



## Fortschrittsbericht 2004

### Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn

### „HOHENLOHE *a*KTIV - Partnerschaft für ländliche Regionalentwicklung“





vorgelegt durch die  
Regionale Partnerschaft der  
Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn  
erstellt im Januar 2005

Ute Zoll  
Regionalmanagement Hohenlohe **a**ktiv  
c/o Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall mbH  
Münzstraße 1  
74523 Schwäbisch Hall

Tel.: 0791-755 7650  
E-Mail: [u.zoll@hohenloheaktiv.de](mailto:u.zoll@hohenloheaktiv.de)  
Internet: [www.hohenloheaktiv.de](http://www.hohenloheaktiv.de)

Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Zusammenfassung - Unsere Ergebnisse in Kürze</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Einleitung - So haben wir den Fortschrittsbericht erstellt</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Unsere Ziele - das wollten wir 2004 erreichen</b>	<b>9</b>
<b>3.1</b>	<b>Prozesse auf Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts</b>	<b>12</b>
3.1.1	Prozessspinne auf Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts	12
<b>3.2</b>	<b>Handlungsfeld Stärkung der Vermarktung regionaler, umweltgerecht bzw. ökologisch erzeugter Lebensmittel</b>	<b>14</b>
3.2.1	Das haben wir erreicht	14
3.2.2	Prozessspinne Ebene Handlungsfeld Regionalvermarktung	16
3.2.3	Welche Gründe gibt es für Ziel-Abweichungen?	16
<b>3.3</b>	<b>Handlungsfeld Energiemarkt</b>	<b>18</b>
3.3.1	Das haben wir erreicht	18
3.3.2	Prozessspinne Ebene Handlungsfeld Energiemarkt	20
3.3.3	Welche Gründe gibt es für Ziel-Abweichungen?	20
<b>3.4</b>	<b>Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt</b>	<b>22</b>
3.4.1	Das haben wir erreicht	22
3.4.2	Prozessspinne Ebene Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt	24
3.4.3	Welche Gründe gibt es für Ziel-Abweichungen?	25
<b>3.5</b>	<b>Handlungsfeld ökologischer Landbau</b>	<b>26</b>
3.5.1	Das haben wir erreicht	26
3.5.2	Prozessspinne Ebene Handlungsfeld ökologischer Landbau	27
3.5.3	Welche Gründe gibt es für Ziel-Abweichungen?	28
<b>3.6</b>	<b>Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft</b>	<b>29</b>
3.6.1	Das haben wir erreicht	29
3.6.2	Prozessspinne Ebene Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft	30
3.6.3	Welche Gründe gibt es für Ziel-Abweichungen?	31
<b>4</b>	<b>Verstetigung</b>	<b>32</b>
<b>4.1</b>	<b>Zusammenfassung der Aktivitäten zur Verstetigung</b>	<b>32</b>
<b>4.2</b>	<b>Verstetigung des Regionalmanagements</b>	<b>33</b>
<b>4.3</b>	<b>Verstetigung der Partnerschaft</b>	<b>35</b>
<b>4.4</b>	<b>Verstetigung von Themen und Projekten - Unser Fokus für die Zukunft</b>	<b>36</b>

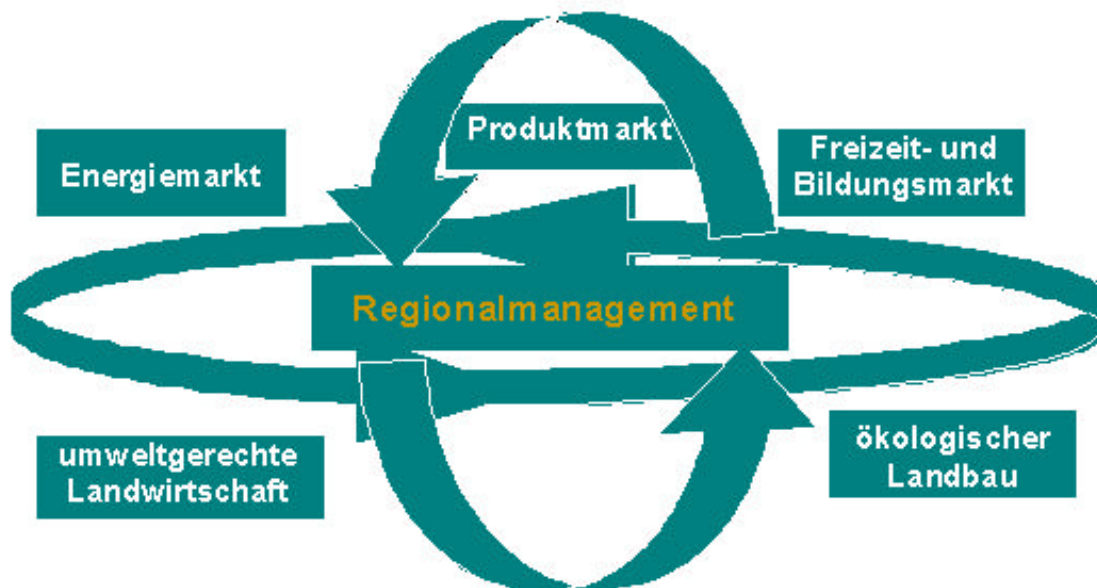
<b>5</b>	<b>Unsere Ziele für 2005</b>	<b>37</b>
<b>5.1</b>	<b>Handlungsfeld Stärkung der Vermarktung regionaler, umweltgerecht bzw. ökologisch erzeugter Lebensmittel</b>	<b>40</b>
<b>5.2</b>	<b>Handlungsfeld Energiemarkt</b>	<b>41</b>
<b>5.3</b>	<b>Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt</b>	<b>42</b>
<b>5.4</b>	<b>Handlungsfeld ökologischer Landbau</b>	<b>43</b>
<b>5.5</b>	<b>Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft</b>	<b>44</b>
<b>6</b>	<b>Schlussfolgerungen aus dem Fortschrittsbericht 2004 - Das haben wir gelernt</b>	<b>45</b>
<b>6.1</b>	<b>Auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts</b>	<b>45</b>
<b>6.2</b>	<b>Auf der Ebene der Handlungsfelder</b>	<b>45</b>
<b>6.3</b>	<b>Auf der Ebene der Projekte</b>	<b>46</b>
<b>7</b>	<b>Anhang</b>	
<b>7.1</b>	<b>Tabellarische Übersichten über die Einschätzung</b>	<b>49</b>
7.1.1	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts	49
7.1.2	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Regionalvermarktung	51
7.1.3	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Energiemarkt	53
7.1.4	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Freizeit- und Bildungsmarkt	55
7.1.5	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds ökologischer Landbau	57
7.1.6	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds umweltgerechte Landwirtschaft	59
<b>7.2</b>	<b>Aufteilung der bewilligten Projekte in die Handlungsfelder</b>	<b>61</b>
7.2.1	Handlungsfeld Regionalvermarktung	61
7.2.2	Handlungsfeld Energiemarkt	62
7.2.3	Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt	62
7.2.4	Handlungsfeld ökologischer Landbau	63
7.2.5	Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft	64
7.2.6	Berechnung der anteiligen Kosten am Regionalmanagement und der Öffentlichkeitsarbeit	64
7.2.7	Summe aller bewilligten Projekte nach Handlungsfeldern	65
7.2.8	Noch nicht bewilligte Projekte	65
<b>7.3</b>	<b>Zusammenstellung der vorliegenden Projektanträge für 2005</b>	<b>66</b>
<b>7.4</b>	<b>Übersicht aller von der Regionalen Partnerschaft beschlossenen Projekte</b>	<b>69</b>
<b>7.5</b>	<b>Zusammensetzung der Partnerschaft</b>	<b>72</b>

Übersichtsverzeichnis:

<b>Übersicht 1:</b>	<b>Die inhaltliche Ausrichtung der Modellregion Hohenlohe und Partnerregion Heilbronn im Überblick</b>	<b>9</b>
<b>Übersicht 2:</b>	<b>Die Ziele 2004 der Region Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn in den Handlungsfeldern</b>	<b>10</b>
<b>Übersicht 3:</b>	<b>Die Ziele 2005 der Region Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn in den Handlungsfeldern</b>	<b>37</b>
<b>Übersicht 4:</b>	<b>Übersicht aller von der Regionalen Partnerschaft beschlossenen Projekte</b>	<b>69</b>
<b>Übersicht 5:</b>	<b>Zusammensetzung der Partnerschaft</b>	<b>72</b>

## Zusammenfassung - Unsere Ergebnisse in Kürze

Die Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn hat sich zum Ziel gesetzt, über den regionalen Produkt-, Energie- und Freizeitmarkt einen intensiven Dialog zwischen Erzeugern und Verbrauchern sowie zwischen den Menschen im ländlichen Raum und im Verdichtungsraum entstehen zu lassen. Das Regionale Entwicklungskonzept vom Januar 2002 enthält fünf marktorientierte Handlungsfelder, auf die sich die Region konzentriert:



Folgende Ergebnisse wurden bis zum Ende des Jahres 2004 erzielt:

### ➤ Auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts

ist es gelungen, den Umsetzungsstand zu erhöhen und den Zielerreichungsgrad gegenüber dem Stand Dezember 2003 erneut zu verbessern. In den Bereichen starke Partner, Lernen und Austausch sowie möglichst breite Beteiligung sind weitere Verbesserungen möglich.

### ➤ Auf der Ebene der Handlungsfelder

- **Handlungsfeld Stärkung der Vermarktung regionaler, umweltgerecht bzw. ökologisch erzeugter Lebensmittel - Regionalvermarktung**
- Projekte 2004: Bewässerung Versuchsanbau Tafeltrauben, Koordinierungsstelle Wein, Machbarkeitsstudie zur Großhandelsstruktur für die Vermarktung regionaler und ökologischer Produkte, Produktschulung für Fleischereifachverkäufer/innen und Verbraucheraufklärung, Koordinierungsstelle Informationszentrum Gentechnik Hohenlohe-Unterland

- von der Regionalen Partnerschaft genehmigte, aber noch nicht bewilligte Projekte 2004: Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall Zerlegung und Verarbeitung, 2. Auflage des Direktvermarktermagazins, Kompetenzforum Lebensmittel in Neckarsulm
- der Umsatz der geförderten Unternehmen ist im Schnitt um 12 % gegenüber Januar 2002 gestiegen (Zielvorgabe 2004: 10%)
- die Zahl der Arbeitsplätze bei den geförderten Projekten ist um 25 % gegenüber dem Wert 2002 gestiegen (Zielvorgabe 2004: 5%)
- die Anzahl der qualitätsorientierten Erzeuger ist um 12,8 % gegenüber dem Vergleichszeitraum 2002 gestiegen (Zielvorgabe 2004: 5%)

#### • **Handlungsfeld Energiemarkt**

- Projekte 2004: Pro Bio- und Solarenergie, nachhaltiges Energiekonzept auf dem Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall
- von der Regionalen Partnerschaft genehmigte, aber noch nicht bewilligte Projekte 2004: Biogasstudie mit nachgeschaltetem Blockheizkraftwerk
- Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter wurden in 9.885 Teilnehmerstunden weitergebildet und qualifiziert (Zielvorgabe 2004: 10.000 Teilnehmerstunden)
- 22 landwirtschaftliche Betriebe wurden im Bereich regenerative Energien mit dem Ziel der Diversifizierung beraten (Zielvorgabe 2004: 50 Beratungen)

#### • **Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt**

- Projekte 2004: RoadShow, Online-Buchungssystem Hohenlohe, Service-Agentur, Tourismuskonzept Kulturlandschaft Bühlertal, Landwirtschaft am Kocher-Jagst Radweg erleben, Fortsetzung des Regionalforums im Botanischen Obstgarten Heilbronn, Positionierung der Modellregion als europäische Referenzregion, Sonderteil Hohenlohe aktiv im pro Magazin Landwirtschaft
- von der Regionalen Partnerschaft genehmigte, aber noch nicht bewilligte Projekte 2004: Internet 2004 [www.hohenloheaktiv.de](http://www.hohenloheaktiv.de)
- In 45.200 Teilnehmerstunden erhielten Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter Informationen zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen (Zielvorgabe 2004: 10.000 Teilnehmerstunden)
- Verbraucher wurden in 305.000 Teilnehmerstunden über die umweltgerechte und qualitätsorientierte Vermarktung informiert (Zielvorgabe 2004: 300.000 Teilnehmerstunden)
- 168 landwirtschaftliche Betriebe haben sich im Bereich umweltgerechte Erzeugung und qualitätsorientierte Vermarktung diversifiziert (Zielvorgabe 2004: 15 Diversifizierungen)

#### • **Handlungsfeld ökologischer Landbau**

- Projekte 2004: Wirkung biologisch-dynamischer Präparate im Grünland, Kulturpflanzenvielfalt
- von der Regionalen Partnerschaft genehmigte, aber noch nicht bewilligte Projekte 2004: Naturschutzberatung für ökologisch wirtschaftende Landwirte
- Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter haben sich in 1.750 Teilnehmerstunden über die Erzeugung und Vermarktung ökologischer Produkte qualifiziert (Zielvorgabe 2004: 2.000 Teilnehmerstunden)

- In 10 abgedruckten Presseberichten wurden die Verbraucher über den ökologischen Anbau informiert (Zielvorgabe 2004: 20 Presseberichte)
- **Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft**
    - Projekte 2004: Landschaftspflegehof Köger, Ackerrandstreifen als bodenschützende Landschaftselemente
    - Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter haben 500 Stunden Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten wahrgenommen (Zielvorgabe 2004: 10.000 Teilnehmerstunden)
    - Die teilnehmenden Betriebe bewirtschaften 70 % ihrer landwirtschaftlichen Flächen umweltgerecht (Zielvorgabe 2004: 10%)

Der Mitteleinsatz zwischen den Handlungsfeldern wurde nicht verschoben.

Alle Maßnahmen und Erfolge wurden von einer umfangreichen, professionellen Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Darüber hinaus hat die Modellregion im Jahr 2004 in einer umfangreichen Broschüre ihre ersten Ergebnisse einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Der Internetauftritt der Modellregion unter [www.hohenloheaktiv.de](http://www.hohenloheaktiv.de) wird ständig aktualisiert und hat sich zum umfassenden Nachschlagewerk entwickelt.



Zwischenbericht Hohenlohe aktiv

Die Modellregion hat zum Stand Dezember 2004 48 Projekte mit einem Fördervolumen von insgesamt 2.973.128 € bewilligt. Weitere sechs Projekte mit einem Fördervolumen von 497.856 € wurden von der Regionalen Partnerschaft bereits im Sommer 2004 genehmigt, konnten aufgrund fehlender Finanzmittel jedoch noch nicht bewilligt werden. Für das Jahr 2005 liegen zusätzliche Projektanträge mit einem Gesamtvolumen von 2.010.768 € und einem Förderbedarf in Höhe von 947.447 € (siehe Anhang) vor.

#### ➤ **Stärken und Schwächen im Prozess**

Zur Gewinnung weiterer Leistungs- und Interessenträger wurde im März 2004 ein Ideenworkshop mit über 50 Teilnehmern aus der Region durchgeführt. In anschließenden Workshops zu den Handlungsfeldern wurden neue Ideen, Kooperationen und Netzwerke geschaffen. Leistungsträger wurden als Projektträger gewonnen. Ihre Bandbreite reicht von Privatpersonen, Bündnissen über Gemeinden und Städte bis hin zu Touristikorganisationen.

Das Modellvorhaben REGIONEN AKTIV hat sich in der Region einen Namen gemacht und wird durchgängig als Chance für die regionale Entwicklung gesehen. Dies belegen die zahlreichen Projektanträge.

Die Organisation der Partnerschaft und die Ansiedlung des Managements bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall sind eine herausragende Stärke in der Modellregion. Die politische Unterstützung in allen drei Landkreisen ist gegeben, was in der täglichen Praxis immense Erleichterungen mit sich bringt.

Die Dezentralisierung und Verlagerung der Entscheidungskompetenzen auf die regionale Ebene hat sich bestens bewährt und wird von den Akteuren sehr hoch eingeschätzt.

Die Zusammenarbeit mit dem Abwicklungspartner ist nach wie vor ausgezeichnet und unterstützt die Projektumsetzung äußerst erfolgreich.

Verbesserungen sind nach wie vor im Bereich der Transparenz und des Informationsflusses möglich. Der Zwischenbericht informiert die Öffentlichkeit umfassend, zwischen den Leistungs- und Projektträgern kann die Transparenz aber noch gesteigert werden.

### ➤ **Verstetigung**

Erste Schritte zur Verstetigung des Managements sind eingeleitet. Das Management wird sowohl in der Kernregion als auch in der Partnerregion weitergeführt werden. Die entsprechenden politischen Entscheidungen werden im Laufe des Jahres 2005 getroffen. Absichtserklärungen von lokalen Akteuren zur Kofinanzierung des Managements liegen vor.

Die Partnerschaft wird ihre Aktivitäten fortsetzen, jedoch nicht mehr in der jetzigen Zusammensetzung und mit den jetzigen Entscheidungsbefugnissen.

Die Projekte werden größtenteils auch nach 2005 fortgeführt werden. Ihre Nachhaltigkeit ist bzw. war Grundlage für eine Förderung über REGIONEN AKTIV.

Das Landratsamt Schwäbisch Hall wird als Abwicklungspartner das Modellprojekt bis zum Abschluss begleiten und abrechnen. Für eine Fortsetzung würde das Landratsamt als Abwicklungsstelle ggf. weiter zur Verfügung stehen.

### ➤ **Schlussfolgerungen**

Die Regionalentwicklung in Hohenlohe und Heilbronn ist ein langfristiger Prozess, der bereits vor REGIONEN AKTIV begonnen hat, durch den Wettbewerb und die damit verbundene Förderung aber einen bisher nie dagewesenen Schub bekommen hat. Darauf lässt sich künftig aufbauen. Wichtig ist aber, dass möglichst noch alle beantragten innovative Projekte im laufenden Programm realisiert werden können. Nach der Förderphase wird vieles nicht mehr möglich sein. Trotzdem bleibt auch künftig unser Ziel, die Modellregion Hohenlohe und die Partnerregion Heilbronn kontinuierlich als Referenzregion für nachhaltige ländliche Entwicklung zu etablieren.

## 1 Einleitung - So haben wir den Fortschrittsbericht 2004 erstellt

Der Fortschrittsbericht 2004 wurde vom Regionalmanagement erstellt. Nach Vorlage des Leitfadens durch die Bundesgeschäftsstelle wurde ein Zeitplan erarbeitet und die Vorgehensweise mit der Geschäftsführung abgesprochen.

Alle Projektträger waren aufgefordert, Jahresberichte 2004 zu erstellen. In diesen Jahresberichten wurde neben der üblichen Evaluation die Zielerreichung 2004 und die Meilensteine für 2005 abgefragt. Außer dem Projektverlauf musste auch die finanzielle Darstellung des Projekts in einem Finanzbericht vorgelegt werden.

Die Vollversammlung der regionalen Partnerschaft füllte die Bewertungsbögen für das regionale Entwicklungskonzept und die Handlungsfelder Regionalvermarktung, Energiemarkt sowie Freizeit- und Bildungsmarkt aus. Die Unterlagen wurden per Post bzw. digital versandt. Der Rücklauf an Prozessbögen ließ allerdings zu wünschen übrig. Dies ist auf die Komplexität der Bögen und den erforderlichen Zeitaufwand zurückzuführen.

In seiner Sitzung vom 10. Dezember 2004 hat sich der Vorstand mit dem Fortschrittsbericht befasst. Die weitere Vorgehensweise bei der Erstellung des Berichts wurde abgesprochen. Ebenfalls in dieser Sitzung wurden die Verstetigung und die Ziele für 2005 diskutiert. Die Vorstandschaft hat dabei auch die Bewertungsbögen zum Regionalen Entwicklungskonzept und den fünf Handlungsfeldern bearbeitet.

Im Rahmen der Vorstandssitzung war auch der Abwicklungspartner in die Bewertung einbezogen. Er hat an der Sitzung im Dezember ebenfalls teilgenommen und somit auch die Bewertungsbögen ausgefüllt. Ebenso verhält es sich mit dem Team des Regionalmanagements.

Ute Zoll vom Regionalmanagement hat den Fortschrittsbericht ausgearbeitet.

