schweine und saisonal Lämmer. Pro Woche werden durchschnittlich drei bis vier Rinder, zwanzig Schweine und je nach Saison eine bestimmte Anzahl Lämmer verarbeitet. Die Tiere stammen ausschließlich von Landwirt*innen aus der Region, wodurch lange Transportwege entfallen.

Vor der Schlachtung verbringen sie ihre letzten Tage stressfrei im geräumigen Laufstall direkt neben der Metzgerei.

Die Tagwerk Bio-Metzgerei hat rund zwanzig Lieferant*innen für Rinder, fünf für Schweine und bekommt Lämmer von zwei Bauernhöfen. Sie ist als gläserne Metzgerei konzipiert.

Bau und Finanzierung

Die erste Planung begann 2011-2012, die konkrete Baugenehmigung erfolgte 2013 und der Bau begann 2014. Ursprünglich wurde mit Kosten von 2,5 Mio. Euro gerechnet. Ein Teil des Geldes wurde über die Gründung einer Genossenschaft beschafft. Mit relativ kleinen Darlehenspaketen von 5.000 Euro wurden über die Genossenschaft 800.000 Euro an Eigenkapital eingesammelt. Der restliche Betrag wurde über eine regionale Bank finanziert.

Während des Baus wurde festgestellt, dass die Kosten anstatt 2,5 Mio. Euro eher 4-5 Mio. Euro betragen werden. Innerhalb der Genossenschaft gab es viele verständnisvolle Menschen, denen das Projekt am Herzen lag und die daher auch ihren finanziellen Beitrag erhöht haben. Auch die Bank erweiterte den Kredit.

Die Umsätze, die geplant wurden, konnten nach der Fertigstellung nicht so schnell erreicht werden und es wurden zusätzlich auch Anpassungen im Bau notwendig.

Aktuelle Situation

Nach zehn Jahren kann die Tagwerk Bio-Metzgerei 2024 erstmals schwarze Zahlen schreiben. Um auf ein positives Ergebnis zu kommen, muss mindestens 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz erzielt werden. Um viele Kunden halten und immer wieder auch neue gewinnen zu können, ist ein guter Vertrieb mit Verkostungen und Öffentlichkeitsarbeit wichtig.¹⁸

¹⁸ Vgl. www.tagwerkcenter.net/erzeugen-verarbeiten/tagwerk-bio-metzgerei

Schlachthof Laufen

Der Schlachthof Laufen in Bayern ist ein kommunaler Betrieb und wird aus Mitteln der Stadt Laufen unterstützt. Somit sind auch Investitionen wie 2009 zur EU-Zertifizierung und 2018 im Rahmen der Bio-Zertifizierung sowie die Zulassung als Zerlegebetrieb von der Stadt Laufen getragen worden.

Auf einer Fläche von rund 350 Quadratmetern umfasst der Betrieb Stallungen, Schlacht- und Zerlegerräume sowie Technik- und Kühlbereiche. Geschlachtet wird überwiegend montags, bei Bedarf auch dienstags. Zuerst werden Tiere aus biologischer Landwirtschaft verarbeitet, anschließend konventionelle Tiere, wobei beide Bereiche strikt getrennt bleiben. Durchschnittlich werden etwa 20 bis 25 Schweine und 2 bis 7 Rinder pro Woche geschlachtet. Der Anteil an Bio-Tieren ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und lag 2022 bei etwa 11,5 %.

Um Stress für die Tiere zu vermeiden, legt der Schlachthof großen Wert auf kurze Transportwege – die Herkunftsbetriebe befinden sich in einem Umkreis von maximal 25 Kilometern.

Seit 2023 ergänzt ein mobiler Schlachtanhänger das Angebot. Er ermöglicht die stressfreie Schlachtung direkt auf den landwirtschaftlichen Betrieben, bevor die Schlachtkörper in den Schlachthof nach Laufen überführt werden. Der mobile Schlachtanhänger wurde von der Erzeugergemeinschaft Schlachtvieh Traunstein angeschafft und wird in Zusammenarbeit mit dem städtischen Schlachthof Laufen betrieben. Die Finanzierung erfolgte durch eine Förderung der Öko-Modellregion Waginger See – Rupertwinkel. Zusätzlich beteiligten sich die Landkreise Berchtesgaden, Land und Traunstein mit finanziellen Mitteln an den laufenden Kosten und dem Betrieb des Anhängers.¹⁹



Städtischer Schlachthof Laufen

Rechtsform	Kommunaler Betrieb
Gründung	2009 EU-zertifiziert
Kontakt	08682 629



www.stadtlaufen.de

Bayern

Stand: 2025/09

¹⁹ Vgl. <https://oekomodellregionen.bayern/menschen/414/schlachthof-laufen-tierwohl-und-regionalitaet-werden-gross-geschrieben>

Naturverbund Niederrhein



Naturverbund

100% Genuss
natürlicher Geschmack

**Naturverbund Niederrhein /
Großschlachtere Thönes e.K.**

Rechtsform e.K.

Gründung 1988

Kontakt 02836 91400 oder
 info@naturverbund.de

<https://naturverbund.de/>



Nordrhein-Westfalen

Stand: 2025/08

in Deutschland. Seit Anfang der 70er Jahre wird hier hochwertiges Fleisch verarbeitet und vermarktet. Rund 70 Mitarbeiter*innen kümmern sich täglich um die Verarbeitung von Frischfleisch und Wurstwaren sowie um die Logistik bis zur Metzgertheke. Im Jahr 1988 begann Egidius Thönes gemeinsam mit Tierhalter*innen und Metzger*innen die Rahmenbedingungen für ein eigenes Qualitätsfleischprogramm zu entwickeln. Grundlage ist die Einhaltung aller gesetzlichen Vorschriften bei gleichzeitiger Verbesserung der Tierhaltung, natürlicher Aufzucht und Fütterung sowie fairer Umgang mit Mensch und Tier.

Der Betrieb umfasst insgesamt 20.000 m² Produktionsfläche inklusive Schlachthof und Wurstproduktion. Pro Woche werden durchschnittlich 600 Schweine, 40 Rinder, 3.000 Hähnchen und 300 Puten geschlachtet. Die Vermarktung erfolgt hauptsächlich in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen, ergänzt durch einen weiteren Betrieb in Brandenburg. Bei der Schlachtung wird besonderer Wert auf das Tierwohl gelegt. Hühner werden in Transportboxen auf Paletten direkt in den Schlachthof gebracht, während Schweine und Rinder in kleinen Gruppen artgerecht untergebracht werden. Flexible Trennwände mit Sichtschutz tragen dazu bei, Stress und Lärm zu minimieren und eine ruhige Atmosphäre zu schaffen.²⁰

Der Naturverbund Niederrhein in Wachtendonk gehört zu den ältesten Erzeuger-Vermarkter-Verbünde

4.3.3. Beispiele im Überblick

Betrieb	Menge	Investition
Mobile Regionalwert Metzgerei GmbH (Start im Frühjahr 2025)	Noch offen	ca. 500.000 €
Schlachthaus Archehof Windeck (seit 2012)	Pro Jahr: 200 Hühner, 10 Rinder und 140 Truthähne	ca. 70.000 €
Tagwerk Bio-Metzgerei (seit 2015)	Pro Woche: 3-4 Rinder, 20 Schweine, saisonal Lämmer	ca. 4-5 Mio. €
Schlachthof Laufen (2009 Wiedereröffnung nach Sanierung und EU-Zertifizierung, 2018 Zulassung zum Zerlegebetrieb)	Pro Woche: 20 - 25 Schweine, 2 - 7 Rinde	k.A.
Thönes Natur (seit Anfang der 70er Jahre)	Pro Woche: 600 Schweine, 40 Rinder, 3.000 Hähnchen, 300 Puten	ca. 14 Mio. €

Tabelle 1: Die Beispiele im Überblick (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025 auf Grundlage der Recherchen)
20 <https://www.nrw-agrar.de/organisation/naturverbund-niederrhein/>

4.3.4 Herausforderungen und Empfehlungen bei der Einrichtung von regionalen Schlachtstätten

HERAUSFORDERUNGEN

1. Wirtschaftliche Tragfähigkeit

- » Hohe Investitionskosten für Bau, Technik, Hygienestandards, Entsorgung und Kühlkette.
- » Geringe Auslastung aufgrund kleiner Tierzahlen -> hohe Fixkosten pro Tier.
- » Preiswettbewerb mit Großschlachthöfen, die stark rationalisiert arbeiten.
- » Schwierige Finanzierung wegen begrenzter Renditeerwartung.

2. Rechtliche und hygienische Anforderungen

- » Strenge EU- und nationale Vorgaben (z. B. Verordnungen 852–854/2004, Tier-LMHV).
- » Aufwändige Zulassungsverfahren mit umfangreicher Dokumentationspflicht.
- » Ständige Veterinäraufsicht und hohe laufende Kontrollkosten.
- » Anforderungen an Tierwohl, Rückverfolgbarkeit und Tierschutz beim Töten sind komplex und teuer umzusetzen.

3. Personal und Fachkräfte

- » Fachkräftemangel bei Metzgern, Schlachtpersonal und Hygienefachkräften.
- » Hohe körperliche und psychische Belastung
- » Hoher Schulungsbedarf in Hygiene, Tierwohl und rechtlichen Anforderungen.

4. Entsorgung und Nebenprodukte

- » Aufwändige Entsorgung von Nebenprodukten, Blut und Abfällen (Kategorie 1–3).
- » Hohe Entsorgungskosten aufgrund fehlender lokaler Verwertungswege.

5. Vermarktung und Absatz

- » Begrenzte Absatzmöglichkeiten für regionale Fleischprodukte.
- » Preisbewusstsein der Konsumenten oft wichtiger als Herkunft.
- » Fehlende Vermarktungsstrukturen zwischen Landwirtschaft, Metzgereien und Gastronomie.

6. Koordination und Management

- » Fehlende Managementkapazitäten für Organisation, Wirtschaftlichkeit, Kooperation.
- » Komplexe Abstimmung mit Veterinäramt, Bauamt, Gewerbeaufsicht etc.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



1. Kooperative Trägerschaft

- » Aufbau als Genossenschaft, kommunale Beteiligung oder Erzeugergemeinschaft zur Risiko- und Kostenverteilung.
- » Beteiligung von Kommunen oder Zweckverbänden zur Sicherstellung öffentlicher Daseinsvorsorge.
- » Kooperationen mit Metzgereien oder handwerklichen Verarbeitern, um Auslastung sicherzustellen.

2. Bedarfsgerechte Planung

- » Machbarkeitsstudien vorab zur Ermittlung regionaler Tierzahlen, Transportwege und Absatzpotenziale.
- » Flexible, modulare Schlachtkonzepte (z. B. mobile oder teilmobile Schlachthanlagen).
- » Mehrzwecknutzung von Räumen (z. B. Zerlegung, Verarbeitung, Kühlung, Schulung).

3. Förderung und Finanzierung

- » Nutzung von Förderprogrammen (z. B. Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung, Investitionsförderung Tierwohl, ELER, LEADER).
- » Kombination von Zuschüssen, Regionalfonds und Bürgerbeteiligung.
- » Langfristige Verträge mit Erzeugern und Abnehmern, um Planungssicherheit zu schaffen.

4. Hygiene- und Tierwohlkonzepte

- » Enge Zusammenarbeit mit Veterinärbehörden in der Planungsphase.
- » Implementierung von Tierwohlstandards (kurze Wege, stressfreie Betäubung, ruhige Umgebung).
- » Transparente Prozesse -> Vertrauen bei Behörden und Verbraucherschaft.

5. Regionale Vermarktungsstrategien

- » Aufbau regionaler Marken („Fleisch aus der Region – kurze Wege, besseres Tierwohl“).
- » Direktvermarktung, Gastronomiepartnerschaften, Wochenmärkte, Online-Vertrieb.
- » Storytelling und Transparenz als Qualitätsmerkmal (Herkunft, Tierwohl, Nachhaltigkeit).

6. Qualifizierung und Wissenstransfer

- » Aufbau regionaler Kompetenzzentren für handwerkliche Fleischverarbeitung.
- » Schulungen zu Hygiene, Tierwohl, Betriebsführung und Marketing.
- » Erfahrungsaustausch mit bestehenden Pilotprojekten (z. B. mobile Schlachtung, Regio-Schlachthöfe).

4.4. Milchverarbeitung

Der Milchmarkt wird immer internationaler. Während es in Deutschland zwar auch große Molkereien wie das Deutsche Milchkontor (5 Mrd. Euro Umsatz in 2023) gibt, bestimmen vor allem global agierende Konzerne wie Lactalis (27 Mrd. Euro), Nestlé (22 Mrd. Euro), Arla (13 Mrd. Euro) oder FrieslandCampina (13 Mrd. Euro) den Milchpreis. Diese Marktstrukturen beeinflussen die Auszahlungspreise für die deutschen Landwirt*innen erheblich. Die Zahl der Milchviehbetriebe ist in den letzten Jahrzehnten stark zurückgegangen: Gab es 2010 noch 91.550 Betriebe mit 4,2 Millionen Kühen, waren es 2022 nur noch 49.452 Betriebe mit 3,7 Millionen Kühen. Die Milcherzeugung ist jedoch mit 30 Mio. t im Jahr 2010 und 33 Mio. t im Jahr 2022 sogar gestiegen, da die Milchleistung und die Anzahl der Tiere pro Betrieb erhöht wurden.²¹

In Deutschland gab es im Mai 2020 noch 155 Molkereiunternehmen, wobei die Zahl der genossenschaftlichen Molkereien insbesondere durch Fusionen zurückgegangen ist. Etwa 50 der Molkereien verarbeiten auch Bio-Rohmilch. Der Schwerpunkt der Biomilcherzeugung liegt in Süddeutschland, wo fast die Hälfte der Biomilch erzeugt wird. Auch in anderen Regionen sind in den letzten Jahren neue Biomolkereien entstanden, die häufig regional vermarkten. Während die konventionellen Molkereien weiter wachsen, sind selbst größere private Biomolkereien wie Andechser in Bayern oder die Gläserne Meierei in Mecklenburg-Vorpommern noch vergleichsweise klein. Zu den bedeutendsten genossenschaftlichen Mischmolkereien mit hohem Bio-Anteil zählen die Milchwerke Berchtesgadener Land.²²

4.4.1. Verarbeitungsprozess von Milch in Molkereien

Die Milch wird nur zu einem sehr geringen Anteil von Landwirt*innen selbst vermarktet. Ab Hof darf Rohmilch verkauft werden, doch sobald die Milch an einem anderen Ort bzw. über einen Händler vermarktet wird, gelten andere Hygieneauflagen. Die Milch muss dann pasteurisiert oder unter strengen Auflagen als Vorzugsmilch angeboten werden.

In der Molkerei wird die Milch zunächst in einer Zentrifuge gereinigt, wobei Verunreinigungen durch Schleudern entfernt werden. Gleichzeitig erfolgt die

Entrahmung, bei der die Milch üblicherweise in Magermilch und Rahm getrennt wird. Der gewünschte Fettgehalt wird durch Zumischen von Rahm zur Magermilch festgelegt. Aus dem restlichen Rahm werden Sahne und Butter hergestellt.

Es gibt verschiedene Verfahren zur Erhitzung von Milch, die sich in der zu erzielenden Mindesthaltbarkeit unterscheiden:²³

Pasteurisieren

Die Milch wird für 15 bis 30 Sekunden auf 72 bis 75 °C erhitzt. Dabei werden krankheitserregende Keime abgetötet, während einige Mikroorganismen erhalten bleiben. Deshalb muss pasteurisierte Milch weiterhin gekühlt gelagert werden.

Homogenisieren

Zusätzlich kann die Milch homogenisiert werden. Dabei wird sie unter hohem Druck durch feine Düsen gepresst, wodurch die Fettkügelchen in kleinere Partikel zerteilt werden. Dies verhindert, dass sich Rahm an der Oberfläche absetzt.

Ultrahocherhitzen

Die Milch wird für 1 bis 4 Sekunden auf mindestens 135 °C erhitzt. Dabei werden nahezu alle Mikroorganismen abgetötet. Ungeöffnete H-Milch kann daher ohne Kühlung gelagert werden.

ESL-Milch (Extended Shelf Life)

Hierbei wird die Milch entweder für 1 bis 4 Sekunden auf 85 bis 127 °C erhitzt oder mikrofiltriert und anschließend kurzzeitig erhitzt. Dadurch bleibt sie bei einer Lagertemperatur von maximal 8 °C bis zu drei Wochen haltbar. Die Nährstoffe bleiben weitgehend erhalten, und der Geschmack ähnelt dem von Frischmilch.

²¹ https://www.germanwatch.org/sites/default/files/Milchstudie_Germanwatch_Bericht_final2.pdf und https://milchindustrie.de/wp-content/uploads/2020/04/Milchmarkt-in-Zahlen_2010-2020_Homepage.pdf

²² <https://www.oekolandbau.de/verarbeitung/einkauf/einkaufsstrategien/heimische-rohstoffe/bio-molkereien/>

²³ <https://www.bzfe.de/lebensmittel/vom-acker-bis-zum-teller/milch/milch-verarbeitung/>

4.4.2. Beispielbetriebe: Milchverarbeitung in Molkereien

Die Beispiele wurden so ausgewählt, dass neben dem regionalen Ansatz der Verarbeitung und Vermarktung verschiedene Größen berücksichtigt werden, von der Hofverarbeitung bis zu mittelständischen Verarbeitungsunternehmen.

BioMolkerei Schauhof

Im Jahr 2020 wurde die Molkerei auf dem Bioland Schauhof in Willich gegründet. Die Molkerei verarbeitet ca. 50 % der Milch vom eigenen Biolandbetrieb, es wird keine Milch zugeliefert. In der Molkerei wird Frischmilch in Glasflaschen und im Beutel sowie Natur- und Fruchtjoghurt hergestellt. In einer Woche werden ca. 3.000 Liter Milch und 400 kg Joghurt produziert und neuerdings als weiterer Entwicklungsschritt auch Eis.

Die BioMolkerei Schauhof liefert an Naturkostläden, Abo-Kisten, Bäckereien, Eisdielen, Cafés, Kantinen, an einen regionalen Bio-Großhandel und an den Edeka vor Ort. Zudem wird ein Teil der Molkereiprodukte auch direkt vermarktet. Dadurch ist die Molkerei von keinem Abnehmer allein abhängig.

Die Betriebsfläche der heutigen Molkerei umfasst etwa ca. 150 m². Sie wurde in ein bestehendes Gebäude integriert. Der Umbau des Gebäudes sowie die Geräte und Maschinen, von denen viele gebraucht gekauft wurden, haben insgesamt ca. 500.000 Euro gekostet.

In der Molkerei arbeitet die Geschäftsführerin mit einer vollen Stelle und acht Minijobber mit unterschiedlicher Stundenanzahl, durchschnittlich arbeiten sie 25 Stunden in der Woche.

Die Molkerei hat im Jahr 2020 zunächst gut gestartet: Während der Corona-Pandemie waren die Umsätze in Naturkostläden sehr gut. Mit dem Krieg in der Ukraine und der steigenden Inflation, gingen die Umsätze spürbar zurück. Die Geschäftsführerin reagierte darauf, indem sie einen Kühlwagen anschaffte und in Düsseldorf potenzielle Kunden direkt anfuhr, um neue Absatzmöglichkeiten zu erschließen. Der Einstieg in die Direktbelieferung erwies sich als wichtiger Schritt zur Existenzsicherung. Besonders hilfreich war es, zunächst eine bekannte Bio-Bäckerei als Großkunden zu gewinnen. Damit konnte die Molkerei ihre Zuverlässigkeit als Lieferantin unter Beweis stellen – ein entscheidender Faktor, da gerade größere Betriebe oft zögern, mit neuen, noch unbekannten Lieferanten zusammenzuarbeiten, weil sie Unsicherheiten hinsichtlich der Verlässlichkeit von Bestellungen befürchten.²⁴

²⁴ Weitere Informationen unter <https://schauhof.de/>




BioMolkerei Schauhof GmbH

Rechtsform GmBH

Gründung 2020

Kontakt 0162 445329
oder
BioMolkerei@Schauhof.de

<https://schauhof.de/>

Nordrhein-Westfalen



Stand: 2025/08



Abbildung 17: Produkte der BioMolkerei; Quelle: BioMolkerei Schauhof GmbH



Abbildung 18: Familie Zens; Quelle: BioMolkerei Schauhof GmbH

Bürgermolkerei Weimar



Bürgermolkerei Weimar eG

Rechtsform eG

Gründung 2024

Kontakt kontakt@buergermolkerei.de



www.buergermolkerei.de

Thüringen

Stand: 2025/09

Die Bürgermolkerei Weimar ist ein genossenschaftlich organisiertes Projekt zur regionalen Verarbeitung von Bio-Milch. Die Molkerei entsteht im Quartier „Alte Feuerwache“ in Weimar. Ab Mitte 2026 soll dort Bio-Milch von der Landgut Weimar Bio GmbH zu Käse und anderen Molkereiprodukten verarbeitet werden. Der reguläre Vollbetrieb mit einer wöchentlichen Verarbeitung von rund 14.000 Litern Milch wird voraussichtlich 2027 erreicht werden. Eine kleine Testkäserei ist bereits in Weimar aktiv.²⁵

Die Bürgermolkerei firmiert als Bürgermolkerei Weimar eG (eingetragene Genossenschaft). Diese Gesellschaftsform ermöglicht es Verbraucherinnen und Verbrauchern, sich aktiv an der Molkerei zu beteiligen und gemeinsam Verantwortung zu übernehmen. Die Gründung der Genossenschaft erfolgte am 12. Juli 2024 durch 13 Mitglieder, darunter neben zehn Privatpersonen auch das Landgut Weimar Bio GmbH, die Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft eG Weimar und die Energiegenossenschaft Ilmtal eG. Mittlerweile zählt die Initiative über 120 Mitglieder, die gemeinsam 967 Genossenschaftsanteile halten (Stand September 2025) – rund 85 Prozent davon stammen von Privatpersonen.²⁶

Die Finanzierung der Molkerei basiert auf mehreren Säulen. Ein zentraler Baustein ist das bürgerschaftliche Engagement: Anteile im Wert von je 100 Euro können erworben werden, um den geplanten Eigenanteil von 400.000 Euro zu leisten (als Teil eines Gesamtfinanzierungsvolumens von 2,8 Millionen Euro). Ergänzt wird dies durch Direktkredite. Hinzu kommen Bankdarlehen und Investitions-Fördermittel von Land und Bund. Darüber hinaus wird das Vorhaben im Rahmen eines Kooperationsprojektes vom Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) sowie vom Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft unterstützt.²⁷



Abbildung 19: Blick in die Halle (Quelle: Bürgermolkerei Weimar)



Abbildung 20: Kühe auf der Weide auf dem Landgut Weimar (Quelle: Bürgermolkerei Weimar)



Abbildung 21: Käsevariationen (Quelle: Bürgermolkerei Weimar)

²⁵ Vgl. <https://www.mdr.de/nachrichten/thueringen/mitte-thueringen/weimar/buergermolkerei-bau-feuerwache-gruendung-100.html>, Slow Food Magazin 02/2025 und persönliche Auskunft des Vorstandsmitgliedes Anne Wetzel

²⁶ Vgl. <https://www.bio-milch-kann-mehr.com/neue-seite-2>, <https://www.bio-milch-kann-mehr.com/juli-2024> und persönliche Auskunft des Vorstandsmitgliedes Anne Wetzel

²⁷ Vgl. Slow Food Magazin 02/2025 und persönliche Auskunft des Vorstandsmitgliedes Anne Wetzel

Upländer Bauernmolkerei

Die Upländer Bauernmolkerei in Willingen-Usseln ist ein von Bio-Bäuer*innen geführtes Unternehmen mit regionalem und ökologischem Schwerpunkt. Die Molkerei wurde 1996 gegründet, vorher gab es seit 1898 eine örtliche Molkerei, die 1995 geschlossen wurde. 2009 stellte die Molkerei auf 100 % Bio-Produktion um. 2021 wurde der Neubau der Molkerei eingeweiht. 23 Millionen Euro kostete der neue Gebäudekomplex, 7.500.000 Euro wurden vom Land Hessen und der EU gefördert.

