

Panel I Agrarische Wertschöpfung

Am Podium Mag. Marcus Schweinzger und Dr. Alois Temmel (Wuggl, ein Startup aus der Schweinehaltung) | Mag. Christian Lochner (Biologisch.kaufen, ein Startup des Direktvertriebs) | Mag. Daniel Breitenfellner (Bioregion Mühlviertel) | DI Leopold Höllerer (Jungunternehmer, bewirtschaftet einen Betrieb in Oberösterreich) | Priv. Doz. DI Dr. Franz Sinabell (WIFO).

Zusammenfassung der Diskussion

- **Marcus Schweinzger und Alois Temmel, Wuggl:** WugglOne ist der schnellste und einfachste Weg, um das Gewicht von Schweinen zu ermitteln. Er ist stressfrei für Tier und Mensch.
- **Christian Lochner:** Biologisch.kaufen ist eine Plattform, bei der Mitgliedsbetriebe der Bioregion Mühlviertel in einer Gemeinschaft zusammengefasst sind und die Produkte online vermarkten.
- **Daniel Breitenfellner, Bioregion Mühlviertel:** Initiative ist aus dem Bereich Leader entstanden und für viele Bäuerinnen und Bauern der Region ein zusätzlicher Absatzmarkt.
- **Leopold Höllerer, Jungunternehmer,** bewirtschaftet einen Betrieb in Oberösterreich, spezialisiert auf Kürbisse, Käferbohnen und seit kurzem auch Knoblauch. Er berichtet über seinen Werdegang bzw. die Neuausrichtung seines Betriebes. Um seine Produkte besser vermarkten zu können, haben sich rund zehn Bauern zu „Inngold“ zusammengeschlossen. Er empfiehlt, neue Richtungen auszuprobieren und nicht nur darüber zu reden. Er warnt außerdem vor zu hohen Erwartungen im Bereich der Investitionsförderung. Vom Netzwerk wünscht er sich, dass bereits nächstes Jahr über die LE 21–28 diskutiert wird.
- **Franz Sinabell, WIFO,** skizziert, wie Landwirtschaft in der Vergangenheit funktioniert hat und wie sie in der Gegenwart ausgerichtet sein sollte. Innovation und die ständige Weiterentwicklung sind entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe. Allerdings sind Innovationen im Zusammenhang mit Landwirtschaft anders zu betrachten. Technische Innovationen werden oft von außen, aus nicht land- und forstwirtschaftlichen Sektoren übernommen und den Bedingungen der Landwirtschaft angepasst. Innovationen sind oft der Anfang von guten Entwicklungen in der Produktion, aber auch in der Lebensqualität und für die Landwirtschaft essentiell.

Panel II Umwelt und Ressourcen

Am Podium Mag. Alois Wilfling („Wenn Vermieter und Gäste lustvoll ins Gras beißen ...“) | DI Julian Wudy (Collective Energy) | O.Univ.Prof. IR Mag. Dr. Markus F. Hofreither (Universität für Bodenkultur Wien) | Mag. Gerald Pfiffinger (BirdLife).

Zusammenfassung der Diskussion

- Innovation in der Landwirtschaft ist wesentlich. Innovation geschieht, wenn es eine gemeinsame Sichtweise auf eine allgemeine Problemlage gibt.
- Besonders großes Innovationspotenzial (für den ländlichen Raum) könnte in der sozialen Landwirtschaft liegen.
- Bei innovativen Projekten im Naturschutzbereich ist es notwendig, eine Win-win-Situation für alle beteiligten AkteurInnen zu erreichen.
- Österreich wird oft als unternehmensfeindlich wahrgenommen. Der Zugang von neuen, innovativen UnternehmerInnen zu Finanzierungen soll erleichtert werden. Eine Reduktion administrativer Hürden ist vordringlich.
- Ein Monitoring der innovativen Aktivitäten ist notwendig. Dank der Dokumentation in Datenbanken können vorangegangene innovative Projekte in einem neuen Kontext wieder bewertet werden.
- Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch sind zentrale Themen, die dazu beitragen können, dass Ressourcen eingespart werden und der weitere Aufbau von Erfahrungen und Wissen ermöglicht wird.
- Die Möglichkeit des Scheiterns ist ein zentraler Aspekt für Innovationen.
- Weiterbildung ist eine Voraussetzung, um innovativ sein zu können.
- Die Vernetzung mit der Wissenschaft bildet einen zentralen Innovationsfaktor.

Panel III Integrierte ländliche Entwicklung

Am Podium Karl Bauer (kubator Technology & Startup Center Gmünd/NÖ) |
MMag. (FH) Günter Salchner (Regionalentwicklung Außerfern/Projekt Lechweg) |
O.Univ.Prof. i.R. DI Dr. Gerlind Weber (Universität für Bodenkultur Wien) |
Bgm. Dr. Peter Brandauer (LAG Lebens.Wert.Pongau)