### **Meilensteine bei der Erstellung des Fortschrittsberichts:**

1. 03.12.2004 Abgabefrist der Jahresberichte durch die Projektträger
2. 10.12.2004 Abgabefrist der Bewertungsbögen durch die Vollversammlung
3. 10.12.2004 Diskussion/Bewertung mit der Vorstandschaft, dem Abwicklungspartner und dem Team vom Regionalmanagement
4. 10.12.2004 Abgabefrist der Bewertungsbögen der Regionalen Partnerschaft

### 3 Unsere Ziele - das wollten wir 2004 erreichen

#### Übersicht 1:

#### Die inhaltliche Ausrichtung der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn im Überblick

Name der Region:	HOHENLOHE mit Partnerregion Heilbronn
Unser Leitbild:	Markt-, qualitäts- und verbraucherorientierte Produkte und Dienstleistungen zur Stärkung des ländlichen Raums und der Stadt-Land-Beziehung
Unsere Entwicklungsziele auf Ebene des REK	1. Stärkung und langfristige Sicherung der regionalen Märkte für Produkte und Dienstleistungen
	2. Qualifizierte und engagierte Erzeugerorganisationen mit einer breiten Beteiligung von Einzelunternehmen
	3. Schaffung von Verbraucherbewusstsein zur Stärkung des Konsums regionaler Produkte und Dienstleistungen
	4. Langfristige Etablierung des Regionalmanagements als Chance für die Region
Unsere Handlungsfelder:	1. Stärkung der Vermarktung regionaler, umweltgerecht bzw. ökologisch erzeugter Lebensmittel*
	2. Energiemarkt
	3. Freizeit- und Bildungsmarkt
	4. Ökologischer Landbau
	5. Umweltgerechte Landwirtschaft

\* Grundlage der regionalen Vermarktung bildet die qualitätsorientierte Erzeugung

**Übersicht 2:**

**Die Ziele 2004 der Region Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn in den Handlungsfeldern**

	<i><b>Input gesamt bis 2005 in Euro</b></i>	<i><b>Ziele für 2004</b></i>	Eigene Einschätzung			
			<b>Ziel erreicht</b>	<b>Ziel <u>überwiegend</u> erreicht</b>	<b>Ziel <u>teilweise</u> erreicht</b>	<b>Ziel <u>nicht</u> erreicht</b>
Handlungsfeld 1 Regionalvermarktung	11.000.000 €* (2.000.000 €)**	<b>1.1 Ausdehnung der Vermarktung regionaler Produkte</b> Der Umsatz der Erzeugerorganisationen liegt um 10% höher als im Januar 2002.	X			
		<b>1.2 Erhalt und Schaffung von dauerhaften Arbeitsplätzen</b> Die Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze bei den geförderten Betrieben liegt um 5 % über dem Wert von 2002.	X			
		<b>1.3 Erhöhung des Anteils der qualitätsorientiert arbeitenden Betriebe</b> Die Anzahl der qualitätsorientierten Erzeuger liegt um 5% höher als im Januar 2002.	X			
Handlungsfeld 2 Energemarkt	800.000 €* (500.000 €)**	<b>2.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen</b> Mit mindestens 10.000 Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter Informationsangebote zur effizienten Energienutzung und der Erzeugung von Energie wahrgenommen haben.	X			
		<b>2.2 Diversifizierung der landwirtschaftlichen Betriebe</b> Mindestens 50 Betriebe haben eine einzelbetriebl. Beratung zur effizienten Energienutzung und der Erzeugung von Energie wahrgenommen.		X		
Handlungsfeld 3 Freizeit- und Bildungsmarkt	1.500.000 €* (1.100.000 €)**	<b>3.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen</b> Mit mindestens 10.000 Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen wahrgenommen haben.	X			
		<b>3.2 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen</b> Mit mindestens 300.000 Teilnehmerstunden haben sich Verbraucher über umweltgerechte Erzeugung und qualitätsorientierte Vermarktung informiert.	X			
		<b>3.3 Diversifizierung der landwirtschaftlichen Betriebe</b> Mindestens 15 landwirtschaftliche Betriebe haben eine Diversifizierung ihrer landwirtschaftlichen Betriebe vorgenommen.	X			

\* = Gesamtkosten aller Projektanträge

\*\* = Werte in Klammern entsprechen den Fördermitteln von REGIONEN AKTIV

**Die Ziele 2004 der Region Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn in den Handlungsfeldern**

- Fortsetzung -

	<i>Input gesamt bis 2005 in Euro</i>	<i>Ziele für 2004</i>	Eigene Einschätzung			
			Ziel erreicht	Ziel <u>überwiegend</u> erreicht	Ziel <u>teilweise</u> erreicht	Ziel <u>nicht</u> erreicht
Handlungsfeld 4 Ökologischer Landbau	300.000 €* (200.000 €)**	<b>4.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen</b> Mit mindestens 2.000 Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten des ökologischen Landbaus wahrgenommen haben.	X			
		<b>4.2 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen</b> Mit 20 Presseberichte pro Jahr werden die Aktivitäten der Projektträger unterstrichen und dokumentieren damit die Verbraucheraufklärung.		X		
Handlungsfeld 5 Umweltgerechte Landwirtschaft	500.000 €* (200.000 €)**	<b>5.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen</b> Mit mindestens 10.000 Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten wahrgenommen haben.			X	
		<b>5.2 Schutz und Erhalt von Arten, Lebensräumen und Landschaft</b> Die teilnehmenden Betriebe weisen einen Anteil von mindestens 10% extensiv/umweltgerecht bewirtschafteter Fläche auf.	X			

\* = Gesamtkosten aller Projektanträge

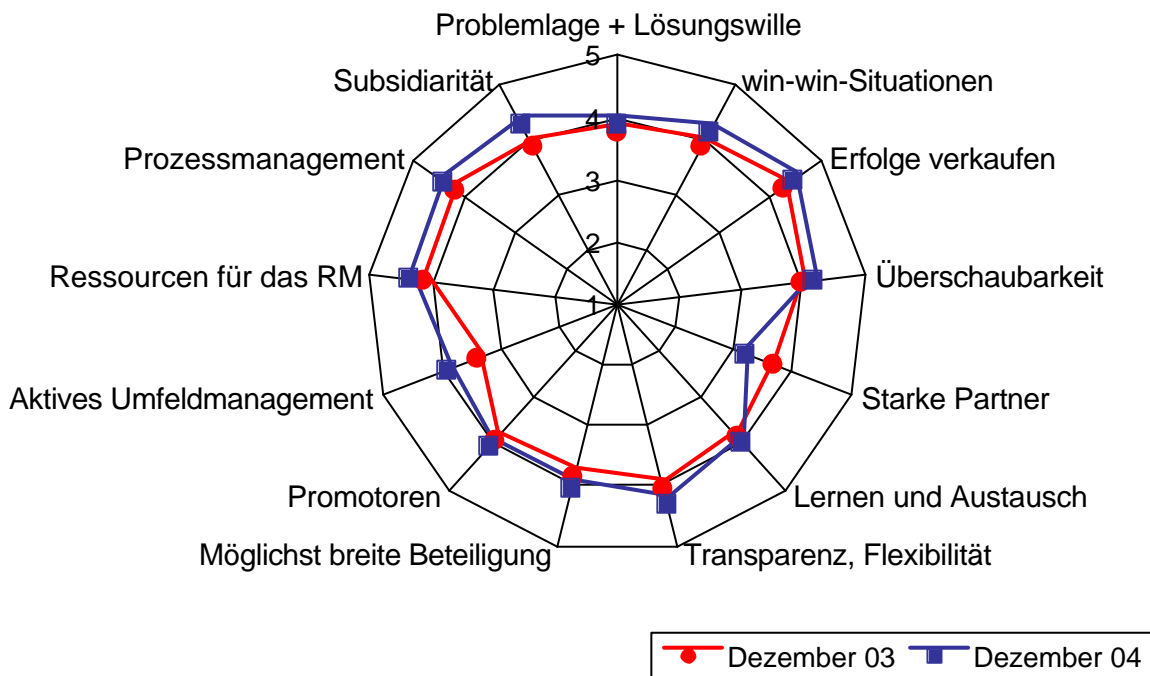
\*\* = Werte in Klammern entsprechen den Fördermitteln von REGIONEN AKTIV

### 3.1 Prozesse auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts

#### 3.1.1 Prozessspinne auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts

Der aktuelle Umsetzungsstand der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts wurde von der Regionalen Partnerschaft, dem Vorstand, dem Abwicklungspartner und dem Regionalmanagement im Dezember 2004 bewertet.

#### Umsetzungsstand auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts



Der Zielerreichungsgrad auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts wurde von allen Beteiligten im Vergleich zum Halbjahresbericht noch positiver bewertet. Die Weiterentwicklung des Umsetzungsstands zum Dezember 2004 ist gemäß den Zielen aus dem Halbjahresbericht weitestgehend erfolgt.

Besonders hervorzuheben sind die positiven Ergebnisse in den Bereichen Erfolge verkaufen und Subsidiarität. Hier liegt der Umsetzungsstand über den Zielvorgaben für 2004. Die Erfolge sind auf die professionelle Öffentlichkeitsarbeit, die ständige Präsenz in der Lokalpresse und die Vermarktung von Teilergebnissen und Erfolgsbilanzen zurückzuführen. Der sehr positive Umsetzungsstand bei der Subsidiarität beruht auf der Etablierung der beteiligten Ebenen, die vorhandene Erfahrung und die klaren Regelungen in der Aufgaben- und Kompetenzverteilung. Entscheidungsgremium ist die Regionale Partnerschaft als Vollversammlung Hohenlohe aktiv, die von der Vorstandschaft und dem Regionalmanagement unterstützt wird. Diese Regelung hat sich bewährt und spiegelt sich hier als Erfolg wider.

Die vorgegebenen Ziele sind erreicht bei den Faktoren:

- Problemlage und Lösungswille,
- win-win-Situationen,
- Überschaubarkeit,
- Transparenz, Flexibilität,
- Promotoren,
- aktives Umfeldmanagement,
- Ressourcen für das Regionalmanagement und
- Prozessmanagement.

Hohenlohe aktiv hat in der Region einen positiv besetzten Namen. Intensive Öffentlichkeitsarbeit, professionelle Pressearbeit, kurze Entscheidungswege, Flexibilität des Programms, klare Strukturen und ein anerkanntes Regionalmanagement haben REGIONEN AKTIV zu einem anerkannten und weithin beachteten Modell in der Region gemacht. War im Halbzeitbericht noch eine Verbesserung der Transparenz vorgesehen, so sind 2005 hierfür keine weiteren Anstrengungen mehr erforderlich. In der Broschüre "Hohenlohe aktiv" vom Oktober 2004 wurde ein Zwischenbericht mit einer Auflage von 40.000 Exemplaren erstellt. Damit wird wesentlich zur Transparenz des Prozesses beigetragen. Laufende Aktualisierungen, Ergänzungen und Verbesserungen auf der Internetseite [www.hohenloheaktiv.de](http://www.hohenloheaktiv.de) sind ein weiterer Nachweis für die Transparenz der regionalen Entwicklung.

Nicht erreicht wurden die Ziele bei den Faktoren:

- starke Partner,
- Lernen und Austausch und
- möglichst breite Beteiligung.

Die Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn hat sowohl innerhalb als auch außerhalb des regionalen Entwicklungsprozesses starke Partner. Mit der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall w.V., der UEG Qualitätsferkel Hohenlohe-Franken w.V., den Ökoverbänden, Bauernverbänden, Wirtschaftsförderern und Bürgermeistern sind starke Akteure von außerhalb als auch innerhalb in den Prozess eingebunden. Warum dieser Faktor im Verhältnis schlecht bewertet wurde, ist nicht erklärbar bzw. bedürfte einer genaueren Untersuchung.

Mit dem erreichten Wert 4 bei den Faktoren Lernen und Austausch sowie möglichst breite Beteiligung wurde das Ziel leicht verfehlt. Positiv zu sehen ist, dass sich die beiden Bereiche gegenüber dem Halbzeitbericht verbessert haben. Der Workshop im März 2004 und die anschließenden vier Arbeitsgruppensitzungen zu den Handlungsfeldern Regionalvermarktung, Energiemarkt, Freizeit- und Bildungsmarkt und ökologischer Landbau/Landschaftspflege tragen zu dieser Verbesserung bei. Die Zielvorgaben aus dem Halbzeitbericht sind hierzu erfüllt. Weitere Anstrengungen müssen jedoch unternommen werden.

## 3.2 Handlungsfeld Stärkung der Vermarktung regionaler, umweltgerecht bzw. ökologisch erzeugter Lebensmittel - Regionalvermarktung

### 3.2.1 Das haben wir erreicht

Ziel des Handlungsfeldes ist die Stärkung der Vermarktung regionaler und ökologischer Lebensmittelmärkte. Dadurch entstehen Vermarktungsstrategien, die über die bestehenden Marktbeziehungen hinausgehen und zu neuen Vertriebskonzepten führen.

13 Projekte (siehe Anlage) konnten bis Ende 2004 bewilligt werden. Hervorzuheben sind die beiden Lebensmittelmärkte in Schwäbisch Hall (ÖkoRegio Shop, angestoßen von Hohenlohe aktiv) und in Neckarsulm (ÖkoRegio Markt). Hier werden von Erzeugerzusammenschlüssen regionale und ökologische Produkte aus der Region (Stichwort Stadt-Land-Beziehung) angeboten. Der Umbau des Erzeugerschlachthofs in Schwäbisch Hall und der Neubau der Ferkelsammelstelle bei der UEG Qualitätsferkel Hohenlohe-Franken w.V. sind weitere Schlüsselprojekte. Sie tragen wesentlich zur Qualitätssicherung bei der Vermarktung von regionalen Produkten bei.

Weitere Projekte wie der Versuchsanbau von Tafeltrauben und die eigens angeschaffte Messeausstattung für die Direktvermarkter machen die Verbraucher auf Produkte aus der Region aufmerksam. Damit wird die Wertschöpfung in der Region erhöht und gesichert.

#### Das wollten wir 2004 erreichen:

Drei Ziele wurden 2004 angestrebt:

1. Die Ausdehnung der Vermarktung regionaler Produkte. Der Umsatz der Erzeugerorganisationen liegt um 10 % höher als im Januar 2002.
2. Damit verbunden ist die Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen. Die Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze liegt um 5 % über dem Wert von 2002.
3. Der Anteil an qualitätsorientiert wirtschaftenden Betrieben soll gesteigert werden. Die Anzahl der Erzeuger liegt um 5 % höher als im Jahr 2002.

Um diese drei Ziele zu erreichen, strebt die Region an, in dieses Handlungsfeld insgesamt 2.000.000 € Fördermittel bis zum Ende der Laufzeit von REGIONEN AKTIV fließen zu lassen.

#### Das haben wir 2004 im Handlungsfeld tatsächlich erreicht

Die Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn konnte 2004 in diesem Handlungsfeld fünf weitere Projekte initiieren:

- Bewässerung des Versuchsanbaus Tafeltrauben: die Erfahrung in anderen Anbaugebieten von Tafeltrauben hat gezeigt, dass eine Bewässerung des Versuchsanbaus erforderlich ist, um die Qualität und den Ertrag der Tafeltrauben zu steigern.
- Koordinierungsstelle Wein: sie bündelt und moderiert die Aktivitäten und Angebote im Bereich des Alleinstellungsmerkmals Wein, qualifiziert die Akteure und kommuniziert die Angebote professionell.
- Machbarkeitsstudie zur Großhandelsstruktur für die Vermarktung regionaler und ökologischer Produkte: im Projektgebiet der Erzeugungsräume Hohenlohe und Unterland wird eine Handlungs- bzw. Entscheidungsgrundlage geschaffen, um den Großhandel mit regionalen und ökologisch erzeugten Produkten zu systematisieren und die Vermarktung zu etablieren bzw. zu steigern.

- Produktschulung für Fleischereifachverkäufer/innen und Verbraucheraufklärung: in gezielten Schulungen werden Mitarbeiter/innen in Metzgereien über regionale Produkte im Fleisch- und Wurstsegment qualifiziert, um den Verkaufsanteil an regionalen Produkten zu erhöhen.
- Koordinierungsstelle Informationszentrum Gentechnik Hohenlohe-Unterland: das Informationszentrum klärt kritisch über die Chancen und Risiken der grünen Gentechnik auf. Sowohl Verbraucher als auch Landwirte werden angesprochen und informiert.

Drei weitere Projekte wurden von der Regionalen Partnerschaft genehmigt, konnten aufgrund fehlender Finanzmittel aber noch nicht bewilligt werden:

- Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall, Zerlegung und Verarbeitung,
- 2. Auflage des Direktvermarktermagazins "Frisch vom Bauern" und
- Kompetenzforum Lebensmittel in Neckarsulm.



1. Der Umsatz der geförderten Unternehmen lag im Jahr 2004 bei 21.673.795,00 €. Die Steigerung gegenüber dem Jahr 2002 kann nur für den Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall und die UEG Qualitätsferkel Hohenlohe-Franken w.V. angegeben werden. Bei diesen beiden Unternehmen liegt die Steigerung im Schnitt bei 12%. Umsatzzahlen für 2002 wurden nicht abgefragt, jedoch die prozentuale Steigerung.

Der Lebensmittelmarkt in Neckarsulm wurden im Mai 2004 eröffnet, Vergleichszahlen zum Jahr 2002 sind somit nicht möglich. Bezieht man den Markt in die prozentuale Steigerung des Umsatzes mit ein, so ist das Ziel der Steigerung des Umsatzes um 10 % auf jeden Fall erfüllt.

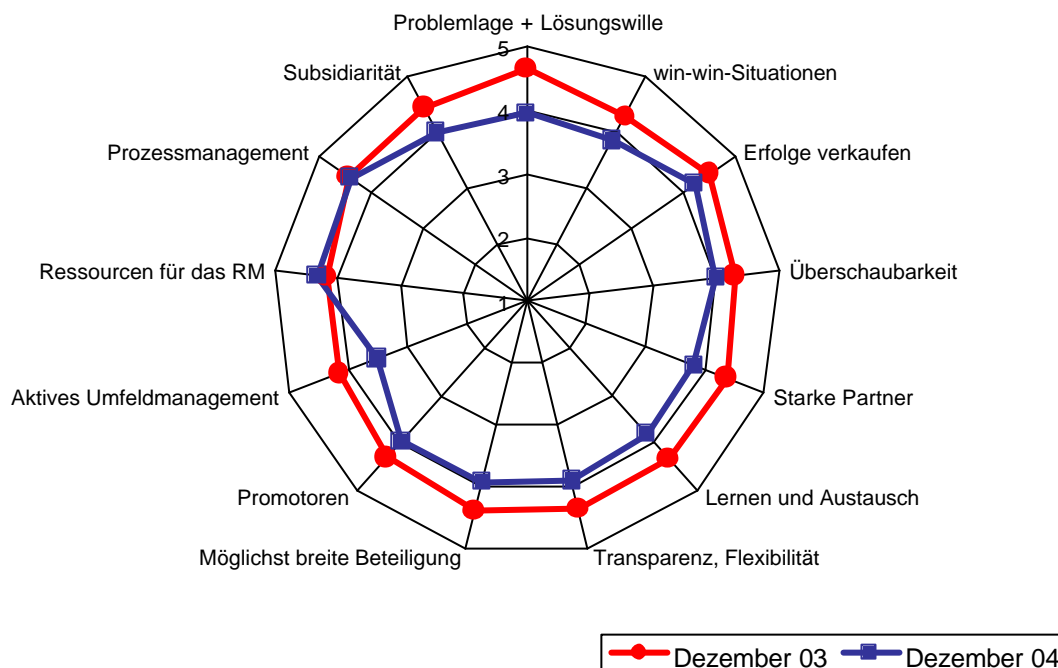
2. Im Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall und der UEG Hohenlohe-Franken waren 2002 insgesamt 80 Personen beschäftigt. Im Jahr 2004 liegt die Anzahl der Beschäftigten bei allen geförderten Projekten bei 100 Personen und damit um 25 % höher. In dieser Zahl sind die Neubeschäftigungen des neuen Lebensmittelmarkts in Neckarsulm enthalten. Hier wurden im Jahr 2004 sechs Arbeitsplätze geschaffen.
3. Die Anzahl der qualitätsorientierten Erzeuger lag im Jahr 2002 bei insgesamt 1.280 Mitgliedern. 1.444 Mitglieder zählen die geförderten Erzeugergemeinschaften im Jahr 2004. Dies entspricht einer Steigerung um 12,8 %. Zu diesem positiven Ergebnis haben die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, die UEG Qualitätsferkel Hohenlohe-Franken w.V. und die zusätzliche Erzeugergemeinschaft des Lebensmittelmarkts beigetragen.

Der Umsetzungsstand in den Fördermitteln liegt 2004 bei einem Volumen von 1.365.935 €. Das vorgesehene Gesamtvolumen bis zum Ende der Laufzeit von REGIONEN AKTIV in Höhe von 2.000.000 € ist zu 67 % ausgeschöpft. Bei Bewilligung der drei von der regionalen Partnerschaft genehmigten Projekten liegt das Fördervolumen um 470.000 € höher. Sobald die Finanzmittel vorliegen, können diese Projekte in die Umsetzungsphase starten.

Ziel erreicht	X
Ziel überwiegend erreicht	
Ziel teilweise erreicht	
Ziel nicht erreicht	

### 3.2.2 Prozessspinnne auf der Ebene des Handlungsfelds Regionalvermarktung

#### Umsetzungsstand auf der Ebene des Handlungsfelds Regionalvermarktung



Die Bewertungen des Umsetzungsstands im Bereich des Handlungsfelds Regionalvermarktung wurden von der Regionalen Partnerschaft, dem Vorstand, dem Abwicklungspartner und dem Team des Regionalmanagements im Dezember 2004 vorgenommen und diskutiert.

### 3.2.3 Welche Gründe gibt es für die Ziel-Abweichungen?

Das Handlungsfeld Regionalvermarktung hat sich im Dezember 2003 schon durch einen hohen Umsetzungsstand bei einem mittleren Wert von 4,3 ausgezeichnet. Dieser ausgezeichnete Wert konnte 2004 nicht gehalten werden. Er liegt im Mittel bei 3,98 und ist damit immer noch hervorragend. Der Großteil der Erfolgsfaktoren wie die Problemlage und der Lösungswille, die win-win-Situationen, Erfolge verkaufen, Überschaubarkeit, starke Partner, Lernen und Austausch, Transparenz, Flexibilität, breite Beteiligung und Subsidiarität liegt weiterhin auf hohem Niveau, hat sich aber durchgehend verschlechtert. Konstant geblieben sind die Werte für die Ressourcen des Regionalmanagements und das Prozessmanagements. Gewisse Schwächen im aktiven Umfeldmanagement lagen im Dezember 2003 vor und konnten 2004 nicht ausgeglichen werden.