In der Molkerei werden jährlich 45 Millionen Liter Milch verarbeitet. Aus der Milch werden verschiedene Produkte hergestellt, darunter: Frischmilch, Joghurt, Buttermilch, Saure Sahne, Schmand, Crème fraîche, Schlagsahne und Butter. Die Milch wird von ca. 100 Bauernhöfen, von über 7.000 Kühen aus einem Umkreis von ca. 150 km zugekauft. Die Molkerei hat ca. 90 Mitarbeiter*innen und hatte 2024 einen Umsatz von ca. 40 Millionen Euro.

Verkauft werden die Produkte an den Naturkostfachhandel, den Großhandel und den Lebensmitteleinzelhandel. Zudem werden sie im eigenen Molkereiladen angeboten. Die Upländer Bauernmolkerei kann trotz einiger Herausforderungen eine Menge Erfolge verzeichnen:

Aktuell:

- » Neubau funktioniert so wie geplant, neue Kunden wurden gewonnen.
- » Erzeugerberatung nach dem Tiergerechtheitsindex und Weidemilch spielen eine große Rolle.²⁸



Abbildung 22: Neubau der Upländer Bauernmolkerei (Quelle: Upländer Bauernmolkerei)

²⁸ Vgl. <https://www.bauernmolkerei.de/bio-bauern/tierwohl>

²⁹ Vgl. <https://www.bauernmolkerei.de/>



Upländer Bauernmolkerei GmbH

Rechtsform GmbH

Gründung 1898
der Genossenschaft

Kontakt 05632 94860 oder
info@bauernmolkerei.de



www.bauernmolkerei.de/

Nordrhein-Westfalen

Stand: 2025/08

In der Vergangenheit

- » Inbetriebnahme einer stillgelegten Molkerei und Start einer Bio-Vermarktung in der Region.
- » Aufschaltung weiterer Betriebe / von anfänglich 18 Betrieben auf heute ca. 100 Betrieben.
- » Einführung der fairen Milch in Deutschland.
- » Erste Molkerei, die gentechnikfreie Milch in Deutschland auf den Markt gebracht hat.²⁹



Abbildung 23: Upländer Butterei (Quelle: Upländer Bauernmolkerei)

4.4.3. Beispiele im Überblick

Betrieb	Menge / Jahr	Investition	Arbeitskräfte
Bio-Molkerei Schauhof	Pro Jahr ca. 33,8 Tonnen	ca. 500.000 €	9
Bürgermolkerei Weimar	Pro Woche geplant 14.000 Liter	ca. 2,8 Mio. €	
Upländer Bauernmolkerei	Pro Jahr 45 Mio. Liter	ca. 22 Mio. €	90

Tabelle 2: Die Beispiele im Überblick (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025 auf Grundlage der Recherchen)

4.4.4. Herausforderungen und Empfehlungen bei der Einrichtung von regionalen Molkereien

HERAUSFORDERUNGEN

1. Wirtschaftliche Tragfähigkeit

- » Hohe Investitionskosten für Gebäude, Technik, Hygiene, Kühlung und Logistik.
- » Kleine Produktionsmengen erschweren Skaleneffekte.
- » Preiswettbewerb mit Großmolkereien.
- » Volatile Milchpreise erschweren Kalkulationen.

2. Regulatorische Anforderungen

- » Strenge Hygiene- und Lebensmittelrechtliche Auflagen (HACCP, EU-Verordnungen, Dokumentationspflichten).
- » Aufwändige Zulassungsverfahren (baulich, veterinär, gewerblich).
- » Hoher Bürokratieaufwand für kleine Betriebe.

3. Beschaffung und Rohstoffqualität

- » Saisonale Schwankungen in der Milchmenge.
- » Kleine Liefermengen von Landwirt*innen -> höhere Sammel- und Transportkosten.

4. Vermarktung und Absatz

- » Schwieriger Zugang zu Einzelhandel und Gastronomie.
- » Begrenzte Marketingressourcen und Markenbekanntheit.
- » Logistik & Vertrieb: Kühlkette, Lieferung an kleine Abnehmer, Pfandsysteme.

5. Personal und Know-how

- » Mangel an qualifiziertem Fachpersonal für Verarbeitung, Qualitätssicherung und Vermarktung.
- » Hoher Arbeitsaufwand, insbesondere in der Startphase.

6. Koordination in der Wertschöpfungskette

- » Fehlende regionale Managementstrukturen oder koordinierende Akteure.



4.5. Regionale Markthalle

Eine Regionale Markthalle ist ein zentraler Ort für die Vermarktung und Präsentation regionaler Produkte und Dienstleistungen. Sie bündelt unter einem Dach Erzeuger*innen, Verarbeiter*innen sowie ergänzende Anbieter*innen und schafft Synergien in Vermarktung, Logistik, Einkauf, Personal, Buchhaltung und Marketing.

Je nach Standort und Region kann die Halle unterschiedliche Größen und Schwerpunkte haben – an-

gefangen bei einem Selbstbedienungsladen ohne Verkaufspersonal, über ein kleines Direktvermarktungszentrum bis zu einem multifunktionalen Treffpunkt mit Gastronomie und Freizeitangeboten.

Regelmäßige Austauschtreffen, Produzenten-Events und öffentliche Feste stärken die Verbindung zwischen Produzent*innen, Konsument*innen und der Region.

Angebote können z.B. sein:



Abbildung 25: Angebote und Zielgruppen von regionalen Markthallen (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

4.5.1. Beispielbetriebe Regionale Markthallen

Marktscheune Berghaupten

Am 3. November 2011 eröffnete in Berghaupten die Markt-Scheune von Ulrich und Brigitte Müller. Sie war als Eingangsportal zum Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord konzipiert und verband von Anfang an einen Bauernmarkt mit Gastronomie. Ziel war es, die Produkte regionaler Erzeuger*innen sichtbar zu machen und den Kundinnen und Kunden einen direkten Zugang zu vielfältigen Lebensmitteln aus der Umgebung zu ermöglichen.

Zum Start arbeiteten neun Mitarbeiter*innen in der Markt-Scheune, die Produkte von 32 kleinbäuerlichen Lieferanten anbot. Die Verkaufsfläche betrug damals 400 Quadratmeter. Schon bald zeigte sich jedoch ein größeres Interesse der Kundschaft, als ursprünglich angenommen, sodass eine Erweiterung des Angebots notwendig wurde.

In den folgenden Jahren wurde die Markt-Scheune kontinuierlich ausgebaut. Neben dem erweiterten Marktbereich entstanden Küche, Konditorei, Lager- und Kühlräume. Heute umfasst der Betrieb rund 900 Quadratmeter. Mit derzeit etwa 60 Mitarbeiter*innen und rund 150 Lieferant*innen ist die Markt-Scheune zu einem etablierten regionalen Unternehmen gewachsen, das Arbeitsplätze schafft und als Vermarktungsplattform für viele Erzeuger*innen dient.

Neben der Rolle als Vermarkterin regionaler Produkte hat sich die Markt-Scheune zu einem Treffpunkt entwickelt, an dem sich Verbraucher*innen und Produzent*innen begegnen.³⁰



MARKT-SCHEUNE
Genieß unsere Heimat



Markt-Scheune

Rechtsform Inhabergeführt

Gründung 2011

Kontakt 07803 9228258
oder post@markt-scheune.com



www.markt-scheune.com/

Baden-Württemberg

Stand: 2025/09

³⁰ Vgl. <https://naturparkschwarzwald.blog/naturpark-marktscheune-noch-schoener-groesser-vielfaeltiger/>

Markthalle Werra-Meißner



Markthalle Werra-Meißner GbR

Rechtsform GbR

Gründung -

Kontakt 05651 7456621
oder
info@markthalle-werra-meissner.de

www.markthalle-werra-meissner.de/



Hessen

Stand: 2025/09

Die Markthalle Werra-Meißner GbR wurde von neun Landwirt*innen aus dem Werra-Meißner-Kreis in Nordhessen gegründet. Ihr Ziel ist es, regional erzeugte Lebensmittel direkt in der Region zu vermarkten und damit die regionale Wertschöpfung zu stärken. Das Besondere des Markthallenkonzeptes ist es,

dass sich das Angebot vor allem an Großküchen und Caterer, aber auch an Gastronomiebetriebe und Betriebskantinen richtet.

Das Sortiment umfasst sowohl unverarbeitete Lebensmittel wie Gemüse, Obst, Eier, Molkereiprodukte und Fleisch als auch bereits vorverarbeitete Produkte wie geschälte Kartoffeln und geschnittenen sowie gewürfeltem Gemüse, wie Zwiebeln, Möhren, Sellerie, Kürbisse, Kohl und Gurken. Die Kund*innen erhalten wöchentlich eine aktuelle Übersicht der verfügbaren regionalen und saisonalen Produkte. Bestellt werden kann unkompliziert per Telefon, WhatsApp oder E-Mail. Einen Mindestbestellwert gibt es derzeit nicht, die Lieferung erfolgt frei Haus.

Träger des Projekts ist der Kreisbauernverband Werra-Meißner. Unterstützt wird die Initiative unter anderem vom Verein für Regionalentwicklung Werra-Meißner e.V. und der Öko-Modellregion Nordhessen. Aufgrund ihres innovativen Ansatzes zur Schaffung neuer regionaler Vermarktungswege wurde die Markthalle 2021 in das LEADER-Förderprogramm aufgenommen und erhält finanzielle Unterstützung aus Landes- und EU-Mitteln.

Die offizielle Eröffnung erfolgte im September 2022. Eine feierliche Eröffnung für die Öffentlichkeit fand im Oktober 2022 im Rahmen des Kreiserntedankfestes statt.³¹

31 Vgl. <https://www.werra-meissner.de/markthalle-werra-meissner/>

4.5.2. Herausforderungen und Empfehlungen zum Aufbau von Regionalen Markthallen

HERAUSFORDERUNGEN

1. Standort und Infrastruktur

- » Standortwahl: Erreichbarkeit für Kundschaft und Lieferanten, aber auch bezahlbare Grundstücke.
- » Baukosten & Genehmigungen: Hoher Aufwand für Planung, Hygiene, Brandschutz, Parkplätze, Barrierefreiheit.
- » Logistik & Technik: Kühlung, Wasser, Energie, Abfallentsorgung und Ladezonen müssen integriert werden.

2. Wirtschaftlichkeit und Finanzierung

- » Hohe Anfangsinvestitionen (Umbau, Ausstattung, Betrieb).
- » Unsichere Umsatzentwicklung in der Startphase.
- » Betriebsmodelle (kommunal, genossenschaftlich, privat) oft unklar.
- » Kostendeckung schwierig bei geringen Margen und saisonalen Schwankungen.

3. Einbindung regionaler Erzeuger*innen

- » Geringe Zeitressourcen kleiner Betriebe für Direktvermarktung.
- » Heterogene Produktqualität & Preise.
- » Fehlende Logistikstrukturen für Bündelung & Lieferung.

4. Kundengewinnung und Marktpositionierung

- » Veränderter Konsument*innenalltag: wenig Zeit, Fokus auf Bequemlichkeit.
- » Konkurrenz durch Supermärkte mit „Regional“-Sortiment.
- » Ggf. fehlende Markenidentität und Bekanntheit in der Region.

5. Organisation, Management und Governance

- » Abstimmung zwischen vielen Akteur*innen (Erzeuger*innen, Kommune, Betreiber, Verbraucher*innen).
- » Fehlende Managementstrukturen für Betrieb, Marketing, Vermietung.

6. Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Mehrwert

- » Energie- und Ressourcenbedarf beim Betrieb (Kühlung, Abfall, Verpackung).
- » Langfristige Integration in regionale Ernährungsstrategien.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



1. Standort und Infrastruktur

- » Nutzung bestehender Gebäude (Leerstände, ehemalige Lagerhallen).
- » Kooperation mit Kommunen bei Standort- und Genehmigungsfragen.
- » Schrittweise Entwicklung (Pilotphase -> Ausbau).

2. Wirtschaftlichkeit und Finanzierung

- » Kombination von Fördermitteln, privatem Kapital und kommunaler Beteiligung.
- » Mehrzwecknutzung (Markt, Gastronomie, Veranstaltungen).
- » Entwicklung eines tragfähigen Betreiberkonzepts mit abgestimmtem Mietmodell.

3. Einbindung regionaler Erzeuger*innen

- » Aufbau gemeinsamer Lieferlogistik oder Sammelpunkte.
- » Schulung & Unterstützung der Produzenten (Vermarktung, Präsentation).
- » Kollektive Organisationsformen (z. B. Erzeugervereine, Vermarktungsgemeinschaften).

4. Kundengewinnung und Marktpositionierung

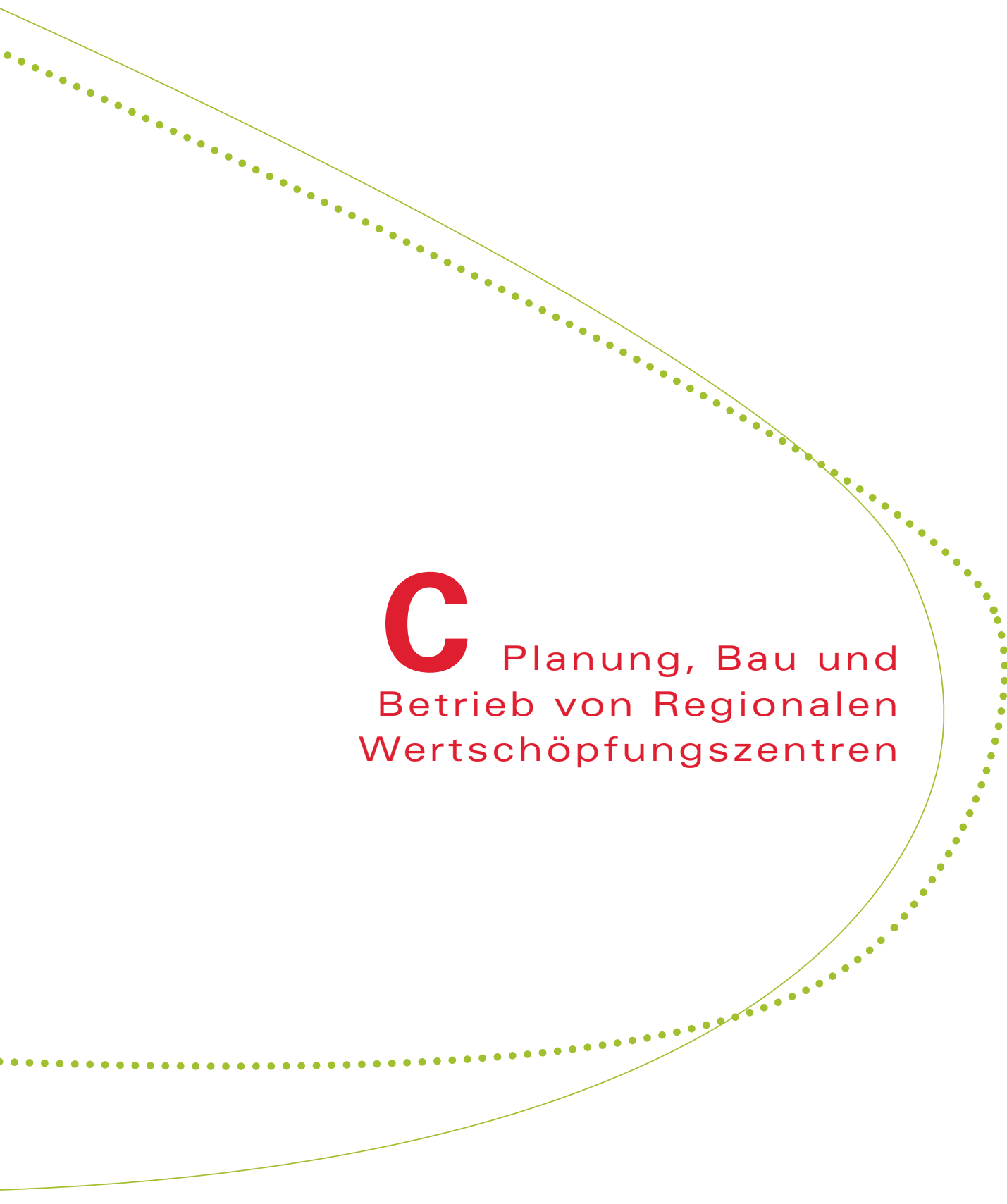
- » Kombination aus Einkauf, Erlebnis und Gastronomie.
- » Klare Kommunikationsstrategie: Regionalität, Transparenz, Nachhaltigkeit.
- » Digitale Ergänzungen (Online-Vorbestellung, Abholssysteme).

5. Organisation, Management und Governance

- » Klare Zuständigkeiten und Kommunikationsstrukturen.
- » Aufbau eines Beirats mit Vertreter*innen aller Interessengruppen, die in die Markthalle einliefern.

6. Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Mehrwert

- » Nutzung erneuerbarer Energien & energieeffizienter Bauweise.
- » Kooperation mit Bildungs- und Sozialprojekten (Ernährungsbildung, Inklusion).
- » Positionierung als Schlüsselbaustein regionaler Wertschöpfungsketten.



C Planung, Bau und Betrieb von Regionalen Wertschöpfungszentren

1. Einstieg in den Planungsprozess

Die Planung für die Einrichtung eines REGIOwez umfasst verschiedene Bereiche. Der folgende Teil des Handbuchs (Teil C) widmet sich den Fragestellungen, die zum Bau und Betrieb von Unternehmen im REGIOwez entscheidend sind und beginnt an dem Punkt an dem klar ist, dass – bei entsprechender Eignung – gebaut werden soll.

Die Phase der Initialisierung und allgemeinen Konzeptentwicklung wird im Teil C des Handbuchs dem-

nach nicht separat beleuchtet. Sobald mehrere Akteure (Unternehmen, Initiativen, Zivilgesellschaft etc.) am Aufbau eines REGIOwez beteiligt sind, ist dringend ein Projekt- und Beteiligungsmanagement angeraten und genügend Zeit für die Entwicklung eines stimmigen Konzeptes notwendig. Der Teil D des vorliegenden Handbuchs zeigt exemplarisch am Beispiel des Regionalen Wertschöpfungszentrums in Willebadessen-Eissen, wie ein vorgeschalteter Initialisierungsprozess gestaltet werden kann.³²

1.1. Anforderungen an den Standort

Ein zentrales Ziel eines Regionalen Wertschöpfungszentrums ist die Ansiedlung von Betrieben mit regionalem Fokus – dafür werden Gebäude und Infrastruktur benötigt. Ob Neubau oder Umbau bestehender Gebäude sinnvoll ist, hängt von den örtlichen Bedingungen ab: Welche Flächen stehen zur Verfügung? In welchem baulichen Zustand befinden sie sich? Und zu welchen Konditionen sind sie nutzbar?

Um im REGIOwez gewerblich tätig werden zu können, muss das vorgesehene Gelände in einem Ge-

werbegebiet liegen oder als solches ausgewiesen werden können. Wichtig sind außerdem:

- » Erschließung mit Wasser, Strom, Internet, Abwasser.
- » Gute Erreichbarkeit und zentrale Lage in Bezug auf Zulieferung und Vertrieb.
- » Zukunftsfähige Nutzungsperspektive für verschiedene Betriebstypen.

1.2. Fragen im Planungsprozess

Im Laufe des Planungsprozesses müssen nach und nach folgende Fragen konkret beantwortet werden:

- » Welche Grundstücke oder Gebäude stehen zur Verfügung – mit welchen baulichen Voraussetzungen?
- » Wer möchte welche Art von Betrieb in welcher Größenordnung ansiedeln?
- » Passen die geplanten Betriebe zueinander? Gibt es Synergien unter den geplanten Betrieben?
- » Welche Investitionskosten sind zu erwarten – für Grundstück, Gebäude, Betriebseinrichtungen?
- » Wer finanziert was?

1.3. Erstellung eines Businessplans

Die Entwicklung eines REGIOwez ist ein komplexer Prozess. Unterschiedliche Akteure, mehrere Geschäftsmodelle, vielfältige Zielgruppen und ein starkes Einwirken von regionalen Rahmenbedingungen machen eine sorgfältige Planung notwendig. Damit die Umsetzung gelingt, braucht es Methoden, die sowohl einen schnellen Überblick ermöglichen als auch genügend Tiefe bieten, um Geschäftsmodelle belastbar zu prüfen.

Eine Business Model Canvas³³ (BMC) bietet hier einen guten Einstieg. Sie macht in zehn Feldern sichtbar, wie ein Vorhaben gedacht ist: wer die Kunden sind, welchen Nutzen man bietet, welche Partner nötig sind, welche Kosten entstehen und wie sich Einnahmen generieren lassen. Für ein REGIOwez ist die BMC besonders geeignet, weil sie flexibel angewendet werden kann. Sie erlaubt es, die Komplexität eines Zentrums zunächst grob zu strukturieren, ohne sich in Details zu verlieren.

³² Weitere Hilfestellungen, wie solche Entwicklungsprozesse allgemein aufgebaut sein können, liefert zum Beispiel das Handbuch für Regionalmanagement und Regionalberatung. (Regionale Prozesse gestalten - Handbuch für Regionalmanagement und Regionalberatung, Stefan Gothe)

³³ Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation (1. Aufl.). John Wiley & Sons, Inc.

Wichtig ist zu betonen: Eine Business Model Canvas ist **kein Businessplan**, sondern ein Werkzeug zur Orientierung. Sie hilft, Hypothesen zu formulieren, Chancen und Risiken sichtbar zu machen und die wichtigsten Stellschrauben zu identifizieren. Sie kann für das gesamte REGIOwez erstellt werden, aber

ebenso für einzelne Säulen oder Teilprojekte – etwa das gewerbliche Zentrum, das Zentrum für REGIOberatung und Nachhaltigkeit oder das Aktions- und Begegnungszentrum. Je nach Kontext lassen sich diese Module separat betrachten und später wieder in ein Gesamtmodell integrieren.

Die nachfolgende Grafik zeigt eine BMC-Struktur für REGIOwez mit ersten Leitfragen.

