

**Aktualisierung der Halbzeitbewertung des
NRW-Programms Ländlicher Raum**

Materialband zu Kapitel 7

**Verbesserung der Verarbeitung und Vermarktung
landwirtschaftlicher Erzeugnisse –
Kapitel VII der VO (EG) Nr. 1257/1999**

Projektbearbeitung

*Josef Efken, Rainer Klepper, Volker Krah, Jochen Nölle, Annette Trefflich,
Inge Uetrecht, Heinz Wendt*

Institut für Marktanalyse und Agrarhandelspolitik,
Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft



Inhaltsverzeichnis Materialband

<i>1 Erfassungsbogen.....</i>	<i>3</i>
<i>1.1 Vorbogen.....</i>	<i>3</i>
<i>1.2 Hauptbogen.....</i>	<i>4</i>
<i>1.3 Abschlussbogen.....</i>	<i>11</i>
<i>2 Fragebogen : UPDATE auf der Ebene der Bewilligungsstellen (Bez.Reg./Reg.Präs.).....</i>	<i>18</i>
<i>3 Interviewleitfaden : UPDATE auf der Ebene der Länderministerien.....</i>	<i>20</i>
<i>4 Fallstudie: Erarbeitung einer Vermarktungskonzeption im Rahmen des EPLR NRW.....</i>	<i></i>
<i>5 Fallstudie: Einführung eines Qualitätsmanagementsystems in NRW.....</i>	<i></i>

1.Erfassungsbogen

1.1 Vorbogen

Erfassung von Kennzahlen im Rahmen von Fördermaßnahmen zur Verbesserung der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse	
Förderperiode 2000 - 2006	
VORBOGEN auszufüllen bei Antragstellung	
Version: EB_Jan05_2000-2006	
Angaben des Antragstellers (weißer Bereich) und Angaben der Bewilligungsstelle (blauer Bereich) Keine Angaben sind in den dunkelgelben Feldern erforderlich, sie werden aus anderen Eingaben übernommen.	
!!! Eingaben in diesem Bereich erfolgen von der Bewilligungsstelle im Hauptbogen; werden hier nur angezeigt !!!	
Code gesamt	?? ?? ? ? ? ? ? ? ? ?
Posteingang	?
Sektor	
bewilligt am	?
Angaben zur Fördermaßnahme Bezeichnung des Vorhabens	
! Eingabe erfolgt (durch die Bewilligungsstelle) im Hauptbogen !	
Angaben zum Begünstigten (Antragsteller)	
Name/Unternehmen	
PLZ und Ort	?????
Bundesland, Land	Deutschland
Strasse, Hausnummer oder Postfach	
Telefon	
Ort der Investition / des Projektes	
PLZ und Ort	?????
Name (der Betriebsstätte)	
Ansprechpartner vor Ort	
Telefon	
Telefax	
email	
Ansprechpartner bei Rückfragen zum Antrag / Investition	
Name	
Telefon	
Telefax	
email	
Unterschrift des/der Antragsteller(s)/-in bzw. des/der Vertretungsberechtigten für den Vor- und Hauptbogen	
Ort, Datum	Unterschrift
Angaben zur durchführenden Behörde	
Name der Behörde	
Bundesland	
Abteilung / Referat	
Adresse (PLZ, Ort)	
Strasse, Hausnummer oder Postfach	
Ansprechpartner / zuständiger Sachbearbeiter (gegebenenfalls mehrere)	
Name	
Telefon	
Telefax	
email	

1.2 Hauptbogen

Erfassung von Kennzahlen im Rahmen von Fördermaßnahmen zur Verbesserung der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse

Förderperiode 2000 - 2006

HAUPTBOGEN zur Antragstellung

Version:
EB_Jan05_2000-2006

Die Angaben sollten nach Möglichkeit für die Betriebsstätte erfolgen, für die Investitionsförderung beantragt wird. Nur im Abschnitt C sind Angaben mit ausschließlichem Bezug zur Investition erforderlich.

Hellblauer Bereich wird von der Bewilligungstelle ausgefüllt !

Code gesamt Posteingang

Sektor bewilligt am

Code Projekt

Code (frei verfügbar)

Code für Sektor Vorzeitiger Maßnahmenbeginn

genehmigt am

Förderung nach Grundsätzen / Richtlinien:

GAK plus landesspezifische Regelungen

- | | |
|--|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> Marktstrukturverbesserung (GAK) | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Marktstrukturgesetz (GAK) | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Ökologische Herkunft (GAK) | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Regionale Herkunft (GAK) | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> sonstigen landesspezifischen Richtlinien: | |

wenn ja, welchen :

Fördersätze in % laut 1. Bewilligungsbescheid EU GAK Bundesland außerh.GAK

Gebietskategorie der Betriebsstätte

- Ziel 2 - Gebiet
- Gebiet mit Umweltschrankungen / auflagen
- Berggebiet
- sonstiges benachteiligtes Gebiet
- Gebiet mit speziellen Benachteiligungen

A Angaben zur Beziehung Betriebsstätte zum Unternehmen

			im Jahr vor der Antragstellung	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
1 Angaben erfolgen auf Betriebsstättenebene			<input type="checkbox"/> Ja/Nein/NEUgründung	<input type="checkbox"/> Ja / Nein
2 Relativer Anteil der Betriebsstätte am Unternehmen (auch Schätzungen zulässig) bezüglich des / der				
Umsatzes	Wert	%	<input <="" td="" type="text" value="?"/> <td><input <="" td="" type="text" value="?"/> </td>	<input <="" td="" type="text" value="?"/>
	Menge	%	<input <="" td="" type="text" value="?"/> <td><input <="" td="" type="text" value="?"/> </td>	<input <="" td="" type="text" value="?"/>
Rohwareneinsatzes	Wert	%	<input <="" td="" type="text" value="?"/> <td><input <="" td="" type="text" value="?"/> </td>	<input <="" td="" type="text" value="?"/>
	Vollzeit	%	<input <="" td="" type="text" value="?"/> <td><input <="" td="" type="text" value="?"/> </td>	<input <="" td="" type="text" value="?"/>
Beschäftigte	Teilzeit	%	<input <="" td="" type="text" value="?"/> <td><input <="" td="" type="text" value="?"/> </td>	<input <="" td="" type="text" value="?"/>
	Saison	%	<input <="" td="" type="text" value="?"/> <td><input <="" td="" type="text" value="?"/> </td>	<input <="" td="" type="text" value="?"/>
	Azubis	%	<input <="" td="" type="text" value="?"/> <td><input <="" td="" type="text" value="?"/> </td>	<input <="" td="" type="text" value="?"/>

B Allgemeine Angaben

- 1 Wurden bereits Investitionen in dieser Betriebsstätte im Rahmen der Marktstruktur gefördert? Ja / Nein
wenn ja, in Periode: vor 1994 Ja / Nein 1994 - 1999 Ja / Nein 2000 - 2006 Ja / Nein
- 2 Bezeichnung des Vorhabens
(gegebenenfalls Ergänzungen durch die Bewilligungsstelle)
- 3 Datum der Antragstellung
- 4 Rechts-/Betriebsform des Begünstigten
- Unternehmen
 Erzeugerorganisation nach GMO
 Erzeugergemeinschaft nach Marktstrukturgesetz
 Erzeugerzusammenschluss, davon regional ökologisch

C Erfassungsdimension "Investitionen"

- 1 entfällt
- 2 Gesamtinvestitionskosten (entsprechend Antrag)
- 3 Erfolgt die Investition aufgrund einer Verlagerung oder Schließung einer anderen Produktionsstätte Ja / Nein
wenn ja **Auswahlliste** aus dem gleichen / aus einem anderen Bundesland / Sonstiges
- 4 Haupt- und Nebenziele der Investition als Relativangaben in % entsprechend VO (EG) 1257/1999
- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | 1 Ausrichtung der Erzeugung an der voraussichtlichen Marktentwicklung |
| <input type="checkbox"/> | 2 Förderung der Entwicklung neuer Absatzmöglichkeiten |
| <input type="checkbox"/> | 3 Verbesserung bzw. Rationalisierung der Vermarktungswege |
| <input type="checkbox"/> | 4 Verbesserung bzw. Rationalisierung der Verarbeitungsverfahren |
| <input type="checkbox"/> | 5 Verbesserung der Aufmachung und Verpackung der Erzeugnisse |
| <input type="checkbox"/> | 6 Bessere Nutzung bzw. Entsorgung der Nebenprodukte und Abfälle |
| <input type="checkbox"/> | 7 Anwendung neuer Techniken |
| <input type="checkbox"/> | 8 Förderung innovativer Investitionen |
| <input type="checkbox"/> | 9 Verbesserung und Überwachung der Qualität |
| <input type="checkbox"/> | 10 Verbesserung und Überwachung der Hygienebedingungen |
| <input type="checkbox"/> | 11 Umweltschutz (z.B. Ressourcenschonung, Abwasseraufbereitung) |
| <input type="checkbox"/> | 12 Verbesserung des Wohlbefindens der Tiere (Tiergerechtigkeit, Tierschutz, Tierhygiene) |
| <input type="checkbox"/> | SUMME muss 100 % ergeben (wird automatisch aufsummiert) |
| <input type="checkbox"/> | Hauptinvestitionsziel (Auswahlliste) |
- 5 Anteilige Zuordnung der Investition (einschliesslich Kapazitätserweiterungen) zum Unternehmensbereich
- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Produktionsorientiert (Be- und Verarbeitung, Abfüllung, Abpackung) |
| <input type="checkbox"/> | Lagerungsorientiert (vor oder nach der Verarbeitung, incl. Kühlung etc.) |
| <input type="checkbox"/> | Produktionslogistik (Erfassen, Anliefern, Ausliefern) |
| <input type="checkbox"/> | Vermarktung, Absatz (Vermarktungseinrichtungen, - halle, - raum) |
| <input type="checkbox"/> | Sonstiges |
| <input type="checkbox"/> | SUMME muss 100 % ergeben (wird automatisch aufsummiert) |
- 6 Anteil in % an der Gesamtinvestition mit dem Ziel der
- Verbesserung der Arbeitsplatzbedingungen und des Unfallschutzes

Blauer Bereich wird von der Bewilligungsstelle ausgefüllt !

- 7 förderfähige Investitionskosten (laut 1. Bewilligungsbescheid)
- 8 zuwendungsfähige Investitionskosten (laut 1. Bewilligungsbescheid)
- 9 Maßnahme gemäß Artikel 52 (top - up) Ja / Nein

D Erfassungsdimension "Faktoreinsatz Rohwaren / Abnahme- und Lieferverträge"

1 Rohwareneinsatz auf Jahresbasis (Angaben für die bis zu 5 bedeutendsten Rohwaren) der Betriebsstätte

Rohwaren landwirtschaftlichen Ursprungs		Einheit	im Jahr vor der Antragstellung	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
I	Menge			
	Wert			
% Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe				
Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen		Anzahl Menge Wert		
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern		Anzahl Menge Wert		
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren <input type="text"/>	in Jahren <input type="text"/>
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anzahl Wochen nach Lieferung)			<input type="text"/>	<input type="text"/>
Auszahlungspreise			<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis <input type="text"/> % Anteil mit marktübl. Preis <input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis <input type="text"/> % Anteil mit marktübl. Preis <input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag
Differenz in % zum Durchschnittspreis			<input type="text"/>	<input type="text"/>
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein
II	Menge			
	Wert			
% Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe				
Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen		Anzahl Menge Wert		
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern		Anzahl Menge Wert		
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren <input type="text"/>	in Jahren <input type="text"/>
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anzahl Wochen nach Lieferung)			<input type="text"/>	<input type="text"/>
Auszahlungspreise			<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis <input type="text"/> % Anteil mit marktübl. Preis <input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis <input type="text"/> % Anteil mit marktübl. Preis <input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag
Differenz in % zum Durchschnittspreis			<input type="text"/>	<input type="text"/>
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein

III	<u>Menge</u>				
	<u>Wert</u>				
	% - Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe				
	Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen			<u>Anzahl</u>	
				<u>Menge</u>	
			<u>Wert</u>		
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern			<u>Anzahl</u>		
			<u>Menge</u>		
			<u>Wert</u>		
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren	<input type="text"/>	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anzahl Wochen nach Lieferung)				<input type="text"/>	
Auszahlungspreise			<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis	<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis	
			<input type="text"/> % Anteil mit marktüb. Preis	<input type="text"/> % Anteil mit marktüb. Preis	
			<input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	
Differenz in % zum Durchschnittspreis			<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein	
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein	
Vertragsstrafen vorgesehen			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein	
IV	<u>Menge</u>				
	<u>Wert</u>				
	% - Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe				
	Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen			<u>Anzahl</u>	
				<u>Menge</u>	
			<u>Wert</u>		
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern			<u>Anzahl</u>		
			<u>Menge</u>		
			<u>Wert</u>		
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren	<input type="text"/>	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anzahl Wochen nach Lieferung)				<input type="text"/>	
Auszahlungspreise			<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis	<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis	
			<input type="text"/> % Anteil mit marktüb. Preis	<input type="text"/> % Anteil mit marktüb. Preis	
			<input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	
Differenz in % zum Durchschnittspreis			<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein	
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein	
Vertragsstrafen vorgesehen			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein	
V	<u>Menge</u>				
	<u>Wert</u>				
	% - Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe				
	Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen			<u>Anzahl</u>	
				<u>Menge</u>	
			<u>Wert</u>		
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern			<u>Anzahl</u>		
			<u>Menge</u>		
			<u>Wert</u>		
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren	<input type="text"/>	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anzahl Wochen nach Lieferung)				<input type="text"/>	
Auszahlungspreise			<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis	<input type="text"/> % Anteil mit fixem Preis	
			<input type="text"/> % Anteil mit marktüb. Preis	<input type="text"/> % Anteil mit marktüb. Preis	
			<input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="text"/> % Anteil mit Auf-/ Abschlag	
Differenz in % zum Durchschnittspreis			<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart			<input type="text"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein	

Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein

2 Gesamtrohareinsatz landwirtschaftlichen Ursprungs auf Jahresbasis (der Betriebsstätte)

Rohwareneinsatz gesamt	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mengenmäßiger Anteil aus Ökoproduktion				
davon wertmäßiger Anteil Nachw. Rohstoffe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
wertmäßiger Anteil Drittlandware	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 Handelswarenbezug (gesamt)	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
------------------------------	------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

E Erfassungsdimension "Faktoreinsatz Ressourcen: Energie, Wasser, Verpackung"

1 Verbrauch / Einsatz an Energie der Betriebsstätte	Einheit	im Jahr vor der Antragstellung	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
Öl	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gas	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strom	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2 Energieverbrauch insgesamt	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
------------------------------	------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

3 Vom Gesamtverbrauch an Energie entfällt auf selbsterzeugte Energie aus ...

Wind, Solar, Wasser, Biogas	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nachwachsenden Rohstoffen	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produkt:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wärmerückgewinnung	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4 Verpackungsmaterial	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-----------------------	------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

5 Einsatz von Trinkwasser	Menge	m ³	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einsatz von Brauchwasser	Menge	m ³	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6 Entsorgung von Neben- und Abfallprodukten	Menge	t	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Abwasser	Menge	m ³	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F Erfassungsdimension "Produktion / Absatz / Finanzwirtschaftliche Zahlen"

