

Protokoll zum 1. Werkstattgespräch 2019 am 30.4.2019

9:00 bis 12:00: „Landwirtschaftliche Produkte und Regionale Wertschöpfung“

Veranstaltungsort: Friedrich Ludwig Jahn Str. 17a, Raum 115, Geographie, Universität Greifswald

Programm-Ablauf am 30.4.2019 im Überblick

Dienstag, 30.04.2019		9:00 bis 12:30	Moderation: Thomas Beil/ Dr. Michael Rühs
Start	Thema	ReferentIn	
9:00	Begrüßung und Vorstellungsrunde	Prof. Daniel Schiller/ Prof. Volker Beckmann Universität Greifswald	
9:15	Kurze Projekt-Vorstellung und Einführung	Dr. Michael Rühs Universität Greifswald	
9:25	Impulsreferat AP 2 Landwirtschaftliche Produkte	Dr. Johannes Fuchs Universität Greifswald	
9:50	Diskussion zum Vortrag und Arbeitsstand	Moderation: Thomas Beil Michael Succow Stiftung	
10:30	Pause mit kleinem Imbiss		
10:50	Erfahrungs-Austausch und Ideen- Sammlung	Moderation: Thomas Beil Michael Succow Stiftung	
11:50	Zusammenfassung und Ausblick auf Fokusgruppen im Herbst/ Winter		
12:00	Abschluss des Werkstattgesprächs und Ausklang beim „Reste-Essen“		

Die Liste der Teilnehmer*innen findet sich am Ende dieses Protokolls.



Kontakt: Dr. Michael Rühs
Lehrstuhl für Allg. Volkswirtschaftslehre und Landschaftsökonomie
Universität Greifswald, Institut für Botanik und Landschaftsökologie
Soldmannstr. 15, 17489 Greifswald
Tel. 03834 4204180
ruehs@uni-greifswald.de

Kurz-Protokoll zu wesentlichen Diskussionspunkten, Anregungen und Hinweisen

Diskussionsrunde 1 zum Vortrag:

Eine in VoCo „unterstellte“ klare Trennung zwischen Stadt- und Landbevölkerung wird in Frage gestellt. – Es wird dazu seitens der Projektvertreter betont, dass ein Bewusstsein für fließende Übergänge da ist, dennoch räumlich unterschiedlich starke Orientierung im ländlichen Raum in Richtung der größeren „Regionalen Zentren“ und „Landstädte“ gibt. Wer seinen Lebensschwerpunkt im ländlichen Raum hat, hat andere Erwartungen an diesen, als Auspendler, für die das ländliche Umfeld mehr Bedeutung in Sachen „Nächst- und Naherholung“ hat.

Es wird darauf hingewiesen, dass teils die ländliche Bevölkerung stark auf regionale Einkäufe und Produkte setzt (Dorfläden existieren neben den ALDI und LIDL im ländlichen Raum). → Landesverband Netzwerk Dorfläden MV; Landesinitiative Netzwerk Neue Dorfmitte MV

Der Regionalbeirat fördert Netzwerkarbeit, da Kommunikation häufig schon zwischen benachbarten Dörfern hapert (möglicherweise bedingt durch häufig ehrenamtliche Struktur). In der Erfahrung des Regionalbeirates, scheint es häufig noch am erkennbaren Eigeninteresse (im Sinne von Eigenanteilen) bei der Suche nach Förderung bei Klein- und Kleinsterzeugern zu mangeln.

Im Tourismussektor sind noch ungehobene Potenziale für den Absatz von Regionalen Erzeugnissen (Bsp. Zinzow, manche Chutney-Hersteller), weil die Gastronomen und Gästehäuser der „ersten Reihe“ nicht diese Angebote listen. – Woran klemmt es zwischen Anbietern und Abnehmern und was wäre da zu tun? (→ Fokusgruppen-Thema?) – Kann hier „Regionale Esskultur“ als kommunikativer Hebel Wirkung auf Nachfragebelebung erreichen? – Kombination mit „Philosophie und Gutem Service“ ist wichtig. (Regionale Produkte werden teils noch lieblos oder schroff angeboten und vertrieben.)

Daneben fehlt es häufig noch an „Points of Sale“ im LEH etc. (Thema für VoCo?)

Bereits bestehende Datenbanken zu Akteuren etc. (b. WFG mit Fördermitteln entstanden) sollte fortgeführt/aktualisiert und zugänglich gemacht werden (ggf. Zieldefinition für → RREP; Unternehmerverband einbinden). Vielleicht auch im Rahmen einer Vergleichsstudie zu anderen Regionen Deutschlands (Produktion/Verarbeitung; Distribution/Logistik; Nachfrage). Oder Lernen aus Projekten (Best Practice und Fehler, die zum Scheitern führen)

ÖPNV böte evtl. Anknüpfung bzw. Synergien (Beiladung bei Bussen, ILSE, etc.) für Food-Logistik im ländlichen Raum.

