

Dienstag, 27. Oktober, 11:15 – 13:00 Uhr

Workshop: Vernetzung von Stadt und Umland – Regionen der kurzen Wege
Moderation: Dr. Sabine Heymann, LE-Regio

Referat **Stadtmarketing ohne Regionalmarketing**
– ein Körper ohne Gliedmaßen

Referent Thomas Kubendorff

Institution Zukunftskreis Steinfurt

Funktion Landrat

Kontakte Tecklenburger Straße 10
48565 Steinfurt
Tel.: 02551-69 2157
E-Mail: thomas.kubendorff@kreis-steinfurt.de

Weitere Angaben zur Institution:

Der Zukunftskreis Steinfurt, Agenda 21 Büro hat in der Kategorie Kommunen den 2007 erstmals verliehenen Deutschen Lokalen Nachhaltigkeitspreis „Zeitzeiche(N)“ erhalten.

Der Zukunftskreis Steinfurt hat 1999 einen Agenda 21 Prozess gestartet und seitdem 18 Nachhaltigkeitsprojekte zu den Themen Klimaschutz, erneuerbare Energien, nachwachsende Rohstoffe, demografischer Wandel, nachhaltige Lebensmittelerzeugung, sowie gesunde Ernährung realisiert. Besonders hervorzuheben ist darunter das geschaffene Netzwerk entlang der Biomassewertschöpfungskette und die Inbetriebnahme einer Biogasanlage inklusive Biogasrohrleitung und BHKW, welche von Landwirten betrieben wird. Durch dieses Projekt werden nun das Kreishaus, eine Berufsschule, das Gesundheitsamt und ein Gesundheitszentrum, sowie das Gebäude zur Wirtschaftsförderung beheizt. Interessierte Bürger werden zu dem Thema energetische Gebäudesanierung beraten und bei der Auswahl von Heizungsanlagen unterstützt.

„Das Agenda 21 Büro hebt sich auch durch eine umfangreiche und breitenwirksame Öffentlichkeitsarbeit positiv hervor. Zu diesem Zweck wurden Märkte, Wettbewerbe, ein Kongress und eine Thermografieaktion realisiert.“, hieß es in der Begründung für die Preisverleihung.

Schwerpunkten / Thesen zum Vortragsthema:

- Regionalmarketing ist ein erprobtes und gutes Mittel zur Steigerung der regionalen Wertschöpfung.
- Ein nachhaltiges Regionalmarketing ist nur in Kooperation mit selbstbewussten und eigenständigen Städten und Gemeinden erfolgreich.
- Stadtmarketing stellt die kommunalen Stärken heraus und ist damit wichtigster Baustein eines nachhaltigen Regionalmarketings.
- Ohne die Städte und Gemeinden fehlen einer regionalen Wertschöpfungskette die Glieder, ohne die Region fehlt den Städten und Gemeinden die verbindende Kette.
- Durch die Verknüpfung von regionalen Netzwerkpartnern können Wertschöpfungsketten zum einen dargestellt, zum anderen aber auch neu geschaffen werden.

Auszug aus Vortrag und Diskussion:

Methoden und Mittel sich dem Wettbewerb der Regionen zu stellen:

- Münsterland e.V. (inkl. Stadt)
 - Landrätekonferenzen
 - Marketing und Regionalvermarktung verknüpfen
 - Wirtschaftsförderung, Tourismus und Kultur – Wege enden nicht an Kreisgrenzen
 - Münsterlandfestival
 - Wissenschaftsförderung

- Kreis Steinfurt
 - Mit Projektbezug und umsetzungsorientiert arbeiten Kreis- und Gemeinderäte zusammen
 - Kreisweite Agenda21 mit 14 MA
 - Haus im Glück
 - energetische Sanierung von Einfamilienhäusern
 - 41 Mitglieder (inkl. Kammern und Stadtwerke)
 - alle Kommunen des Kreises involviert
 - 1,4 Mrd. Investitionssumme, 1000 Arbeitsplätze im Handwerk
 - Finanzierung über KfW-Kredit (160 Mio. €)
 - Bevorzugung regionaler Firmen
 - 4000 Thermographieaufnahmen
 - Haus-zu-Haus-Beratungswochen
 - 50 Mio. € Investition in Photovoltaik
 - Kreis Steinfurt – energieautark 2050
 - wird von den gemeinden teilweise unterboten
 - Bund, Land und Unternehmen sind Finanziers
 - Kern ist ein Marktplatz für innovative Anbieter und Abnehmer
 - Zwei Leaderregionen
 - unter Beteiligung der Bevölkerung und Initiativen

- Umgang mit der Konkurrenz zwischen und in der Region
 - Siedlungsentwicklung und landwirtschaftliche Entwicklung beeinflusst die energetische Entwicklung
 - Planungsvorlauf muss auf neue Entwicklungen reagieren, so muss durch Entwicklung im ÖPNV die Grundlage für die Konzentration von Ansiedlungen gelegt werden
 - Eigene Fördermittel des Kreises werden vorrangig für die Prozessorganisation eingesetzt
 - Es fehlen aber noch Strukturen für die gesamte Region

Referat	Vernetzung der Region – Vernetzung von Initiativen
Referent	Heiner Sindel
Institution	Bundesverband der Regionalbewegung e. V.
Funktion	1. Vorsitzender
Kontakte	Bundesverband der Regionalbewegung e. V. Geschäftsstelle Museumstraße 1, 91555 Feuchtwangen Tel. 09852 - 13 81, Fax 09852 - 61 52 91 E-Mail: sindel@regionalbewegung.de www.regionalbewegung.de, www.tag-der-regionen.de

