

Protokoll des Treffens der Handlungsfeld-Arbeitsgruppentreffen am 09.12.2021 (17-19 Uhr)

HF 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen

HF 4: „Bioökonomie“ - Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

Ablauf



1. Begrüßung und Einführung (Helga Kawe, Vorsitzende des VfR)
Einstiegsfrage über mentimeter
2. Kurzeinführung Datenanalyse (Michael Glatthaar)
3. Aufteilung in 2 HF-Arbeitsgruppen
 - Überprüfung der SWOT
 - Diskussion von Handlungsbedarf

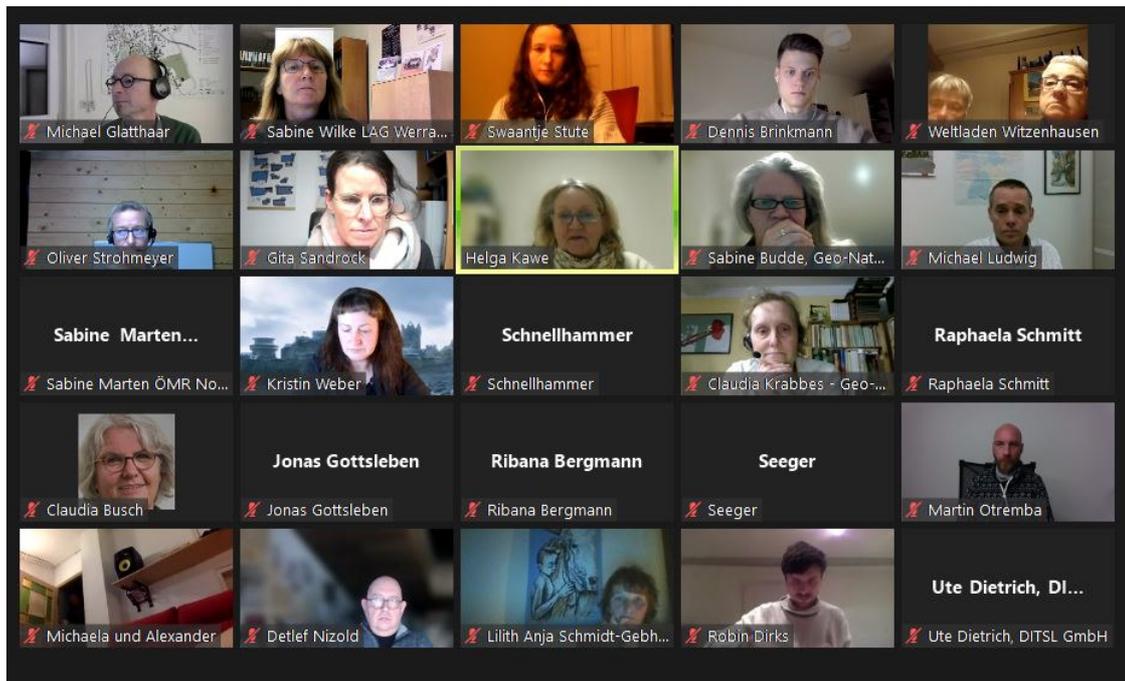
PAUSE

4. Fortsetzen der Gruppenarbeit
5. Vorstellung der Ergebnisse, Ausblick



1. Begrüßung und Einführung

Frau Kawe, die 1. Vorsitzende des Vereins für Regionalentwicklung Werra-Meißner e.V., begrüßt die 31 Teilnehmenden zum ersten Treffen der Arbeitsgruppen für die Handlungsfelder „Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen“ und „Bioökonomie - Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten“. Sie weist darauf hin, dass bereits gestern ein Workshop mit den beiden anderen Handlungsfeldern „Daseinsvorsorge“ und „Tourismus“ stattgefunden hat. Sie bedauert, dass die Treffen nicht in Präsenz stattfinden können, weist aber auf die guten Erfahrungen der Auftaktveranstaltung hin und wünscht allen spannende Diskussionen bei der Erarbeitung der Lokalen Entwicklungsstrategie für die nächste LEADER-Förderperiode.



Begrüßung durch Frau Kawe, 1. Vorsitzende des Vereins für Regionalentwicklung Werra-Meißner e.V.

Es werden zu Beginn zwei Einstiegsfragen gestellt:

- a) Welche bis zu 3 Themen/ Begriffe sind Ihnen für die Zukunft in HF 2 „Wirtschaftliche Entwicklung“ am wichtigsten?
- b) Welche bis zu 3 Themen/ Begriffe sind Ihnen für die Zukunft in HF 4 „Bioökonomie und nachhaltiges Konsumverhalten“ am wichtigsten?

Nachfolgend sind die Ergebnisse, die sich aus der Mentimeter-Abfrage ergeben haben, zusammenfassend dargestellt. Die Gewichtung der Themen bzw. Begriffe richtet sich danach, wie häufig sie benannt wurden.

Die Einstiegsfrage zu HF 2 „Wirtschaftliche Entwicklung“ hat ergeben:

Wirtschaftliche Entwicklung (häufig genannte Begriffe):

- Stärkung lokaler Kreisläufe/regionale Produkte (u. a. lok. Wertschöpfung, Regional- u. Dorfläden, kurze Wege)
- Arbeit vor Ort (u. a. Fachkräftesicherung, Stärkung Einzelhandel, Betriebsnachfolge und -gründungen, kl. Betriebe erhalten, Tinyhouses)
- Nachhaltigkeit (u. a. klimafreundlich, sozial Wirtschaften, Commoning*)
- Coworking (u. a. Netzwerke, Vernetzung von Gründer:innen)

* selbstorganisiertes und bedürfnisorientiertes gem. Produzieren

Wirtschaftliche Entwicklung (mehrfach genannte Begriffe):

- Ausbildung in der Region (u. a. Berufsorientierung)
- Innovation (u. a. Starthilfen, auch neue Produkte entw.)

Wirtschaftliche Entwicklung (**selten genannte Begriffe**):

- Information (u. a. Angebote, Sichtbarkeit)
- Öffentlicher Nahverkehr
- Breitband Internet

Die Einstiegsfrage zu HF 4 „Bioökonomie und nachhaltiges Konsumverhalten“ hat ergeben:

Bioökonomie und nachhaltiges Konsumverhalten (**häufig genannte Begriffe**):

- Regionale Produkte, regionale (Bio-)Produkte (reg. Kreislauf/Wertschöpfungskette, Preisgestaltung, Vertrieb, Kooperation, Dorfläden, einfaches Einkaufen)
- Information & Sensibilisierung (Transparenz, Wertschätzung Landwirtschaft, attraktive Angebote, Erhältlichkeit, Aufklärung, Bildungsarbeit, Gesundheit, Lebensqualität, Öffentlichkeitsarbeit)

Bioökonomie und nachhaltiges Konsumverhalten (**mehrfach genannte Begriffe**):

- Nachhaltigkeit (Tauschbörsen, Nachhaltigkeitslogo, biobasierte Verpackungen, Plastik vermeiden, regional-ökologische Dämmstoffe, Baustoffrecycling)
- Ökologisches Wirtschaften & Konsumkritik (Nachfrage identifizieren, Gemeinschaftsverpflegung, Solawi)

Bioökonomie und nachhaltiges Konsumverhalten (**selten genannte Begriffe**):

- Klimaschutz (u. a. Biodiversität)
- Projektideen (Ideenbörse, Pionier-Projekte)

2. Kurzeinführung Datenanalyse

Herr Glatthaar stellt anhand einiger statistischer Datenanalysen die aktuelle Ausgangssituation dar (s. Anhang). Er weist darauf hin, dass das Thema regionale Produkte/ Nahversorgung auch gestern im Handlungsfeld Daseinsvorsorge diskutiert wurde.