Wie können groß strukturierte Landwirte stärker einbezogen werden? Was macht Kulturen für die Landwirte attraktiv/ wettbewerbsfähig?

Diskussionsrunde 2: Ideen- und Erfahrungsaustausch

Wie weiter in VoCo?: Kleine/ Mittlere/ Große zum Austausch holen...

Unterschiedliche Schwerpunkte jeweils bedienen: Wachstum und Vernetzung oder Subsistenz-Sicherung. Einzelne Große oder Netzwerk Kleiner/ Mittlerer?

Kann VoCo dabei solche Unternehmer „mobilisieren“, die noch nicht auf dem Radar sind? (→ Befragung im AP 2!); Bzgl. „Förderwürdigkeit auch Aspekt „Identifikation von Unternehmergeist“: Was sind Kriterien und Indikatoren? (z.B. Eigenanteile und Risiko)

Langfristigkeit von Projekten (nach Auslauf der Startförderung) muss gestärkt werden.

Ideen zu Modellprojekten: Nicht nur Neues entwerfen, bestehendes aufnehmen und weiter entwickeln. → Austausch der Kümmerer/Netzwerker mit Formaten in den Regionen voran bringen (Angebote). Stadt HST dabei unbedingt (stärker) einbeziehen. → benötigt Finanzierung u. Träger. Wirtschaftsförderung in VG stärken (ähnlich wie Stabsstelle in VR).

→ Meck Schweizer auf VP ausrollen → *Pommern-Arche* ist angelaufen (evtl. „Flaggschiff“-Projekt zu Vernetzung und Regio-Vermarktung); auch *Lunch Vegaz* und Umfeld ist interessant. → „Regionale Esskultur“ auf VP ausrollen; → Vernetzung auf „Förderer-Ebene“ „über Regionen und Kommunale Grenzen“ hinweg (so wie VoCo mit dem WSG 1) – es fehlt ein „Kopf“ und Finanzen (Ko-Finanzierungen, privates Kapital abklopfen).

→ *Landfrugens* will einen „Kümmerer“ installieren und Produktion stärken; Vertrieb/ Verkauf kommt dann in der Folge.

→ Idee zum „Schaufenster Vorpommern“ am Pommern-Dreieck noch nicht praktisch realisiert (evtl. zunächst virtuell aufbauen). → Touristische Produkte um Angebote herum „mitdenken“ (Bsp. aus VR: Salzstraße, Käsestraße, Mühlenstraße, etc.), besonders für das „Küstenvorland“.

→ Kreativ-Workshops für Unternehmer

Uspände

- abo Stadtberollung?
- abo Haushaltvöllkung?
- Verbindung hostellen LEH ↔ Prod. → *Dorfleider?*
- fehlende Kommunikation / Kenntnisse
- gibt Strukturen, aber die bleiben unbekannt
- Ernstlichkeit / Professionalität: *Eigenwille / Risiko*
- Verkehrs-/Transportfrage: *ab Erzeugt*
- Label "regionale Esskultur": *Dienstleistungsprodukt Service*

Aktive?

- Bsp. Freder Ficker (M. Arbeit)
- "Wesaloff" vs. *Praktisch / Usche*
- Planungsbau VP

→ die große LWB einrichten? wie?
↳ als Unterstützer

*Ursache
Erfolgs-
Analyse*

Was kann/soll VoCo leisten?

- Vergleichshaken VoCo ↔ z.B. SH
- Fehleranalyse Best. Branche *und von hier*
- Übersicht erstellen (20) → 100
- Produktideen? *nicht aufgeschüt!*
- touristisches Produkt 'denkmalbauern'
- Kneipe Fußbus → *Tisch für Kochbuch Dilemas*

→ ein Modellprojekt? könnte sein...

- ? Pommer-Arche / Lunch Veget / *Platz*
- ? Schaufensker Vorpommern (Pommer-Δ) *Skilling*
- ? *virtuell??*
- ? *Netz-Schmerz* → *ausfallen??* *Nordvorteil*
- ? *Kreativ-Workshop* zum *Unternehmer-mentor*

Es gibt sehr ganz vieles!

- Strukturen
- Ideen
- Akteure
- Projekte

Woran sollte man arbeiten, damit mehr erfolgreiche Umsetzung geschieht?

- Regionale Esskultur → *Ausrollen*
- Vernetzung
- Unternehmensverbund VoCo
- Förderung *Wümmers* *mentoren*
- Basis anderer *Tisch* *lokale*
- Unternehmensgeist stärken *Ambitionen!*

Wümmers-Funktion

Logistik

Vermarktung