Weitere Angaben zur Institution:

Im Bundesverband der Regionalbewegung e.V. werden vielfältige Aktivitäten einer regionalen nachhaltigen Entwicklung gebündelt und vorhandene Ansätze durch weitere Impulse unterstützt und vernetzt. Der Bundesverband sieht in einer auf regionalen Wirtschaftskreisläufen basierenden Wirtschaftspolitik einen wichtigen Beitrag zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Wahrung der regionalen Identität und zur Verbesserung der Lebensqualität. Dafür bedarf es einer Vernetzung von Agrarpolitik, regionaler Wirtschaftspolitik und Kommunalpolitik. Die Landwirtschaft, das Handwerk und Dienstleistungsbetriebe bilden dabei das Rückgrat für einen multifunktionalen ländlichen Raum, ergänzt durch eine Aktivierung der Bürgergesellschaft zur Übernahme von Eigenverantwortung.

Zielsetzung der Regionalbewegung ist der Erhalt der Lebensgrundlagen für Menschen, Tiere und Pflanzen. Hierzu gehören Wasser, Luft, Boden und Energie, aber auch Arbeitsplätze, gute Arbeitsbedingungen und faire Preise. Regionales Wirtschaften bildet hierfür die Basis – hat aber nur dann eine Chance, wenn es politisch und gesellschaftlich akzeptiert und praktiziert wird.

Unter dem Dach des Bundesverbandes der Regionalbewegung schließen sich einzelne Initiativen zusammen, um gemeinsam Verantwortung für die Erhaltung der Lebensgrundlagen zu übernehmen, sich gegenseitig zu unterstützen und kreativ Umsetzungsmöglichkeiten für die jeweilige Region zu finden.

Schwerpunkten / Thesen:

Der Bundesverband der Regionalbewegung e.V. wurde auf Basis des bundesweiten Aktionsbündnisses Tag der Regionen gegründet. Dieser Aktionstag findet seit 1999 alljährlich am Erntedanksonntag statt. Bei mittlerweile über 1000 Veranstaltungen bundesweit jedes Jahr werden mehr als einer Million Menschen die Gedanken von Regionalität und Nachhaltigkeit in unterhaltsamer Weise vermittelt. Der Tag der Regionen gewichtet die ländliche Region als sozialen und wirtschaftlichen Raum. Er will den Menschen bewusst machen, dass sie selbst durch ihr soziales und ehrenamtliches Engagement und durch ihr Kaufverhalten maßgeblich dazu beitragen, wie sich ihre Heimat und Zukunft entwickelt. Die Vielzahl an Aktionen zum Tag der Regionen sind ein Beleg für das große Potenzial an MitsreiterInnen in Deutschland, die bereit sind, die ökologischen, ökonomischen und sozialen Stärken unserer Regionen kreativ und fantasievoll erlebbar zu machen.

Nah versorgen – das ist die große Herausforderung, Regionen als Stabilitätsfaktoren in einer globalisierten Welt aufzuwerten. Das braucht Vermarktungsstrukturen in der regionalen Wirtschaft und gut informierte Menschen, denen die Vorteile regionaler Produkte für die Umwelt und die eigene Lebensqualität bewusst sind. Es braucht aber auch eine wissende Politik, die auf die Kraft der Menschen vor Ort setzt.

Die Regionalbewegung kann die wirtschaftliche Stärke kleiner und mittelständischer Unternehmen mit dem kraftvollen Engagement von ideellen Gruppierungen verbinden – zu einer Verantwortungsgesellschaft, die stark genug ist, das flächige Zusammenspiel von Wirtschaft und Gesellschaft zu praktizieren.

Auszug aus Vortrag und Diskussion:

- Verarmende Fluren
- Suche nach „Allianzen“ für Sicherung und Entwicklung der Artenvielfalt
- Bezahlen für ökologische Leistungen
- Stärkung des ländlichen Raums
- Vielfalt der landwirtschaftlichen Betriebe ist Grundlage für Artenvielfalt
- Artenreiches Land – lebenswerte Stadt
- Allianzen und Gewerbeverein
- Regionale Wirtschaftskreisläufe → kurze Wege → hohe Energieeffizienz („keine Angst vor großen Netzen!“)
- Aufmerksam machen auf
 - verlorene Orte
 - weite Wege
 - kurze Wege zum Anbieter
 - Wald als Ort zum „Möbelpflanzen“
 - Entwurzelung
 - „Starke Bilder und Aktionen“
- ← Regionale Finanzdienstleister sind Grundlage für Regionalentwicklung
- ← Regionaltheke (ohne Discounter) bedarf professioneller Werbung
- ← Region wurzelt in einer globalisierten Welt
- ← „Vom Rebhuhnschutz zur Regionalbewegung“
- ← Regionalvermarktung ist das Gesicht der Region
- ← Initiativen als Bewusstseinsmotor

Zusammenfassung:

Baustellen	Konstrukteure	Bausteine
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovative Lösungen bekannt machen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kammern, Kommunen, Wissenschaft 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Virtueller und reeller Marktplatz
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivation für Regionalvermarktung ▪ Mobilisierung in der Fläche ▪ Regionalvermarktungsstrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keine Angst vor großen Netzwerken ▪ Politische Willensbildner 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planerische Absicherung ▪ Dezentral auf allen Ebenen agieren ▪ Keine Angst vor starken Bildern
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regional wurzeln in einer globalen Welt 		