REGIOwez Business Model Canvas		Entwickelt für:		Entwickelt von:		Datum:		Version:	
Partner Mit welchen Akteuren wird zusammen gearbeitet (Landwirte, Verarbeiter, Handel, Kommunen, Politik, NGOs)? Welche Partnerschaften sichern Ressourcen, Wissen und Reichweite? Welche Rollen und Verantwortlichkeiten sollten klar verteilt sein?	Schlüsselaktivitäten Was sind die Kernaufgaben, die das REGIOwez leisten muss (z. B. Einkauf, Gemüseverarbeitung, Logistik, Beratung, Plattformmanagement, Kommunikation, ...)? Welche Aktivitäten machen den Unterschied für den regionalen Mehrwert? Welche Aktivitäten müssen unbedingt professionell und verlässlich organisiert sein? Schlüsselressourcen Welche materiellen Ressourcen braucht das REGIOwez (z. B. Gebäude, Maschinen, digitale Infrastruktur)? Welche immateriellen Ressourcen sind zentral (z. B. Wissen, Daten, Netzwerke, Vertrauen)? Welche regionalen Potenziale können genutzt werden?	Wertversprechen Welchen konkreten Nutzen stiftet das REGIOwez? Wie unterscheiden sich die Angebote von bestehenden Strukturen? Welche Probleme oder Engpässe in der regionalen Wertschöpfungskette und der regionalen Ernährungswirtschaft löst das REGIOwez? Welche neuen Chancen entstehen für Region, Betriebe, Konsumierende?	Kundenbeziehungen Wie können die Beziehungen zu den unterschiedlichen Zielgruppen (z. B. kooperativ, beratend, gemeinschaftlich) gestaltet werden? Welche Erwartungen haben die Akteure an Transparenz, Mitgestaltung und Rückkopplung? Wie können Vertrauen und langfristige Bindung gefördert werden? Marktzugang Über welche Kanäle werden die Kundensegmente und Partner (digital, physisch, Netzwerke) erreicht? Welche Kommunikations- und Vertriebswege sind regional passend und ressourcenschonend? Wie können vorhandene regionale Plattformen, Großhändler, Bündler, Messen oder Apps integriert werden?	Kunden Wer sind die zentralen Zielgruppen des REGIOwez (z. B. landwirtschaftliche Betriebe, Verarbeiter, Verbraucherinnen, Kommunen, Handel)? Welche spezifischen Bedürfnisse haben diese Gruppen in Bezug auf regionale Wertschöpfung in der Ernährungswirtschaft? Wer sind die Schlüsselakteure, die das REGIOwez-Angebot zwingend braucht, um Wirkung zu entfalten?					
Kosten Welche fixen und variablen Kosten entstehen beim Betrieb des REGIOwez? Welche Kosten sind besonders entscheidend für den Erfolg (z. B. Personal, Logistik, IT)? Wie lassen sich Synergien und Effizienz durch Kooperationen nutzen?		Einnahmen Welche Zahlungsbereitschaft besteht für Leistungen des REGIOwez? Welche Finanzierungsmodelle sind sinnvoll (Mitgliedsbeiträge, Projektförderung, Dienstleistungen, Provisionen)? Wie können Einnahmen so gestaltet werden, dass sie regionale Kreisläufe stärken?							
Regionale Wertschöpfungswirkung Wie messen und sichern wir den Beitrag des REGIOwez zur regionalen Wertschöpfung? Welche sozialen, ökologischen und ökonomischen Wirkungen sollen erzielt werden? Welche Indikatoren (z. B. Regionalwert-Leistungsrechnung, Wertschöpfungskettenanalysen) nutzen wir? Wie stellen wir Transparenz her und kommunizieren den Mehrwert nach außen?									

Abbildung 26: Vorlage REGIOwez Business Model; von The Business Model Foundry; Weiterentwicklung REGIOwez Landesverband Regionalbewegung NRW e.V. Lizenz: CC BY-SA 4.0 - <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Von der Canvas zum Businessplan

Sobald eine Geschäftsidee für einen Teilbereich des REGIOwez konkret wird, reicht eine BMC allein nicht mehr aus. Für Gespräche mit Banken und Investor*innen ist ein Businessplan erforderlich. Dieser vertieft die Inhalte der BMC, übersetzt die Antworten aus den zehn Feldern in einen durchdachten Text und ergänzt sie um fundierte Zahlen, Marktanalysen und Planungsinstrumente.

Dabei gilt: Jedes REGIOwez ist individuell. Dieses Handbuch stellt daher bewusst **keinen Beispiel-Businessplan** zur Verfügung. Alle Beispiele, die verwendet werden, dienen einer verständlicheren Darstellung und müssen durch eigene Zahlen ersetzt werden.

Es wird hier ein methodischer Weg aufgezeigt, wie aus einer BMC ein Businessplan entwickelt werden kann.

Projektmanagement als Rahmen

Ein REGIOwez entsteht nicht im luftleeren Raum. Es ist eingebettet in regionale Strukturen, geprägt von kommunalen Gegebenheiten, politischen Entscheidungen und Marktbedingungen. Klassisches Projektmanagement bietet hier eine hilfreiche Orientierung. Es sorgt dafür, dass Stakeholder systematisch einbezogen, Ziele klar formuliert und Risiken laufend überprüft werden.

Für die Planung empfiehlt es sich, bekannte Methoden wie Zieldefinition, Stakeholder-Analyse, Chancen- und Risiken-Bewertung oder Stärken-Schwächen-Analyse einzusetzen. Sie helfen, das Umfeld eines Projektes sichtbar zu machen und erleichtern die anschließende Übertragung in einen Businessplan.

Elemente eines Businessplans



Ein Businessplan für ein REGIOwez sollte einer klaren Struktur folgen, um nachvollziehbar und anschlussfähig zu sein. Eine Möglichkeit besteht darin, die zehn Felder der BMC direkt in Businessplan-Kapitel zu übersetzen. So bleibt die Ausgangs-Logik erhalten, und gleichzeitig wird eine detaillierte Ausarbeitung möglich:

1. Kunden -> Markt & Zielgruppen | Businessplan-Kapitel: Marktanalyse, Zielgruppen, Nachfrageprognose

- » Beschreibung der Zielsegmente (Volumen, saisonale Anpassungen, B2B³⁴, B2C³⁵) und deren Abgrenzung untereinander.
- » Absatzannahmen (Mengen x Preise) als Basis für die Umsatzplanung (z.B. kg/Tag -> kg/Jahr -> €/Jahr)
- » Quellen: Marktrecherche, Absichtserklärungen von Großabnehmer*innen, Branchenkennzahlen

2. Wertversprechen -> Angebot & Nutzenversprechen | Businessplan-Kapitel: Produkte/Dienstleistungen / Alleinstellungsmerkmal

- » Detaillierte Leistungsbeschreibung (z. B. geschälte Kartoffeln: Formate, Verpackung, Haltbarkeit, Qualitätsanforderungen).
- » Preispositionierung & Margenannahmen pro Produkt/Produktgruppe (Welche Einkaufspreise sind für Rohware geplant, welche Verkaufspreise werden angestrebt?)
- » Das alles wird in eine Deckungsbeitrag-Rechnung pro Produkt überführt, um zu zeigen, welche Produkte wirtschaftlich sinnvoll sind und welche Volumina nötig sind, um die fixen Kosten des Betriebs zu decken.
- » Annahmen fließen in die Rentabilitätsvorschau ein.

3. Marktzugang -> Vertriebs-, Logistik- & Kommunikationswege | Businessplan-Kapitel: Vertriebs- & Logistikkonzept

- » Vertriebswege und Lieferfrequenzen
- » Logistikkostenmodell: Kommissionierung,

Kühltransporte, Retouren, Mindestbestellgrößen fließen in einen Logistik-Kostenplan ein.

- » Finanzielle Wirkung: Einfluss auf Variable Kosten in der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)³⁶ und im Cashflow³⁷ (z. B. bei Zahlungszielen).

4. Kundenbeziehungen -> Service- & Kundenbindungskonzept | Businessplan-Kapitel: Marketing, Verkauf

- » Vertriebsverträge, Abnahmegarantien und Mindestmengen aufführen und erläutern.
- » Kosten für Kundenbetreuung, Retouren, Garantien, und das Reklamationsmanagement kalkulieren.
- » Daraus ergeben sich dann Vertriebs-Budget und die Kosten für die Kundengewinnung, bzw. das Kundenmanagement.

5. Einnahmen -> Erlösmodell & Preismechanik | Businessplan-Kapitel: Umsatzmodell / Preiskalkulation

- » Preisstruktur (Netto-Preisangaben für Rentabilitätsvorschau)
- » Erlösquellen (Produktverkäufe, Verarbeitungsentgelte, Zuschüsse, Inklusionszuschüsse) – dokumentiert in einem Umsatzplan (monatlich für Jahr 1 und 2, jährlich für Jahr 3 bis 5) und einer Erlös-Matrix nach Produkt/Partner.
- » Annahmen (Preise, Liefermengen, Saisonvarianten) sollte dokumentiert werden.

6. Schlüsselressourcen -> Ressourcen & Fähigkeiten | Businessplan-Kapitel: Standort, Technik, Personal, Know-how

- » Investitionsplan + Abschreibungsplan
- » Personalbedarf + Einstiegsgehälter (inkl. Arbeitgeberkosten)

7. Schlüsselaktivitäten -> Betriebsmodell & Prozesse | Businessplan-Kapitel: Produktionsplan

- » Kapazitätsplanung (Leistung pro Schicht/Tag), Auslastungsannahmen, Durchlaufzeiten



34 B2B: Business to Business = Geschäftskundenbeziehungen

35 B2C: Business to Consumer = Endkundengeschäft

36 GuV (Gewinn- und Verlustrechnung): Gegenüberstellung von Erträgen und Aufwendungen eines bestimmten Zeitraums; sie zeigt, ob ein Unternehmen Gewinn oder Verlust erwirtschaftet hat.

37 Cashflow: Netto-Zufluss an liquiden Mitteln; zeigt die tatsächlich verfügbare Finanzkraft eines Unternehmens.

8. Partner -> Partnerökosystem | Businessplan-Kapitel: Kooperationen / Governance / Trägerschaft

- » Rollenverteilung (Eigentümer*in, Betreiber*in, vereinbarte Mietzahlungen, Pachterlöse, Fördermittel-Zahlungsprofile)

9. Kosten -> Kostenplan & Kostenlogik | Businessplan-Kapitel: Kostenstruktur / Kostenplanung

- » Aufgliederung in Fixkosten (Personal, Abschreibungen, Miete, Versicherung) und variable Kosten (Wareneinsatz, Energie, Wasser, Verpackung)
- » Betriebskosten-Details berücksichtigen (z. B. Wasserverbrauch und Abwasserbehandlung beim Schälbetrieb)
- » Werden dann überführt in einen Gewinn und Verlust (GuV)-Plan (Rentabilitätsvorschau), Kostenstellenrechnung und Sachkostenplanung.

10. Regionale Wertschöpfung -> Wirkung & Monitoring | Businessplan-Kapitel: Wirkung, Indikatoren & Monitoring – der klassische Businessplan wird hiermit um einen Wirkungsteil (Impact) erweitert.

- » Definition von Wirkungsindikatoren (Arbeitsplätze, Anteil regionaler Rohstoffe, CO₂-Ersparnis, Anzahl inklusiver Arbeitsplätze)
- » Monitoring-Methodik festlegen (Welche Kennzahlen sollen in welchen Abständen erhoben werden? Welche Zielwerte werden angestrebt?)
- » Diese ergänzende Wirkungskennzahlen können als Anhang den Businessplan ergänzen und als Argumente für Fördermittel dienen.

Die BMC liefert die Stichworte, der Businessplan füllt sie mit Hintergrundinformationen, Zahlen, Analysen und Szenarien.

1.4. Baurechtliche Grundlagen

Vor jeder konkreten Planung muss geprüft werden, ob am gewünschten Standort die baurechtlichen Voraussetzungen vorliegen:

1. Ist eine gewerbliche oder landwirtschaftsnahe Nutzung zulässig?
 - » Falls nicht, kann ein Antrag auf Nutzungsänderung gestellt werden?
 - » Eine frühzeitige Abstimmung mit der zuständigen Kommune wird empfohlen.
2. Ist die Wasserversorgung gesichert?
 - » Rücksprache mit dem örtlichen Bauamt notwendig.
3. Ist die Einleitung von Abwasser möglich?

Wenn Bestandsgebäude genutzt werden sollen, sind folgende Fragen zentral:

1. Sind sie sofort nutzbar? Welche Anpassungen oder Sanierungen sind notwendig?
 2. Reicht der Platz aus?
 3. Falls nicht: Ist ein Neubau erforderlich?
-

Egal ob Neubau oder Umbau – es wird eine Baugenehmigung benötigt. Diese wird durch einen Bauantrag beantragt, dessen Anforderungen sich je nach Bundesland unterscheiden.

Vom Bauantrag zur Baugenehmigung

1. Rechtsgrundlagen prüfen: Zunächst sollten die Landesbauordnung und die Bauvorlagenverordnung sorgfältig durchgesehen werden.
2. Bauvoranfrage nutzen: In einem persönlichen Gespräch mit dem zuständigen Bauamt kann über eine Bauvoranfrage geklärt werden, ob das Vorhaben grundsätzlich genehmigungsfähig ist.
3. Abstimmung mit Fachplaner*innen: Im nächsten Schritt erfolgt die Rücksprache mit einem Bauvorlageberechtigten. Gemeinsam mit dem Architekturbüro, das den Antrag einreicht, sollte geklärt werden, wer welche Unterlagen beisteuert.
4. Unterlagen zusammenstellen: Alle erforderlichen Dokumente für den Bauantrag werden gesammelt und vorbereitet.
5. Antrag einreichen: Abschließend wird der Bauantrag vollständig beim zuständigen Bauamt eingereicht.

Üblicherweise muss ein Bauantrag folgende Unterlagen enthalten:

Ausgefülltes Bauantragsformular

- » Auszug aus der Liegenschaftskarte
- » Lage- und Freiflächenplan
- » Bauzeichnungen
- » Baubeschreibung
- » Berechnungen zur bebauten und unbebauten Grundstücksfläche
- » Technische Nachweise
- » Angaben zur Erschließung des Grundstücks
- » Nachweis zu Pkw-Stellplätzen
- » Eventuell Abweichungsantrag
- » Unterschrift nicht vergessen³⁸

Einen Bauantrag zu erstellen ist kostspielig, je größer das Vorhaben, desto höher die Kosten. Der Auftrag an einen Architekten lohnt sich erst, wenn verlässlich geklärt ist, wer welchen Betrieb gründet und eine Finanzierung tatsächlich in Aussicht steht.

1.5. Mit Veterinäramt planen

Bei der Produktion von Lebensmitteln sollte das Veterinäramt / lokale Lebensmittelüberwachung frühzeitig eingebunden werden. Es gelten strenge Richtlinien, die auch bauliche Vorgaben enthalten.

So muss gewährleistet sein, dass aus hygienischen Gründen bestimmte vorgegebene Produktionswege von den Mitarbeitenden eingehalten werden. Es muss sichergestellt werden, dass die Mitarbeitenden, die mit Straßenkleidung in den Betrieb kommen, zwingend durch eine Hygieneschleuse (Umzieh- und Waschstationen) müssen, um sauber in den Produktionsbereich zu gelangen. Für die Produktion ist zu gewährleisten, dass die Produkte im Schmutzbereich gesäubert werden (brauner oder schwarzer Bereich),

sauber in den Produktionsbereich (roter Bereich) gelangen und für die Kommission im weißen Bereich abgepackt, verkauft bzw. verschickt werden.

Es gelten zahlreiche Richtlinien für jeden Lebensmittelbereich, viele davon sind EU-Vorgaben. In der Regel sind die Veterinäramter der Landkreise zuständig. Dabei werden die Richtlinien oft sehr unterschiedlich interpretiert, was Spielräume und Ausnahmen aber auch Verwendung von Materialien angeht. Wichtig ist, sich auf das Ziel der Verordnung zu berufen: die Verhinderung von Kontaminationen. Wenn fachlich begründet belegt werden kann, dass keine Gefahr besteht, können eventuell auch Ausnahmen verhandelt werden.

2. Gesellschaftsformen zum Betrieb Regionaler Wertschöpfungszentren

Ein REGIOwez ist zunächst ein oder mehrere Gebäude auf einer Gewerbefläche. Es kann verschiedene Bereiche beherbergen, die Handwerk, Produktion, Logistik, Handel, Kunst, Kultur, Beratung und Co-Working vereinen können. Zur Entwicklung dieser Betriebe sind viele verschiedene Geschäftsmodelle möglich.

Unterschieden werden muss dabei zunächst in Eigentümer*in von Fläche und Gebäuden und Betreiber*innen bzw. Betreiber-Gesellschaften, die diese Gewerbeflächen pachten. Es kann sinnvoll sein alle

Zwecke in nur einer Gesellschaft abzubilden, oder aber für die Eigentümer*in von Grundstück und Gebäude und die Betreiber*in unterschiedliche Gesellschaften zu gründen, um Investitionen und Vorhaben rechtlich voneinander zu trennen.

Daher ist ein zentrales Thema bei der Gründung eines REGIOwez die Frage nach der Trägerschaft und Finanzierung. Wer ist bereit, Verantwortung für Grundstück, Gebäude und die konzeptionelle Ausrichtung zu übernehmen?

³⁸ <https://herzundgrund.de/bauantrag-stellen-schritt-fuer-schritt-anleitung/>

Unterschiedliche Modelle sind denkbar:

Öffentlicher Trägerschaft

- » Das Projekt kann in öffentlicher Trägerschaft realisiert werden, z. B. durch eine Kommune oder einen kommunalen Zweckverband.

Öffentlich-private Partnerschaft

- » Möglich ist auch eine öffentlich-private Partnerschaft (Public Private Partnership), bei der öffentliche Institutionen und private Unternehmen gemeinsam investieren und betreiben.

Private Investor*innen

- » Alternativ kann das REGIOwez vollständig durch private Investor*innen oder Unternehmen getragen werden.

Welche Gesellschaftsform oder Eigentumsstruktur gewählt wird, hängt maßgeblich davon ab, welche Akteure sich engagieren, welche Ressourcen zur Verfügung stehen und wer bereit ist, welche Aufgaben langfristig zu übernehmen.

Zur Bildung der Trägerstruktur für ein REGIOwez sind

u.a. landwirtschaftliche Genossenschaften, bereits existierende Verarbeitungs- und Logistikunternehmen oder Regionalvermarktungsinitiativen denkbar. Wichtig ist ein individuell auf die Region abgestimmtes Konsortium, das innerhalb weniger Jahre in der Lage ist, die Verantwortung für das REGIOwez zu übernehmen.

2.1. Entscheidungsfindung zur Gesellschaftsform

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, eine Gesellschaft zu gründen oder sich an einer bestehenden zu beteiligen. Die passende Form ergibt sich aus einer sorgfältigen Analyse der konkreten Rahmenbedingungen.

Am Anfang stehen daher Gespräche: Es gilt, genau zuzuhören, unterschiedliche Perspektiven aufzunehmen und relevante Informationen zu erfassen. Erst wenn zentrale Daten vorliegen, lässt sich fundiert über eine geeignete Gesellschaftsform nachdenken.

Die Auswahl der Rechtsform sollte also nicht zu früh festgelegt werden. Sie ist das Ergebnis eines strukturierten Klärungsprozesses, der sowohl wirtschaftliche als auch rechtliche und persönliche Aspekte berücksichtigt.

Für die Wahl der richtigen Gesellschaftsform sollte Beratung in Anspruch genommen und ein/e Steuerberater*in eingebunden werden.

2.1.1. Klären von Zweck und Verbindlichkeiten

Bevor über eine geeignete Gesellschaftsform entschieden werden kann, muss klar sein, welches Ziel das Vorhaben verfolgt und wer welche Aufgaben sowie finanzielle und rechtliche Verbindlichkeiten übernimmt.

Dazu sollten wesentliche Informationen vorliegen: eine belastbare Einschätzung der Bau- und Investitionskosten, betriebswirtschaftliche Planungen (z. B. Businesspläne), die Zusammensetzung der operativen Teams sowie möglichst konkrete Einschätzungen zur Marktsituation. Empfehlenswert sind zudem bereits vorliegende Absichtserklärungen oder Vorverträgen von potenziellen Lieferant*innen, Partner*innen oder Abnehmer*innen.

Ein weiterer zentraler Aspekt: Wer trifft welche Entscheidungen? Und wie sollen unterschiedliche Investor*innen oder Stakeholder eingebunden werden – insbesondere, wenn diese unterschiedliche Rollen oder Erwartungen mitbringen?

Erst wenn diese Punkte geklärt sind, lässt sich beurteilen, welche Gesellschaftsform oder Kombination von Gesellschaftsformen sinnvoll und tragfähig ist. Ziel sollte sein, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen dem eingebrachten Kapital, den übernommenen Risiken und dem zu erwartendem Einfluss für alle Beteiligten herzustellen.

2.1.2. Rollen bei einem Investitionsprojekt

Bei größeren Vorhaben, insbesondere im Bereich von Bau- und Betriebsprojekten, sind in der Regel mehrere Akteursgruppen beteiligt. Jede dieser Gruppen bringt eigene Erwartungen, Rechte und Verantwortlichkeiten mit. Eine sorgfältige Zuordnung dieser Rollen ist entscheidend für eine tragfähige Struktur.

Investor*innen

Investor*innen können sich auf unterschiedliche Weise einbringen – etwa durch:

- » echte Beteiligungen (mit Stimmrecht und Gewinnanteil),
- » stille Beteiligungen (mit vereinbarten Rückflüssen, aber ohne Mitspracherecht),
- » Bankdarlehen oder
- » Gesellschafterdarlehen (i.d.R. mit einer Beteiligung verbunden).

Jede Form bringt ein eigenes Risikoprofil mit sich – hinsichtlich Haftung, Rückzahlungsansprüchen und Einflussnahme. Die Finanzierungsstruktur sollte daher sorgfältig austariert werden.

Gesellschafter*innen

Die Zusammensetzung der Gesellschafterstruktur kann schmal oder breit angelegt sein. Bei engen Strukturen sind nur wenige Personen beteiligt, häufig mit hoher Kapital- oder Arbeitsleistung. Breite Beteiligungen ermöglichen die Einbindung von Bürger*innen, z. B. über eine Genossenschaft, eine Bürgeraktiengesellschaft oder einen gemeinnützigen Verein.

Ein*e Gesellschafter*in muss nicht zwingend Kapital einbringen – auch Know-how oder operatives Engagement können berücksichtigt werden. Denkbar ist eine anteilsbasierte Beteiligung nach Leistung, etwa wenn jemand umfangreiches Fachwissen beiträgt oder operativ stark eingebunden ist.

Geschäftsführung

Die Geschäftsführung kann – muss aber nicht – von einem oder mehreren Gesellschafter*innen übernommen werden. Wichtig ist in jedem Fall eine klare Zuweisung aller Betriebs- sowie Berichtspflichten, regelmäßige Wirtschafts- und Liquiditätsplanungen sowie eine strukturierte Steuerung, um frühzeitig auf Abweichungen reagieren zu können. In Kapitalgesellschaften besteht darüber hinaus die Pflicht zur Vorlage eines Mehrjahresplans.

2.1.3. Hinweise zur Finanzierung

In der Praxis werden häufig verschiedene Finanzierungsquellen kombiniert: Eigenkapital, Gesellschafterdarlehen und klassische Bankkredite. Dabei ist ein Eigenkapitalanteil von etwa 30 % üblich, der vollständig haftet.

Werden Bankdarlehen aufgenommen, verlangen die Banken in der Regel detaillierte Sicherheiten, beispielsweise in Form von Objekt- oder Projektwerten. Ein gesundes Verhältnis von Fremdkapital und Betriebswert – der auch maßgebend für die Höhe der Finanzierung ist – ist dabei entscheidend.

Eine Bürgerbeteiligung ist über Genossenschaften oder Aktiengesellschaften, aber auch – in kleinerem Umfang – über Kommanditbeteiligungen (z. B. in einer GmbH & Co. KG) möglich. Auch private Investor*innen können eingebunden werden, jedoch sind bei der Vermittlung privater Darlehen rechtliche Fragen zur Haftung zu klären.

Die Förderlandschaft für eine Regionalisierung der Ernährungswirtschaft wird im Ausblick kurz behandelt.

2.2. Die Gesellschaftsformen

Die Entscheidung für eine bestimmte Gesellschaftsform gehört zu den grundlegenden Weichenstellungen bei der Gründung oder Neustrukturierung eines Unternehmens oder Projektes. Sie beeinflusst nicht nur die Haftungsregelungen, die Höhe des erforder-

lichen Startkapitals und Beteiligungsmöglichkeiten, sondern auch die Organisation der Geschäftsführung, die steuerliche Behandlung und den administrativen Aufwand.

Eine pauschale Empfehlung gibt es dabei nicht – vielmehr hängt die passende Rechtsform von der individuellen Ausgangslage und den Zielen der beteiligten Akteure ab. Folgende Fragen können dabei helfen, eine erste Orientierung zu gewinnen:

- » Wird das Vorhaben allein oder im Team umgesetzt?
- » Welche Risiken sind mit der Idee verbunden?
- » Soll eine persönliche Haftung ausgeschlossen werden?
- » Wieviel Kapital steht zu Beginn zur Verfügung?

- » Wieviel bürokratischen Aufwand ist vertretbar?
- » Wie schnell soll das Projekt operativ starten?

Diese Überlegungen sollten in die Wahl der Gesellschaftsform einfließen. Gerade bei komplexeren Vorhaben oder wenn Unsicherheiten bestehen, ist es ratsam, frühzeitig fachlichen Rat einzuholen – etwa von Steuer- oder Unternehmensberatungen. Eine durchdachte Entscheidung kann langfristig nicht nur Risiken minimieren, sondern auch Strukturen schaffen, die den Zielen und Werten eines Projektes gerecht werden.

2.2.1. Personengesellschaften³⁹

Einzelunternehmen

Das Einzelunternehmen ist eine beliebte und unkomplizierte Unternehmensform, besonders gut geeignet für den Einstieg in die Selbstständigkeit – etwa im Handwerk, Kleingewerbe oder Dienstleistungsbereich. Es entsteht automatisch mit der Eröffnung eines Gewerbes und erfordert kein Mindestkapital.

Die Gründerin oder der Gründer hat die volle Kontrolle über alle Entscheidungen, trägt jedoch auch die volle Verantwortung. Das bedeutet: Es wird mit dem gesamten Privatvermögen haftet. Diese Unternehmensform eignet sich daher vor allem für kleinere, überschaubare Geschäftsmodelle, bei denen das finanzielle Risiko kalkulierbar bleibt.

GbR

Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) ist ein einfacher und flexibler Zusammenschluss von Partner*innen – etwa in einer Sozietät oder Arbeitsgemeinschaft. Sie eignet sich für viele Formen der Zusammenarbeit, insbesondere für Kleingewerbe, Freie Berufe oder zeitlich befristete Projekte.

Die Gründung ist unkompliziert und erfordert keine besonderen Formalitäten. Ein schriftlicher Vertrag ist zwar nicht zwingend, aber sehr zu empfehlen. Ein Mindestkapital ist nicht notwendig. Die Teilhaber*innen haften gemeinsam mit dem Gesellschaftsvermögen und persönlich mit ihrem Privatvermögen. Dafür bietet die GbR große Freiräume für die individuelle Gestaltung und Zusammenarbeit.

2.2.2. Kapitalgesellschaften⁴⁰

AG

Die Aktiengesellschaft (AG) ist eine gute Wahl für mittelständische Unternehmer*innen, die zusätzliches Eigenkapital durch die Ausgabe von Aktien gewinnen möchten. Dabei muss allerdings ein Grundkapital von mindestens 50.000 Euro aufgebracht werden. Sie können Mitarbeitende mit Belegschaftsaktien beteiligen oder weitere Gesellschafter*innen einbeziehen. Als alleinige Aktionärin bzw. alleiniger Aktionär kann man auch den Vorstand führen, jedoch sind Entscheidungen durch einen Aufsichtsrat begrenzt.

³⁹ https://www.existenzgruendungsportal.de/Redaktion/DE/Downloads/DE/Checklisten-Uebersichten/Rechtsformen/06_uebersicht-Auswahlkriterien-Rechtsformen.pdf

⁴⁰ https://www.existenzgruendungsportal.de/Redaktion/DE/Downloads/DE/Checklisten-Uebersichten/Rechtsformen/06_uebersicht-Auswahlkriterien-Rechtsformen.pdf

GmbH

Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) ist eine attraktive Unternehmensform für Unternehmer*innen, die ihre persönliche Haftung auf das Gesellschaftsvermögen beschränken möchten. Sie bietet auch steuerliche Vorteile, was sie besonders für größere oder wachstumsorientierte Unternehmen interessant macht.

Die Gründung einer GmbH ist mit etwas mehr Aufwand verbunden, vor allem aufgrund der Gründungsformalitäten und der erforderlichen Buchführung. Bei Standardgründungen kann jedoch ein Muster-

protokoll verwendet werden, das die Formalitäten vereinfacht. Geschäftsführende können sowohl Gesellschafterinnen und Gesellschafter selbst als auch externe „Fremd“-Geschäftsführende sein.

Die Haftung der Gesellschafter*innen beschränkt sich auf ihre Kapitaleinlage, die mindestens 25.000 Euro betragen muss. Im Falle von Krediten haften sie jedoch in der Regel mit zusätzlichen privaten Sicherheiten. Die Gesellschaft selbst haftet mit ihrem gesamten Gesellschaftsvermögen, wodurch die persönliche Haftung der Gesellschafter*innen grundsätzlich ausgeschlossen ist.

gGmbH

Die gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung (gGmbH) ist eine Kapitalgesellschaft, die zur Verfolgung eines gemeinnützigen Zwecks gegründet wird. Sie unterliegt den Regelungen des GmbH-Gesetzes und zusätzlich den Vorgaben der Abgabenordnung zur Gemeinnützigkeit. Gesellschafter*innen einer gGmbH können sowohl natürliche Personen als auch juristische Personen (wie z. B. Vereine, Stiftungen oder Unternehmen) sein.

Wichtig bei der gGmbH: Wirtschaftlichkeit und Gemeinnützigkeit werden abhängig voneinander verbunden. Dafür gibt es eine steuerliche Vergünstigung.

Allerdings hat die gGmbH einen erheblichen Gründungsaufwand (etwas komplexer als GmbH), sie wird von der Finanzbehörde strenger überwacht und unterliegt einem Gewinnausschüttungsverbot (wichtigster Punkt: die Gewinne dürfen nicht ausgeschüttet werden, sondern müssen dem gemeinnützigen Zweck zugeführt werden)!⁴¹

2.2.3. Sonstige Formen

Rechtsfähige Stiftung bürgerlichen Rechts

Eine Stiftung ermöglicht es einer Person – der Stifterin oder dem Stifter –, eigenes Vermögen oder Teile davon einem bestimmten Zweck zu widmen. Nach der Übertragung gehört das Vermögen nicht mehr der stiftenden Person. Zudem wird in einer Stiftungssatzung festgelegt, wie die Stiftung organisiert ist – also etwa Name, Sitz, Zweck sowie die zuständigen Organe wie z. B. der Vorstand.

Die Stiftung gilt als verselbstständigte Vermögensmasse, die langfristig einen festgelegten Zweck erfüllen soll. Üblicherweise wird dieser Zweck aus den Erträgen des eingebrachten Vermögens finanziert, während das Grundstockvermögen selbst erhalten bleibt. Anders als ein Verein oder eine GmbH hat eine Stiftung weder Mitglieder noch Anteilseigner*innen – sie wird ausschließlich durch ihre Organe vertreten und verwaltet.⁴²

Die Stiftungsaufsichtsbehörde muss eine rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts anerkennen. Dazu prüft sie das Stiftungsgeschäft und die Stiftungssatzung sowie die hinreichende Höhe des Stiftungsvermögens zur dauerhaften Erfüllung des Stiftungszwecks. Eine gesetzlich festgelegte Mindesthöhe des Vermögens gibt es nicht, jedoch gilt ein Vermögen von 100.000 Euro grundsätzlich als ausreichend.⁴³

Die Stiftung eignet sich vor allem für Vorhaben mit langfristiger Perspektive, bei denen Vermögen dauerhaft gebunden und einem bestimmten Zweck gewidmet werden soll.

⁴¹ https://ernaehrungsrat-freiburg.de/wp-content/uploads/2023/07/2023-07-17_hof_Konzeptpapier_neu.pdf

⁴² <https://www.finanzamt.nrw.de/steuerinfos/weitere-themen/vereine-und-stiftungen/gruendung-einer-stiftung>

⁴³ <https://www.stiftungen.org/stiftungen/stiftungsgruendung/rechtsfaehige-stiftung-buergerlichen-rechts.html>

Eingetragene Genossenschaft (eG)

Die eingetragene Genossenschaft (eG) ist eine demokratisch organisierte Unternehmensform, die besonders auf gemeinschaftliches Handeln, Solidarität und Teilhabe ausgerichtet ist. Mitglieder*innen sind gleichzeitig Eigentümer*innen und Entscheider*innen. Das Hauptziel einer Genossenschaft besteht darin, den wirtschaftlichen, sozialen oder kulturellen Nutzen der Mitglieder*innen zu fördern, statt externe Kapitalgeber*innen zu bedienen.

Gründung und Mitgliederstruktur: Eine eG kann ab drei Mitglieder*innen gegründet werden. Mitglieder*innen bringen eine Genossenschaftseinlage ein, wodurch Eigenkapital für den Geschäftsbetrieb entsteht. Die Haftung ist auf die Einlage beschränkt, so dass das persönliche finanzielle Risiko für die Mitglieder*innen gering bleibt. Die Mitgliedschaft ist offen, neue Mitglieder*innen können jederzeit aufgenommen werden, wodurch die Gemeinschaft wächst und langfristig stabil bleibt.

Demokratische Mitbestimmung: Ein zentrales Merkmal der Genossenschaft ist die demokratische Struktur: Jedes Mitglied hat in der Mitgliederversammlung eine Stimme, unabhängig von der Höhe seiner Einlage („one member, one vote“). Wichtige Entscheidungen, wie Satzungsänderungen, strategische Ausrichtungen oder die Verwendung von Gewinnen, werden gemeinsam beschlossen. Die Organe – Vorstand, Aufsichtsrat und Mitgliederversammlung – sorgen für klare Rollenverteilung und ermöglichen gleichzeitig aktive Partizipation aller Mitglieder*innen.

Stärken für regionale Wertschöpfung

- » Langfristige Stabilität: Genossenschaften sind auf nachhaltigen Erfolg ausgelegt, nicht auf kurzfristige Gewinnmaximierung.

- » Förderung der Region: Überschüsse bleiben in der Region, werden reinvestiert oder dienen der Unterstützung gemeinschaftlicher Initiativen.
- » Teilhabemöglichkeiten: Erzeuger*innen, Verbraucher*innen und andere Akteur*innen können gleichermaßen Mitglied werden und aktiv Einfluss auf Produkte, Dienstleistungen oder Vermarktungsstrategien nehmen.
- » Solidarität und Risikoteilung: Risiken werden gemeinschaftlich getragen; Investitionen in Infrastruktur, Verarbeitung oder regionale Logistik können kooperativ finanziert werden.
- » Vielfältige Einsatzbereiche: Genossenschaften finden sich in Landwirtschaft, Energieversorgung, Wohnungsbau, Handwerk, Kultur oder sozialen Dienstleistungen.

Beispiele für regionale und soziale Genossenschaften:

- » Energiegenossenschaften, die lokal erneuerbare Energie erzeugen und verteilen
- » Wohnungsbaugenossenschaften, die bezahlbaren Wohnraum schaffen
- » Agrar- und Vermarktungsgenossenschaften, die regionale Lebensmittel produzieren und direkt vermarkten

Rechtliche Grundlagen: In Deutschland sind Genossenschaften durch das Genossenschaftsgesetz (GenG) geregelt. Sie bieten eine rechtssichere Grundlage für gemeinschaftliches Wirtschaften und können steuerliche Vorteile genießen.⁴⁴

2.2.4. Hybride Rechtsformen

Je nach angestrebter Betriebsstruktur kann es sinnvoll sein, verschiedene Rechtsformen miteinander zu kombinieren. Ein häufig anzutreffendes Modell ist die Verbindung eines eingetragenen Vereins mit wirtschaftlich tätigen Einheiten in Form einer GmbH. Dabei übernimmt der Verein insbesondere die ideellen und gemeinnützigen Aufgaben sowie die Verantwortung für die Geschäftsstelle und deren organisatorische Einheiten. So kann sichergestellt werden, dass die Grundwerte und Ziele des Vereins gewahrt bleiben.

Durch diese Aufteilung lässt sich eine Brücke zwischen gemeinnütziger Tätigkeit und unternehmerischem Handeln schlagen. Der Verein profitiert von steuerlichen Vorteilen, kann Spenden und Mitgliedsbeiträge annehmen und ist förderfähig. Gleichzeitig ermöglicht die ausgegliederte GmbH eine unbegrenzte wirtschaftliche Tätigkeit, einschließlich der Erbringung von Dienstleistungen für den Verein. Auf diese Weise bleibt die Gemeinnützigkeit gewahrt, ohne auf unternehmerische Handlungsspielräume verzichten zu müssen.⁴⁵

⁴⁴ Vgl. Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband (DGRV), Genossenschaftsgesetz (GenG)

⁴⁵ https://ernaehrungsrat-freiburg.de/wp-content/uploads/2023/07/2023-07-17_hof_Konzeptpapier_neu.pdf

Eingetragener Verein (e.V.)

Ein eingetragener Verein (e.V.) entsteht als rechtsfähige Organisation durch die Eintragung in das Vereinsregister. Ab diesem Zeitpunkt trägt er den Zusatz „e. V.“, was für „eingetragener Verein“ steht. Der eingetragene Verein ist eine der häufigsten Gesellschaftsformen in Deutschland. Nahezu ausnahmslos handelt es sich um sogenannte Idealvereine, die keine wirtschaftlichen Zwecke verfolgen.⁴⁶ Insbesondere ein gemeinnütziger Verein ist nicht gewinnorientiert, sondern verfolgt einen ideellen Zweck.

Ein Verein ist juristisch handlungsfähig: Er kann Verträge abschließen, Eigentum – auch an Immobilien – erwerben, Personal beschäftigen und vor Gericht auftreten. Die Personen, die einem Verein angehören, werden als Mitglieder*innen bezeichnet. Mitglieder*innen können sowohl natürliche Personen als auch juristische Personen wie Vereine oder Unternehmen sein.

Zu den zentralen Organen eines Vereins zählen der Vorstand sowie die Mitgliederversammlung. Über

die Mitgliederversammlung sind die Mitglieder*innen maßgeblich an Entscheidungen beteiligt, die auf Mehrheitsbasis getroffen werden. Jeder Verein gibt sich eine Satzung, in der unter anderem Ziel, Aufbau und Entscheidungsstrukturen festgelegt sind. Inhaltlich kann ein Verein unterschiedlichste Zwecke verfolgen – etwa kulturelle, soziale, politische oder auch wirtschaftliche Ziele, sofern diese mit dem Gemeinwohl vereinbar sind.⁴⁷

Das Vereinsrecht ermöglicht es zudem, gemeinnützige Aktivitäten mit wirtschaftlichen Tätigkeiten zu kombinieren. Unternehmerische Bereiche sind z. B. die Vermietung und Verpachtung von Räumen. Dabei darf der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb jedoch nicht überwiegen: Maximal 49 % der Gesamteinnahmen dürfen aus diesem Bereich stammen. Ein Verstoß – etwa gegen die Satzung oder gegen die Vorgaben zur Zweckverfolgung – kann die Gemeinnützigkeit gefährden. Ein großer Vorteil von gemeinnützigen Vereinen liegt darin, dass sie Einnahmen nicht nur über Mitgliedsbeiträge und Spenden, sondern auch über eine Vielzahl an Fördermitteln generieren können.⁴⁸



Abbildung 28: Verhandlungsgespräche (Quelle: Simon Malik, Bundesverband der Regionalbewegung e.V., 2021)

⁴⁶ <https://www.vibss.de/vereinsmanagement/steuern/gemeinnuetzigkeit/grundlagen/die-rechtsform-des-vereins>

⁴⁷ https://www.vis.bayern.de/recht/grundbegriffe_siegel/gesellschaftsformen.htm

⁴⁸ https://ernaehrungsrat-freiburg.de/wp-content/uploads/2023/07/2023-07-17_hof_Konzeptpapier_neu.pdf

2.2.5. Übersicht

Gesellschaftsform	Kapital / Mindesteinzahlung	Haftung	Entscheidungsbefugnis / Vertretung	
Einzelunternehmen	Kein Mindestkapital	Unbeschränkt mit Geschäfts- und Privatvermögen	Allein durch Inhaber*in	
OHG	Kein Mindestkapital	Unbeschränkt, Gesellschafter*innen mit Gesellschafts- und Privatvermögen	Einzelgeschäftsführung jeder Gesellschafter*in, sofern nicht abweichend geregelt	
GbR	Kein Mindestkapital	Unbeschränkt, Gesellschafter*innen mit Gesellschafts- und Privatvermögen	Gemeinsame Geschäftsführung, sofern nichts anderes vereinbart	
KG	Kein Mindestkapital (Einlage durch Kommanditisten)	Komplementär*innen unbeschränkt, Kommanditist*innen bis zur Einlage	Grundsätzlich Komplementär*innen	
GmbH	25.000 € (mind. 12.500 € bei Gründung)	Nur mit Gesellschaftsvermögen	Geschäftsführer*in, Gesellschafterversammlung	
UG	ab 1 €	Nur mit Gesellschaftsvermögen	Geschäftsführer*in, Gesellschafterversammlung	
AG	50.000 €	Nur mit Gesellschaftsvermögen	Vorstand, Aufsichtsrat, Hauptversammlung	
GmbH & Co. KG	Wie GmbH + Kommanditeinlagen	Wie GmbH, Kommanditist:innen: beschränkt auf Einlage	Geschäftsführung durch GmbH, Kommanditist:innen eingeschränkt	
gGmbH	25.000 € (wie GmbH)	Nur mit Gesellschaftsvermögen	Geschäftsführer*in, Gesellschafterversammlung	
e. V.	Kein Mindestkapital	Keine persönliche Haftung, Verein haftet mit Vereinsvermögen	Vorstand, Mitgliederversammlung	
eG	Mindestens drei Mitglieder; keine gesetzlich festgelegte Mindesteinlage, üblicherweise Einlage pro Mitglied	Beschränkt auf Genossenschaftseinlage	Demokratisch: 1 Mitglied = 1 Stimme; Vorstand und Aufsichtsrat vertreten	
Stiftung (rechtsfähig)	in der Regel mind. 100.000 €	Keine persönliche Haftung, Stiftung haftet mit Stiftungsvermögen	Vorstand o. ä., je nach Satzung	

Tabelle 3: Vergleich ausgewählter Rechtsformen (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025 nach <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/605672/ab60155705a7ae93efac23472fabee8a/rechtsformen-uebersichtstabelle-data.pdf>)

	Formalitäten / Kosten	Vertrag / Formvorschriften	Gesellschaftsform
	Gewerbeanmeldung / gering	Keine besonderen Vorschriften	Einzelunternehmen
	Gewerbeanmeldung und Handelsregister-Eintrag / mäßiger Aufwand	Schriftlicher Vertrag empfohlen	OHG
	Gewerbeanmeldung / gering	Schriftlicher Vertrag empfohlen	GbR
	Gewerbeanmeldung und Handelsregister-Eintrag / mäßiger Aufwand	Schriftlicher Vertrag empfohlen	KG
	Gewerbeanmeldung und Handelsregister-Eintrag, umfangreiche Formalitäten / hohe Kosten	Schriftlich, notariell, geregelte Mindestinhalte	GmbH
	Gewerbeanmeldung und Handelsregister-Eintrag, umfangreiche Formalitäten / geringere Kosten	Schriftlich, notariell, geregelte Mindestinhalte	UG
	Gewerbeanmeldung und Handelsregister-Eintrag, sehr hoher Aufwand / hohe Gründungskosten	Schriftlich, notariell, geregelte Mindestinhalte	AG
	Komplexer Gründungsaufwand / mehrere Eintragungen	Gesellschaftsverträge für GmbH und KG jeweils erforderlich	GmbH & Co. KG
	Wie GmbH + Gemeinnützigkeit durch Finanzamt	Schriftlich, notariell, geregelte Mindestinhalte + Abgabenordnung konform	gGmbH
	Eintragung Vereinsregister, Satzung, mind. 7 Personen	Satzung erforderlich	e. V.
	Mittel, Eintragung ins Genossenschaftsregister, Gründungsprüfung durch Prüfungsverband	Satzung erforderlich, muss Genossenschaftsgesetz entsprechen	eG
	Anerkennung durch Stiftungsaufsicht + ggf. Finanzamt	Stiftungsgeschäft + Satzung	Stiftung (rechtsfähig)



D Praxisbeispiel Regionales Wertschöpfungszentrum in Willebadessen-Eissen

1. Die Idee für ein Regionales Wertschöpfungszentrum in Willebadessen-Eissen entsteht

Der Biolandhof Engemann in Willebadessen-Eissen (Kreis Höxter, NRW) hat im Jahr 2021 ein ehemaliges Kornhaus-Gelände der AGRAVIS Ostwestfalen GmbH mit einer Fläche von ca. 26.000 m² gekauft. Ziel war es, Platz für die eigene Betriebsentwicklung zu schaffen und die weitere Entwicklung des Ökolandbaus in der Region voranzubringen.

Geplant ist auf ca. 12.000 m² den eigenen Betrieb mit Getreidelagerung, Betriebsräumen und Kühlhäusern weiterzuentwickeln. Im engen Austausch mit dem Landesverband Regionalbewegung NRW e.V. entstand die Idee, auf der übrigen Fläche ein Regionales Wertschöpfungszentrum mit Verarbeitungs- bzw. Lagermöglichkeiten für biologisch erzeugte Lebensmittel zu entwickeln. Darüber hinaus könnte sich dort auch ein Co-Working-Space für die Themenbereiche Biolandwirtschaft und Regionalentwicklung ansiedeln. Auch eine zum Teil öffentliche Nutzung als Ausstellungs-/Aktions-/Begegnungsstätte für die Themen des ökologischen Landbaus sowie der Regionalvermarktung ist vorstellbar.

Dadurch könnten perspektivisch neue Geschäftsmodelle in der Region entstehen, die den Absatz regionaler Bioprodukte verbessern und auch dazu beitragen, dass weitere Betriebe auf ökologische Landwirtschaft umstellen.