3. Stärken/Schwächen und Chancen/Risiken Diskussion

Die Teilnehmenden diskutieren in zwei parallelen Arbeitsgruppen die überarbeiteten Tabellen der Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken-Analyse (SWOT). Dies ist ein Arbeitsstand, der auf Grundlage der alten SWOT von 2014, der Abschlussevaluierung durch den Vereinsvorstand, der Klausur des Vorstandes (Strategiegruppe) sowie in der Auftaktveranstaltung ergänzt und überarbeitet wurde.

Nachfolgend sind die Ergebnisse der Diskussion in den jeweiligen Tabellen aufgenommen worden. Der „Arbeitsstand“ des Workshops findet sich im Anhang. An der ein oder anderen Stelle wurden einzelne Aspekte nicht in die SWOT mit aufgenommen, da es sich hierbei eher um konkrete Projektideen oder Anmerkungen handelt. Diese Kommentare finden sich jeweils unterhalb der Tabellen.

HF 2: Wirtschaftliche Entwicklungen und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen

Ergänzte und überarbeitete SWOT-Tabellen:

Ergänzte und überarbeitete SWOT-Tabellen:

Regionale Klein- und Kleinstunternehmen (inkl. Gaststätten und Beherbergungsbetriebe)	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Prägend ist die gute und heterogene Branchenstruktur (ausgeprägtes verarbeitendes Gewerbe) • Fördermöglichkeiten für Existenzgründer und für Gewerbetreibende bestehen • Geringe Raumkosten und Flächenkosten als Standortvorteil aus Unternehmenssicht sind vorhanden • Zentrale Lage und „Gestaltungsraum“ für Unternehmen • Kompass WM als Dienstleister • Geringe Insolvenzrate • Breitbandausbau 50-100 Mbit mit Abdeckung von 95% in der Region vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> • Leerstand bei Läden, Betrieben und Anlagen ist überall gegenwärtig • Oft fehlende Fachkräfte • Geringe Anzahl und mangelnde Qualität in Beherbergung und Gastronomie sowie Sanierungsstau mindert die Attraktivität (s. HF 3) • Unternehmensnachfolge ist teilweise nicht gesichert • Rückgang der Gründungsrate
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Positive Effekte durch die Ausgründung von Unternehmen der Universität WIZ • Durch geringe Raumkosten und Flächenkosten ist der Gestaltungsraum für wirtschaftliche Aktivitäten sehr attraktiv • Neue Formen der Wirtschaftsförderung erproben (z.B. Wirtschaftsförderung 4.0, Gemeinwohl-Ökonomie) • Neue Arbeitsformate anbieten (Co-Working etc. und Co-Working für Handwerk, z.B. Gemeinschaftswerkstätten) • Innovationskampus schaffen (Treffpunkt/ Austausch, Vernetzung, Beratung, ...) für Geschäftsideen 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Fachkräfte • Breitbandausbau (Glasfaser) mit 500 Mbit sowie 5 G-Standard kommt ggf. zu langsam • Fehlende Qualitätsoffensive im Bereich Beherbergung und Gastronomie birgt die Gefahr „Anschluss“ zu verlieren (u.a. durch Sanierungsstau u. Unternehmensnachfolge (s. auch HF 3 - Tourismus) • Mangelndes Know-how zu Marketing, insbesondere in Anfangsjahren

Die vorhandenen Förderinstrumente durch LEADER (Existenzgründung und Unternehmenserweiterung) sollen weiter angeboten werden. Weitere Schwerpunkte sind die Abmilderung des Fachkräftemangels sowie die Stärkung von Ausbildungen/ dualem Studium – damit zusammen hängt auch die Sicherung der Berufsschulstandorte im Kreis.

Projektideen (Kurzfassung): bitte hierzu noch das entsprechende Formular ausfüllen

- Qualitätsoffensive, in Gastro/ Beherbergung starten, damit kann Fachkräftemangel/ Unternehmensnachfolge
- Ausbildungsoffensive/ -marketing und über Ausbildungsverbünde und Kooperationen Betriebe vernetzen und unterstützen. In diesem Zusammenhang auch das Thema „Mobilität“ – Erreichbarkeit von Schul- und Unternehmensstandorten – verbessern.
Ein zentraler Ausbildungscampus wäre eine Möglichkeit für Kooperation/ Netzwerke und die Chance zur Sicherung der Berufsschul- und Ausbildungsmöglichkeiten
- pop-up Stors in Leerständen einrichten, damit können Aktivitäten sichtbar werden.
- Tiny-House könnten von Ausbildungsbetrieben möglichst mit regionalen Materialien erstellt werden (ist auch Thema von Wertschöpfungsketten)

Netzwerke, Wirtschaftsentwicklung und Fachkräftestrategien	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • OloV und andere Netzwerke sind vorhanden, z.B. AK Schulabsentismus, Wirtschaft integriert für Zielgruppe Geflüchtete • Das Thema Ausbildung und Berufsorientierung wird bereits vielfach angegangen (z.B. Ausbildungsmesse, Orientierungsprojekte) • Die hohe Wohn- und Lebensqualität im Kreis ist attraktiv für Fachkräfte 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterdurchschnittliches Bruttoinlandsprodukt • Unterdurchschnittliches verfügbares Einkommen der Privathaushalte und niedrige Kaufkraft • Mangelnde Vernetzung zwischen Politik und Wirtschaft • Mangelnde Vernetzung mit Akteuren außerhalb des Kreises (z.B. Wirtschafts- und Innovationsförderung Südniedersachsen) • Mangelnde Offenheit/Angebote für „gebrochene Lebensläufe“ (Geflüchtete, Schul- und Studienabbrecher) • Wenig ausgeprägte und schlagkräftige Kooperationen von Landwirtschaft, Ernährungshandwerk, Einzelhandel und Gastronomie vorhanden) • Geringer Anteil Hochqualifizierter • Fachkräftemangel ist in einzelnen Branchen erkennbar • Fehlende Profilierung von Arbeitgebern
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Neue (solidarische/nachhaltige) Formen von Zusammenschlüssen bieten Innovationspotenzial • Ausbildungsoffensive in der Region anbieten um mehr Schulabgänger:innen in Ausbildung zu bringen 	<ul style="list-style-type: none"> • Gefahr der Schließung weiterer Berufsschulstandorte / Zentralisierung der Berufsschulen – macht die Region unattraktiv • Verschärfung der Abwanderung von jungen Menschen & Familien durch Mangel an gewünschten Ausbildungs- und Arbeitsplätzen und deren Kombinationen

