

Dreimonatliche Zeitschrift des Europäischen LEADER-II-Programms

LEADER II magazine

LEADER magazine [août-septembre-octobre 1997] - chaussée St-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Bureau de dépôt Bruxelles X

Sommer 97 Nr.15

**Landwirtschaft
und ländliche
Entwicklung**

Schweden

Kärnten

Cavan-Monaghan





Land: Spanien
Durchgeführte Aktion: Nachwachsende Rohstoffe
Kosten: 35 312 ECU
EU und andere öffentliche Mittel: 23 542 ECU
Privat: 11 770 ECU

“In der Sierra de Segura ist die Nutzung land- und forstwirtschaftlicher Abfälle ein besonderes Anliegen. Ein mit Biomasse betriebenes Kraftwerk verbrennt bereits Abfälle aus der Olivenölherstellung sowie Holzabfälle und Zweige aus forstwirtschaftlichen Unternehmen. Mittlerweile fördert LEADER auf Brachflächen den Anbau nachwachsender Rohstoffe (Raps und Roggen) zur Herstellung von Biodiesel. An diesem Projekt sind verschiedene Partner – die lokalen und regionalen Behörden, das landwirtschaftliche Forschungszentrum Cordoba (CIFA), die Universität Jaén, die Elektrizitätsgesellschaft von Sevilla, die Fachschule für ökologischen Landbau der Sierra sowie ein Autohersteller – beteiligt“.

Luis Parra,
LEADER Verantwortlicher



Land: Niederlande
Durchgeführte Aktion: Förderung der Blumenzwiebelzucht
Kosten: 283 500 ECU
EU: 40 500 ECU
Andere öffentliche Mittel: 27 000 ECU
Privat: 216 000 ECU

“Im Rahmen der Diversifizierung der Landwirtschaft unterstützt die LEADER-Gruppe Noordwest Friesland die Zucht von Blumenzwiebeln. Diese entspricht der lokalen Fruchtfolge und daher ist weit weniger Kunstdünger als in anderen niederländischen Regionen erforderlich. Für einige landwirtschaftliche Betriebe bietet diese Aktivität bereits ein neues Zusatzeinkommen; darüber hinaus führte sie zur Schaffung weiterer Arbeitsplätze im Gebiet. LEADER übernimmt 20% der Kosten für den Ankauf von Saatzwiebeln. Bis Ende 1997 soll diese Maßnahme etwa zwanzig Landwirten zugute kommen; so können rund 10 ha Blumen zusätzlich angepflanzt werden.“

Jan R. van Weperen,
LEADER-Koordinator



Land: Dänemark
Durchgeführte Aktion: Zentrum für Entwicklung und Innovation in der Landwirtschaft
Kosten: 132 000 ECU
EU und Staat: 66 000 ECU
Privat: 66 000 ECU

“Das Landbrugets Udviklings & Innovationscenter / LUIC (Zentrum für Entwicklung und Innovation in der Landwirtschaft) ist der Eckstein des Bornholmer LEADER-Programms. Mit seinem Beraterteam fördert und begleitet das Zentrum neue Aktivitäten: Tourismus auf dem Bauernhof; Zusammenschluß der daran beteiligten Landwirte in einem Verein; Nutzung der gastronomischen Potentiale der Insel (Lachs, Räucherhering, Käse) über kurze Vertriebswege (kooperative Zusammenschlüsse von Erzeugern, Restaurants und Kleinhandel); Einrichtung kleiner Schlachthöfe sowie von Verkaufsstellen auf Bauernhöfen zur Aufwertung von Hofprodukten, v.a. von Ziegenfleisch“.

Niels Chresten Andersen,
LEADER-Koordinator



Land: Frankreich
Durchgeführte Aktion: “Olivenbaumroute“
Kosten: 356 000 ECU
EU: 150 000 ECU
Andere öffentliche Mittel: 104 000 ECU
Privat: 102 000 ECU

“Dieses Projekt, das Landwirtschaft, Ökologie und Tourismus miteinander verbindet, führte zu einer landschaftlichen Neugestaltung in sechs Dörfern, zur Renovierung des architektonischen Erbes und zu einem verbesserten Angebot für Besucher in den sieben lokalen Ölmühlen. Mittlerweile ist die Trasse der “Olivenbaumroute“ festgelegt worden und in ganz Frankreich wird ein Führer für “Olivenbaumrouten“ angeboten. Eine intensive Werbekampagne erwies sich als sehr medienwirksam. Im Rahmen landwirtschaftlicher Umweltschutzmaßnahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik wird weiter an der Verbesserung der Landschaftsgestaltung gearbeitet“.

Gilberte Brémond,
LEADER-Verantwortliche

Kurz gesagt...

Yves Champetier, Direktor
der Europäischen Beobachtungsstelle LEADER

Im Rampenlicht: Schweden..... 4



Die ländliche Entwicklungspolitik in Schweden. Interview mit Marianne Stålberg, Generaldirektorin der Schwedischen Agentur für die Entwicklung des ländlichen Raums (GBV)

Landwirtschaft und ländliche Entwicklung: die notwendige Konvergenz..... 6



Bertrand Hervieu plädiert für eine Landwirtschaft, die den Erwartungen und Interessen der ganzen europäischen Gesellschaft und aller europäischer Gebiete entspricht. Drei Beispiele aus LEADER-Gebieten.

Europäische Maßnahmen zur Förderung junger Landwirte 14



Um junge Leute in ländlichen Gebieten zu halten, ihre Niederlassung als Landwirt zu erleichtern und ihnen zu ermöglichen, sich aktiv an der Entwicklung ihres Gebiets zu beteiligen, ist eine verstärkte Umsetzung der entsprechenden nationalen und gemeinschaftlichen Maßnahmen notwendig.

LEADER Cavan-Monaghan [Irland]: vom landwirtschaftlichen Betrieb zum ländlichen Unternehmen..... 15



In diesen beiden Counties an der Grenze zu Nordirland haben zahlreiche Landwirte ein zweites Standbein im Nebenerwerb gesucht. Eine Reihe von Höfen mausert sich so zu professionell betriebenen Unternehmen. Dabei werden sie von LEADER unterstützt.

Lokale Produktionsbereiche in Kärnten: LEADER und die Landwirtschaft 19



Basierend auf traditionellen, aber viel zu wenig genutzten Agrarerzeugnissen werden "lokale Entwicklungssektoren" aufgebaut – dies führt zu einer Neubelebung der Wirtschaft in den drei Kärntner LEADER-Gebieten.

Diese 15. Ausgabe von LEADER Magazine befaßt sich nicht nur mit den wesentlichen – und vielfältigen – Aufgaben der Landwirte für die Entwicklung des ländlichen Raums, sondern auch mit dem tiefgreifenden Wandel, dem die europäische Landwirtschaft unterworfen ist, sowie mit den Perspektiven, die sich für ländliche Gebiete in der heutigen Zeit daraus ergeben.

Ein Teil dieser Veränderungen wird durch neue Erwartungen der Verbraucher in Bezug auf Qualität und Vielfalt der Agrarprodukte und Nahrungsmittel bestimmt. Die steigende Nachfrage nach Qualitätserzeugnissen bietet den ländlichen Gebieten und deren Unternehmen neue Möglichkeiten. Auf dem letzten Seminar der Europäischen Beobachtungsstelle LEADER wurde dieses Thema im Zusammenhang mit den spezifischen Aufgaben der lokalen Aktionsgruppen vertieft angesprochen.

Denn rund fünfzig lokale Aktionsgruppen aus 6 Mitgliedstaaten hatten sich vom 11. bis 15. Juni 1997 in der kleinen Stadt Kinsale (LEADER-Gebiet West Cork, Irland) getroffen, um das Thema "Kooperative Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse über lange Vertriebswege" zu behandeln.

Hier wurden verschiedene methodische Ansätze kleinerer ländlicher Erzeuger von Agrarprodukten und Nahrungsmitteln zum Verkauf ihrer Erzeugnisse außerhalb ihres Kleingebietes und außerhalb ihrer Region vorgestellt.

Durch die Produktion hochwertiger Agrarerzeugnisse und Lebensmittel können sich für Landwirte und Veredelungsbetriebe im ländlichen Raum neue interessante Perspektiven eröffnen. Aber aufgrund ihrer Produktionsmenge und Produktpalette, aufgrund unzureichender kaufmännischer Fähigkeiten oder z.B. Schwierigkeiten beim Informationszugang sehen viele die Erschließung neuer Märkte als viel zu schwierig oder sogar außerhalb der Reichweite der eigenen Möglichkeiten an.

Die sechs in Rahmen dieses Seminares vorgestellten Fallstudien bieten einen Überblick über die vielfältigen Initiativen der ländlichen Aktionsträger in Irland, Spanien, Frankreich und Italien. Sie zeigen die Aspekte auf, die für den Erfolg entscheidend sind: Gründung geeigneter Veredelungsanlagen, Produktqualität, Zusammenschluß von Erzeugern, ausreichende Angebotsmenge und Produktpalette, regelmäßige Lieferungen, hohe Professionalität, leistungsfähige Handelsorganisation usw.

Auf diesem Seminar wurde auch die Aufgabenstellung der LEADER-Gruppen präzisiert: Da sie in enger Verbindung mit der Bevölkerung arbeiten, kennen sie die Möglichkeiten und Potentiale des Gebiets und können somit eine wichtige Rolle bei der Anregung von Initiativen, bei der Fortbildung und der Vernetzung der beteiligten Erzeuger spielen und deren Projekte in den verschiedenen Phasen aktiv begleiten.

Darüber hinaus besteht ihre Aufgabe auch darin, das für den Erfolg notwendige Fachwissen der verschiedenen Partner und spezialisierten Einrichtungen zu mobilisieren, wie z.B. in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Design und Verpackung der Produkte, Durchführung von zielgruppenspezifischem Marketing.

Unter solchen Bedingungen können ländliche Gebiete diese neuen, wettbewerbsfähigen Aktivitäten mit hohem Wertzuwachs und folglich auch neuen Beschäftigungswirkungen nutzen. Unter diesen Bedingungen können sie ihr Know-How und eine ganze Reihe bisher zu wenig genutzter Potentiale aufwerten und dem Verbraucher eine immer vielfältigere Palette lokal- und regionaltypischer Erzeugnisse aus der Europäischen Union anbieten. <



Im Rampenlicht

Schweden

Große Entfernungen und eine geringe Bevölkerungsdichte sind die beiden Hauptprobleme für die Entwicklung des ländlichen Raums in Schweden.

Das krasse Nord-Süd-Gefälle der Besiedlung prägt die Entwicklung der schwedischen Regionen und die Raumplanung: In der südlichen Landeshälfte lebt der größte Teil der Bevölkerung, der sich auf drei große städtische Ballungsgebiete und zahlreiche kleinere Kommunen konzentriert. Der Norden, Ziel 6-Gebiet der europäischen Strukturfonds, ist mit 2,2 Einwohnern/km² der größte "leere" Raum in der Europäischen Union.

In bezug auf seine Nachteile (rauhes Klima im Süden und im Norden; lange Wege zum Arbeitsplatz oder zu Dienstleistungseinrichtungen) und seine Vorteile (hohe Lebensqualität, gut erhaltene Umwelt, aktives Vereinsleben, starke Autonomie der lokalen Gebietskörperschaften) bildet der schwedische ländliche Raum zwar eine Einheit, geo-ökonomisch jedoch lässt er sich in drei große Gebiete aufteilen:

- > das besonders dünn besiedelte Nordschweden mit seinen reichhaltigen Bodenschätzen und großen Waldgebieten, die für die großen Exportsektoren der schwedischen Wirtschaft (Eisen- und Stahlindustrie, Metallverarbeitung, Papier und Nutzholz) von besonderer Bedeutung sind;

- > der Süden, in dem die schwedische Landwirtschaft (v.a. Viehzucht) am stärksten ist. Auch hier ist die Forstwirtschaft nicht zu unterschätzen;
- > die "Schären", d.h. die schwedischen Inseln mit ihrem spezifischen Lebensraum, die von ihrer Landschaft, aber auch von ihrer Architektur und ihren Freizeitmöglichkeiten her so viel zu bieten haben.

Verstädterung

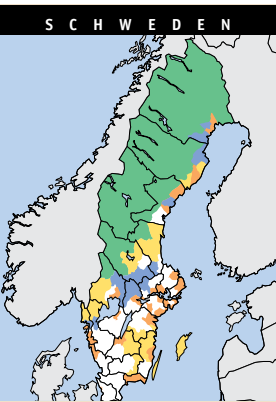
In den fünfziger Jahren erlebte der schwedische ländliche Raum tiefgreifende sozio-demographische Veränderungen: Produktionssteigerungen aufgrund der Modernisierung der landwirtschaftlichen Betriebe führten zu einem Rückgang der Beschäftigung in der Land- und Forstwirtschaft, der wiederum eine auffallende Landflucht in die drei großen Ballungsgebiete des Landes – Stockholm, Göteborg und Malmö – zur Folge hatte. Der Bevölkerungsrückgang auf dem Land setzte sich während der siebziger und Anfang der achtziger Jahre, allerdings weniger ausgeprägt, fort. Aber in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre zeichnete sich im ganzen ländlichen Raum eine Trendwende ab: Zum ersten Mal seit hundert Jahren nahm die Landbevölkerung wieder zu. Aber diese Wende kommt vor allem den Stadtrandgebieten zugute; in den nordischen Regionen ist immer noch eine – jedoch weniger starke – Abwanderung zu beobachten.