Abbildung 29: Altes AGRAVIS-Gelände in Willebadessen-Eissen (Quelle: M4 – Architekten)

2. Initiierung und erste Schritte

Für die ersten Schritte zur Konkretisierung der Idee fanden zunächst mehrere Treffen der Regionalbewegung NRW und dem Biolandhof Engemann statt. Darauf aufbauend konnten weitere Perspektiven entwickelt werden, die zu diesem Zeitpunkt bereits mit ersten regionalen Akteuren (Bürgermeister Willebadessen, weitere regionale Unternehmer*innen) im bilateralen Austausch reflektiert wurden.

Im Anschluss daran wurden vier Workshops mit zusätzlich weiteren lokalen Akteuren veranstaltet. Vorab definierte die Regionalbewegung NRW gemeinsam mit dem Biolandhof Engemann welche Personen vor Ort für die Realisierung eines REGIOwez relevant sein könnten und wer demnach zu den zunächst eher internen Online-Workshops eingeladen werden sollte. Teilnehmende des ersten Workshops waren jeweils zwölf Funktionsträger*innen aus Politik, Verwaltung und Landwirtschaft. Während der Veranstaltung wurde die Idee eines REGIOwez und das Potential des ehemaligen Kornhaus-Geländes vorgestellt sowie in einer moderierten Diskussionsrunde das weitere Vorgehen dazu besprochen.

Die Resonanz unter den Teilnehmer*innen war durchweg positiv: Aus Sicht der landwirtschaftlichen Vertreter*innen wurde die Notwendigkeit einer Bündelung und Förderung der Verarbeitung und Vermarktung regionaler Lebensmittel als sehr hoch eingestuft und die Schaffung eines REGIOwez begrüßt. Der Landrat sowie der Wirtschaftsförderer des Kreises Höxter gingen von einer hohen Strahlkraft eines solchen Projektes aus. In den Gesprächen konnte geklärt werden, dass ein mögliches REGIOwez als wichtiger Ansatzpunkt für eine Bewerbung des Kreis Höxters als Öko-Modellregion genutzt werden sollte. Die Bewerbung des Kreises Höxter als Öko-Modellregion war erfolgreich, so dass zukünftig die Synergien aus diesem Förderprogramm genutzt werden konnten.

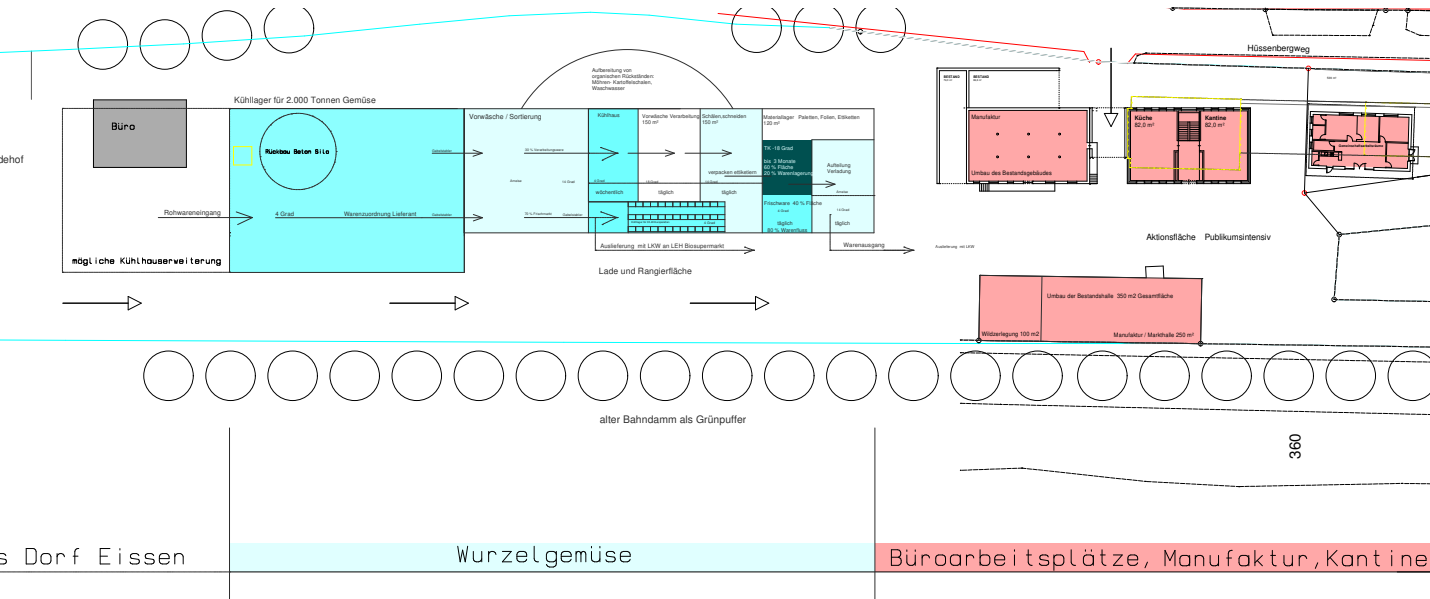
Die Vor- und Nachbereitung bzw. Durchführung der Workshops im Jahr 2021 zur Prozessentwicklung eines REGIOwez wurden von der Landwirtschaftlichen Rentenbank über das Instrument der "bio-offensive" gefördert.



Abbildung 31: Ursprünglicher Zustand des Backsteingebäudes auf dem Gelände des REGIOwez in Eissen (Quelle: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.)



Abbildung 32: Möglicher Ausbau des backsteingebäudes auf dem Gelände des REGIOwez in Eissen zu einem Coworkingspace / Kantine / Café / Ausstellungsraum (Quelle: M4 – Architekten)



4. Zusammenarbeit in der Region

Die Entwicklung eines REGIOwez ist ein offener Prozess, in dem viele Akteure eingebunden werden müssen, um den jeweiligen regionalen und auch wirklich belastbaren Bedarf festzustellen. Neben dem Austausch mit Landwirt*innen, Landwirtschaftskammer,

Bauernverband, Landfrauen, LEADER-Management und Wirtschaftsförderung spielen die folgenden Akteur*innen für das Beispiel in Willebadessen-Eissen eine wichtige Rolle.

4.1. Politik und Verwaltung

Breite Unterstützung für die Idee eines Wertschöpfungszentrums in Eissen gibt es durch Politik und Verwaltung. Früh wurden politischen Vertreter*innen eingeladen und über das Vorhaben informiert. Darüber hinaus half der Bauamtsleiter von Willebadessen-Eissen bei der Klärung baurechtlicher Fragen.

Die ideelle Unterstützung von Landrat und Bürgermeister wurde schnell erreicht, wohingegen eine finanzielle Unterstützung nicht in Aussicht gestellt werden konnte. Auch ausführliche Gespräche mit der Wirtschaftsförderung des Kreises Höxter konnten keine praktikablen Finanzierungsmöglichkeiten eröffnen.

4.2. Öko-Modellregion Kulturland Kreis Höxter

Mit den Öko-Modellregionen fördert das Land Nordrhein-Westfalen gezielt die Umsetzung seiner Nachhaltigkeitsstrategie. Ein zentrales Ziel ist es dabei, den Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche bis zum Jahr 2030 auf über 20 Prozent zu steigern. Um dies zu erreichen, soll unter anderem die Vernetzung von Verarbeitung und Vermarktung weiter ausgebaut

werden. Vor allem durch die stärkere Erschließung regionaler Absatzmärkte soll das Interesse landwirtschaftlicher Betriebe an einer Umstellung auf den ökologischen Landbau erhöht und die hofnahe Verarbeitung und Direktvermarktung von Bioprodukten gestärkt werden.



Abbildung 33: Akteurinnen und Akteure bei der Auftaktveranstaltung der Öko-Modellregion. V.l.n.r.: Brigitte Hilcher (Regionalbewegung NRW), Andreas Engemann (Biolandhof Engemann), Laura Jäger (Öko-Modellregion Kulturland Kreis Höxter), Matthias Engemann (M4 – Architekten), Dorle Gothe (Regionalwert AG Rheinland), Norbert Hofnagel (Bürgermeister Stadt Willebadessen), Michael Stickeln (Landrat Kreis Höxter); Quelle: Jana Berger, Landesverband Regionalbewegung e.V.)

Der Kreis Höxter gehört seit Herbst 2021 zu den ersten drei Regionen in Nordrhein-Westfalen, die sich als Öko-Modellregion qualifiziert haben. Mit seinen zehn kreisangehörigen Städten, einer Fläche von rund 1.200 Quadratkilometern und etwa 140.000 Einwohner*innen ist der Kreis eine klassisch ländlich geprägte Region mit einem hohen Anteil an land- und forstwirtschaftlich genutzten Flächen.

Zur Entwicklung eines REGIOwez in der Region arbeitet die Regionalbewegung eng mit der Öko-Modellregion-Managerin zusammen. Im Beirat der Öko-Modellregion wird der jeweils aktuelle Stand der Planungen vorgestellt.

Auch die angrenzende Öko-Modellregion Nordhessen wurde als wichtiger Kooperationspartner eingebunden. Die Öko-Modellregion Nordhessen hat über viele Jahre ein Netzwerk von land- und ernährungswirtschaftlichen Betrieben aufgebaut. Der Austausch bietet wertvolle Informationen für den Prozess in Eissen.



Abbildung 34: Zusammenarbeit mit der Öko-Modellregion. V.l.n.r.: Lina Schlieper (Öko-Modellregion Kulturland Kreis Höxter), Pauline Krause (Regionalbewegung NRW), Antje Lange und Frank Hesse (Quellenhof Gastronomie Service GmbH) © Ökomodellregion Kreis Höxter/Irina Jansen

4.3. Personelle Unterstützung zur Entwicklung der Idee

Zur Weiterentwicklung der Idee für ein REGIOwez in Eissen sowie für die Entwicklung einer konkreten Wertschöpfungskette hat die Regionalbewegung NRW gemeinsam mit den Kooperationspartnern Biolandhof Engemann, einem Cateringbetrieb aus dem Kreis Höxter (Quellenhof Gastronomie-Service) und einem weiteren Partner aus Nordhessen (Well Development) erfolgreich einen Förderantrag für ein Bio-Wertschöpfungskettenmanagement über

das Förderprogramm RiWert beim Bundeslandwirtschaftsministerium gestellt. Zudem wurde ein Förderantrag zur Erstellung dieser Veröffentlichung sowie zur Prozessbegleitung (Durchführung von Workshops, Prozessberatung) durch die Regionalbewegung NRW mit der Regionalwert Impuls GmbH und der Regionalwert AG Rheinland bei der Landwirtschaftlichen Rentenbank gestellt und bewilligt.

5. Projekttreffen, Veranstaltungen und Besichtigungen

Mit Start der RiWert-Förderung sowie der Förderung durch die Landwirtschaftliche Rentenbank wurde eine Projektgruppe gegründet, in der ein regelmäßiger Austausch stattfand. Beteiligt waren die Regionalbewegung NRW, die Regionalwert AG Rheinland, die Regionalwert Impuls GmbH, der Biolandhof Engemann, die Öko-Modellregion-Managerin, der Quellenhof Gastronomie-Service sowie Well Development. In den Treffen wurde über die aktuellen Entwicklungen in Eissen berichtet und diskutiert. Darüber hinaus wurden zur Projektentwicklung, zur Information von Bürger*innen und interessierten Akteur*innen mehrere spezifische Veranstaltungen und Betriebsbesichtigungen geplant und umgesetzt. Der

auf der nächsten Seite aufgeführte Prozessplan gibt hierzu einen Überblick. Es ergaben sich gute Kooperationsmöglichkeiten - wie z.B. die Kick Off Veranstaltung der Öko-Modellregion, die auch als erste öffentliche Infoveranstaltung für das REGIOwez genutzt wurde. Ebenso fand ein städteplanerischer Wettbewerb mit Studierenden der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe zur Entwicklung des Geländes für das geplante REGIOwez statt⁴⁹. Im Anhang sind einige Programme zu den Veranstaltungen exemplarisch aufgeführt.

⁴⁹ Vergleiche Abschnitt D: 7. Studentischer Wettbewerb zur weiteren Entwicklung des REGIOwez

Prozessplan

Entwicklung des Regionalen Wertschöpfungszentrums in Willebadessen-Eissen

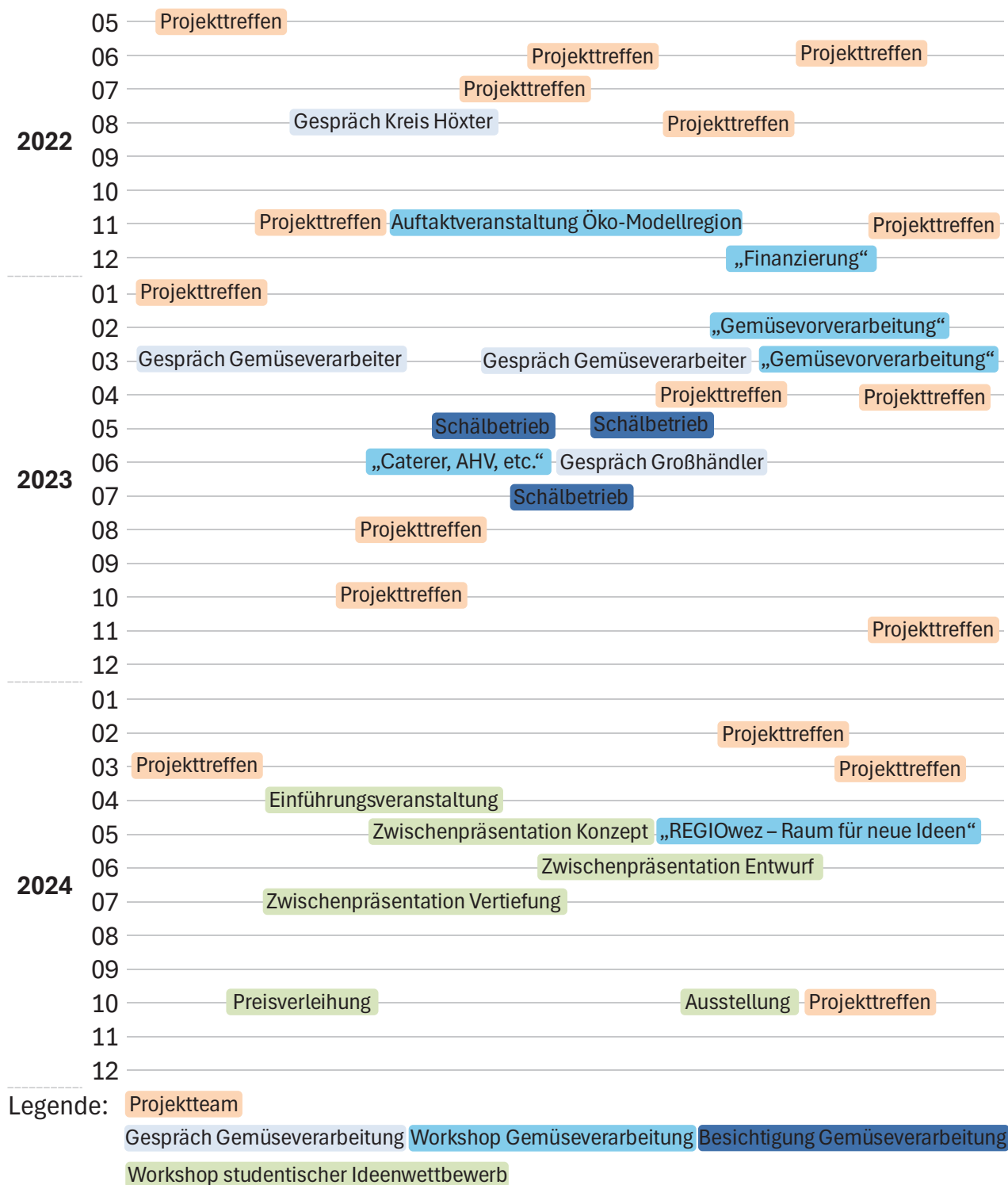


Abbildung 35: Beispielhafter Prozessplan im Projekt REGIOwez Eissen 2022-2024 (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

6. Planungen für einen Kartoffelschälbetrieb

Im Laufe des Prozesses wurde ein intensiver Kontakt mit dem Kolping Schulwerk Brakel gGmbH aufgebaut und die Idee entwickelt, auf dem Gelände in Willebadesen-Eissen einen Kartoffelschälbetrieb mit Inklusion einzurichten. Schnell stellte sich in den Verhandlungen hierzu heraus, dass die Kolping Schulwerk

Brakel gGmbH die Ausstattung für einen Schälbetrieb über Eigenmittel und Fördergelder finanzieren kann, sie aber keine Finanzierungsmöglichkeiten für eine Gebäudehülle – also einen Hallenbau mit geschätzten Kosten von ca. 2 Mio. Euro – aufbringen kann.

6.1. Finanzierungsoptionen - Optionen zur Flächennutzung

Verschiedene Möglichkeiten zur Finanzierung dieses Hallenbaus wurden im Projektverlauf durchgespielt. Dabei standen mehrere Fragen im Mittelpunkt: Wer wird Eigentümer*in der Halle, wer Bauherr*in und Betreiber*in? Wie könnte eine bürgerbeteiligte bzw.

genossenschaftliche Finanzierung aussehen und wäre diese zeitnah umsetzbar? Auch Optionen zur weiteren Flächennutzung auf dem Gelände wurden diskutiert.

Die folgende Abbildung stellt die erarbeiteten Optionen im Überblick vor.

Optionen zur Flächennutzung eines BioWeZ

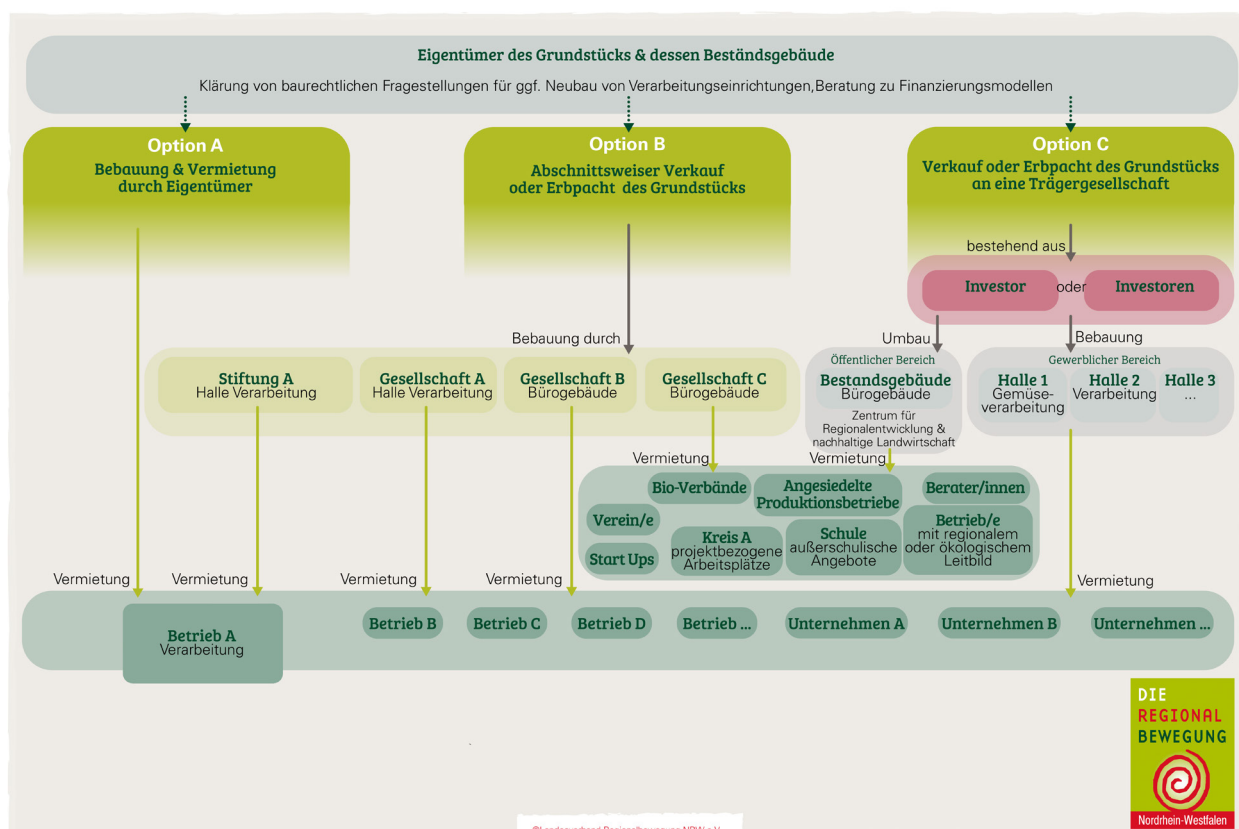


Abbildung 36: Optionen zur Flächennutzung eines REGIOwez (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

Aufgrund der drängenden Zeit und der Komplexität hat sich der Biolandhof Engemann entschieden, die weitere Entwicklung des Geländes einzelbetriebswirtschaftlich voranzutreiben. Das bedeutet konkret, der Biolandhof Engemann plante nach Abschluss eines Vorvertrages mit dem Kolping Schulwerk Bra-

kel gGmbH, die Halle zur Einrichtung eines Gemüseschälbetriebes selbst zu finanzieren und über die Miete an den Betreiber des geplanten Schälbetriebes zu refinanzieren.

6.2. Wertschöpfungskette Kartoffelverarbeitung

Im Rahmen des Projekts wurden mehrere bestehende Kartoffelschälbetriebe besucht, um technische, logistische und wirtschaftliche Anforderungen ein-

schätzen zu können. Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse zur Einrichtung eines solchen Betriebs dargestellt.

6.2.1. Technische und organisatorische Anforderungen

- » Die Kartoffeln werden maschinell geschält und teilweise händisch nachgearbeitet.
- » Es entstehen erhebliche Abfälle (Schälverluste ca. 40 %).
- » Schälabfälle können z.T. als Tierfutter Verwendung finden.
- » Die geschälten Kartoffeln werden vakuumiert und müssen innerhalb von ca. fünf Tagen verbraucht werden.
- » Dies passt zu den Abläufen in den Küchen, die die geschälten Kartoffeln erhalten.
- » Die Kantinenleiter bestellen die benötigten Waren „just in time“.
- » Ein Stärkeabscheider ist für die Abwasserreinigung zwingend erforderlich.
- » Die Abwasserverordnung enthält entsprechende Vorgaben für die Kartoffelverarbeitung.
- » Der Wasserverbrauch ist erheblich.

6.2.2. Anforderungen an den Standort

Grundsätzlich sind bei der Überlegung für einen Schälbetrieb folgende Fragen für den Standort zu klären:

Liegen am geplanten Standort die baurechtlichen Voraussetzungen vor?

- » Eine gewerbliche Nutzung oder nachgelagerte Landwirtschaft muss für den Standort vorgesehen sein.
- » Wenn dies nicht der Fall sein sollte, kann ein entsprechender Antrag gestellt werden? Hier empfiehlt sich eine rechtzeitige Abstimmung mit der zuständigen Kommune.

Ist die notwendige Wasserzufuhr gesichert?

- » Abstimmung mit dem Bauamt der Kommune.

Kann ein Stärkeabscheider installiert werden, um geklärtes Abwasser einzuleiten?

- » Abstimmung mit dem Bauamt der Kommune.