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ausbildungsmarketing zusammen mit Betrieben – z.B. Eltern an die Werkbank. • Familienfreundlichkeit der Betriebe, Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Standortvorteil weiterentwickeln (z.B. Audit Familiengerechter Kreis) • Zentrale Lage in Deutschland stärker profilieren • Gute Ausbildungsqualität kann Teile des Fachkräftemangels abmildern • Ausbildungsverbünde/-kooperationen kleiner Unternehmen, berufliche Orientierungsangebote und eine bessere Vermarktung könnten Fachkräfte sichern/anziehen • Im Handwerk könnte die Arbeit mit nachhaltigen Baustoffen die Region für Ausbildung und Fachkräfte attraktiv machen, gleiches gilt für den Bereich regenerative Energie • Internatsstrukturen in der Ausbildung, für überregionale Anziehung • Klimaanpassungen und Nachhaltigkeit findet bei Unternehmen überwiegend statt (u.a. aus Kostengründen) | <ul style="list-style-type: none"> • Fachkräftemangel wird sich auf weitere Branchen ausweiten. • Mangelnde Attraktivität für Zuwanderer führt zur Verstärkung des Fach- und Führungskräftemangels • Klimaanpassung/ Nachhaltigkeit findet bei Kleinstunternehmen noch zu wenig statt – deutlicher Nachholbedarf. • Klimaanpassung/ Nachhaltigkeit der touristischen Anbieter findet zu wenig statt. • Erreichen von Jugendlichen für duale Bildungsangebote ist |
|--|---|

Es gibt Kooperationen und Netzwerke über die Kammern (z.B. IHK) in Kooperation mit dem Jobcenter zum Thema Studienzweifler. Es soll nachgefragt werden, wie die Zusammenarbeit mit dem WMK ist und ob dies als Stärke oder Schwäche eingeschätzt wird. Das Thema Ausbildungsmarketing wird schon länger in verschiedenen Netzwerken diskutiert aber bisher noch zu wenig umgesetzt. Die mangelnde Vermarktung von Kleinstbetrieben (keine Werbung) kann durch Ausbildungsberater und die Ausbildungssofensive gemildert werden. Hier soll noch geklärt werden, ob ein Handlungsbedarf besteht. Insgesamt wurde das Thema Beratung/ Unterstützung und Vernetzung von Unternehmen in unterschiedlichen Themen angeregt. Hier soll im weiteren Verlauf genauer geklärt werden, wo die Lücke für welche Branchen oder auch branchenübergreifend ist.

Projektideen (Kurzfassung): bitte hierzu noch das entsprechende Formular ausfüllen

- "Coole" Projekte für Schulen (Ausflugsziele Wandertag, etc.) aus dem Handwerk, damit Schüler:innen die Berufsvielfalt der Region kennenlernen. Dies findet teilweise statt (s. z.B. Praxispool Unternehmen)
- Gemification in der regionalen Berufsorientierung.

Regionale Produkte und Wertschöpfungsketten	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Vorhandene Initiativen Lokale – einfach genial! • Vermarktung reg. Produkte auch über „Holles Schaf“ • Datenbank regionale Entdeckungen • Gute heimische Küche • Hohe Qualität der regionalen Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> • Noch zu geringer regionaler und überregionaler Bekanntheitsgrad der regionalen Produkte • Geringe Vermarktung regionaler Produkte
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Produkte (gemeinschaftlich) regional und überregional vermarkten (Ausbau „Holles Schaf“ und Erweiterung) • Vorhandene Initiativen Lokale – einfach genial! ausbauen • Regionale Wertschöpfungsketten für Urprodukte entwickeln und ausbauen • Begegnungsorte zum Handel mit regionalen Produkten/Dienstleistungen vernetzen Bürger*innen und Betriebe z.B. Pop-up Store in leerstehenden Geschäften für regionale (und innovative) Produkte • Innovative Wertschöpfungsketten entwickeln • Makerspace anbieten (Handwerk, Lebensmittelbranche, Ausbildung) • Wertschöpfungskette Wald/Holz aufbauen • Eine stärker solidarische/gemeinschaftliche Ausrichtung könnte ein neues Bewusstsein für regionale Wertschöpfung und Zirkulation bewirken 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktionsstau im Bereich der regionalen Produktentwicklung und Vermarktung führt zu schlechter Marktpräsenz • Finanzierungen für regionale Vermarktung und Logistik nicht gesichert • Fehlende Finanzierung für Innovationslabore– mittel und langfristig • Diskrepanz zwischen ermittelten Rohstoffpotentialen und der tatsächlichen Verfügbarkeit durch Probleme/Widerstände bei der Bereitstellung

Projektideen (Kurzfassung): bitte hierzu noch das entsprechende Formular ausfüllen

- Gemeinschaftsverpflegung für öffentliche Einrichtungen stärker aus der Region speisen
- Die Idee zur Gründung einer Regionalwert-AG, die derzeit auch in unterschiedlichen Regionen in Hessen diskutiert wird (z.B. Mittelhessen) soll unterstützt werden.

HF 4: „Bioökonomie“ – Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

Ergänzte und überarbeitete SWOT-Tabellen:

Bioökonomie (nachhaltiger Konsum, Energie)	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Branchenkompetenz im Bereich Erneuerbare Energien/ Bioenergien ist gegeben • Existierende Bürgerenergie-Genossenschaft • Viele Natur- und Waldflächen als Kompensationsflächen, hohes Biomassepotential vorhanden • Wissenschaftsstandort Universität WIZ für Erneuerbare Energie besteht mit ausgeprägtem, lokalem Profil • Es existieren bereits einige Lernorte zur Bildung für nachhaltige Entwicklung (z.B. GEONP, BNE-Netzwerk Nordhessen) • Gute Angebote zu Ernährung und Konsum von den Landfrauen • Onlineshop „Holles-Schaf“ für biodiversitätsfördernde Produkte • „Regionale Entdeckungen“ geben Überblick über (regionale Produkte und regionale Bio-Produkte • ÖkomodellRegion gut verankert • Ausbau der Biolandbetriebe • Gute Angebote von RepairCafes • RecyclingKaufhaus in Witz und ESW, Markthalle in Entstehung 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Logistik für regionale Produkte, geringe Vermarktung • Wenig Bildungsangebote für nachhaltige Produktionen und postfossile Lebensweise • Kaum Angebote/ Informationen zu nachhaltigem Konsumverhalten • Kein etabliertes Kennzeichen für regionale oder regionale Bio-Produkte in der Region, wenig Präsenz in Märkten • Überbetonung der Zielgruppe junger Menschen, Angebotsausrichtung auf kaufentscheidende Erwachsene fehlt • Geringe Orientierung an Alltag und Sozialräumen potenzieller Konsument:innen • Geringere Kaufkraft für regionale Produkte, da sie oft teurer sind • Zu geringe Markenbildung (Erkennbarkeit) für regionale Produkte
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Bildung für nachhaltige Entwicklung ausbauen und stärken • Bildungsstätten: Ausbau des Ernährungsführerscheins in Grundschulen, Schule trifft Bauernhof, regionale und regionale Bio-Lebensmittel in der Schulverpflegung • Lebensmittelverschwendung und Abfallmengen reduzieren und darüber aufklären • Stoffstrombilanzierung zum Schließen von Kreisläufen 	<ul style="list-style-type: none"> • Personalmangel und bürokratische Hürden limitieren nachhaltige Produktionen • Schwierigkeiten bei der Betriebsnachfolge • Aufgaben kleiner Familienbetriebe (z.B. Bauernhöfe, Metzgereien) •