"Ganz Schweden soll leben"

Seit den sechziger Jahren gibt es im Rahmen der schwedischen Agrarpolitik spezifische Maßnahmen zur Förderung der ländlichen Gebiete. Mitte der siebziger Jahre wurde eine umfassende Politik zur Entwicklung des ländlichen Raums geschaffen, die auf nachhaltige Entwicklung, soziale Kohäsion und Zugang zu Dienstleistungen, die qualitativ denjenigen der Städte entsprechen, ausgerichtet war. 1977 wurde der Schwedische Beirat für die ländliche Politik gegründet.

Zwei Jahre später wurde ein umfassendes Programm zur Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft und, durch die Gründung kleiner Unternehmen, zur Entwicklung von landwirtschaftsunabhängigen Aktivitäten entwickelt.

In den achtziger Jahren kam es zu einem Aufschwung des "bottom up"-Entwicklungsansatzes: Immer mehr Akteure aus den verschiedensten Bereichen beteiligen sich aktiv an



- Ziel 2
- Ziel 5b teilweise förderfähig
- Ziel 5b
- Ziel 6

Gesamtfläche: 449 964 km² (davon 38 459 km² Binnengewässer)

Bodennutzung:

Forsten: 243 340 km² • Landwirtschaft und Viehzucht: 35 165 km²

Bevölkerung (1994):

8 816 381 Einwohner • jünger als 20 Jahre: 24% • älter als 60 Jahre: 22%

Bevölkerungsdichte: 20 Einwohner/km² (EU: 115 Einw./km²)

BIP/Einw. (1995): 19 786 ECU (EU: 17 242 ECU)

Arbeitslosigkeit (1996): 9,9% (EU: 10,9%)

Im Rahmen der Strukturfonds (1995-1999) förderwürdige Gebiete

Ziel 2: 30 400 km²; 966 000 Einw.; EU: 160 Millionen ECU

Ziel 5b: 57 650 km²; 657 000 Einw.; EU: 138 Millionen ECU

Ziel 6: 225 000 km²; 449 000 Einw.; EU: 252 Millionen ECU

Ländlicher Raum (1995)

Bevölkerung des ländlichen Raums:

23% der Gesamtbevölkerung (EU: 14%)

Bevölkerungsdichte: 19 Einw./km²

Landwirtschaft:

0,8% des BIP
durchschnittliche Betriebsgröße (> 2 ha): 32 ha

Forstwirtschaft:

1,1% des BIP
durchschnittliche Betriebsgröße (> 2 ha): 40 ha

Fremdenverkehr: 3,2% des BIP • 175 000 Arbeitsplätze

lokalen Entwicklungsansätzen. Die lokale Bevölkerung möchte vor allem negative Folgen der Kommunalreform auffangen, die in den sechziger und siebziger Jahren stattgefunden hatte: Von den 1960 noch vorhandenen 1 031 Kommunen blieben 1974 nur noch 278 übrig. Aber die Kommunen hatten in Schweden schon immer eine wesentliche Rolle für den sozialen Zusammenhalt und das Dienstleistungsangebot für die Bevölkerung gespielt (Sozialversicherung, Primar- und Sekundarunterricht, Kultur usw.). Ein Beweis für diese aktive Auseinandersetzung der lokalen Bevölkerung mit Entwicklungsfragen ist das Projekt "Hela Sverig ska leva" ("Ganz Schweden soll leben"). Diese 1988-1989 im Rahmen der Kampagne zur Förderung des ländlichen Raumes durchgeführte massive Sensibilisierung der Bevölkerung für Probleme des ländlichen Raumes führte zur Gründung von 3 500 "lokalen Gruppen", die im "Folkörelseradet" (dem Rat der Volksbewegung) zusammengeschlossen sind und sich mit Entwicklungsthemen befassen. Ihre Hauptaufgabe besteht in der Begleitung der lokalen Entwicklung durch Maßnahmen im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Bereich.

1990 wurde der Schwedische Beirat für die ländliche Politik durch die Schwedische Agentur für die Entwicklung des ländlichen Raumes GBV ("Glesbygdsverket") ersetzt, die sich multisektoral mit allen Fragen der ländlichen Entwicklung auseinandersetzt. Die GBV fördert die Koordinierung aller für den ländlichen Raum bestimmten Maßnahmen und Programme; sie unterstützt die Umsetzung innovativer Projekte in so verschiedenen Bereichen wie Beschäftigung, Unternehmensgründung, Dienstleistungen, kommunale Planung, Kultur, Maßnahmen zugunsten von Frauen und Jugendlichen usw.

Seit dem Beitritt Schwedens in die Europäische Union beteiligt sich die GBV an der Umsetzung der meisten Gemeinschaftspolitiken für ländliche Ziel 5b-Gebiete, und, im Rahmen bestimmter Programme, wie z.B. LEADER, auch für Ziel 6-Gebiete. Bei der Vorbereitung von LEADER II hat die Agentur eine Schlüsselrolle gespielt. Sie koordiniert die Umsetzung der Initiative landesweit und bietet den lokalen Aktionsgruppen technische Hilfe (Beratung, Fortbildung, Information) an.

LEADER II: Komplementarität und Innovation

Da es sich bei LEADER um einen integrierten, multisektoralen Ansatz handelt, paßte er gut zu den Zielsetzungen der allgemeinen schwedischen Regionalpolitik.

Wie Finnland hat auch Schweden zwei "regionale" LEADER II-Programme entwickelt, eines ist für die Ziel 5b-Gebiete, das zweite für die Ziel 6-Gebiete bestimmt. Die geschätzten Gesamtkosten für das 5b-Programm liegen bei 71,8 Millionen ECU, von denen 12,1 Millionen ECU aus Gemeinschaftsmitteln stammen. Das zweite regionale Programm für die Ziel 6-Gebiete schlägt mit einem Gesamtwert von rund 14,10 Millionen ECU zu Buche und wird mit ca. 4 Millionen ECU Gemeinschaftsmitteln gefördert. In beiden Fällen werden hohe Beträge an Privatmitteln zur Verfügung gestellt, die sich in Ziel 5b-Gebieten auf rund 44% und in Ziel 6-Gebieten auf rund 43% der Gesamtkosten belaufen. Insgesamt hat die schwedische Regierung – auf Empfehlung der GBV und nach Auswahl durch einen unabhängigen Bewertungsausschuß – 12 lokale Aktionsgruppen ausge-

wählt. Ausschlaggebend waren die drei besonders wichtigen Selektionskriterien: "regionale Vielfalt" (geographisches Gleichgewicht), Modellcharakter (Innovation und Übertragbarkeit) und "lokale Repräsentativität" (vielfältige Partnerschaften auf lokaler Ebene).

Die Gemeinschaftsinitiative LEADER ist in Schweden gut von den nationalen Maßnahmen und anderen Gemeinschaftsprogrammen abzugrenzen.

Chancengleichheit und Umweltverträglichkeit sind zwei unverzichtbare Werte für die schwedischen Aktionsgruppen, die über eine weitreichende Autonomie verfügen.

Die Entwicklung Lapplands (in Schweden leben rund 17 000 Lappen) ist einer der Schwerpunkte des LEADER-Programms für Ziel 6-Gebiete. Der "Folkörelseradet", GBV und andere an der ländlichen Entwicklung beteiligte Stellen haben gemeinsam die Betreuung des schwedischen LEADER II-Netzwerks übernommen, das im Juni dieses Jahres seine Arbeit aufgenommen hat. <

GBV [Glesbygdsverket / Schwedische Agentur für die Entwicklung des ländlichen Raumes]

Splintvägen 1, S-83172 Östersund

Tel.: +46 63 826 00 – Fax: +46 63 862 92



Frau Marianne Ståhlberg, Generaldirektorin der Schwedischen Agentur für die Entwicklung des ländlichen Raums [GBV]

Frau Ståhlberg, welche "europäische" Aufgabe hat die GBV?

Bei ihrer Gründung im Jahr 1991 erhielt die Schwedische Agentur für die Entwicklung des ländlichen Raums eine Hauptaufgabe: Sie trägt Sorge dafür, daß die ländlichen Gebiete die Möglichkeiten der schwedischen Regionalpolitiken maximal ausschöpfen. Seit dem Beitritt Schwedens in die Europäische Union betreuen wir ebenfalls das LEADER II-Programm und koordinieren die Ziel 5b-Programme. Da wir im Herzen des ländlichen Raumes in Schweden arbeiten, ist der europäische Aspekt für uns besonders motivierend.

"Partnerschaft" ist im Rahmen von LEADER ein Schlüsselbegriff. Wie wird dieses Konzept konkret im schwedischen ländlichen Raum umgesetzt?

Ich bin sehr froh, daß Sie diesen Punkt ansprechen. Denn gerade der partnerschaftliche Ansatz macht LEADER II in Schweden so innovativ. Alle schwedischen Aktionsgruppen arbeiten an der Entwicklung ihrer Gebiete in enger Partnerschaft mit den lokalen Vereinen, den Dorfausschüssen, den Schulen, dem öffentlichen und dem Privatsektor. "Lokale Repräsentativität", d.h. das Vorhandensein von Vertretern der verschiedenen sozialen und wirtschaftlichen Bereiche und der Bevölkerung war bei der Auswahl der LEADER-Gruppen eines der ausschlaggebenden Kriterien, und ich kann zufrieden feststellen, daß die Aktionsgruppen diesem Kriterium ebenfalls eine große Bedeutung beimessen.

Was können die schwedischen lokalen Aktionsgruppen den anderen europäischen LEADER-Gruppen bieten, und was können sie von ihnen lernen?

Ich glaube, daß der schwedische Beitrag insbesondere zwei Bereiche betrifft: Umweltschutz und Beteiligung der Frauen am Entwicklungsprozeß. In beiden Bereichen verfügen wir über gute Erfahrungen, die auf den Anfang der siebziger Jahre zurückgehen. In ganz Schweden arbeiten zahlreiche lokale Vereine im Geist der "Agenda 21", die auf dem Gipfel von Rio verabschiedet wurde und Umweltthemen zu einem Schlüsselanliegen macht. Bei vielen Programmen der ländlichen Entwicklung spielen Frauen, aufgrund ihrer Arbeit in den Organisationen, aber auch als Projektverantwortliche häufig eine wichtige Rolle. Was wir von den anderen Ländern lernen können, ist vor allem die Zusammenarbeit im Rahmen lokaler Partnerschaften, in denen der Privatsektor besonders stark vertreten ist.

<

Landwirtschaft und ländliche Räume die notwendige K...

Es kann nicht gleichzeitig der Landwirtschaft gut und dem ländlichen Raum schlecht gehen. Es ist nicht möglich, über die Zukunft des ländlichen Raumes in Europa nachzudenken, ohne dabei die Rolle der Landwirtschaft in der ländlichen Raumordnung zu berücksichtigen. Wie also ist eine Landwirtschaft beschaffen, die den Erwartungen und Interessen der ganzen europäischen Gesellschaft und aller europäischer Gebiete entspricht?

BERTRAND HERVIEU

Bertrand Hervieu, Forschungsdirektor im Französischen Zentrum für Wissenschaftliche Forschung CNRS, interessiert sich besonders für den Wandel im ländlichen Raum und für Änderungen in den Agrarpolitiken. Er hat zahlreiche Publikationen über den französischen ländlichen Raum veröffentlicht und ist Mitglied der "Gruppe von Brügge", der etwa zwanzig europäische Persönlichkeiten angehören, die einen Beitrag zur gesellschaftspolitischen Debatte über die Zukunft der Agrarpolitik leisten.

Zwei Hürden stehen der ländlichen Entwicklung im Weg: Kann man sich ländliche Entwicklung nur in Verbindung mit der Entwicklung der Landwirtschaft vorstellen? Kann man sich den ländlichen Raum unabhängig von der Landwirtschaft oder gar gegen sie ausgerichtet vorstellen?

Wer ländliche Entwicklung nur agrarabhängig konzipiert, endet in zahlreichen, hinlänglich bekannten Sackgas-



che Entwicklung: Konvergenz

sen. Denn die landwirtschaftliche Bevölkerung stellt nur noch einen kleinen Teil der Berufsbevölkerung des ländlichen Raumes dar: In einem gewissen Sinne führte das Konzept der ländlichen Entwicklung zu der Erkenntnis, daß das schwindelerregende Wachstum der Produktivitätssteigerung in der Landwirtschaft dazu verpflichtet, neue Quellen der Wertschöpfung und der Beschäftigung im ländlichen Raum zu erschließen, um die Bevölkerung vor Ort zu halten und die Landflucht zu stoppen. Somit läßt sich die Behauptung aufstellen, daß die Probleme der ländlichen Entwicklung gerade aus dem Erfolg des produktivistischen landwirtschaftlichen Modells resultieren.

Deshalb haben wir es mit folgendem Paradox zu tun: In einer Zeit, in der Europa eine landwirtschaftliche und agro-industrielle Großmacht wird, geht seine bäuerliche Kultur zu Ende und ein Teil seiner Gebiete wird für die Landwirtschaft unbedeutend. Es entsteht eine beeindruckende Konzentrationsbewegung, in der die Produk-

tion sich den Verarbeitungs- und Vertriebsmöglichkeiten annähert. Das Hafendreieck Rouen-London-Amsterdam verfügt über eine solche Anziehungskraft. Man könnte sich gut vorstellen, daß sich 60 bis 70% der europäischen Agrarproduktion in den nächsten dreißig Jahren an die Nordsee- und Ärmelkanalküste, von Brest bis Kopenhagen, verlagern werden.