Der geplante Standort in Willebadessen-Eissen war bisher durch Landhandel geprägt. Über viele Jahrzehnte war der Standort als Kornhaus genutzt, zuletzt betrieben von der AGRAVIS AG, die neben Getreide auch mit weiteren Produkten des landwirtschaftlichen Bedarfs handelte.

Ein Verarbeitungsbetrieb war am Standort bisher nicht vorhanden. Es ist ein Antrag nach § 34 Baugesetz zu stellen, was aber für die Planung eines Schälbetriebes laut Bauamt der Stadt Willebadessen relativ unkompliziert ist. Einer Genehmigung stünde laut Bauamt nichts im Wege.

6.2.3. Investitions- und Ausstattungsbedarf

Am Standort Willebadessen-Eissen sind für den Betrieb eines Kartoffelschälunternehmens keine geeigneten Gebäude vorhanden, so dass der Bau einer Halle erforderlich ist.

Erste grobe Bauplanungen eines Architekturbüros ergaben einen Finanzierungsbedarf von ca. zwei Millionen Euro für den Hallenbau (ca. 800 m²) ohne Innenausbau.

Berücksichtigt werden sollten folgende Hallenbereiche, die unterschiedliche Hygieneanforderungen haben:

- » Anlieferung Rohware
- » Kommissionierung Rohware
- » Stellfläche Leergut (Paletten, Behälter)

- » Kühlung Rohwarenlager
 - » Produktionsbereich I Waschen
 - » Produktionsbereich II Schneiden
 - » Produktionsbereich III Schälen
 - » Kühlung Zwischenlagerung Halbfertigware
 - » Haltbarmachung: Konservierung, Vakuumierung
 - » Kühlung Fertigwarenlager
 - » Kommissionierung und Versand Fertigware
 - » Sozialräume
 - » Werkstatt
 - » Büros
 - » Stellflächen für Transportmittel
- Notwendig für den Inklusionsbetrieb ist die nahezu vollständige Barrierefreiheit.

Folgender Entwurf für den Bau einer solchen Halle wurde erstellt:

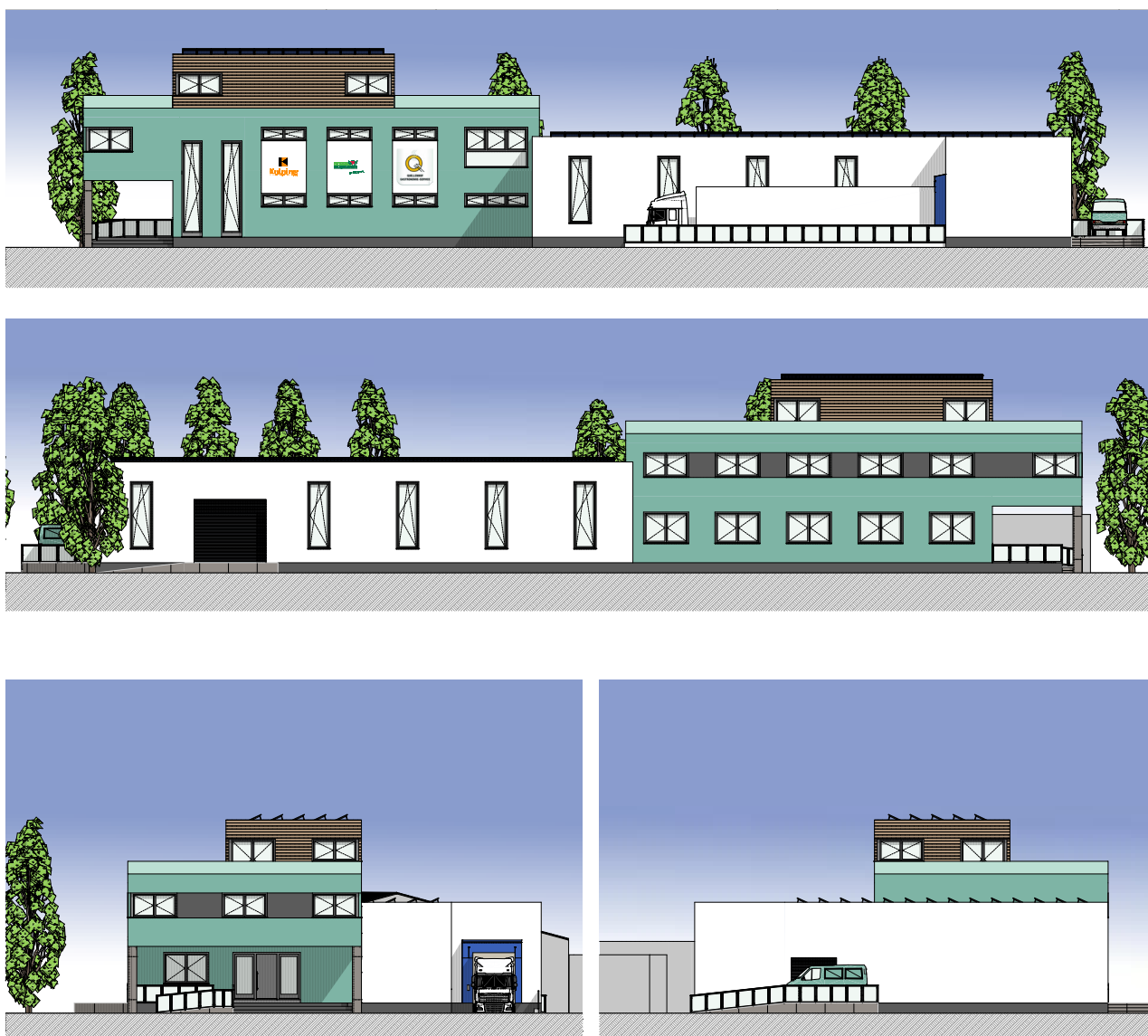


Abbildung 37: Entwurf Hallenbau REGIOwez Eissen (Quelle: M4 – Architekten)

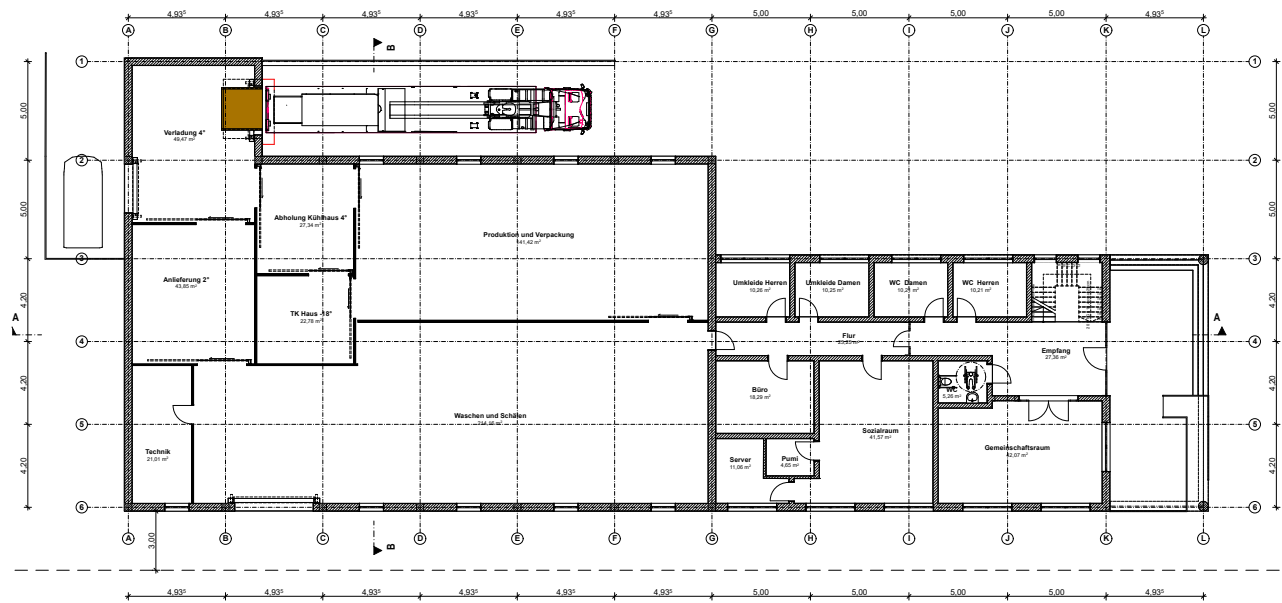


Abbildung 38: Entwurf Hallenbau REGIOwez Eissen (Quelle: M4 – Architekten)

Für folgende Kalkulationsplanung sind nachfolgende Investitionen in Ausstattungsinventar für die Einrichtung eines Kartoffelschälbetriebes notwendig.

Kalkulationsbasis (ca. Beträge)	
Output pro Tag (240 AT)	2.500 kg
Verarbeitungsverluste	40%
Einkaufsmenge pro Tag:	4.000 kg
EK Rohware/kg	0,50 EUR
VK Fertigware/kg	2,00 EUR
Umsatz pro Tag	5.000,- EUR
Umsatz pro Jahr	1.200.000,- EUR
Personalkosten pro Jahr	380.000,- EUR
Betriebskosten pro Jahr	240.000,- EUR
Wareneinsatz pro Jahr	500.000,- EUR
AfA (Absetzung f. Abnutzung)	100.000,- EUR
Zinsaufwendungen	25.000,- EUR
Sonst. Kosten	130.000,- EUR
Zuschüsse Inklusion/Jahr	75.000,- EUR
Zuschüsse Inklusion sonst./Jahr	115.000,- EUR
Betriebsergebnis geplant	15.000,- EUR

Tabelle 4: Kalkulationsbasis (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

Investitionsplanung für Ausstattungsinventar (ca. Beträge)	
Gemüsewaschanlage	20.000,- EUR
Schälanlagen	150.000,- EUR
Schneidanlage	10.000,- EUR
Schock-Froster	20.000,- EUR
Kühlraumausstattung	15.000,- EUR
Vakuummierung, Kombidämpfer usw.	25.000,- EUR
Verpackungsanlage	20.000,- EUR
Kommissionierung	10.000,- EUR
Büroausstattung, EDV	10.000,- EUR
Transportfahrzeuge	50.000,- EUR
Abwassertechnik	100.000,- EUR
Frischwassertechnik	100.000,- EUR
Elektro	150.000,- EUR
Lager Abfallprodukte	50.000,- EUR
Sonst. Ausstattung	70.000,- EUR
Lager / Anlieferung	100.000,- EUR
Barrierefreiheit	200.000,- EUR
	1.100.000,- EUR

Tabelle 5: Investitionsplanung für Ausstattungsinventar (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)

6.3. Stand zur Einrichtung des Kartoffelschälbetriebes (Oktober 2025)

In den Jahren 2023 und 2024 wurde im Rahmen des Projektes zum Aufbau eines Regionalen Wertschöpfungszentrums in Willebadessen-Eissen intensiv an der Konzeption eines Schälbetriebs in Zusammenarbeit mit dem Kolping Schulwerk Brakel gGmbH gearbeitet. Ziel war es, eine regionale Verarbeitungsstruktur aufzubauen, um regionale Bio-Lebensmittel entsprechend vorverarbeitet in die Außer-Haus-Verpflegung einbringen zu können. Trotz der großen Bedeutung eines solchen Vorhabens und des Engagements, das bereits in die Planungen geflossen ist, hat das Kolping Schulwerk Brakel gGmbH im Frühjahr des Jahres 2025 beschlossen, den Bau des Schälbetriebs nun zunächst bis auf unbestimmte Zeit aufzuschieben.

Hintergrund für diese Entscheidung sind verschiedene Faktoren. Zum einen sind durch die geplante Erhöhung des Mindestlohns und die damit verbundene unklare Entwicklung der Lohnstruktur in Inklusionsbetrieben sowie durch steigende Energiekosten erheblich höhere Betriebsausgaben zu erwarten, deren genaue Höhe aktuell nur schwer abzuschätzen ist.

Zum anderen sind die Finanzierungsperspektiven unklar. Die Förderung, die Kolping als Inklusionsbetrieb erhält, ist an feste Fördersätze pro eingerichteten Arbeitsplatz gebunden. Steigende Kosten führen dadurch zu einer wachsenden Lücke zwischen Förderung und tatsächlichem Finanzierungsbedarf.

Die aktuelle konjunkturelle Lage bringt zusätzliche

Unsicherheiten mit sich. Gleichzeitig arbeitet das Kolping Schulwerk Brakel gGmbH bereits an einer Vielzahl weiterer verpflichtender Projekte, die trotz der erschwerten Bedingungen weitergeführt werden müssen.

Als großes Problem für die Umsetzung der Pläne zur Einrichtung eines Kartoffelschälbetriebes hat sich zudem die Finanzierungslücke für den Hallenneubau herausgestellt. Eine Investitionsförderung hierfür wurde bis dato nicht gefunden. Daher plante der Biolandhof Engemann eine Halle zur Einrichtung eines Gemüseschälbetriebes selbst zu finanzieren und über eine mehrjährig festgelegte Miete an den Betreiber des Schälbetriebes zu refinanzieren. Aber sowohl die benötigte Höhe als auch eine für die Refinanzierung notwendige Dauer der Mietgarantien stellen ein Finanzierungsrisiko für den Betreiber dar.

Nicht zuletzt verstärkt die derzeit abnehmende gesellschaftspolitische Rückendeckung für den Einsatz einer Gemeinschaftsverpflegung mit regionalen Bio-Lebensmitteln die Zurückhaltung des Betreibers.

Die Entscheidung zur Aufschiebung basiert somit auf der Frage, ob der laufende Betrieb dauerhaft tragfähig und zukunftssicher gestaltet werden kann. Die Kolping Bildungswerk gGmbH bleibt weiterhin an dem Thema interessiert, steht aber aktuell nicht für die Umsetzung zur Verfügung. Eine erneute Prüfung des Vorhabens wird zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen.

7. Studentischer Wettbewerb zur weiteren Entwicklung des REGIOwez in Willebadessen-Eissen

Die auf dem Gelände in Willebadessen-Eissen bereits vorhandenen alten Gebäude sowie ein durch die Kohlschein Modulbau GmbH bereits errichtetes neues Bürogebäude (FRAWO Modul-Muster-Bürogebäude) bieten neben einem möglichen Neubau für einen Gemüseschälbetrieb weitere Entwicklungsmöglichkeiten für das REGIOwez.

Für die weitere Strukturierung des Geländes in Willebadessen-Eissen wurde in Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe (TH OWL) im Sommersemester 2024 ein studentisches

Projektmodul durchgeführt. Studierende des Studiengangs Landschaftsarchitektur und Stadtplanung entwickelten städtebaulich-freiraumplanerische Konzepte für das Gelände. Dabei galt es, bestehende Gebäude zu integrieren, Flächen für den Biolandhof Engemann abzugrenzen, die Verkehrsführung zu berücksichtigen und die Grüngestaltung auszuarbeiten. Die Aufgabenstellung wurde gemeinsam mit den Professor*innen der TH OWL, der Regionalbewegung NRW sowie Verantwortlichen des Biolandhofs Engemann abgestimmt.

Zu Beginn des Semesters 2024 besichtigten die Studierenden das Gelände, gefolgt von einem Austausch mit den Beteiligten, um offene Fragen zu klären. Die Studierenden erarbeiteten ihre Konzepte über das Semester hinweg in Teams. Eine Fachjury bewertete die Entwürfe nach Abschluss des Projekts und prämierte herausragende Arbeiten bei einer Preisverleihung mit von der Vereinigten Volksbank eG gestifteten Preisgeldern. Die Entwürfe wurden darüber hinaus der Eisserner Bevölkerung und den Mitgliedern des Rates der Stadt Willebadessen in einer geschlossenen Veranstaltung sowie in zwei Filialen der Vereinigten Volksbank der Öffentlichkeit präsentiert.

Die Ideen können nun in die weitere Entwicklung des REGIOwez einfließen. Der studentische Wettbewerb und die Ergebnisse fanden zudem breite öffentliche Resonanz und trugen zur Sensibilisierung für das Thema regionale Wertschöpfung bei.



Abbildung 39: Preisverleihung zum studentischen Wettbewerb (Quelle: Miriam Emme)



Abbildung 40: Entwurf Ansicht der Studierenden Bohoorun, Hülsmann & Lohmann



Abbildung 41: Entwurf
Lageplan der Studierenden
Bohonorun, Hülsmann &
Lohmann

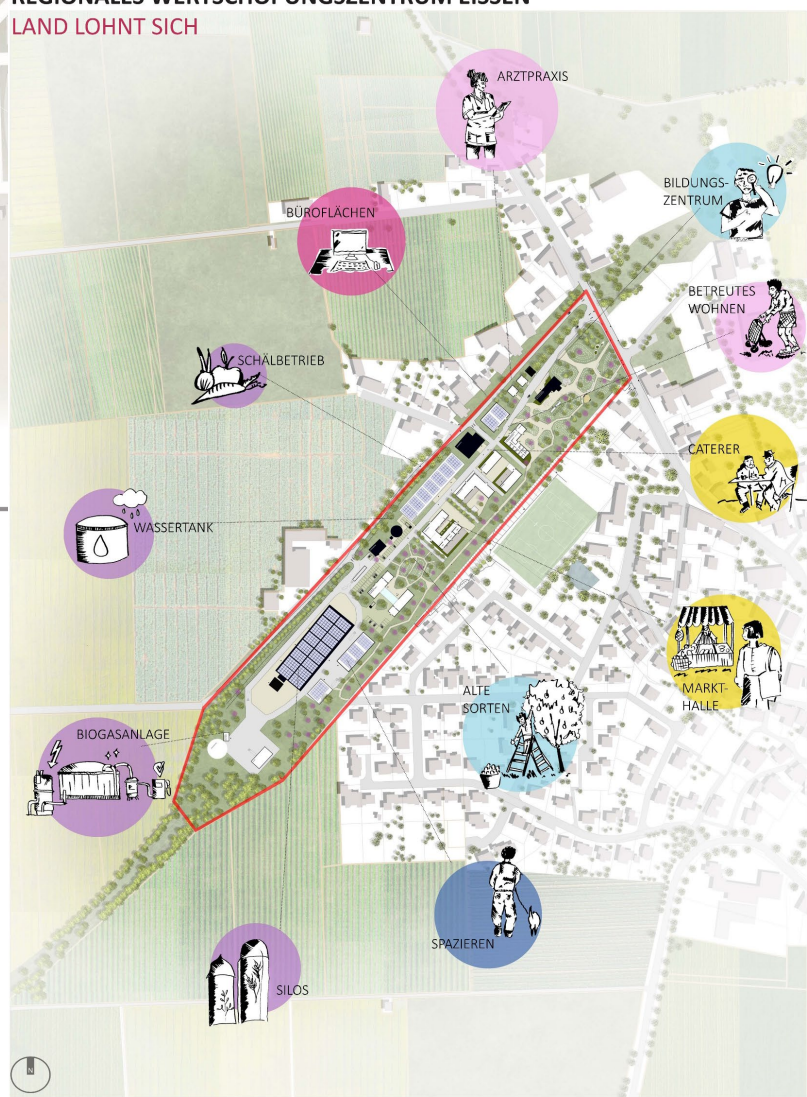
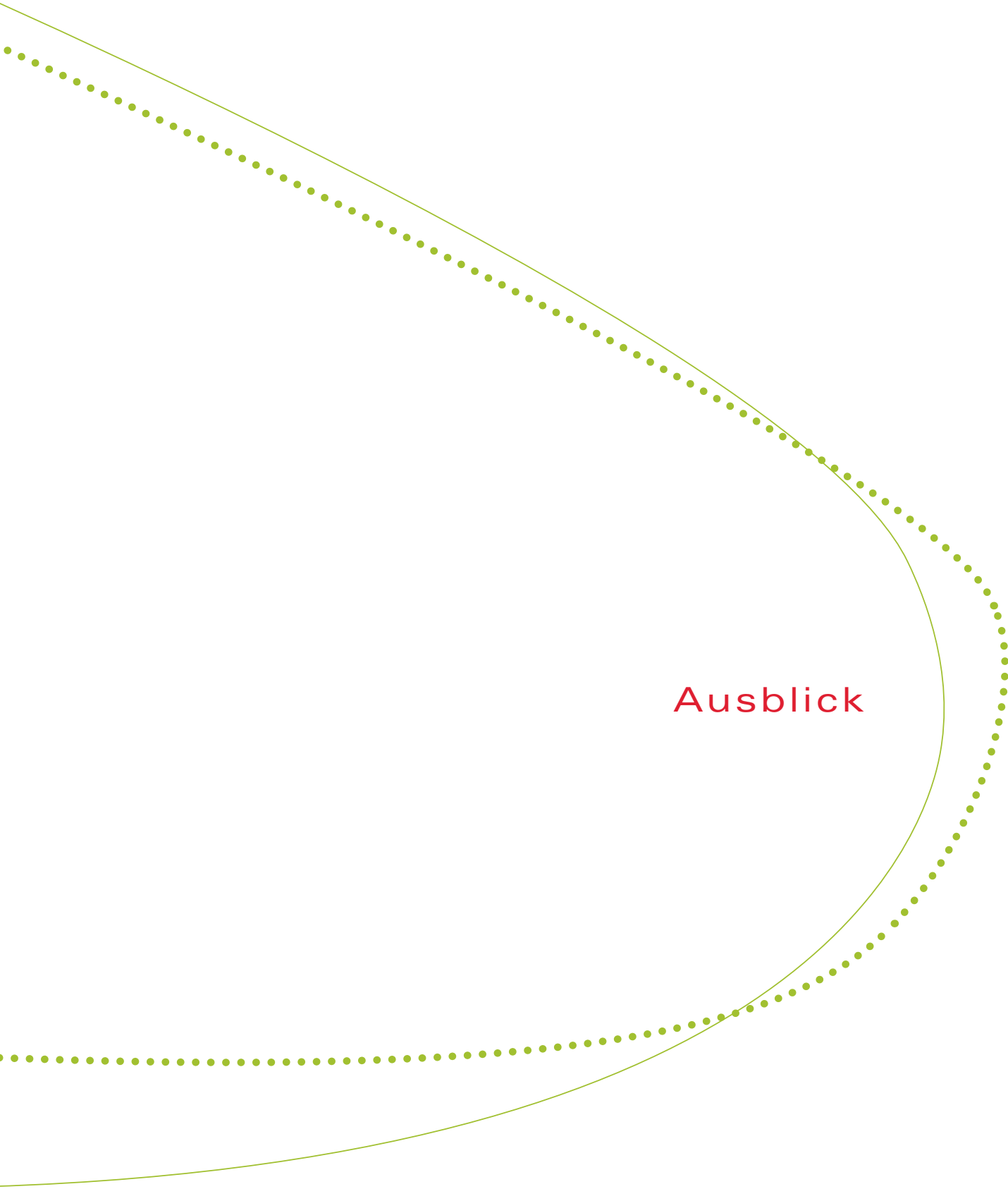


Abbildung 42: Entwurf Lageplan der Studie-
renden Steppat & Hillmann



Regionale Wertschöpfungszentren als Inkubatoren für soziale und regionale Innovation

Regionale Wertschöpfungszentren sind ein Instrument, um die Ernährungswirtschaft zukunftsfähig zu gestalten. Sie können Inkubatoren für Innovationen in den Bereichen Landwirtschaft, Lebensmittelhandwerk, Ernährung, Nachhaltigkeit und Regionalentwicklung werden. Sie eröffnen Perspektiven für die ländliche Entwicklung, schaffen Wertschöpfung vor Ort und tragen dazu bei, regionale Wirtschaftskreisläufe dauerhaft zu etablieren.