- Gemeinschaftliche Verarbeitungsküchen für Lebensmittel-Überschüsse
- Vorhandene Tauschbörsen wiederbeleben, Spendensysteme nutzen (z.B. Apps)
- Markthalle für regionale Produkte und regionale Bio-Produkte für Großküchen (später vielleicht auch für Endkunden)
- Recyclingsysteme ausbauen (z.B. bei Elektronik)
- Nachhaltige Verpackungssysteme nutzen (z.B. Gastronomie)
- Einkommen im Bereich Erneuerbare Energien schaffen, Energiegenossenschaft stärker bewerben
- Entwicklung und Vermarktung neuer regionaler Produkte, Anbau neuer Kulturen: regionale Erzeugung anstatt Import
- Gemeinwohlökonomie: Neue (solidarische) Landwirtschafts- und Wirtschaftsformen sowie Direktvermarktung
- Idee der Arbeitspferde für nachhaltige Entwicklung (bereits Wahlmodul der Universität)
- Gläserne Produktionen aufbauen
- Vernetzung zwischen Landnutzer:innen und Naturschutz (z.B. über integrierten Landschaftspflegeverband im Geo-NP)

Es bestehen bereits verschiedene Angebote, Netzwerke und (Bildungs-)Strukturen, um einen nachhaltigen Wandel einzuleiten und das Feld der Bioökonomie zu nutzen. Die Region bietet große Potenziale, um diese Kompetenzen weiter auszubauen, insbesondere die Stärkere Nutzung und Vermarktung regionaler Produkte und die Vermeidung von Abfall und Lebensmittelverschwendung sind wichtige und aktuelle Themen. Dafür muss ein stärkeres Bewusstsein geschaffen und die Bereitstellung von Angeboten erleichtert und vorangetrieben werden. Es benötigt auch hier neue Fachkräfte, die Bereitschaft für Betriebsübernahmen und die Beachtung aller potenziellen Zielgruppen.

Projektideen (Kurzfassung): bitte hierzu noch das entsprechende Formular ausfüllen

- Gemeinschaftliche Verarbeitungsküchen
- Arbeitspferde

Natur, Landschaft und Landnutzung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Landschaftlich angepasste Agrarstruktur (zukunftsfähiges Verhältnis Haupt- und Nebenerwerb) vorhanden und hohe Anbauvielfalt vorhanden • Wissenschaftsstandort Universität WIZ für ökologische Landwirtschaft besteht mit ausgeprägtem, lokalem Profil • Biologische Vielfalt als besondere Kennzeichen existent - Hotspot Biodiversität 17 • Hohe Dichte an Schutzgebieten, • Blühstreifenpartnerschaften vom KBV • Naturpark vernetzt Tourismus, Naturschutz • Aktive Umsetzung der Wasserrahmenrichtlinie durch Geonaturpark und Kommunen 	<ul style="list-style-type: none"> • Unzureichende Anpassung auf Starkregeneignisse (z.B. wenig Retentionsflächen) • Unzureichende Anpassung an Trockenperioden • Potenzial von Wasserkraftwerken zur Stromerzeugung wird nicht ausgeschöpft • Geringes Bewusstsein für Hotspot Biodiversität 17 • Fehlende Finanzierung von Dekarbonisierungsmaßnahmen
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Potential zur interdisziplinären Vernetzung von Landwirtschaft, Ernährungshandwerk, Einzelhandel und Gastronomie zur touristischen Profilbildung ausbauen (z.B. Runde Tische) • Essenzielle Partnerschaft zwischen Land- sowie Forstwirtschaft und Naturschutz aufbauen • Potenziale der UN Dekade für Ökosystem Renaturierung (2021-30) und integrierte ländliche Entwicklungskonzepte (ILEK) nutzen • Naturnahes Image vermarkten • Anbauvielfalt (z.B. Mohn, Hanf) und extensive Tierhaltung/Weidewirtschaft stärken und fördern • Flurbereinigung für die Entwicklung des ländlichen Raumes nutzen • Retentionsflächen reaktivieren, Auen renaturieren, Agroforstsysteme und Humusaufbau auf Äckern nutzen • Flächenversiegelung und naturferne Grundstücksgestaltung verhindern • Potenziale privater Gärten nutzen, extensives Mähmanagement und Blühflächen auf öffentlichen Grundstücken 	<ul style="list-style-type: none"> • Klimaschutz/ Klimaanpassung findet zu langsam statt. • Kali-Abbau und weitere Einflüsse: Versalzung der Werra • Wasserrahmenrichtlinie: Vorgaben gefährden bestehende Wasserkraftwerke • Flurbereinigung als Konfliktthema: Entwicklungspotenzial vs. Zerstörung von Nischen-Ökosystemen • Regionaler Obstanbau verschwindet, Zunahme von Importen

Für hohe landschaftliche Potenzial (Naturpark, Schutzgebiete) sollte ein stärkeres Bewusstsein geschaffen und diesbezüglich die interdisziplinäre Vernetzung mit vorhandenen und neuen Strukturen ausgebaut werden. Verschiedene Instrumente bieten hier Ansatzpunkte, wobei mögliche Konflikte beachtet und deren Finanzierung sichergestellt werden müssen. Die Anpassung an Extremwetterereignisse muss eine stärkere Rolle einnehmen.

Projektideen (Kurzfassung): bitte hierzu noch das entsprechende Formular ausfüllen

- Extensives Mähmanagement und Blühflächen auf öffentlichen Grundstücken aufbauen
- Integriertes ländliches Entwicklungskonzept (ILEK) entwickeln
- Retentionsflächen reaktivieren und Auen renaturieren
- Runde Tische für interdisziplinäre Zusammenarbeit und Vernetzung

4. Vorstellung der Ergebnisse und Ausblick

Nach der Arbeitsphase wurden die Ergebnisse der zwei Arbeitsgruppen im Plenum kurz vorgestellt. Die SWOT wird von der Strategieguppe final überarbeitet. Dabei geht es im Schwerpunkt um die Prüfung von Unstimmigkeiten/ Widersprüchen, einzelne Ergänzungen und ggf. redaktionelle Anpassung (Ausführlichkeit etc.).

Anschließend gibt Herr Glatthaar gibt einen kurzen Ausblick: Am **20.01.** und **27.01.2022** werden weitere Vorträge und Diskussionsrunden angeboten, um über die Querschnittshandlungsfelder „Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Klimaschutz“ zu diskutieren.

Das nächste Treffen der Arbeitsgruppe findet am 16. Februar 2022 ab 17:00 Uhr statt. Ob digital oder in Präsenz wird spätestens 2 Wochen vorher entschieden.

Herr Glatthaar erinnert nochmal an die Online-Sammlung von Projektideen und verweist auf die Internetseite des Vereins für Regionalentwicklung unter www.vfr-werra-meissner.de

Er bedankt sich bei allen heutigen Teilnehmenden für den konstruktiven Austausch und die vielen Ideen und verweist darauf, dass Sabine Wilke für Nachfragen gern zur Verfügung steht.