1 Durch die Investition beeinflusste Kapazität der Betriebsstätte

a) Produktions- und Bearbeitungskapazität	Einheit	im Jahr vor der Antragstellung	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme		
Tageskap. (Vollausnutz.)	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Jahreskap. (Vollausnutz.)	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
stark saisonale Produktion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
realisierte Auslastung auf Jahresbasis	%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

b) Lagerkapazität

Kapazität	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
stark saisonale Lagerhaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein

c) Anmerkungen zu den Kapazitätsangaben

2 Produzierte Erzeugnisse der Betriebsstätte (des Unternehmens) (Daten für bis zu 5 Hauptprodukte)

	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR	%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		
	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		
	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		
	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		

3	Produzierte	Anzahl		
	Erzeugnisse gesamt	Menge		
	Wert i.S.von Umsatz			
wertmäßiger Anteil				
Endverbraucher	%			
Ökoprodukte	%			
Nachwachsende Rohstoffe	%			
von gesamt neu entwickelt	Menge			
	Wert			
Anzahl neu entwickelter Produkte				

4	Umsatz mit Handelswaren	Wert		
---	-------------------------	------	--	--

5 Beschäftigte auf Jahresbasis auf Betriebsstättenebene

Vollzeit - Beschäftigte	Anzahl		
Vollzeit - saisonal Beschäftigte	Anzahl		
Teilzeit - Beschäftigte	Anzahl		
davon geringfügig Beschäftigte	Anzahl		
Auszubildende	Anzahl		
Kontrolle: Summe Beschäftigte	Anzahl	0	0
dav. Anteil weiblicher Beschäftigter	%		
Personalaufwand	Kosten		

6 Umsatz / Materialaufwand

Umsatz	Wert		
Materialaufwand	Wert		

7 Spezifische Umsatzzahlen (relative Menge und Umsatz mit Produkten mit ... Güte-, Marken- oder Herkunftszeichen)

			im Jahr vor der Antragstellung		geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	
Güte-, Marken-, Herkunftszeichen		Einheit	Güte- und Marken-zeichen	Herkunfts-zeichen	Güte- und Marken-zeichen	Herkunfts-zeichen
unternehmenseigen	Menge	%				
	Wert	%				
regional / national	Menge	%				
	Wert	%				
EU - Gütezeichen	Menge	%				
	Wert	%				

8 Spezifische Umsatzzahlen mit Ökoprodukten

Ökoprodukten	Menge	%		
	Wert	%		

9 Spezifische Umsatzzahlen mit Mehrwegsystemen

Mehrwegsystemen	Menge	%		
	Wert	%		

G Erfassungsdimension "Qualitätssicherungssysteme / Qualitätskontrolle"

1	Überwachung / Monitoring des Produktionsprozesses nach / durch ...	im Jahr vor der Antragstellung	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
	ISO 9000 ff	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein
	TQM (Total Quality Management)	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein
	GMP (Good Manufacturing Practice)	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein
	HACCP gemäß EG - Hygienerichtlinie	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein
	Sonstige (individuelle Vereinb., IFS, QS, etc.)	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nein
2	Kontrollen durch Behörden, gesamt dabei Kontrollen mit Beanstandungen	Anzahl Anzahl	Eingabe entfällt Eingabe entfällt
3	Qualitätsbedingt verworfene Produktion pro Jahr	Menge Wert	Eingabe entfällt Eingabe entfällt
4	Meldepflichtige Betriebsunfälle pro Jahr	Anzahl	Eingabe entfällt
5	Rechtskräftige Urteile wegen Verstoßes gegen das Tierschutzgesetz (letztes Geschäftsjahr)	Anzahl	Eingabe entfällt

H Anmerkungen zum Vorhaben

Bitte tragen Sie hier erläuternde Angaben zum Vorhaben ein, die zur besseren Einordnung und zum besseren Verständnis des Vorhabens notwendig sind. Die Anmerkungen können sowohl von den Begünstigten erfolgen, aber auch durch die Bewilligungsstelle ergänzt werden.

1.3 Abschlussbogen

Erfassung von Kennzahlen im Rahmen von Fördermaßnahmen zur Verbesserung der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse

Förderperiode 2000 - 2006

HAUPTBOGEN zum Projektabschluss

Version:
EB_Jan05_2000-2006

Die Angaben sollen sich auf ein volles Geschäftsjahr nach Fertigstellung der Investition beziehen, nach Möglichkeit für die Betriebsstätte erfolgen, für die Investitionsförderung beantragt wurde. Im Abschnitt C sind Angaben mit Bezug zur Investition erforderlich.

Hellblauer Bereich wird von Bewilligungsstelle ausgefüllt !

Code gesamt Vorzeitiger Maßnahmenbeginn

Sektor bewilligt am

Posteingang des (Schluss-) Verwendungsnachweises am

Posteingang des Erfassungsbogen "Projektabschluss" am

Projektabschluss der Behörde am

Förderung nach Grundsätzen / Richtlinien:

GAK plus landesspezifische Regelungen

- | | | |
|--------------------------------|---|--------------------------------|
| <input type="text" value="?"/> | Marktstrukturverbesserung (GAK) | <input type="text" value="?"/> |
| <input type="text" value="?"/> | Marktstrukturgesetz (GAK) | <input type="text" value="?"/> |
| <input type="text" value="?"/> | Ökologische Herkunft (GAK) | <input type="text" value="?"/> |
| <input type="text" value="?"/> | Regionale Herkunft (GAK) | <input type="text" value="?"/> |
| <input type="text" value="?"/> | sonstigen landesspezifischen Richtlinien: | |

wenn ja, welchen :

Fördersätze lt. gültigem Bewilligungsbescheid EU GAK Bundesland außerh.GAK

Gebietskategorie der Betriebsstätte

- Ziel 2 - Gebiet
- Gebiet mit Umwelteinschränkungen / auflagen
- Berggebiet
- sonstiges benachteiligtes Gebiet
- Gebiet mit speziellen Benachteiligungen

A Angaben zur Beziehung Betriebsstätte zum Unternehmen

			geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
1 Angaben erfolgen auf Betriebsstättenebene			<input type="text" value="?"/> Ja / Nein	<input type="text"/> Ja / Nein
2 Relativer Anteil der Betriebsstätte am Unternehmen (auch Schätzungen zulässig) bezüglich des / der				
Umsatzes	Wert	%	<input type="text" value="?"/>	<input type="text" value="?"/>
	Menge	%	<input type="text" value="?"/>	<input type="text" value="?"/>
Rohwareneinsatzes	Wert	%	<input type="text" value="?"/>	<input type="text" value="?"/>
	Vollzeit	%	<input type="text" value="?"/>	<input type="text" value="?"/>
Beschäftigte	Teilzeit	%	<input type="text" value="?"/>	<input type="text" value="?"/>
	Saison	%	<input type="text" value="?"/>	<input type="text" value="?"/>
	Azubis	%	<input type="text" value="?"/>	<input type="text" value="?"/>

B Allgemeine Angaben

1 Wurden bereits Investitionen in dieser Betriebsstätte im Rahmen der Marktstruktur gefördert? ?
wenn ja, in Periode: vor 1994 N 1994 - 1999 N 2000 - 2006 N

2 Bezeichnung des Vorhabens

3 Datum der Antragstellung

4 Rechts- / Betriebsform des Begünstigten

- Unternehmen
 Erzeugerorganisation nach GMO
 Erzeugergemeinschaft nach Marktstrukturgesetz
 Erzeugerzusammenschluss, davon regional ökologisch

C Erfassungsdimension "Investitionen"

1 Erfolgt Änderungen der Zuord. zu Haupt- / Nebenzielen gegenüber dem Antrag (Frage C4-6) N Ja / Nein

2 Gesamtinvestitionskosten (nach Projektabschluss)

3 Erfolgte die Inv. aufgrund einer Verlagerung oder Schließung einer anderen Produktionsstätte ? Ja / Nein

wenn ja **Auswahlliste** aus dem gleichen / aus einem anderen Bundesland / sonstiges

4 Haupt- und Nebenziele der Investition als Relativangaben in % entsprechend VO (EG) 1257/1999

- | | |
|----------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ? | 1 Ausrichtung der Erzeugung an der voraussichtlichen Marktentwicklung |
| <input type="checkbox"/> ? | 2 Förderung der Entwicklung neuer Absatzmöglichkeiten |
| <input type="checkbox"/> ? | 3 Verbesserung bzw. Rationalisierung der Vermarktungswege |
| <input type="checkbox"/> ? | 4 Verbesserung bzw. Rationalisierung der Verarbeitungsverfahren |
| <input type="checkbox"/> ? | 5 Verbesserung der Aufmachung und Verpackung der Erzeugnisse |
| <input type="checkbox"/> ? | 6 Bessere Nutzung bzw. Entsorgung der Nebenprodukte und Abfälle |
| <input type="checkbox"/> ? | 7 Anwendung neuer Techniken |
| <input type="checkbox"/> ? | 8 Förderung innovativer Investitionen |
| <input type="checkbox"/> ? | 9 Verbesserung und Überwachung der Qualität |
| <input type="checkbox"/> ? | 10 Verbesserung und Überwachung der Hygienebedingungen |
| <input type="checkbox"/> ? | 11 Umweltschutz (z.B. Ressourcenschonung, Abwasseraufbereitung) |
| <input type="checkbox"/> ? | 12 Verbesserung des Wohlbefindens der Tiere (Tiergerechtigkeit, Tierschutz, Tierhygiene) |

SUMME muss 100 % ergeben (wird automatisch aufsummiert)

? Hauptinvestitionsziel (Auswahlliste),

5 Anteilige Zuordnung der Investition (einschliesslich Kapazitätserweiterungen) zum Unternehmensbereich

- | | | |
|----------------------------|-----------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ? | Produktionsorientiert | (Be- und Verarbeitung, Abfüllung, Abpackung) |
| <input type="checkbox"/> ? | Lagerungsorientiert | (vor oder nach der Verarbeitung, incl. Kühlung etc.) |
| <input type="checkbox"/> ? | Produktionslogistik | (Erfassen, Anliefern, Ausliefern) |
| <input type="checkbox"/> ? | Vermarktung, Absatz | (Vermarktungseinrichtungen, - halle, - raum) |
| <input type="checkbox"/> ? | Sonstiges | |

SUMME muss 100 % ergeben (wird automatisch aufsummiert)

6 Anteil in % an der Gesamtinvestition mit dem Ziel der

? Verbesserung der Arbeitsplatzbedingungen und des Unfallschutzes

Blauer Bereich wird von der Bewilligungsstelle ausgefüllt !

7 förderfähige Investitionskosten (nach Projektabschluss)

8 nach Projektabschluss ermittelte zuwendungsf. Investitionskosten

9 Maßnahme gemäß Artikel 52 (top - up) ? Ja / Nein

D Erfassungsdimension "Faktoreinsatz Rohwaren / Abnahme- und Lieferverträge"

I Rohwareneinsatz auf Jahresbasis (Angaben für die bis zu 5 bedeutendsten Rohwaren) der Betriebsstätte.
 Falls nach Fertigstellung der Investition in bedeutendem Ausmaß Rohwaren bezogen wurden, die nicht im Hauptbogen zur Antragstellung aufgeführt wurden, bitte Menge und Wert dieser Rohwaren im Feld H eintragen. Falls Rohwaren wegfallen bitte bei Menge und Wert "0" eingeben.

Rohwaren landwirtschaftlichen Ursprungs	Menge	Einheit	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme		realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	
	Wert					
%Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe						
Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen			Anzahl			
			Menge			
			Wert			
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern			Anzahl			
			Menge			
			Wert			
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren		in Jahren	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anz. Wochen nach Lieferung)						
Auszahlungspreise			<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis
			<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis
			<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag
Differenz in % zum Durchschnittspreis			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart			<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart			<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen			<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein

II

Rohwaren	Menge	Einheit	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme		realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	
	Wert					
%Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe						
Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen			Anzahl			
			Menge			
			Wert			
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern			Anzahl			
			Menge			
			Wert			
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren		in Jahren	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anz. Wochen nach Lieferung)						
Auszahlungspreise			<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis
			<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis
			<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag
Differenz in % zum Durchschnittspreis			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart			<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart			<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen			<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein

III

Rohwaren	Menge	Einheit	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme		realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	
	Wert					
%Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe						
Vertragliche Bindungen für Rohware mit Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen			Anzahl			
			Menge			
			Wert			
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern			Anzahl			
			Menge			
			Wert			
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren		in Jahren	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anz. Wochen nach Lieferung)						

Auszahlungspreise	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis
	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis
	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag
Differenz in % zum Durchschnittsmarktpreis	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein

IV	<input type="checkbox"/>	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
% -Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vertragliche Bindungen für Rohware mit		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen	Anzahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern	Anzahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren <input type="checkbox"/>	in Jahren <input type="checkbox"/>	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anz. Wochen nach Lieferung)			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Auszahlungspreise	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis
	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis
	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag
Differenz in % zum Durchschnittsmarktpreis	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein

V	<input type="checkbox"/>	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
% -Anteil aus Ökoproduktion / Nachw. Rohstoffe		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vertragliche Bindungen für Rohware mit		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erzeugergemeinschaften, -zusammenschlüssen oder -organisationen	Anzahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Einzel-) Erzeugern oder sonst. Zusammenschlüssen von Erzeugern	Anzahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Laufzeit der Verträge			in Jahren <input type="checkbox"/>	in Jahren <input type="checkbox"/>	
Zahlungsziel (Hauptrechnungsbetrag, Anz. Wochen nach Lieferung)			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Auszahlungspreise	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit fixem Preis
	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit marktüb. Preis
	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag	<input type="checkbox"/>	% Anteil mit Auf-/ Abschlag
Differenz in % zum Durchschnittsmarktpreis	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Indexierung der Abnahmepreise vereinbart	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Qualitätszu- oder -abschlag vereinbart	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein
Vertragsstrafen vorgesehen	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein	<input type="checkbox"/>	Ja / Nein

2 Gesamtrohwareneinsatz landwirtschaftlichen Ursprungs auf Jahresbasis (der Betriebsstätte)

Rohwareneinsatz gesamt	Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mengenmäßiger Anteil aus Ökoproduktion	<input type="checkbox"/>				
davon wertmäßiger Anteil Nachw. Rohstoffe	<input type="checkbox"/>				
wertmäßiger Anteil Drittlandware	<input type="checkbox"/>				

3	Handelswarenbezug (gesamt)	Wert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---	----------------------------	------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

E Erfassungsdimension "Faktoreinsatz Ressourcen: Energie, Wasser, Verpackung"

1 Verbrauch / Einsatz an Energie der Betriebsstätte		Einheit	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
Öl	Menge			
	Wert			
Gas	Menge			
	Wert			
Strom	Menge			
	Wert			
2 Energieverbrauch insgesamt		Wert		
3 Vom Gesamtverbrauch an Energie entfällt auf selbsterzeugte Energie aus ...				
Wind, Solar, Wasser, Biogas	Menge			
nachwachsenden Rohstoffen	Menge			
Produkt:				
Wärmerückgewinnung	Menge			
4 Verpackungsmaterial		Wert		
5 Einsatz von Trinkwasser	Menge	m ³		
	Wert			
Einsatz von Brauchwasser	Menge	m ³		
6 Entsorgung von Neben- und Abfallprodukten	Menge	t		
	Wert			
Abwasser	Menge	m ³		
	Wert			

F Erfassungsdimension "Produktion / Absatz / Finanzwirtschaftliche Zahlen"