Die Region hat im Jahr 2003 große Anstrengungen unternommen, in der Regionalvermarktung Fortschritte zu erzielen. Dies ist mit den beiden Lebensmittelmärkten, dem Erzeugerschlachthof und der Ferkelsammelstelle bestens gelungen. Ergebnisse aus diesen Anstrengungen konnten 2004 vorgelegt werden. Der Rückgang in der Bewertung ist nur durch den gesunkenen Problemdruck zu erklären. Waren die Akteure 2003 noch an der Initiierung von Projekten stark interessiert, so wurden die förderbaren Projekt 2004 umgesetzt. Auch in der Arbeitsgruppe Regionalvermarktung vom Mai 2004 hat sich dieses Phänomen gezeigt. Neue Ideen, Projektskizzen und Gedanken wurden eingebracht, die Umsetzung scheiterte jedoch an der häufig vorliegenden Fachförderung - einer an sich ja positiven Problemlösung. Gefördert werden konnten im Jahr 2004 fast ausschließlich Studien und Informationszentren.

Die Region sieht es als Herausforderung an, den Umsatzstand in der Regionalvermarktung im Jahr 2005 zu verbessern. Die Chance, sich in diesem Handlungsfeld wieder stärker zu betätigen zum Beispiel durch Produkterweiterung und Schulungen beim Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall und der UEG Qualitätsferkel Hohenlohe-Franken w.V., wird die Region nutzen.



ÖkoRegio Markt Neckarsulm

### 3.3 Handlungsfeld Energiemarkt

#### 3.3.1 Das haben wir erreicht

Die Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn unterstützt die Weiterentwicklung bestehender Ansätze in der Landwirtschaft zur Nutzung von regenerativen Energien. Einzelbetriebliche Beratungen, Qualifizierungen, Fortbildungen und Netzwerke sollen die Landwirte befähigen, neue Wege zu einer umweltverträglichen und nachhaltigen Nutzung natürlicher Ressourcen zu gehen (Stichwort: vom Landwirt zum Energiewirt).

Zwei Projekte bilden die Schlüsselprojekte des Handlungsfelds:

1. **Veranstaltungsreihe "Nachhaltige Energienutzung"**  
Diese Veranstaltungsreihe hat es sich zum Ziel gesetzt, Informations-, Bildungs- und Beratungsdienstleistungen zur Nutzung umweltschonender und erneuerbarer Energien und zur ökologischer Energieeinsparung anzubieten. Bei den bisher 11 durchgeführten Veranstaltungen waren zwischen 23 und 160 Teilnehmer zu verzeichnen. Dies ist eine ausgesprochen gute Resonanz und auch auf die positive Zusammenarbeit bei den Netzwerkpartnern Wirtschaftsförderungsgesellschaften, regionale Energieinitiativen und weiterer Kooperationspartner wie die Fachhochschule Heilbronn zurückzuführen.
2. **Energieagentur Landwirtschaft**  
Sie ist Ansprechpartnerin für die Landwirtschaft in allen Energiefragen. Durch die Netzwerkcharakteristik können über die Agentur gezielt Kontakte vermittelt werden. Primäres Ziel ist die Energieberatung vor Ort direkt beim Landwirt oder dem landwirtschaftlichen Unternehmen. 100 Beratungen sind geplant, 22 wurden bis Jahresende 2004 durchgeführt.

Als weiteres Projekt wurde eine Studie zur Wirtschaftlichkeitsberechnung einer Biogasanlage an drei ausgesuchten Standorten gefördert.

#### Das wollten wir 2004 erreichen:

Für 2004 wurden folgende Ziele angestrebt:

1. Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter erhöhen ihr Wissen und ihre Handlungskompetenz zu Fragen der Energienutzung und Energieerzeugung. 10.000 Teilnehmerstunden wurden hierfür angesetzt.
2. Mindestens 50 landwirtschaftliche Betriebe haben eine einzelbetriebliche Beratung zur effizienten Energienutzung und der Erzeugung von Energie in Anspruch genommen.

#### Das haben wir 2004 im Handlungsfeld tatsächlich erreicht

Zwei neue Projekte konnten 2004 gefördert werden:

- **Projekt Pro Bio- und Solarenergie**  
Durch die Einspeisevergütung nach dem Gesetz zur Förderung Erneuerbarer Energien hat sich die Sonnenenergie zu einer wirtschaftlichen Alternative entwickelt. Bürger-Gemeinschaftsanlagen zur Gewinnung von erneuerbarer Energie sind wirtschaftlich kalkulierbar geworden.

Das energieZENTRUM in Wolpertshausen übernimmt die Organisation, Koordination sowie die Dienstleistungen bei der Planung und Realisierung von Investitionsmaßnahmen in Bürger-Photovoltaikanlagen auf öffentlichen Gebäuden sowie von Gemeinschaftsbiogasanlagen. Weiterer Projektteil ist die Prüfung der Eignung von privaten Dachflächen für Photovoltaikanlagen.

In der Folge wird der Landkreis Schwäbisch Hall durch seine Wirtschaftsförderungsgesellschaft ein Investitionsvolumen von 4,56 Mio € für Bürger-Solaranlagen realisieren. Im Jahr 2005 sollen Photovoltaikanlagen auf 10.000 Quadratmetern öffentlichen Dachflächen installiert werden. Die Finanzierung wurde von der Sparkasse Schwäbisch Hall-Crailsheim zugesagt. Die Absicherung der professionellen Projektbetreuung durch Hohenlohe aktiv war dafür eine entscheidende Voraussetzung.

- Die Studie "nachhaltiges Energiekonzept auf dem Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall" untersuchte einen energiearmen Betrieb des Schlachthofs mit verschiedenen Lösungsvorschlägen. Eine der Lösungsvarianten untersuchte den Einsatz von Rapsöl in einem Blockheizkraftwerk (BHKW).

Ein weiteres Projekt konnte aufgrund fehlender Finanzmittel 2004 nicht mehr bewilligt werden trotz Genehmigung der Regionalen Partnerschaft. In einer Biogasanlage mit nachgeschaltetem Blockheizkraftwerk soll Obstschlempe aus einer Obstgemeinschaftsbrennerei verwertet und die Abwärme in einem BHKW genutzt werden.

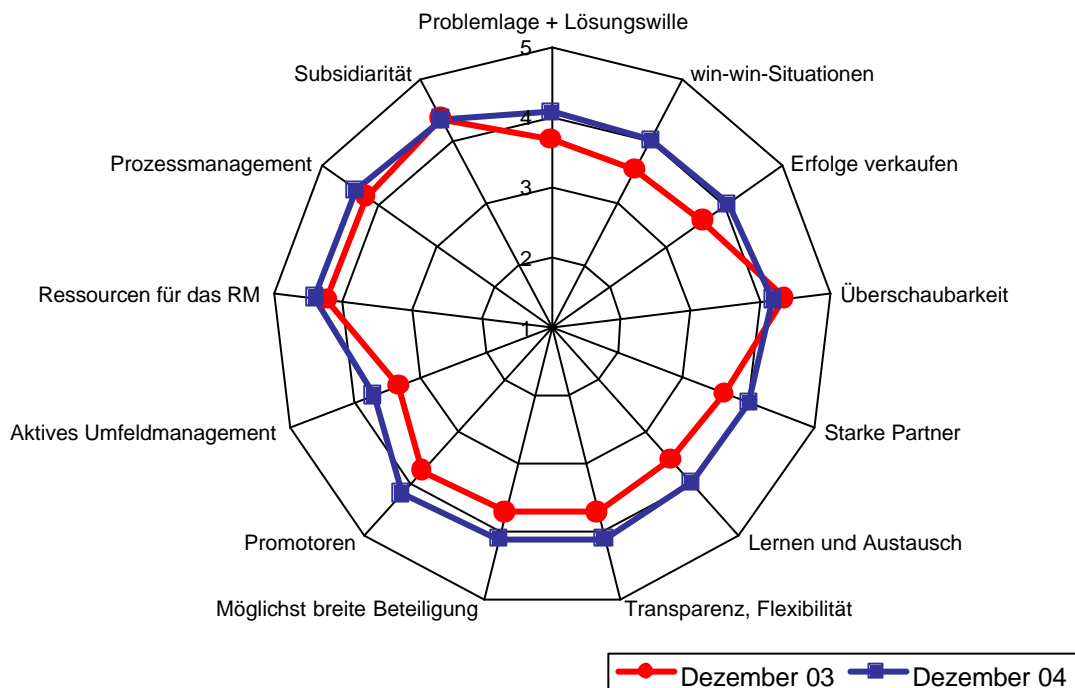
1. In 9.885 Teilnehmerstunden wurden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter weitergebildet und qualifiziert. Diese Zahl setzt sich zusammen aus den Veranstaltungen der Veranstaltungsreihe "Nachhaltige Energienutzung" und der Energieagentur Landwirtschaft. Das Ziel von 10.000 Teilnehmerstunden wurde trotz der geringen Anzahl von Projekten im Handlungsfeld erreicht. Wie oben ausgeführt, ist das Projekt Veranstaltungsreihe Nachhaltige Energienutzung sehr erfolgreich. Die Seminare werden von Teilnehmern aus den südlichen Bundesländern und damit über Baden-Württemberg hinaus besucht. Die Energieagentur Landwirtschaft trägt durch ihre Präsenz bei Energietagen, Verbrauchermessen und anderen Veranstaltungen ebenfalls wesentlich zur Zielerreichung bei.
2. Mit 22 Diversifizierungen von landwirtschaftlichen Betrieben ist das vorgesehene Ziel von 50 Betrieben überwiegend erreicht worden. Das Ziel wurde nicht vollständig erreicht, da landwirtschaftliche Unternehmen die Chancen der Energieagentur noch nicht genügend erkannt haben. Die enormen Energiesparpotenziale und Möglichkeiten zur Nutzung regenerativer Energien haben in der Landwirtschaft noch nicht die erforderliche Akzeptanz. Trotz massiver Öffentlichkeitsarbeit und Empfehlungen durch die Bauernverbände nutzen bisher zu wenige Landwirte dieses Angebot. Die Aufklärungsarbeit durch das energieZENTRUM soll im Frühjahr 2005 noch einmal intensiviert werden.

In diesem Handlungsfeld will die Region bis zum Ende des Jahres 2005 Fördermittel in Höhe von 500.000 € investieren. Mit 306.825 € zum Jahresende 2004 ist dieses Ziel mit 61 % erfüllt.

Ziel erreicht	
Ziel überwiegend erreicht	X
Ziel teilweise erreicht	
Ziel nicht erreicht	

### 3.3.2 Prozessspinnne auf der Ebene des Handlungsfelds Energiemarkt

#### Umsetzungsstand auf der Ebene des Handlungsfelds Energiemarkt



Auch im Handlungsfeld Energiemarkt erfolgten die Bewertungen des Umsetzungsstands durch die Regionale Partnerschaft, den Vorstand, den Abwicklungspartner und dem Team des Regionalmanagements im Dezember 2004.

### 3.3.3 Welche Gründe gibt es für die Ziel-Abweichungen?

Die Prozessspinnne zum Handlungsfeld Energiemarkt unterstreicht die Ausführungen zur Zielerreichung. Die Region ist auf einem guten Weg im Energiebereich, die bestehenden Netzwerke sind etabliert, anerkannt und werden ausgebaut. Die Veranstaltungen sind weit über die Grenzen der Modellregion hinaus bekannt.

Die positive Bewertung zeigt auch, dass die gewählten Zielvorgaben etwas zu hoch angesetzt waren und sich mit der tatsächlichen Wahrnehmung des Handlungsfelds bei den Akteuren nicht decken.

Bei nahezu allen Erfolgsfaktoren wurde gegenüber 2003 eine Steigerung erzielt. Vor allem der vergleichsweise niedrige Wert beim aktiven Umfeldmanagement konnte deutlich verbessert werden. Die Defizite und Schwächen in den Bereichen Lernen und Austausch und den win-win-Situationen, die im Dezember 2003 noch vorlagen, konnten behoben werden.

Diese positive Bilanz ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen:

1. Intensive, professionelle und begleitende Öffentlichkeitsarbeit haben ein reges Interesse der Region an dem Thema geweckt.
2. Die Veranstaltungen zur nachhaltigen Energienutzung und die Energieagentur Landwirtschaft haben sich etabliert und sich einen Namen in der Region gemacht. Die hervorragende Qualität der Seminare und Beratungen führten zu einer erhöhten Nachfrage und dem vorliegenden Erfolg.
3. Durch die Änderung des Gesetzes über Erneuerbare Energien im Sommer 2004 ist die Nutzung von regenerativen Energien kalkulierbar geworden. Die Einspeisevergütung ermöglicht es, Anlagen zur Nutzung von regenerativen Energien wirtschaftlich zu betreiben. Diese Änderung hat in der Region einen weiteren Schub bei der Nutzung regenerativer Energien gebracht und einen erhöhten Informationsbedarf hervorgerufen.



Photovoltaikanlage auf dem Demeter-Betrieb Blanc in Wolpertshausen

## 3.4 Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt

### 3.4.1 Das haben wir erreicht

Neben der Vermarktung regionaler Erzeugnisse ist die touristische Dienstleistung eine wichtige Einkommensquelle für landwirtschaftliche Betriebe in der Region. Hohenlohe aktiv unterstützt ländliche und naturverträgliche Aktivurlaubs- und Freizeitangebote. Die Bevölkerung insbesondere Kinder und Jugendliche sollen für die Wechselwirkungen zwischen Landwirtschaft, Natur und Erholung sensibilisiert werden.

Zu den Schlüsselprojekten zählen die Kleine Schweineschule, das Klassenzimmer Bauernhof, Landleben live und der landwirtschaftliche Erlebnisweg in Brackenheim. Alle vier Projekte fördern das Verständnis zwischen Landwirtschaft und Konsumenten v.a. aber auch der Kinder und Jugendlichen als künftige Verbraucher. Landwirtschaft wird für Kinder und Jugendliche erlebbar gemacht, sie erhalten Einblick in den Alltag einer Bauernfamilie und erkennen die Zusammenhänge in der Nahrungsmittelkette.

Im Botanischen Obstgarten in Heilbronn wird mit Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit die städtische Bevölkerung über die landwirtschaftlichen Angebote der Region informiert. Das Projekt war im Jahr 2003 so erfolgreich, dass es 2004 erneut angeboten und erweitert wurde. Das Projekt greift vorbildlich die Verbindung des ländlichen Raums mit der Stadt auf.

Zur Förderung des Landschaftstourismus wurde ein Entwicklungskonzept "Naturwellness auf dem Bauernhof" gefördert. Der Wellness-tourismus ist ein boomender junger Markt, der es Bauernhöfen ermöglicht, ein zusätzliches Standbein aufzubauen. Das Projekt wurde mit 10 Bauernhöfen der Anbietergemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof durchgeführt und ist zwischenzeitlich abgeschlossen. Ein ganzheitlicher Leistungskatalog wurde erstellt, erste Pauschalangebote der Anbietergemeinschaft sind in das Unterkunftsverzeichnis 2005 der Hohenlohe + Schwäbisch Hall Tourismus e.V. aufgenommen und damit buchbar.

#### **Das wollten wir 2004 erreichen:**

Folgende drei Ziele hat sich die Region im Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt für das Jahr 2004 gesetzt:

1. Wie im Handlungsfeld Energiemarkt sollen Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter ein erhöhtes Wissen und eine erhöhte Handlungskompetenz erlangen. Informationen zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen werden angeboten. Als Indikator wurden 10.000 Teilnehmerstunden angesetzt.
2. Auch die Verbraucher sollten im Jahr 2004 mit 300.000 Teilnehmerstunden über die umweltgerechte Erzeugung und die Qualität regionaler Produkte informiert werden (Anmerkung: bei der Zieloperationalisierung vom 27.07.04 hat sich ein Übertragungsfehler eingeschlichen, statt 3.000.000 Stunden heißt es richtig 300.000 Stunden).
3. Mindestens 15 landwirtschaftliche Betriebe haben eine Diversifizierung ihrer landwirtschaftlichen Betriebe vorgenommen.

### Das haben wir 2004 im Handlungsfeld tatsächlich erreicht

Der Schwerpunkt der Projektinitiierung lag im Jahr 2004 im Freizeit- und Bildungsmarkt. Hier konnten acht neue Projekte mit einer Fördersumme von insgesamt 428.500 € bewilligt werden:

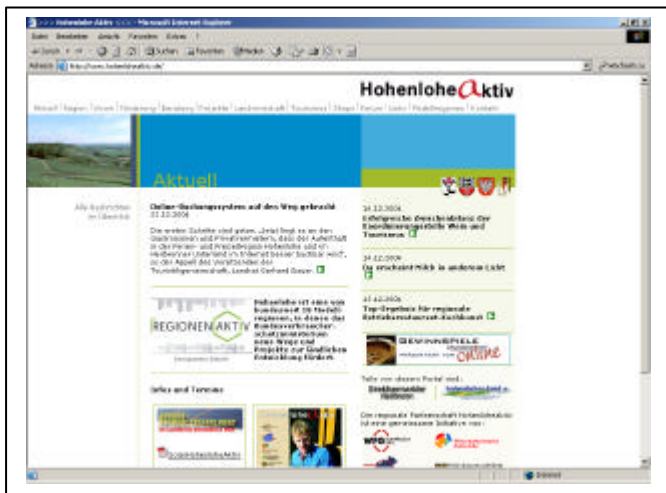
- RoadShow: in Fußgängerzonen, auf Veranstaltungen und Messen wird in Verdichtungsräumen und anderen Urlaubsregionen auf die Region Hohenlohe aufmerksam gemacht und informiert. Direktvermarkter, Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof, typische Hohenloher und Unterländer Spezialitäten werden an der Präsentation beteiligt.
- Online-Buchungssystem Hohenlohe: Buchungen von touristischen Angeboten über das Internet sind ein Wachstumsmarkt. Internet-Buchungen im Bereich des Agrotourismus sind noch selten und für kleine Anbieter wie Ferien auf dem Bauernhof zu teuer. Mit dem Aufbau eines Vertriebssystems und Vor-Ort-Beratungen werden die Anbieter unterstützt. Angebote, die sich an "Städter" richten, werden transparenter gemacht (Stadt-Land-Beziehung).
- Service-Agentur: sie bündelt die vielfältigen, teilweise unbekanntes touristischen Angebote und Dienstleistungen und baut ein Vertriebssystem auf, das sich nach der Anschubfinanzierung durch REGIONEN AKTIV weitgehend selbst tragen soll.
- Tourismuskonzept Kulturlandschaft Bühlertal: das landschaftlich reizvolle Bühlertal wird unter Einbeziehung der landwirtschaftlichen Angebote (Heuhotel, Direktvermarkter) landschaftsverträglich touristisch erschlossen.
- Landwirtschaft am Kocher-Jagst-Radweg erleben: entlang des Kocher-Jagst Radwegs wird auf der Gemarkung von drei Gemeinden eine Konzeption für landwirtschaftliche Erlebnisstationen und deren Umsetzung erstellt.
- Fortsetzung des Regionalforums im Botanischen Obstgarten Heilbronn: das erfolgreich durchgeführte Bildungs- und Informationsangebot für Verbraucher und Landwirte wird fortgeführt und ausgebaut.
- Positionierung der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn als europäische Referenzregion: in mehreren Kreativ-Workshops werden alternative Landnutzungsformen mehr in das Bewusstsein der Bevölkerung gerückt. Fachpublikum und Vertreter der Medien aus dem europäischen Raum berichten und informieren über die Prozesse und Ergebnisse der Modellregion zur integrierten und nachhaltigen ländlichen Entwicklung.
- Sonderteil Hohenlohe aktiv im pro Magazin Landwirtschaft: in einer 20-seitigen Broschüre mit einer Auflage von 40.000 Exemplaren informiert die Modellregion die breite Öffentlichkeit umfassend über die ersten Ergebnisse des Modellvorhabens in der Region.

Das Projekt Internet 2004 - professionellere und umfangreichere Darstellung der Modellregion auf der Internetseite [www.hohenloheaktiv.de](http://www.hohenloheaktiv.de) - konnte aufgrund fehlender Finanzmittel noch nicht bewilligt werden. Im Rahmen des Etats für Öffentlichkeitsarbeit des Regionalmanagements wird aber ständig an der Weiterentwicklung des Internetauftritts gearbeitet.

1. In 45.200 Teilnehmerstunden wurden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter qualifiziert. Das Ziel von 10.000 Teilnehmerstunden ist damit deutlich überschritten.
2. Mit 305.000 Teilnehmerstunden wurden Verbraucher über die umweltgerechte Erzeugung und qualitätsorientierte Vermarktung informiert. Das Ziel von 300.000 Teilnehmerstunden ist erreicht. Die oben erwähnten fünf Schlüsselprojekte erfreuen sich nach wie vor einer sehr großen Beliebtheit und Nachfrage. Die Anfragen und Veranstaltungen lagen im Jahr 2004 höher als 2003. Die Präsenz der Region auf Veranstaltungen, Messen und der örtlichen und überörtlichen Presse trägt wesentlich zur Zielerreichung bei.
3. 168 landwirtschaftliche Betriebe haben sich im Jahr 2004 mit Diversifizierung beschäftigt. Das Ziel von 15 Betrieben ist damit mehr als erfüllt.

Bis zum Ende der Förderperiode von REGIONEN AKTIV hat sich die Region zum Ziel gesetzt, 1.100.000 € an Fördermitteln zu investieren. Mit 998.810 € zum Jahresende 2004 ist das Soll schon fast erfüllt.