Protokoll: pro loco

Weitere Anlagen sind auf der Internetseite des VfR zu finden. Hier angefügt sind die „Arbeitsergebnisse der Gruppen (Conceptboard)

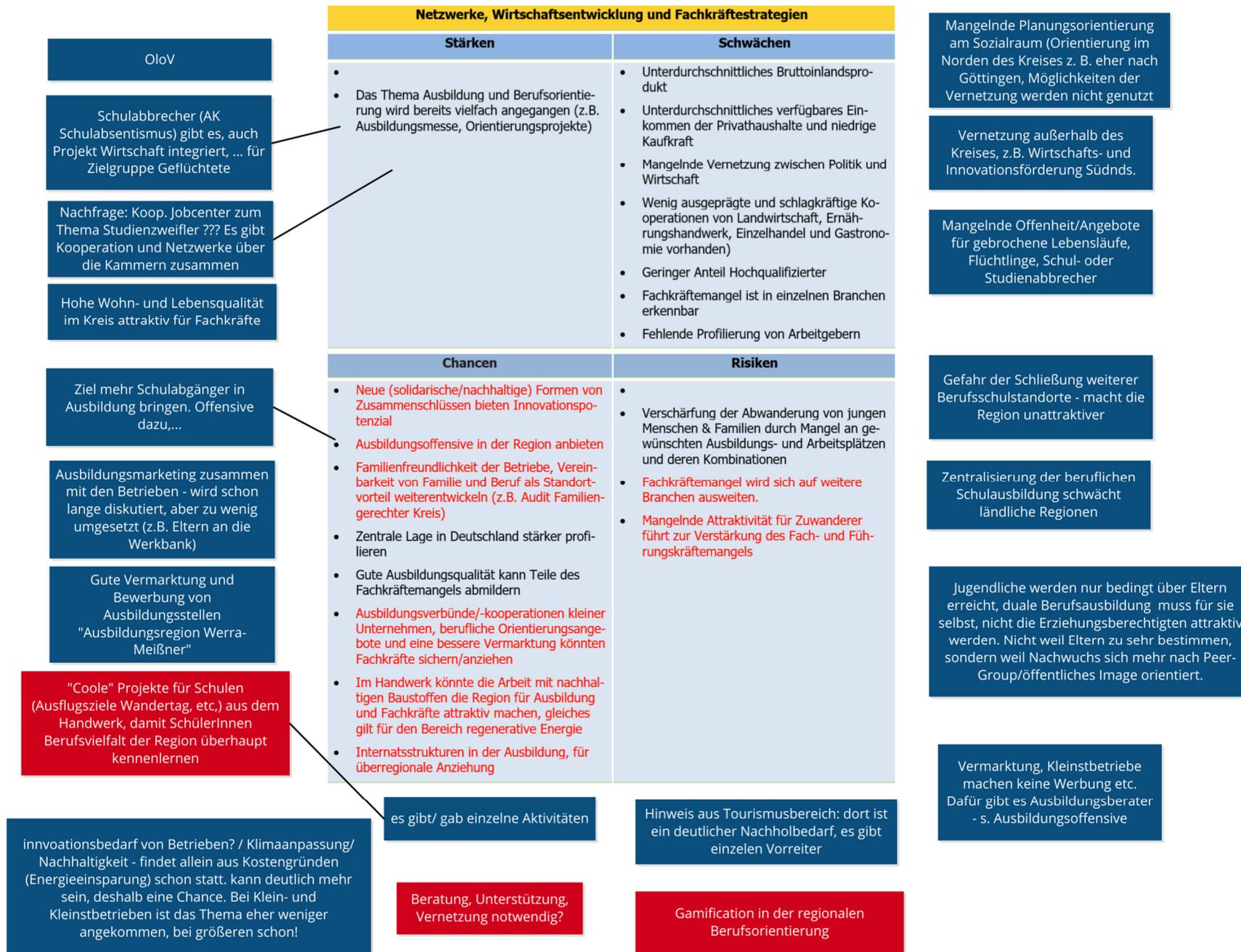


Handlungsfeld 2 und 4 - LES VfR, 09.12.2021

Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen

Regionale Klein- und Kleinstunternehmen (inkl. Gaststätten und Beherbergungsbetriebe)	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> Prägend ist die gute und heterogene Branchenstruktur (ausgeprägtes verarbeitendes Gewerbe) Fördermöglichkeiten für Existenzgründer und für Gewerbetreibende bestehen Geringe Raumkosten und Flächenkosten als Standortvorteil aus Unternehmenssicht sind vorhanden Zentrale Lage und „Gestaltungsraum“ für Unternehmen Kompass WM als Dienstleister 	<ul style="list-style-type: none"> Leerstand bei Läden, Betrieben und Anlagen ist überall gegenwärtig Oft fehlende Fachkräfte Geringe Anzahl und mangelnde Qualität in Beherbergung und Gastronomie sowie Sanierungsstau mindert die Attraktivität (s. HF 3) Unternehmensnachfolge ist teilweise nicht gesichert
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> Positive Effekte durch die Ausgründung von Unternehmen der Universität WIZ Durch geringe Raumkosten und Flächenkosten ist der Gestaltungsraum für wirtschaftliche Aktivitäten sehr attraktiv Breitbandausbau für Unternehmen als Standortfaktor ausbauen und gleichzeitig attraktiv für weitere Unternehmen werden (prüfen) Neue Formen der Wirtschaftsförderung erproben (z.B. Wirtschaftsförderung 4.0, Gemeinwohl-Ökonomie) Neue Arbeitsformate anbieten (Co-Working etc.) Innovationskampus schaffen (Treffpunkt/ Austausch, Vernetzung, Beratung,...) für Geschäftsideen 	<ul style="list-style-type: none"> Fehlende Fachkräfte Fehlende Qualitätsoffensive im Bereich Beherbergung und Gastronomie birgt die Gefahr „Anschluss“ zu verlieren (u.a. durch Sanierungsstau u. Unternehmensnachfolge (s. HF 3)

Hinweis: Insolvenzrate ist gering und Gründungsrate eher zurückgegangen	Fehlen von nachhaltigem Handwerk - obwohl starker Wirtschaftszweig	Qualitätsoffensive, in Gastro/ Beherbergung starten, damit kann Fachkräftemangel/ Unternehmensnachfolge	Idee: pop-up Stors in Leerständen - Thema Sichtbarkeit
50 bis 100 Mbit geht, aber der nächste Schritt fehlt - Abdeckung 95%	Hohe Kreativität und Innovationsbereitschaft bei AbsolventInnen der Universität WIZ	Ausbildungsoffensive/ -marketing	Idee: Ausbildungskampus zentral könnte ein Thema sein.
Coworkingkonzepte für das Handwerk - Gemeinschaftswerkstätten	über Ausbildungsverbünde und Kooperationen Betriebe vernetzen und unterstützen - Mobilität	fehlende Fachkräfte	reg. Produkte - s. HF 4 - Verfügbarkeit
	Mangelndes Know-how zu Marketing, insbesondere in Anfangsjahren	Tiny-House als Wertschöpfungsthema	Existenzgründungsförderung Unternehmenserweiterungen sollen weiter laufen



