

Entwicklungen & Trends 2022

Regionalisierung in der Ernährungswirtschaft – ein Beitrag zur Resilienz

von Andrea Winter und Brigitte Hilcher

Die Weltwirtschaft des 21. Jahrhunderts wird zunehmend verletzlich: Ein gnadenloser Verdrängungswettbewerb und eine übergroße Marktmacht weniger großer Unternehmen zerstören kleine und mittlere Unternehmen, die eigenständig und selbstverantwortlich arbeiten – und für jede demokratische Gesellschaft unverzichtbar sind. Ein großer Anteil des weltweiten Handels ist geprägt durch weite Wege vom Erzeuger zum Verbraucher. Auch das ist weder nachhaltig noch resilient. Dabei wäre beides, Nachhaltigkeit wie Krisenfestigkeit, gerade angesichts der jüngsten Entwicklungen – Pandemie, Klimakrise und Krieg – dringend angezeigt.

Die Globalisierung können wir nicht mehr umkehren, aber wir können ein Gegengewicht schaffen. Heiner Sindel, seit 2005 Vorsitzender des Bundesverbandes der Regionalbewegung, ist sich sicher, dass nicht weitere Globalisierung, sondern starke Regionen das Fundament einer wirtschaftlich und gesellschaftlich stabilen und demokratischen Weltgemeinschaft bilden können: »Regionalität kann zur Resilienz der Region beitragen. Das geht weit über Versorgungssicherheit und den Schutz von Lieferketten hinaus. Vielmehr streben wir resiliente Regionen im Sinne von sozial, ökonomisch und ökologisch stabilen Stadt-Landbeziehungen an.«¹

Auch die Teilnehmenden des Rehwinkel-Symposiums der Landwirtschaftlichen Rentenbank, das am 1. Juni 2022 ganz unter dem Eindruck des Ukraine-Krieges stand, unterstützten diese These: Eine resiliente Landwirtschaft, die Krisen und Herausforderungen standhalten kann, resultiert gerade aus regionalen Kreisläufen, so die anwesenden Wissenschaftler:innen. Denn regionale Lieferketten und Kreisläufe erwiesen sich in Krisenzeiten meist als robuster im Vergleich zu globalen Strukturen.² Eine Regionalisierung in der Ernährungswirtschaft kann also durchaus, wie es der Bundesverband der Regionalbewegung formuliert, als »Sicherheitsarchitektur in einer globalisierten Welt« dienen.

**»Sicherheitsarchitektur
in einer globalisierten
Welt«**

Klare Bekenntnisse zu mehr Regionalität in Politik und Gesellschaft

Regionalität hat sich im Laufe der vergangenen zwei Jahrzehnte vom Trendthema zum Dauerbrenner entwickelt. Der *Ernährungsreport* des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zeigt nun seit mehreren Jahren in Folge, dass Verbraucher:innen die

Regionalität der Produkte bei der Auswahl der Lebensmittel wichtig ist. In der Ausgabe von 2022 gaben dies 83 Prozent der Befragten an.³ Laut Umfragen des Meinungsforschungsportals yougov hält sich Regionalität seit Jahren unter den Top 3 Kaufkriterien.⁴ Diesen ungebrochenen Verbraucherwunsch nach mehr Regionalität muss die Politik als klaren Auftrag annehmen, entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen.

Die Bundesregierung hat sich im Koalitionsvertrag aus dem Jahr 2021 für die Förderung einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Landwirtschaft, die Mensch, Umwelt, Tier und Klima gerecht wird, sowie für eine Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten ausgesprochen.⁵ Auch das Bundeslandwirtschaftsministerium hält trotz des Ukraine-Krieges und dessen Folgen an seinem Kurs fest. Staatssekretärin Silvia Bender bekräftigte das 30-Prozent-Ausbauziel für den Ökolandbau bis 2030 und kündigte dafür eine Strategie bis Jahresende an. Als weitere wichtige Elemente der Agrar- und Ernährungswende nannte sie »die Stärkung regionaler Lebensmittel- und Wertschöpfungsketten«.⁶

**Bundesregierung
auf Kurs – trotz Krieg?**

Regionalität in der Nische – warum?

Auch wenn regionale Produkte von allen Seiten gewünscht sind, besetzen sie rein wirtschaftlich betrachtet nach wie vor eine Nische. Dabei wird die Schere zwischen Angebot und Nachfrage in der Regiobranche immer größer.⁷ Das wurde z. B. beim Mitmachexperiment REGIOtester deutlich. Im Jahr 2019 hat der Bundesverband der Regionalbewegung darin die Alltagstauglichkeit des regionalen Einkaufs unter die Lupe genommen. 15 Haushalte wurden bundesweit beauftragt, ihren Einkauf so regional wie möglich zu gestalten und gleichzeitig ihr Einkaufsverhalten zu dokumentieren. Ergebnis: Auch regio-affine Verbraucher:innen stoßen beim regionalen Einkauf an ihre Grenzen und »nur« 42 Prozent der Lebensmittel wurden aus der Region bezogen. Das hatte weniger mit dem Preis, dafür meist mit der fehlenden Verfügbarkeit der Produkte zu tun.⁸

**Regionale Produkte:
Schere zwischen Angebot
und Nachfrage öffnet sich**

Krisenherd Konsumzurückhaltung

Viele Akteure der regionalen Produktion und Vermarktung erleben derzeit aufgrund der Kosten- und Umsatzkrise eine wahre Durststrecke – landwirtschaftliche Erzeuger:innen und das Lebensmittelhandwerk genauso wie die regionalen Vermarktungsinitiativen. »Nach einer gestiegenen Nachfrage während der Corona-Pandemie trifft der Einbruch in der Regiobranche die regionalen Produzent:innen hart«, berichten beispielsweise Birgit Wegner und Mareike Schalk, die beiden Gründerinnen der fränkischen HofladenBOX.⁹ Der digitale Hofladen bietet für über 60 regionale Produzent:innen und Anbieter:innen im Ballungsraum Nürnberg/Fürth/Erlangen eine weitere Vermarktungsmöglichkeit ihrer Produkte an und ist seit vielen Jahren engagiertes Mitglied in der Regionalbewegung. Erschwerend kommt hinzu: Im Krisenmodus rückt der konkrete Preis häufig aus dem Fokus der Konsument:innen. Man greift zu Handelsmarken, die vermeintlich günstiger sind.¹⁰