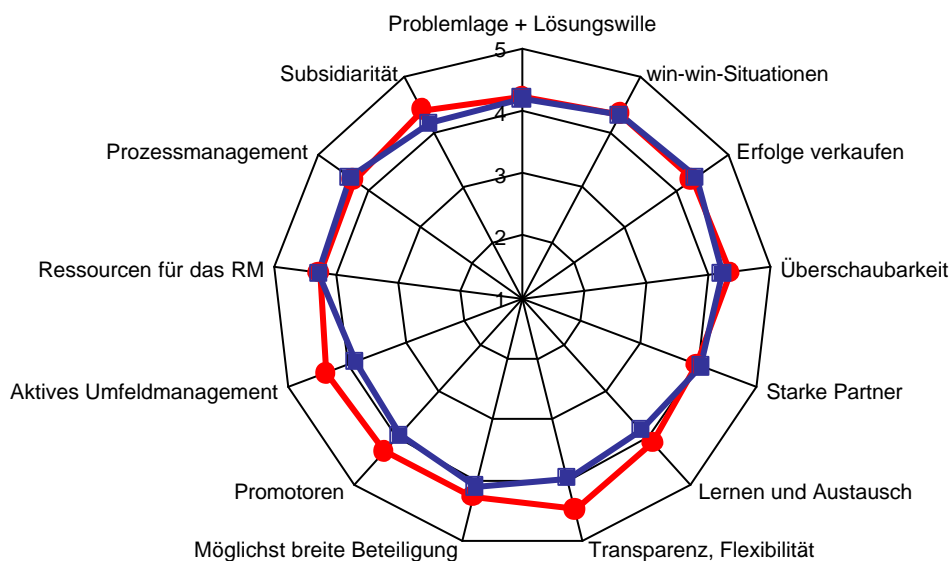
Ziel erreicht	X
Ziel überwiegend erreicht	
Ziel teilweise erreicht	
Ziel nicht erreicht	



Internetauftritt der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn  
www.hohenloheaktiv.de

### 3.4.2 Prozessspinnne auf der Ebene des Handlungsfelds Freizeit- und Bildungsmarkt

#### Umsetzungsstand auf der Ebene des Handlungsfelds Freizeit- und Bildungsmarkt



● Dezember 03    ■ Dezember 04

Die Bewertungen des Umsetzungsstands erfolgten durch die Regionale Partnerschaft, den Vorstand, den Abwicklungspartner und dem Team des Regionalmanagements im Dezember 2004.

### 3.4.3 Welche Gründe gibt es für die Ziel-Abweichungen?

Der Umsetzungsstand im Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt ist nach wie vor hoch. Stärken im Handlungsfeld sind nach wie vor die win-win-Situationen, Erfolge verkaufen, die Überschaubarkeit und die starken Partner, das Regionalmanagement und seine Ressourcen. In Teilbereichen stellt er sich schlechter dar als im Vergleichszeitraum Dezember 2003. Schwächen zeigen sich in den Bereichen Transparenz, Flexibilität, Promotoren, aktives Umfeldmanagement und Subsidiarität. Im März 2004 wurde vom Management ein Ideenworkshop durchgeführt, dessen Projektideen in anschließenden Workshops konkretisiert wurden. Trotz dieses positiven Ansatzes und der erfolgreichen Entwicklung im Jahr 2004 wird der Umsetzungsstand schlechter angesehen als im Jahr 2003. Dies ist dadurch zu erklären, dass der Problemdruck in der Region im Bereich Freizeit- und Bildungsmarkt als nach wie vor hoch angesehen wird. Dies bestätigt auch die Anzahl der noch vorliegenden Projektanträge in diesem Bereich. Die Region will den Agrotourismus aktiv fördern und Jugendliche über das Thema Landwirtschaft informieren.

Zum Anderen ist das Ergebnis auf Defizite im Bereich der Übermittlung der Erfolge innerhalb der Partnerschaft zu erklären. Im Jahr 2005 wird deshalb die Übermittlung der Erfolge an die Regionale Partnerschaft eine wichtige Aufgabe sein. Die vorhandenen Promotoren und das Umfeld haben es nicht ausreichend geschafft, die Erfolge der Partnerschaft klar zu vermitteln. Hier ist das Regionalmanagement zusammen mit den Projektträgern gefordert.



Kartoffelernte im Projekt Klassenzimmer Bauernhof

### 3.5 Handlungsfeld ökologischer Landbau

#### 3.5.1 Das haben wir erreicht

Der Markt für ökologische Produkte ist schwierig. Deshalb hat sich die Region zum Ziel gesetzt, Projekte zur Marktentwicklung von ökologischen Produkten und zur Verbraucheraufklärung zu fördern.

Das Projekt Bäckerberatung, der Feldversuchsanbau von regionalen Getreidesorten und die Projektentwicklung zum Anbau von ökologisch erzeugten Kräutern sind zur Marktentwicklung ökologischer Produkte initiiert und durchgeführt worden. Zur Aufklärung der Verbraucher wurde eine Öffentlichkeitsoffensive der Arbeitsgemeinschaft Demeter und Bioland Hohenlohe gefördert.

#### Das wollten wir 2004 erreichen:

Für das Jahr 2004 hat sich die Region folgende Ziele im Bereich des Handlungsfelds ökologischer Landbau gesetzt:

1. Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter sollen ihr Wissen und ihre Handlungskompetenz erhöhen. Mit mindestens 2.000 Teilnehmerstunden wird dieser Personenkreis Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten des ökologischen Landbaus wahrgenommen haben.
2. Mindestens 20 Presseberichte pro Jahr unterstreichen die Aktivitäten der Projektträger und dokumentieren damit die Verbraucheraufklärung.

#### Das haben wir 2004 im Handlungsfeld tatsächlich erreicht

Zwei Projekte wurden 2004 gefördert:

- Wirkung biologisch-dynamischer Präparate im Grünland: im Demeter-Anbau werden verschiedene Präparate eingesetzt, deren Wirkung auf verschiedene Parameter im Dauergrünland bisher nicht untersucht wurden. Eine wissenschaftliche Auswertung der Ergebnisse und deren Publikation dienen der Verbraucheraufklärung und dem Verbraucherschutz.
- Kulturpflanzenvielfalt: der im Jahr 2002 bewilligte Versuchsanbau verschiedener, alter, heimischer Getreideherkunftssorten und Ökozüchtungen in Exakt- und Feldsortenversuchen sollte 2004 abgeschlossen werden. Aufgrund der extremen Trockenheit im Sommer 2003 waren die Ergebnisse wissenschaftlich nicht verwertbar. Der Versuch wird bis Ende 2005 verlängert. Die Ergebnisse werden u.a. den Bäckern (Inhaltstoffe und Backeigenschaften der Sorten) und den Beratungsdiensten zur Verfügung gestellt.

Das Projekt Naturschutzberatung des Ökoverbands Ecoland zur Beratung von ökologisch wirtschaftenden Landwirten in Naturschutzmaßnahmen konnte aufgrund fehlender Finanzmittel nicht bewilligt werden.

1. Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter haben in 1.750 Teilnehmerstunden Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten des ökologischen Landbaus wahrgenommen. Das Ziel von 2.000 Stunden ist damit leicht unterschritten.

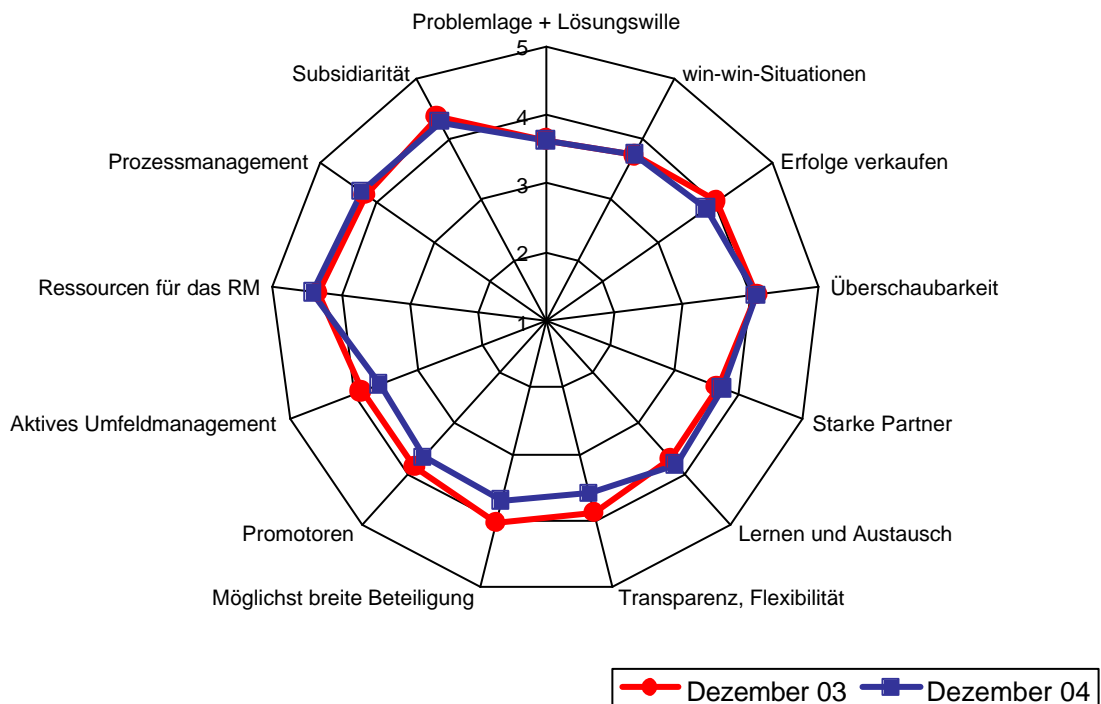
2. In 10 abgedruckten Presseberichten wurden die Verbraucher über den ökologischen Anbau informiert. Das gesetzte Ziel von 20 Berichten ist damit nur zur Hälfte erreicht. Die Projektträger hatten mehr Artikel erstellt, entsprechende Anzeigenschaltungen wurden von der lokalen Presse jedoch nicht mehr angenommen. Nur in einer Gemeinschaftsarbeit der ökologisch anbauenden Betriebe und der Regionalen Partnerschaft konnten über Werbeanzeigen Informationen zum ökologischen Landbau in der Presse geschaltet werden. Die Zielerreichung konnte von den Projektträgern und der Regionalen Partnerschaft damit nicht maßgeblich gesteuert werden, sie wurde von Dritten bestimmt. Aus diesem Grund wird das Ziel als überwiegend erreicht formuliert.

Bis zum Ende der Förderperiode von REGIONEN AKTIV hat sich die Modellregion zum Ziel gesetzt, 200.000 € Fördermittel in das Handlungsfeld zu investieren. Mit einer Förderung von 208.208 € zum Dezember 2004 ist das Ziel bereits ein Jahr vor Ablauf des Modellvorhabens erreicht.

Ziel erreicht	
Ziel überwiegend erreicht	X
Ziel teilweise erreicht	
Ziel nicht erreicht	

### 3.5.2 Prozessspinnne auf der Ebene des Handlungsfelds ökologischer Landbau

#### Umsetzungsstand auf der Ebene des Handlungsfelds ökologischer Landbau



Die Bewertungen des Umsetzungsstands erfolgten durch den Vorstand, den Abwicklungspartner und dem Team des Regionalmanagements im Dezember 2004.

### 3.5.3 Welche Gründe gibt es für Ziel-Abweichungen?

Der aktuelle Umsetzungsstand im Handlungsfeld ökologischer Landbau lässt sich nach wie vor als mittel einstufen. Die Subsidiarität, die ausreichenden Ressourcen für das Regionalmanagement und die hohe Qualität des Prozessmanagements sind die herausragenden Stärken des Handlungsfelds geblieben. Die bestehenden Projekte sind überschaubar, die Erfolge werden ausreichend verkauft.

Es ist der Region nicht gelungen, im Bereich des ökologischen Landbaus stärker von- und miteinander zu lernen. Im März 2004 führte die Modellregion einen Ideenworkshop durch, dessen Gedanken und Projektanbahnungen in Arbeitskreisen aufgearbeitet wurden. Hier waren die Akteure des ökologischen Anbaus Partner. Leider entstanden hieraus keine konkreten Projekte. Eine Lernkultur ist zwar vorhanden, sie scheint sich jedoch auf die ökologischen Anbauverbände zu beschränken. Deshalb ist die Einbindung in den Prozess der Modellregion zu verbessern, weitere Anstrengungen sind hier erforderlich.

In der Transparenz, bei den Promotoren, der breiten Beteiligung und dem aktiven Umfeldmanagement ist der Umsetzungsstand geringer als im Vergleichszeitraum 2003. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Erzeugung und Verarbeitung ökologischer Produkte im Handlungsfeld Regionalvermarktung integriert ist. Das Handlungsfeld konzentriert sich auf Studien, Qualifizierungen und Öffentlichkeitsarbeit. Die Promotoren und die Beteiligung der Akteure sind auf beide Handlungsfelder verteilt.



Reiner Schmidt vom Demeter Verband bei der Vorstellung des Projekts Kulturpflanzenvielfalt

## 3.6 Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft

### 3.6.1 Das haben wir erreicht

Das Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft unterstützt und berät Landwirte in der umweltgerechten Landnutzung, Landschaftspflegemaßnahmen werden gefördert und Kriterien für die umweltgerechte Landnutzung als Bestandteil verschiedener Markenprogramme werden festgelegt.

Durch die Probleme bei der Konkretisierung von Projekten und bei der Abstimmung mit Landesbehörden wegen Fachförderungen konnten bis zur Halbzeit von REGIONEN AKTIV keine Projekte gefördert werden. Die Projektinitiativen führten erst im Jahr 2004 zu ersten Erfolgen.

#### Das wollten wir 2004 erreichen:

Für das Jahr 2004 hat sich die Region folgende Ziele im Bereich des Handlungsfelds umweltgerechte Landwirtschaft gesetzt:

1. Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter sollen ihr Wissen und ihre Handlungskompetenz erhöhen. Mit mindestens 10.000 Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten wahrgenommen haben.
2. Zum Schutz und zum Erhalt von Arten, Lebensräumen und der Landschaft weisen die teilnehmenden Betriebe einen Anteil von mindestens 10 % extensiv / umweltgerecht bewirtschafteter Fläche auf.

#### Das haben wir 2004 im Handlungsfeld tatsächlich erreicht

Die langwierigen und intensiven Vorarbeiten haben im Jahr 2004 zur Förderung zweier Projekte geführt:

- Landschaftspflegehof Köger: eine weiträumige extensive Flächenbewirtschaftung in einer von der Natur benachteiligten Agrarzone konnte durch die Förderung eines Mutterkuhstalls und des Umbaus eines Maschinenschuppens zu einem Tiefstreuastall ermöglicht werden. Die Beweidungsfläche konnte hierdurch nahezu verdoppelt werden.
- Ackerrandstreifen als bodenschützende Landschaftselemente im Rahmen einer nachhaltigen Landnutzung: aufbauend auf Ergebnissen in den Modellgebieten von Heilbronn wird ein Leitfaden für ein kommunales Ackerrandstreifenprogramm mit integrierter Bodenschutzkonzeption erstellt. Der Wissenstransfer findet über Seminare, Beratungen vor Ort, Ausstellungen und das Internet statt.

1. Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter haben in 500 Teilnehmerstunden Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten wahrgenommen. Das Ziel von 10.000 Stunden ist damit teilweise erreicht.
2. Die teilnehmenden Betriebe bewirtschafteten insgesamt eine Fläche von 52.800 ha. 70% dieser Flächen werden nach den Richtlinien des Marktentlastungs- und Kulturlandschaftsausgleich II (MEKA-II Programm) des Landes Baden-Württemberg

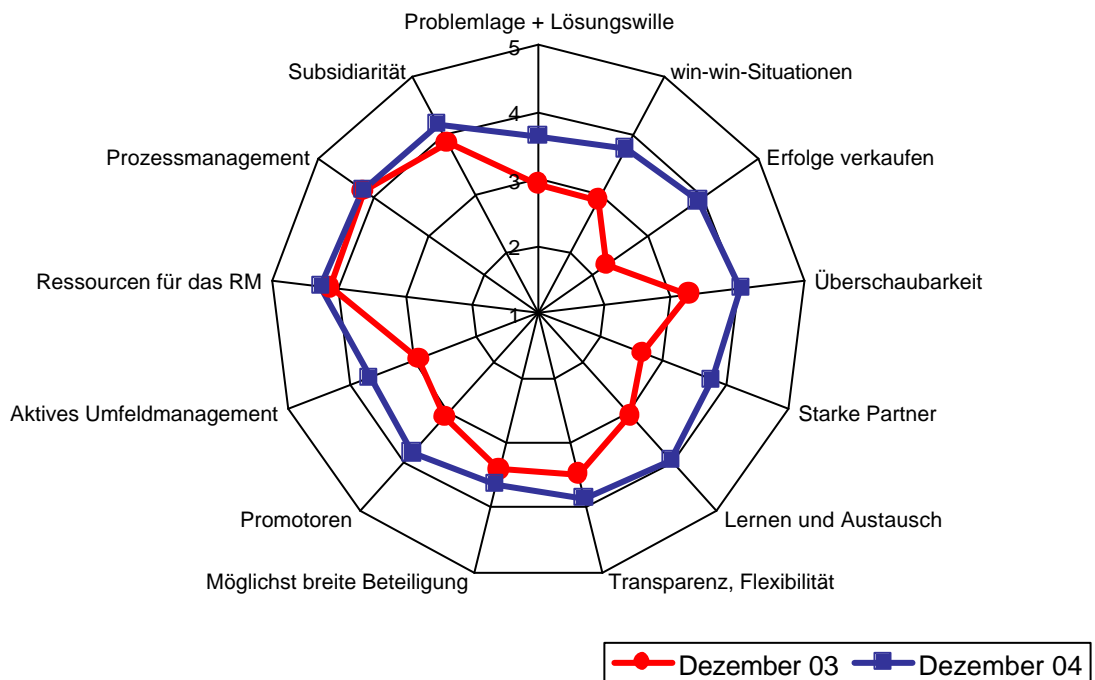
umweltgerecht bewirtschaftet. (Anmerkung: Die Definition von umweltgerechter Landwirtschaft nach PLENUM ist identisch mit der Definition nach MEKA II). Das Ziel von 10 % Anteil an umweltgerecht bewirtschafteter Fläche ist damit mehr als erfüllt.

Zum Stand Dezember 2004 konnte die Modellregion in diesem Handlungsfeld Projekte mit einem Gesamtvolumen von 93.350 € fördern. Das Ziel von 200.000 € ist damit noch nicht erreicht. Dennoch ist die Region erfreut darüber, in diesem schwierigen Handlungsfeld im Jahr 2004 erstmals Projekte fördern zu können.

Ziel erreicht		
Ziel überwiegend erreicht	X	
Ziel teilweise erreicht		
Ziel nicht erreicht		

### 3.6.2 Prozessspinnne auf der Ebene des Handlungsfelds umweltgerechte Landwirtschaft

**Umsetzungsstand auf der Ebene des Handlungsfelds umweltgerechte Landwirtschaft**



Die Bewertungen des Umsetzungsstands erfolgten durch den Vorstand, den Abwicklungspartner und dem Team des Regionalmanagements im Dezember 2004.

### 3.6.3 Welche Gründe gibt es für Ziel-Abweichungen?

Der Umsetzungsstand im Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft ist durchweg als positiv zu bewerten. Verbesserungen gegenüber dem Vergleichszeitraum sind bei allen Erfolgsfaktoren eingetreten. Die Ressourcen für das Regionalmanagement und die hohe Qualität des Prozessmanagements vom Dezember 2003 konnten gehalten werden.

Nach langen und schwierigen Projektinitiierungen und umfangreichen Absprachen mit baden-württembergischen Landesbehörden zeigt die Umsetzung zweier bewilligter Projekte in der Prozessspinne ihre Auswirkungen. Die Anstrengungen und konsequente Verfolgung der gesetzten Ziele zeigen nun ihre Früchte. Der Workshop, die Arbeitsgruppensitzungen, hoher Einsatz der Regionalmanagerin und die hervorragende Zusammenarbeit mit den Partnern haben auch zu dem erfolgreichen Ergebnis geführt.



Mutterkuhhaltung auf dem Landschaftspflegehof der Familie Köger

## 4 Verstetigung

### 4.1 Zusammenfassung der Aktivitäten zur Verstetigung

Das Regionalmanagement soll in der Modellregion Hohenlohe und in der Partnerregion Heilbronn weitergeführt werden. Konkrete Gespräche wurden darüber bereits im Landkreis Schwäbisch Hall und im Hohenlohekreis geführt. Entsprechendes gilt für den Landkreis Heilbronn, wo ein eigenständiges Regionalmanagement ebenfalls langfristig etabliert werden soll.

Die erforderliche Anteilsfinanzierung ist für das Regionalmanagement Hohenlohe bereits durch Absichtserklärungen der Wirtschaftsförderungsgesellschaften, des Bauernverbandes und der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft grundsätzlich abgesichert. Im Raum Heilbronn wird die Anteilsfinanzierung im Frühjahr 2005 geklärt. Der politische Wille wurde bereits zum Ausdruck gebracht.

Schwierig wird die Gesamtfinanzierung, wenn das Land Baden-Württemberg wider Erwarten keine Unterstützung leistet. Dann wird es „kleinere Lösungen“ geben bei den Wirtschaftsförderungsgesellschaften und Kooperationen mit den Landkreisverwaltungen.

Im Landkreis Schwäbisch Hall wird geprüft, ob durch die Eingliederung des Landwirtschaftsamtes in das Landratsamt (Behördenreform zum 1.1.2005) die Zusammenarbeit zwischen dem Landwirtschaftsbereich und der Wirtschaftsförderung verstärkt werden kann. Gedacht wird an eine spezielle Arbeitsgruppe bei der Wirtschaftsförderung, die Aufgaben des Regionalmanagements übernehmen kann und sich speziell um die Diversifizierung in der Landwirtschaft (Schnittstelle zwischen Landwirtschaftsförderung und gewerbliche Wirtschaftsförderung) kümmern könnte. Eine solche Koordinierungsfunktion wurde bereits bei der Abwicklung von REGIONEN AKTIV praktiziert und hat sich sehr bewährt. Außerdem wird untersucht, ob der Fachbereich „Ferien auf dem Bauernhof“ vom Landwirtschaftsamt an die Wirtschaftsförderung abgegeben werden soll. Auch dadurch könnten Synergieeffekte entstehen, die das Leistungsspektrum des Regionalmanagements verbessern können.