Regionale Produkte und Wertschöpfungsketten	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Vorhandene Initiativen Lokale – einfach genial! • Datenbank regionale Entdeckungen • Gute heimische Küche • Hohe Qualität der regionalen Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> • Noch zu geringer regionaler und überregionaler Bekanntheitsgrad der regionalen Produkte • Geringe Vermarktung regionaler Produkte •
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Produkte (<u>gemeinschaftlich</u>) regional und <u>überregional</u> vermarkten • Vorhandene Initiativen Lokale – einfach genial! ausbauen • Regionale Wertschöpfungsketten für Urprodukte entwickeln und ausbauen • <u>Begegnungsorte zum Handel mit regionalen Produkten/Dienstleistungen vernetzen Bürger*innen und Betriebe</u> • <u>Innovative Wertschöpfungsketten entwickeln</u> • <u>Makerspace anbieten (Handwerk, Lebensmittelbranche, Ausbildung)</u> • Wertschöpfungskette Wald/Holz aufbauen • <u>Eine stärker solidarische/gemeinschaftliche Ausrichtung könnte ein neues Bewusstsein für regionale Wertschöpfung und Zirkulation bewirken</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktionsstau im Bereich der regionalen Produktentwicklung und Vermarktung führt zu schlechter Marktpräsenz • <u>Finanzierungen für regionale Vermarktung und Logistik nicht gesichert</u> • <u>Fehlende Finanzierung für Innovationslabore– mittel und langfristig</u> • Diskrepanz zwischen ermittelten Rohstoffpotentialen und der tatsächlichen Verfügbarkeit durch Probleme/Widerstände bei der Bereitstellung

Schaf-Produkte werden über Geo-Naturpark - vernarkt, es wächst, hinweis auf gemeinsame Vermarktung

Förderung von Pop-up-store Lösungen für innovative Produkte aus der Region, gleichzeitig Belebung von Leerstand

Gemeinschaftsverpflegung für öffentliche Einrichtungen stärker aus der Region speisen

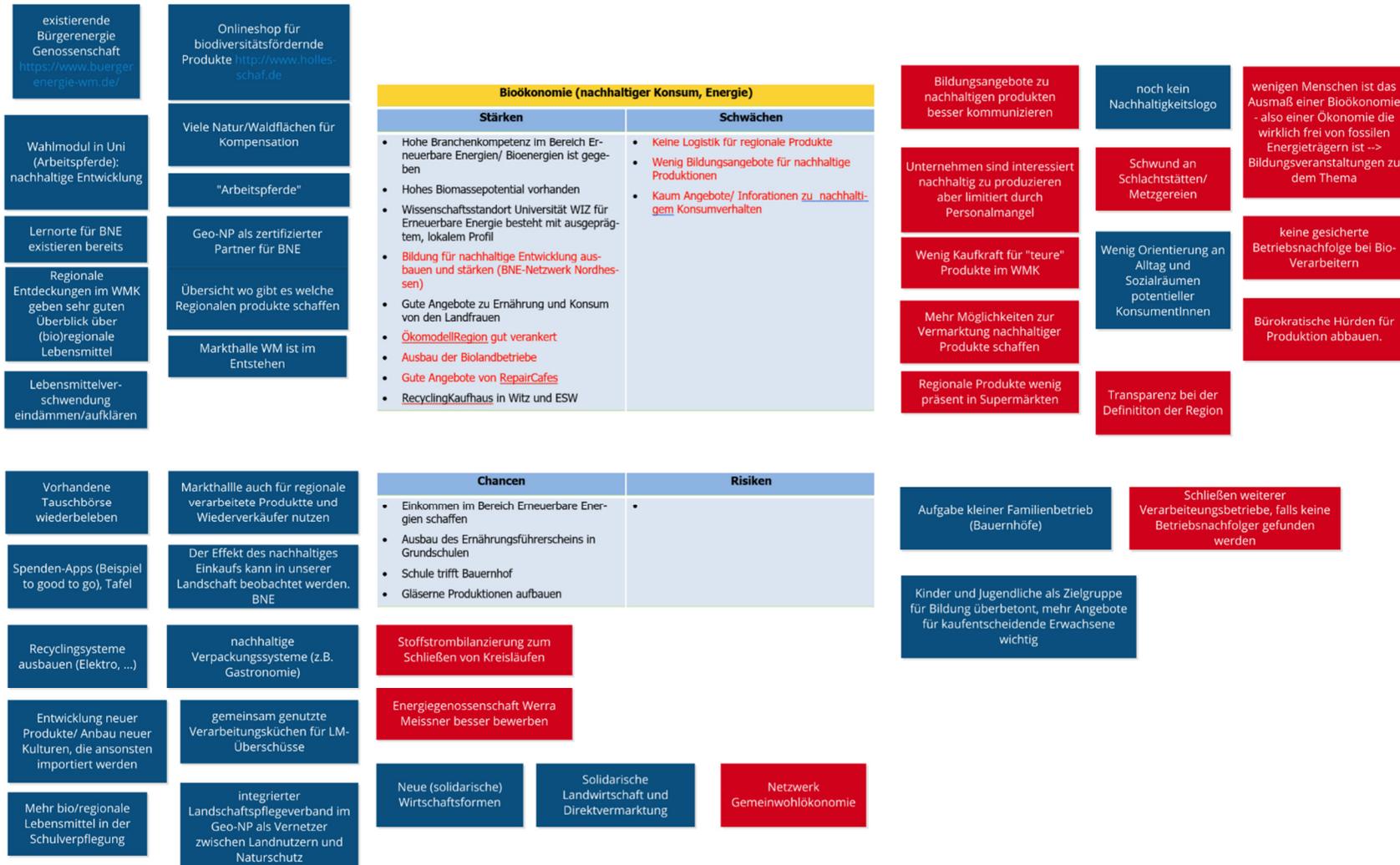
zu Gemeinwohlökonomie: Idee Regionalwert-AG gründen