**Konsum
im Krisenmodus**

Krisenherd Landwirtschaft

Auch die bäuerliche Landwirtschaft als Basis regionaler Wirtschaftskreisläufe befindet sich in einer tiefen Krise. Neben nicht weltmarktkompatiblen und wettbewerbsfähigen Produktionskosten leiden die Betriebe an zu wenig Planungssicherheit, fühlen sich durch – im Prinzip gut gedachte und im Kern wichtige – ökologische Vorgaben unter Druck gesetzt; zudem fehlen regionale Absatzmärkte. Mangelnde Wertschätzung aufgrund fehlender Transparenz und Nähe zu den Kund:innen haben den Landwirtschaftssektor in eine tiefe Imagekrise gestürzt. »Wachsen oder Weichen« war viele Jahre lang die Devise. Betriebe nun sozialverträglich zu verkleinern und die Orientierung hin zu mehr regionalem Absatz erfordern meist viel (manchmal zu viel) Mut und Anstrengung und scheitern häufig schlichtweg an der Möglichkeit der regionalen Verarbeitung. In den letzten 25 Jahren sind im Durchschnitt jeden Tag mehr als 15 Höfe (bis 50 Hektar Fläche) verschwunden. Setzt sich dieser Trend fort, wäre bis 2041 diese Form der Landwirtschaft und damit auch die Basis jeder regionalen Wertschöpfungskette ausgestorben.¹¹

**Tiefe Imagekrise
der Landwirtschaft**

Krisenherd Lebensmittelhandwerk

Am wohl schwierigsten ist die Lage beim verarbeitenden Handwerk. Der akute Fachkräftemangel führt zu einer dramatischen Anzahl von Betriebsaufgaben. Laut Statistischem Bundesamt hat sich die Anzahl der Bäcker- und Fleischerhandwerksbetriebe seit 1998 etwa halbiert.¹² Wenn kein Umdenken und entsprechendes Handeln stattfindet, ist zu befürchten, dass die hier genannten Repräsentanten der Nahversorger in 15 bis 20 Jahren ausgestorben sein werden. »Ohne Betriebe des Lebensmittelhandwerks – Schlachtbetriebe, Metzgereien, Molkereien, Mühlen, Bäckereien, Gemüeschälbetriebe, Saffhersteller, regionale Brauereien etc. – wird es jedoch keine nachhaltigen und resilienten Versorgungsstrukturen und Wertschöpfungsketten in den Regionen mehr geben«, heißt es in einem Appell der Vereinigung »Die freien Bäcker«.¹³

Dramatische Anzahl von Betriebsaufgaben im Lebensmittelhandwerk

Bundespolitik mit klarem Votum für Regionalität

Stichwort regionale Herkunftskennzeichnung

Um regionale Vermarktung voranzubringen, ist eine verbindliche Herkunftskennzeichnung notwendig. Der einzige Versuch, ein bundesweit einheitliches System zur Herkunftskennzeichnung regionaler Produkte einzuführen, ist das von 2011 bis 2013 mit Unterstützung des BMEL entwickelte Regionalfenster. Mit rund 890 Lizenznehmern und rund 5.500 gekennzeichneten Produkten (Stand: 2022) bleibt der Erfolg jedoch überschaubar.¹⁴

Im September 2022 widmet die CDU/CSU-Bundestagsfraktion dem Thema Regionalität eine Kleine Anfrage im Bundestag mit insgesamt 29 Fragen, die Informationen zu derzeitigen Maßnahmen und zukünftigen Bestrebungen der Bundesregierung zum Thema regionale Herkunftskennzeichnung verlangt.¹⁵ In ihrer Antwort lässt die Bundesregierung verlauten, dass im Zusammenhang mit einheitlichen und flächendeckenden Kennzeichnungen regionaler Lebensmittel keine Vereinheitlichung der Regionsdefinition beim sog. Regionalfenster geplant ist¹⁶ – obwohl dies für die Glaubwürdigkeit der regionalen Vermarktung unbedingt erforderlich wäre (siehe unten).

Bundesregierung: Kennzeichnung ja, aber keine einheitliche Definition von »Region«

Im Koalitionsvertrag der Ampelregierung wurde festgelegt, an einer Herkunftskennzeichnung zu arbeiten. Im BMEL wurde hierzu eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die im Austausch mit Verbänden – auch mit der Regionalbewegung – eine Vorlage erarbeiten soll.

Ausschlaggebend für diese Vorlage wird der von der Europäischen Kommission bis Ende 2022 erwartete Vorschlag zur Überarbeitung der EU-Regeln zur Verbraucherinformation auf Lebensmitteln sein. Dabei soll die EU-weit verbindliche Kennzeichnung des Herkunftslandes auf alle unverarbeiteten und verarbeiteten Lebensmittel ausgeweitet werden. Bisher gilt sie nur für unverarbeitetes und verpacktes Fleisch und für unverarbeitetes Obst und Gemüse. Bei einer öffentlichen Konsultation der EU-Kommission zur Überarbeitung der Lebensmittelkennzeichnung gaben 93 Prozent der Befragten an, dass sie »glauben, dass die Verbraucher mehr über die Herkunft von Lebensmitteln erfahren möchten«. Hier spielten zwei Gründe eine sehr große Rolle: »Weil sie Produzenten oder die Wirtschaft einer Region unterstützen möchten« (87 Prozent) und »Weil sie davon ausgehen, dass die Herkunft ein Indikator für die Umweltauswirkungen eines Lebensmittels darstellt« (80 Prozent).¹⁷

Doch die Herkunftsbezeichnung allein reicht nicht aus. Der Bundesverband der Regionalbewegung fordert, von Anfang an auch Qualitätskriterien zu berücksichtigen. Unter dem Stichwort »Regional ist nicht nur Herkunft« hat die Regionalbewegung NRW in Zusammenarbeit mit einem breiten Netzwerk ein Leitbild Regionalprodukt für die Herkunftsdeklaration entwickelt. Zentrale Forderungen sind:

»Regional ist nicht nur Herkunft«

- »Region« ist nicht Deutschland! Die Angabe des Herkunftslandes muss zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe kleinteiliger und genauer werden.
- Verbindliche Regelungen für die Kennzeichnung von und Werbung mit Regionalität sind darüber hinaus notwendig.
- Um eine ganze Branche greifbar und glaubwürdig zu machen, muss sich die Politik dringend und ernsthaft mit einer allgemein gültigen Definition von Regionalität beschäftigen.¹⁸

Nur unter Berücksichtigung dieser Aspekte können die Akteure glaubwürdiger Regionalität (kleine und mittlere Unternehmen, Lebensmittelhandwerk, Regionalvermarktungsinitiativen) wirklich vom Mehrwert einer Herkunftskennzeichnung profitieren und werden diese auch nutzen. Denn: Verbraucher:innen geben nur dann mehr für Lebensmittel aus, wenn sie daraus auch einen Mehrwert – z. B. für Umwelt, Tierschutz oder die Region – erkennen können. Bisherige Versuche hingegen helfen vor allem der Lebensmittelindustrie, Marketing mit vermeintlich regionalen Produkten zu machen.