Die Förderprojekte können größtenteils nach Abschluss von REGIONEN AKTIV fortgeführt werden. Die meisten Projektträger sind dazu bereit und in der Lage. Darauf wurde schon bei der Bewilligung der Maßnahmen geachtet.

Schwierig wird die Anschubfinanzierung für Projekte, die „auf der Warteliste für REGIONEN AKTIV stehen“. Die regionale Partnerschaft und die Antragsteller hoffen deshalb auf weitere Mittelzuweisungen im Jahr 2005 und eine Verlängerung der Modellförderung in die nächsten Jahre. Das Landratsamt Schwäbisch Hall würde als Abwicklungspartner weiterhin zur Verfügung stehen.

Aufgabe des Regionalmanagements nach REGIONEN AKTIV bleibt die Unterstützung der regionalen Akteure und die Suche nach Finanzierungshilfen für innovative Projekte. Oberziel bleibt die kontinuierliche Entwicklung von Hohenlohe mit der Partnerregion Heilbronn zu einer europäischen Referenzregion für nachhaltige ländliche Entwicklung.

## 4.2 Verstetigung des Regionalmanagements

Einschätzung der Aktivitäten:

	Was	Wann
Folgende <b>konkrete Schritte</b> wurden umgesetzt oder sind für 2005 bereits terminiert	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bereitschaft des Bauernverbands Schwäbisch Hall-Hohenlohe e.V., zur Kofinanzierung des Regionalmanagements nach Ablauf von REGIONEN AKTIV</li> <li>2. Zusage der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall zur Kofinanzierung des Regionalmanagements nach Ablauf von REGIONEN AKTIV</li> <li>3. Zusage der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall zur Kofinanzierung des Regionalmanagements nach Ablauf von REGIONEN AKTIV</li> <li>4. Terminanfrage beim Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg, Referat Strukturentwicklung ländlicher Raum zur Kofinanzierung des Regionalmanagements in Baden-Württemberg nach GAK - Gespräch findet im Frühjahr 2005 statt.</li> <li>5. Beschluss des Vorstands der Regionalen Partnerschaft, das Regionalmanagement nach Ablauf von REGIONEN AKTIV sowohl in der Kernregion als auch der Partnerregion fortzuführen</li> </ol>	<p>Januar 2004</p> <p>Januar 2004</p> <p>Januar 2004</p> <p>Oktober 2004</p> <p>10.12.2004</p>
Folgende weitere Aktivitäten sind in Planung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vorstellung der Konzeption zur Finanzierung des Regionalmanagements in der Partnerregion Heilbronn nach Ablauf von REGIONEN AKTIV in der Vollversammlung</li> <li>2. Vorstellung der Konzeption zur Finanzierung des Regionalmanagements in der Kernregion nach Ablauf von REGIONEN AKTIV in der Vollversammlung</li> </ol>	<p>1. Sitzung der Regionalen Partnerschaft im Frühjahr 2005 - noch nicht terminiert</p> <p>1. Sitzung der Regionalen Partnerschaft im Frühjahr 2005 - noch nicht terminiert</p>

Das Regionalmanagement hat sich in der Region etabliert. Die Entscheidung, eine fest angestellte Personalkraft und eine weitere 50 % Stelle bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall anzusiedeln, hat sich bewährt. Durch die ständige Vor-Ort-Präsenz und die regionalen Kenntnisse ist es gelungen, das Management als festen Ansprechpartner bei allen Akteuren zu etablieren. Das Team des Managements übernimmt Vernetzungs-, Bündelungs- und Kooperationsaufgaben. Durch die Kenntnisse der Akteure vor Ort werden Synergieeffekte, neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Netzwerke geschaffen.

Nach anfänglich zurückhaltender Resonanz bei den Landesbehörden ist es durch den persönlichen Einsatz des Managements und der Akteure gelungen, eine offene, konstruktive Zusammenarbeit mit der Landesebene zu erreichen. REGIONEN AKTIV wird als Chance für die Entwicklung des ländlichen Raums gesehen. Bei den Kreis- und Sonderbehörden in der Region wurde das Management von Beginn an als Kooperationspartner, der die Entwicklung der Region unterstützt und fördert, angesehen. Dies ist auf die Ansiedlung des Managements bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall und auf die Mitgliedschaft aller Wirtschaftsförderer in der Modellregion in der Vorstandschaft von Hohenlohe aktiv zurückzuführen. Die politische Unterstützung des Managements und des gesamten Projekts war und ist zu jeder Zeit gegeben.

Ganz entscheidend für die Akzeptanz und Erfolge des Regionalmanagements war die Zusammenarbeit und Unterstützung durch den Abwicklungspartner Landratsamt Schwäbisch Hall.

Nach Ablauf von REGIONEN AKTIV wird das Regionalmanagement für die Kernregion nach wie vor bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall angesiedelt sein. Dieses Modell hat sich bewährt und soll weitergeführt werden. Als Finanzierungspartner stehen der Bauernverband Schwäbisch Hall-Hohenlohe e.V. und die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall fest. Der Landkreis Schwäbisch Hall und der Hohenlohekreis haben diesbezügliche Absichtserklärungen vorbehaltlich der Zustimmung durch die Kreistage ausgesprochen. Weitere Kofinanzierungspartner werden im Jahr 2005 akquiriert. Auf politischer Ebene wird versucht, eine Kofinanzierung über das Land Baden-Württemberg im Rahmen der GAK zu erreichen.

Die Kernregion Hohenlohe geht davon aus, dass die Fortführung des Managements hohe Erfolgsaussichten hat.

Für die Partnerregion Heilbronn steht ebenfalls fest, dass das Management weitergeführt werden soll. Die politischen Gremien und Kooperationspartner werden bis Frühjahr 2005 ein Konzept zur Finanzierung und Ansiedlung des Managements vorlegen. Auch hier wird davon ausgegangen, dass die Fortführung des Managements finanziert werden kann.

### 4.3 Verstetigung der Partnerschaft

	Was	Wann
Folgende Aktivitäten sind in Planung	1. Diskussion der Frage der Verstetigung der Partnerschaft in der Vollversammlung  2. Entscheidung über die Fortführung der Regionalen Partnerschaft	1. Sitzung der Regionalen Partnerschaft im Frühjahr 2005 - noch nicht terminiert  2. Sitzung der Regionalen Partnerschaft im Sommer 2005 - noch nicht terminiert

Die Regionale Partnerschaft wird auch nach Abschluss von REGIONEN AKTIV fortgeführt werden. Die Akteure werden sich bei Bedarf treffen und in ähnlichen Zusammenhängen wie z.B. LEADER+ weiterhin zusammenarbeiten. Die Hauptfunktion - die Umsetzung des Regionalen Entwicklungskonzepts - wird in anderen Kontexten weiterentwickelt.

Das Engagement der Akteure aus der Partnerschaft wird weitergeführt. Die Mehrheit der Mitglieder ist in Verbänden, Vereinen, sonstigen Organisationen oder Ämtern organisiert und damit weiterhin in die Prozesse der Region eingebunden.

Als Entscheidungs- /Bewilligungsgremium wird die Regionale Partnerschaft nach Abschluss von REGIONEN AKTIV die Funktion verlieren. Aufgabe des Regionalmanagements wird sein, neue Entwicklungsprojekte vorzuschlagen, die dann von der Regionalen Partnerschaft oder Akteuren der Regionalen Partnerschaft geprüft und weiterverfolgt werden können. Die Region wird sich auf die neuen Möglichkeiten der künftigen Agrar- und Strukturförderung von EU, Bund und Land Baden-Württemberg vorbereiten. Die Fortsetzung der gemeinde- und kreisüberschreitenden Zusammenarbeit wird angestrebt.



Sitzung der Regionalen Partnerschaft am 12.07.2004

#### 4.4 Verstetigung von Themen und Projekten - Unser Fokus für die Zukunft

Bei der Projektauswahl und Bewilligung wurde die Verstetigung zur Voraussetzung gemacht. Die Projektträger werden deshalb die Maßnahmen nach der Förderphase fortsetzen. Sie sind dazu nach übereinstimmender Einschätzung von Vorstand, Regionalmanagement und Abwicklungspartner auch in der Lage. Das gilt ganz besonders für den Freizeit- und Bildungsbereich. Die Kleine Schweineschule, Landleben live und das Klassenzimmer Bauernhof werden auch in Zukunft angeboten werden. Der Botanische Obstgarten in Heilbronn wird auf die Erfolge durch REGIONEN AKTIV aufbauen. Die Touristikgemeinschaft wird die begonnenen Projekte fortführen. Der Erzeugerschlachthof wurde mit REGIONEN AKTIV im Bestand gesichert und soll sich künftig wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln. Dasselbe gilt für die ÖkoRegio Halle in Neckarsulm. Im Energiebereich hat sich das energieZENTRUM Wolpertshausen fest etabliert und mit REGIONEN AKTIV die Grundlagen für die Zukunft gelegt. Das Verbrauchermagazin ist eingeführt und wird sich künftig durch Anzeigenschaltungen von Direktvermarktern und bäuerlichen Organisationen finanzieren können. Die Aufzählung könnte fortgesetzt werden und gilt entsprechend für fast alle Förderprojekte in allen Handlungsfeldern. Der Wegfall der Förderung wird deshalb keine gravierenden Auswirkungen für die mit REGIONEN AKTIV bereits geförderten Maßnahmen haben.

Das Problem ist die Anschubfinanzierung für neue Projekte, die bereits beantragt, aber wegen fehlender Mittel noch nicht bewilligt werden konnten. Die regionale Partnerschaft hofft deshalb, dass die ausgearbeiteten Konzepte und Projekte im Jahr 2005 noch in REGIONEN AKTIV abgewickelt werden können. Neue Projektideen könnten im Falle einer Verlängerung der Modellförderung weiter entwickelt und dann im Jahr 2006 realisiert werden. Andere Möglichkeiten werden sich vermutlich erst ab dem Jahr 2007 oder später ergeben im Zusammenhang mit der neuen Agrar- und Strukturförderung der Europäischen Union.

Aufgabe des Regionalmanagements wird es auch künftig sein, die regionalen Akteure bei der Entwicklung von Konzepten zu unterstützen, mögliche Finanzierungshilfen zu klären und bei der Antragstellung zu helfen. Ohne REGIONEN AKTIV wird diese Aufgabe künftig viel schwieriger. Vieles wird länger dauern und manches wird so nicht mehr möglich sein. Die kontinuierliche Entwicklung von Hohenlohe mit der Partnerregion Heilbronn zu einer europäischen Referenzregion für nachhaltige ländliche Entwicklung wird auch aus eigener Kraft und Erschließung künftiger Finanzierungsmöglichkeiten weitergehen.



Sitzung der Arbeitsgruppe Energie am 17.05.2004

## 5. Unsere Ziele für 2005

### Übersicht 3:

#### Die Ziele der Region in den Handlungsfeldern

	Input Fördermittel von REGIONEN AKTIV	Ziele für 2005	Indikator	Datenquelle
Handlungsfeld 1 Regionalvermarktung	<b>1.500.000 €*</b>	1.1 Ausdehnung der Vermarktung regionaler Produkte Der Umsatz der Erzeugerorganisationen liegt um 20 % höher als im Januar 2002	Umsatz in €	Unternehmen/ Antragsteller
		1.2 Erhalt und Schaffung von dauerhaften Arbeitsplätzen Die Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze bei den geförderten Betrieben liegt um 10 % über dem Wert von 2002	Anzahl Arbeitsplätze	Unternehmen/ Antragsteller
		1.3 Erhöhung der qualitätsorientiert arbeitenden Betriebe Die Anzahl der qualitätsorientierten Erzeuger liegt um <b>8 %*</b> höher als im Januar 2002	Mitgliedsbetriebe	Projektberichte
Handlungsfeld 2 Energemarkt	<b>350.000 €</b>	2.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen Mit mindestens 15.000 Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter, Vermarkter und <b>Verbraucher*</b> Informationsangebote zur effizienten Energienutzung und der Erzeugung von Energie wahrgenommen haben.	Teilnehmerstunden und qualitative Auswertung*	Projektberichte
		2.2 Mindestens <b>50*</b> landwirtschaftliche Betriebe haben eine einzelbetriebliche Beratung zur effizienten Energienutzung und der Erzeugung von Bioenergie wahrgenommen.	Teilnehmende Betriebe	Projektberichte
		<b>2.3 Bürgerbeteiligung in Gemeinschafts-Photovoltaikanlagen mit 4,56 Mio. € und 1 MWp</b>	<b>MWP</b>	<b>Projektbericht</b>

\*Änderungen gegenüber den Zielformulierungen vom 27.07.2004

**Die Ziele der Region in den Handlungsfeldern**

- Fortsetzung -

	<b>Input</b> Fördermittel von REGIONEN AKTIV	<b>Ziele für 2005</b>	<b>Indikator</b>	<b>Datenquelle</b>
Handlungsfeld 3 Freizeit- und Bildungs- markt	<b>1.490.000 €*</b>	3.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen bei Landwirten, Verarbeitern und Vermarktern Mit mindestens <b>50.000*</b> Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen wahrgenommen haben.	Teilnehmerstunden und qualitative Auswertung	Projektberichte
		3.2 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen bei Verbrauchern Mit mindestens <b>600.000*</b> Teilnehmerstunden haben sich Verbraucher über umweltgerechte Erzeugung und qualitätsorientierte Vermarktung informiert.	Teilnehmerstunden und qualitative Auswertung	Projektberichte
		3.3 Mindestens <b>200*</b> landwirtschaftliche Betriebe haben eine Diversifizierung ihrer landw. Betriebe vorgenommen.	Teilnehmende Betriebe und qualitative Auswertung	Projektberichte
Handlungsfeld 4 ökologischer Landbau	<b>250.000 €*</b>	4.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen bei Landwirten, Verarbeitern, Vermarktern und <b>Verbrauchern*</b> Mit mindestens <b>2.000*</b> Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter, Vermarkter und Verbraucher Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten des ökologischen Landbaus wahrgenommen haben.	Teilnehmerstunden	Projektberichte

\*Änderungen gegenüber den Zielformulierungen vom 27.07.2004

**Die Ziele der Region in den Handlungsfeldern**

- Fortsetzung -

	<b>Input</b> Fördermittel von REGIONEN AKTIV	<b>Ziele für 2005</b>	<b>Indikator</b>	<b>Datenquelle</b>
Handlungsfeld 5 umweltgerechte Landwirtschaft	<b>100.000 €*</b>	5.1 Erhöhung des Wissens und der Handlungskompetenzen bei Landwirten, Verarbeitern, Vermarktern und <b>Verbrauchern*</b> Mit mindestens <b>1.000*</b> Teilnehmerstunden werden Landwirte, Verarbeiter, Vermarkter und Verbraucher Informationsangebote zur umweltgerechten Erzeugung und qualitätsorientierten Vermarktung von Produkten wahrgenommen haben.	Teilnehmerstunden und qualitative Auswertung	Projektberichte
		5.2 Schutz und Erhalt von Arten, Lebensräumen und Landschaft Die teilnehmenden Betriebe weisen einen Anteil von mindestens <b>75%*</b> extensiv/ umweltgerecht bewirtschafteter Fläche auf.	Anteil extensiv bewirtschafteter Flächen der Betriebe in % der LF	Auswertung des gemeinsamen Antrags der Betriebe

\*Änderungen gegenüber den Zielformulierungen vom 27.07.2004

## 5.1 Handlungsfeld Stärkung der Vermarktung regionaler, umweltgerecht bzw. ökologisch erzeugter Lebensmittel - Regionalvermarktung

### Ziel 2005

Im Rahmen des Handlungsfeldes Regionalvermarktung wurden einige zentrale Infrastrukturmaßnahmen gefördert, welche die Verarbeitung und Vermarktung von umweltgerecht erzeugten Qualitätsprodukten ermöglichen. Hierzu gehören der Schlachthof Schwäbisch Hall, das Ferkelverteilzentrum der Unabhängigen Erzeugergemeinschaft Hohenlohe Franken, die Mühle der Organisch Biologischen Erzeugergemeinschaft und die beiden Lebensmittelmärkte in Neckarsulm und Schwäbisch Hall.

Diese Maßnahmen werden weiterhin mit einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des Handlungsfeldes Freizeit- und Bildungsmarkt flankiert.

Allen beteiligten Organisationen ist die Bedeutung der regionalen Vermarktung bewusst. Sie agieren zumindest teilweise gemeinsam am Markt.

### Eigene Einschätzung / Begründung der Ziele in Bezug auf die beiden SMART Kriterien „Anspruchsvoll und Attraktiv“ sowie „Realistisch“ für die Region:

Die bis Dezember 2004 erreichten Ziele lassen eine positive Zielerreichung erwarten. Die leistungsstarken Unternehmen sind marktorientiert ausgerichtet und haben bereits in der Vergangenheit ihre Innovationskraft bewiesen. Die beiden neu eingerichteten Lebensmittelmärkte werden sich am Markt behaupten und zu einer weiteren Steigerung der Regionalvermarktung beitragen.

Eine weitere Förderung im Bereich des Erzeugerschlachthofs Schwäbisch Hall wird 2005 realisiert werden, wenn weitere Mittel zugewiesen werden können. Das Projekt ist von der Partnerschaft bereits im Sommer 2004 genehmigt worden.

Ebenso verhält es sich bei dem Projekt Kompetenzforum regionale Lebensmittel der Stadt Neckarsulm. Sollte eine Bewilligung möglich sein, wird dieses Projekt durch die Einrichtung einer Koordinierungsstelle zur Vernetzung und Bündelung der Aktivitäten in der Landwirtschaft, dem Handwerk und der Wirtschaft wesentlich zur Zielerreichung beitragen.

Als zusätzliches Projekt steht 2005 die Realisierung des Bauernmarkts Crailsheim an. Aufgrund des Projektendes von REGIONEN AKTIV am 31.12.2005 ist es jedoch fraglich, ob eine Umsetzung des Projekts noch 2005 erfolgen kann. Das Projekt befindet sich noch in der Planungsphase, erst nach Vorlage der konkreten Ausführungsunterlagen kann REGIONEN AKTIV tätig werden. Als weiterer Unsicherheitsfaktor kommt eine mögliche Fachförderung in Betracht.

Dennoch wird die Region versuchen, den Bauernmarkt in Crailsheim zu realisieren.

Der als ursprüngliches Ziel formulierte Input an Fördermitteln in Höhe von 2.000.000 € wurde auf 1.500.000 € gekürzt. Eine Umsetzung von investiven Maßnahmen ist in der Kürze der Zeit nicht mehr leistbar.

Eine Steigerung der qualitätsorientierten Erzeuger um 8% gegenüber dem Vergleichsjahr 2002 ist realistisch. In der Landwirtschaft ist mit einem Rückgang der Erzeuger aufgrund der Aufgabe landwirtschaftlicher Betriebe zu rechnen. Dennoch strebt die Region eine Steigerung der spezialisierten und besonders qualitätsorientierten Erzeuger an.

## 5.2 Handlungsfeld Energiemarkt

### Ziel 2005

Die Veranstaltungsreihe Nachhaltige Energienutzung erfreut sich einer nach wie vor guten Resonanz. Sie wird das gesamte Jahr 2005 fortgeführt werden und hat in der gesamten Modellregion und darüber hinaus zu einem Wissenstransfer in der Landwirtschaft geführt. Auch Teilnehmer aus den nicht landwirtschaftlichen Bereichen nehmen das Qualifizierungsangebot wahr. Weitere Qualifizierungen sowohl der Landwirte als auch der Verbraucher werden durch neue Projekte angestrebt.

Die Energieagentur Landwirtschaft ermöglicht eine betriebsindividuelle Beratung interessierter landwirtschaftlicher Betriebe und wird ihre erfolgreiche Arbeit im Jahr 2005 weiter ausbauen. Die Kooperation mit dem Handwerk, den Innungen, den Wirtschaftsförderern und den Fachverbänden und -organisationen sowie den Fachhochschulen ist besonders hervorzuheben

Das energieZENTRUM in Wolpertshausen bietet den Städten und Gemeinden den Bau von "Bürger-Photovoltaikanlagen" an. Sie sollen auf den Dächern von öffentlichen Gebäuden entstehen. Investor ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall. Geplant ist für 2005 die Installation von 1 MWp auf etwa 10.000 qm Dachfläche. Das Investitionsvolumen beträgt 4,56 Mio. Euro. Für 2006 sind weitere Investitionen im Umfang von ca. 2 Mio. Euro geplant. Möglich wird diese Investition durch das Projekt Pro Bio- und Solarenergie. Das energieZENTRUM in Wolpertshausen will sich zum überregionalen Bio-gas-Kompetenzzentrum entwickeln.

### Eigene Einschätzung / Begründung der Ziele in Bezug auf die beiden SMART Kriterien „Anspruchsvoll und Attraktiv“ sowie „Realistisch“ für die Region:

Die bis Dezember 2004 erreichten Ziele lassen eine positive Zielerreichung für 2005 erwarten. Die bestehenden Projekte werden erfolgreich fortgeführt werden und neue hinzukommen. So ist die Erstellung einer DVD zu erneuerbaren Energien mit Regionalbezug und der Betrieb eines Blockheizkraftwerks mit Industriealkohol und gleichzeitiger Abwärmenutzung in Planung. Auch hier stellt sich die Frage einer möglichen Fachförderung im investiven Bereich.