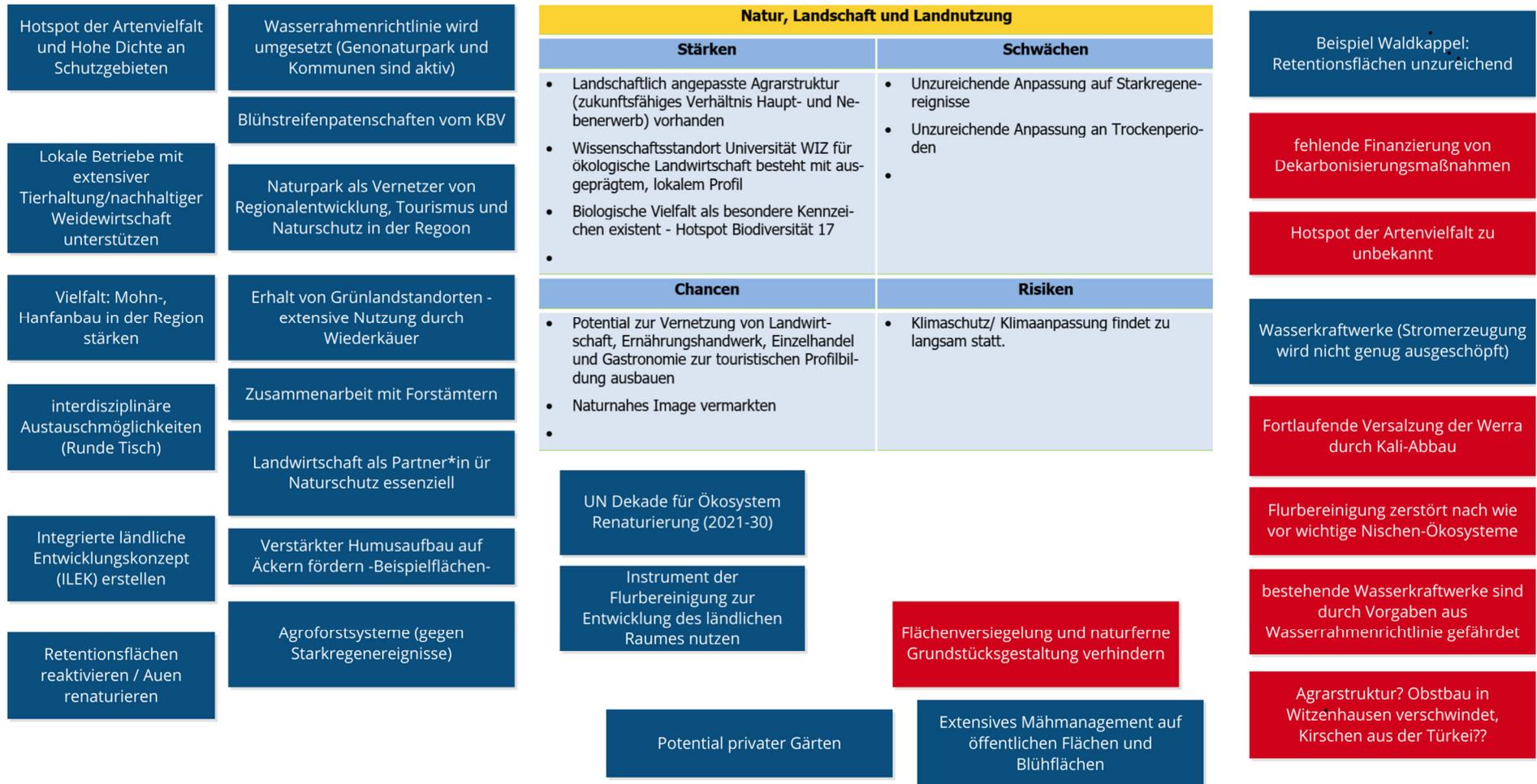
Wenige innovative Ideen für Ökomodellregion

????

Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“ – Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

Querschnittsthemen: Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Klimaschutz







Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen

Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“ – nachhaltiges Konsumverhalten

Lokalen Entwicklungsstrategie (LES) des VfR

Dr. Michael Glatthaar, Dennis Brinkmann und Swaantja Stute
9. Dezember 2021



Ablauf

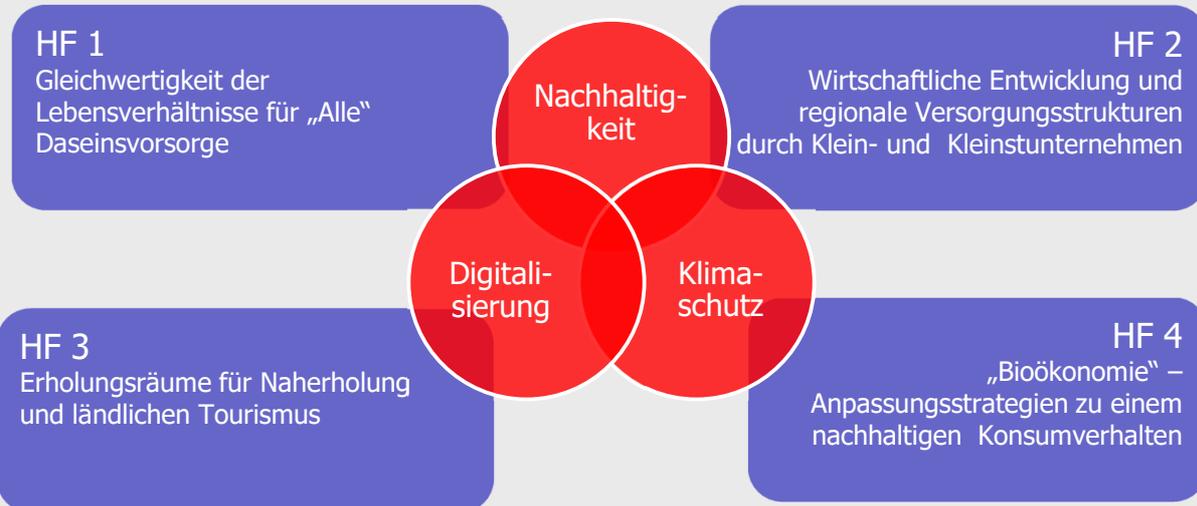
1. Begrüßung und Einführung (Helga Kawe, Vorsitzende des VfR)
Einstiegsfrage über mentimeter
2. Kurzeinführung Datenanalyse (Michael Glatthaar)
3. Aufteilung in 2 HF-Arbeitsgruppen
 - Überprüfung der SWOT
 - Diskussion von Handlungsbedarf

PAUSE

4. Fortsetzen der Gruppenarbeit
5. Vorstellung der Ergebnisse, Ausblick



LEADER 2023 – 2027 - Handlungsfelder



HF 2. Wirtschaftliche Entwicklung

**Regionale Kleinstunternehmen**

- hoher Bedarf: weiterhin hoher Bedarf, bisher erfolgreich agiert

Regionale Kleinstunternehmen, Gastgewerbe

- hoher Bedarf: auch Tourismusunternehmen,
- gute Verknüpfungsmöglichkeit zu HF 4

Netzwerke, regionale Produkte, Wertschöpfungsketten, Fachkräftestrategie

- hoher Bedarf: Zusammenwirken der vier Bereiche wichtig
- Regionale Produkte fördern/ausbauen und Veredelungs-/Wertschöpfungsketten entwickeln
- Steigender Fachkräftebedarf erwartet, Ausbildungsbereitschaft fördern, Qualität der Ausbildung



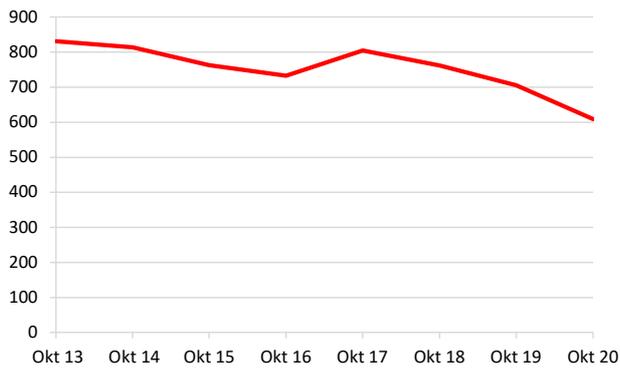
HF 2: Wirtschaftliche Entwicklung



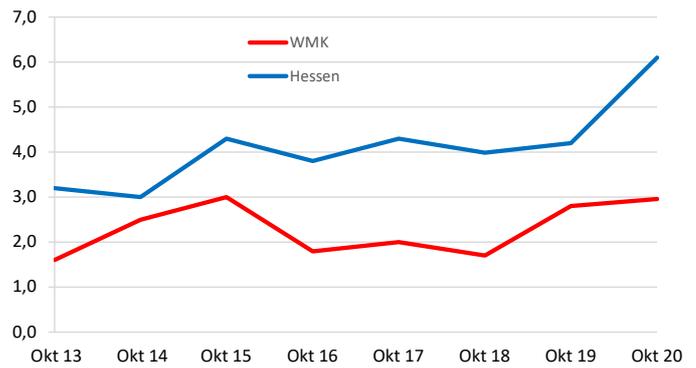
Ausbildung

- Anzahl der Stellenbewerber*innen geht zurück
- Geringe Anzahl an unversorgten (8-23 Jugendlich; 2020: 18)