1 Durch die Investition beeinflusste Kapazität der Betriebsstätte				
a) Produktions- und Bearbeitungskapazität		Einheit	geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
Tageskap. (Vollausnutz.)	Menge			
Jahreskap. (Vollausnutz.)	Menge			
stark saisonale Produktion			Ja / Nein	Ja / Nein
realisierte Auslastung auf Jahresbasis		%		
b) Lagerkapazität				
Kapazität	Menge			
stark saisonale Lagerhaltung			Ja / Nein	Ja / Nein
c) Anmerkungen zu den Kapazitätsangaben				
Bei Antragstellung erfolgten keine Anmerkungen				
Ergänzungen zu Projektabschluss (sofern abweichend zu denen bei Projektantrag)				
2 Produzierte Erzeugnisse der Betriebsstätte (des Unternehmens) (Daten für bis zu 5 Hauptprodukte)				
	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		
	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		
	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		
	Menge			
	Wert			
wertmäßiger Anteil Ökoprodukte / NR		%		
	Menge			
	Wert			

3	Produzierte Erzeugnisse gesamt	Anzahl			
		Menge			
	Wert i.S.von Umsatz				
wertmäßiger Anteil					
	Endverbraucher	%			
	Ökoprodukte	%			
	Nachwachsende Rohstoffe	%			
von gesamt neu entwickelt					
		Menge			
		Wert			
Anzahl neu entwickelter Produkte					

4	Umsatz mit Handelswaren	Wert			
---	-------------------------	------	--	--	--

5 Beschäftigte auf Jahresbasis auf Betriebsstättenebene

Vollzeit - Beschäftigte	Anzahl		
Vollzeit - saisonal Beschäftigte	Anzahl		
Teilzeit - Beschäftigte	Anzahl		
davon geringfügig Beschäftigte	Anzahl		
Auszubildende	Anzahl		
Kontrolle: Summe Beschäftigte	Anzahl	0	0
dav. Anteil weiblicher Beschäftigter	%		
Personalaufwand	Kosten		

6 Umsatz / Materialaufwand

Umsatz	Wert		
Materialaufwand	Wert		

7 Spezifische Umsatzzahlen (relative Menge und Umsatz mit Produkten mit ... Güte-, Marken- oder Herkunftszeichen)

			geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme		realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	
Güte-, Marken-, Herkunftszeichen	Einheit		Güte- und Marken-zeichen	Herkunfts-zeichen	Güte- und Marken-zeichen	Herkunfts-zeichen
			unternehmenseigen	Menge	%	
	Wert	%				
regional / national	Menge	%				
	Wert	%				
EU - Gütezeichen	Menge	%				
	Wert	%				

8 Spezifische Umsatzzahlen mit Ökoprodukten

Ökoprodukten	Menge	%		
	Wert	%		

9 Spezifische Umsatzzahlen mit Mehrwegsystemen

Mehrwegsystemen	Menge	%		
	Wert	%		

G Erfassungsdimension "Qualitätssicherungssysteme / Qualitätskontrolle"

1	Überwachung / Monitoring des Produktionsprozesses nach / durch ...		geplant nach Abschluss der Investitionsmaßnahme	realisiert nach Abschluss der Investitionsmaßnahme
	ISO 9000 ff		<input type="checkbox"/> Ja / Nein	<input type="checkbox"/> Ja / Nein
	TQM (Total Quality Management)		<input type="checkbox"/> Ja / Nein	<input type="checkbox"/> Ja / Nein
	GMP (Good Manufacturing Practice)		<input type="checkbox"/> Ja / Nein	<input type="checkbox"/> Ja / Nein
	HACCP gemäß EG - Hygienerichtlinie		<input type="checkbox"/> Ja / Nein	<input type="checkbox"/> Ja / Nein
	Sonstige (individuelle Vereinb., IFS, QS, etc.)		<input type="checkbox"/> Ja / Nein	<input type="checkbox"/> Ja / Nein
2	Kontrollen durch Behörden, gesamt	Anzahl	Eingabe entfällt	
	dabei Kontrollen mit Beanstandungen	Anzahl	Eingabe entfällt	
3	Qualitätsbedingt verworfene Produktion pro Jahr	Menge Wert	Eingabe entfällt	
			Eingabe entfällt	
4	Meldepflichtige Betriebsunfälle pro Jahr	Anzahl	Eingabe entfällt	
5	Rechtskräftige Urteile wegen Verstoßes gegen das Tierschutzgesetz (letztes Geschäftsjahr)	Anzahl	Eingabe entfällt	

H Anmerkungen zum Vorhaben

Bitte tragen Sie hier erläuternde Angaben zum Vorhaben ein, die zur besseren Einordnung und zum besseren Verständnis des Vorhabens notwendig sind. Die Anmerkungen können sowohl von den Begünstigten erfolgen, aber auch durch die Bewilligungsstelle ergänzt werden.

Bei Antragstellung erfolgten keine Anmerkungen

Ergänzungen zu Projektabschluss (sofern abweichend zu denen bei Projektantrag)

14 Bitte schätzen Sie, wieviele der Unternehmen neben der geförderten Investition im bisherigen Förderzeitraum zusätzlich investiert haben (in %):

<input type="checkbox"/>	% in ähnlicher Höhe wie geförderte Investition
<input type="checkbox"/>	% in deutlich geringerem Umfang als geförderte Investition
<input type="checkbox"/>	% in deutlich höherem Maße als geförderte Investition
<input type="checkbox"/>	% keine annähernd fundierte Aussage möglich
<input type="checkbox"/>	100% SUMME

15 Fanden, durch die geförderte Investition angestoßen, auch in anderen Unternehmen der Region nennenswerte Investitionen statt?

<input type="checkbox"/>	bedeutsam
<input type="checkbox"/>	vernachlässigbar
<input type="checkbox"/>	keine annähernd fundierte Aussage möglich

16 Wieviele verschiedene Mitarbeiter wurden für die Antragsbearbeitung, Projektbegleitung und -kontrolle dieser Fördermaßnahme eingesetzt ?

Anzahl Personen

17 Schätzen Sie bitte den Aufwand in Vollzeit-AK (z.B. alles zusammen etwa eine halbe Arbeitskraft = 0,5 AK) ?

Anzahl AK

18 Haben Sie manchmal den Eindruck, dass Sie ein Projekt bewilligen, weil es die Förderkriterien erfüllt, aber dass dieses Projekt keine nennenswert positive Wirkung für die Ziele des Programmes hat?

<input type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Ja, in weniger als 5% der Fälle
<input type="checkbox"/>	Ja, in weniger als 10% der Fälle
<input type="checkbox"/>	Ja, in mehr als 10% der Fälle

19 Ihre Maßnahmen werden im Rahmen der Verbesserung der V&V gefördert. Wie gut sind Sie mit den anderen Maßnahmen im Programm 'Ländlicher Raum' vertraut?

<input type="checkbox"/>	gar nicht
<input type="checkbox"/>	wenig
<input type="checkbox"/>	guter Überblick

20 Gibt es im Rahmen ihrer Maßnahme Möglichkeiten, diese mit anderen Maßnahmen vor Ort sinnvoll zu kombinieren (z.B. einzelbetrieb. Förderung, Dorferneuerung oder auch regionale Wirtschaftsförderung)?

(ja / nein / keine Kenntnis), wenn ja welche

21 Wurden schon einmal durch Anträge mehr Mittel beantragt als verfügbar waren?

<input type="checkbox"/>	(ja / nein), wenn ja, wie sollte man darauf reagieren (Bitte Rangfolge 1; 2; 3 in die Kästchen eintragen) :
<input type="checkbox"/>	Fördersatz verringern bzw. zuwendungsfähige Kosten absenken
<input type="checkbox"/>	Bewilligung nach dem 'Windhundverfahren'
<input type="checkbox"/>	Auswahl der Projekte nach Kriterien (z.B. Arbeitsplatzschaffung etc.)

22 Welche Kriterien spielen für die Abwicklung des Förderprogrammes im Bereich V&V eine Rolle?

Bitte beurteilen Sie die Wichtigkeit von 1 bis 3: (1 = wichtig, 2 = hat gewisse Bedeutung, 3 = unwichtig)

<input type="checkbox"/>	- Möglichst alle Unternehmen mit formeller Förderwürdigkeit sollen gefördert werden
<input type="checkbox"/>	- Die Projekte sollen möglichst schnell umgesetzt werden
<input type="checkbox"/>	- Die Förderung soll den Strukturwandel hin zu größeren Unternehmen unterstützen
<input type="checkbox"/>	- Die Förderung soll in finanzielle Schwierigkeiten geratene Unternehmen auffangen
<input type="checkbox"/>	- Die Fördergelder sollen möglichst komplett eingesetzt werden
<input type="checkbox"/>	- Ein fester Mitarbeiterstab und Kontinuität in den politischen Zielsetzungen tragen zur Fördereffizienz bei
<input type="checkbox"/>	- Rückforderungen von Fördermitteln und gescheiterte Projekte werden negativ bewertet

23 Es kommt vor, dass zum Ende des HH-Jahres wegen überschüssiger Fördermittel in einer Maßnahme, in einer anderen Maßnahme kurzfristig Projekte bewilligt und Fördermittel ausgezahlt werden.

(ja trifft zu/ nein trifft nicht zu)

24 Wenn die vorhergehende Aussage zutrifft: Besitzt der schnelle Abfluss von Fördermitteln oder die programmgemäße Verwendung der Fördergelder die größere Priorität?

Schneller Abfluss hat größere Priorität Programmgemäße Verwendung hat größere Priorität

25 Wie könnte nach Ihrer Meinung die Förderung im Bereich V&V insbesondere verbessert werden:

Insbesondere durch:

SIE HABEN UNS SEHR GEHOLFEN, WIR DANKEN IHNEN FÜR IHREN EINSATZ ! !

3 Interviewleitfaden : UPDATE auf der Ebene der Länderministerien

Interviewleitfaden : UPDATE auf der Ebene der Länderministerien

Gliederung

A Grundlegende Informationen zum Programmbestandteil Verarbeitung und Vermarktung (V&V)

B Programmänderungen Strategieüberlegungen im Bereich V&V

C Gesamtübersicht Förderprogramme

D Ziele, Zielvorgaben, Indikatoren

E Organisation und Umsetzung des Programmbestandteiles

F Sektorspezifische Fragen

Wo GesprächspartnerInnen

Wann weitere Ansprechpartner

Tel: Fax: e-mail:

Evaluator/en:

15 A Grundl. Informationen zum Programmbestandteil Verarbeitung und Vermarktung (V&V)

16 WICHTIG: Beim Besuch wird besprochen, ob alle nachfolgend aufgeführten Unterlagen

17 verfügbar sind und was noch fehlt! Liefertermine festlegen!

19 Wichtiger Hinweis: Der Bericht wird dem Ministerium zur Beurteilung übermittelt.

20 Anders als in Vorgängerperioden jedoch an den Programmkoordinator. Es gibt nur eine 14tägige Frist zur Durchsicht.

22 Aktueller Plan und revidierte Pläne (gem. Art.40, VO (EG) 1257/99, bis Dez. 2004),

23 Zeitpunkte der Änderung und inhaltlicher Hintergrund siehe Tabelle ~~XX~~ Tabellenmappe_2005.xls; Entscheid_Plan

24 - Weitere Dokumente, Rechtsgrundlagen:

25 (allg. und spez. bzgl. V&V inkl. Richtlinien, Anweisungen etc. für die Administration u. Bewilligung z.B. Eingrenzung Förderung);

26 Jahresbericht bzw. Lagebericht 2003 + 2004

27 Agrarbericht 2003 + 2004

28 - Finanzdaten

30 siehe Tabelle XX Tabellenmappe_2005.xls; Mittel_Sektoren; Mittelabfl_Planerf; Projektliste; Gesamt_foerd; Zielbeziehung

31 detaillierter **indikativer Finanzplan** und revidierte Versionen seit 2000:

32 Sektorale Aufteilung der Mittel; ggf. vorgenommene Änderungen im Zeitablauf

33 Ist-Ausgaben bis 31.12.2004 (z.B. nach Tab 104); Wir benötigen den bisherigen Abfluss von Fördergeldern

34 des Bereiches V&V in zeitlicher Hinsicht nach EU-HH- Jahren

35 **Projektliste** mit aktuellem Bewilligungsstand bis 31.12.2004

36 Monitoringdaten; Erfassungsänderungen und Daten 2002-2004

37 **top-up**-Maßnahmen in V&V? Umfang, Begründung, Ausgestaltung

38 finanzieller Umfang der **Rückforderungen**

39 Wieviele Mittel sind durch langfristige Maßnahmen bzw. auch Projekte in den kommenden Jahren gebunden

40 (dazu gab es eine PLANAK- Abfrage) und hat dies auch im Bereich V&V Bedeutung?

41 Wie wird bei Ihnen 'administrativ' das Ende der Förderperiode abgewickelt? Steht das schon fest?

43 GROSSINVESTITIONEN (evtl. mit Sondergenehmigungen aus Brüssel): Gab es besondere Investitionen

44 und wirkten sie sich auf die Finanzausstattung und Finanzierungsmöglichkeiten in den anderen Bereichen von V&V aus?

45 Gibt es V&V-Projekte nach Art. 33?

46 - Wenn ja, in welcher(n) Maßnahme(n)?

47 - In welcher Organisation/ durch wen/in welchem Umfang werden V&V-Maßnahmen nach Art. 33 gefördert, begleitet und bewertet?