Außer-Haus- und Gemeinschaftsverpflegung – Gamechanger für die Regiobranche?

Über sechs Millionen Menschen essen täglich im Durchschnitt außer Haus.¹⁹ Betriebsrestaurants, Schulkantinen & Co. können damit direkt zu Schlüsselakteuren einer Ernährungswende werden, den Umsatz von Bio und regionalen Lebensmitteln ankurbeln und damit den Erfahrungsraum für regionale Ernährung neu definieren.²⁰ »Deshalb ist es sehr wichtig, dass wir das Augenmerk auf die Außer-Haus-Verpflegung setzen und hier der Anteil an regionalen und ökologisch erzeugten Nahrungsmitteln gehoben wird«, so Ophelia Nick, Parlamentarische Staatssekretärin im BMEL.²¹ Für den Biobereich ist hier schon einiges passiert,²² im Bereich regionaler Lebensmittel bleiben die Initiativen noch zaghaft. So plant das BMEL einen Regionen-Wettbewerb für die Umsetzung einer gesunden und nachhaltigen Gemeinschaftsverpflegung in Kommunen/Regionen. Grundlage dafür sollen die Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) und ein entsprechender Einsatz ökologisch und regional erzeugter Lebensmittel sein.²³ Auch die Bundesländer haben teilweise Zielvorgaben gemacht. Bayern hat beispielsweise sich zum Ziel gesetzt, dass bis spätestens 2025 in allen staatlichen Kantinen mindestens die Hälfte der Produkte aus regionaler oder biologischer Erzeugung kommen müssen.²⁴

In der Praxis schaffen es regionale Produkte jedoch noch selten auf die Speisepläne in der Außer-Haus-Verpflegung (AHV). Die verantwortlichen Küchenchefs weisen auf ein fehlendes Angebot in passender Qualität, Verpackungsgröße oder Verarbeitungsgrad hin. Zudem sind die Absatzwege und Logistikstrukturen lückenhaft. Außerdem hindern Lieferfrequenz und -unsicherheiten Kantinenverantwortliche häufig daran, regionale Produkte in ihren Küchen zu verwenden. Zahlreiche Studien der letzten Jahre aus dem Bundesgebiet zeigen, dass es konkret an Koordinierungsstellen für regionale Wertschöpfungsketten und die Förderung tragfähiger Geschäftsmodelle fehlt.

Wie kann es also gelingen, durch die AHV den Absatz regionaler Produkte langfristig und merklich zu steigern? Sicherlich nicht, ohne zusätzlich zu den allgemeinen Zielvorgaben rund um Bio, regional und nachhaltig auch konkrete Anteile von Regionalität in den Ausschreibungsverfahren zu verankern. Helfen könnte, bei der Gestaltung der Vergabevorschriften bereits im Vorfeld Qualitätskriterien für Lebensmittel zu definieren und die beauftragten Speisenanbieter zu deren Einhaltung zu verpflichten. Dies ist aber bisher nicht geschehen: Regionalität sei nicht definierbar, vergleichbar, messbar und abgrenzbar, so die Begründung. Dazu wäre ein allgemein und bundesweit gültiges Siegel, Label oder Zertifikat nötig. Das jedoch gibt es nicht und so dreht man sich im Kreis: Ohne Definition kein Siegel, ohne Siegel kein verbindliches Vergabekriterium.

Hinzu kommt dann noch das Wettbewerbsverzerrungsgesetz. Hier verbietet es das Gleichbehandlungsgebot bzw. das Gebot der Nichtdiskriminierung weiterhin, lokale Lieferanten von Lebensmitteln im Rahmen des Ausschreibungsverfahrens prioritär zu berücksichtigen. Das EU-Recht müsste hierzu dringend angepasst werden, damit AHV-Verantwortliche – wollen sie regionalen Anbietern den Vorrang geben – keine einfallsreichen und umständlichen Wege mehr gehen müssen.

Letztendlich verzichten sogar regio-affine Kantinenverantwortliche häufig aus Kostengründen auf den Einsatz von regionalen Produkten. Die Regionalbewegung plädiert in ihrer Vorstudie für ein *Bundesprogramm Regionale Wertschöpfung* dafür, ein Anreizsystem zu schaffen, dass die Betriebskantinen und AHV-Verantwortlichen für den Einsatz regionaler Produkte in ihrer Küche belohnt, sodass langfristig wirtschaftliche Gründe den Einsatz regionaler Produkte in der AHV nicht mehr verhindern.²⁵

**Besonderes Augenmerk
der Politik auf
Außer-Haus-Verpflegung**

**Es fehlt an
Koordinierung
für regionale
Wertschöpfungsketten**

Förderung von Regionalität auf EU-Ebene

Am 21. Februar 2022 hat das BMEL den Entwurf des GAP-Strategieplans für die neue Förderperiode (2021 bis 2027) zur Genehmigung eingereicht. Vor dem Hintergrund des Kriegs in der Ukraine, aber auch angesichts der Klima- und Biodiversitätskrise wurde Deutschland daraufhin von der EU-Kommission aufgefordert, alle Möglichkeiten zu nutzen, um den Agrarsektor krisenfester und nachhaltiger zu machen.²⁶ Die Kommission befürwortet das Ziel »30 Prozent Ökolandbau bis 2030«, bemängelt aber, dass der deutsche Strategieplan zu unkonkret bleibt bei der Frage, wie dieses Ziel zu erreichen ist. »Dabei sollte Deutschland auch betrachten, wie das Potenzial im Rahmen der lokalen Lebensmittelerzeugung und der lokalen Strukturen in der Lebensmittelkette gefördert wird und welche Schritte zur Ankurbelung von Angebot und Nachfrage unternommen werden.«²⁷ Diese Anmerkungen sind eine Steilvorlage für die Regionalbewegung, denn für die Förderung von Regionalvermarktungsvorhaben sieht die Bewegung großen Nachbesserungsbedarf bei den Themen Kooperationen und Beratung bzw. Bildung entlang der Wertschöpfungskette.