Ausbildungsstellenbewerber WMK



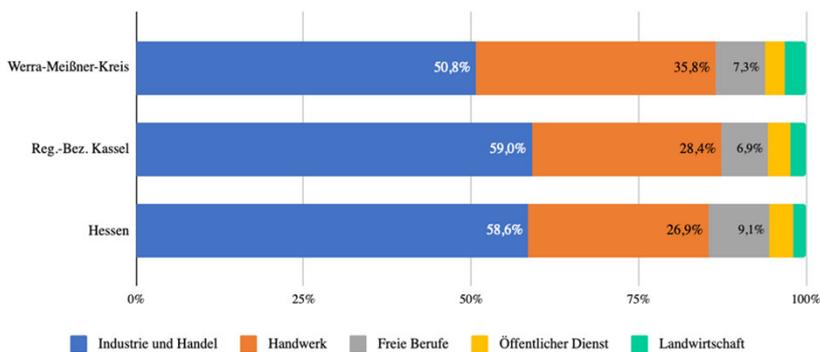
Unversorgte Ausbildungsbewerber in %



HF 2. Wirtschaftliche Entwicklung



Verteilung der Auszubildenden auf die Ausbildungsbereiche 2020



Auszubildendenzahlen insgesamt (2020):

Werra-Meißner-Kreis: 1.263
 Reg.-Bez. Kassel: 21.715
 Hessen: 91.932

Quelle: HSL 2020

→ Vergleichsweise hoher Anteil an Auszubildenden im Bereich Handwerk, weniger Auszubildende im Bereich Industrie und Handel



HF 4 Bioökonomie Anpassungsstrategie zu einem nachhaltigen Konsumverhalten



Nachhaltiges Konsumverhalten

- hoher Bedarf: neue Zielausrichtung, WMK bietet gute Grundlagen (Ernährungsführerschein), Zielgruppe auch „alle Bürger*innen
Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) ausbauen

Bioökonomie

- Hoher bis mittlerer Bedarf: „regionale Produkte“ (s. HF 2 Wirtschaft) sind wichtiger
- Wertschöpfungskette, Vernetzung



HF 4 Bioökonomie Anpassungsstrategie zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

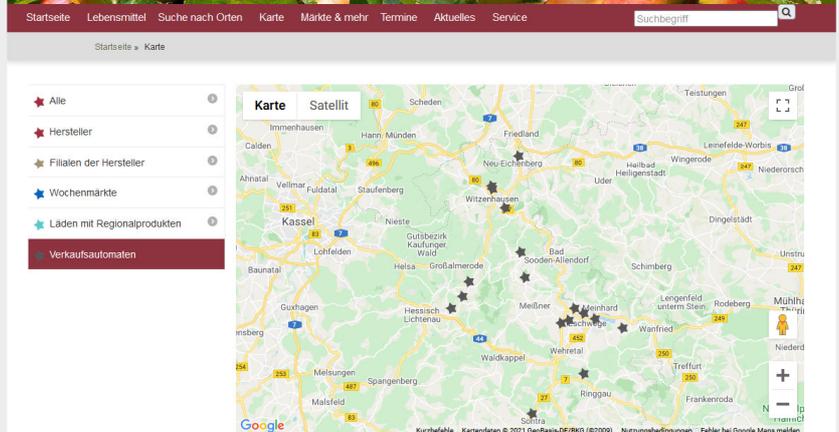


17 Regiomaten/ regionale Verkaufsstellen

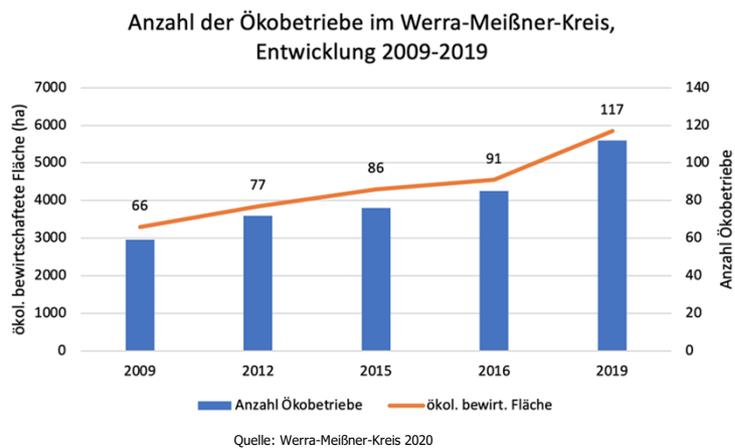
Lücken in

- Herleshausen
- Meißner
- Waldkappel
- Wanfried
- Wehretal
- Weißenborn

Quelle: <https://www.regionale-entdeckungen-wmk.de/onlinekarte/?m=verkaufsautomaten>



HF 4 Bioökonomie Anpassungsstrategie zu einem nachhaltigen Konsumverhalten



Ökologisch bewirtschaftete
Fläche (2019): 5.600 ha

→ Stetig steigende Anzahl der Ökobetriebe und der ökologisch bewirtschafteten Fläche, insbesondere seit 2016



Prüfung und Ergänzung der SWOT



2 Gruppen (Breakoutrooms)

HF 2: Wirtschaft, Michael Glatthaar

HF 4: Bioökonomie, Dennis Brinkmann

- Schwarz: Themen von 2014: immer noch aktuell?
- Blau: Themen von 2014: prüfen, voraussichtlich nicht mehr aktuell (gibt es nur vereinzelt)
- Rot: neue Themen
- Insgesamt: fehlen wichtige Aspekte



Sammlung von Projektideen



Unsere Lokale Entwicklungsstrategie 2023 - 2027

Machen Sie mit und bringen Sie Ihre Ideen & Themen mit ein!

Ihre Projektidee

Hier online einfach
eintragen:



<https://forms.gle/Rs9NkCet1dTae1sb6>



[https://app.conceptboard.com/
board/ozzt-arkd-z71y-8hyz-3hxg](https://app.conceptboard.com/board/ozzt-arkd-z71y-8hyz-3hxg)

Projektübersicht

Wir aktualisieren
Ihre Ideen alle
zwei Wochen.

Auf Wiedersehen am

16.02.2021 mit den Themen

- Handlungsbedarf für die nächsten Jahre
- Projektideen bis 2027 – möglichst konkret





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Dr. Michael Glatthaar
Burgstraße 22/23
37073 Göttingen

Email: glatthaar@proloco-bremen.de
www.proloco-bremen.de