Die Praxis hat gezeigt, dass die Veranstaltungsreihe Nachhaltige Energienutzung nicht nur von Landwirten, Verarbeitern und Vermarktern in Anspruch genommen wird. Durch die Änderung des Erneuerbare Energien Gesetzes ist dieser Bereich so interessant geworden, dass auch Verbraucher die Qualifizierungsangebote wahrnehmen. Die Zieldefinition wurde deshalb dieser Entwicklung angepasst und gleichzeitig die Teilnehmerstunden .

Trotz erfolgreicher Bilanz werden es die Leistungsträger im Jahr 2005 zeitlich und personell nicht schaffen, mehr Veranstaltungen als im Jahr 2004 anzubieten. Nur durch das neu angelaufene Projekt Pro Bio- und Solarenergie werden zusätzliche Qualifizierungen erfolgen können. Mit Qualifizierungen aus Projekten im Jahr 2005 ist erst mit einem gewissen Zeitverzug zu rechnen, da die entsprechenden Angebote nach der Bewilligung erst erstellt werden müssen.

Mit 22 speziellen Beratungen im Jahr 2004 hat die Energieagentur Landwirtschaft eine erfolgreiche Bilanz aufzuweisen. Eine Steigerung um mehr als 100 % im Jahr 2005 ist unrealistisch, insofern erfolgte eine Anpassung.

Förderungen im Energiebereich beschränken sich aufgrund von Fachförderungen auf Qualifizierungen und Studien. Investitionen können über REGIONEN AKTIV nur selten gefördert werden. Aus diesem Grund wurde der INPUT auf 350.000 € Fördersumme zum Ende der Laufzeit reduziert.

### 5.3 Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt

#### Ziel 2005

Die sehr positive Entwicklung im Bereich des Freizeit- und Bildungsmarkts im Jahr 2004 wird 2005 fortgeführt werden. Der Übertragungsfehler von 6.000.000 Teilnehmerstunden wird auf 600.000 Teilnehmerstunden korrigiert.

Die Schlüsselprojekte Kleine Schweineschule, Klassenzimmer Bauernhof, Landleben live und landwirtschaftlicher Erlebnisweg entwickelten sich zu hervorragenden Beispielen gelungener Öffentlichkeitsarbeit, die weit über die eigentliche Zielgruppe hinaus ihre Wirkung zeigen. Die Kombination von gelungenen Veranstaltungen mit einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit ermöglicht auch hier weitreichende Synergien.

Dasselbe gilt für Veranstaltungen zur Verbraucheraufklärung wie die Aktionen des Regionalforums Heilbronn im Botanischen Obstgarten. Die Maßnahmen zur Verbraucheraufklärung werden professionell organisiert. Sie haben daher eine große Bedeutung und werden das Konsumverhalten der Verbraucher nachhaltig beeinflussen. Durch die Projekte Road-Show, ServiceAgentur und Landwirtschaft am Kocher-Jagst-Radweg wird die Verbraucheraufklärung 2005 noch weiter ausgebaut werden.

Bewilligte touristische Projekte wie beispielsweise das Online-Buchungssystem und das Tourismuskonzept Bühlertal, aber auch neue Projekte in 2005 werden die Attraktivität der Freizeit- und Urlaubsregion verbessern und damit die Gäste- und Übernachtungszahlen in der Region erhöhen. Darüber hinaus bieten diese Maßnahmen den beteiligten landwirtschaftlichen Betrieben wie den Direktvermarktern, den Anbietern vom Urlaub auf dem Bauernhof neue Wege bei der Einkommenskombination.

#### Eigene Einschätzung / Begründung der Ziele in Bezug auf die beiden SMART Kriterien „Anspruchsvoll und Attraktiv“ sowie „Realistisch“ für die Region:

Nachdem die Ziele den Entwicklungen in der Region angepasst wurden, ist mit einer Zielerreichung 2005 zu rechnen.

Neue Anträge im Handlungsfeld Bildungs- und Freizeitmarkt wurden für 2005 bereits ausgearbeitet. Auch aus dem Jahr 2004 liegt das Projekt Kompetenzforum landwirtschaftliche Lebensmittel noch vor, das aufgrund fehlender Finanzmittel nicht bewilligt werden konnte.

Einige Teilprojekte wie Landleben live und Klassenzimmer Bauernhof sprechen Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter direkt an, so dass die Qualifizierungsstunden in diesem Bereich erhöht wurden. Dasselbe gilt für die Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe. Auch die vorliegenden Projektskizzen unterstützen diese Aussage.

Die Präsenz der Teilprojekte in der Öffentlichkeit und bei den Verbrauchern im Jahr 2005 sprechen für die Verdoppelung der Teilnehmerstunden gegenüber 2004. Die 2. Auflage des Verbrauchermagazins, der Beitrag der Modellregion auf der Expo 2005 in Japan, die örtliche und überörtliche Berichterstattung stellen Projekte dar, die das Ziel erreichbar machen.

Im Bereich des Freizeit- und Bildungsmarkts werden hauptsächlich Studien, Konzepte und Qualifizierungen gefördert. Diese sind kurzfristig durchführbar und damit noch während der Laufzeit von REGIONEN AKTIV umsetzbar. Deshalb wird der Input an Fördermitteln für dieses Handlungsfeld auf 1.490.000 € hochgesetzt.

## 5.4 Handlungsfeld ökologischer Landbau

### Ziel 2005

Hohenlohe und die Partnerregion Heilbronn haben sich auf die Förderung der Vermarktung regionaler und ökologischer Produkte im Handlungsfeld 1 konzentriert. Die Förderung der Erzeugung findet im Rahmen von Projekten wie beispielsweise Kulturpflanzenvielfalt, Kräuteranbau und Naturschutzberatung im ökologischen Landbau statt. Ein Schwerpunkt der Aktivitäten im Handlungsfeld 4 - Ökologischer Landbau lag bei der Öffentlichkeitsarbeit, die indirekt die Marktentwicklung unterstützen soll. Nach Ablauf dieses Projekts wird sich der Schwerpunkt 2005 verlagern. Die Naturschutzberatung im ökologischen Landbau wird, sofern weitere Mittel bewilligt werden können, den Schwerpunkt 2005 bilden.

Auch Projekte zur Verbraucheraufklärung und zur Beratung von Erzeugern, Verarbeitern und Vermarktern konnten initiiert und umgesetzt werden. Das Verbrauchermagazin Hohenlohe aktiv soll künftig jährlich herausgegeben werden.

Durch andere Förderinstrumente, wie beispielsweise das Bundesprogramm „Ökologischer Landbau“ sind die Maßnahmen, die im Rahmen von REGIONEN AKTIV finanziell unterstützt werden können, begrenzt. Der Ausdehnung des ökologischen Landbaus wird durch die zaghafte Marktentwicklung begrenzt.

### **Eigene Einschätzung / Begründung der Ziele in Bezug auf die beiden SMART Kriterien „Anspruchsvoll und Attraktiv“ sowie „Realistisch“ für die Region:**

Das Projekt Öffentlichkeitsoffensive der Demeter- und Biolandverbände ist aufgrund des Mittelverbrauchs 2004 ausgelaufen. Weitere Finanzmittel stehen zur Zeit nicht zur Verfügung. Die Aktivitäten durch Presseberichte zu dokumentieren wurde deshalb gestrichen. Die Verbände werden die Öffentlichkeitsarbeit auf den mit REGIONEN AKTIV geschaffenen Grundlagen fortsetzen.

Der Schwerpunkt wird 2005 bei den Informationsangeboten für Landwirte, Verarbeiter, Vermarkter aber auch für Verbraucher liegen. Selbst wenn die Projekte vordringlich Landwirte und Vermarkter ansprechen, sind auch immer Verbraucher mit angesprochen und nehmen die Angebote wahr.

Die Anstrengungen, im Bereich des ökologischen Landbaus die Marktentwicklung positiv zu beeinflussen, werden im Jahr 2005 fortgeführt werden beispielsweise durch das Projekt Naturschutzberatung für Öko-Landwirte, so dass weitere Fördermittel erforderlich sein werden. Das Soll an Fördermitteln wurde deshalb von 200.000 € auf 250.000 € hochgesetzt.

## 5.5 Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft

### Ziel 2005

Nach anfänglichen Problemen mit der Konkretisierung von Projekten und mit der Abstimmung mit Landesbehörden konnten nun im Jahr 2004 konkrete Projekte vorgewiesen werden. Mit einer Umsetzungsstudie zur Einrichtung von Ackerrandstreifen ist ein Projekt initiiert, mit dessen Umsetzung noch 2004 begonnen wurde.

Parallel dazu konnte die Förderung eines Landschaftspflegehofs in Angriff genommen werden.

Für 2005 ist die Förderung eines weiteren Landschaftspflegehofs vorgesehen. Ein Mutterkuhstall und eine Bergehalle stellen einen weiteren Mosaikstein für die umweltgerechte Landbewirtschaftung in der Region dar.

### Eigene Einschätzung / Begründung der Ziele in Bezug auf die beiden SMART Kriterien „Anspruchsvoll und Attraktiv“ sowie „Realistisch“ für die Region:

Das Projekt Ackerrandstreifen wird im Jahr 2005 erste Erfolge aufweisen.

Nachdem die Baumaßnahmen beim Landschaftspflegehof der Familie Köger noch 2004 abgeschlossen werden konnten, wirkt sich das Projekt 2005 nicht mehr aus. Damit wird die Handlungskompetenz der Landwirte, Verarbeiter, Vermarkter und Verbraucher ausschließlich durch das Projekt Ackerrandstreifen erhöht. Die Stundenanzahl war deshalb zu reduzieren.

Aufgrund langwieriger und komplizierter Abstimmungsgespräche über die Fachförderung ist schwer abzusehen, ob es gelingt, den initiierten Landschaftspflegehof im Jahr 2005 zu fördern. Sollte dies der Fall sein, könnte die umweltgerecht bewirtschaftete Fläche erhöht werden.

Eine mögliche Umsetzung der initiierten Projekte im Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt ist wahrscheinlicher als in diesem Handlungsfeld. Deshalb ist eine projektbezogene Umverteilung zu prüfen.

## **6. Schlussfolgerungen aus dem Fortschrittsbericht 2004 - Das haben wir gelernt**

### **6.1 Auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts**

Die Reflexion zum Regionalen Entwicklungskonzept hat gezeigt, dass man sich auf seinen Lorbeeren nicht ausruhen kann. Der durchweg positive Erfolg im Bereich des Regionalen Entwicklungskonzepts schon zur Halbzeit von REGIONEN AKTIV erlaubt es der Region nicht, in ihren Anstrengungen nachzulassen. So ist die Bewertung des Umsetzungsstands zum Dezember 2004 im gesamten gesehen durchweg positiv. Bei genauerem Hinschauen zeigt sich jedoch, dass bei den drei Faktoren starke Partner, Lernen und Austausch sowie möglichst breite Beteiligung Verbesserungen möglich sind. Ohne die Erstellung des Fortschrittsberichts hätte die Modellregion diese Verbesserungsmöglichkeiten nicht erkannt. Die Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn wird sich im Jahr 2005 bemühen, die erfolgreiche Umsetzung des Regionalen Entwicklungskonzepts fortzuführen und v.a. bei den drei erwähnten Erfolgsfaktoren eine Verbesserung zu erzielen.

### **6.2 Auf der Ebene der Handlungsfelder**

Die Modellregion hat sich zum Ziel gesetzt, in fünf Handlungsfelder aktiv zu sein und damit eine positive Veränderung in der Entwicklung der Region herbeizuführen. Nach drei Jahren Erfahrung mit dem Modellprojekt, den Strukturen, den Gegebenheiten vor Ort aber auch den äußeren Umständen wie rechtliche Vorschriften hat sich gezeigt, dass es schwer ist, in den Bereichen ökologischer Landbau und umweltgerechte Landwirtschaft eine spürbare Beeinflussung des Marktgeschehens zu bewirken. Der Markt im ökologischen Anbau ist schwierig und vorwiegend durch langfristige Maßnahmen beeinflussbar. Bei der umweltgerechten Landwirtschaft hat sich die umfangreiche Fachförderung als Erschwernis herauskristallisiert. Dennoch hält die Region an den Handlungsfeldern fest und wird auch 2005 versuchen, hier positiven Einfluss auf das Marktgeschehen und auf das Verbraucherverhalten zu nehmen.

Als Schwerpunkte lassen sich die Handlungsfelder Regionalvermarktung und Freizeit- und Bildungsmarkt erkennen. Hier war bzw. ist es möglich, auch im investiven Bereich zu fördern und deutliche Akzente in der Region zu setzen. Durch die Nachhaltigkeit der Maßnahmen ist von einer langfristigen positiven Wirkung in der Region auszugehen.

Der Energiemarkt gestaltet sich eher wieder schwierig, da sich die Maßnahmen fast ausschließlich auf Informations-, Bildungs- und Beratungsdienstleistungen konzentrieren. Es darf jedoch die Wirkung dieser Projekte nicht unterschätzt werden. Mit einer Förderung von 300.000 € hat es die Region dank REGIONEN AKTIV geschafft, eine Aufbruchstimmung in Richtung Energieregion hervorzurufen. Besonders hervorzuheben ist, dass die Vernetzung aller Partner im Energiebereich vorbildlich gelungen ist und eine nachhaltige Wirkung erzielen wird. Das Projekt "Bürger-Photovoltaikanlagen" in Folge der mit REGIONEN AKTIV ermöglichten Beratungsdienstleistung wird die Solarenergie in der Region weiter voranbringen.

### 6.3 Auf der Ebene der Projekte

Bei den Akteuren in der Region ist das Modellvorhaben REGIONEN AKTIV nach Ablauf von mehr als der Hälfte der Laufzeit bekannt und anerkannt. So wurden die Chancen, die das Vorhaben für die Region bietet, erkannt und mit zunehmender Qualität und Quantität angenommen. Für das Management bedeutete dies, dass die Projektinitiierung nicht mehr Hauptbestandteil der Aufgaben wahr. Ein Großteil der Projekte und Ideen kam aus der Region selbst heraus. Die Aufarbeitung und Begleitung der Projektideen, die Vernetzung der Projektträger und Akteure der Region sowie die Darstellung von möglichen Kooperationen und Bündelungen bildeten die Schwerpunkte im Aufgabengebiet des Managements. Die Schaffung einer festen Stelle bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall hat sich positiv auf die Projektträger ausgewirkt. Die ständige Erreichbarkeit, feste Ansprechpartner und persönliche Kontakte führten zu einem Vertrauensverhältnis zwischen Management und Projektträgern.

Es hat sich gezeigt, dass der zweistufige Aufbau des Regionalmanagements richtig war. Zusammen mit einem erfahrenen und professionellen Dienstleistungsunternehmen gelang der Start in das Modellprojekt sehr schnell. Das neue Regionalmanagement, das langfristig in der Region wirken soll und deshalb ständig vor Ort präsent sein muss, konnte auf der guten Arbeit des Büros neuLAND aufbauen.

Als ganz entscheidend für die rasche Etablierung von REGIONEN AKTIV und die Umsetzung der Projekte hat sich die Ansiedlung des Regionalmanagements und der Geschäftsführung der Regionalen Partnerschaft bei der WFG Schwäbisch Hall erwiesen. Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft wird von den Akteuren in der REGION anerkannt. Es gab keine Verzögerungen durch Kompetenzfragen oder politische Diskussionen. Durch die transparente Einbindung der wichtigsten Organisationen in die Vorstandschaft und Beteiligung der Wirtschaftsförderer in allen drei Landkreisen wurde die „Führungsrolle“ der WFG Schwäbisch Hall stets akzeptiert.

Als Problem hat sich die Größe der Modellregion erwiesen. Dem wurde im Jahr 2004 durch die Gebietszuordnung der Regionalmanager entgegengewirkt. Trotzdem werden zum Ende des Modellprojekts die lokalen Interessen deutlich. Wegen der Verknappung der Fördermittel werden zunehmend regionale Interessen vertreten. Dies lässt sich aber wohl nicht vermeiden, solange nicht alle Förderprojekte zum Zuge kommen können.



Vorstand (nicht vollzählig), Abwicklungspartner und das Team des Managements in der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn



## Anhang zum Fortschrittsbericht 2004

### Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn

**„HOHENLOHE *a*KTIV -  
Partnerschaft für ländliche  
Regionalentwicklung“**

Inhaltsverzeichnis:

<b>7</b>	<b>Anhang</b>	
<b>7.1</b>	<b>Tabellarische Übersichten über die Einschätzung</b>	<b>49</b>
7.1.1	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts	49
7.1.2	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Regionalvermarktung	51
7.1.3	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Energiemarkt	53
7.1.4	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Freizeit- und Bildungsmarkt	55
7.1.5	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds ökologischer Landbau	57
7.1.7	Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds umweltgerechte Landwirtschaft	59
<b>7.2</b>	<b>Aufteilung der bewilligten Projekte in die Handlungsfelder</b>	<b>61</b>
7.2.1	Handlungsfeld Regionalvermarktung	61
7.2.2	Handlungsfeld Energiemarkt	62
7.2.3	Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt	62
7.2.4	Handlungsfeld ökologischer Landbau	63
7.2.5	Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft	64
7.2.6	Berechnung der anteiligen Kosten am Regionalmanagement und der Öffentlichkeitsarbeit	64
7.2.7	Summe aller bewilligten Projekte nach Handlungsfeldern	65
7.2.8	Noch nicht bewilligte Projekte	65
<b>7.3</b>	<b>Zusammenstellung der vorliegenden Projektanträge für 2005</b>	<b>66</b>
<b>7.4</b>	<b>Übersicht aller von der Regionalen Partnerschaft beschlossenen Projekte</b>	<b>69</b>
<b>7.5</b>	<b>Zusammensetzung der Partnerschaft</b>	<b>72</b>

## 7 Anhang

### 7.1 Tabellarische Übersichten über die Einschätzung

#### 7.1.1 Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Regionalen Entwicklungskonzepts

### Tabellen zur Auswertung des Bewertungsbogens Regionales Entwicklungskonzept Dezember 2004

18 Bögen

Nr.	Übertrag Bewertung	Ergebnis Erfolgsfaktoren																																																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.1</td> <td>4,1</td> <td></td> <td>1</td> <td>3</td> <td>8</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>1.2</td> <td>3,3</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>8</td> <td>7</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>1.3</td> <td>3,7</td> <td></td> <td></td> <td>7</td> <td>9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>1.4</td> <td>4,2</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> <td>9</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>1.5</td> <td>4,1</td> <td></td> <td>2</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td><b>1</b></td> <td></td> <td><b>1</b></td> <td><b>8</b></td> <td><b>69</b></td> <td><b>160</b></td> <td><b>110</b></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	5	1.1	4,1		1	3	8	6	1.2	3,3	1	1	8	7	1	1.3	3,7			7	9	2	1.4	4,2			3	9	6	1.5	4,1		2	2	7	7	<b>1</b>		<b>1</b>	<b>8</b>	<b>69</b>	<b>160</b>	<b>110</b>	<p><b>Problemlage und Lösungswille</b></p> <p><b>3,9</b></p>
	1	2	3	4	5																																													
1.1	4,1		1	3	8	6																																												
1.2	3,3	1	1	8	7	1																																												
1.3	3,7			7	9	2																																												
1.4	4,2			3	9	6																																												
1.5	4,1		2	2	7	7																																												
<b>1</b>		<b>1</b>	<b>8</b>	<b>69</b>	<b>160</b>	<b>110</b>																																												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2.1</td> <td>4,3</td> <td></td> <td></td> <td>12</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>2.2</td> <td>4,2</td> <td></td> <td>2</td> <td>11</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>2.3</td> <td>3,8</td> <td></td> <td>2</td> <td>4</td> <td>8</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td><b>2</b></td> <td></td> <td><b>0</b></td> <td><b>4</b></td> <td><b>18</b></td> <td><b>124</b></td> <td><b>75</b></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	5	2.1	4,3			12	6	2.2	4,2		2	11	5	2.3	3,8		2	4	8	4	<b>2</b>		<b>0</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>124</b>	<b>75</b>	<p><b>win-win-Situationen</b></p> <p><b>4,1</b></p>																
	1	2	3	4	5																																													
2.1	4,3			12	6																																													
2.2	4,2		2	11	5																																													
2.3	3,8		2	4	8	4																																												
<b>2</b>		<b>0</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>124</b>	<b>75</b>																																												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3.1</td> <td>4,5</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>7</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>3.2</td> <td>4,5</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>7</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>3.3</td> <td>4,3</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>8</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><b>3</b></td> <td></td> <td><b>0</b></td> <td><b>0</b></td> <td><b>12</b></td> <td><b>88</b></td> <td><b>140</b></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	5	3.1	4,5			1	7	10	3.2	4,5			1	7	10	3.3	4,3			2	8	8	<b>3</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>88</b>	<b>140</b>	<p><b>Erfolge verkaufen</b></p> <p><b>4,4</b></p>														
	1	2	3	4	5																																													
3.1	4,5			1	7	10																																												
3.2	4,5			1	7	10																																												
3.3	4,3			2	8	8																																												
<b>3</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>88</b>	<b>140</b>																																												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4.1</td> <td>4,2</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> <td>9</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>4.2</td> <td>3,8</td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td>9</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>4.3</td> <td>4,6</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>4</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>4.4</td> <td>4,1</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> <td>11</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td><b>4</b></td> <td></td> <td><b>0</b></td> <td><b>0</b></td> <td><b>42</b></td> <td><b>132</b></td> <td><b>125</b></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	5	4.1	4,2			3	9	6	4.2	3,8			6	9	3	4.3	4,6			2	4	12	4.4	4,1			3	11	4	<b>4</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>42</b>	<b>132</b>	<b>125</b>	<p><b>Überschaubarkeit und Anschlussfähigkeit</b></p> <p><b>4,2</b></p>							
	1	2	3	4	5																																													
4.1	4,2			3	9	6																																												
4.2	3,8			6	9	3																																												
4.3	4,6			2	4	12																																												
4.4	4,1			3	11	4																																												
<b>4</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>42</b>	<b>132</b>	<b>125</b>																																												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5.1</td> <td>1,8</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>5.2</td> <td>3,9</td> <td></td> <td></td> <td>5</td> <td>9</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>5.3</td> <td>3,9</td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td>8</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td><b>5</b></td> <td></td> <td><b>0</b></td> <td><b>0</b></td> <td><b>36</b></td> <td><b>88</b></td> <td><b>50</b></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	5	5.1	1,8			1	5	2	5.2	3,9			5	9	4	5.3	3,9			6	8	4	<b>5</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>88</b>	<b>50</b>	<p><b>Starke Partner</b></p> <p><b>3,2</b></p>														
	1	2	3	4	5																																													
5.1	1,8			1	5	2																																												
5.2	3,9			5	9	4																																												
5.3	3,9			6	8	4																																												
<b>5</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>88</b>	<b>50</b>																																												