Die EU schafft im neuen Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) vor allem über den zukünftigen »Artikel 71 Zusammenarbeit« Möglichkeiten für Kooperationsprojekte entlang von Wertschöpfungsketten. Nun ist es entscheidend, dass die Bundesländer hierzu umfängliche Maßnahmen programmieren. Dies wird jedoch nur geschehen, wenn im Nationalen Plan dieser Förderoption eine hohe Priorität eingeräumt und Konkretisierungen auch außerhalb des Ökolandbaus vorgenommen werden.

Chancen zur Förderung von Beratungs- und Vernetzungsdienstleistungen bietet außerdem das von der EU-Kommission geforderte Wissens- und Innovationssystem in der Land- und Forstwirtschaft AKIS (Agricultural Knowledge and Innovation System). Die EU-Kommission sieht vor, dass in der neuen EU-Förderperiode stärkere Netzwerke für die Wissensgenerierung und den Wissensaustausch sowie die Innovationsentwicklung in der Landwirtschaft geschaffen werden sollen. Außerdem strebt die EU an, dass nicht nur die etablierten Beratungseinrichtungen gefördert werden können, sondern auch Initiativen aus dem Umfeld der Regionalbewegung, die bereits jetzt schon vielerorts Transformationsprozesse anregen und wichtige Treiber der dringend benötigten Innovationen rund um die Landnutzung sowie die regionale Verarbeitung und Vermarktung sind. Die Regionalbewegung wünscht sich hier mehr Mut, um auch neue Beratungseinrichtungen zu etablieren – z. B. Ernährungsräte, die mit unkonventionellen Ideen zu einer Transformation des Ernährungssystems beitragen können. Zudem wäre es sinnvoll, insgesamt die Beratung für den Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe über das AKIS auszubauen. Die Regionalbewegung empfiehlt, eine Qualifizierungsoffensive Regionalvermarktung zu starten und steht für die Ausgestaltung oder Koordination zur Verfügung.

Als ein zentrales Maßnahmenprogramm für den ländlichen Raum – finanziert durch ELER – sieht die Europäische Union nach wie vor das LEADER-Förderprogramm vor. Der Nationale Strategieplan bestätigt dies. LEADER bietet einige Freiräume zur Förderung von Regionalvermarktung, daher begrüßt die Regionalbewegung die Fortführung und Stärkung des Programms. Allerdings stellen die Förderbedingungen, die hohen Eigenanteile und die finanziellen Förderobergrenzen viele engagierte Regionalvermarktungsinitiativen vor enorme Herausforderungen.

Weiterhin wäre es dringend nötig – hier stimmt die Regionalbewegung mit der EU-Kommission überein – neben LEADER weitere Instrumente zur Stärkung der ländlichen Räume und der Regionalentwicklung zu schaffen.

Schwachstellen der Förderpolitik auf Bundes- und Landesebene

Fördermaßnahmen: gut gedacht, aber nicht richtig gemacht

Im vorherigen Kapitel wurde bereits darauf hingewiesen, dass die Regionalinitiativen sowie kleinst-, kleine und mittlere Betriebe (KKMUs) der Land- und Ernährungswirtschaft ein wichtiger Baustein für eine nachhaltige Wirtschaftsweise sind. Um diese Rolle erfolgreich ausfüllen zu können, brauchen sie jedoch bessere Rahmenbedingungen und eine systematische

**EU-Kommission:
Agrarsektor in
Deutschland muss
krisenfester und
nachhaltiger werden**

**EU will mehr
Wissensaustausch
zur Regionalisierung
fördern**

**LEADER: Freiräume
zur Förderung von
Regionalvermarktung
stärker nutzen**

Unterstützung. Eine Vielzahl bestehender Fördermittel und -instrumente soll derzeit einen Beitrag zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und zur Herstellung gleicher Lebensverhältnisse in Stadt und Land leisten. Aber wie wirksam sind sie wirklich?

Deutsche Förderlandschaft: vielfältig – aber unübersichtlich

Die deutsche Förderlandschaft zum Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe im Lebensmittelbereich ist vielfältig, aber unübersichtlich. Fördermaßnahmen werden z. B. durch die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds, durch die Bundesprogramme Ländliche Entwicklung und Ökologischer Landbau oder durch das Bundesforschungsministerium zur Verfügung gestellt. Gefördert wird dabei eine Vielzahl unterschiedlicher Projekte: der Ausbau der Direktvermarktung genauso wie spezielle Vermarktungskonzepte, Projekte wie der »Landesdialog Regionalitätsstrategie NRW« genauso wie der Aufbau konkreter Biowertschöpfungsketten. Was fehlt, sind ein umfassender Überblick über die Angebote sowie eine umfangliche Beratung aus einer Hand.

Das Ernährungshandwerk wird grundsätzlich über die Wirtschaftsförderung abgedeckt und kann beispielsweise auf Investitionsförderung aus dem Bereich der allgemeinen Wirtschaftsförderung (GRW) zugreifen. Was fehlt, sind Maßnahmen, die gezielt auf Klein- oder Kleinstunternehmen im Ernährungshandwerk zugeschnitten sind.²⁸

»Regionalität« im Fokus bestehender Förderprogramme – Fehlanzeige!

Es wird von Biometropolen, Ökomodellregionen, Klimaschutzmanager:innen gesprochen, gleichzeitig findet »Regionalvermarktung« in konkreten Fördervorhaben aller politischen Ebenen zu wenig Eingang. Den Bekenntnissen vor allem der Politik, Regionalität als Lösung für globale Krisen fördern zu wollen, folgen noch zu wenige verbindliche Taten. Die Initiative »BIOBitte« der Bundesregierung beispielsweise beinhaltet zwar, den Anteil von Produkten aus der Region in der AHV zu erhöhen, aber nur an zweiter Stelle. Produkte aus Ökologischem Landbau stehen ganz klar im Fokus, ein Programm »REGIOBitte« hingegen gibt es nicht.