Auch wenn es der Landwirtschaft gut geht, kann es einem großen Teil der ländlichen Gebiete schlecht gehen. Deshalb ist es unmöglich, über die Zukunft des ländlichen Raumes nachzudenken, ohne die Rolle der Landwirtschaft in der Raumordnung zu berücksichtigen, zumal der europäische Beitrag zur Lösung dieses Problems v.a. über den Agrarhaushalt abgewickelt wird: 1997 handelte es sich um 40 Milliarden ECU, also um mehr als die Hälfte des Haushaltes der Europäischen Union!

Wie kann man diese Feststellung berücksichtigen und eine Landwirtschaft konzipieren, die den Erwartungen und Interessen der europäischen Gesellschaft und ihrer Gebiete entspricht? An erster Stelle stünde in einem solchen Programm die Tatsache, daß die Landwirtschaft nicht nur materielle, sondern auch immaterielle Güter produziert; nicht nur Nahrungsmittel, sondern auch andere Agrarerzeugnisse, nicht nur Handelswaren, sondern auch Werte, die nicht gehandelt werden können.

Qualität als Angelpunkt für Änderungen

Für Nahrungsmittel bieten sich folgende Leitlinien an: Das Ziel muß nicht mehr die Produktion von Quantität sondern von Qualität sein. Wahrscheinlich ist Qualität der Dreh- und Angelpunkt für die notwendigen wirtschaftlichen und kulturellen Änderungen.

Der erste Aspekt der Qualität betrifft die Produktqualität im eigentlichen Sinne. Hier werden die Anforderungen immer härter und in manchen Fällen sogar widersprüchlich; aber diese Widersprüche dürfen das Wesentliche nicht verschleiern: In Europa gab es in der Nahrungsmittelbranche innerhalb der letzten 15 bis 20 Jahre einen Standardisierungsprozeß, und die überall vergleichbaren Nahrungsmittel, die jetzt auf dem Markt sind, haben einen Beitrag dazu geleistet. Natürlich ging das Ganze nicht ohne einige Episoden ab, die das Bewußtsein der Verbraucher geschärft haben: Man erinnere sich nur an die Wogen, die bei der Affaire der mit Hormonen gezüchteten Kälber oder bei der BSE-Epidemie ("Rinderwahnsinn") hochkamen.

In bezug auf Gesundheits- und Hygieneprobleme bei der Ernährung ist die öffentliche Meinung sehr empfindlich geworden, und Verbraucheransprüche gelten für Massen-





“Ein Raumordnungskonzept zur Förderung der Ansiedlung junger Landwirte”

Jacques Fournier [LEADER Livradois-Forez, Frankreich]



Im Ance-Tal im Regionalen Naturpark Livradois-Forez (Auvergne) sind 30% der erwerbstätigen Bevölkerung in der Landwirtschaft beschäftigt, aber viele landwirtschaftliche Betriebsleiter sind nicht mehr jung und haben keine Erben. Die extreme Zersplitterung der Parzellen und die zunehmende Ausdehnung der Wälder in den Tälern führen nach und nach zum Verschwinden der offenen Landschaften rund um die Dörfer und Ortschaften. Diese Verschlechterung hat u.a. die Folge, daß junge Landwirte sich schon vor ihrer Niederlassung entmutigt fühlen (es ist schwierig, die für einen land- oder forstwirtschaftlichen Betrieb notwendigen Flächen zu erhalten; aufgrund des Umbaus von Bauernhöfen in Ferienhäuser fehlt es an der notwendigen Bausubstanz). Seit 1992 wurde in mehreren Kleingebieten des Livradois-Forez, u.a. im Ance-Tal, auf Initiative der Parkleitung ein neuer Raumordnungsansatz entwickelt. Daran sind mittlerweile 55 Kommunen (rund 1 000 km²) beteiligt; er zielt darauf ab, mit Hilfe lokaler Arbeitsgruppen mittel- und langfristige Ziele der Bodennutzung festzulegen, mit denen sich die lokalen Behörden und alle anderen sozio-ökonomischen Gruppen des Gebietes einverstanden erklären können.

Dieses teilweise von LEADER I finanzierte Vorhaben verlief in vier Phasen:

1) Das Konzept wurde den Gemeinderäten vorgestellt; sie verpflichteten sich, Raumnutzungssziele für einen Zeitraum von 15 Jahren zu erarbeiten, in enger Konzertierung mit den benachbarten Kommunen zusammenzuarbeiten und eine für die lokale Bevölkerung repräsentative Arbeitsgruppe zusammenzusetzen.

2) Arbeitsgruppen haben die Bodennutzung, die Nutzer landwirtschaftlicher Flächen, spezifische Aspekte der Raumordnung im Zusammenhang mit der Lebens- und Landschaftsqualität, mit der Agrar- und Forstwirtschaft, dem Tourismus, der Jagd und der Fischerei usw. ermittelt und kartographiert. Diese Analyse führte zu einem Synthesebericht der, nach Annahme durch die lokale Bevölkerung, als Referenzsystem für das gesamte Gebiet galt.

3) Anschließend wurde ein erstes Aktionsprogramm erarbeitet. Im April 1996 wurde dieses Programm in Form eines “Gebietsvertrages” von den lokalen Behörden und allen Partnern im Ance-Tal unterschrieben.

4) Ein Jahr nach der Unterzeichnung des Aktionsprogramms “Ance-Tal” mit seinen 13 Maßnahmen wurden auf einer Sitzung Bilanz gezogen und der Stand des Fortschritts der Vorhaben geprüft. Als Beispiele seien genannt:

- > Einrichtung eines “Hofes zur Vorbereitung junger Landwirte auf ihre Niederlassung” (die Kommune hatte in einem Dorf, in dem der letzte aktive Landwirt in den Vorruehstand gehen wollte, dessen zum Verkauf stehendes Haus angekauft. In diesem Zentrum wurden 1996 mehrere Kandidaten, die sich als Landwirte niederlassen wollten, auf ihre Niederlassung vorbereitet.
- > 60 ha Boden wurden wieder bewirtschaftungsfähig gemacht.
- > In einem landwirtschaftlichen Gebiet wurde ein Waldstück in der Nähe eines Ortes und einer Departementsstraße gerodet und wieder der landwirtschaftlichen Nutzung zugeführt.
- > Grundstücksreserven wurden angelegt und mit Hilfe von LEADER II wurde ein Entwicklungsberater eingestellt, der Grundstückseigentümer, die ev. Boden verkaufen möchten, mit Landwirten zusammenbringt, die sich hier niederlassen möchten. So soll der Grundstücksmarkt nach und nach neu belebt und mobiler gestaltet werden.

Das Verfahren beruht auf einer langfristig angelegten Betreuung und Begleitung. An erster Stelle müssen die lokalen Behörden, die Landwirte, Jäger, Forstwirte, Fischer, die im Fremdenverkehr Beschäftigten und der Handel sich zusammensetzen und zusammen arbeiten, um die Voraussetzungen für die zukünftige Entwicklung ihres Gebiets zu schaffen. Dabei handelt es sich um eine langfristige Aufgabe, deren erste Ergebnisse sich in Form konkreter Projekte vor Ort abzeichnen. <



produkte ebenso wie für Luxuserzeugnisse. Diejenigen, die sich über Übertreibungen in diesem Bereich aufregen, behaupten, daß nicht nur zu viele, sondern auch zu subjektive Qualitätskriterien gelten: Trotzdem sollten sie sich für die Probleme interessieren, die heute mit der Ermittlung der Qualität von Nahrungsmitteln verbunden sind. Qualität umfaßt folgende Aspekte: geschmackliche Qualität, Nährwertqualität, Hygiene, d.h. Frische und Konservierung; Qualität der Präsentation usw. Produzenten, Händler und Verbraucher schätzen diese verschiedenen Aspekte unterschiedlich ein und haben auch unterschiedliche Meinungen zu jedem dieser Aspekte. Trotzdem ist es möglich, Definitionen zu ermitteln und den Begriff im Rahmen einer allgemeinen Debatte weiter auszubauen und zu verbessern: Label und geschützte Ursprungsbezeichnungen sind ein gutes Beispiel für das, was machbar ist und haben bemerkenswerte Auswirkungen auf bestimmte Produktionsbereiche oder Regionen. Dieser Ansatz wird übrigens stark durch die LEADER-Programme unterstützt.

“Standardisierte Maßarbeit”

Es wäre jedoch falsch, aus diesem Beispiel abzuleiten, daß der Qualitätsansatz und seine interne Logik nur auf außergewöhnliche Produkte und kleine Mengen anzuwenden wäre. Qualität wird vielmehr auch beim täglichen Konsum gefordert, bei “gewöhnlichen” und “veredelten” Produkten. In der ganzen Gesellschaft ist die Sorge um Gesundheit und Geschmack vorherrschend geworden. Parallel zur Zunahme von standardisierten, leicht servierbaren Fertigprodukten für den täglichen Verzehr, die genauen Qualitätskriterien und Sicherheitsanforderungen entsprechen müssen, wächst das Angebot seltener, deutlich abgegrenzter, “anderer” Erzeugnisse: lokal- und regionaltypische Erzeugnisse, Produkte vom Bauernhof, Erzeugnisse mit Qualitätslabel, die noch zubereitet werden müssen, usw. Der wachsende Konsum von Fertigprodukten verläuft parallel zu einer bemerkenswerten Entwicklung der Gastronomie. Dieses Konsumverhalten entwickelt sich in unseren Ländern vor allem im Zuge der Veränderung der Vertriebssysteme. In einigen Ländern können Produkte des allgemeinen Bedarfs und Qualitäts-erzeugnisse im gleichen Laden gekauft werden: Qualitätsprodukte werden heutzutage nicht mehr ausschließlich vom spezialisierten Handel oder von großen Feinkosthändlern zum Verkauf angeboten. Auch die Supermarktketten haben ihre Qualitätsansprüche, und suchen immer stärker nach originellen Erzeugnissen, nach Produkten, die sich aufgrund ihrer besonderen Herkunft und ihres Charakters von den übrigen abgrenzen lassen, und die gleichzeitig eine stets gleichbleibende Qualität aufweisen. Das hochwertige Erzeugnis aus bäuerlicher Eigenproduktion ist auch für sie interessant und



Herstellung von Ziegenkäse
im LEADER-Gebiet **Rhodos** (Griechenland)

wird heute nicht mehr ausschließlich per Direktvermarktung vertrieben. Aber, um in die Warenlisten der Supermärkte bzw. des Großvertriebs aufgenommen zu werden, müssen bestimmte Kriterien erfüllt sein, die die Organisation, den Zusammenschluß der Erzeuger und die Verpackung betreffen.

In weiten Teilen Europas befinden wir uns in Punkto Ernährung in einer Phase der “standardisierten Maßarbeit” und aus diesem Grund ist viel Feinabstimmung notwendig, um gleichzeitig aufkommende oder zusätzliche Erwartungen zu befriedigen, die zwar keine unbegrenzten, aber unumgängliche Perspektiven eröffnen. Sicher ist aber, daß auf einem Nahrungsmittelmarkt, auf dem die Nachfrage sich stark und schnell entwickelt, nur die Produzenten überleben, die ihren Platz in der Angebotsvielfalt finden und sich erfolgreich an den komplexen Verhandlungsprozessen beteiligen können, wobei stets der Einfluß zahlreicher kultureller Aspekte zu berücksichtigen ist. Das ist leicht zu verstehen: Der Begriff Qualität gilt nicht mehr ausschließlich für das Produkt, sondern auch für den Produktionsprozeß und die Produktionsgrundlagen, d.h. Boden und Wasser.

Agrarerzeugnisse, die nicht zum Verzehr bestimmt sind

Die Geschichte des XX. Jahrhunderts hat uns gezeigt, daß entwickelte Gesellschaften immer unabhängiger vom Abbau und der Nutzung von Bodenschätzen und natürlichen Vorkommen werden. Sie werden zu erfinderrischen Gesellschaften, die die für sie notwendige Energie selbst produzieren. Damit wird die biologische oder biotechnologische Energieproduktion (Äthanol, Rapsäther usw.) zu einer öko-strategischen Kernfrage, deren Bedeutung mit Schlüsselfragen der Ernährung in frühe-

→ ren Jahren vergleichbar ist, auch wenn es sich im Augenblick um noch wenig erprobte Denkansätze handelt, und wenn die Umsetzung von den verschiedenen Partnern, v.a. von der Industrie, eine erhöhte Risikobereitschaft erfordert.

Neben diesen nachwachsenden Rohstoffen kann die Landwirtschaft auch Basisprodukte für Industrien wie die pharmazeutische oder die Textilindustrie liefern.

Eine wichtige neue Ausrichtung besteht darin, die Landwirtschaft durch die Erzeugung dieser nicht zum Verzehr bestimmten Agrarerzeugnisse für die Energieerzeugung und für ökologische Zwecke zu nutzen.

Immaterielle Güter

Die Landwirtschaft erzeugt nicht nur materielle Güter und Rohstoffe. Sie ist – und dies mit wachsender Tendenz – auch Produzent von immateriellen Gütern. Dies gilt vor allem für zwei Bereiche:

(Agrar-)Kultur

Diese erste Kategorie von immateriellen Gütern umfaßt alles, was zu Kultur, Gesundheit, Gastronomie, Tourismus, Pädagogik und zur Erziehung von Kindern gehört. Um den Erwartungen der Bürger und der Verbraucher zu entsprechen, sind neue Berufe erforderlich. Dieser Bedarf ist nicht "zweitrangig" und hat nicht nur mit Freizeitwün-

schen und der Zerstreuung frustrierter Städter zu tun, die auf der Suche nach guter Luft und Freiheit sind. Kultur und Freizeit stellen einen wachsenden Anteil der Ausgaben im Familienhaushalt dar. Über das Interesse an Museen, Parks und Ausstellungen hinaus, gibt es aber auch ein (neu zu definierendes) tiefgreifendes Bestreben, eine bäuerliche Welt erleben zu können, von der man sich immer stärker entfremdet hat. Die Menschen suchen mehr und mehr nach den Verbindungen, die die Gesellschaft über die Landwirtschaft und die Landwirte zur Natur unterhält.