		1	2	3	4	5
6.1	3,8		1	3	12	2
6.2	3,7		1	5	11	1
6.3	4,4			3	5	10
<b>6</b>		0	4	33	112	65

**Lernfähigkeit und Austausch**

4,0

		1	2	3	4	5
7.1	4,0		1	2	11	4
7.2	4,5			1	7	10
7.3	4,4			1	9	8
<b>7</b>		0	2	12	108	110

**Transparenz, Offenheit,  
Flexibilität**

4,3

		1	2	3	4	5
8.1	4,0		1	1	13	3
8.2	4,1			2	12	4
8.3	3,7		2	4	9	3
8.4	4,3			4	5	9
<b>8</b>		0	6	33	156	95

**Möglichst breite Beteiligung**

4,0

		1	2	3	4	5
9.1	4,4			1	9	8
9.2	3,8		1	5	9	3
9.3	4,0			4	10	4
<b>9</b>		0	2	30	112	75

**Promotoren als "Zugpferde"**

4,1

		1	2	3	4	5
10.1	3,8	1		4	10	3
10.2	3,9		1	3	10	4
10.3	4,1		1	2	10	5
<b>10</b>		1	4	27	120	60

**Aktives Umfeldmanagement**

3,9

		1	2	3	4	5
11.1	4,3		1	3	4	10
11.2	4,3			3	6	9
11.3	4,3		1	3	3	11
11.4	4,4		1	2	3	12
<b>11</b>		0	6	33	64	210

**Ausreichende Ressourcen  
für das Regionalmanagement**

4,3

		1	2	3	4	5
12.1	4,4				11	7
12.2	4,3			2	9	7
12.3	4,3			1	11	6
12.4	4,7				6	12
<b>12</b>		0	0	9	148	160

**Kompetentes  
Prozessmanagement**

4,4

		1	2	3	4	5
13.1	4,3			3	7	8
13.2	4,3			4	5	9
13.3	4,3	1	1	1	3	12
13.4	4,1	1		2	8	7
<b>13</b>		2	2	30	92	180

**Subsidiarität**

4,3



		1	2	3	4	5	
7.1	3,7		1	1	3	11	2
7.2	3,9		1	1	1	10	5
7.3	4,1				3	10	5
<b>7</b>			2	4	21	124	60

**Transparenz, Offenheit, Flexibilität**

**3,9**

		1	2	3	4	5	
8.1	3,9		1		2	12	3
8.2	3,9		1	1	2	9	5
8.3	3,8		1	2	2	7	6
8.4	4,1				5	6	7
<b>8</b>			3	6	33	136	105

**Möglichst breite Beteiligung**

**3,9**

		1	2	3	4	5	
9.1	4,5			1	7	10	
9.2	3,7		1		6	8	3
9.3	3,7			1	6	8	3
<b>9</b>			1	2	39	92	80

**Promotoren als "Zugpferde"**

**4,0**

		1	2	3	4	5	
10.1	3,4			2	8	7	1
10.2	3,6			1	6	10	1
10.3	3,6			2	6	8	2
<b>10</b>			0	10	60	100	20

**Aktives Umfeldmanagement**

**3,5**

		1	2	3	4	5	
11.1	4,3				3	7	8
11.2	4,3				4	5	9
11.3	4,3			1	3	4	10
11.4	4,4			1		7	10
<b>11</b>			0	4	30	92	185

**Ausreichende Ressourcen für das Projektmanagement**

**4,3**

		1	2	3	4	5	
12.1	4,4				1	9	8
12.2	4,3				1	10	7
12.3	4,3					12	6
12.4	4,5					9	9
<b>12</b>			0	0	6	160	150

**Kompetentes Prozessmanagement**

**4,4**

		1	2	3	4	5	
13.1	3,8		1		6	5	6
13.2	4,1		1		5	2	10
13.3	4,1			2	2	6	8
13.4	4,0		1	1	3	5	8
<b>13</b>			3	6	48	72	160

**Subsidiarität**

**4,0**

### 7.1.3 Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Energiemarkt

#### Tabellen zur Auswertung des Bewertungsbogens

17 Bögen

#### Handlungsfeld Energiemarkt Dezember 2004

**Nr. Übertrag Bewertung Ergebnis Erfolgsfaktoren**

		1	2	3	4	5
1.1	4,3			3	6	8
1.2	3,6		1	9	3	4
1.3	4,1		2	3	4	8
1.4	4,4			2	6	9
1.5	3,9		1	5	5	6
<b>1</b>		<b>0</b>	<b>8</b>	<b>66</b>	<b>96</b>	<b>175</b>

**Problemlage und Lösungswille**

**4,1**

		1	2	3	4	5
2.1	4,1		1	2	9	5
2.2	4,1			4	8	5
2.3	3,9			4	10	3
<b>2</b>		<b>0</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>108</b>	<b>65</b>

**win-win-Situationen**

**4,0**

		1	2	3	4	5
3.1	4,1		1	3	7	6
3.2	4,2			3	8	6
3.3	3,9		2	3	6	6
<b>3</b>		<b>0</b>	<b>6</b>	<b>27</b>	<b>84</b>	<b>90</b>

**Erfolge verkaufen**

**4,1**

		1	2	3	4	5
4.1	3,9			4	10	3
4.2	4,1			3	10	4
4.3	4,5			1	7	9
4.4	4,2			2	9	6
<b>4</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>144</b>	<b>110</b>

**Überschaubarkeit und Anschlussfähigkeit**

**4,2**

		1	2	3	4	5
5.1	4,3		1	1	7	8
5.2	3,6		1	6	8	2
5.3	4,1			5	5	7
<b>5</b>		<b>0</b>	<b>4</b>	<b>36</b>	<b>80</b>	<b>85</b>

**Starke Partner**

**4,0**

		1	2	3	4	5
6.1	3,8			6	8	3
6.2	3,9			6	7	4
6.3	4,2			2	9	6
<b>6</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>42</b>	<b>96</b>	<b>65</b>

**Lernfähigkeit und Austausch**

**4,0**

		1	2	3	4	5
7.1	4,0			4	9	4
7.2	4,2			3	8	6
7.3	4,2			3	8	6
<b>7</b>		0	0	30	100	80

**Transparenz, Offenheit, Flexibilität**

4,1

		1	2	3	4	5
8.1	4,0			4	9	4
8.2	4,2			4	5	8
8.3	4,1			6	4	7
8.4	4,2			3	8	6
<b>8</b>		0	0	51	104	125

**Möglichst breite Beteiligung**

4,1

		1	2	3	4	5
9.1	4,5				8	9
9.2	4,0			5	7	5
9.3	4,1			2	12	3
<b>9</b>		0	0	21	108	85

**Promotoren als "Zugpferde"**

4,2

		1	2	3	4	5
10.1	3,6		2	5	8	2
10.2	3,8			6	9	2
10.3	3,8			7	6	4
<b>10</b>		0	4	54	92	40

**Aktives Umfeldmanagement**

3,7

		1	2	3	4	5
11.1	4,3		1	2	5	9
11.2	4,5			2	5	10
11.3	4,4			4	3	10
11.4	4,5			2	4	11
<b>11</b>		0	2	30	68	200

**Ausreichende Ressourcen für das Projektmanagement**

4,4

		1	2	3	4	5
12.1	4,5			1	6	10
12.2	4,4			2	6	9
12.3	4,4			2	7	8
12.4	4,5			2	5	10
<b>12</b>		0	0	21	96	185

**Kompetentes Prozessmanagement**

4,4

		1	2	3	4	5
13.1	4,3			3	6	8
13.2	4,6				7	10
13.3	4,4		1	1	6	9
13.4	4,2			4	6	7
<b>13</b>		0	2	24	100	170

**Subsidiarität**

4,4

### 7.1.4 Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds Freizeit- und Bildungsmarkt

#### Tabellen zur Auswertung des Bewertungsbogens

18 Bögen

#### Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt Dezember 2004

Nr.	Übertrag Bewertung					Ergebnis Erfolgsfaktoren	
	1	2	3	4	5		
1.1	4,2		4	6	8	<b>Problemlage und Lösungswille</b>	
1.2	4,0		6	6	6		
1.3	4,1	1	4	5	8		
1.4	4,2		4	6	8		
1.5	4,4		5	6	8		
<b>1</b>		0	2	69	116	190	<b>4,2</b>
2.1	4,6		1	10	8	<b>win-win-Situationen</b>	
2.2	4,3		5	7	7		
2.3	4,0	1	3	9	5		
<b>2</b>		0	2	27	104	100	<b>4,3</b>
3.1	4,4	1	2	7	9	<b>Erfolge verkaufen</b>	
3.2	4,6		1	10	8		
3.3	4,1	1	6	6	6		
<b>3</b>		2	0	27	92	115	<b>4,4</b>
b							
4.1	3,9		6	8	4	<b>Starke Partner</b>	
4.2	3,8	1	6	7	4		
4.3	4,8			4	14		
4.4	4,4		2	6	10		
<b>4</b>		0	2	42	100		160
5.1	4,3		3	7	8	<b>Lernfähigkeit und Austausch</b>	
5.2	3,9	1	3	9	5		
5.3	3,9	1	5	6	6		
<b>5</b>		1	2	33	88	95	<b>4,1</b>
6.1	3,8	1	5	9	3	<b>Lernfähigkeit und Austausch</b>	
6.2	3,7		8	8	2		
6.3	4,1		4	9	5		
<b>6</b>		0	2	51	104	50	<b>3,8</b>

		1	2	3	4	5
7.1	3,9		1	3	11	3
7.2	3,9	1		2	11	4
7.3	4,1			5	7	6
<b>7</b>		1	2	30	116	65

**Transparenz, Offenheit, Flexibilität**

**4,0**

		1	2	3	4	5
8.1	3,9			7	6	5
8.2	4,3			2	8	8
8.3	4,1			4	9	5
8.4	4,2			5	5	8
<b>8</b>		0	0	54	112	130

**Möglichst breite Beteiligung**

**4,1**

		1	2	3	4	5
9.1	4,2			2	11	5
9.2	3,7		1	5	10	2
9.3	3,9			4	11	3
<b>9</b>		0	2	33	128	50

**Promotoren als "Zugpferde"**

**3,9**

		1	2	3	4	5
10.1	3,7		2	6	6	4
10.2	3,9		1	6	4	7
10.3	3,9		1	5	6	6
<b>10</b>		0	8	51	64	85

**Aktives Umfeldmanagement**

**3,9**

		1	2	3	4	5
11.1	4,2		1	3	6	8
11.2	4,3			4	4	10
11.3	4,3		1	3	3	11
11.4	4,3			5	3	10
<b>11</b>		0	4	45	64	195

**Ausreichende Ressourcen für das Projektmanagement**

**4,3**

		1	2	3	4	5
12.1	4,4				10	8
12.2	4,4				11	7
12.3	4,3			2	9	7
12.4	4,3			2	8	8
<b>12</b>		0	0	12	152	150

**Kompetentes Prozessmanagement**

**4,4**

		1	2	3	4	5
13.1	4,2			5	5	8
13.2	4,3			3	6	9
13.3	4,1		2	2	6	8
13.4	4,1		1	5	4	8
<b>13</b>		0	6	45	84	165

**Subsidiarität**

**4,2**

### 7.1.5 Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds ökologischer Landbau

#### Tabellen zur Auswertung des Bewertungsbogens

9 Bögen

#### Handlungsfeld ökologischer Landbau Dezember 2004

Nr.	Übertrag Bewertung					Ergebnis Erfolgsfaktoren	
	1	2	3	4	5		
1.1	3,8		3	5		<b>Problemlage und Lösungswille</b>	
1.2	3,1	1	7		1		
1.3	3,2		1	5	3		
1.4	4,1			1	6		2
1.5	3,9			3	4		2
<b>1</b>		0	4	57	72	30	<b>3,6</b>
2.1	3,9			3	4	2	<b>win-win-Situationen</b>
2.2	3,7			4	4	1	
2.3	3,7			4	4	1	
<b>2</b>		0	0	33	48	20	
3.1	4,0			2	5	2	<b>Erfolge verkaufen</b>
3.2	3,9			3	4	2	
3.3	3,7		1	3	3	2	
<b>3</b>		0	2	24	48	30	
4.1	4,1			1	6	2	<b>Überschaubarkeit und Anschlussfähigkeit</b>
4.2	3,8			4	3	2	
4.3	4,1			1	6	2	
4.4	4,3			1	4	4	
<b>4</b>		0	0	21	76	50	
5.1	3,9			2	6	1	<b>Starke Partner</b>
5.2	3,6			4	5		
5.3	3,8		1	2	4	2	
<b>5</b>		0	2	24	60	15	
6.1	3,6			5	3	1	<b>Lernfähigkeit und Austausch</b>
6.2	3,8			3	5	1	
6.3	4,1			2	4	3	
<b>6</b>		0	0	30	48	25	

		1	2	3	4	5	
7.1	3,7		1	2	5	1	<b>Transparenz, Offenheit, Flexibilität</b>
7.2	3,8		1	2	4	2	
7.3	3,3	1		3	5		
<b>7</b>		1	4	21	56	15	

		1	2	3	4	5	
8.1	3,6		2	2	3	2	<b>Möglichst breite Beteiligung</b>
8.2	3,8			4	3	2	
8.3	3,7			5	2	2	
8.4	3,8			3	5	1	
<b>8</b>		0	4	42	52	35	<b>3,7</b>

		1	2	3	4	5	
9.1	4,1			2	4	3	<b>Promotoren als "Zugpferde"</b>
9.2	3,6		1	3	4	1	
9.3	3,3		1	5	2	1	
<b>9</b>		0	4	30	40	25	

		1	2	3	4	5	
10.1	3,8			4	3	2	<b>Aktives Umfeldmanagement</b>
10.2	3,3		3	1	4	1	
10.3	3,7		1	3	3	2	
<b>10</b>		0	8	24	40	25	

		1	2	3	4	5	
11.1	4,4				5	4	<b>Ausreichende Ressourcen für das Projektmanagement</b>
11.2	4,4				5	4	
11.3	4,4			1	3	5	
11.4	4,3			1	4	4	
<b>11</b>		0	0	6	68	85	<b>4,4</b>

		1	2	3	4	5	
12.1	4,4				5	4	<b>Kompetentes Prozessmanagement</b>
12.2	4,3			1	4	4	
12.3	4,1			1	6	2	
12.4	4,2			1	5	3	
<b>12</b>		0	0	9	80	65	<b>4,3</b>

		1	2	3	4	5	
13.1	4,2			2	3	4	<b>Subsidiarität</b>
13.2	4,1			3	2	4	
13.3	4,4				5	4	
13.4	4,3			1	4	4	
<b>13</b>		0	0	18	56	80	<b>4,3</b>

### 7.1.6 Tabellarische Übersicht über die Einschätzung auf der Ebene des Handlungsfelds umweltgerechte Landwirtschaft

Tabellen zur Auswertung des Bewertungsbogens

9 Bögen

#### Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft Dezember 2004

Nr.	Übertrag Bewertung					Ergebnis Erfolgsfaktoren	
	1	2	3	4	5		
1.1	3,9		2	6	1	<b>Problemlage und Lösungswille</b>	
1.2	3,4	1	3	5			
1.3	3,3	1	4	4			
1.4	4,1			8	1		
1.5	3,4		2	5	1		
<b>1</b>		0	4	33	112	15	<b>3,6</b>
2.1	3,8		3	5	1	<b>win-win-Situationen</b>	
2.2	3,9		3	4	2		
2.3	3,7		5	2	2		
<b>2</b>		0	0	33	44		25
3.1	4,0		2	5	2	<b>Erfolge verkaufen</b>	
3.2	4,2		2	3	4		
3.3	3,6		4	5			
<b>3</b>		0	0	24	52		30
4.1	4,1		1	6	2	<b>Überschaubarkeit und Anschlussfähigkeit</b>	
4.2	3,7		4	4	1		
4.3	4,3		1	4	4		
4.4	4,1		2	4	3		
<b>4</b>		0	0	24	72		50
5.1	3,9		3	4	2	<b>Starke Partner</b>	
5.2	3,9		2	6	1		
5.3	3,6		5	3	1		
<b>5</b>		0	0	30	52		20
6.1	4,0		2	5	2	<b>Lernfähigkeit und Austausch</b>	
6.2	3,8		2	7			
6.3	4,1			8	1		
<b>6</b>		0	0	12	80		15

		1	2	3	4	5	
7.1	3,7			4	4	1	
7.2	4,1		1	1	3	4	
7.3	3,8			3	5	1	
<b>7</b>		0	2	24	48	30	<b>3,9</b>

**Transparenz, Offenheit, Flexibilität**

		1	2	3	4	5	
8.1	3,6		1	3	4	1	
8.2	3,6			4	5		
8.3	3,7			4	4	1	
8.4	3,8			2	7		
<b>8</b>		0	2	39	80	10	<b>3,6</b>

**Möglichst breite Beteiligung**

		1	2	3	4	5	
9.1	4,1			1	6	2	
9.2	3,7			3	6		
9.3	3,7			4	4	1	
<b>9</b>		0	0	24	64	15	<b>3,8</b>

**Promotoren als "Zugpferde"**

		1	2	3	4	5	
10.1	3,7			3	6		
10.2	3,6		1	2	6		
10.3	3,9			2	6	1	
<b>10</b>		0	2	21	72	5	<b>3,7</b>

**Aktives Umfeldmanagement**

		1	2	3	4	5	
11.1	4,2		1		4	4	
11.2	4,3				6	3	
11.3	4,3				6	3	
11.4	4,2			1	5	3	
<b>11</b>		0	2	3	84	65	<b>4,3</b>

**Ausreichende Ressourcen für das Projektmanagement**

		1	2	3	4	5	
12.1	4,2				7	2	
12.2	4,1			1	6	2	
12.3	4,2				7	2	
12.4	4,2			1	5	3	
<b>12</b>		0	0	6	100	45	<b>4,2</b>

**Kompetentes Prozessmanagement**

		1	2	3	4	5	
13.1	4,3			2	2	5	
13.2	4,3			1	4	4	
13.3	4,1		1		5	3	
13.4	4,0			2	5	2	
<b>13</b>		0	2	15	64	70	<b>4,2</b>

**Subsidiarität**

## 7.2 Aufteilung der bewilligten Projekte in die Handlungsfelder

### 7.2.1 Handlungsfeld Regionalvermarktung

	Projekt	Gesamtkosten des Projekts in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in €
1	OBEG- Getreidemühle für ökologisches Getreide	250.000	50.000
2	Öko-Regio Markt Neckarsulm	343.752	100.000
	Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall		
3	- Verbindungsbau zum Bauernmarkt	510.000	148.800
4	- Schlachtung	2.206.865	220.687
5	- Zerlegung und Außenbereich	2.409.077	120.454
6	UEG Ferkelvermarktungszentrum	2.554.017	255.402
	Versuchsanbau Tafeltrauben		
7	- Konzept und Studie	59.578	44.684
8	- Bewässerung	10.777	6.737
9	Messepräsentation Hohenlohe aktiv / REGIONEN AKTIV	30.000	30.000
10	Koordinierungsstelle Wein	88.800	66.600
11	HOFRA Qualifizierung regionale Produkte	27.840	20.880
12	Machbarkeitsstudie Regionalvermarktung Großhandel	21.240	15.930
13	Koordinierungsstelle Informationszentrum Gentechnik	70.622	52.967
14	Anteil Regionalmanagement und Öffentlichkeitsarbeit	233.244	232.794
	<b>Gesamt Handlungsfeld Regionalvermarktung, Stand 31.12.2004</b>	<b>8.815.812</b>	<b>1.365.935</b>
	<b>Soll bis 31.12.2005</b>	<b>11.000.000</b>	<b>2.000.000</b>

## 7.2.2 Handlungsfeld Energiemarkt

	Projekt	Gesamtkosten des Projekts in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in €
1	Veranstaltungsreihe Nachhaltige Energienutzung	60.000	45.000
2	Biogasstudie Öko-Agrar Service	13.300	9.754
3	Energieagentur Landwirtschaft	65.000	50.000
4	Pro Bio- und Solarenergie	55.000	41.250
5	Nachhaltiges Energiekonzept am Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall	7.500	5.625
6	Anteil Regionalmanagement und Öffentlichkeitsarbeit	155.496	155.196
	<b>Gesamt Handlungsfeld Energiemarkt, Stand 31.12.2004</b>	<b>356.296</b>	<b>306.825</b>
	<b>Soll bis 31.12.2005</b>	<b>800.000</b>	<b>500.000</b>