Ausbau des Ökolandbaus: Regionalisierung zu wenig im Fokus

Beim Ausbau des Ökolandbaus, dessen Anteil bis 2030 auf 30 Prozent ansteigen soll, wird eine Regionalisierung immer noch zu wenig fokussiert. Zwar gibt es hier inzwischen spezielle Förderprogramme,²⁹ wie die Förderung von Bio-Wertschöpfungsketten über das Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL),³⁰ diese sind aber aufgrund der geringen finanziellen Mittelausstattung, der geringen Laufzeit und hohen Komplexität der Antragstellung nur bedingt für einen nennenswerten Umbau hin zu regionalen Wirtschaftskreisläufen geeignet.

In einigen Bundesländern setzt man auf die Neueinrichtung von Ökomodellregionen, die den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten fördern sollen. Ein großes Manko der Ökomodellförderung: Auf wenige Jahre befristete Ökomodellregionen-Manager:innen sollen mit nahezu leeren Händen die Herkulesaufgabe der Vernetzung, Beratung, Moderation, Aufbau von Wirtschaftskonzepten, Entwicklung von Anbauplänen etc. angehen.³¹ Zwar könnten über das Einwerben von Geldern aus anderen Förderprogrammen auch Investitionen zum Aufbau von Bio-Wertschöpfungsketten in die Regionen kommen, aber dies verlangt Kenntnisse im Förderdschungel Regionalvermarktung.

Auf die Akteure regionaler Wertschöpfungsketten angepasste Fördergegenstände – Fehlanzeige!

Ordnet man Regionalvermarktungsinitiativen als Kernakteure für Regionalität ein, sind viele bestehende Förderprogramme nicht für den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten geeignet. Seit 2015 fördert das Bundeslandwirtschaftsministerium mit dem Bundesprogramm Ländliche Entwicklung (BULE) bundesweit innovative Ansätze der ländlichen Entwicklung. Den direktesten Bezug zu den Themen einer Regionalisierung der Ernährungswirtschaft weisen innerhalb des BULE die Modell- und Demonstrationsvorhaben »LandVersorgt« und »Land.Digital« auf. Bei näherer Betrachtung der über diese Maßnahmen geförderten Vorhaben ist allerdings festzustellen: Zwar beschäftigen sich viele Projekte mit dem dringend benötigten Ausbau der Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs in Gemeinden des ländlichen Raumes. Wenige Vorhaben widmen sich jedoch konkret dem Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe entlang von Wertschöpfungsketten – z. B. vom Feld zur regionalen Mühle und dann zum Bäcker vor Ort.³²

Förderprogramme wenig geeignet für den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten

Das Programm ist also nur bedingt dafür geeignet, eine Transformation hin zu einer Regionalisierung in der Ernährungswirtschaft zu erreichen. Nachteilig wirkt sich außerdem aus,

dass der Innovationsfaktor sehr hoch bewertet wird. Die Vorhaben der Regionalvermarktungsinitiativen lassen sich jedoch häufig nicht in starre Entwicklungsziele pressen und sind auch nicht immer innovativ, etwa weil ein Vorhaben in der Nachbarregion erfolgreich war und nun übernommen werden soll.³³

Weitere wichtige Instrumente zur Förderung von Regionalisierungsprozessen sind die Gemeinschaftsaufgaben »regionale Wirtschaftsstruktur« (GRW) und »Agrarstruktur und Küstenschutz« (GAK). Sie bilden den inhaltlichen und finanziellen Kern vieler Länderprogramme. Der Bund plant, die Fördermittelansätze der GRW und der GAK zu erhöhen. Zusätzliche Mittel in Höhe von 190 Millionen Euro für die GAK, dem Hauptinstrument der nationalen Agrarstrukturförderung, wurden 2022 bereits durch den Sonderrahmenplan »Förderung der ländlichen Entwicklung« bereitgestellt.³⁴ Die GRW ist das zentrale Instrument der deutschen Regionalpolitik. Die Förderung erfolgt ausschließlich in ausgewählten Gebieten mit Strukturproblemen. Diese wurden nun für die Förderperiode 2022 bis 2027 neu festgelegt, ebenso wie die Aufteilung der GRW-Bundsmittel auf die Länder. Eine Erhöhung der GRW steht noch aus.

Die Regionalbewegung fordert eine Harmonisierung der beiden Gemeinschaftsaufgaben, um den Aufbau regionaler Vermarktung gezielt zu fördern. Als Fördergegenstand sollte der Aufbau regionaler Wertschöpfungsnetzwerke mit Wertschöpfungsmanagement und Investitionen für den Wiederaufbau von Verarbeitungsstrukturen erarbeitet werden.

Diese Beispiele machen deutlich, dass »regional« und der Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten zwar politisch sehr gewünscht sind, letztlich jedoch wesentlich konkretere Maßnahmen erfordern. Das ist zum einen auf die Unkenntnis über die Komplexität und die großen Chancen des Themas zurückzuführen: Häufig wird Regional- mit Direktvermarktung³⁵ gleichgesetzt und diese wird nach Ansicht vieler Politiker:innen bereits gut gefördert. Zum anderen fehlen der Politik konkrete Ideen, wie regionale Wirtschaftskreisläufe ausgestaltet werden sollen und wie die Verteilung zwischen regional und global aussehen soll.

Ausreichend ausgestattete, langfristige Förderprogramme – Fehlanzeige!

Einige abgelaufene und aktuelle Förderprogramme für die ländlichen Räume waren und sind zu gering ausgestattet. Damit lassen sich nur einzelne Stellen schaffen, jedoch keine Teams, die für ein stabiles und leistungsstarkes System notwendig wären. Im Bundeshaushalt 2023 werden die BULE-Mittel von 72 Millionen Euro auf voraussichtlich 48 Millionen Euro gekürzt.³⁶ Ein klarer Zielkonflikt angesichts der Aussagen der Bundesregierung, das BULE zu einem der Kern-Förderinstrumente für regionale Entwicklungsprozesse in der regionalen Lebensmittelvermarktung zu machen.

Marketing für glaubwürdige regionale Produkte – Fehlanzeige!