Diese pädagogischen Erwartungen sind eine der Schlüsselfragen überhaupt. Sie verweisen auf einen der Hauptwidersprüche einer Situation, in der ein großer Teil der europäischen Bevölkerung lebt: Nie zuvor haben die Menschen sich so gut, vielfältig, reichhaltig, mit Frisch-erzeugnissen usw. ernährt, aber nie wußten sie zugleich so wenig darüber, womit sie sich ernähren. In einem immer stärker verstädterten Europa sind die Menschen immer weniger in der Landwirtschaft verwurzelt, und jeder kennt Kinder, die mit acht oder neun Jahren noch keinen Zusammenhang zwischen einem Hamburger und einem Rind erkennen ! Kulturell gesehen ist das zweifellos ein Verlust. Politisch gesehen ist dies eine Gefahr, denn solches Unwissen kann möglicherweise zu irrationalen kollektiven Verhaltensweisen führen. Es ist bekannt, daß die Schule oder die Familie nicht mehr ausreichen, um Wissen zu verbreiten. Hier sind die entsprechenden Berufsgruppen, und v.a. die Landwirte gefordert. Stellen wir uns einmal vor, welcher kultureller Beitrag im weitesten Sinne darin bestehen würde, daß jeder kleine Europäer im Grundschulunterricht die Möglichkeit erhält, auf einem Bauernhof zu entdecken, wie die Tiere aussehen, was eine Pflanze ist, wie beide gepflegt werden, was aus ihnen wird ... Diese Kernfragen der Gesellschaft stehen bereits im Mittelpunkt zahlreicher LEADER-Projekte. Mittelfristig sollten diese Erfahrungen der Allgemeinheit zugänglich sein.

Umwelt

Die zweite Kategorie immaterieller Güter, die von der Landwirtschaft geschaffen werden, umfaßt Schöpfungen der Natur, Umwelt, Wasser, Landschaft, ökologisches Gleichgewicht. Ein Land oder gar ein Kontinent, die über ein solches Naturerbe verfügen, sind (auch rein rechnerisch) reicher als ein verschmutztes, ausgebeutetes, erschöpftes Gebiet. Früher war dieser Reichtum das Ergebnis landwirtschaftlichen Schaffens, das den Zweck hatte, die Erde integral zu nutzen und aufzuwerten. In diesem Sinne hatte die Auffassung, die Erde als Erbe zu verstehen, den Vorteil, Privatinteressen (der Landwirte) und das allgemeine Interesse (der Gesellschaft) mitein-

Schilfanpflanzung zur Pflege eines Feuchtgebiets
(LEADER Ostvorpommern, Deutschland)





“Familienfreundliche Ferien und hochwertige Nahrungsmittel”

Michael Hofmann [LEADER Oberes Altmühltal-Mittelfranken, Deutschland]

Im Oberen Altmühltal dominiert die Landwirtschaft, in der 14% der erwerbstätigen Bevölkerung beschäftigt ist. Die Produktion von Milch sowie Rind- und Schweinefleisch stellt die Haupteinnahmequelle der ca. 2 000 Landwirte dar. Die LEADER-Gruppe Mittelfranken sowie ein Zusammenschluß der lokalen Bevölkerung und der Landwirte (“EPIG”) haben seit 1991 eine Reihe von ländlichen Entwicklungsprojekten mit Schwerpunkt Agrotourismus und Vermarktung von Qualitätsrindfleisch umgesetzt.

Familienfreundliche Ferien

Auf Initiative von 5 Landwirtschaftsfamilien, die ihre Aktivitäten diversifizieren wollten, haben die 70 Bewohner des Dorfes Lauterbach eine Interessengemeinschaft gegründet und ihr Dorf in ein familienfreundliches Feriendorf umgewandelt:

- > Zwischen 1993 und 1996 entstanden 13 qualitativ hochwertige Ferienwohnungen;
- > seit 1992 gibt es ein wöchentliches Freizeit- und Veranstaltungsprogramm (Begegnungen, Spiele, Basteln für Kinder; ein “Seeräuberfest”, für das die Kinder selbst ihre Kostüme herstellen; von den Eltern veranstaltete oder für sie organisierte Grillfeste; Spazierfahrten in der Kutsche; Brauereibesichtigungen usw.);
- > 1993 wurden ein Spielplatz angelegt und zwei Mehrzwecksäle gebaut;
- > 1995 wurde ein Weiher zum Badeweiher ausgebaut (es gibt Toiletten, Verkaufsstelle für heimische Agrarerzeugnisse ist vorgesehen); außerdem wurde ein Fahrradweg angelegt. Darüber hinaus entstand im Dorf eine Pflanzenkläranlage zur Abwasserreinigung (Wurzelraumkläranlage).

Inzwischen ist Lauterbach für Besucher sehr attraktiv geworden und der Tourismus hat, vor allem für die Frauen der Landwirte, zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen.

Qualitätsfleisch

Eines der Hauptziele des LEADER I-Programms in Mittelfranken bestand darin, die intensive Landwirtschaft nach und nach zu reduzieren und auf die extensive Viehzucht umzustellen. So schlossen sich 60 Landwirte zu einer Vermarktungsgesellschaft, der “WFG Weidefleisch Franken GmbH & Co. KG” zusammen. WFG vermarktet, vor allem über kurze Vertriebswege, Fleisch der Rinderrassen “Deutsch Angus” und “Limousin”, die nach speziellen Produktionsrichtlinien auf der Weide gehalten werden. Die Vermarktung erfolgt unter dem geschützten Markenzeichen “franki”. Zu zahlreichen Großkunden (Hotels, Restaurants, Großküchen usw.) bestehen feste Absatzverbindungen und zahlreiche Privathaushalte werden von den Landwirten direkt beliefert.



Bäuerlicher Rastmarkt

Die unter LEADER I begonnenen Aktionen zur Förderung hochwertiger Agrarerzeugnisse und des Agrotourismus werden unter LEADER II fortgesetzt und haben im Projekt “Bäuerlicher Rastmarkt Obere Altmühl” ihren Höhepunkt gefunden. Es bestand darin, auf einem Parkplatz einer der stark befahrenen europäischen Autobahnen (A6/E50 Nürnberg-Wien) einen “Bäuerlichen Rastmarkt” einzurichten. In den beiden Gebäuden befinden sich eine Markthalle mit 500 m² Verkaufsfläche, in der lokale und regionale Erzeugnisse angeboten werden, ein Restaurant, in dem ebenfalls lokal- und regionaltypische gastronomische Spezialitäten serviert werden, eine Tourist-Info-Stelle und ein Hotel mit 30 Zimmern. Dieses 5 Millionen ECU-Projekt, das im Rahmen der Programme LEADER und Ziel 5b finanziert wird, wird von einer Gesellschaft mit 30 Kleininvestoren, die überwiegend aus der lokalen Landwirtschaft stammen, errichtet. Die Anlage, die offiziell im September 1997 eingeweiht wird, dient als Schaufenster der Region, bietet einen hervorragenden Vermarktungsstandort für die Landwirte sowie die lokalen Anbieter ländlicher Tourismusprogramme und schafft in einem strukturschwachen ländlichen Gebiet 50 bis 60 Arbeitsplätze. <





“Förderung des ökologischen Landbaus”

António Realinho [LEADER Raia Centro-Sul, Portugal]



1995 haben 60 Landwirte aus Beira Interior (Mittelost-Portugal) die Vereinigung ARAB (Associação Regional de Agricultores Biológicos / Regionalverband der Ökologischen Landwirte) gegründet, denn sie waren überzeugt, daß der ökologische Landbau interessante Diversifizierungsmöglichkeiten bietet. Ihre Kulturen sind sehr vielfältig: Mandeln, Kirschen, Tafeltrauben, Olivenöl, eingelegte Oliven, Feigen, Cerealien und Gartenbauerzeugnisse.

Diese Vereinigung hat zum Ziel, den ökologischen Landbau durch Begegnungen, Kolloquien und Vorträge zu fördern und die Landwirte in den Bereichen Produktion, Vermarktung, Produktwerbung und -präsentation technisch zu unterstützen.

Dabei hat die LEADER-Gruppe Raia Centro-Sul folgende Maßnahmen gefördert:

- > Bau eines mobilen Standes für Werbezwecke und Beteiligung der ARAB an portugiesischen und internationalen Fachaustellungen;
- > Veröffentlichung einer Zeitschrift (für Landwirte, Fachleute, Schulen usw.; Auflage: 15 000 Exemplare) und eines Prospekts zur Bekanntmachung der Produkte, zur Sensibilisierung der Bevölkerung für den ökologischen Landbau, für die Nutzung umweltverträglicher Verpackungen usw.

> einmal jährlich Veranstaltung einer Begegnung der portugiesischen Öko-Landwirte: An der zweiten “Encontro Nacional de Agricultores Biológicos” am 17. und 18. Mai dieses Jahres nahmen 300 Teilnehmer aus Portugal, aber auch aus Spanien teil. Dort wurden vor allem die Schwierigkeiten angesprochen, vor denen der ökologische Landbau steht: Anpassung der Förder- und Zertifizierungsprogramme, bessere kooperative Organisationsform usw.

Kurzfristig ist der ökologische Landbau für die Entwicklung des ländlichen Raumes sehr interessant: Er bietet nicht nur Perspektiven für eine Verbesserung der Ernährung und Gesundheit, sondern trägt auch, da er viel arbeitsintensiver ist, zum Verbleib der ländlichen Bevölkerung in den Kleinregionen bei.

Um ihre Exportchancen zu verbessern, muß die portugiesische Landwirtschaft die Qualität ihrer Erzeugnisse weiter steigern. Als “ökologisch” zertifizierte Erzeugnisse sind ein erster großer Schritt in die richtige Richtung. <



ander zu vereinbaren. Wer die Erde als Immobilie ansieht, die nur das wert ist, was sie einbringt, trennt mit dieser produktivistischen Haltung die Landwirtschaft von ihrer Aufgabe der Umwelterhaltung, die ihr in einem Konzept der "Erde als Nachlaß" direkt zukommt. Oder anders gesagt, wenn wir uns harmonische Landschaften, reiche Böden, kristallklares Wasser, lebendige Gebiete, eine gut erhaltene Umwelt, eine vielfältige Natur wünschen, müssen wir dies alles selbst erzeugen, d.h. es zum Ziel unserer bewußt angestrebten und öffentlich diskutierten Politik machen. In diesem Hinblick eröffnet sich für Landwirte und alle, die in Umwelt und Raumordnung arbeiten möchten, ein weites Betätigungsfeld.

Die zuerst genannte Kategorie der von den Landwirten produzierten immateriellen Güter (Agrar-Kultur) wird immer stärker vom Markt beherrscht und gestaltet. Für die zweite Kategorie (Umwelt) gilt aber, daß sie noch lange von öffentlichen Mitteln zur Schaffung von öffentlichen oder gemeinschaftlichen Reichtümern abhängen wird. Schaffung und Pflege des Erbes das die Generationen überdauert, Erneuerung der vor allem durch Kulturlandschaften geprägten kollektiven Identität und Wahrung der Lebensqualität sind Aufgaben des öffentlichen Interesses und des Gemeinwohls und müssen daher von der Gemeinschaft getragen werden. Warum sollte die Tatsache, daß Landwirte dazu einen Beitrag leisten und davon leben, ihren sozialen Status abwerten, zumal die von ihnen erzeugten Werte nicht einfach andernorts hergestellt werden können?

Verbindung verschiedener Berufe

Somit zeichnet sich auch ab, daß der Beruf des Landwirts sich zukünftig verändern wird. Um den heute auf Technik und Buchführung spezialisierten Landwirt zu übertreffen, darf die neue Generation von Landwirten den 'Bauern der Vergangenheit' nicht neu auflegen, sondern muß verschiedene, langfristig und kurzfristig angelegte, auf den Markt und das jeweilige Gebiet ausgerichtete Berufe miteinander verbinden. Der Landwirt ist nicht mehr nur Manager, nicht nur Techniker, nicht nur Gärtner oder Betreuer, sondern wahrscheinlich alles gleichzeitig.

Diese Neubeschreibung des Berufsbildes erfordert auch eine Neubestimmung der Beziehungen zwischen der Landwirtschaft und der Öffentlichen Hand. Hier sollte man sich keinen abstrakten Vertrag zwischen der Landwirtschaft und Europa, sondern einen spezifischen Vertrag zwischen jedem einzelnen zukünftigen Landwirt und der Öffentlichen Hand vorstellen. Dabei handelt es sich um einen individuell ausgestalteten Vertrag mit bestimmten Auflagen, der die Rechte und Pflichten aller Parteien beschreibt. Da die Landwirtschaft notwendigerweise eine öffentliche Aufgabe und somit Sache aller Bürger ist, müssen die Beziehungen zwischen dem Landwirt und der Öffentlichen Hand modernisiert werden. Wenn öffentliche Mittel zielgerichtet für die Erhaltung und Verbesserung der ländlichen Gebiete, der Umwelt, des Wassers und der Landschaften eingesetzt werden, wird eine duale Landwirtschaft vermieden, d.h. einerseits eine exporto-



rientierte Landwirtschaft, die öffentliche Mittel benötigt, früher (je nach Unterschied zwischen dem Garantiepreis und dem Weltpreis) in Form von Exporterstattungen; heute in Form von Ausgleichsabgaben und morgen in Form der Beseitigung von Umweltschäden; andererseits eine auf dem Markt geschwächte Landwirtschaft, die Raum benötigt und auf die Solidarität der Mitbürger setzt, um ihre vollständige Verarmung zu verhindern.