## 7.2.3 Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt

	Projekt	Gesamtkosten des Projekts in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in €
1	Klassenzimmer Bauernhof	111.800	81.200
2	Landleben live	116.000	82.360
3	Kleine Schweineschule	19.890	14.918
4	Konzeptentwicklung Naturwellness auf dem Bauernhof	15.136	11.352
5	1. Süddeutscher Käsemarkt	11.644	8.733
6	Landwirtschaftlicher Lehrpfad Brackenheim	35.000	11.655
	Regionalforum im Botanischen Obstgarten Heilbronn		
7	- Erstantrag	48.900	30.393
8	- Folgeantrag	80.500	40.310
9	Verbraucherinformation regionale Großveranstaltungen	75.400	56.550
10	Positionierung als europäische Referenz-Region	191.900	143.925
11	RoadShow	80.000	40.000

12	Online-Buchungssystem	80.000	51.026
13	ServiceAgentur	110.000	82.500
14	Tourismuskonzept Kulturlandschaft Bühlertal	82.500	61.875
15	Landwirtschaft am Kocher-Jagst Radweg	91.560	49.219
16	Infobeschilderung Kocher-Jagst Radweg	77.746	13.402
17	Anteil Regionalmanagement und Öffentlich- keitsarbeit	233.244	232.794
	<b>Gesamt Handlungsfeld Freizeit- und Bildungsmarkt, Stand 31.12.2004</b>	<b>1.383.474</b>	<b>998.810</b>
	<b>Soll bis 31.12.2005</b>	<b>1.500.000</b>	<b>1.100.000</b>

### Handlungsfeld ökologischer Landbau

	Projekt	Gesamtkosten des Projekts in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in €
1	Bäckerberatung	25.000	18.750
	Versuchsanbau Getreidesorten		
2	- Erstantrag	12.600	9.450
3	- Folgeantrag	10.600	7.950
4	Projektentwicklung Kräuteraanbau	10.000	7.500
5	Öffentlichkeitsoffensive Ökolandbau	53.660	40.245
6	Wirkung biologisch-dynamischer Präparate im Grünland	10.554	7.916
7	Anteil Regionalmanagement und Öffentlich- keitsarbeit	116.622	116.397
	<b>Gesamt Handlungsfeld ökologischer Landbau, Stand 31.12.2004</b>	<b>239.036</b>	<b>208.208</b>
	<b>Soll bis 31.12.2005</b>	<b>300.000</b>	<b>200.000</b>

**Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft**

	Projekt	Gesamtkosten des Projekts in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in €
1	Landschaftspflegehof Köger	107.500	20.000
2	Ackerrandstreifen /Erosionsschutz	48.500	34.551
3	Anteil Regionalmanagement und Öffentlichkeitsarbeit	38.874	38.799
	<b>Gesamt Handlungsfeld umweltgerechte Landwirtschaft, Stand 31.12.2004</b>	<b>194.874</b>	<b>93.350</b>
	<b>Soll bis 31.12.2005</b>	<b>500.000</b>	<b>200.000</b>

**7.2.6 Berechnung der anteiligen Kosten am Regionalmanagement und der Öffentlichkeitsarbeit**

	Projekt	Gesamtkosten des Projekts in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in €
1	Regionalmanagement 2002-2003	300.000	300.000
2	Regionalmanagement 2004-2005	360.000	360.000
3	Öffentlichkeitsarbeit I	10.000	10.000
4	Öffentlichkeitsarbeit II	10.000	10.000
5	Öffentlichkeitsarbeit III	20.000	20.000
6	Internetportal 2003	20.000	18.500
7	Publikation Landwirtschaft	25.000	25.000
8	Agrarmagazin	32.480	32.480
	Gesamtkosten Regionalmanagement / Öffentlichkeitsarbeit	777.480	775.980
	Anteil Handlungsfeld 1 Regionalvermarktung 30%	233.244	232.794
	Anteil Handlungsfeld 2 Energiemarkt 20%	155.496	155.196
	Anteil Handlungsfeld 3 Freizeit- und Bildungsmarkt 30%	233.244	232.794
	Anteil Handlungsfeld 4 ökologischer Landbau 15%	116.622	116.397
	Anteil Handlungsfeld 5 umweltgerechte Landwirtschaft 5%	38.874	38.799

### 7.2.7 Summe aller bewilligten Projekte nach Handlungsfeldern

	Handlungsfeld	Gesamtkosten der Projekte in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in € zum 31.12.2004 IST	Zuschuss REGIONEN AKTIV in € zum 31.12.2005 SOLL
1	Regionalvermarktung	8.815.812	1.365.935	2.000.000
2	Energiemarkt	356.296	306.825	500.000
3	Freizeit- und Bildungsmarkt	1.383.474	998.810	1.100.000
4	ökologischer Landbau	239.036	208.208	200.000
5	umweltgerechte Landwirtschaft	194.874	93.350	200.000
	<b>Summe alle Handlungsfelder</b>	<b>10.989.492</b>	<b>2.973.128</b>	<b>4.000.000</b>

### 7.2.8 Noch nicht bewilligte Projekte

Die Regionale Partnerschaft hat in der Sitzung vom 26.07.2004 unten stehende Projekte genehmigt. Sie konnten vom Abwicklungspartner aufgrund fehlender Finanzmittel im Jahr 2004 nicht bewilligt werden.

	Projekt	Gesamtkosten des Projekts in €	Zuschuss REGIONEN AKTIV in €
1	2. Auflage Verbrauchermagazin „Frisch vom Bauern	25.000	10.000
2	Kompetenzforum regionale Lebensmittel und Biomasse	126.100	92.125
3	Naturschutzberatung im ökologischen Landbau	5.000	3.750
4	Internetpräsentation <a href="http://www.hohenloheaktiv.de">www.hohenloheaktiv.de</a>	10.000	10.000
5	Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall – Feinerlegung und Verarbeitung	1.891.912	377.481
6	Biogasstudie mit BHKW	6.000	4.500
	<b>Summe</b>	<b>2.064.012</b>	<b>497.856</b>

### 7.3 Zusammenstellung der vorliegenden Projektanträge für 2005

Nr.	Eingang P-Skizze	Handlungsfeld	Projekt	Projektträger	Gesamtkosten in €	beantragter Zuschuss in €	Anteil HA in %	Eigenanteil in €	Eigenanteil in %
1	15.03.2004	Regionalvermarktung	Bauernmarkt Crailsheim	Familie Holl, Crailsheim	210.000,00	75.000,00	35 und 50	135.000,00	65 und 50
2	02.04.2004	ökologischer Landbau	Naturschutzberatung	Ecoland e.V.	65.058,00	48.794,00	75	16.254,00	25
3	24.06.2004	umweltgerechte Landwirtschaft	Mutterkuhstall und Bergehalle	Klaus Süpple	400.000,00	144.000,00	36	256.000,00	64
4	30.06.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Von der Wurzel zum Genuss	Jürgen Andruschkewitsch	40.000,00	23.000,00	40 und 75	17.000,00	42,5
5	01.07.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Ruhetag-Leitsystem	DEHOGA	41.760,00	31.320,00	75	10.440,00	25
6	30.07.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Beitrag der Modellregion Hohenlohe auf der Expo in Japan	Regionale Partnerschaft	80.000,00	80.000,00	100	0,00	0
7	16.08.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Hohenloher Kulturscheuer	Ländliche Heimvolkshochschule Hohebuch	100.000,00	40.000,00	40	60.000,00	60

Nr.	Eingang P-Skizze	Handlungsfeld	Projekt	Projektträger	Gesamtkosten in €	beantragter Zuschuss in €	Anteil HA in %	Eigenanteil in €	Eigenanteil in %
8	24.09.2004	Energiemarkt	DVD erneuerbare Energien	Energie-Initiative Kirchberg e.V.	6.000,00	4.000,00	75	2.000,00	25
9	15.11.2004	Regionalvermarktung und Bildungs- und Freizeitmarkt	Tourismuskonzept Raum Heilbronn	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	82.500,00	61.875,00	75	20.625,00	25
10	15.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Wein und Wellness	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	6.500,00	4.875,00	75	1.625,00	25
11	15.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Wanderbares Weinland/ Erlebnis Weinberg HN-Hohenlohe	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	9.800,00	7.350,00	75	2.450,00	25
12	25.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Buffet der Regionen	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	7.000,00	5.250,00	75	1.750,00	25
13	25.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Sekretärinnen-Dialog	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	6.200,00	4.650,00	75	1.550,00	25
14	25.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Haus der Weine an der Weinstraße in Heilbronn-Hohenlohe	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	12.000,00	9.000,00	75	3.000,00	25
15	25.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Kulturregion (Wein und Kultur) an der Weinstraße in Heilbronn-Hohenlohe	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	6.800,00	5.100,00	75	1.700,00	25
16	25.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Öffentlichkeitsarbeit Koordinierungsstelle Wein	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	9.200,00	7.400,00	75	1.800,00	25

Nr.	Eingang P-Skizze	Handlungsfeld	Projekt	Projektträger	Gesamtkosten in €	beantragter Zuschuss in €	Anteil HA in %	Eigenanteil in €	Eigenanteil in %
17	25.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Stadtbahnweintour Heilbronn-Hohenlohe	Regionalforum Heilbronn/WFG Raum HN	3.200,00	2.400,00	75	800,00	25
18	23.11.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt, umweltgerechte Landwirtschaft	Landwirtschaft am Kocher-Jagst-Radweg erleben	Stadt Bad Friedrichshall	30.000,00	22.500,00	75	7.500,00	25
19	01.12.2004	Energiemarkt	Energiekonzept- Alles am Fluss	hip immo 2 GbR	26.000,00	16.000,00	40 und 75	10.000,00	38,5
20	07.12.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Verbesserung der Transportvorbereitung und Verladung von Nutz- und Schlachttieren	Viehzentrale Südwest GmbH, Wolpertshausen	18.960,00	14.220,00	75	4.740,00	25
21	09.12.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Milchstraße	Hohenlohe + Schwabisch Hall Tourismus e.V.	44.138,00	24.882,00	40 und 75	19.256,00	43,6
22	09.12.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Betreuung von Kindern/Jugendlichen	Gemeinde Massenbachhausen	17.905,60	13.429,20	75	4.476,40	25
23	09.12.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Weinforum Neckarsulm	Weinforum Neckarsulm GmbH	297.000,00	100.000,00	40 und 75	197.000,00	64
24	20.12.2004	Energiemarkt	BHKW mit Ethanol	Rolf Bullinger, Untermünkheim	350.000,00	140.000,00	40	210.000,00	60
25	30.12.2004	Bildungs- und Freizeitmarkt	Qualitätsoffensive Wandern in der Region Neckar-Zaber	Neckar-Zaber Tourismus e.V.	35.000,00	28.000,00	80	7.000,00	20
<b>Gesamt:</b>					<b>2.010.767,60</b>	<b>947.447,20</b>		<b>1.013.310,40</b>	

## 7.4 Übersicht aller von der Regionalen Partnerschaft beschlossenen Projekte

Projektträger	Projektname	Kosten Euro	%	Zuschuss Euro	Gebietskulisse
WFG Schwäbisch Hall	<i>Regionalmanagement</i>	660.000	100	660.000	Gesamtregion
Öko-Agrar-Service GmbH	<i>Studie Biogasanlagen</i>	13.300	75	9.754	Gesamtregion
W.I.H. Hohenlohekreis	<i>Veranstaltungsreihe Energie</i>	60.000	75	45.000	Gesamtregion
Demeter Hohenlohe	<i>Feldversuche Kulturpflanzen</i>	23.200	75	17.400	SHA
Demeter und Bioland Hohenlohe	<i>Bäckerberatung</i>	25.000	75	18.750	Gesamtregion
Demeter und Bioland Hohenlohe	<i>Offensive Ökolandbau</i>	53.660	75	40.245	Gesamtregion
OBEG Schrozberg	<i>Einbau einer Mühle</i>	250.000	40	50.000	SHA
Kreisbauernverband Hohenlohe	<i>Klassenzimmer Bauernhof</i>	111.800	72	81.200	Gesamtregion
Ev. Bauernwerk Hohebuch	<i>Landleben live</i>	116.000	71	82.360	Gesamtregion
Hohenloher Freilandmuseum	<i>1. Süddeutscher Käsemarkt</i>	20.000	75	8.733	SHA
Stadt Brackenheim	<i>Landwirtschaftlicher Lehrpfad</i>	35.000	33	11.655	HN
Garten- u. Baukultur Heilbronn e.V.	<i>Botanischer Obstgarten Heilbronn</i>	129.400	62 und 40	62.758	HN
Bauernverbände	<i>Die kleine Schweineschule</i>	19.890	75	14.918	Gesamtregion
Stadt Neckarsulm	<i>ÖkoRegio Markt</i>	343.752	29	100.000	HN
Ecoland Verband e.V.	<i>Projektentwicklung Kräuteranbau</i>	10.000	75	7.500	Gesamtregion
WFG Schwäbisch Hall mbH	<i>Internetportal Hohenlohe aktiv</i>	30.000	93 und 100	28.500	Gesamtregion
WFG Schwäbisch Hall mbH	<i>Messepräsentation Hohenlohe aktiv/REGIONEN AKTIV</i>	30.000	100	30.000	Gesamtregion
WFG Schwäbisch Hall mbH	<i>Öffentlichkeitsarbeit</i>	20.000	100	20.000	Gesamtregion

Projektträger	Projektname	Kosten Euro	%	Zuschuss Euro	Gebietskulisse
Erzeugerschlachthof AG	<i>Schlachthof Schwäbisch Hall</i>	7.017.854	9,6 und 19	867.422	SHA
Kreisbauernverband Heilbronn	<i>Versuchsanbau Tafeltrauben inkl. Bewässerung</i>	70.355	75	52.767	HN, HOK
Urlaub auf dem Bauernhof	<i>Naturwellness auf dem Bauernhof</i>	15.136	75	11.352	SHA, HOK
WFG Schwäbisch Hall mbH	<i>Verbrauchermagazin Hohenlohe aktiv</i>	57.480	100 und 40	42.480	Gesamtregion
Bauernland Hohenlohe e.V.	<i>Messeausstattung</i>	75.400	75	56.550	Gesamtregion
WFG Schwäbisch Hall mbH	<i>Energieagentur Landwirtschaft</i>	65.000	77	50.000	Gesamtregion
UEG Niederstetten	<i>Neubau Ferkelsammelstelle</i>	2.554.017	10	255.402	SHA, HOK
WFG Schwäbisch Hall mbH	<i>EURONATUR-Marketing Hohenlohe</i>	191.900	75	143.925	Gesamtregion
WFG Heilbronn	<i>Weinforum Heilbronn</i>	88.800	75	66.600	HN, HOK
Demeter Hohenlohe	<i>Wirkung biologisch-dynamischer Präparate im Grünland</i>	10.554	75	7.915	SHA
Ecoland	<i>Naturschutzberatung</i>	5.000	75	3.750	Gesamtregion
Rolf Bullinger	<i>Biogasstudie mit nachgeschultem BHKW</i>	6.000	75	4.500	SHA, HOK
energieZENTRUM	<i>Pro Bio- und Solarenergie</i>	55.000	75	41.250	Gesamtregion
Ulrich Köger	<i>Landschaftspflegehof</i>	107.500	18,6	20.000	SHA
Hohenlohe + Schwäbisch Hall Tourismus e.V.	<i>RoadShow</i>	80.000	50	40.000	Gesamtregion
Hohenlohe + Schwäbisch Hall Tourismus e.V.	<i>Service-Agentur</i>	110.000	75	82.500	Gesamtregion
Hohenlohe + Schwäbisch Hall Tourismus e.V.	<i>online-Buchungssystem Hohenlohe</i>	80.000	64	51.026	Gesamtregion
Regionalmanagement Hohenlohe aktiv	<i>Publikation Hohenlohe aktiv</i>	25.000	100	25.000	Gesamtregion
Bühlertalgemeinden	<i>Tourismuskonzept Kulturlandschaft Bühlertal</i>	82.500	75	61.875	SHA
HOFRA	<i>Qualifizierung regionale Produkte</i>	27.840	75	20.880	SHA, HOK

<b>Projektträger</b>	<b>Projektname</b>	<b>Kosten Euro</b>	<b>%</b>	<b>Zuschuss Euro</b>	<b>Gebietskulisse</b>
Ev. Bauernwerk	<i>Koordinierungsstelle Informationszentrum Gentechnik Hohenlohe-Unterland</i>	70.622	75	52.967	Gesamtregion
Erzeugerschlachthof Schwäbisch Hall	<i>Nachhaltiges Energiekonzept</i>	7.500	75	5.625	SHA
Stadt Heilbronn	<i>Ackerrandstreifen als bodenschützende Landschaftselemente</i>	48.500	72	34.975	HN
WFG Raum Heilbronn	<i>Studie Großhandelsstruktur zur Vermarktung regionaler und ökologischer Produkte</i>	21.240	75	5.310	Gesamtregion
Stadt Neckarsulm	<i>Kompetenzforum regionale Lebensmittel und Biomasse</i>	126.100	73	33.975	HN
Stadt Öhringen, Gemeinden Forchtenberg und Hardthausen	<i>Landwirtschaft am Kocher-Jagst-Radweg erleben</i>	91.460	53	42.241	HN, HOK
<b>GESAMTSUMME</b>		<b>13.041.760</b>		<b>3.369.060</b>	

## 7.5 Zusammensetzung der Partnerschaft

### Die Vertreter der Regionalen Partnerschaft in der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn

- Amt für Flurneuordnung und Landentwicklung Crailsheim, Außenstelle Schwäbisch Hall, Rolf Rabe
- Amt für Flurneuordnung und Landentwicklung Heilbronn, Außenstelle Künzelsau, Klaus Drotleff
- Amt für Flurneuordnung und Landentwicklung Crailsheim, Heinz Erhardt
- Amt für Landwirtschaft, Landschafts- und Bodenkultur Öhringen, Dr. Wolfgang Eißer
- Amt für Landwirtschaft, Landschafts- und Bodenkultur Ilshofen, Klaus-Peter Kreide
- Anbietergemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof Hohenlohe-Franken, Ruth Zipperer
- Arbeitskreis Hohenlohekreis des Landesnaturschutzbundes - ANU, Brigitte Vogel
- Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall w.V., Rudolf Bühler
- Bauernverband Schwäbisch Hall-Hohenlohe e.V., Wolfgang Stock
- Deutscher Hotel- u. Gaststättenverband, Vorsitzender Kreisverband Hohenlohekreis, Heinz Schiebenes
- Energie-Initiative Kirchberg, Gerhard Kreuz
- Gemeindetag Baden-Württemberg, Kreisverband Schwäbisch Hall, Bürgermeister Jürgen Silberzahn
- Gemeindetag Baden-Württemberg, Kreisverband Hohenlohekreis, Bürgermeister Klaus Gross
- Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Baden-Württemberg e.V., Roswitha Wisotzki
- Landfrauenverband Schwäbisch Hall, Bärbel Frenz
- Landfrauenverband Hohenlohe, Renate Heinrich
- Landratsamt Hohenlohekreis, Landrat Helmut Jahn
- Landratsamt Schwäbisch Hall, Dezernat 3, Werner Iländer
- Landratsamt Hohenlohekreis, Claudia Zierz
- Landratsamt Schwäbisch Hall, Landrat Gerhard Bauer
- Landschaftserhaltungsverband, Beate Leidig
- Sprecher des Arbeitskreises Hohenloher Weindorf, Joachim Mischke
- Modell Hohenlohe e.V., Karl Augustin Lacher
- ECOLAND e.V., Marcus Wewer
- Staatliches Forstamt Künzelsau, Thomas Weik
- Touristikgemeinschaft Hohenlohe + Schwäbisch Hall Tourismus e.V., Andreas Dürr
- UEG, Unabhängige Erzeugergemeinschaft GmbH, Herbert Klein
- Umweltzentrum Kreis Schwäbisch Hall e. V., Martin Zorzi
- Verein Bauerland Hohenlohe e.V., Hartmut Engelhardt
- Verein für Gesunde Lebensweise, Johanna Hetzel
- Amt für Landwirtschaft Landschafts- und Bodenkultur Heilbronn, Susanne Gold
- Biolandbetrieb, Thomas Lang
- Gemeinde Hardthausen, Bürgermeister Harry Brunnet
- Hausfrauenverband, Roswitha Löffler
- Kaufland Stiftung & Co. KG, Gertrud Bott
- Kreisbauernverband Heilbronn, Jan Schwarting
- Landratsamt Heilbronn, Claus-Jürgen Renelt
- Stadt Heilbronn Grünflächenamt, Dr. Jürgen Hetzler

### **Die Vorstandschaft der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn**

- Bauernverband Schwäbisch Hall-Hohenlohe e.V., Klaus Mugele, Vorsitzender
- Anbauverbände Demeter und Bioland, Walter Schmidt, Stellvertreter
- Bauernverband Schwäbisch Hall-Hohenlohe e.V., Wilhelm Wackler, Stellvertreter
- W.I.H.-Wirtschaftsinitiative Hohenlohekreis GmbH, Geschäftsführer  
Karl-Heinz Ehrmann
- Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall mbH,  
Geschäftsführer Werner Schmidt
- Wirtschaftsförderung Raum Heilbronn GmbH, Geschäftsführer Markus Wegerhoff

### **Der Abwicklungspartner der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn**

- Landratsamt Schwäbisch Hall, Helmut Wahl

### **Das Regionalmanagement der Modellregion Hohenlohe mit Partnerregion Heilbronn**

- Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall mbH,  
Geschäftsführer Werner Schmidt
- Regionalmanagerin Ute Zoll
- Regionalmanager Walter Kress