Viele Rahmenbedingungen unterstützen vermeintlich die Akteure der Regiobranche, überfordern die Verbraucher:innen jedoch und stiften Verwirrung, spielen der Lebensmittelindustrie in die Hände und nützen den Akteuren der regionalen Kreislaufwirtschaft zu wenig. Ein Beispiel dafür ist das zuvor bereits beschriebene Regionalfenster mit seiner freiwilligen Herkunftskennzeichnung. Fehlende Qualitätskriterien und eine (zu) weit ausgelegte Definition von Regionalität führen dazu, dass das Regionalfenster nicht auf Produkten glaubwürdig regional agierender Produzenten zu finden ist, sondern vor allem auf *vermeintlich* »regionalen« Produkten der Lebensmittelindustrie und auf Handelsmarken des Lebensmitteleinzelhandels.

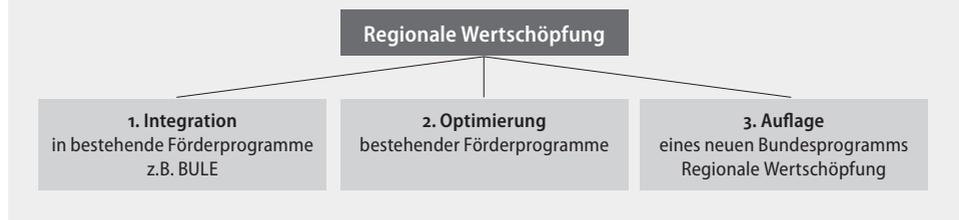
Vorschlag für ein »Bundesprogramm Regionale Wertschöpfung«

Obwohl regionale Wertschöpfungsketten (WSK) einen wichtigen Beitrag zur Wirtschaftskraft ländlicher Räume leisten, ist das Thema Regionalität nach wie vor unterrepräsentiert. Wie in den vorherigen Ausführungen deutlich wurde, gilt dies nicht nur für die Regale der Supermärkte, sondern auch für Ausschreibungsleitfäden, Agenden und vor allem politische Programme, Fördervorhaben und die Haushaltspläne von Bund und Ländern; von der monetären Ausstattung bereits existierender geeigneter Förderprogramme ganz abgesehen.

**Zentrales Instrument
der deutschen
Regionalpolitik**

**Kürzungen der
Fördermittel –
widersprüchliche
Botschaften der Politik**

Abb. 1: Bausteine einer optimalen Förderung regionaler Wertschöpfung



Quelle: Eigene Darstellung, Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

Es ist ein Verbraucherauftrag an die Politik, glaubwürdig regionale Produkte deutlich mehr in den Fokus ihrer Arbeit zu stellen. Der Bundesverband der Regionalbewegungen fordert daher die Schaffung eines eigenständigen »Bundesprogramms Regionale Wertschöpfung« (BuPro). Es soll den Auf- und Ausbau regionaler Wertschöpfungsketten unterstützen und wirtschaftliche Potenziale erschließen, um zukunftsfähige Regionen zu erhalten und krisenfest zu machen. Im Rahmen einer Vorstudie zur Auflage eines BuPros (Laufzeit Dezember 2021 bis Juli 2022) wurden die Bedarfe einer systematischen Entwicklung der Regionalvermarktung entlang der regionalen Wertschöpfungsketten ermittelt.³⁷ Daraus sollen Handlungsempfehlungen für die Ausgestaltung eines entsprechenden Bundesprogramms formuliert werden. Die Ergebnisse dieser Vorstudie machen die Lücken und Limitierungen in der aktuellen Förderlandschaft zur regionalen Wertschöpfung deutlich.

Die Vorstudie hat drei wichtige Bausteine identifiziert, um regionale Wertschöpfungsketten optimal zu fördern:³⁸

- Der Begriff und der Fördergegenstand »Wertschöpfungskette« müssen in bestehende Förderprogramme wie BULE, GAK, GAP usw. ausreichend integriert werden.
- Gleichzeitig muss die Wirksamkeit bestehender Förderprogramme optimiert werden. Neben einer grundsätzlichen Entbürokratisierung der Förderprogramme, könnte z. B. der Zugang zu Mitteln des BULE freier gestaltet werden und auch ohne Förderauftrufe – also permanent zugänglich – nutzbar sein. Essenziell ist in diesem Zusammenhang eine umfassende Beratung. Ähnlich einem Energie- oder Steuerberater müssten Förderlotsen installiert werden, die regionale Akteure entlang der Wertschöpfungskette zu Förderprogrammen beraten, eine Übersicht schaffen, für sie relevante Programme identifizieren und letztlich den Zugang zu Fördermitteln ermöglichen.
- Ein neues, eigens für die Förderung regionaler Wertschöpfungsketten geschaffenes Bundesprogramm Regionale Wertschöpfung (BuPro) muss aufgelegt werden. In verschiedenen Modulen sollte ein BuPro vor allem folgende Ziele verfolgen:³⁹
 - die Förderung regionaler Produktions-, Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen zur Verbesserung der regionalen Wertschöpfung,
 - die Durchführung von innovativen Modellprojekten für eine funktionierende Nahversorgung zur Sicherung gleichwertiger Lebensverhältnisse,
 - die Netzwerkbildung unter den Regionalinitiativen und Wirtschaftsakteuren,
 - die Zusammenarbeit und Bewusstseinsbildung entlang der Wertschöpfungsketten von den Erzeuger:innen über die Verarbeitung und Vermarktung bis hin zu den Verbraucher:innen,
 - die Förderung von Stadt-(Um-)Land-Beziehungen im Sinne der Pflege und Entwicklung stabiler wirtschaftlicher Austauschprozesse.

Regionalität könnte so einfach sein, denn eigentlich ist das Thema durchwegs positiv besetzt. Gute Gründe für regionale Wirtschaftskreisläufe sind vielfach genannt, interpretiert und diskutiert. Aber: Regionalität in die Praxis umzusetzen ist alles andere als einfach. Es müssen noch dicke Bretter gebohrt werden, um Regionalität nicht nur in den Supermarktregalen, sondern auch bei Fördervorhaben und -programmen endlich aus der Nische zu bringen. Nur dann kann Regionalität als Sicherheitsarchitektur in einer globalisierten Welt funktionieren.