48

49	B Programmänderungen Strategieüberlegungen im Bereich V&V	
51	- Wurden Änderungen im Bereich V&V vorgenommen? :	
52	Wie stellte sich das Verfahren dar:	a) zeitliche Aspekte
53		b) inhaltliche Aspekte
54	Welche Rolle spielten EU, Begleitausschuss, andere Abteilungen Ministerien:	
55	Hat sich die Gewichtung der einzelnen Bereiche zu Gunsten oder zu Lasten von V&V verändert? Gründe:	
56	Haben Ergebnisse der Halbzeitbewertung einen Einfluß gehabt?	
58	Ist die im Programm erfolgte Sektorauswahl aktuell noch o.k.?	
59	(ja / nein) Begründung	
61	Welchen generellen Einfluss hat die Neuausrichtung der Agrarpolitik	
62	auf die laufende Förderperiode	
63	auf die kommende Förderperiode 2007-2013	
65	Aussagen zur strategischen (mittel- bis langfr.) Ausrichtung des Programmes (Thema der Halbzeitbewertung?)	
66	Aussagen?	
67	Haben sich diesbezüglich die Organisation und/oder Vorgehensweise geändert?	
69	Was sollte sich im Hinblick auf die Periode 2007-2013 diesbezüglich unbedingt ändern?	
70	- Bedarf, Bedarfsermittlung	
71	- Entwicklungsplanung (Strategie)	
72	- finanzielle Schwerpunkte und Festlegungsprocedere	
73	- Zielgruppenorientierung? (z. B. auf Unternehmen, auf Regionen, auf Branchen oder ...)	
74	- Beurteilung des Diskussionspunktes KMU vor dem Hintergrund des ELER-VO-Entwurfes (pos./neg. Aspekte und Standpunkt Ministerium) bzw. gibt es eine offizielle Stellungnahme des Bundeslandes bzgl. ELER? Bitte zur Verfügung stellen	
75	- Beurteilung eines Wegfalls der Förderung als nächststärkere Stufe gegenüber ELER	
77		- Folgen bzgl. der Landwirtschaft in Ihrem Bundesland
78		- Folgen bzgl. V & V in Ihrem Bundesland
79		- Folgen bzgl. internationaler Wettbewerbsfähigkeit dieser Unternehmen
81	integrativer Ansatz sinnvoll?	- Abstimmungsprocedere
82		- Entscheidungseffizienz
83		- tatsächliche Synergieeffekte
85	intraministerielle Abstimmung	Änderungen seit 2000
87	interministerielle Abstimmung; insbesondere Wirtschaftsministerium	Änderungen seit 2000
89	Zusammenarbeit mit anderen Bundesländern:	Änderungen seit 2000
90		Gemeinsamer Plan eine Überlegung wert (Vor-/Nachteile)?
91		Gesamtdeutscher Plan (Nicht Ziel 1) sinnvoll?
92	Sehen Sie im Bereich V & V den Charakter einer Anschubfinanzierung zur Förderung einer eigenständigen Entwicklung	
93	der Unternehmen als zweckmäßig an?	(ja / nein), Begründung
94	Ist er bei Ihnen gewährleistet?	(ja / nein), Begründung
96	Werden die politischen Entscheidungsprozesse den Bedürfnissen des Bereiches V&V gerecht?	
97	Welche Möglichkeiten der Einflussnahme sehen Sie?	
98	... und wie sieht dies bezüglich des integrierten Ansatzes aus?	
99	Findet der integrierte Ansatz (inkl. Synergieeffekte etc.) aktuell auf Arbeitsebene statt und wie sollte dies ab 2007-2013 gemacht werden?	
100	Haben die Regionen hinsichtlich einer an den spezifischen Bedürfnissen eines Sektors ausgerichteten Förderung	
101	ausreichend Freiräume in der Gestaltung?	(ja / nein), Begründung

103 C Gesamtübersicht Förderprogramme

- 105 Bestehen in Ihrem Bundesland alternative Förderprogramme für Unternehmen im Bereich V&V in 2000-2006?
106 siehe beigefügte Tabelle: *XX_Tabellenmappe_2005.xls*; *Gesamt_foerd*;
107 (ja / nein / unbekannt), wenn ja: Landesprogramme, VO 2200 (GMO) Betriebsfonds, allgemeine regionale Wirtschaftsförderung,
108 weitere Förderprogramme: (...).
109 für welche Zielgruppen:
110 In welchem Umfang haben Unternehmen des Bereiches der Verarbeitung und Vermarktung landw. Erzeugnisse
111 diese Fördermöglichkeit genutzt?
112 - Fördervolumen (NBL: efREporter?)
113 - Anzahl der Fälle
114 - Betroffene Sektoren
116 Sind Ihnen realisierte Förderfälle bekannt, die auch im Rahmen der VO 1257/1999 hätten gefördert werden können?
117 (ja / nein | welche?)
119 Warum werden (gerade) diese Alternativprogramme genutzt ? Wegen
120 - des Fördersatzes
121 - der Ausschlusskriterien
122 - andere Gründe Bitte nennen:

124 D Ziele, Zielvorgaben, Indikatoren

- 126 Wichtigste Ziele im Programmbestandteil V&V wurden in der Halbzeitbewertung formuliert und zwar folgende:
127 Sind sie weiterhin gültig?
128 Was ist vor dem Hintergrund Agrarreform dazu zu sagen?
129 Was ist vor dem Hintergrund anderer Rahmenbedingungen des Bundeslandes dazu zu sagen?
130 Wo treten Synergieeffekte oder negative Wirkungen zwischen den Zielen im Bereich VV und den Zielen
131 des Gesamtprogrammes auf? Gibt es Wirkungen auf/über
132 alternative Programme bzw. Politiken des Bundeslandes im Bereich V&V (bitte Antwort vorbereiten)?
133 anderer Politiken der EU?
134 Sollte sich zukünftig (bzgl. ELER und 2007-2013) hinsichtlich des integrierten Ansatzes etwas ändern?

136 E Organisation und Umsetzung des Programmbestandteiles

- 138 Hat sich die gewählte Förderart bewährt? Gibt es Alternativen (Beurteilung)
139 Gab es im Verlauf der Förderperiode Anpassungen/Änderungen der Förderkonditionen oder auch der Fördergegenstände?
141 Wie interpretieren sie förderfähige und zuwendungsfähige Investitionskosten in Ihrem Bundesland?
142 Auf welcher Stufe werden Drittlandwaren abgezogen?
144 Wie werden Änderungen/Anpassungen bei Projekten administrativ abgewickelt?
146 Vertragsbindung:
147 Gibt es besondere Aspekte bzgl. Vertragsbindung in Ihrem Bundesland bzw. in Sektoren?
148 Insbesondere bzgl. Fleisch wenn Schlachthof an Zerlegung liefert aber auch bei Dienstleistungen (Ölpresen für Ölmühle)?
149 Wie wird Vertragsbindung geprüft?
150 Lieferverpflichtungen bei Satzungsrecht, Bindungsfrist in Jahren?
152 Gab es hinsichtlich der geförderten Unternehmen im vergangenen Jahrzehnt eine hohe Fluktuation, oder überwiegt
153 die wiederholte Förderung von Unternehmen?
154 Welche Unterschiede gibt es in den Sektoren?
156 Stimmt das Antragsvolumen mit dem aktuellen Finanzrahmen noch überein?
157 Wie wird das im Bundesland geregelt?
159 Werden die Begünstigten dazu verpflichtet, über den "tatsächlichen Erfolg" Auskunft zu geben?
160 ("tatsächlich" = inwieweit die geplanten Verbesserungen (hauptsächlich wohl die Wirtschaftlichkeit) auch tatsächlich eingetreten sind)
161 (ja / nein), wenn ja, wie und wie häufig, Begründung
163 Sollte der Projekterfolg als Beurteilungskriterium für nachfolgende Förderanträge herangezogen werden?
164 Wie könnte das Vorgehen gestaltet sein? Ranking sinnvoll (vgl. Verfahren aus EB-Auswertung)?
165 Alternativen?
167 Hat es Rückforderungen / Anlastungen gegeben?
168 Wenn ja: in welchen Bereichen
169 Gründe
170 finanzieller Umfang der Rückforderungen
171 Begleitsystem:
172 Hat es sich bewährt?
173 Gibt es Änderungsbedarf? Insbesondere für 2007-2013?

175 Zielwerte/Indikatoren gemäß Plan

176 Haben sie diese erfasst und ausgewertet? Wenn nicht, ist es geplant?

177 Bitte stellen Sie uns Erfassungs- oder Auswertungslisten zur Verfügung

178 Hat sich die Formulierung der Zielwerte als sinnvoll erwiesen?

179 Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie?

180 Ist der EB diesbezüglich ein sinnvolles Verfahren?

181 Ist das Monitoringsystem diesbezüglich ein sinnvolles Verfahren?

183 Eine hohe Belastung durch Meldepflichten (Jahresbericht, Monitoring, EB etc.) wurde 2002 oft genannt:

184 Haben sich zwischenzeitlich Veränderungen oder Rationalisierungseffekte ergeben? Bitte beschreiben Sie die Situation!

185 Wie beurteilen Sie in diesem Zusammenhang die Planbarkeit der Zahlungsströme im bisherigen Verlauf der Förderperiode?

187 Gab es Verwaltungsreformen, Umstrukturierungen oder ähnliches?

188 Welcher Art? Welche Begründung und Zielsetzung stand dahinter? Wie sind die tatsächlichen Wirkungen?

190 F Sektorspezifische Fragen

192 Bedarfsentwicklung wie erwartet? Welche Veränderungen gibt es im Vergleich zur Anfangsphase?

193 Ziele bzw. angestrebte Entwicklungen des Sektors: Werden die Ziele bis 2006 erreicht?

194 Wirkungen der Maßnahme beschreiben: Wie sollte die Wirkungsmessung (z.B. Qualität) erfolgen?

195 Wie schätzen Sie den Grad der Zielerreichung ein? Woran machen Sie den fest?

196 Welche Synergien/negativen Effekte zu anderen Maßnahmen des Programms sind wichtig?

197 Wegfall der Förderung: Konsequenzen für Unternehmen, Landwirte und Region

198 Ist eine Fortsetzung dieser Form der Förderung sinnvoll oder notwendig? Im Hinblick auf Änderungen ELER-VO bzw. neue Flächenprämien.

199 Brancheninfos zu Sektoren und Region: Kommentieren und von Minist. beurteilen lassen.

200 Sind es immer die gleichen Unternehmen, die gefördert werden?

201

202

203

204

205

206

207

208

210 (im Ordner: Interviewunterlagen\Begleitunterlagen_Besuche); Namen der Dateien wurden nicht aktualisiert!

211 a ~ für Zeile: 33 Fragebogen_Ministerien_UPDATE_korr_ALLE.xls_V&V_Planung_und_IST_Ausgaben

212 b ~ für Zeile: ## Alternative_Foerderprogramme_2000_2006.xls

Aktualisierung der Zwischenbewertung der Förderung zur Marktstrukturverbesserung
in Deutschland für den Förderzeitraum 2000 bis 2006

**Fallstudie: Erarbeitung einer Vermarktungskonzeption im Rahmen
des EPLR des Landes Nordrhein-Westfalen**

**Heinz Wendt, Jochen Nölle, Josef Efken, Rainer Klepper
Volker Krah, Annette Trefflich, Inge Uetrecht,**

Braunschweig im August 2005

Inhaltsverzeichnis	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungen	III
0 Hintergrund	1
1 Beschreibung Maßnahme	2
1.1 Historie	2
1.2 Ziele	3
1.3 Begünstigte	5
1.3 Fördergegenstand	5
1.4 Förderkonditionen	6
1.5 Zuwendungsvoraussetzungen	6
1.6 Indikatoren	8
1.7 Finanzierung	9
1.8 Administrative Umsetzung	9
2 Methode/Datenbasis	9
3 Ergebnisse	10
3.1 Gesamtüberblick Maßnahme	10
3.2 Fallstudie	11
3.2.1 Beschreibung Projekt/Projektkonzept	11
3.2.2 Projektumsetzung	14
3.2.2.1 Ziele	14
3.2.2.2 Erarbeitung der Vermarktungskonzeption	15
3.2.2.3 Projektdurchführung/Akteure	16
3.2.3 Zielerreichung/verwaltungsmäßige Durchführung	21
3.2.3.1 Klare Zielformulierung	21
3.2.3.2 Projektziele	22
3.2.3.3 Projektbeiträge zu Zielen des EPLR	25
3.2.3.4 Projektbeiträge zu Zielen der VO (EG) 1257/1999	26

3.2.3.5	Finanzierung	27
3.2.3.6	Verwaltungsmäßige Abwicklung/Kooperation mit Verwaltung	28
3.2.3.7	Gesamtbeurteilung	28
3.3	Empfehlungen zur Maßnahmengestaltung	30
Literaturverzeichnis		33

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Regionale Verteilung der Rohwarenlieferanten im Fallbeispiel (Stand 2005)	17
Abbildung 2:	Skizze der Absatzströme des Unternehmens der Fallstudie	20
Abbildung 3:	Einschätzung der Bedeutung von Erfolgsfaktoren in der Fallstudie durch den Hauptgesellschafter	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Kennzahlen zur Förderung der Regionalvermarktung in Nordrhein-Westfalen in der Periode 2000 bis 2006 (Stand: April 2005)	10
Tabelle 2:	Entwicklung der Absatzmengen (I) nach Absatzwegen in der Fallstudie	23

Abkürzungen

BHKW	Blockheizkraftwerk
CMA	Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft
DIN	Deutsche Industrie Norm
EG	Europäische Gemeinschaften
EPLR	Entwicklungsprogramm für den ländlichen Raum
GV	Gemeinschaftsverpflegung
IFS	International Food Standard
IP-Anbau	integrierte, kontrollierte Produktion
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
MSWF	Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen
MWMEV	Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
PFAU	Program zur finanziellen Absicherung von Unternehmensgründern aus Hochschulen, angeboten vom Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen (MSWF)
POS	Point of Sale
REN-Programm	„Rationelle Energieverwendung und Nutzung unerschöpflicher Energiequellen“ im Rahmen der Landesinitiative Zukunftsenergie Nordrhein-Westfalen
t	Tonne
VO	Verordnung

0 Hintergrund

Die weitgehend gesättigten Nahrungsmittelmärkte sind durch ein hohes Maß an Wettbewerbsintensität und Anpassungsnotwendigkeiten geprägt. Neben der Erhöhung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit in den traditionellen Absatzwegen und Marktsegmenten stellt die Suche nach ertragreichen neuen Absatznischen eine dauerhafte Herausforderung für die Marktteilnehmer in Land- und Ernährungswirtschaft dar. Verbraucherbefragungen signalisieren gute Marktchancen für Erzeugnisse aus der näheren Umgebung und aus Regionen mit positivem Image verbunden mit glaubwürdigen Herkunftsgarantien.

Vor diesem Hintergrund bietet Nordrhein-Westfalen im EPLR ergänzend zur Hauptförderung in schwerpunktmäßig ausgewählten Branchen Fördermaßnahmen im Bereich der Regional-Vermarktung sowie des ökologischen Landbaus an. Damit sollen Landwirte darin unterstützt werden, eng auf spezifische Produkteigenschaften ausgerichtete Marktsegmente professioneller und systematischer zu erschließen und zu bedienen, was lt. Programm die betreffenden Betriebe und ihre Organisationen häufig aus eigener Kraft nicht leisten können (MUNLV, 2004, S. 106). Der Entwicklung geeigneter Organisationsformen und Vermarktungsstrukturen im Bereich der regionalen Vermarktung als Antwort auf die zunehmende Verunsicherung der Verbraucher beim Lebensmittelkauf wird dabei besonderes Gewicht zuerkannt.

Im Rahmen verschiedener Maßnahmen sollen durch die Förderung finanzielle Hemmnisse und Risiken bei der Einführung überwunden und dem Bedarf der beteiligten Gruppen der Agrarwirtschaft entsprochen werden. Auf diese Weise soll u. a. der Auf- und Ausbau regionaler Vermarktungsstrukturen erreicht werden.

In der Förderperiode soll die Regionalvermarktung um mindestens das dreifache des Standes zu Beginn der Förderperiode ausgebaut werden. Neben der Förderung von

- Investitionen und Ausgaben für die Gründung und das Tätigwerden und wesentliche Erweiterungen von Vereinigungen von Erzeugern sowie
- seit 2002 von Ausgaben für die Einführung eines anerkannt stufenübergreifenden¹ Qualitätsmanagementsystems und für die Einführung eines anerkannt stufenübergreifenden Umweltmanagementsystems, einschließlich deren Erstzertifizierung sowie der Aus- und Weiterbildung im Hinblick auf die Anwendung dieser Systeme

¹ Das Adjektiv stufenübergreifend wurde ab 2004 im Einklang mit den GAK-Grundsätzen in die entsprechende Förderrichtlinie vor dem Hintergrund aufgenommen, dass Qualitätsmanagementsysteme in der Landwirtschaft im Rahmen der einzelbetrieblichen Förderung gefördert werden können (RdErl. v. 08.05.2004).

misst das Land NRW Produktions- und Vermarktungskonzeptionen für regional oder ökologisch erzeugte Produkte besondere Bedeutung für den Erfolg der Förderaktivitäten in diesem Bereich bei. Deshalb bietet das Bundesland eine Förderung für die Erarbeitung und Einführung von Produktions- und Vermarktungskonzeptionen für regional oder ökologisch erzeugte Produkte an und seit Anfang 2004 ist auch die Durchführung von Vermarktungskonzeptionen im Rahmen des EPLR förderfähig. Dieses Förderangebot orientiert sich an den entsprechenden Grundsätzen im Rahmenplan der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ in der jeweils geltenden Fassung.