Der Aufbau von REGIOwez ist eine Aufgabe, die für einzelne Akteure in der Wertschöpfungskette eine große Herausforderung darstellt. Daher ist die Vernetzung dieser Akteure enorm wichtig. Kreise und Kommunen können hier z.B. im Bereich ihrer Wirtschaftsförderung aktiv werden, indem sie erste Impulse geben und Netzwerkaktivitäten vornehmen. Ebenso können vorhandene LEADER oder Öko-Modellregionen Managementstellen durch Aufrufe, Informationsveranstaltungen und Workshops geeignete Akteur*innen ansprechen.

Um dem Prozess über diese Erstimpulse hinaus jedoch die nötigen Ressourcen sowohl für Personal als auch für Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, ist eine Anschub- und Aufbaufinanzierung notwendig.

Um die Entwicklung Regionaler Wertschöpfungszentren zu befördern sind konkrete nächste Schritte notwendig.

- » Aufbau regionaler Netzwerke: Landwirt*innen, Verarbeiter*innen, Vermarkter*innen, Kommunen und Verbraucherorganisationen müssen gezielt vernetzt werden, um Vertrauen aufzubauen und gemeinsame Geschäftsmodelle zu entwickeln.
- » Schaffung von Verarbeitungsinfrastruktur: Fehlende Schlachtstätten, Molkereien, Gemüse- oder Leguminosenverarbeitung sind zentrale Engpässe. Pilotbetriebe können hier zeigen, wie regionale Lösungen wirtschaftlich tragfähig umgesetzt werden können.

- » Qualifizierung und Personalaufbau: Wertschöpfungskettenmanager*innen, Fachkräfte in der Verarbeitung und Beratungspersonal sind Schlüsselfaktoren, um Projekte zu koordinieren und weiterzuführen.
- » Kooperation mit der Gemeinschaftsverpflegung: Schulen, Kitas, Caterer, Kliniken und Kantinen bieten ein großes Absatzpotenzial für regionale Produkte. Eine enge Zusammenarbeit mit diesen Einrichtungen kann Nachfrage bündeln und neue Märkte erschließen.
- » Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung: Verbraucher*innen können durch Veranstaltungen, transparente Produktionsprozesse und Bildungsangebote den Mehrwert regionaler Produkte erkennen und Angebote nutzen.



Die Förderlandschaft für eine Regionalisierung der Ernährungswirtschaft

Die Förderlandschaft zum Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten im Lebensmittelbereich ist vielfältig. Grundsätzlich muss unterschieden werden zwischen Fördermaßnahmen, die sich direkt an Betriebe bzw. Zusammenschlüsse mehrerer Betriebe wenden und Maßnahmen, die auch von Vereinen, Verbänden, Initiativen, Hochschulen, Kommunen und Landkreisen genutzt werden und in der Regel eher den Aufbau von komplexen Wertschöpfungsnetzwerken fokussieren. Darüber hinaus greifen für die Landwirtschaft bzw. die nachgelagerten Wirtschaftsbetriebe verschiedene Fördertöpfe.

Fördermaßnahmen werden zum Beispiel durch die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds, durch

das Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung, das Bundesprogramm Ökologischer Landbau oder durch das Bundesforschungsministerium zur Verfügung gestellt. Bei diesen Fördermaßnahmen sind Unternehmen oder kleine Initiativen in der Regel meist nur assoziierte Partner. Als Projektträger treten hier eher Hochschulen/Forschungseinrichtungen, Kommunen oder größere Verbände auf. Einzelbetriebliche Förderungen werden in den Ländern u.a. über die Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes" (GAK) und die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) gefördert. Die GRW richtet sich jedoch ausschließlich an wirtschaftlich benachteiligte Regionen,

sodass viele Teile Deutschlands daraus keine Fördermittel erhalten können.

Auch Programme die über die Wirtschaftsministerien, Bau- bzw. Heimatministerien von Bund und Land angeboten werden und Klimaschutz und nachhaltige Entwicklungen fokussieren, könnten auf die Ziele einer Regionalisierung der Ernährungswirtschaft einzahlen. Hier ist der Bezug zu einer Transformation der Ernährungswirtschaft nicht immer direkt in den Ausschreibungsunterlagen benannt und kann aber ggf. (je nach Programmangebot) über einen argumentativen Nachweis einer positiven Klimawirkung „passend gemacht werden“.

Meist sind diese Programme allerdings kein fortlaufendes Angebot, sondern vielmehr zeitliche befristete Ausschreibungen - wie z.B. das Programm Landstadt Bestand Bayern, das vom Bayerischen Staatsministerium Wohnen, Bau und Verkehr als Modellprojekt für innovative Stadtentwicklung aufgelegt wurde und z.B. Baumaßnahmen für ein REGIOwez finanzieren könnte. Häufig sind auch nur Kommunale Stellen antragsberechtigt.

Obwohl oder vielleicht auch weil die Förderlandschaft insgesamt sehr umfangreich ist, ist es schwierig für einzelne Akteure der Wertschöpfungskette und auch für Regionalvermarktungszusammenschlüsse, die z.B. den Aufbau eines REGIOwez anstreben, das für

sie passende Programme zu finden. Viele Programme sind sehr spezifisch und nur für sehr spezielle eingeschränkte Bereiche nutzbar. Das macht es schwer, den gesamten Prozess entlang einer Wertschöpfungskette zu gestalten.

Für alle aktuellen Programme bietet die Förderdatenbank des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz eine Übersicht [www.foerderdatenbank.de]. Daneben gibt der Bundesverband Deutscher Stiftungen einen Überblick über das Stiftungsangebot.

Die Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume hilft bei der Suche nach Fördermöglichkeiten in ländlichen Regionen [www.dvs-gap-netzwerk.de/foerderung/foerderwegweiser].

Die Regionalbewegung NRW empfiehlt, gezielt Förderlotsen für die Themen der Regionalisierung auszubilden und zu etablieren. Neben den Landwirtschaftskammern könnten dabei auch die Wirtschaftsförderungen eine wichtige Rolle übernehmen, da sie bereits in Teilen zu diesen Themen beraten.



Die Regionalbewegung NRW hat darüberhinaus in Ihrer Regionalitätsstrategie NRW weitere Handlungsempfehlungen zur Anpassung und Weiterentwicklung von Fördermaßnahmen für eine Regionalisierung der Ernährungswirtschaft formuliert.

Exkurs | Innovative Finanzierungsidee: Windkraft für regionale Ernährung

Bis 2030 will die Bundesregierung erreichen, dass 80 Prozent des in Deutschland erzeugten Stroms aus erneuerbaren Quellen kommt. Der Ausbau der Windkraft steht hier an zentraler Stelle. Regionen, die als Windvorranggebiete ausgezeichnet sind, können mit Ausgleichszahlungen von Windkraftbetreibern rechnen. In einigen Bundesländern bieten zusätzlich noch Einnahmen aus Landesgesetzen Finanzierungsmög-

lichkeiten. Diese Mittel stehen in der Regel den unteren Naturschutzbehörden oder den Kommunen zur Verfügung. Mit politischem Willen vor Ort könnten sie gezielt für den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten und eine gesunde, regionale Versorgung – etwa im Bereich der Schul- und Kitaverpflegung – eingesetzt werden, also auch zur (Teil-)Finanzierung von Vorhaben im Rahmen der REGIOwez.



Finanzierung aus Windkrafteinnahmen - Ausgleichszahlungen für Eingriffe in die Landschaft

Das Bundesnaturschutzgesetz (BNatSchG) regelt, dass Windkraftbetreiber für den Bau der Anlagen - für z.B. die Versiegelung der Fläche – Ausgleichszahlungen leisten müssen. Diese Ausgleichszahlungen werden von der Oberen bzw. Unteren Naturschutzbehörde verwaltet und fließen nicht in den Stadt- bzw. Kreishaushalt, anders als etwa Zahlungen für z.B. Verkehrsdelikte. Höhe der Zahlungen, Zuständigkeit, Fristen und Verwendung sind in den jeweiligen Lan-

desgesetzen unterschiedlich geregelt. Meist sind die Mittel zweckgebunden für Naturschutzmaßnahmen zu verausgaben. Im Landesnaturschutzgesetz NRW (§ 31 Absatz 1 Satz 3 und Absatz 4 Satz 1) gehören dazu auch explizit Maßnahmen, die den ökologischen Landbau fördern. Das bedeutet, dass Maßnahmen zum Aufbau einer bio-regionalen Versorgung zumindest in NRW mit einer entsprechenden Ausformulierung im Gesetztestext damit möglich wären.

Wenn die Mittel keine geeignete Verwendung finden, fließen sie nach vier Jahren an die Bezirksregierung und damit ggf. in den Landeshaushalt. Vor Ort stehen die Mittel dann nicht mehr zur Verfügung.

Finanzierung aus Windkrafteinnahmen - Bürgerbeteiligung und Bürgerenergiegesetz NRW

Das Bürgerenergiegesetz NRW⁵⁰ verpflichtet die Vorhabenträger dazu, den Gemeinden, in denen Anlagen errichtet werden und ggf. auch Nachbargemeinden individuelle Beteiligungsmöglichkeiten anzubieten. Für die Ausgestaltung gibt es keine Vorgaben, möglich sind Modelle wie Eigenkapital-Beteiligung an der Investition, vergünstigte regionale Stromtarife oder pauschale Direktzahlungen an die unmittelbaren Anwohner*innen.

Vorhabenträger und Standortgemeinde sollen sich auf eine Gestaltung einigen. Es ist auch möglich, eine Stiftung zu gründen und als Stiftungszweck Maßnahmen zur gesunden Ernährung der Bevölkerung sowie zum Aufbau von nachhaltig gestalteten regionalen Wertschöpfungsketten festzulegen. Grundsätzlich einigen sich bei diesem Vorgehen Vorhabenträger und die Standortgemeinde. Wenn ein Modell zustande kommt, müssen die Vorhabenträger keine Abgabe zahlen.

Wenn kein fristgerechter Nachweis einer Beteiligungsvereinbarung erfolgt, sieht das Bürgerenergiegesetz NRW eine Ersatzbeteiligung vor. In diesem Fall müssen die Betreiber 0,2 Cent pro erzeugter kWh an die Gemeinde abführen, pro Windrad wären dies voraussichtlich ca. 20.000 € pro Jahr, die gemeinwohlorientiert von den Gemeinden eingesetzt werden können. Die Gemeinde ist für die Verwendung dieser Mittel zuständig, die Maßnahmen müssen den Anwohner*innen zu Gute kommen.



Auch in anderen Bundesländern wurden entsprechende Gesetze erlassen. Im April 2024 hat der Niedersächsische Landtag das Niedersächsische Windgesetz⁵¹ verabschiedet. In Mecklenburg-Vorpommern gilt das Bürger- und Gemeindebeteiligungsgesetz⁵² und in Brandenburg seit 2019 das Windenergieanlagenabgabengesetz⁵³. Seit Juli 2024 regelt das Thüringer Windbeteiligungsgesetz⁵⁴ die entsprechenden Belange, in Sachsen ebenfalls seit 2024 das Erneuerbare-Energien-Ertragsbeteiligungsgesetz⁵⁵ und im Saarland das Ertragsbeteiligungsgesetz⁵⁶. Die restlichen Bundesländer haben zum Stand Juli 2025 noch kein explizites Gesetz erlassen bzw. sind noch in der Planung hierzu.

Sicherlich ist für die Idee „Windkraft für regionale Ernährung“ noch viel Überzeugungsarbeit vor Ort in den Kommunen zu leisten. Das Thema regionale Produkte und gesunde Ernährung und die finanziellen Bedarfe hierfür stehen in Konkurrenz mit anderen kommunalen Aufgaben, die auch über die Windenergiegelder finanziert werden könnten. Regionale Energieerzeugung und Regionale Ernährungswirtschaft mit Regionalen Wertschöpfungszentren zusammen zu denken und daraus zukunftsfähige und resiliente Regionen zu entwickeln ist erst einmal neu, birgt aber jede Menge Potential für Klimaschutz, Biodiversität, Regionalwirtschaft und gesellschaftlichen Zusammenhalt! Weitersagen erwünscht.



Abbildung 43: Windkraft für regionale Ernährung (Quelle: ChatGPT, Landesverband Regionalbewegung e.V.)

50 Vgl. https://kommunalwiki.boell.de/index.php/Windenergieabgaben#Landesgesetzgeber_gefragt

51 Vgl. <https://www.niedersachsen.de/energie/beteiligung/beteiligungsgesetz-wie-kommunen-und-bevolkerung-profitieren-234787.html>

52 Vgl. <https://www.leka-mv.de/buegem-mv/#1708094610936-49465124-3165>

53 Vgl. <https://energieportal-brandenburg.de/cms/inhalte/themen/wind/kommunale-teilhabe>

54 Vgl. <https://www.thega.de/themen/erneuerbare-energien/servicestelle-windenergie/beteiligung-an-windenergieanlagen/>

55 Vgl. [https://www.energie.sachsen.de/ertragsbeteiligungsgesetz.html#:~:text=Erneuerbare%2DEnergien%2DErtragsbeteiligungsge-setz%20\(EERtrBetG\)&text=Das%20Gesetz%2C%20das%20am%2029,Dezember%202024%20genehmigt%20werden.](https://www.energie.sachsen.de/ertragsbeteiligungsgesetz.html#:~:text=Erneuerbare%2DEnergien%2DErtragsbeteiligungsge-setz%20(EERtrBetG)&text=Das%20Gesetz%2C%20das%20am%2029,Dezember%202024%20genehmigt%20werden.)

56 Siehe <https://www.energie.sachsen.de/ertragsbeteiligungsgesetz.html>

Anhang

Veranstaltungsbeispiele aus dem Prozess in Willebadessen-Eissen

Öko-Modellregion Kreis Höxter: Auftaktveranstaltung

Pionierprojekt: BioWertschöpfungszentrum Eissen

am Freitag, 11. November 2022
15.00 bis 18.30 Uhr in Eissen

Hüssenberghalle, Agissenstraße 30 in 34439 Willebadessen-Eissen

Programm am 11. November 2022

15.00 Uhr	Begrüßung und Eröffnung Manuela Puls, Moderation Michael Stickeln, Landrat Kreis Höxter Klaus Engemann, Biolandhof Engemann
15.15 Uhr	Öko-Modellregion Kulturland Kreis Höxter: Aufgaben und Chancen Laura Jäger, Öko-Modellmanagerin
15.35 Uhr	Die Regionalbewegung und die Idee der Regionalen Wertschöpfungszentren Brigitte Hilcher, Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.
15.45 Uhr	Biowertschöpfungszentrum (BioWeZ) Eissen - das alte Kornhaus Gelände und sein Potential Klaus Engemann, Biolandhof Engemann Matthias Engemann, M4-Architekten
16.15 Uhr	Kaffeepause
16.45 Uhr	Die Öko-Modellregion ist gestartet, die Idee BioWeZ steht – und nun? Ideenschmiede an 4 moderierten Thementischen • <u>Tisch 1</u>: Finanzierung und mögliche Betreibermodelle • <u>Tisch 2</u>: Coworking Space für Regionalentwicklung und Ökolandbau • <u>Tisch 3</u>: Ihre Ideen für ein BioWeZ in Eissen • <u>Tisch 4</u>: Ihre Ideen für die Öko-Modellregion Höxter

18.00 Uhr

Kurzbericht aus den Gruppen und Ausblick

18:20 Uhr

**Schlusswort des Bürgermeisters der Stadt Willebadessen,
Norbert Hofnagel****Veranstaltungsort**

Eissener Hüssenberghalle
 Agissenstraße 30
 34439 Willebadessen-Eissen
 Tel.: 05644 / 8922 oder 0171 / 5480585

Kontakt**Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.**

Brigitte Hilcher, Maria Theresia Herbold
 Zur Specke 4
 34434 Borgentreich
 Tel. 05643-949869
Herbold@regionalbewegung.de


**Projektmanagerin Öko-Modellregion
 Kulturland Kreis Höxter**

Laura Jäger
 Moltkestraße 12, 37671 Höxter
 Tel.: 05271/9743-22
l.jaeger@kreis-hoexter.de
www.oekomodellregionen.nrw.de/hoexter

**Biolandhof Engemann**

Klaus Engemann
 Zum Südholz 11
 34439 Willebadessen-Eissen
 Tel.: 05644-98111-0
k.engemann@engemann-bio.de
www.engemann-bio.de

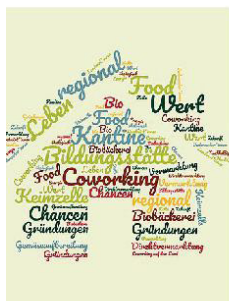


Die Veranstaltung wird gefördert durch:



Ministerium für Landwirtschaft
 und Verbraucherschutz
 des Landes Nordrhein-Westfalen





Regionales Bio auf den Tellern in unserer Region

Wir planen einen Gemüseverarbeitungsbetrieb für Bio-Produkte auf dem alten Kornhausgelände in Willebadessen-Eissen auf den Weg zu bringen. Das Kolping Schulwerk hat Interesse einen solchen Betrieb als Inklusionsbetrieb zu gründen. Ziel ist es, mehr Biogemüse aus der Region in den Großküchen der Region zu verarbeiten, Menschen mit Beeinträchtigung einen sinnvollen Arbeitsplatz zu geben und regionale, klimaschonende Wirtschaftskreisläufe aufzubauen. Um das Vorhaben weiter zu konkretisieren und zu eruieren, ob die Nachfrage nach solchen Produkten auch entsprechend vorhanden ist, **brauchen wir Sie!** Zum Kennenlernen der Idee eines Biowertschöpfungszentrum, zum Erfahrungsaustausch mit erfahrenen Bio-Küchen und zur exklusiven Verkostung regionaler Bio-Spezialitäten laden wir Sie am 12. Juni ein.

Programm

17:00 – 17:15 Uhr

„Regionales Bio in der Außer-Haus-Verpflegung und Gastronomie“

Welche Vorteile bietet der Einsatz von regionalen, nachhaltigen und biologischen Lebensmitteln in der AHV und Gastronomie?

17:15 – 17:30 Uhr

„Das Biowertschöpfungszentrum in Eissen“

Kurze Vorstellung des Projektes und des Vorhabens des Biowertschöpfungszentrum Eissen

17:30 – 17:50 Uhr

„Praxisbeispiel: Einsatz von regionalem Bio in der Küche/Kantine“

Zwei Caterer berichten von Ihren Erfahrungen zum Einsatz von Bio-Produkten in ihren Küchen. Zudem wird ein Kontrolleur einer Zertifizierungsstelle rund um den Bereich der Bio-Zertifizierung informieren.

17:50 – 18:50 Uhr:

„Runder Tisch“

Was wird gebraucht, um regionale Bio-Ware abnehmen zu können? Welche Stufe der Vorverarbeitung wird benötigt bzw. ist gewünscht? Welche Produkte könnten durch regionale Bio-Produkte in den Küche ersetzt werden? Was wären weitere Produkte, die interessant sind?

18:50 – 19:00 Uhr

„Abschlussrunde“

Zusammenfassung der Ergebnisse

19:00 Uhr – Ende

„Exklusive Verkostung regionaler Bio-Köstlichkeiten“



Wann? **12. Juni 2023 ab 17 Uhr**

Wo? **Biolandhof Engemann,
Zum Südholz 11, 34439 Willebadessen**

Die Teilnahme an der Veranstaltung ist **kostenlos**.
Anmeldung bitte bis zum 05. Juni bei:

Katharina Bollmann

Tel: 05643 949 0802

E-Mail: bollmann@regionalbewegung.de

Regionales BIO auf den Tellern in unserer Region
**Biowertschöpfungszentrum Eissen –
 Raum für neue Ideen und Unternehmen**
Online-Veranstaltung am Dienstag, 28.05.2024, 15.00 - 17.30 Uhr

Moderation: Stefan Gothe, Regionalwert Impuls GmbH

15.00 Uhr	Begrüßung Brigitte Hilcher, Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.
15.05 Uhr	Was brauchen Start-ups in der Ernährungswirtschaft Britta Schattenberg, Gründungscoach, Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe Institute for Life Science Technologies (ILT.NRW), Campus Foundry OWL
15.15 Uhr	Impulse - Verarbeitung von Lebensmitteln Die Losseküche: Vom Acker – in die Küche – in die Vorratskammer Antonia Heyn, Losseküche Fleischverarbeitung / Zerlegebetrieb / mobiles Schlachten Dorle Gothe, Regionalwert AG Rheinland Relevanz von Experimentierräumen für die Food Start-up Szene (am Beispiel Kichererbse) Nils Tolle, Hof Tolle Regionale Interpretationen fermentierter Spezialitäten Sebastian Spieker, imnu fermente
15:45 Uhr	Biowertschöpfungszentrum Eissen: Aktueller Planungsstand und Möglichkeiten für neue Unternehmen Klaus Engemann, Biolandhof Engemann
16.00 Uhr	Vertiefende Diskussion zu den Themen Gemüseverarbeitung, Fleischverarbeitung, Verarbeitung von Hülsenfrüchten
17.00 Uhr	Zusammentragen der Diskussionsergebnisse und Ausblick
17.30 Uhr	Ende der Veranstaltung

Online-Veranstaltung

Den Zugangslink senden wir nach Anmeldung zu. Die Veranstaltung ist kostenlos. Die Anzahl der Teilnehmenden ist begrenzt.

Anmeldung bis zum 23.05.2024

Per Mail an Anne Rehrmann, Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.
rehrmann@regionalbewegung.de
 Tel. 05643- 9490802

Gefördert durch



in Ergänzung zum Bericht vom
 28. September 2023



Veranstaltende:



Einladung zur Ausstellung der städtebaulichen und freiraumplanerischen Entwürfe für das Biowertschöpfungszentrum Eissen

Im Zuge der Planungen für das Biowertschöpfungszentrum in Eissen entstand in Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule OWL die Idee, die mögliche städtebauliche und freiraumplanerische Entwicklung des Kornhausgeländes im Rahmen eines Seminars von fortgeschrittenen Studierenden der TH OWL bearbeiten zu lassen. Praxisnah wurde für die Abschlussarbeiten ein Wettbewerb ausgeschrieben.

Die nun fertigen Modelle und Ideen möchten wir Ihnen gerne präsentieren und die Gelegenheit nutzen, Sie über den aktuellen Stand des Biowertschöpfungszentrum Eissen zu informieren.

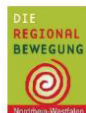
Hierzu laden wir Sie herzlich am **18. Oktober 2024** ab **17:30 Uhr** in das **FRAWO.Modul Eissen auf dem alten Kornhausgelände** (Kornhausweg, 34439 Willebadessen-Eissen) ein.