**»Bundesprogramm
Regionale
Wertschöpfung«
gefordert**

Fünf Kernforderungen an die Politik

1. Regionalität bzw. regionale Wertschöpfungsketten müssen als *eigenständiger Fördergegenstand* in der Regionalentwicklung etabliert werden. Dies gelingt langfristig nur mit der Auflage eines eigens für regionale Wertschöpfungsketten aufgelegten Bundesprogramms Regionale Wertschöpfung.
2. Die *Wirksamkeit* von bestehen Fördersystemen zur Förderung von Wertschöpfungsketten muss dringend erhöht werden. Neben ausreichender Mittelausstattung müssen Fördersysteme und -programme geschaffen werden, die für den gesamten Bereich der regionalen Wertschöpfungsketten geeignet sind. Dabei muss der Bereich Regional- und Mikrologistik, der sich häufig als Zünglein an der Waage in der Regionalvermarktung erweist, in den relevanten Fördervorhaben mitgedacht werden. Regionale Agenturen mit gut ausgebildeten Förderlotsen sollten den Akteur:innen von Beginn an beratend zur Seite stehen, einen Überblick über die Förderlandschaft schaffen und den Zugang zu geeigneten Förderinstrumenten erleichtern.
3. Die *Vernetzung* und *Beratung* regionaler Akteur:innen muss weiterhin in Förderprogrammen eine gewichtige Rolle spielen. Das Sammeln, der Erfahrungsaustausch und die Förderung dafür geeigneter Kompetenznetze müssen auf Bundes- wie auf Landesebene weiterhin Eingang finden. Dies können z. B. in den Regionen unterschiedlich ausgestaltete und personell wie finanziell gut ausgestattete *Regionale Wertschöpfungs-zentren* sein, die als Anlaufstelle Landwirt:innen mit Handwerks- und Handelsbetrieben sowie engagierten Verbraucher:innen vernetzen und daraus entstehende



Vermarktungsideen begleiten.⁴⁰ Dort könnten dann auch Förderlotsen zum Thema Regionalentwicklung angesiedelt sein.

4. Förderung von *Digitalisierung* zum Sichtbarmachen von Regionalität muss weiterhin essenzieller Bestandteil von Fördermaßnahmen der Regionalentwicklung sein und noch mehr werden. – Neben einer zielführenden Verbraucherbewusstseinsbildung im Sinne glaubwürdiger Regionalität müssen Marketinginstrumente zur Sichtbarmachung und zum Auffinden von regionalen Produkten langfristig gefördert werden. Hierzu wurden von der Regionalbewegung bereits umfassende Instrumente bzw. Datenbanken entwickelt, die weitergeführt und gefördert werden müssen. Die Förderung von Parallelstrukturen (wie z. B. staatlich aufgelegten und durch gemeinnützige Verbände aufgelegte Datenbanken) sollte dabei vermieden werden, um Ressourcen zu bündeln und Synergieeffekte gut zu nutzen.
5. Zu Ende gedachte *Marketinginstrumente* für glaubwürdig regionale Produkte, die explizit den Akteuren des regionalen Wirtschaftskreislaufes Mehrwert bringen und nicht nur Ernährungsindustrie und Lebensmittel Einzelhandel dienen, müssen etabliert werden. – Egal ob verbindlich oder freiwillig: Bei der Einführung einer *Herkunftskennzeichnung* muss die Herkunftskennzeichnung grundsätzlich mit Qualitätskriterien verbunden werden. Das kann langfristig jedoch nur gelingen, wenn sich die Politik an eine allgemein gültige *Definition für Regionalität*, z. B. entsprechend dem Leitbild Regionalprodukt NRW, wagt. Bisher tut dies nur der Handel – und zwar meist und rigoros zu seinen Gunsten.

Anmerkungen

- 1 Heiner Sindel in seiner Eröffnungsrede zum 10. Bundestreffen der Regionalbewegung am 14. Oktober 2021 in Nauen, Brandenburg.
- 2 Vgl. dazu H. Grieger: Landwirtschaft resilient gegen künftige Krisen aufstellen. In: top agrar online vom 7. Juni 2022.
- 3 Vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2022. München 2022, S. 29.
- 4 Vgl. Lisa Inhoffen: Lebensmitteleinkauf, Regional muss es sein. In: yougov.de (<https://yougov.de/news/2018/12/05/lebensmitteleinkauf-regional-muss-es-sein/>).
- 5 Vgl. Koalitionsvertrag zwischen SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP. Berlin 2022.
- 6 Agra Europe (AgE): BMEL schließt agrarpolitische Kursänderung aus. In: top agrar online vom 2. Mai 2022.
- 7 Vgl. D. Schiereck, H. Hausmann und C. Kammlott: Zur Resilienz von Regionalität und regionaler Wertschöpfung in der Lebensmittelwirtschaft während der Corona-Pandemie. Darmstadt 2022.
- 8 Vgl. Bundesverband der Regionalbewegung/Aktionsbündnis Tag der Regionen: RegioFibel für Bayern. Über die Alltagstauglichkeit regionaler Lebensmittel aus Verbrauchersicht. Feuchtwangen 2021.
- 9 »Gegen die Krise arbeiten - Sorge um Regionalvermarkter der Land- und Ernährungswirtschaft«. Pressemitteilung des Bundesverbands der Regionalbewegung vom 28. Juli 2022.
- 10 Zum Vergleich: Von 2000 bis 2019 lagen die durchschnittlichen Preissteigerungen der Lebensmittelkosten pro Jahr bei 1,5 Prozent. Von September 2021 bis September 2022 bei durchschnittlich 18,7 Prozent. Im Bereich Regionalvermarktung lagen die Preissteigerungen jedoch häufig nur bei rund fünf Prozent.
- 11 Der Bundesverband der Regionalbewegung hat im Rahmen einer großangelegten Presseaktion im September 2019 Zahlen zu den