Gemäß Vertrag vom 21.10.2004 über die „Erarbeitung des Update der Halbzeitevaluation und der Ex-post-Evaluation bestimmter Maßnahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ in Deutschland für den Zeitraum 2000 bis 2006“ soll die Förderung der Erarbeitung von Vermarktungskonzeptionen im Rahmen der Regionalvermarktung in Nordrhein-Westfalen evaluiert werden. Dafür ist nach Anlage 3 zum Vertrag eine Fallstudie vorgesehen. Die Auswahl der Fallstudie aus den bisher bewilligten elf Förderfällen wurde in Absprache mit dem zuständigen Landesministerium vorgenommen.

Zur Beurteilung des Fördererfolges und zur Ableitung von Empfehlungen für die künftige Ausgestaltung und Durchführung der Maßnahme werden zunächst der Förderkontext, die Förderziele und die Förderbedingungen aufgezeigt, in die sich das Projekt mit seiner spezifischen Zielsetzung und Ausgestaltung einordnen sollte. Vor diesem Hintergrund werden dann anhand der Projektkonzeption Beiträge zur Zielerreichung identifiziert und diese, soweit der Projektstand dies zulässt, konkret ermittelt. Gegenstand dieser Analyse und Bewertung ist auch der Einfluss der administrativen Durchführung auf den Projekterfolg. Die dazu benötigten Informationen und Unterlagen wurden anlässlich von Besuchen im Ministerium, der Bewilligungsstelle sowie dem begünstigten Unternehmen gewonnen.

1 Beschreibung Maßnahme

1.1 Historie

Die regionale Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte wird in Nordrhein-Westfalen seit 1997 gefördert. Zunächst geschah dies im Rahmen einer Landesrichtlinie allein mit Landesmitteln, deren Notifizierung bei der EU erst nach Überwindung erheblicher Widerstände möglich war und Nordrhein-Westfalen eine Vorreiterrolle hinsichtlich dieser Förderoption brachte. Hintergrund war vor allem, eine verstärkte Ausrichtung der Förderung auf die erzeugernahe Vermarktung zu erreichen und weniger auf die Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung. Mit Aufnahme der Förderung der Regionalvermarktung in die GAK sowie Kofinanzierungsmöglichkeiten durch die EU im Rahmen der Verord-

nung (EG) Nr. 1257/1999 ab dem Jahr 2000 konnten auch GAK-Mittel und EU-Mittel zur Finanzierung dieser Vorhaben eingesetzt werden. Zunächst wurde die Förderoption im Rahmen der Richtlinie zur Vermarktung ökologisch und regional erzeugter Produkte eröffnet (RdErl. v. 28.11.2000). Nach deren Teilung im Jahr 2002 erfolgt die Förderung in einer eigenständigen Richtlinie mit verbesserten Förderkonditionen (RdErl. v. 20.11.2002). Diese Richtlinie wurde mit RdErl. v. 5.8.2004 (RdErl. v. 08.05.2004) geändert.

Förderfähig sind danach von Beginn der Förderperiode an Organisationskosten, Investitionskosten und Ausgaben für die Erarbeitung und Einführung von Vermarktungskonzeptionen für regional oder ökologisch erzeugte Produkte, seit 2002 als eigenständiger Förderatbestand die Einführung von Qualitäts- und Umweltmanagementsystemen und seit Anfang 2004 auch die Durchführung von Vermarktungskonzeptionen (RdErl. v. 20.11.2002; RdErl. v. 08.05.2004). In der konsolidierten Fassung des EPLR von 2004 ist näher erläutert, was darunter im Einzelnen zu verstehen ist (MUNLV, 2004, S. 116/7, zu den Einzelheiten vgl. auch Abschn. 2.3).

1.2 Ziele

Die spezifischen Ziele der Förderung der Erarbeitung und Einführung von Vermarktungskonzeptionen für regional erzeugte Produkte ergeben sich als letzte Ebene einer Zielhierarchie nach Programmzielen, Zielen der Förderung im Bereich Verarbeitung und Vermarktung und Zielen der Förderung im Bereich der Regionalvermarktung:

EPLR:

- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Agrar- und Forstwirtschaft von der Produktion über die Verarbeitung bis hin zur Vermarktung;
- Förderung nachhaltiger Produktionssysteme, um damit Beiträge zur Verbesserung der Umwelt zu leisten sowie Anreize zur produktionsintegrierten Erbringung freiwilliger ökologischer Leistungen zu schaffen;
- Land- und forstwirtschaftliche Produktion mit den gesellschaftlichen Erfordernissen und Bedürfnissen in Einklang bringen, z. B. über die Erzeugung qualitativ hochwertiger, umweltfreundlich und tierschutzgerecht produzierter Nahrungsmittel oder über die Bereitstellung nachwachsender Rohstoffe zur Schonung endlicher Ressourcen;
- Flächendeckende Landbewirtschaftung und attraktive Dörfer sicherstellen, um lebenswerte ländliche Räume zu erhalten;
- Ausgleich von für den Einzelbetrieb unabweisbaren Benachteiligungen, unabhängig davon, ob diese aufgrund natürlicher oder rechtlicher Rahmenbedingungen zustande gekommen sind.

Verarbeitung und Vermarktung:

- international leistungsfähige Betriebsstrukturen schaffen bzw. sichern;
- wachsenden Bedürfnissen der Verbraucher nach umweltfreundlich, tierschutzgerecht und hygienisch erzeugten Lebensmitteln nachkommen;
- das wachsende Segment ökologisch bzw. regional erzeugter und vermarkteter Produkte bedienen;
- landwirtschaftlichen Betrieben neue Einkommensperspektiven im Bereich nachwachsender Rohstoffe und über Diversifizierungsmöglichkeiten erschließen, die die Existenzfähigkeit der Betriebe mittel- und langfristig verbessern.

Regionalvermarktung (MUNLV, 1999)

- Beitrag zur Existenzsicherung bäuerlich strukturierter Familienbetriebe sowie klein- und mittelständischer Unternehmen der Ernährungswirtschaft (Beitrag zur Erschließung zusätzlicher Einkommensquellen),
- mehr Sicherheit und Transparenz für Verbraucherinnen und Verbraucher (gezielte Nachfragebefriedigung),
- Stärkung der Wirtschaftskraft ländlich geprägter Räume durch die Bindung von Wertschöpfung und Beschäftigung an die Region (Verbesserung der Versorgungsstruktur im ländlichen Raum),
- stärkere Verbreitung umweltschonender und tiergerechter Produktionsverfahren,
- Vermeidung energieaufwendiger sowie tier- und umweltbelastender Transporte
- Entlastung von Überschussmärkten durch Diversifizierung des Angebots.

Mit Vermarktungskonzeptionen sollen vor diesem Hintergrund Grundlagen für den Erfolg von Vorhaben der Regionalvermarktung geschaffen werden beruhend auf einem schlüssigen Produktions- und Vermarktungskonzept und einer gründlichen Marktanalyse. Hierzu soll die Inanspruchnahme einer professionellen Marketingberatung zur Erstellung projektbezogener strategischer Planungen und Absatzkonzeptionen sowie deren Evaluierung in einer Testphase ermöglicht werden. Dabei soll die Verbraucher- und Vermarkterseite einbezogen und der Unterschied zu anonymer, austauschbarer Massenware deutlich werden.

Als Zielgröße ist im EPLR die Förderung von 50 bis 80 Vermarktungskonzeptionen im Rahmen der Regionalvermarktung angegeben (MUNLV, 1999, S. 45).

1.3 Begünstigte

Die RRegio in der Fassung 2000 (RdErl. v. 28.11.2000) sah folgende Zuwendungsempfänger für die Förderung von Vermarktungskonzeptionen vor:

- Zusammenschlüsse von mindestens fünf Erzeugern, die landwirtschaftliche Erzeugnisse in einer Erzeugungsregion für bestimmte Vermarktungsregionen produzieren und sich einem Kontrollverfahren in Bezug auf die regionale Herkunft unterziehen,
- Unternehmen des Handels oder der Be- und Verarbeitung, die regionale erzeugte Produkte aufnehmen und diese in bestimmten Vermarktungsregionen absetzen und sich einem Kontrollverfahren in Bezug auf die regionale Herkunft unterziehen.

Der erste Absatz wurde durch die RRegio in der Fassung von 2004 (RdErl. v. 08.05.2004) folgendermaßen geändert:

- Zusammenschlüsse von mindestens fünf Erzeugerinnen oder Erzeugern, die landwirtschaftliche Erzeugnisse in einer Erzeugungsregion produzieren und mindestens 80 v. H. ihres Jahresumsatzes in bestimmten Vermarktungsregionen vermarkten sowie sich einem Kontrollverfahren in Bezug auf die regionale Herkunft unterziehen.

1.3 Fördergegenstand

Im Bereich der regionalen Vermarktung handelt es sich in der Regel um kleinräumige, auf regionaler Ebene agierende, kleinstrukturierte Vermarktungssysteme mit relativ geringem Umsatzvolumen, die weniger auf die Belieferung eines überregional distribuierenden Einzelhandels oder ähnlicher Strukturen ausgerichtet sind.

Gefördert werden Ausgaben für die Erarbeitung und Durchführung von Produktions- und Vermarktungskonzeptionen² für regional erzeugte landwirtschaftliche Qualitätsprodukte. Zu den Ausgaben zählen (MUNLV, 1999; RdErl. v. 28.11.2000):

Vorplanungen, wie z. B. Marktanalysen, Produktentwürfe, Marktforschung, Entwicklungsstudien, Beratungs- und Planungsmaßnahmen und die Entwicklung von Produktions- und Vermarktungskonzeptionen mit Vorschlägen z. B. hinsichtlich der zu verarbeitenden oder zu vermarktenden Produkte, ihrer Aufmachung, der dabei verwendeten Logos, der dabei notwendigen Werbematerialien und der Organisation der Logistik,

² In der Förderrichtlinie findet sich eine etwas andere Formulierung wonach nur die Erarbeitung von Vermarktungskonzeptionen mit dem Zusatz ‚unter besonderer Berücksichtigung der Interessen der landwirtschaftlichen Erzeuger‘ förderfähig ist RdErl. v. 28.11.2000. Erst in den Richtlinien aus dem Jahr 2004 ist, entsprechend den ab 2004 geänderten GAK-Grundsätzen, auch die Durchführung von Vermarktungskonzeptionen als Fördertatbestand aufgeführt und ab August 2004 förderfähig.

sowie darauf aufbauende informations- und öffentlichkeitswirksame Maßnahmen. In der ursprünglichen Richtlinie wird die Förderfähigkeit der Ausgaben darüber hinaus auf eine Projektlaufzeit von zwei Jahren begrenzt (RdErl. v. 28.11.2000). Dieser Zusatz fehlt in den nachfolgenden Richtlinien.

Mit den Förderrichtlinien ab 2004 kamen als Fördertatbestände Ausgaben für die Durchführung von Vermarktungskonzeptionen hinzu. Danach können in den ersten drei Jahren nach Vorlage der Vermarktungskonzeption Kosten gezahlt werden, die durch die Teilnahme an Wettbewerben, Ausstellungen und Messen entstehen, Produktentwicklungen, Qualitätskontrollen, die von oder im Namen von Dritten durchgeführt werden, soweit die vorgenannten Maßnahmen in der Konzeption vorgesehen sind.

1.4 Förderkonditionen

Die Förderung wird in Form eines Zuschusses zu den förderfähigen Ausgaben gewährt.

Die Höhe des Zuschusses betrug bis zur Neufassung der Richtlinie im Jahr 2002 bis zu 50 v. H. der zuwendungsfähigen Ausgaben, insgesamt höchstens jedoch 75.000 DM (ab 01.01.2002 38.346 Euro), und ab August 2002 bis zu 100.000 EUR innerhalb von drei Jahren unter Anrechnung aller nach Nr. 13 des Gemeinschaftsrahmens für staatliche Beihilfen im Agrarsektor gewährten Zuwendungen, unabhängig davon, welche Rechtsgrundlage der Gewährung zu Grunde liegt.

Es galt zunächst eine Bagatellegrenze von 3 000 DM (1 500 Euro), ab August 2002 von 2 000 Euro.

1.5 Zuwendungsvoraussetzungen

Regional erzeugt im Sinne der Richtlinien sind Erzeugnisse, die in einer Erzeugungsregion produziert und in einer Vermarktungsregion abgesetzt werden.

- Eine Erzeugungsregion im Sinne dieser Richtlinien ist ein ausschließlich nach natürlichen und / oder nach historischen Gegebenheiten abgegrenzter zusammenhängender Raum, der in der Regel Teil eines oder mehrerer Bundesländer ist.
- Eine Vermarktungsregion im Sinne dieser Richtlinien ist in der Regel die Erzeugungsregion und/oder eine der Erzeugungsregion nahe gelegene Region, die ausreichende Absatzchancen für die regionalen Produkte bietet.

Die Förderung der Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte erfolgt nur für spezielle Produkte hoher Qualität oder Qualitätsprodukte. In der

Förderperiode bis einschließlich Juli 2002 galten als Qualitätsprodukte solche Erzeugnisse,

- die aufgrund ihrer Regionalität oder spezifischer Eigenschaften nur begrenzt verfügbar waren und die insbesondere durch eines der folgenden Kriterien abgegrenzt werden konnten:
 - integriert-kontrollierte Anbauverfahren,
 - nach regionaltypischen Verfahren hergestellte Produkte,
 - traditionelle Herstellungsverfahren,
 - nach verbesserten Verfahren hergestellte Produkte oder Produktinnovationen,
 - deutlich positive Auswirkungen auf die Umwelt, den Tierschutz oder die Hygiene.

Ab August 2002 bis August 2004 galten als

- Qualitätsprodukte im Sinne dieser Richtlinien Erzeugnisse, die in mindestens einem Kriterium, das das Produktionsverfahren oder die Produkteigenschaften betreffen kann, über den gesetzlichen Standards liegen.

Seitdem sind

- Qualitätsprodukte im Sinne dieser Richtlinie Erzeugnisse, die nach anerkannten Lebensmittelqualitätsregelungen erzeugt werden, die folgende Anforderungen erfüllen:
 - besondere Merkmale des Erzeugungsprozesses oder eine Qualität des Endproduktes, die erheblich über die handelsübliche Warennorm hinsichtlich der menschlichen, tierischen und pflanzlichen Gesundheit, des Tierschutzes und des Umweltschutzes hinausgehen,
 - verbindliche Produktspezifikationen beinhalten, deren Einhaltung von einer unabhängigen Kontrolleinrichtung überwacht wird,
 - transparent sind und eine vollständige Rückverfolgbarkeit der Erzeugnisse gewährleisten.

Erzeugerzusammenschlüsse müssen – unabhängig von ihrer Rechtsform – auf Dauer, mindestens aber für fünf Jahre, angelegt sein. Die dem Zusammenschluss zugrundeliegenden Verträge bedürfen der Schriftform und müssen der Zielsetzung der Förderung entsprechen.

Bei einer wesentlichen Erweiterung des Erzeugerzusammenschlusses beginnt die Frist von fünf Jahren mit dem Zeitpunkt der wesentlichen Erweiterung erneut.

Die Mitgliedschaft kann frühestens zum Schluss des dritten vollen Geschäftsjahres gekündigt werden. Die Kündigungsfrist beträgt mindestens ein Jahr.

Der dem Zusammenschluss zugrundeliegende Vertrag / Satzung und sonstige Unterlagen müssen die Konzeption des Erzeugerzusammenschlusses aufzeigen; sie muss erkennen lassen, dass

- die unterstellten Produktpreise, Produktions- und Absatzmengen erreicht werden können und
- sie zur Sicherung des landwirtschaftlichen Einkommens beiträgt oder dass
- sie neue Märkte erschließt oder dass
- sie der wachsenden Nachfrage nach diesen Produkten entgegenkommt.

Der dem Zusammenschluss zugrundeliegende Vertrag / Satzung muss die Mitglieder des Erzeugerzusammenschlusses verpflichten, die für die Vermarktung bestimmten Produkte entsprechend den vom Erzeugerzusammenschluss erstellten Anlieferungs- und Vermarktungsregeln im Markt anzubieten.

Die Gewährung von Zuwendungen zu den Ausgaben für die Erarbeitung von Vermarktungskonzeptionen setzt voraus, dass

- die landwirtschaftliche Erzeugerstufe angemessen an der Wertschöpfung in der gesamten Erzeugungs- und Vermarktungskonzeption beteiligt ist und das Vorhaben geeignet ist, zur Sicherung des landwirtschaftlichen Einkommens beizutragen,
- die Dauerhaftigkeit des Vorhabens gesichert erscheint,
- Vermarktungskonzeptionen, soweit sie für Unternehmen erstellt werden, wie sie bei den Begünstigten beschrieben wurden, in Zusammenarbeit mit Erzeugern oder Erzeugerzusammenschlüsse erarbeitet werden, wobei die der Konzeption zugrunde liegende Vereinbarung der Schriftform bedarf.

Eine Förderung wird Erzeugerzusammenschlüssen nur gewährt, soweit das Produktangebot überwiegend selbsterzeugt wurde.

Der Zuwendungsempfänger muss einen Betriebssitz in Nordrhein-Westfalen haben. Die Fördermaßnahme muss in Nordrhein-Westfalen durchgeführt werden.

1.6 Indikatoren

Die effiziente und ordnungsgemäße Durchführung der Maßnahme ‚Vermarktungskonzeptionen‘ soll lt. EPLR an folgenden Indikatoren gemessen werden:

- Abfluss der bereitgestellten Fördermittel,
- Anzahl der geförderten Konzeptionen,

- Anzahl der beteiligten Erzeuger/Erzeugerzusammenschlüsse und
- Anzahl der beteiligten Unternehmen des Handels/der Verarbeitung (EPLR, S. 406).

Aus den Ergebnissen einer im Jahr 2000 abgeschlossenen Untersuchung zur Bewertung von Regionalinitiativen wurden zur Bewertung der Einführung von Vermarktungskonzeptionen keine speziellen Indikatoren abgeleitet.

1.7 Finanzierung

Die Finanzierung der bis April 2005 geförderten elf Projekte war unterschiedlich. Die nationale Förderung der Vermarktungskonzeptionen erfolgte bis auf ein kleines Projekt im Jahr 2001 nur mit Landesmitteln. Mittel des EAGFL wurden nach Artikel 33 der VO (EG) Nr. 1257/1999 bzw. nach Artikel 24 d der VO (EG) Nr. 1257/1999 zur Kofinanzierung von acht der elf geförderten Projekte genutzt. Die restlichen drei Projekte wurden im Jahr 2000 allein mit Landesmitteln gefördert. Wie bei den übrigen Fördermaßnahmen des EPLR im Bereich von Verarbeitung und Vermarktung lag die Kofinanzierung durch EU-Mittel bei 25 % der förderfähigen Kosten.

1.8 Administrative Umsetzung

Die verwaltungsmäßige Durchführung erfolgt zentral. Zuständige Behörde ist das Landesamt für Ernährungswirtschaft und Jagd (LEJ) Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf. Hier erfolgen die Bewilligung, notwendige Beratungen der Begünstigten und die Durchführung bzw. Veranlassung der notwendigen Kontrollen.

2 Methode/Datenbasis

Zur Bewertung der Fördermaßnahme „Erarbeitung einer Vermarktungskonzeption“ erfolgt anhand einer Fallstudie. Das Projekt wurde in Absprache mit der Administration ausgewählt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Wirkungen des Projektes bezogen auf Ziele der VO (EG) 1257/1999 sowie die Ziele des EPLR des Landes Nordrhein-Westfalen. Die Wirkungsanalyse erfolgt anhand der nach Abschluss der Neugründung seit 2002 erzielten Ergebnisse. Notwendige Unterlagen und Förderdaten des Landes wurden von der Administration zur Auswertung bereitgestellt. Ergänzende Informationen zum Projekt, zum Programmkontext sowie zur Durchführung wurden anhand leitfadengestützter Interviews beim begünstigten Unternehmen, dem Ministerium sowie der Bewilligungsstelle gewonnen. Anhand eines Netzdiagramms wichtiger Erfolgsfaktoren wird abschließend ein qualitativer Gesamtüberblick über das Projekt gegeben.

3 Ergebnisse

3.1 Gesamtüberblick Maßnahme

Seit Beginn der Förderperiode wurden im Rahmen der Regionalvermarktung bis Ende 2004 insgesamt 26 Projekte gefördert mit einer bewilligten Fördersumme von knapp 900.000 Euro (vgl. Tabelle 1). Von der Anzahl her sind Vermarktungskonzeptionen der umfangreichste Förderbereich mit einem Anteil von 20 % an den Fördermitteln im Bereich der Regionalvermarktung. Im Durchschnitt entfällt auf die Vermarktungskonzeptionen ein Förderzuschuss von gut 15.700 Euro, wobei sich die Spannweite der Zuschüsse zwischen rd. 2 000 Euro und rd. 38.000 Euro bewegt. Bis auf ein Projekt mit einem sehr geringen Zuschuss erfolgt die nationale Finanzierung der Förderung ausschließlich mit Landesmitteln in Höhe von 37,5 % der zuschussfähigen Ausgaben, die durch EU-Mittel in Höhe von 12,5 % der zuschussfähigen Ausgaben ergänzt werden.

Tabelle 1: Kennzahlen zur Förderung der Regionalvermarktung in Nordrhein-Westfalen in der Periode 2000 bis 2006 (Stand: April 2005)

Fördergegenstand	Projekte Anzahl	Fördersumme insgesamt			
		Fördersumme Euro	Mittel NRW Euro	Mittel GAK Euro	Mittel EAGFL Euro
Vermarktungskonzeptionen	11	173.050	133.545	1.491	38.014
Qualitätsmanagementsystem	1	2047		1535	512
Organisationskosten	8	92.077		92.077	
Investitionen	6	616.751	125.656	336.907	154.188
Summe	26	883.925	259.201	432.010	1.575.161

Quelle: LEJ.

Antragsteller sind in der Mehrzahl Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung. Vier Vermarktungskonzeptionen wurden im Sektor Fleisch gefördert, in den Sektoren Milch, Kartoffeln, Gemüse, Getreide, Rapskernöl sowie im Bereich Eventgastronomie³ jeweils ein Projekt.

Ohne die Projekte im Detail näher zu kennen, vermitteln vorliegende Informationen den Eindruck, dass die geförderten Vermarktungskonzeptionen dazu beitragen konnten, mehr Klarheit über zielführende Aktivitäten zu erhalten, als es beim ‚Nachweis normaler Absatzmöglichkeiten‘ der Fall ist. Dies betrifft insbesondere

³ Über zwei Anträge gefördert, daher elf Förderfälle.

- die Festlegung geeigneter zusätzlicher Qualitätskriterien, die über die regionale Herkunft hinausgehen, sowie ihre Kontrolle und Kommunikation zum Verbraucher sowie
- eine fundiertere Einschätzung der unter Kosten-/Nutzenüberlegungen tatsächlich erreichbaren Absatz- und Erzeugungspotentiale und damit einer längerfristigen wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Projektes.

Professionelle Unterstützung kann dabei helfen, Umorientierungen der Projektinhalte und -ziele rechtzeitig vorzunehmen. Über die Erhebung von Verbraucherpräferenzen können Alleinstellungsmerkmale im Markt realitätsnäher ermittelt werden und die Regionalität als weitere Qualitätseigenschaft ergänzen. Auch die Ableitung von Handlungsoptionen zur Befriedigung dieser Bedürfnisse, z. B. hinsichtlich besonderer Produktions- und Herstellungsmerkmale und Kontrollen auf den jeweiligen Stufen der Wertschöpfungskette, kann helfen, Fehlentscheidungen zu vermeiden. Wenn keine ausreichenden Erfolgsaussichten bestehen kann auch die Einstellung weiterer Aktivitäten bzw. des Projektes erfolgen, wie es zumindest in einem Fall auch praktiziert wurde. Insoweit helfen rechtzeitig durchgeführte Vermarktungskonzeptionen, die Flops, wie sie bei Einführung innovativer Produkte in den Markt sehr häufig auftreten beim Einsatz privater Finanzmittel und öffentlicher Fördergelder zu reduzieren.

Gemessen an den geplanten Fördermitteln bleibt die Inanspruchnahme des Förderangebotes im Bereich der Regionalvermarktung weit hinter den Erwartungen zurück. Dies gilt auch für die Förderung von Vermarktungskonzeptionen gemessen an der Zielgröße von 50 bis 80 Projekten in der Förderperiode. Offenbar besteht in der Praxis weit weniger Bedarf an dieser politisch sehr erwünschten Förderoption als erhofft. Eine Beurteilung der Zielerreichung erfolgt in den folgenden Ausführungen anhand eines Fallbeispiels, das aus den elf geförderten Vermarktungskonzeptionen in Absprache mit der Administration ausgewählt wurde und das drittgrößte der geförderten Projekte ist.

3.2 Fallstudie

3.2.1 Beschreibung Projekt/ Projektkonzept

Die Projektidee entsprang langjährigen Forschungsarbeiten an der Universität Essen zur Schälung von Rapssaat und zur Pressbarkeit der geschälten Rapssaat. Die dabei gewonnenen verfahrenstechnischen Erkenntnisse wurden patentrechtlich geschützt und sollten in industriellem Maßstab in die Praxis umgesetzt werden. Grundidee war, unter Anwendung des qualitätserhaltenden Kaltpressverfahrens aus geschälter Rapssaat Rapskernöl mit hohen Qualitätseigenschaften zu gewinnen und neben den im Markt bekannten Rapsspeise-

ölen aus ungeschälter Rapssaat, die als Vollraffinat⁴ oder kaltgepresste Rapsöle⁵ angeboten werden, zu platzieren. Im Unterschied zu den herkömmlichen Verfahren wird die Rapssaat zunächst geschält und erst danach das Rapskernöl gewonnen. Bei der neu entwickelten Pressung kann die Reibungswärme gering gehalten werden und die Ablauftemperatur des Öls aus der Presse bleibt unter 40°C. Durch hohe Presstemperaturen entstehende unerwünschte Inhaltsstoffe der Schalen gelangen bei diesem schonenden Kaltpressverfahren kaum noch in das Rapskernöl. Dadurch kann allein über eine Reinigung durch Filtrieren und einen Verzicht auf Raffination und Dämpfung das ernährungsphysiologisch wertvolle Rapskernöl hoher Qualität gewonnen werden.

Diese Idee wurde ab 1999 mit finanzieller Unterstützung aus dem ‚Programm zur finanziellen Absicherung von Unternehmensgründern aus Hochschulen‘ (PFAU) fortentwickelt, das vom Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen (MSWF) angeboten wurde. Dazu gehörte — neben einer eigenen Machbarkeitsstudie — die Standortsuche, Gespräche mit Lieferanten und die Sondierung von Finanzierungsmöglichkeiten bei Banken und anderen Institutionen. Im Jahr 2000 konkretisierten sich die Planungen mit der Aufnahme von Vertragsverhandlungen mit Lieferanten, der Zusammenstellung eines Planungsteams (Architekt, Ingenieurbüro, Unternehmensberatung), der Zusammenstellung der Gesellschafter, der Ausarbeitung der Gesellschaftsverträge und der Kontaktaufnahme mit potenziellen Fördergeldgebern und Ministerien, ohne deren Unterstützung das Projekt nicht umsetzbar war.

Im August 2000 wurde das Verarbeitungsunternehmen schließlich am heutigen Standort gegründet. Hauptgesellschafter war einer der an der Entwicklung beteiligten Ingenieure. Mitgesellschafter, ein ebenfalls an der Entwicklung beteiligter Ingenieur sowie ein regionaler Landhändler. Die Ausgangsidee hatte inzwischen konzeptionelle Gestalt angenommen. Durch die neu entwickelte Verfahrenstechnik bedingte Produkteigenschaften wie naturbelassen, schonende Gewinnung und geschmacklich hervorragend wurden dabei um weitere Aspekte u.a. auch Regionalität ergänzt. Über kontrollierten Vertragsanbau in der Region sollte der notwendige Rohwarenbezug bei Erlösvorteilen für die gebundenen Rapssaaterzeuger gesichert werden. Regionale Herkunft und nachvollziehbare Kontrolle auf der Erzeugungsebene sollten gleichzeitig genutzt werden, um entsprechende Verbraucherpräferenzen für zusätzliche Wertschöpfung zu nutzen. Auch der ernährungsphysiologische Wert des Rapskernöls, u. a. aufgrund des hohen Anteils an ungesättigten Fettsäuren sowie hohen Anteilen an Omega-3-Fettsäuren, sollte dabei verstärkt genutzt werden. Auch

⁴ Hier wird das Rapsrohöl durch Extraktion mit Lösemittel gewonnen und muss durch mehrstufiges Raffinieren vom Lösemittel und unerwünschten Inhaltsstoffen befreit werden. Das Endprodukt ist geruchs- und geschmacksneutral und verarmt an wertvollen Inhaltsstoffen wie Vitaminen.

⁵ Hier sind bei der Pressung Temperaturen über 40°C kaum zu vermeiden und aus den Schalen gelangen unerwünschte Geschmacks- und Geruchsstoffe in das Rapsöl, die häufig durch Dämpfung der kaltgepressten Öle bei Temperaturen oberhalb 100°C entfernt werden.

für die vor der Pressung abgetrennten Rapsschalen war eine Nutzung vorgesehen. Durch Pressung sollte daraus Öl zum Betrieb eines Blockheizwerk (BHKW) zur Versorgung der Ölmühle mit thermischer und elektrischer Energie und andere technische Anwendungen gewonnen werden. Für den verbleibenden, proteinreichen Presskuchen war eine Verwertung als hochwertiges Futtermittel vorgesehen.

Es folgte der Abschluss von ersten Anbauverträgen mit Landwirten für die Ernte 2001. Bei diesen Verhandlungen mit den Lieferanten leistete die Landwirtschaftskammer wertvolle und unverzichtbare Unterstützung. Baubeginn war im Mai, Produktionsbeginn im Dezember 2001. Die Anlage hat eine Verarbeitungskapazität von täglich ca. zehn Tonnen Rapssaat. Bei dem angestrebten 24h-Betrieb an ca. 300 Tagen im Jahr ergibt dies einen jährlichen Rohwarenbedarf von ca. 3 000 t Rapssaat (ca. 900 ha). Die Anlage hat bei voller Auslastung eine Kapazität von ca. 3 t/d (ca. 3 000 l/d) Rapskernöl. Die Jahreskapazität liegt damit bei ca. 900 t. Durch Nachpressung des Presskuchens aus der Speiseölproduktion erhält man Öle für technische Anwendungen und einen besonders proteinreichen Pressschilfer als hochwertiges Futtermittel. Mit einem Teil des Öls wird ein Blockheizkraftwerk (BHKW) betrieben, das die Versorgung der Ölmühle mit elektrischer und thermischer Energie sicherstellt. Das übrige Öl aus der 2. Pressung sowie der Presskuchen werden vom örtlichen Landhandel, dem Mitgesellschafter der Ölmühle, vermarktet.