Entwicklung der Landwirtschaft und Entwicklung des ländlichen Raumes

Wer die Forderungen nach Gleichgewicht zwischen Gebiet sowie Umwelt- und Landschaftsmanagement als öffentliche Aufgabe zu definieren versucht, lehnt den Dualismus ab, der sich im Augenblick zugunsten der Vielfalt der Landwirtschaften, der Landwirte und der Gebiete abzeichnet. Er erfindet eine neue Aufgabenstellung für die Landwirtschaft, die genauso belebend wie die Nahrungsmittelversorgung nach dem Krieg sein kann. Für ihn wird das ländliche Gebiet zum Mittelpunkt der Neudefinition der Agrarpolitik. Er läßt ausdrücklich zu, daß sich die beiden Bereiche "Entwicklung der Landwirtschaft" und "Entwicklung des ländlichen Raumes" aufeinander zubewegen, sich annähern und vereinbaren lassen.

Aus diesem Blickwinkel erscheinen die LEADER-Programme als Prüfstationen für diese Konvergenz. Diese verschiedenen Erfahrungen bieten ein neues Bild der Landwirte und der ländlichen Räume, die vielschichtig denken, die eindimensionale Ansätze entschlossen ablehnen und gleichzeitig auf wirtschaftliche, kulturelle und gebietsspezifische Herausforderungen eingehen. Nur wenn die Landwirtschaft und die ländlichen Räume versuchen, diesen neuen Erwartungen der europäischen Gesellschaft gerecht zu werden, können sie einen Beitrag zur Stärkung der Union leisten. Dieser Beitrag wäre demjenigen vergleichbar, der geleistet werden mußte, um die Ernährungsprobleme zu meistern, die sich der Gemeinschaft in ihren Anfangsjahren stellten. <



Europäische Maßnahmen zur Förderung junger Landwirte

Um junge Leute in ländlichen Gebieten zu halten, ihre Niederlassung in der Landwirtschaft zu erleichtern und ihnen zu ermöglichen, sich aktiv an der Entwicklung ihres Gebiets zu beteiligen, ist eine verstärkte Umsetzung der entsprechenden nationalen und Gemeinschaftsmaßnahmen notwendig.

VERONIKA VEITS [*]

Unsichere Arbeitsverhältnisse, harte Arbeitsbedingungen, unsichere Einkommensperspektiven: Heutzutage hat der Beruf des Landwirts nichts Verführerisches mehr an sich. Aber dies ist nichts Neues, und die Landwirtschaft leidet an Überalterung: Nur 8,3% der landwirtschaftlichen Betriebsleiter sind jünger als 35, fast ein Viertel der aktiven Landwirte älter als 65 Jahre. Aber die Landwirtschaft leidet nicht nur an Überalterung, sie ist auch einem ständigen Wandlungsprozeß unterworfen, und der Landwirt, der auf die wachsenden Wettbewerbsanforderungen vorbereitet sein will, muß viele verschiedene Fähigkeiten haben. Denn der moderne Landwirt ist gleichzeitig Erzeuger von Nahrungsmitteln, von erneuerbaren Rohstoffen und technischen Produkten, aber auch Umweltschützer und Landschaftsmanager.

Die Europäische Union ihrerseits geht davon aus, daß Jugendliche die Landwirtschaft, aber auch ländliche Gebiete im allgemeinen dynamisch prägen können und hat aus diesem Grunde ein Instrumentarium zur Förderung von Junglandwirten entwickelt.

Hier sind an erster Stelle Niederlassungs- und Investitionsbeihilfen für Betriebsübernahmen zu nennen, die jedes Jahr mehr als 25 000 Junglandwirten zugute kommen. Auch die gemeinschaftliche Vorruhestandsregelung kann zur Verjüngung der Landwirtschaft beitragen. Besondere Aufmerksamkeit gilt der beruflichen Aus- und Fortbildung, und junge Landwirte, die einen Betrieb übernehmen möchten, können hierfür Beihilfen beantragen. Außerdem können sie sich an anderen gemeinschaftlichen Aus- und Fortbildungsprogrammen wie "Leonardo da Vinci" oder "Youthstart" beteiligen. Auch im Rahmen der Programme der Strukturfonds für Ziel 1-, 5b- oder 6-Gebiete sowie der Gemeinschaftsinitiative LEADER werden eine Reihe von dezentralisierten Maßnahmen durchgeführt. LEADER bietet jungen Landwirten übrigens eine Reihe von Möglichkeiten an, mit denen sie nicht nur ihre Erzeugnisse (Produkte vom Bauernhof usw.) aufwerten, sich an Aufgaben zum Schutz und zum Erhalt der Umwelt beteiligen, sondern auch zusätzliche Aktivitäten (landwirtschaftlicher Fremdenverkehr usw.) entwickeln und eine aktive Rolle in der Entwicklung ihres eigenen Gebiets spielen können.

Die verschiedenen in diesem Zusammenhang bestehenden Gemeinschaftsinstrumente [1] bilden zwar einen geeigneten Aktionsrahmen, aber um junge Menschen im ländlichen Raum zu halten und ihre Niederlassung in der Landwirtschaft zu erleichtern, ist eine verstärkte Umsetzung dieser Maßnahmen erforderlich. Dies ist auch eine der Hauptempfehlungen des Berichts der Europäischen Kommission über "Junglandwirte und das Problem der Übertragung von Betrieben in der europäischen Landwirtschaft" (KOM (96) 398 endg.; 04.06.1996). Darüber hinaus spricht die Kommission eine weitere Empfehlung aus: Sie fordert die Mitgliedstaaten auf, nationale Maßnahmen zur Steuersenkung bei Betriebsübertragungen und Erbschaften vorzusehen, um den Zugang junger Landwirte ins aktive Berufsleben zu erleichtern.

Dieser Bericht enthält nicht nur einen Überblick über die verschiedenen Gemeinschaftsinstrumente für junge Landwirte, er hat auch politische Entscheidungsträger auf deren Lage aufmerksam gemacht. Somit stellt er keinen Abschluß, sondern einen weiteren Schritt in den Überlegungen über Rolle und Stellenwert junger Landwirte in der Landwirtschaft und im ländlichen Raum sowie über die Mittel dar, über die sie verfügen, um sich aktiv an der sozio-ökonomischen Entwicklung ihres Gebiets zu beteiligen. <

[1] Das von der Europäischen Beobachtungsstelle LEADER veröffentlichte Verzeichnis "Gemeinschaftsaktionen und ländliche Entwicklung" beschreibt alle diese Instrumente in Form von Merkblättern.

[*] Verwaltungsrätin in der Generaldirektion Landwirtschaft der Europäischen Kommission (GD VI/FII.1)



Allgemeine Diversifizierung
im LEADER-Gebiet Cavan-Monaghan [Irland]:

Vom landwirtschaftlichen Betrieb zum ländlichen Unternehmen

Die Counties Cavan und Monaghan an der Grenze zu Nordirland sind vor allem ländliche Gebiete. Aber **“Diversifizierung verpflichtet”**, und zahlreiche Landwirte haben sich in den Nebenerwerb begeben, der mittlerweile wichtiger wird als ihr Hauptberuf. Eine Reihe von Höfen mausert sich zu fachlich spezialisierten Unternehmen. Dabei werden sie von LEADER unterstützt.

“Noch vor zehn Jahren war die Zusammenarbeit zwischen den Bevölkerungen im Süden und im Norden sehr schwierig...” Michael Heaney ist auf das Seminar im benachbarten Monaghan gekommen, an dem alle LEADER-Gruppen von beiden Seiten der Grenze zwischen der Republik Irland und Nordirland teilnehmen, um die Erfahrungen der Aktionsgruppe Inishowen, deren Direktor er ist, vorzustellen. Das Seminar hat eine wichtige Zielsetzung: Es soll einen nachhaltigen grenzüberschreitenden Kooperationsprozeß in Gang setzen. Denn die 12 Gebiete haben nicht nur eine gemeinsame Grenze, sie haben auch andere gemeinsame Schwierigkeiten: eine gewisse Isolierung, Mangel an Arbeitsplätzen, Landflucht und, durch

den politisch-religiösen Konflikt, der in Nordirland mehr oder weniger offen aufflackert, eine Blockierung der Entwicklungspotentiale. Das wiederum hat auch negative Auswirkungen auf die Grenzcounties im Süden. *“Wie wollen Sie Touristen, und insbesondere Investoren anziehen, wenn Sie den Eindruck eines Schlachtfeldes vermitteln, obwohl sich die katholischen und protestantischen Gemeinschaften im ländlichen Raum viel besser verstehen?”*, klagt Adge King, der Direktor der Genossenschaft Cavan-Monaghan Rural Development Co-op, die das LEADER-Programm dieses durch die Lage an der Grenze und die relativ weite Entfernung vom Meer doppelt isolierten Gebiets betreut.

Der 1991 auf Initiative der Verantwortlichen lokaler Genossenschaften gegründeten Aktionsgruppe gehören die wichtigsten Akteure und Sektoren aus Wirtschaft und Gesellschaft der beiden Counties Cavan und Monaghan an: Molkereigenossenschaften, lokale Vereinigungen und Behörden, TEAGASC (das Irische Zentrum für Forschung und Beratung in der Landwirtschaft und im ländlichen Raum), Finanzinstitute, Verantwortliche aus Unternehmen usw. *“Durch institutionelle Anreize und die notwendigen Finanzmittel, um mit allen Partnern im Gebiet zusammenzuarbeiten, hat LEADER der Genossenschaftsbewegung die Möglichkeit eingeräumt, sich zielgerichtet auf ihre Bestimmung, d.h. auf die ländliche Entwicklung, hinzubewegen”,* bestätigt Anthony Leddy, der Vorstandsvorsitzende der Aktionsgruppe. *“Schon Ende der 80er Jahre interessierten sich die Molkereigenossenschaften nicht mehr nur ausschließlich für den Milchpreis, sondern auch für die lokale Entwicklung als solche. Sie haben auch eine führende Rolle bei der Gründung der ‘Water Scheme Groups’ gespielt. Dabei handelt es sich um einen Zusammenschluß von Bewohnern und Landwirten mit dem Ziel, den ländlichen Raum mit Leitungswasser zu versorgen. Diese Gruppen waren sozusagen Vorläufer der Gemeinwesenentwicklung und der Mobilisierung der Bevölkerung für ein konkretes Entwicklungsprojekt”.*

In diesem Gebiet, in dem zahlreiche Sektoren – wie v.a. der Fremdenverkehr – unter der “sensiblen” Grenze spürbar leiden, nimmt die Landwirtschaft immer noch den

wichtigsten Platz in der Wirtschaft ein: Mehr als 60% der Beschäftigung ist direkt oder indirekt von ihr abhängig. Aber die Böden sind mager und die meisten Betriebe sehr klein (Durchschnittsgröße: 16 ha) und aufgesplittert. Im Milch-, Rindfleisch- und Schaffleischsektor sind tiefgreifende Diversifizierungsmaßnahmen zur Beseitigung der nachteiligen Folgen der Quotenregelung erforderlich.

Champignons

In den 60er Jahren wirkte sich eine erste Diversifizierungswelle auf zwei “klassische” Agrarerzeugnisse aus: Viele Landwirte stellten sich auf die Geflügelzucht (mittlerweile 55% der irischen Agrarproduktion) und auf Schweinefleisch (20%) um. Aber aufgrund ihrer Reichweite, ihrer Neuerungen für Irland und aufgrund der Auswirkungen, die sie auf die ganze Wirtschaft hatte, wurde die Champignonzucht einige Jahre später ein bedeutender lokaler Entwicklungsfaktor.

Hier ist Tim Connolly Vorreiter: Mit Unterstützung von TEAGASC begann er 1981 mit der Zucht von Champignons, die auf Kompostsäcken in großen Polyäthylentunneln gezüchtet wurden, in denen sie das notwendige Licht, die richtige Temperatur und Feuchtigkeit vorfinden. *“Anfangs hatte ich zwei Tunnel gebaut”,* erzählt er. *“Nach einem Jahr stellten wir fest, daß die Arbeit sich lohnt: Dieses Produkt führt schnell zu ersten Einnahmen, denn zwischen der Aussaat der Champignons und der Ernte vergehen lediglich sechs*

Alle Gebäude auf dem Hof von Marcus McCabe sind mit ökologischen Bautechniken und -materialien gebaut worden



Wochen. Daraufhin haben wir 1983 drei weitere Champignontunnel angelegt". So produziert Tim jedes Jahr 100 Tonnen Champignons, mit denen er genausoviel verdient wie mit seinen 65 Milchkühen. "Mit den Einnahmen aus der Champignonzucht habe ich genügend Land zukaufen können, so daß meine beiden Söhne mit mir zusammen auf dem Hof arbeiten können". Für die Champignonernte (im Gegensatz zur britischen oder niederländischen Konkurrenz wird – und das ist einer der großen Vorteile der irischen Produktion – von Hand geerntet) werden auf Connollys Hof 5 Teilzeitmitarbeiter (rund 30 Stunden pro Woche) beschäftigt.