Zusammenfassung der Diskussion

- **Karl Bauer (kubator):** Auf die Frage, ob die Standortwahl für den kubator im ländlichen Gmünd nicht ungewöhnlich sei, argumentiert der Unternehmer, dass er selbst „gestandener“ Gmündner ist und dass Gmünd neben Krems den zweitgrößten Industriestandort in Niederösterreich darstellt. Mit 4.000 Industriearbeitsplätzen steht der Region ein GründerInnen-Potenzial zur Verfügung, das entsprechende Unterstützung braucht. Der kubator sorgt für ein Einbinden von Start-ups in die Unternehmerszene und für ein Sichtbar-Machen der GründerInnen und deren Ideen. Das Projekt selbst ist deshalb ohne Förderung ausgekommen, da es zum einen ein Businessmodell darstellt (Gesellschafter sind an den Start-ups mit 10 % beteiligt), das sich beweisen muss, und zum anderen die Förderstellen das Projekt als unterstützenswert sehen, aber über keine geeigneten Förderinstrumente verfügen.
- Verbindung von außerhalb der Region zum **kubator** gelingt am besten, indem man Bedarf an Softwarelösungen hat.
- **Bewerbungen für den kubator** werden durch ein unabhängiges „Board“ aus der Region geprüft. Nach der Auswahl ist die Nutzung der Infrastruktur im kubator 12 Monate gratis und der/die Ausgewählte erhält 120 Beratungsstunden. Der kubator wird im Falle einer Unternehmensgründung mit 10 % beteiligt. Der kubator ist erst 6 Monate aktiv, seitdem gab es 7 bis 8 Bewerbungen, drei wurden ausgewählt. Die Absagen kamen dadurch zustande, dass die Ideen nicht in den Grundfokus des kubator gepasst haben.
- Was den kubator betrifft ist es spürbar, dass die Unternehmen der Region etwas zurückgeben wollen. Es gibt eine Art **gesellschaftlicher bzw. regionaler Verantwortung**; die am kubator beteiligten Unternehmen machen insgesamt rund € 35 Mio Umsatz, in Relation dazu ist der Beitrag nicht allzu hoch; man kann den beteiligten Unternehmen nicht nur eine **monetäre Rendite** anbieten (10 % Beteiligung an den Start-ups), sondern sie bekommen auch **Kontakt mit den Start-ups** und dadurch innovative Ideen. Außerdem ist die Beteiligung als Unternehmen an einem solchen Projekt auch öffentlichkeitswirksam.
- **Günter Salchner (Lechweg):** Der Naturpark Tiroler Lech ist anders als viele andere Schutzgebiete in Tallage. Man wollte den Naturpark wirtschaftlich nutzen und mit einem Weitwanderweg erschließen. Zu dieser Zeit hat noch niemand gewusst, was sich daraus entwickeln wird (daher war auch ein gewisser Spielraum in der LEADER-Strategie wichtig, damit sich Dinge entwickeln können). Die Akteure vor Ort haben dann Partner gesucht und in Vorarlberg und im Ost-Allgäu gefunden und begonnen, das Projekt zu entwickeln. Eine zentrale

Erkenntnis: Ein so komplexes Projekt braucht ein „Produktmanagement“ – das war etwas Neues, das die Partner gelernt haben.

- **Beteiligung der Landwirtschaft am Projekt Lechweg:** Die Beteiligung an solchen Projekten hängt oft stark von Einzelpersonen ab. Die Bezirksbäuerin ist auch im Tourismus und in der Direktvermarktung aktiv und konnte durch ihre Beteiligung andere „anstecken“. Motivation und Engagement in die Fläche zu bringen ist eine wichtige Aufgabe des LAG-Managements bzw. der Regionalentwicklung. Der Lechweg hat damals aber auch bereits als Produktvermarktungsplattform funktioniert, d.h. es waren die Leute interessiert, dabei zu sein. Das Lechweg-Bier war ein Produkt, das entlang der ganzen Strecke konsumiert werden konnte; das motivierte dann auch andere Produzenten, selbst etwas zu tun.
- **Gerlind Weber (BOKU Wien)** resümiert, dass die „Mythen“ zum ländlichen Raum nach wie vor bestehen und weist vor allem in der Stadt-Land Polarisierung darauf hin, dass es mit dem „rurbanen Raum“ einen Raumtyp gibt, der sich zwischen „Stadt“ und „Land“ geschoben hat. Hier lebt ca. ein Drittel der ÖsterreicherInnen. Dem Mythos Land = Landwirtschaft entgegnet sie, dass die Existenzgrundlage im ländlichen Raum mehrheitlich außerlandwirtschaftlich ist; wichtig ist daher, Synergien zwischen agrarischen und außeragraren Bereichen zu suchen. Weiters weist sie darauf hin, dass solche Initiativen wie der kubator dem Mythos „Stadt=Hirn, Land=Herz“ entgegenwirken, da sie zeigen, dass man nicht in die Stadt gehen muss, um mit „Hirn“ zu arbeiten.
- **Peter Brandauer (LAG Lebens.Wert.Pongau)** bekräftigt aus Sicht eines Bürgermeisters, dass im Pongau immer schon versucht wurde, integriert zu arbeiten, vielfach in enger Abstimmung mit dem Tourismus; wichtige Partner sind hier die Landwirtschaft (Produkte, Landschaftspflege), aber auch Kulturinitiativen.
- **Große Betriebe (z.B. Lebensmittelketten)** sind nicht oder zu wenig in die ländliche Entwicklung integriert, obwohl sie von der Region leben und von den Effekten der LE profitieren. Ein Grund für die geringe regionale Verantwortung ist auch, dass dies in der Bilanz nicht abgebildet wird. Die Lösung wäre eine soziale Bilanz, an der sich dann beispielsweise auch Förderungen orientieren könnten.
 - Ein Ansatz, innovative Impulse in Regionen entstehen zu lassen ist, einen entsprechenden Nährboden zu schaffen. D.h. es braucht Unterstützung und Leute mit guten Ideen und Mut, diese auch umzusetzen.
 - Nachhaltigkeit innovativer Impulse entsteht durch „Kümmerer“, die diese Ideen dann auch weitertreiben und Kontakte im Netzwerk pflegen.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete

