



## *Mein persönlicher Hintergrund*

- Professor in Angewandte Geographie und Umweltplanung
- Direktor von ZENARiO
- Sprecher des Arbeitskreises Ländlicher Raum in der Deutschen Gesellschaft für Geographie
- Arbeitsschwerpunkte: Ländliche Entwicklung, Naturschutz, Tourismus, Regional Governance
- Diverse Gutachten zur Orts- und Regionalentwicklung in Nordwestdeutschland



## *Agenda*

- Ausgangssituation: „Wattenmeer-Achter“ im Wettbewerb um LEADER
- Regionalisierung
- Regionale Produkte
- Regionale Vermarktung
- Perspektiven für den „Wattenmeer-Achter“



## ***1. Ausgangssituation: „Wattenmeer-Achter“ im Wettbewerb um LEADER***

- LEADER-Förderperiode 2014-2020
- Wettbewerbscharakter der Ausschreibung
- Regionales Entwicklungskonzept (REK) als Voraussetzung
- Ziel: Identifizierung von neuen Entwicklungsmöglichkeiten
- Fokus: Einheimische – Touristen - Weltnaturerbe
- Chancen des regionalen und nachhaltigen Handelns



## 2. Regionalisierung

- Renaissance der Region
- Regionalisierung versus Globalisierung
- Praxis alltägliche Regionalisierungen
- Region und regionale Identität
- Regionalisierte Wirtschaftsräume
- Regionsbildung als politische Anforderung



## Vorteile des regionalen Handelns

- Größere Sichtbarkeit der Region (als die einzelner Orte)
- Bündelung von (knappen) Ressourcen: Infrastruktur, Personal, Finanzen
- Abstimmung von Interessen

- Möglichkeiten der regionalen Arbeitsteilung
- Vermeidung unnötiger Konkurrenz
- Stärkeres politisches Gewicht
- Zugang zu „regionalen“ Fördermitteln

### ***3. Regionale Produkte***

- Zunehmender Bedeutungsgewinn regionaler Produkte: „Regionalität als Megatrend“ (DLG 2011)
- Hintergrund: Lebensmittelskandale, „grüne Lebensstile“, Strukturwandel in der Landwirtschaft
- Sowohl konventionelle als auch biologische Erzeugnisse
- Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe
- Beitrag zur Erhaltung der Agrobiodiversität und spezifischer Kulturlandschaften

## Charakteristika regionaler Produkte:

- Nähe der Erzeuger zu den Konsumenten
- Größere Transparenz der Produktion
- Geographische Spezifität der Produkte (unterschiedlichen Grades)
- Bestimmte Qualitätsattribute

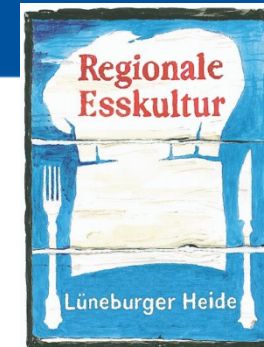




## 4. Regionalvermarktung

- Gemeinsame Marke für regional hergestellte Produkte
- Vermarktung inner- und außerhalb der eigenen Region
- Ziel- und strategieorientierte Marketingmaßnahmen: Distribution und Kommunikation
- Schließung regionaler Wirtschaftskreisläufe
- Regionale Besonderheiten im Bewusstsein der Bevölkerung verankern
- Die Region im Ganzen dadurch stärken (Wertschöpfung, Arbeitsplätze, Bekanntheit etc.)

- Wachsende Nachfrage nach regionalen Produkten: Qualität und Authentizität im Fokus der Konsumenten
- Definierte Erfolgsfaktoren regionaler Vermarktungsprojekte (Kullmann 2004): Kompetenz, Regionsabgrenzung, Qualitätsmerkmale, Beteiligungsbreite
- Zahlreiche Beispiele illustrieren Spektrum regionaler Marken



- Regionale Vermarktung in Schutzgebieten
- Paradigmatischer Wandel der Schutzgebietskonzepte
- Interaktion von Mensch und Natur im Vordergrund
- Biosphärenreservate, Naturparke und Nationalparke gleichermaßen relevant

„(...) protected areas are increasingly being viewed in the context of regional development expressly for the sake of achieving conservation objectives. (...) It is (...) broadly accepted that coordinating conservation and the utilization of nature is advantageous for both conservation and regional development.“  
(Hammer 2007)

## 5. Perspektiven für den „Wattenmeer-Achter im Weltnaturerbe“

- Regionales Entwicklungskonzept bietet Voraussetzungen für regionales Handeln
- Formulierung prioritärer Handlungsansätze: „Fahrplan 2020“
- Weltnaturerbe-Gebiet als „Modell“ für nachhaltige Regionalentwicklung
- Regionalvermarktung als mögliches „Schlüsselprojekt“: Positive Images von Produkten und Region können sich gegenseitig befördern



- Viele mögliche Partner:  
Landwirtschaft, Einzelhandel,  
Gastronomie u.a.
- Identifizierung geeigneter  
Anknüpfungspunkte: z.B.  
„Partnerinitiative“ des Biosphären-  
reservats und Nationalparks Nieder-  
sächsisches Wattenmeer
- Ganzheitliche Perspektive:  
Förderung regionaler Produkte,  
Erhaltung der Kulturlandschaft,  
Bewahrung historischer Baukultur,  
umweltfreundliche Mobilität usw.



Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!



Weitere Informationen unter:  
[www.uni-oldenburg.de/geo/](http://www.uni-oldenburg.de/geo/)