Einer der Schlüssel zum Erfolg der rund 240 Champignonzüchter im Gebiet (fast die Hälfte der irischen Champignonzüchter) liegt im Vertrieb: Tim Connolly setzt seine Produktion über eine zentrale Vertriebsgesellschaft "Monaghan Mushrooms Ltd" ab, die die Champignons innerhalb von 24 Stunden nach der Ernte in den großen britischen Supermärkten verkauft. Damit wurde dieses Unternehmen innerhalb von 16 Jahren der größte europäische Champignonerzeuger. Dieser Verpackungs- und Vertriebsgesellschaft sind ungefähr 200 Champignonzüchter und Produktionseinheiten angeschlossen, denen sie Sporen und Kompost liefert und die sie technisch berät. 1994 hatte sie einen Umsatz von 32,3 Millionen ECU erwirtschaftet und in den verschiedenen Verpackungsabteilungen 300 Arbeitsplätze geschaffen. Agde King verweist auf die Bedeutung dieses neuen Wirtschaftszweiges, präzisiert aber in diesem Zusammenhang: "Viele LEADER-Mittel sind vor allem für Produkte gedacht, die nicht für den Verzehr bestimmt sind, denn aufgrund des zu kleinen Marktes hatten sich sehr viele Landwirte auf Erzeugnisse aus Eigenproduktion spezialisiert. Sie benötigen einen Nebenerwerb, der zeitlich und räumlich gesehen (Gebäude usw.) mit der Landwirtschaft zu vereinbaren ist. Aber dieser Nebenerwerb unterscheidet sich meistens sehr von der Landwirtschaft".

Erfinder

Häufig liegt dem Nebenerwerb ein Hobby zugrunde, das sich professionell nutzen läßt und sich irgendwann zu einem eigenständigen Betrieb entwickelt, der mit der Landwirtschaft nicht mehr viel zu tun hat. Hier ist kreativer Erfindergeist zu beobachten. Einige Beispiele: John McKeown ist 36 Jahre alt. Er erzeugt "teilzeitlich" Milch und Rindfleisch, denn ihm fehlt Land. Da er aber ein begeisterter Mechaniker ist, stürzt er sich 1989 in den Bau landwirtschaftlicher Nutzhallen in Stahlleichtbauweise. 1995 entwickelt er jedoch ein revolutionäres Fahrzeug: den "trail lift", einen geländegängigen Gabelstapler, der vier mal billiger als ein klassischer Gabelstapler ist und für die Landwirte auf Maß hergestellt werden kann. "Dieses Fahrzeug ist ausgereift und wir haben ein Patent darauf angemeldet. Die große Herausforderung besteht jetzt in der Vermarktung...". Und es wird spürbar, daß John sich hierbei etwas verunsichert fühlt.



Martin Gilliland an der Steuerzentrale zum Tontaubenschießen

Jim O'Donnell hat eine "beheizbare Unterlage" (Heatpad) für die Ferkelzucht entwickelt. Sie besteht aus einem elektrischen Widerstand zwischen zwei Isolierplatten, verbraucht zehn mal weniger Energie als die klassische Infrarotlampe und ist für die Ferkel viel angenehmer. "In Irland kam der Erfolg sofort", erklärt er. "Ab Mitte 1996 war unser eigener Markt jedoch gesättigt. Jetzt beginnen wir mit dem Export: Vereinigtes Königreich, Frankreich, Italien (etwas); Portugal (viel) und seit einigen Monaten auch Kanada, wo wir eine Vertriebsgesellschaft gefunden haben. Unser Problem besteht darin, daß wir von der Menge her nicht mithalten können, um die Nachfrage zu decken". Das Unternehmen O'Donnell, in dem 8 Personen beschäftigt sind und das 250 "Heatpads" pro Woche herstellt, muß jetzt vergrößert werden: "Zuerst bauen wir unsere Produktionsstätten hier aus, und dann starten wir vielleicht das amerikanische Abenteuer: In den USA können 50 000 Stück pro Jahr abgesetzt werden..."

Aber in diesem Zusammenhang sei noch darauf verwiesen, daß die Landwirte nicht die einzigen Erfinder sind: ein Lehrer aus Coothill (Cavan) hat einen ausziehbaren Kreidehalter erfunden, damit man sich nicht mehr beschmutzt, wenn man etwas auf die Wandtafel schreibt. Das Prinzip gleicht dem des Lippenstifts. Ganz einfach, es mußte nur jemand darauf kommen... LEADER hat für die Werbung für dieses Gerät, das mittlerweile in guten Schreibwarengeschäften in Irland zu finden ist, 4 000 ECU zur Verfügung gestellt.

Wenn das Hobby zum Beruf wird...

Freizeitangebote für Naherholungsgäste oder spezifische Kundengruppen sind ein anderer Wirtschaftszweig, den die Landwirte nutzen. Drei Beispiele:

Familie Jones züchtet seit Generationen nicht nur Milchkühe, sondern auch Pferde. *„Trotz des Traktors haben viele irische Landwirte noch ein oder zwei Pferde im Stall“*, erklärt Tom Jones, *„aber sie pflegen sie nicht. Seit einigen Jahren ist jedoch ein neues Interesse am Reiten als Freizeit- oder Turniersport zu beobachten. Mein Bruder und ich haben in diesem Sektor interessante Potentiale entdeckt und beschlossen, unser Hobby zu einem richtigen Pferdezucht- und Dressurbetrieb auszubauen“*.

1993 erhielten sie Mittel aus dem internationalen Irland-Fonds zum Bau moderner Stallungen für Stuten und Fohlen. Drei Jahre später hat LEADER den Bau einer Reithalle mit 50 000 ECU bezuschußt. *„Dort werden Pferde für den Turniersport, aber auch für den Privatgebrauch ausgebildet. In Zusammenarbeit mit dem regionalen Züchterverband North Eastern Horse Breeders (150 Mitglieder) wollen wir einen Zuchtsektor entwickeln und den Wertzuwachs der Pferde steigern: eine nicht zugerittene dreijährige Stute ist 600 ECU wert. Sobald sie zugeritten ist, kann sie mehr als 12 000 ECU wert sein...“*.

Auch Martin Gilliland hat sein Hobby – Tontaubenschießen – zum Beruf gemacht. Auf seinem Hof hat er 4 Schießstände eingerichtet, auf denen 10 verschiedene Jagdtechniken (Kaninchen, Schnepfen, Fasane usw.) simuliert werden können. Die Besonderheit und der Erfolg dieses zukünftigen Freizeitunternehmens liegt zumindest teilweise in seinem Konzept: Die Anlage ist wie ein Golfplatz gestaltet, auf dem jeder seine Zeit selbst einteilt. LEADER hat die Einrichtung (Unterstände, Wege, Zäune, aber auch die komplizierten automatischen Wurfmaschinen) bezuschußt. *„Früher kümmerte ich mich um meine 14 Kühe und war nebenher Maurer. Jetzt finden alle meine beruflichen Aktivitäten auf dem Hof statt“*, sagt Martin.

Hilton Park, ein Anwesen direkt an der Grenze, gehört Johnny und Lucy Madden. Die sechs Gästezimmer, die sie hier in den 80er Jahren eingerichtet haben, reichen zur Rentabilisierung dieses Hofguts nicht aus. Aus diesem Grund haben sie eine LEADER-Beihilfe beantragt, um die prächtigen Gärten, die aufgrund fehlender Mittel nicht unterhalten werden konnten, zu restaurieren. *„Über die reine touristische Unterbringung hinaus mußten wir diesen geschichtsträchtigen Ort in einen kulturelle Attraktion für alle Bewohner der Region umwandeln“*, erklärt Johnny. Die Wege sind wieder begehbar, die Beete neu bepflanzt, ein kleiner Unterstand ist am Ufer des auf dem Anwesen befindlichen Sees angelegt. Es ist seit 1996 für die Öffentlichkeit zugänglich und zieht mittlerweile auch spezifische Besuchergruppen, wie z.B. Hobbykünstler, an. *„Ich würde gern ein Kunstzentrum gründen, das mit drei anderen Kulturzentren im County vernetzt zusammenarbeitet. Wir entwickeln im Augenblick ein solches Projekt mit dem benachbarten Litera-*

turzentrum Tyrone Guthrie. Aber ich möchte sagen, daß LEADER für unser Gebiet enorm viel geleistet hat; gerade fangen wir an, die ersten Früchte zu ernten. Schade ist nur, daß LEADER keine noch größere Reichweite hat, denn wir spüren, daß dieses Programm gezielt darauf angelegt worden ist, Projektverantwortlichen zu helfen“.

“Permanent agriculture” (nachhaltige Landwirtschaft)

Auch Marcus McCabe lebt für sein Hobby. Dieser junge Landwirt und begeisterte Umweltschützer aus dem County Monaghan hat seinen Hof auf die sogenannte nachhaltige Landwirtschaft umgestellt: Seit drei Jahren erzeugt er Wasserpflanzen (Binsen, Rohrkolben, usw.) zur natürlichen Abwasserreinigung in Pflanzenkläranlagen sowie zahlreiche Pflanzen zur Wiederherstellung von Landschaft und biologischer Vielfalt. Zu diesen Gartenbauaktivitäten kommen Fortbildung und Beratung für Betreiber von Pflanzenkläranlagen, Landschaftsgestaltung, biologisches Bauen, usw. Im großen, von ihm selbst gebauten und mit Biomasse beheizten Holzhaus sind Jugendliche, die an Projekten zur beruflichen Eingliederung teilnehmen, sowie Studenten untergebracht, die sich auf diese Bereiche spezialisieren, die zukünftig ein wichtiger Zweig der Landwirtschaft werden könnten. LEADER hat dieses Projekt mitgefördert und Marcus zählt auf: *„Veröffentlichung einer Broschüre und eines Kataloges, gezieltes Mailing an Landschaftsarchitekten, an lokale und regionale Gebietskörperschaften und an andere potentielle Kunden in Irland und im Ausland. Der Betrag scheint geringfügig zu sein – 2 500 ECU – aber dieses Vorhaben hat uns bekannt gemacht und den Markt erschlossen: Daraufhin regnete es Verträge und es fehlt nicht mehr an Arbeit. Jetzt besteht unser Problem darin, mit Bedacht zu wachsen...“*. Marcus McCabe, der Mitglied mehrerer internationaler Umweltverbände, und vor allem von “Global Eco Villages Network” ist, fängt an zu träumen... *„von Dörfern, die autonom und ökologisch funktionieren, in denen ehemalige Bewohner überfüllter Städte mit Hilfe der Telekommunikation leben und arbeiten können, und die wieder einen hochwertigen – lebendigen, angenehmen und solidarisches – ländlichen Raum schaffen...“*. Ist das Zukunftsmusik? Oder ist es utopisch? Eines ist sicher: bereits in dieser Phase hat das Projekt die Aufmerksamkeit und Sympathie aller Landwirte der Umgebung auf sich gezogen. <

Gesamtfläche: 318 km²
Bevölkerung: 106 000 Einwohner
LEADER II-Förderung: 6 875 000 ECU
EU: 3 165 937 ECU
Andere öffentliche Mittel: 1 055 313 ECU
Privat: 2 653 750 ECU

Cavan-Monaghan Rural Development Co-op Society Ltd
Agricultural College, Ballyhaise, IRL-Co. Cavan
Tel: +353 49 38477 - Fax: +353 49 38189



Wolle waschen
im Oberen Mölltal

Lokale Produktionsbereiche in Kärnten:

LEADER und die Landwirtschaft

In dieser Alpenregion, in der die meisten Landwirte mehrfachbeschäftigt sind, zielen LEADER sowie andere Instrumente zur Förderung der ländlichen Entwicklung auf die Konsolidierung von Arbeitsplätzen, Einkommen und Lebensqualität in den Kleinregionen ab. Die dahinterstehende Strategie – ausgehend von traditionellen, aber viel zu wenig genutzten lokalen Agrarerzeugnissen lokale Produktionslinien zur Förderung der Entwicklung aufzubauen – führt zu einer Neubelebung der Wirtschaft der drei Kärntner LEADER-Gebiete.

Das LEADER-Gebiet Großglockner-Oberes Mölltal erstreckt sich vom "Dach Österreichs" (3 798 m) bis zum Unterlauf der Möll, einem Tal, das wirtschaftlich und geographisch vom Fluß geprägt wird. In diesem Hochtal im äußersten Westen Kärntens hat die lokale Aktionsgruppe sich für die produktivere Nutzung eines traditionellen Erzeugnisses – Wolle – entschieden, deren Bedeutung in letzter Zeit jedoch stark zurückgegangen war. Die Ziel 5b-Programme und LEADER, die eine vom Nationalpark Hohe Tauern eingeleitete Aktion fortführen und ergänzen, führten zur Neuorganisation eines Produk-

tionsbereiches, dessen wichtigste Schwerpunkte – Produktion, Veredelung und Vermarktung – im wahrsten Sinne dem Fluß folgen:

- > am Oberlauf die Almen, die Weiden und die Schafe der rund 50 am Projekt beteiligten Landwirte sowie eine moderne Anlage zum Waschen, Kämmen und Spinnen der Wolle;
- > in der Mitte die Weber und die weitere Veredelung der Wolle in Heimarbeit (Aktivitäten, die oft durch die Frauen der Landwirte durchgeführt werden);

— > am Unterlauf die Verkaufsstellen, v.a. das Geschäft des "Regionalvereins Großglockner", eines Verbandes von 150 Wirtschaftsverantwortlichen des Gebiets, sowie eine Modeboutique "Mode & Design KM", die moderne Kleidung mit traditionellen Elementen anbietet, wie z.B. die "Kärntner Jeans", eine lokale Variante des bekannten amerikanischen Kleidungsstücks.