Die Investitionen wurden gefördert mit Mitteln aus dem Förderprogramm „Produktionsintegrierter Umweltschutz – Emissionsarme Prozesstechnik“ des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie sowie als ein Leitprojekt des REN-Programms (Rationelle Energieverwendung und Nutzung unerschöpflicher Energiequellen) im Rahmen der Landesinitiative Zukunftsenergie Nordrhein-Westfalen durch das Ministerium für Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (MWMEV).

Für das gewonnene Rapskernöl wurden realistische Vermarktungschancen gesehen, aber es fehlte an konkreten Umsetzungsvorstellungen für eine erfolgreiche Markteinführung des neuen Produktes. Diese sollten durch professionelle Erstellung einer entsprechenden Vermarktungskonzeption entwickelt werden. Dazu wurden Anfang Dezember 2000 Fördermittel aus dem EPLR zur Erarbeitung von Vermarktungskonzeptionen beantragt und Ende Dezember 2000 bewilligt. Die Erarbeitung der Vermarktungskonzeption war Teil eines zentral-regionalen Kooperationsprojektes zur Markteinführung von Rapskernöl, das durch Mittel der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) ergänzend in gleichem Umfang gefördert wurde.

3.2.2 Projektumsetzung

Der Gesamtumfang der Investitionen des Projektes betrug etwa 4 Mio. Euro und wurde mit etwa einer Million Euro gefördert. Ein zusätzlicher Marketingteil wurde mit etwa 53 000 Euro von den genannten zwei Mittelgebern im Rahmen des zentral-regionalen Kooperationsprojektes gefördert. Zum einen unterstützte die CMA das Projekt zur Markteinführung von Rapskernöl. Zum anderen wurde die in der Fallstudie untersuchte Vermarktungskonzeption im Rahmen der Regionalvermarktung des EPLR gefördert. Für letzteres wurden am 04.12.2000 Fördermittel für die Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes für regional erzeugte Produkte beantragt und ein Zuschuss in Höhe von 52.000 DM bzw. 26.842,82 Euro am 29.12.2000 bewilligt. Baubeginn war Anfang Mai 2001. Während des Sommers 2001 wurden die ersten Mitarbeiter eingestellt und die ersten Kundenkontakte geknüpft. Die Produktion wurde im Dezember 2001 aufgenommen und ermöglichte den Markteintritt im Januar 2002.

Seit der Inbetriebnahme der Ölmühle im Dezember 2001 wurden nach Auskunft des Geschäftsführers etwa weitere 500.000 Euro investiert und im Augenblick wird eine Erweiterungsinvestition in Höhe von rd. 5 Mio. Euro getätigt, die vorrangig zur Produktion von Qualitäts-Pflanzenöltreibstoff nach der neuen DIN-Vornorm 51605 aus Raps, aber auch zur Herstellung von Rapspeiseöl sowie von Futtermitteln dient. Der Non-Food-Anteil dieser Investition in Höhe von ca. 2 Mio. Euro wird anteilig mit Mitteln aus dem Bereich ‚Nachwachsende Rohstoffe‘ innerhalb der Förderung von Verarbeitung und Vermarktung des EPLR gefördert. Die im Zuge dieser Erweiterung errichtete zweite Produktionslinie ermöglicht künftig eine getrennte Ökolinie in der Verarbeitung fahren zu können. Insgesamt beläuft sich das am Standort der Ölmühle getätigte Investitionsvolumen bis Ende 2006 auf knapp 10 Mio. Euro.

3.2.2.1 Ziele

Aufbauend auf der notwendigen klaren Qualitätsdefinition sollte mit der Vermarktungskonzeption die Basis für eine erfolgreiche Markteinführung des neuen hochwertigen Produktes auf dem Speiseölmarkt mit Schwerpunkt Nordrhein-Westfalen geschaffen werden. Neben dem Oberziel der erfolgreichen Markteinführung in der Region sollte gleichzeitig eine Absatzsicherung und Erlössteigerung für die vertraglich gebundenen Rapssaaterzeuger erreicht werden. Darüber hinaus waren auch Aspekte der Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit der Nahrungsmittelproduktion z. B. durch regenerative Energienutzung und des Umweltschutzes Anliegen des Projektes.

3.2.2.2 Erarbeitung der Vermarktungskonzeption

Die Erarbeitung der Vermarktungskonzeption erfolgte in folgenden Entwicklungsschritten:

(1) Markt- und Situationsanalyse (durchgeführt Frühjahr 2001)

Erfassung der gegenwärtigen und erwarteten Rahmenbedingungen für die Vermarktung von Rapskernöl unter der Differenzierung der Herkunft aus kontrolliertem biologischen Anbau bzw. kontrolliertem (integriertem) Anbau mit Schwerpunkt auf Nordrhein-Westfalen hinsichtlich

- Vertriebsstrukturen (Anforderungen),
- Absatzpotenziale der verschiedenen Distributionswege: Reformhäuser, Direktvermarkter, Wein- u. Ölgeschäfte, Feinkostgeschäfte, Wochenmärkte, LEH mit regionalem Sortiment, GV, Gastronomie usw.,
- Wettbewerber nach Marktsegmenten (Kostenstrukturen, Preise, Spannen, Distributionswege, werbliche Auftritte),
- Zielgruppenanalyse nach Marktsegmenten u. Distributionswegen.

Formulierung erster Empfehlungen, welche Schritte (Positionierung, Preisgestaltung, Vertriebsstruktur, Distributionsweg etc.) zur Erreichung des Projektziels unter den Gegebenheiten der neuen Ölmühle sinnvoll sind.

(2) Erarbeitung eines Preis- und Distributionskonzeptes auf Grundlage dieser Basisdaten für die darin aufgezeigten Zielmärkte (abgeschlossen Oktober 2001)

- **Lebensmittelhandel** Rapskernöl aus geschälter Saat, kaltgepresst, nativ, aus kontrolliert-zertifiziertem Vertragsanbau,
- **Direktvermarktung** (Hofläden) und GV (Gemeinschaftsverpflegung) aus geschälter Saat, kaltgepresst, nativ, aus kontrolliert-zertifiziertem Vertragsanbau,
- **Naturkost- und Reformhausbereich** aus geschälter Saat, kaltgepresst, nativ, aus kontrolliert-biologischem Anbau,
- **Feinkostbereich** aus geschälter Saat, kaltgepresst, nativ, aus kontrolliert-biologischem Anbau ausgesuchter Sorten.

(3) Entwicklung eines Produkt-, Verpackungs- und Kommunikationskonzeptes mit spezifischen Produktvarianten für die unterschiedlichen Distributionswege zur Gewährleistung einer gewissen Exklusivität als Premiumprodukt im oberen Preissegment (Umsetzung bis Sommer 2002).

Diese drei Maßnahmenbereiche wurden im Rahmen des EPLR gefördert, während die Kundengewinnung im Handel und auf Endverbraucherebene mit Förderung aus Mitteln

der CMA durchgeführt wurde. Die ursprünglich für das gesamte Marketingkonzept veranschlagten Mittelansätze erwiesen sich dabei als deutlich zu niedrig und lagen um etwa 50 000 Euro höher, so dass der Eigenanteil letztlich mehr als zwei Drittel betrug.

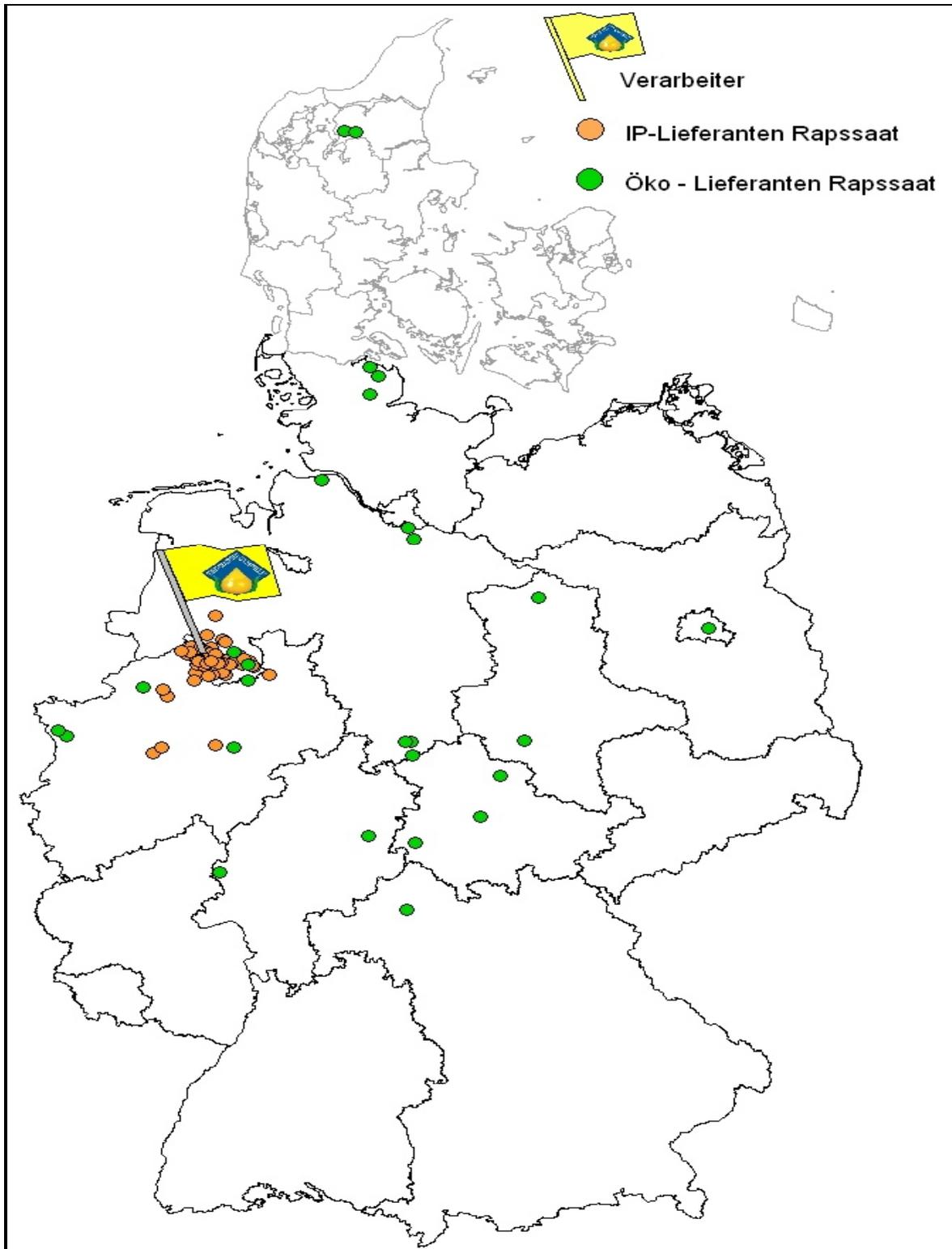
3.2.2.3 Projektdurchführung/Akteure

Die drei genannten Maßnahmen wurden von geeigneten Beratungs- und Dienstleistungsfirmen im Zeitraum von Anfang Januar 2001 bis Mitte 2002 durchgeführt und verwaltungsmäßig mit der Schlusszahlung am 24.09.2002 abgeschlossen.

Die Erarbeitung der Vermarktungskonzeption ist dabei nicht isoliert zu betrachten, sondern ist integraler Bestandteil der übrigen Projektaktivitäten. Hier sind zunächst Bemühungen zu nennen, die Erzeuger an der angestrebten Wertschöpfung teilhaben zu lassen. Vorteile für die Lieferanten der Rapssaat sind dabei nicht nur eine zu erfüllende Bewilligungsvoraussetzung, sondern wesentlicher Bestandteil der Produktidentität, die dem Verbraucher vermittelt wird. Diese Bemühungen sind Teil vielfältiger Marketingaktivitäten, die mit dem Ziel, sich erfolgreich im Markt zu etablieren, durchgeführt wurden.

Die Produktidentität basiert zum einen auf der regionalen Herkunft aus kontrolliertem Anbau, im folgenden auch als **IP-Anbau** (integrierte, kontrollierte Produktion) bezeichnet. Abbildung verdeutlicht, dass der Rohwarenbezug überwiegend aus der unmittelbaren Region der Ölmühle erfolgt. Die neutralen Kontrollen des IP-Anbaus erstrecken sich über alle Wertschöpfungsstufen (landwirtschaftliche Betriebe, Ölmühle, Lagerhaus). Im Bereich der Ölmühle und des Lagerhauses handelt es sich dabei im Wesentlichen um eine Warenflusskontrolle im Sinne einer separaten Aufbereitung, Lagerung und Verarbeitung.

Abbildung 1: Regionale Verteilung der Rohwarenlieferanten im Fallbeispiel (Stand 2005)



Quelle: Angaben der Ölmühle.

Die Rohwaren aus IP-Anbau stammen von Landwirten aus der Region, mit denen jährlich Verträge abgeschlossen werden. Sie wurden mit hilfreicher Unterstützung der Landwirtschaftskammer als Vertragspartner gewonnen. Die Landwirte unterliegen danach vertraglich festgelegten Anbaubestimmungen, deren Einhaltung neutral geprüft wird. Die Vergütung richtet sich nach ebenfalls vertraglich festgelegten Abrechnungsmodalitäten. Die in Zusammenarbeit mit der Landwirtschaftskammer entwickelten Anbauvorschriften sehen insbesondere vor:

- Ausschließliche Verwendung von zertifiziertem nicht genetisch verändertem Saatgut,
- Maximal 25 % Raps in der Fruchtfolge,
- Pflanzenschutzmitteleinsatz gemäß einer Positivliste,
- Keine Verwendung von Kompost und Klärschlämmen,
- Führung einer Schlagkartei mit allen produktionstechnischen Maßnahmen,
- Vertraglich geregelte neutrale Feldzertifizierung,
- Übernahme und Lagerung der Saat nur durch vertraglich gebundene Übernehmer oder eigene Lagerhaltung bei den Erzeugern.

Die Abrechnungsmodalitäten sehen für die vertraglich gebundenen Rohwaren bei Einhaltung festgelegter Qualitätskriterien eine höhere Vergütung von derzeit ca. 10 % über dem Marktpreis vor. Das entspricht etwa 20 bis 25 Euro Aufschlag je Tonne Rapssaat. Die Abwicklung und Organisation der Rohwarenbeschaffung bzw. des Vertragsanbaus wird von dem örtlichen Landhändler organisiert, der auch Mitgesellschafter der Ölmühle ist.