Programm:

17.30 Uhr	Ankommen, gemeinsamer Austausch und ein erster Rundgang durch die studentischen Arbeiten bei Getränken und einem Imbiss
Ab 18 Uhr	Begrüßung Klaus Engemann, Biolandhof Engemann Brigitte Hilcher, Landesverband Regionalbewegung NRW Aktueller Stand des Biowertschöpfungszentrum Eissen Klaus Engemann, Biolandhof Engemann Anne Rehrmann, Landesverband Regionalbewegung NRW Abschließender Rundgang durch die Ausstellung und Möglichkeit des Austausches
ca. 19 Uhr	Ende der Veranstaltung

Anmeldung

Per Email an Anne Rehrmann, Landesverband Regionalbewegung NRW e.V. rehrmann@regionalbewegung.de



Abbildungen

Abbildung 1: Titelbild Wertschöpfungskette der Kartoffel (Collage: Berger, Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; Quellen: von oben nach unten; 1x Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2x iStock gekauft am 05.11.2025)	1
Abbildung 2: REGIOwez in der Nahversorgungsregion (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	12
Abbildung 3: REGIOwez als Handlungsstrang im Rahmen der Sustainable Development Goals (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025); Grundlage: SDGs).....	17
Abbildung 4: Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen (Quelle: Darstellung des Bundesverbands der Regionalbewegung e.V. auf Basis der Statistiken der Regionaldatenbank Deutschland, Landesämter für Statistik, Statistische Bibliothek, Statistikseiten des ZDH und des gemeinsamen Statistikportal der Länder) 19	
Abbildung 5: Selbstversorgungsgrad bei Lebensmitteln in Deutschland (Quelle: https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/BZL/Informationsgrafiken/250227_Selbstversorgungsgrad.html).....	20
Abbildung 6: Synergiepotentiale in Regionalen Wertschöpfungszentren (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	21
Abbildung 7: Gemüseverarbeitung (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	22
Abbildung 8: Kartoffelschälbetrieb in Rocklinghausen (Quelle: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	24
Abbildung 9: Anbauflächen und Erntemengen von Hülsenfrüchten in Deutschland (Quelle: BLE 2025; https://www.landwirtschaft.de/tier-und-pflanze/pflanze/huelssenfruechte/der-anbau-von-huelssenfruechten-in-deutschland)	26
Abbildung 10: Leguminosenverarbeitung (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	27
Abbildung 11: Petra Kaiser und Arnd Drossel von der Linsenmanufaktur (Quelle: Linsenmanufaktur)	28
Abbildung 12: Catering von der Linsenmanufaktur (Quelle: Linsenmanufaktur)	28
Abbildung 13: Foodstand der Linsenmanufaktur (Quelle: Linsenmanufaktur)	28
Abbildung 14: Falafel (Quelle: Günter Schumacher, Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal)29	
Abbildung 15: Falafel (Quelle: Günter Schumacher, Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal)29	
Abbildung 16: HOOOF - Mobile Regionalwert Metzgerei GmbH (Quelle: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	32
Abbildung 17: Produkte der BioMolkerei; Quelle: BioMolkerei Schauhof GmbH.....	39
Abbildung 18: Familie Zens; Quelle: BioMolkerei Schauhof GmbH.....	39
Abbildung 19: Blick in die Halle (Quelle: Bürgermolkerei Weimar)	40
Abbildung 20: Kühe auf der Weide auf dem Landgut Weimar (Quelle: Bürgermolkerei Weimar)	40
Abbildung 21: Käsevariationen (Quelle: Bürgermolkerei Weimar)	40
Abbildung 22: Neubau der Upländer Bauernmolkerei (Quelle: Upländer Bauernmolkerei)	41
Abbildung 23: Upländer Butterei (Quelle: Upländer Bauernmolkerei)	41
Abbildung 24: Mögliche Betriebe / Bereiche im REGIOwez (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	43
Abbildung 25: Angebote und Zielgruppen von regionalen Markthallen (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	44
Abbildung 26: Vorlage REGIOwez Business Model; von The Business Model Foundry; Weiterentwicklung	

REGIOwez Landesverband Regionalbewegung NRW e.V. Lizenz: CC BY-SA 4.0 - https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/	50
Abbildung 28: Verhandlungsgespräche (Quelle: Simon Malik, Bundesverband der Regionalbewegung e.V., 2021)	59
Abbildung 29: Altes AGRAVIS-Gelände in Willebadessen-Eissen (Quelle: M4 – Architekten)	63
Abbildung 30: Entwicklungsmöglichkeiten des Kornhausgeländes (Quelle: M4 – Architekten)	64
Abbildung 31: Ursprünglicher Zustand des Backsteingebäudes auf dem Gelände des REGIOwez in Eissen (Quelle: Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.)	65
Abbildung 32: Möglicher Ausbau des backsteingebäudes auf dem Gelände des REGIOwez in Eissen zu einem Coworkingspace / Kantine / Café / Ausstellungsraum (Quelle: M4 – Architekten)	65
Abbildung 33: Akteurinnen und Akteure bei der Auftaktveranstaltung der Öko-Modellregion. V.l.n.r.: Brigitte Hilcher (Regionalbewegung NRW), Andreas Engemann (Biolandhof Engemann), Laura Jäger (Öko-Modellregion Kulturland Kreis Höxter), Matthias Engemann (M4 – Architekten), Dorle Gothe (Regionalwert AG Rheinland), Norbert Hofnagel (Bürgermeister Stadt Willebadessen), Michael Stickeln (Landrat Kreis Höxter); Quelle: Jana Berger, Landesverband Regionalbewegung e.V.)	66
Abbildung 34: Zusammenarbeit mit der Öko-Modellregion. V.l.n.r.: Lina Schlieper (Öko-Modellregion Kulturland Kreis Höxter), Pauline Krause (Regionalbewegung NRW), Antje Lange und Frank Hesse (Quellenhof Gastronomie Service GmbH) © Ökomodellregion Kreis Höxter/Irina Jansen	67
Abbildung 35: Beispielhafter Prozessplan im Projekt REGIOwez Eissen 2022-2024 (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	68
Abbildung 36: Optionen zur Flächennutzung eines REGIOwez (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	69
Abbildung 37: Entwurf Hallenbau REGIOwez Eissen (Quelle: M4 – Architekten)	71
Abbildung 38: Entwurf Hallenbau REGIOwez Eissen (Quelle: M4 – Architekten)	72
Abbildung 40: Entwurf Ansicht der Studierenden Bohoorun, Hülsmann & Lohmann	74
Abbildung 39: Preisverleihung zum studentischen Wettbewerb (Quelle: Miriam Emme)	74
Abbildung 42: Entwurf Lageplan der Studierenden Steppat & Hillmann	75
Abbildung 41: Entwurf Lageplan der Studierenden Bohoorun, Hülsmann & Lohmann	75
Abbildung 43: Windkraft für regionale Ernährung (Quelle: ChatGPT, Landesverband Regionalbewegung e.V.)	79

Tabellen

Tabelle 1: Die Beispiele im Überblick (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025 auf Grundlage der Recherchen)	36
Tabelle 2: Die Beispiele im Überblick (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025 auf Grundlage der Recherchen)	42
Tabelle 3: Vergleich ausgewählter Rechtsformen (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025 nach https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/605672/ab60155705a7ae93efac23472fabee8a/rechtsformen-uebersichtstabelle-data.pdf)	60
Tabelle 4: Kalkulationsbasis (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	72
Tabelle 5: Investitionsplanung für Ausstattungsinventar (Quelle: Darstellung des Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.; 2025)	72

Linksammlung: Unternehmen der regionalen Lebensmittelverarbeitung und -vermarktung

BETRIEBE, DIE IM HANDBUCH BESCHRIEBEN WURDEN

Hephata Diakonie (Hofgut Richerode, Gut Halbersdorf Zechenhof), <https://www.hephata.de/>

Lebenshilfe-Werk Kreis Waldeck-Frankenberg e.V. (Hofgut Rocklinghausen), <https://www.lhw-wf.de/>

Linsenmanufaktur, <https://www.linsenmanufaktur.de/>

HOOF - Mobile Regionalwert Metzgerei GmbH, <https://www.hoof.bio/>

Naturverbund Niederrhein, <https://naturverbund.de/>

TAGWERK Bio Metzgerei, <https://www.tagwerkbio-metzgerei.de/>

Schlachthaus auf dem Archehof Windeck, keine eigene Internetseite, <https://www.g-e-h.de/arche-hoe-fe/216-arche-hof65>

Schlachthof Laufen, <https://stadtlaufen.de/schlachthof.html>

Upländer Bauernmolkerei, <https://www.bauernmolkerei.de/>

Bürgermolkerei Weimar, <https://www.bio-milch-kannmehr.com/>

Markt-Scheune Berghaupten, <https://www.markt-scheune.com/>

Markthalle Werra-Meißner, <https://www.markthalle-werra-meissner.de/>

BÄCKEREIEN / KONDITOREIEN

DLS Bäckerei, <https://www.ihredls.de/ueber-uns.html>

Herzberger Bio-Bäckerei, <https://www.herzberger-baeckerei.com/>

Kommunale Bäckerei in Wolframs-Eschenbach im Landkreis Ansbach: <https://www.kommunal.de/baeckerei-stadt>

Gemeinschaftsgetragene Bäckerei Gebäck, <https://gebaeck.net/>

KondiTOUREi – Mobile Produktveredelung am Hof, <https://konditourei.de/>

Bio Barth Bäckerei, <https://www.bio-barth.de/baeckerei/>

Schaalsee-Stulle, <https://www.schaalsee.de/erleben-erholen/tourismus/schaalsee-stulle>

Bio Bäckerei Decker, <https://www.bio-decker.de/>

CAFÉ, LADEN

Generationen-Café, Bistro & Naturkostladen, <https://www.zwerg-riese.de/>

machtSinn, Regionalladen, Bistro, <https://machtsinn.bayern/>

Mitgliederladen in Bremen, <https://supercoop-bremen.de/>

Stadtladen mit Anteilseignern, <https://www.stadtladen-don.de/>

Mitgliederladen, <https://oekoesel.de/>

Genossenschaftlich selbstverwalteter **Supermarkt**, <https://foodhub-muenchen.de/>

Markthalle DAN, <https://www.markthalle-dan.de/>

Hofladen, Café, Stadtladen, Hofmetzgerei, <https://johannsenshof.de/>

Hofladen und Gastronomie, <https://erlebnisbauernhof-gertrudenhof.de/>

Hofgastronomie, www.gutshof-mengersdorf.de

CATERER

Eigenbetrieb für kommunale Aufgaben und Dienstleistungen (EAD), Schulmensen Darmstadt: <https://ead.darmstadt.de/unser-angebot/schulen-kitas/gemeinschaftsverpflegung/>

Regionales Kitacatering, <https://knirpsundknolle.de/>

ERZEUGERGEMEINSCHAFT / GENOSSENSCHAFT

Murnau-Werdenfelser Rind, <https://murnauwerdenfelser.de/>

Hof Homann, Projekte in den Bereichen Landwirtschaft, Digitalisierung und Nachhaltigkeit, <https://www.hof-homann.de/>

FOODHUBS / VERTEILZENTREN

Food Hub Erkelenz, <https://www.regiofoodhub.de/> Mühlen

GEMÜSEVERARBEITUNG

Pentz GmbH, <https://www.pentz-online.de/>

GETREIDEVERARBEITUNG

Bio-regionale Genossenschaft Oberpfalz eG, Biogetreide – Lagerung und Aufbereitung, <https://www.birego.de>

KARTOFFELSCHÄLBETRIEB

Münsterland Knolle, Integrationsbetrieb, <https://www.muenster-land-knolle.de/>

Kartoffelhof Steinhauser, <https://www.kartoffelhof-steinhauser.de/kartoffelhof/>

KÜCHEN

Losseküche, <https://www.lossehof.de/konzept/vom-acker-in-die-kuche-in-die-vorratskammer/>

LINSENVERARBEITUNG

Hülsenreich, <https://huelsenreich.de/>

MARKTHALLEN

Hobenkoeoek, <https://hobenkoeoek.de/>

Plagwitzer Markthalle, <https://plagwitzer-markthalle.de/>

Schwäbische Markthalle Halbzeit, <https://h-albzeit.de/>

MOLKEREI / KÄSEREIEN

Molkerei Grafschaft Hoya, <https://www.molkerei-grafschaft-hoya.de/>

Hofmolkerei Volle Kanne GmbH, <https://volle-kanne.nrw/>

Milchhof Osterwiese, <https://www.milch-hof-osterwiese.de/>

Käserei Leupolz, <https://www.kaeserei-leupolz.com/>

MÜHLEN

Lerchenbergmühle – Mühle für Getreide und Hülsenfrüchte, <https://shop.lerchenbergmuehle.de/>

Mönsheimer Mühle, <https://www.moensheimer-muehle.de/home>

Hornbacher Mühle, <https://www.hornbacher-muehle.de/>

ÖLMÜHLEN

Ölmühle Garting, <https://oelmuehle-garting.de/>

Bliesgau Ölmühle, <https://bliesgauoele.de/>

SCHLACHTEN UND VERARBEITEN

Kreisschlachthof Garmisch-Partenkirchen, <https://www.lra-gap.de/de/kreisschlachthof.html>

Gläserne Biometzgerei Frohenbruch, <https://www.frohenbruch.de/>

TEIGWARENHERSTELLUNG

Kartoffelhof Steinhauser, <https://www.kartoffelhof-steinhauser.de/kartoffelhof/>

SONSTIGE / MISCHFORMEN

Herrmannsdorfer Landwerkstätten, <https://www.herrmannsdorfer.de/>

Öko-Bauernhöfe Sachsen GmbH, <https://www.oebis.de/>

Bio-Gemüse regional AG, <https://www.biogemuese-ag.de/>

Zahlreiche Plattformen für Direktvermarktung und Regionalvermarktungsinitiativen finden Sie im REGIOportal.

Zum REGIOportal des Bundesverbands der Regionalbewegung e.V.:

<http://regioportal.regionalbewegung.de/initiativensuche/neue-suche/>



Weitere Infos

INFOS ZUM THEMA AUSSERHAUS-VERPFLEGUNG

Modellvorhaben Gemeinschaftsverpflegung: Aufbau einer regionalen Wertschöpfungskette für die Vorverarbeitung von Biogemüse durch Inklusionsunternehmen: <https://www.fibl.org/de/themen/projektdatenbank/projektitem/project/2406>

Projekt: BioRegio Außer-Haus (Bodenseeregion), <https://www.bio-regio-ausser-haus.de/das-projekt>

Universität Hohenheim, Rückert-John, Jana; John, René; Niessen, Jan, 2010, Verstetigung des Angebots von ÖkoLebensmitteln in der Außer-Haus-Verpflegung: Analyse von Gründen für den Ausstieg und Ableitung präventiver Maßnahmen: https://orgprints.org/id/eprint/17824/1/17824-06OE093-uni_hohenheim-kromka-2010-verstetigung_birolebensmittel.pdf

INFOS ZUR STRUKTUR DER BIO-VERARBEITUNG

Struktur der Bio-Verarbeitung, Die mittelständische Öko-Hersteller-Landschaft in Deutschland, <https://www.boelw.de/news/struktur-der-bio-verarbeitung/>

INFOS ZUM THEMA FOOD-HUB

Sarah Himburg-Moreau und Thomas Marbach, 2025, Der hybride Foodhub Leipzig – mit digitalen Werkzeugen und analogen Impulsen für die Gemeinschaftsgastronomie https://kochanstalt.de/download/LR_02_2025-Himburg-Moreau+Marbach_Der_hybride_Foodhub_Leipzig-mit_digitalen_Werkzeugen_und_analogen_Impulsen_fuer_die_Gemeinschaftsgastronomie.pdf

Hochschule Fulda, Alina Weltle, 2022, Ein Food Hub für Frankfurt? Eine Studie aus Sicht der Außer-Haus-Verpflegung anhand von Best-Practice-Beispielen aus den USA und Kanada: https://www.hs-fulda.de/fileadmin/user_upload/HOLM/Abschlussarbeit_Alina_Weltle.pdf

INFOS ZUM THEMA GRÜNDUNG VON GENOSSENSCHAFTEN

Wir Garten Verein, Tipps zur Gründung von Genossenschaften, <https://www.wirgarten.com/genossenschaft/>

INFOS ZUM THEMA HOFNAHE SCHLACHTUNG

Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, ohne Angabe zum Jahr, Baden-Württembergischer Leitfaden zur Schlachtung von Huftieren im Herkunftsbetrieb, https://lw.landwirtschaft-bw.de/site/pbs-bw-mlr-root/get/documents_E940518411/MLR.LEL/PB5Documents/mlr/Fachrecht/BW_Leitfaden_Schlachtung_aktuell.pdf

Dr. Andrea Fink-Keßler, 2019, Leitlinie: Teilmobile Schlachtung von Rindern: https://www.biofleisch-handwerk.de/wp-content/uploads/2020/05/Leitlinien_teilmobile-Schlachtung-der_OG_Extrawurst_endg.pdf

Verband der Landwirte mit handwerklicher Fleischverarbeitung, 2021, Info-Brief Spezial 2-2021 Teilmobile Schlachtung: Weide- und Hoftötung: https://tierschutz.hessen.de/sites/tierschutz.hessen.de/files/2022-11/sonderausgabe_mobile_schlachtung-final_vlhf.pdf

INFOS ZUM THEMA HOFNAHE VERARBEITUNG

AgrarBündnis e.V. (2019). Handelshemmnisse für die hofnahe Verarbeitung und die Direktvermarktung beseitigen! https://www.agrarbuendnis.de/fileadmin/Daten-KAB/AB-Projekte/Projekt_Handeshemmnisse_Direktvermarktung/Diskussionspapier_AgrarBuendnis_DirVermarktung_und_Lebensmittelhandwerk_2019-05-21.pdf

INFOS ZU KONZEPTEN: HOUSE OF FOOD UND LEBENSMITTELPUNKTE

House of Food Frankfurt, <https://house-of-food-ffm.de/>

Lebensmittelpunkt Berlin, <https://ernaehrungsrat-berlin.de/lebensmittelpunkte/>

House of Food Freiburg, <https://ernaehrungsrat-freiburg.de/category/house-of-food/>

Lebensmittelpunkte Region Kassel-Land, <https://region-kassel-land.de/2022/03/05/projektabschluss-lebens-mittel-punkte-nahversorgung-in-doerfern-ist-moeglich/>

Ernährungsrat Freiburg & Region, 2021, Konzeptpapier erarbeitet im Auftrag des Umweltschutzamtes der Stadt Freiburg, House of Food* Ein regionales Ernährungs- und Agrikulturzentrum für Freiburg & Region“, https://ernaehrungsrat-freiburg.de/wp-content/uploads/2023/07/2023-07-17_hof_Konzeptpapier_neu.pdf

Hybrider Foodhup Leipzig, <https://www.food-hub-leipzig.de/>

INFOS ZUM THEMA LEGUMINÖSEN/-VERARBEITUNG

Kichererbsen aus Brandenburg – KIWERTa, <https://www.kichererbse-brandenburg.de/>,

Forschungs- und Innovationsprojekt Speiseleguminosen BioBayern, <https://www.lfl.bayern.de/speiseleguminosen>

INFOS ZUM THEMA LEBENSMITTELPUNKTE

Ernährungsrat Brandenburg, 2024, LebensMittel-Punkte Orte des guten Lebens für alle im ländlichen Raum schaffen: https://www.ernaehrungsrat-brandenburg.de/wp-content/uploads/2024/06/Broschue-re_LMP_web.pdf

Laura Calbet, Lisa Vollmer, Susanna Raab Autor*innen: Susanna Raab, Hannah Müller Unter Mitwirkung von: Ernährungsrat Berlin, Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg, 2022, LebensMittelPunkte

schaffen in Kooperation! Ein Handlungsleitfaden: <https://www.koopwohl.de/wp-content/uploads/2022/12/KoopWohl-Leitfaden-LebensMittelPunkte-web.pdf>

INFOS ZUM THEMA ENTWICKLUNG VON MOLKEREIEN

Ein Praxisleitfaden zur nachhaltigen Entwicklung der Milcherzeugung für Molkereien und ihre

Milchlieferanten, <https://qm-milch.de/wp-content/uploads/2021/10/Praxisleitfaden.pdf>

INFOS ZUM THEMA REGIONALE PROZESSE GESTALTEN

Stefan Gothe, 2006, Regionale Prozesse gestalten – Handbuch für Regionalmanagement und Regionalberatung

INFOS ZUM AUFBAU REGIONALER VERARBEITUNGSSTRUKTUREN

Institut für Ländliche Strukturforschung, Carla Wember, Lukas Dörrie, 2024, Aufbau regionaler Verarbeitungsstrukturen Wie gelingt eine Trendwende?: https://www.ifls.de/fileadmin/user_upload/Abbildungen/Publicationen/user_upload/RegionaleVerarbeitung_Bericht.pdf

Regionalbewegung NRW, 2022, Regionalitätsstrategie NRW: https://www.regionalbewegung.de/web/content/13627/Publicationen_Regionalitaetsstrategie%20NRW.pdf?unique=a3cc53ab544d-811c527872a148fe64f15fe2a11d

AUFBAU VON VERARBEITUNGSBETRIEBEN IM PROJEKTSTATUS

Niederrheinische Kornmanufaktur, <https://www.kornb.de/>, Aufbau einer Verarbeitungs- und Vermarktungsgemeinschaft für regionales Back-, Brau- und Brennereigetreide - Der Verein KornB e.V. engagiert sich für die Region. Für eine Regionalisierung des Back- und Braugetreideanbaus und für den Schutz und die Förderung des traditionellen Back- und Brauhandwerks

Hirseanbau für Gastronomie und Endverbraucher*innen, <https://biomusterregionen-bw.de/Lde/Startseite/Bio-Musterregion+Enzkreis/Bio-Enzkreis-Hirse+Projekt> – sechs Bio-Landwirte bauen Hirse an, diese wird in der Mühle geschält und für Endverbraucher und Gastronomie verpackt und verkauft.

Reffischaf, <https://reffischaf.de/>, Das Gemeinschaftsprojekt entwickelt ein Vermarktungskonzept und die dazu passenden Produkte aus regionalem Schafffleisch.

Milchhof Niemann, Aufbau einer Hofmolkerei, <https://www.milchhof-niemann.de/aufbau-hofmolkerei>

Modellvorhaben Gemeinschaftsverpflegung, <https://www.fibl.org/de/themen/projektdatenbank/projektitem/project/2406>, Aufbau einer regionalen Wertschöpfungskette für die Vorverarbeitung von Biogemüse durch Inklusionsunternehmen

Landesverband Regionalbewegung NRW e.V.

Der Landesverband Regionalbewegung NRW e.V. wurde 2016 gegründet und versteht sich seitdem als Dachverband für die vielfältigen Akteure regionalen Wirtschaftens, die zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung, einem nachhaltigen Konsum, der Förderung regionaler Wertschöpfungsketten, der Stärkung ländlicher Räume sowie einer Verbesserung der Stadt-Land-Beziehungen beitragen. Die Regionalbewegung sieht in einer auf regionalen Wirtschaftskreisläufen basierenden Wirtschaftspolitik einen wichtigen Beitrag zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Wahrung der regionalen Identität und zur Verbesserung der Lebensqualität von Mensch und Natur.

Die Regionalbewegung macht sich stark für eine offene, tolerante und weltweite Zusammenarbeit im Sinne der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und positioniert sich klar gegen jede Form von Ausgrenzung oder nationalistischer Gesinnung. Dabei ist sie offen für Menschen jedweder Nationalität oder Religionszugehörigkeit.

www.regionalbewegung.de

www.nrw.regionalbewegung.de

Gefördert durch die



rentenbank