"Vom Schaf zum Wollsocken"

"Dieses Geschäft steht im Mittelpunkt unseres Projekts 'Goldärmel'[]: der Vermarktung von Kleidungsstücken aus Wolle, die von lokalen Handwerkern und Designern hergestellt werden", erklärt Maria Schmidl, die zur Hälfte im lokalen LEADER-Sekretariat und zur anderen Hälfte im 1995 am Taleingang eröffneten Geschäft des Regionalvereins arbeitet. "Parallel zu unserer 'Goldroute' können wir jetzt von einer wirklichen 'Wollroute' sprechen, die sich von oben bis unten durch das ganze Tal zieht. Hierbei handelt es sich um eine vollständige Produktionslinie, 'vom Schaf zum Wollsocken'. Wolle ist ein vielversprechender Wirtschaftsfaktor: Immer mehr Kunden interessieren sich für Wolle und sind bereit, für von Hand hergestellte Erzeugnisse mehr zu bezahlen. Früher wurde die Wolle weggeworfen. Heute bildet sie die Grundlage für einen vielversprechenden Nebenerwerb, der vor allem für die Frauen der Landwirte interessant ist und ihre touristischen Angebote positiv ergänzt".*

Neben dem ständigen Angebot an Artikeln aus Wolle werden rund 300 Hof- und Handwerkserzeugnisse im Geschäft vermarktet. Der Verein zählt 140 Mitglieder und diese neue Verkaufsstelle (3 ständige Teilzeitarbeit-

Das Geschäft des Handwerkervereins im Großglocknergebiet



plätze) erzielte 1996 einen Umsatz in Höhe von 70 000 ECU.

Georg und Elisabeth Fellner sind rund dreißig Jahre alt und haben zwei Kinder; sie sind für das Tal besonders repräsentativ. Von den Einnahmen ihres 10 ha großen Hofes können sie nur knapp leben, deshalb webt Elisabeth Wolldecken und im Winter arbeitet Georg im Wintersportgebiet. Außerdem ist er Mitglied der LEADER-Arbeitsgruppe "Innovation in der Landwirtschaft". *"Die meisten von uns sind mehrfachbeschäftigt, aber einige von uns müssen bis nach München, 200 km von hier entfernt, fahren. Sie sind Wochenpendler und das ist nicht besonders angenehm... Deshalb tun wir alles, was in unseren Kräften steht, damit sie hier im Tal arbeiten können. Aus diesem Grund setzt unsere Arbeitsgruppe auf Produkte vom Bauernhof, die wir selbst vermarkten. Wolle ist der wichtigste Produktionsbereich, aber wir stellen auch Käse, Fleisch und Wurstwaren her. 20% der Landwirte verarbeiten ihre Erzeugnisse auch selbst".*

Mit Hilfe des Ziel 5b-Programms und von LEADER entstand in Heiligenblut, dem am weitesten entfernt gelegenen Dorf ein kleiner gemeinsamer Schlachthof (für Schafe, Schweine und Rinder). In vier weiteren Ortschaften sollen vier weitere solche Schlachthöfe gebaut werden. Für die nach ökologischen Methoden hergestellte Agrar- und Lebensmittelproduktion besteht eine Qualitätscharta mit Gütezeichen. *"Im allgemeinen fördert das 5b-Programm Einrichtungen, und LEADER, das Programm, das jetzt an seine Stelle tritt, befaßt sich mit der Projektbegleitung (Studien, Werbung, Vermarktung usw.)", präzisiert Christian Kropfisch, der Direktor des Kärntner Instituts für Raumordnung, Regionalentwicklung und Naturschutz (vgl. Kasten).*

Anstoß für die lokale Entwicklung

Kärnten ist das österreichische Bundesland, das bei der Umsetzung des LEADER-Programmes bisher die größten Fortschritte gemacht hat (im Juni 1997 waren bereits ein Drittel der Mittel vergeben). Die meisten Projekte werden im Gebiet Großglockner-Oberes Mölltal durchgeführt. *"Im Norden dieses Gebiets liegt der älteste österreichische Nationalpark: Er wurde 1981 gegründet und dort werden schon seit langer Zeit Maßnahmen zur ländlichen Entwicklung durchgeführt", erklärt der LEADER-Koordinator des Landes Kärnten, Dr. Kurt Rakobitsch. "Wir haben die Ziel 5b- und die LEADER-Projekte in das vom Park bereits erstellte Maßnahmenbündel eingegliedert und haben somit an Zeit und Effizienz gewonnen, zeigen Präsenz und haben damit nicht nur der lokalen Entwicklung in diesem Tal, sondern auch in den beiden anderen Kärntner LEADER-Gebieten einen Anstoß gegeben."*



Carnica

Auch in der Region Rosental an der Drau wird der gleiche Ansatz verfolgt: eine Produktionslinie wird aufgebaut, die auf den Faktoren Identität, Kultur und Image des Gebiets, Umweltverträglichkeit, Landwirtschaft, Tourismus, Schaffung von Zusatzeinkommen und Vollzeitarbeitsplätzen für die ansässigen Bewohner aufbaut.

Bei diesem Entwicklungsansatz ist die Carnica Biene das bündelnde Element. Dabei handelt es sich um eine sehr leistungsfähige einheimische Biene, die zwischen 1859 und den dreißiger Jahren in großen Mengen aus der Region in die ganze Welt exportiert worden war. Danach ging die Bienenzucht zurück, aber noch heute werden hier 35% des österreichischen Bienenhonigs erzeugt. Rund 200 Bienenhalter arbeiten im Gebiet; fast alle sind Mitglied eines Berufsverbandes, mit dem die lokale Aktionsgruppe eine Zwei-Phasen-Strategie erarbeitet hat: Acht Kommunen haben sich zur Förderung des Markenbildes des Tales zusammengeschlossen (gemeinsame Verwendung des Namens "Carnica Rosental"; ein gemeinsames Logo mit Abbildung der Carnica Biene usw.) und Entwicklung einer integrierten Produktionslinie (Bienenzucht, Honigproduktion) usw.

Bei diesem Ansatz ist Ernst Fuchs, der Verantwortliche der Aktionsgruppe für die Bienenzucht und ein wahrer Bienenexperte, nicht mehr zu stoppen: *"Die Wiederbelebung der Bienenzucht findet in drei Schwerpunktbereichen statt, die von LEADER kofinanziert werden: Zucht der Königinnen, um wieder zur reinen Carnica-Biene zurückfin-*

"Regionalentwicklung"

Das Land Kärnten hat, wie es scheint, das richtige Gleichgewicht zwischen dem Managementerfordernis des "von oben nach unten" und dem partizipativem "bottom-up"-Entwicklungsansatz gefunden.

Wie in ganz Österreich sind auch in Kärnten die integrierte ländliche und die "Regionalentwicklung" sowie lokale Initiativen nichts Neues, sie sind das Ergebnis erster Erfahrungen aus den 70er Jahren (vgl. LEADER Magazine Nr. 11).

Die Kärntner Behörden haben aus einer Reihe von Schwierigkeiten, auf die sie vor einigen Jahren im Rahmen eines Tourismusförderungsprogrammes gestoßen waren, Lehren gezogen. Jetzt scheinen sie das für eine vernünftige Verwaltung öffentlicher Mittel erforderliche Gleichgewicht zwischen dem Sachzwang eines "von oben nach unten" und dem "bottom up"-Entwicklungsansatz gefunden zu haben, der von den Bestrebungen der ansässigen Bevölkerung selbst ausgeht und vor Ort Initiativen auslöst. Das Amt für Landesplanung der Kärntner Landesregierung koordiniert verschiedene regionale, nationale und europäische Regionalentwicklungspro-

gramme. Die technische Hilfe kommt von einer unabhängigen Stelle, dem "Kärntner Institut für Raumordnung, Regionalentwicklung und Naturschutz" (KIR), das im Juni 1996 gegründet worden war. Jede der drei Kärntner Aktionsgruppen ist ein informeller Zusammenschluß von Menschen, Vereinen und dem lokalen institutionellen Umfeld (Kommunen, Naturparks, usw.), die sich mit Entwicklungsfragen auseinandersetzen. Unter der Vorbedingung, die operationellen und finanziellen Spielregeln einzuhalten, die im Vorfeld im regionalen LEADER-Programm festgeschrieben wurden, verfügen sie über ein hohes Maß an Autonomie für die Auswahl und Umsetzung der Initiativen. Jede Aktionsgruppe ist in mehrere themenorientierte "Innovationsgruppen" aufgeteilt (Landwirtschaft, Bienenhaltung, Tourismus, Handwerk usw.). Diese Arbeitsgruppen haben die Aufgabe, die lokale Entwicklung im Rahmen von LEADER, aber auch im Rahmen anderer



Gemeinschaftsprogramme (Ziel 5b, INTERREG usw.) zu betreuen: Mobilisierung der Bevölkerung und der lokalen Akteure, Suche nach potentiellen Projektträgern usw. Diese Organisationsform erklärt weitgehend die kooperativen Aspekte der Kärntner Aktionen: Aufbau landwirtschaftlicher Produktionsbereiche, sektorenübergreifender Aktivitäten und touristischer Infrastrukturen etc.

In jedem LEADER-Gebiet ist ein LEADER-Verantwortlicher (der "LEADER-Betreuer") für die Verbindungen zwischen der Aktionsgruppe und den Landesbehörden zuständig. Er koordiniert die bereits begonnenen Aktionen, bereitet Dossiers für zukünftige Projekte vor und setzt sich bei den Landesbehörden für sie ein. <



Die Genossenschaft Sonnenalm beliefert die Schulen der Norischen Region mit Milcherzeugnissen

den (hierfür wird demnächst ein Labor gegründet); Professionalisierung der Erzeuger, auch wenn sie nur Teilzeithalter sind; Entwicklung und Vermarktung innovativer Honigprodukte. Parallel dazu muß die Biene wieder als Hüterin des natürlichen und kulturellen Erbes dargestellt werden“.

Das Flaggschiff dieses Produktionsbereichs ist das 1995 eröffnete Honigmuseum in Ferlach, das am Ortseingang liegt. Hier sind nicht nur die Bienenzucht und ihre Geschichte, sondern auch alle bereits vermarkteten neuen Erzeugnisse ausgestellt: ökologischer Honig, Wachs und Stopfwachs, aber auch Salami, Müsli, Honiglikör, von einer großen Klagenfurter Brauerei gebrauchtes Honigbier (sie fördert mit einem bestimmten Prozentsatz ihrer Einnahmen die Bienenforschung) und ein neuer, leistungsfähigerer Bienenkorb. Im September 1996 haben 20 Bienenhalter eine Verkaufszentrale eröffnet, jetzt erarbeiten sie ihr eigenes Markenzeichen.

Arche Noah

Die im Zusammenhang mit der Carnica Biene bereits teilweise angesprochene Wiedereinführung heimischer, fast ausgestorbener Tierarten ist ein anderer Schwerpunkt der Entwicklungsstrategie der drei Kärntner LEADER-Gebiete.

Weiter südlich, am Fuße der Karawanken (2 000 m), die die Grenze zu Slowenien bilden, führen Friedhelm Jabinšek und seine Vereinigung „Alpen-Adria“ (bei der 60 Landwirte Mitglied sind) das Brillenschaf wieder ein. Dabei handelt es sich um eine alte Schafrasse, die in Österreich, Slowenien und im italienischen Frioul vorkam. Am Ende des Zweiten Weltkrieges war der gesamte Bestand fast ausgestorben, zählt aber mittlerweile wieder 400 Tiere. Es ist das einzige österreichische Schaf mit Gütezeichen und sein Fleisch wird vor allem in 10 Kärntner Restaurants vermarktet. „Die Nachfrage ist sehr hoch“, stellt Friedhelm fest, „unsere Werbekampagne hatte ein

solches Echo, daß wir mit dem Verkauf nicht hinterherkommen“. Friedl glaubt fest an privates Engagement: Die Werbung für dieses Fleisch wird voll und ganz von der Vereinigung Alpen-Adria finanziert. Auf Messen und Veranstaltungen, die die Vereinigung das ganze Jahr über organisiert, sowie an einem Weg für den Almauftrieb, der im Augenblick beschil­dert wird, werden Uhren, T-shirts, Regenschirme usw. mit Bildern dieses noch seltenen Schafes verkauft. „Wir möchten uns in den nächsten drei Jahren vollständig selbst finanzieren, um über diese beiden Programme hinaus, die uns diesen Anstoß geboten haben, d.h. LEADER und INTERREG, weiter bestehen zu können. Mit LEADER haben wir den Markt erschlossen und die dafür notwendige technische Hilfe finanziert; mit INTERREG haben wir Züchter in Slowenien gesucht und organisiert“. „Mit Gemeinschaftsbeihilfen haben wir Agrarerzeugnisse wieder aufwerten können, die anders kaum eine Chance erhalten, bekannt zu werden, wie z.B. die traditionellen lokalen Rassen. Vor dem Beitritt Österreichs in die Europäische Union war dies überhaupt nicht denkbar“, bestätigt Raphael Pliemitscher, der Verantwortliche des Züchterverbandes von Blondvieh. Ihm sind 60 Landwirte aus dem LEADER-Gebiet Norische Region, aus dem diese sehr kräftige Rasse stammt, angeschlossen. Sie haben einen Teil ihrer Zucht auf die Tiere umgestellt, die früher als die beste Rinderrasse in „Österreich-Ungarn“ galt. Auch hier wird ein Produktionsbereich entwickelt, an dem sich die Züchter, Metzger, Restaurants, Touristikanbieter und die lokale Bevölkerung beteiligen. Werbung für Blondvieh wird übrigens auf Dorffesten betrieben. Im deutschen Sprachgebrauch spricht man weniger von lokaler Entwicklung als von Regionalentwicklung, wobei der Begriff „Region“ (die Gebietseinheit, die für ländliche Entwicklungsmaßnahmen als Referenz gilt) einem Kleingebiet entspricht, das ein oder mehrere Täler mit einer gemeinsamen kulturellen, wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung abdeckt. Die in Kärnten aufgebauten Produktionsbereiche beleben diese Gebietsidentität und „sie führen“, wie Barbara Klemens, die LEADER-Verantwortliche der Norischen Region es ausdrückt, „die Landwirte wieder zurück in den Mittelpunkt der ländlichen Entwicklung“. <

[*] „Goldärmel“ ist ein Wortspiel, daß sich auf die handwerkliche Qualität der Konfektionsware und auf eine frühere Aktivität im Gebiet bezieht: hier gibt es ein heute nicht mehr betriebenes Goldbergwerk. Für den Fremdenverkehr im Gebiet ist Gold ein bündelnder Begriff: die „Goldroute“ ist ein Netz von Wanderwegen durch das Gebiet Großglockner-Oberes Mölltal.