- Repräsentanten der Nahversorger erhoben. Die Ergebnisse wurden im Rahmen der Presseaktion veröffentlicht (www.regionalbewegung.de/fileadmin/user_upload/2019/Aktion_Berlin/Die_letzten_ihrer_Art_-_Zahlen_zum_Verlust_Lebensmittelhandwerker_und_LW_final.pdf).
- 12 »Die letzten ihrer Art! – Rote Liste Nahversorger«. Pressemitteilung des Bundesverbands der Regionalbewegung vom 18. September 2019.
 - 13 Die Freien Bäcker – Zeit für Verantwortung: Weizen Ernte 2022 – ein Appell aus aktuellem Anlass. Barsinghausen 2022 (www.die-freien-baecker.de/blog/detail/weizen-ernte-2022-ein-appell-aus-aktuellem-anlass/).
 - 14 Eine Studie des Thünen-Instituts zur Verbraucherakzeptanz des Regionalfensters fand 2018 heraus, dass nur rund 30 Prozent der Bundesbürger das Regionalfenster überhaupt kennen, knapp 20 Prozent finden die Kennzeichnung sogar unglaubwürdig (vgl. K. Zander: Verbraucherakzeptanz des Regionalfensters. Thünen Working Paper 90. Braunschweig 2018).
 - 15 Vgl. Deutscher Bundestag: Drucksache 20/3327 (<https://dserver.bundestag.de/btd/20/033/2003327.pdf>).
 - 16 Vgl. Deutscher Bundestag: Drucksache 20/3601 (<https://dserver.bundestag.de/btd/20/036/2003601.pdf>).
 - 17 Europäische Kommission: Konsultation »Lebensmittelkennzeichnung – Überarbeitung der Vorschriften über die Verbraucherinformation« vom 13. Dezember 2021 bis 7. März 2022, S. 4.
 - 18 Der Lebensmittelhandel nimmt sich dieses Themas bereits zu seinen Gunsten an und definiert Regionalität mal mehr und mal weniger im Sinne der regionalen Akteure, auf jeden Fall jedoch in seinem Sinne.
 - 19 Vgl. »Besser auswärts essen: BMEL fördert Bio in der Außer-Haus-Verpflegung«. Pressemitteilung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft Nr. 152 vom 4. November 2022.
 - 20 Vgl. M. Speck: Außer-Haus-Verpflegung – Schlüsselakteur der Ernährungswende. In: www.wissenschaftsjahr.de, 4. Oktober 2021.
 - 21 Ophelia Nick im Interview: Was tut der Bund für mehr Bio in öffentlichen Küchen? Nürnberg 27. Juli 2022 (www.youtube.com/watch?v=fHWzreTPdAE).
 - 22 BME-Initiativen wie »BioBitte« oder die Informationskampagne »Bio kann jeder« sowie die Richtlinie zur Förderung von Beratungen von Unternehmen der AHV (RIBE AHV) oder die Bio-Außer-Haus-Verpflegungsverordnung (Bio-AHV) sollen helfen, den Anteil vor allem von Biolebensmitteln in der AHV bis 2030 auf 30 Prozent zu erhöhen.
 - 23 BMEL (siehe Anm. 19).
 - 24 Vgl. »Bericht aus der Kabinettsitzung vom 13. Januar 2020«. Pressemitteilung der Bayerischen Staatsregierung vom 13. Januar 2022.
 - 25 Vgl. FiBL Projekte GmbH und Ecozept Deutschland im Auftrag des Bundesverbandes der Regionalbewegung: Vorstudie Auflage eines Bundesprogramms Regionale Wertschöpfung. Frankfurt am Main und Freising 2022.
 - 26 Vgl. Europäische Kommission: Bemerkungen zum GAP-Strategieplan von Deutschland, 20. Mai 2022.
 - 27 Vgl. ebd.
 - 28 Vgl. Landesverband Regionalbewegung NRW: Regionalitätsstrategie NRW. Borgentreich 2022, S. 23.
 - 29 Vergleichbare konkrete Förderprogramme für den gezielten Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten für bäuerliche Betriebe, die noch nicht ökologisch wirtschaften, fehlen.
 - 30 Am 20. Mai 2022 wurde durch die Ampelkoalition im »Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN)« der Buchstabe »N« gestrichen. Somit wird es wieder zum »Bundesprogramm Ökologischer Landbau« (BÖL) und die Umwidmung aus dem Jahr 2010 revidiert. D. h. konventionell, aber durchaus regional und damit nachhaltig agierende Akteure finden zukünftig keine Berücksichtigung mehr.
 - 31 Neben einem Budget für Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen gibt es in der Regel keine freien Gelder, die z. B. für Investitionen in Vorverarbeitungsbetriebe für die Außer-Haus-Verpflegung verwendet werden könnten. Lediglich Bayern hat beschlossen, herausragende neue Projekte und Ideen in den Öko-Modellregionen ab 2021 mit bis zu 50 Prozent zu unterstützen.
 - 32 Vgl. FiBL Projekte und Ecozept Deutschland (siehe Anm. 25).
 - 33 Der Mittelabfluss der BULE-Fördermittel ist nicht zufriedenstellend. Über Jahre wurden teilweise rund 40 Prozent der BULE-Mittel gar nicht erst abgerufen, 2018 wurden sogar über 70 Prozent nicht abgerufen.
 - 34 BMEL: Sonderrahmenplan: Förderung der Ländlichen Entwicklung. Berlin 2022.
 - 35 Vgl. Landesverband Regionalbewegung NRW (siehe Anm. 28), S. 9.
 - 36 Deutscher Bundestag: Entwurf eines Gesetzes über die Feststellung des Bundeshaushaltsplans für das Haushaltsjahr 2023 (Haushaltsgesetz 2023). Drucksache 20/3100 vom 5. August 2022., S. 74.
 - 37 Für die Vorstudie wurden qualitative Befragungen von Fachleuten und 155 Regionalinitiativen aus Deutschland durchgeführt.
 - 38 Vgl. FiBL Projekte und Ecozept Deutschland (siehe Anm. 25).
 - 39 Vgl. Bundesverband der Regionalbewegung: Positionspapier »Bundesprogramm Regionale Wertschöpfung« vom 7. Januar 2020.
 - 40 Siehe hierzu auch den Beitrag von Brigitte Hilcher in diesem *Kritischen Agrarbericht* (S. 195–200).



Foto: Simon Malik

Andrea Winter

Politik- und Medienwissenschaftlerin, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband der Regionalbewegung e.V., Kompetenznetzwerk Regiobranche und Regionalentwicklung.

winter@regionalbewegung.de



Foto: Simon Malik

Brigitte Hilcher

Dipl.-Geografin und Regionalberaterin, Vorsitzende des Landesverbandes Regionalbewegung NRW e.V. und stv. Geschäftsführerin sowie Mitbegründerin des Bundesverbandes der Regionalbewegung e.V.

hilcher@regionalbewegung.de