Gesamtfläche: 1 568 km²
(Großglockner – Oberes Mölltal: 596 km²;
Carnica Rosental: 467 km², Norische Region: 523 km²)
Bevölkerung: 45 928 Einwohner
(Großglockner – Oberes Mölltal: 8 577 Einw.;
Carnica Rosental: 22 475 Einw., Norische Region: 14 876 Einw.)
LEADER II-Förderung: 8 400 000 ECU - **EU:** 2 900 000 ECU
Andere öffentliche Mittel: 2 900 000 ECU - **Privat:** 2 600 000 ECU

LEADER II Geschäftsstelle Kärnten
Amt der Kärntner Landesregierung - Abteilung 20 Landesplanung,
Sachgebiet Orts- und Regionalentwicklung
Wulfengasse 13, A-9020 Klagenfurt
Tel: +43 463 536 32062 - Fax: +43 463 536 32007
E-mail: akl20.eu@online.edug.co.at

Seminarprogramm (Oktober 1997 – April 1998)

Die Europäische Beobachtungsstelle LEADER bietet bis April 1998 eine Reihe von Seminaren an. Jedes Seminar findet in einem Gebiet statt, dessen lokale Aktionsgruppe über eine entsprechende Erfahrung zu dem behandelten Thema verfügt. Informationen über das Programm, die Arbeitssprachen und den Seminarort sind zwei Monate vor Beginn der Veranstaltung erhältlich (Kontaktanschrift: Europäische Beobachtungsstelle, Abteilung "Organisation").

> "Fortbildung und lokale Entwicklung"

Datum: 8.-11. Oktober 1997.

Arbeitssprachen: Finnisch / Englisch / Deutsch.

Ort: Aktionsgruppe North-Eastern Savo (Viitaniemi, Finnland)

> "Vermarktung lokaler Erzeugnisse über kurze Vertriebswege"

Datum: 5.-9. November 1997.

Arbeitssprachen: Portugiesisch / Französisch / Spanisch.

Ort: Mirandella, Terras Quente, (Norte, Portugal).

> "Erstellung eines touristischen Angebots für den Wanderurlaub"

Datum: April 1998

Arbeitssprachen: Italienisch / Deutsch / Englisch

Ort: Aktionsgruppe Appenino Piacentino,

Parma (Emilia-Romagna, Italien).

"Aufbau und Organisation von lokalen Partnerschaften"

Dieses zweite Dossier der Serie "Innovation im ländlichen Raum" befaßt sich mit dem Aufbau und der Umsetzung lokaler Partnerschaften, d.h. mit methodischen Aspekten, die dieses

partnerschaftliche Vorgehen, das eins der Schlüsselemente der ländlichen Entwicklung geworden ist, ermöglichen und nachhaltig gestalten. (Preis: 300 BF inkl. Versand / ca. 7,5 ECU).

Weitere Veröffentlichungen (zur Erinnerung)

> Merkblatt-Ordner "Gemeinschaftsaktionen und ländliche Entwicklung" (Preis: 1 800 BF inkl. Versand / ca. 45 ECU).

> Merkblattordner "Innovative Aktionen der ländlichen Entwicklung" (Preis: 1 800 BF inkl. Versand / ca. 45 ECU).

> "Situationsanalyse des Tourismuspotentials einer Region" (methodologischer Leitfaden); (Preis: 300 BF inkl. Versand / ca. 7,5 ECU).

> "Kooperation in einem Produktionsbereich zur Aufwertung lokaler landwirtschaftlicher Ressourcen am Beispiel der Käseherstellung" ("Innovation im ländlichen Raum" – Heft Nr. 1). (Preis: 300 BF inkl. Versand / ca. 7,5 ECU).

> LEADER II-Plakat (Preis: 700 BF inkl. Versand / ca. 18 ECU; ein zusätzliches Plakat, das an dieselbe Adresse geschickt wird, kostet: 200 BF inkl. Versand / ca. 5 ECU).

7 Nationale LEADER II-Netzwerke haben ihre Arbeit aufgenommen

Zum Zeitpunkt der Abfassung dieses Artikels (Juli 1997) haben die nationalen LEADER II-Netzwerke in den folgenden Ländern -Deutschland, Finnland, Irland, Italien, Niederlande, Österreich und Schweden – ihre Arbeit aufgenommen.

DEUTSCHLAND:

LEADER-Netzwerk-Deutschland

Herrn Hermann Klenner

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

Adickesallee 40, D-60322 Frankfurt am Main

Tel.: +49 69 15 64 756; Fax: +49 69 15 64 790

FINNLAND:

Sitz des Netzwerks:

LEADER-verkostoyksikkö

p.A. Mari Ojanperä

Prännärintie 17, SF-61800 Kauhajoki.

Tel.: +358 6 2360 067;

E-mail: mari.ojanpera@leader.kauhajoki.fi

Schwedischsprachige Vertretung:

Finlands LEADER-nätverksenhät (Kristinestad);

p.A. Ulf Grindgärds,

Kommunbyrå, SF-64300 Lappfjärd

Tel.: +358 6 2221 496; Fax: +358 6 2222 462;

E-mail: ulf.gindgards@leader.kauhajoki.fi

IRLAND:

LEADER II Irish National Networking (LINN) Service,

p.A. Farrell Grant Sparks

Molyneux House, Bridge Street, IRL-Dublin 8.

Tel.: +353 1 475 81 37; Fax: +353 1 475 20 44;

E-mail: fgs@fgs.ie

ITALIEN:

Rete Nazionale Italiana LEADER

p.A. Gerardo Delfino / Franco Mantino

INEA (Istituto Nazionale di Economia Agraria)

Via Barberini 36, I-00187 Roma

Tel.: +39 6 487 07 93; Fax: +39 6 474 19 84

NIEDERLANDE:

Nederlandse LEADER Netwerk

Herrn Klaas Bijleveld, Provinciehuis Friesland,

Postbus 20120, NL-HM8900 Leeuwarden

Tel.: +31 58 292 52 89; Fax: +31 58 292 51 25

ÖSTERREICH:

LEADER-Netzwerk-Österreich

Herrn Luis Fidschuster

ÖAR-Regionalberatung GmbH

Amalienstr. 68, A-1130 Wien

Tel.: +43 1 877 94 21; Fax: +43 1 877 94 25

E-Mail: oear@ping.at

SCHWEDEN:

Svenska LEADER-Nätverket

Box 787, S-45126 Uddevalla

Tel.: +46 522 65 39 13; Fax: +46 522 65 39 29;

E-mail: nils.lagerroth@hs-o.hush.se

ALLE WEITEREN AUSKÜNFTE:

EUROPÄISCHE

BEOBACHTUNGSSTELLE LEADER

chaussée Saint Pierre 260

B-1040 Bruxelles

Tel.: +32.2.736 49 60

Fax: +32.2.736 04 34

E-Mail:

leader@aeidl.be

World Wide Web:

<http://www.rural-europe.aeidl.be>

"Rural Europe":

LEADER on-line in sechs Sprachen

Die Veröffentlichungen (LEADER Magazine, Info-LEADER, die technischen Dossiers usw.), das Veranstaltungsprogramm, die täglich aktualisierte Liste der genehmigten LEADER-Begünstigten und die verschiedenen Datenbanken sind auf Internet on-line in sechs Sprachen (Französisch, Englisch, Deutsch, Spanisch, Italienisch, Portugiesisch) konsultierbar. Mehrere Diskussionsforen sind ebenfalls zugänglich.

Name: LEADER (Liaison entre Actions de Développement de l'Economie Rurale / Verbindungen zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft)

Programmart: Gemeinschaftsinitiative

Förderungswürdige Gebiete: Gebiete in Ziel-1- (Regionen mit Entwicklungsrückstand), Ziel-5b-Regionen (ländliche Gebiete mit Schwierigkeiten) und Ziel 6-Gebiete (nordische Gebiete mit sehr geringer Bevölkerungsdichte) in der Europäischen Union. Es können jedoch bis zu 10% der im Rahmen von LEADER für die Ziel-5b-Regionen bestimmten Mittel in angrenzenden, nicht förderungswürdigen Gebieten eingesetzt werden.

Zielsetzungen: Zur Sicherstellung der Kontinuität von LEADER I (1991-1994) hat LEADER II folgende Ziele:

- > Unterstützung von beispielgebenden lokalen Entwicklungsinitiativen im ländlichen Raum;
- > Unterstützung innovativer, mustergültiger und übertragbarer Maßnahmen, die neue Wege der ländlichen Entwicklung aufzeigen;
- > Vervielfältigung des Austauschs von Erfahrungen und der Weitergabe von Know-how;
- > Unterstützung von Vorhaben der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit zwischen den lokalen Akteuren der ländlichen Gebiete, welche die Solidarität der Gebiete verdeutlichen.

Begünstigte: Im Rahmen von LEADER II werden zwei Gruppen von Begünstigten finanziell unterstützt:

- > In erster Linie "lokale Aktionsgruppen". Diese Gruppen umfassen verschiedene Partner des öffentlichen und privaten Sektors mit einer gemeinsamen Strategie und Innovationskonzepten zur Entwicklung eines ländlichen Gebietes von lokaler Dimension (Richtwert: unter 100 000 Einwohner);
- > andere kollektive Aktionsträger des öffentlichen und privaten Sektors im ländlichen Raum (lokale Gebietskörperschaften, Kammern, Genossenschaften, Verbände usw.), sofern deren stärker thematisch ausgerichtete Arbeit in das lokale ländliche Entwicklungskonzept paßt.

Förderfähige Maßnahmen: Erwerb von Fachwissen im Bereich der ländlichen Entwicklung, Programme zur Innovation im ländlichen Raum (berufliche Bildung, ländlicher Tourismus, Unterstützung von Kleinbetrieben, Verarbeitung und Vermarktung von Erzeugnissen der heimischen Land- und Forstwirtschaft sowie der Fischerei, Erhaltung und Verbesserung der Umwelt und der Lebensqualität usw.), grenzüberschreitende Zusammenarbeit.

Die verschiedenen Komponenten von LEADER II sind in ein "Europäisches Netz für ländliche Entwicklung" eingebettet, das eine weite Verbreitung (Seminare, Austauschmaßnahmen, Veröffentlichungen) der für den ländlichen Raum eingeführten Innovationen ermöglichen und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit erleichtern soll. Dieses Netzwerk wird von der "Europäischen Beobachtungsstelle LEADER betreut.

Laufzeit des Programms: 6 Jahre (1994-1999)

Finanzielle Ausstattung: Der Gemeinschaftsbeitrag wurde auf rund 1 755 Millionen ECU festgelegt, die aus Mitteln der drei Strukturfonds finanziert werden (von diesen sind mehr als 1 000 Millionen ECU für die Ziel-1-Gebiete vorgesehen).



**Europäische
Beobachtungsstelle LEADER**



**Europäische Kommission
GD VI Landwirtschaft**

LEADER magazine ist die dreimonatlich erscheinende Zeitschrift des Programms für ländliche Entwicklung LEADER II. **LEADER II** (Liaison entre Actions de Développement de l'Economie Rurale / Verbindungen zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft) ist eine Gemeinschaftsinitiative der Europäischen Kommission, die von der Generaldirektion Landwirtschaft (Referat VI-F.I.1.) koordiniert wird. Der Inhalt von LEADER Magazine spiegelt die Meinung der Institutionen der Europäischen Union nicht unbedingt wider. - **Redaktionsleitung:** A.E.I.D.L. / Europäische Beobachtungsstelle LEADER - **Herausgeber:** William Van Dingenen, A.E.I.D.L., Chaussée St-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - **Redaktion:** Jean-Luc Janot - **Mitarbeiter an dieser Ausgabe:** Yves Champetier, Jacques Fournier, Katell Gurnic, Bertrand Hervieu, Michel Hofmann, António Realinho, Veronika Veits - **Photos:** LEADER-Gruppen, Campagne Campagne, Ann Linden, Ferdinand Neumüller, Hans-Olof Utsi - **Titelphoto:** Campagne Campagne - **Koordinierung der Produktion:** Christine Charlier - **Graphisches Konzept:** Kaligram - In Belgien auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. - LEADER Magazine erscheint in einer Auflage von 37 500 Exemplaren in den elf Amtssprachen der Union - **Auskünfte:** LEADER Magazine, A.E.I.D.L., Chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruxelles, Tel. +32 2 736 49 60. Fax +32 2 736 04 34. E-Mail: leader@aeidl.be - WWW: <http://www.rural-europe.aeidl.be>