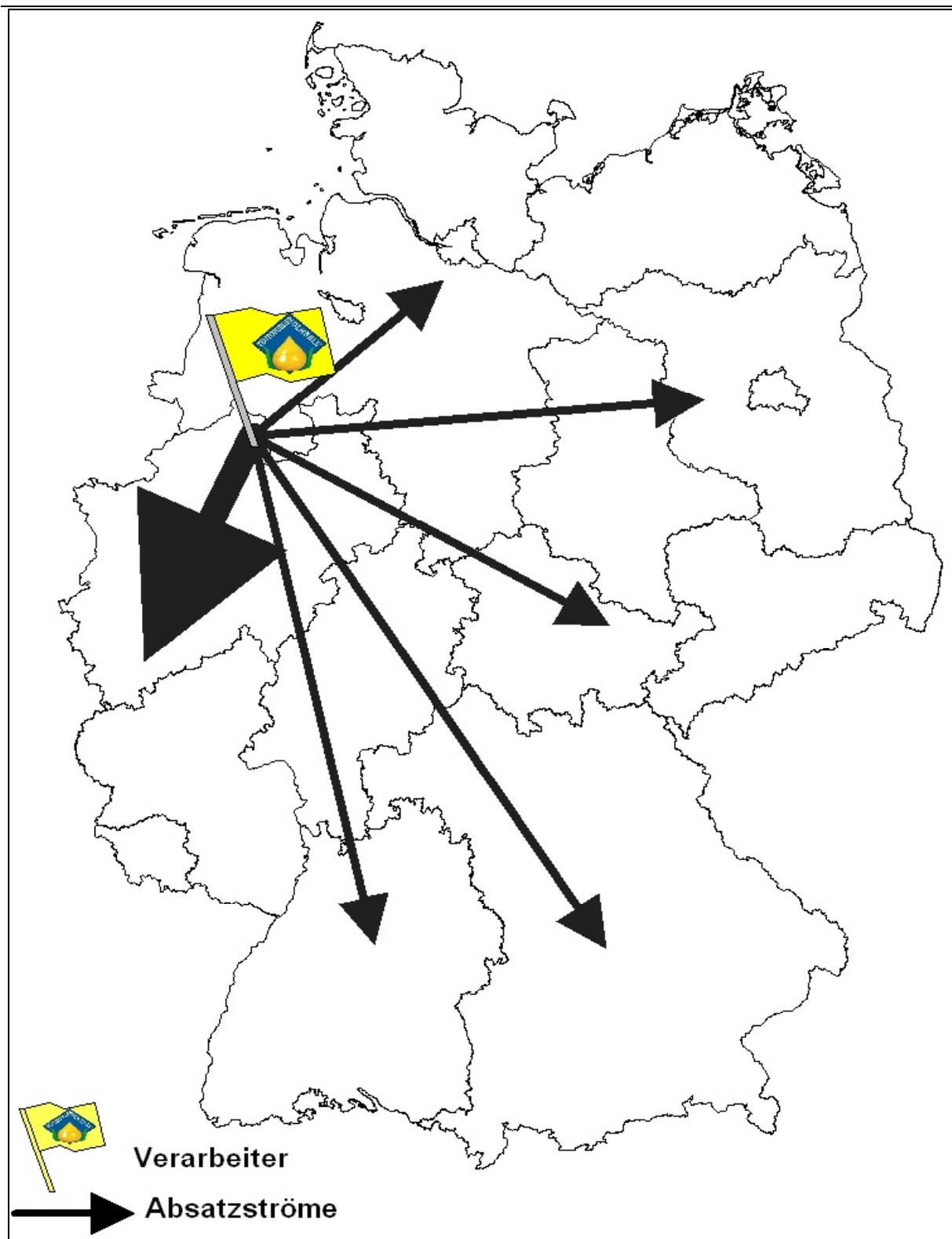
Für einen kleineren Teil der Rohwarenmenge ist die Erzeugung nach den Richtlinien für den Ökologischen Landbau prägendes Produktmerkmal. Für die Beschaffung von **Öko-Rapssaat** reicht das regionale Aufkommen nicht aus. Ein hohes Erzeugungsrisiko aufgrund der besonderen Anbauvorschriften verbunden mit entsprechend schwieriger Anbautechnik lässt viele Erzeuger davor zurück schrecken, sich in diese Produktionsrichtung zu orientieren, insbesondere wenn außerdem noch Absatzrisiken hinzukommen. Infolgedessen erfolgt hier die Beschaffung überregional und teilweise inzwischen auch international (vgl. Abbildung 1). Die Erzeugerpreise für Öko-Raps weisen wegen des hohen Erzeugungsrisikos und geringerer Erträge etwa das doppelte Niveau der konventionellen Preise auf und lagen anfangs bei etwa 350 Euro, liegen auch aufgrund der Angebotsknappheit aber inzwischen rd. 100 Euro höher. Begonnen wurde im Jahr 2001 mit vier Ökolandwirten als Lieferanten. Hier wie auch in den Folgejahren war die Zusammenarbeit mit den Bio-Verbänden Bioland und Naturland wichtig, um Öko-Landwirte und Umstellungsbetriebe als Vertragspartner für die Ölmühle zu gewinnen. Die Ölmühle selbst ist nach dem International Food Standard (IFS) und als Verarbeiter bei Bioland zertifiziert. Das Bioland-Zeichen wird auf den entsprechenden Produkten genutzt.

Umfangreiche PR-Kampagnen auch unter Einschaltung professioneller Agenturen in Presse, Funk und Fernsehen wurden durchgeführt, um den Verbraucher von der einzigartigen Qualität, dem Plus an Gesundheit, einem unverwechselbarem Genuss, von den hochwertigen Rohstoffen aus kontrolliertem oder ökologischen Anbau und dem umweltbewussten, auf Extraktion verzichtenden Herstellungsverfahren in der Ölmühle zu überzeugen und eine Alleinstellung im Markt zu bewirken.

Die Kundenakquisition erfolgt im Wesentlichen durch eine Handelsagentur auf Provisionsbasis. Key Account Kunden werden vorrangig selbst zusammen mit der Agentur betreut. Dafür mussten entsprechend den begrenzten finanziellen Möglichkeiten kreative Lösungen gefunden werden:

- Herausragendes ansprechendes und auffälliges Design von Produkt und Verpackung.
- Umfangreiche Infomaterialien (Flyer) werden dem Handel und den Verbrauchern kostenlos zur Verfügung gestellt. Die Produkte werden ganzjährig mit wechselnden Flaschenanhängern mit unterschiedlichen Rezeptthemen ausgestattet.
- Auf Werbeanzeigen wird fast vollständig verzichtet. Stattdessen wird auf Unternehmens- und Produkt-PR gesetzt.
- Aufmerksamkeitsstarke Verkaufsförderungsaktionen am Point of Sale (POS) im gesamten Bundesgebiet werden durch intensive eigene PR-Arbeit in zielgruppenrelevanten Print-, Funk- und TV-Medien unterstützend begleitet.
- Gleichzeitig wurde intensiv der Kundenkreis Gemeinschaftsverpflegung – Bio für die Großküche – mit entsprechenden Gebinden angesprochen.

Hauptabsatzregion ist Nordrhein-Westfalen, aber nach erfolgreicher Markteinführung erfolgt inzwischen eine bundesweite Distribution, seit Anfang 2005 durch einen Kooperationspartner aus dem Fachgroßhandel. Die Absatzsituation ist in Abbildung skizziert.

Abbildung 2: Skizze der Absatzströme des Unternehmens der Fallstudie

Quelle: Angaben der Ölmühle.

Die Mitwirkung und Verankerung in verschiedenen regionalen Initiativen wird für den Projekterfolg sowohl auf der Beschaffungsseite als auch beim Absatz als wichtig angesehen. Dabei wurde mit zunehmender Expansion des Projektes deutlich, dass eine zu enge Begrenzung der Absatzregion nicht die Größenordnungen und Vielfalt der Absatzwege erlaubt, die für eine kostengünstige Produktion und ein professionelles Marketing im Bereich Rapskernöl notwendig sind. In dieser Hinsicht sind die Interessen der an regionalen Initiativen Beteiligten nicht immer gleichgerichtet und erschweren eine Bündelung regionaler Kräfte.

Die Marktbearbeitung beim Hauptprodukt Rapskernöl steht zwar im Mittelpunkt der Aktivitäten der Ölmühle. Die Verwertung der anfallenden Nebenprodukte als hochwertiges Futtermittel bzw. als Öl für technische Zwecke ist vom Umsatz her aber das bedeutsamere Aktionsfeld und machte zuletzt etwa 60 % des erzielten Umsatzes aus. Hier brachte sich vor allem der Mitgesellschafter des örtlichen Landhandels ein. Ab 1. Juni 2005 ist die Ölmühle auch als Einzelfuttermittelhersteller zertifiziert. Die derzeit getätigte Erweiterungsinvestition bedient auch vorrangig den Non-Food-Bereich.

Die Region in der das Projekt der Fallstudie umgesetzt wurde, war vor einigen Jahren von großen Unsicherheiten hinsichtlich der Anpassungen in der Stahlbranche und daraus resultierender Arbeitsplatzeffekte geprägt. Inzwischen weist die Region nach Auskunft des Geschäftsführers eher unterdurchschnittliche Arbeitslosenquoten auf.

3.2.3 Zielerreichung/verwaltungsmäßige Durchführung

Da das Projekt seit 2002 abgeschlossen ist, kann die folgende Wirkungsanalyse anhand der im Projekt der Fallstudie erzielten Ergebnisse vorgenommen werden.

3.2.3.1 Klare Zielformulierung

Die Erarbeitung der Vermarktungskonzeption folgte der klar formulierten Zielsetzung mit neuen Verfahren gewonnenes Rapskernöl als hochwertiges Produkt erfolgreich im Markt einzuführen und damit gleichzeitig lukrative Absatz- und Einkommensalternativen für die vertraglich gebundenen Rapssaaterzeuger zu schaffen. Die Vermarktungskonzeption sollte aufbauend auf einer Analyse der spezifischen Marktbedingungen, die den Initiatoren des Projektes unzureichend bekannt waren, Markteintrittsstrategien formulieren.

Auf der Grundlage dieser klaren Zielsetzung konnte mit Hilfe der durchgeführten Vermarktungskonzeption das letzte, für den Projekterfolg entscheidende Glied in der Wertschöpfungskette zum Verbraucher geschlossen werden. Sie stellt eine konsequente und

notwendige Fortführung der übrigen Projektaktivitäten zur Herstellung eines hochwertigen Qualitätsproduktes mit regionaler Herkunft dar. Insbesondere glaubhaft nachweisbare hochwertige Qualitätseigenschaften des hergestellten Produktes schufen dafür wichtige Voraussetzungen. Die zielgerichtete Formulierung der Schrittfolge - Marktanalyse, Ableitung von Handlungsoptionen und Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes inklusive der Verpackungsgestaltung - hat die Erstellung der Vermarktungskonzeption erleichtert und zu ihrer erfolgreichen Umsetzung beigetragen. Mit seinen spezifischen Qualitätseigenschaften erfüllt das im Fallbeispiel behandelte Projekt über Voraussetzungen, die von Sauter und Meyer (2003, S. 8/9) als wesentlich für dauerhaften Erfolg von Regionalprojekten identifiziert wurden.

3.2.3.2 Projektziele

Der **Nutzen für die Landwirtschaft** war wesentliches Projektziel. Die Zahl der Vertragslandwirte für den IP-Raps ist von 19 im Jahr 2001 auf 49 im Jahr 2004 gestiegen. Im letzten Jahr lieferten sie von einer Fläche von etwa 780 ha etwa 1 600 t Rapssaat aus IP-Anbau. In der Ernte 2005 wurde im Hinblick auf die Erweiterung der Anlage IP-Raps von insgesamt 224 Landwirten in einer Größenordnung von 5800 t aufgenommen. Seit Fertigstellung der Ölmühle wurden bis zum Erntejahr 2004 etwas mehr als 3 000 t Rapssaat aus IP-Anbau von der Ölmühle verarbeitet. Hinzu kommen noch die Mengen an Öko-Rapssaat. Hier stieg die Zahl der Lieferanten von anfangs 4 auf 29 im Jahr 2004. Im letzten Jahr wurden etwa 1.600 t Öko-Raps verarbeitet für 2005 wird eine Verarbeitungsmenge von etwa 2.000 t erwartet. Zusammen mit den Mengen IP-Raps wurden 2004 rd. 3.200 t verarbeitet und die Verarbeitungskapazität war voll ausgelastet.

Die Landwirte profitieren über die Vertragsregelungen beim IP-Anbau neben der Absatzsicherheit auch durch Beteiligung an der Wertschöpfungskette. Der Vertragsanbau für die Vertragsprodukte der Teutoburger Ölmühle erfolgt zu über der Marktnotierung liegenden Konditionen. Die Landwirte erhalten bei entsprechender Qualität für ihren Raps eine höhere Vergütung von derzeit ca. 10 % bzw. 20 bis 25 Euro über dem Marktpreis. Bezogen auf die bisher von der Ölmühle verarbeiteten mehr als 3.000 t IP-Rapssaat ist dies ein Betrag deutlich über 60 000 Euro, den die liefernden Landwirte gegenüber einem Verkauf auf dem freien Markt zusätzlich erhalten haben. Dadurch erhalten die Landwirte der Region eine gesicherte Einnahmequelle, wodurch wiederum Arbeitsplätze indirekt erhalten werden. Über die Bedeutung dieser Einnahmen für die Einkommenssituation in den Einzelfällen liegen keine Informationen vor.

Im Bereich der Verarbeitung von Öko-Raps war die Entwicklung noch dynamischer. Das Ausgangsniveau von etwa 500 t hat sich bis 2004 auf 1.600 t erhöht und für 2005 wird ein Umfang von 2.000 t erwartet. Die im Fallbeispiel behandelte Ölmühle ist in diesem Bereich der größte Abnehmer von Rapssaat in Deutschland. Neben dieser positiven Mengen-

entwicklung profitierten die Öko-Lieferanten auch von einer Preiserhöhung je Tonne Rapssaat um etwa 100 Euro gegenüber der Anfangssituation auf derzeit etwa 450 Euro.

Die Abnahme der genannten Liefermengen war deshalb möglich, weil auch das Hauptziel der Markteinführung des neuen hochwertigen Produktes auf dem Speiseölmarkt mit Schwerpunkt Nordrhein-Westfalen erreicht wurde. Bedeutung und Entwicklung der wesentlichen Absatzkanäle sind in Abbildung 2 dargestellt. Der wichtigste Absatzweg ist danach inzwischen der LEH. Hier beliefert die Ölmühle insgesamt ca. 20 Kunden, unter ihnen regionale Niederlassungen von EDEKA und REWE sowie Metro und Tengemann, wobei fünf von ihnen die Hauptumsatzträger sind. Damit wird eine Distributionstiefe von etwa 8.000 Outlets erreicht.

Tabelle 2: Entwicklung der Absatzmengen (t) nach Absatzwegen in der Fallstudie

Absatzmengen der Teutoburger Ölmühle, Raps- und Sonnenblumenöl			
Gruppe	2002	2003	2004
Direktvermarktung	36.379	76.425	126.597
LEH	22.681	122.331	628.095
Naturkost	22.249	55.159	91.742
Summe	81.309	253.915	846.434

Quelle: Angaben der Ölmühle.

Zu Beginn war die Direktvermarktung an Abnehmer in der Region das wesentliche Standbein beim Absatz. Hier hat sich der Absatz in kurzer Zeit verdreifacht, und es werden ca. 150 Direktvermarkter und ca. 80 Industrie- und GV-Kunden beliefert.

Auch der Absatz des Rapskernöls aus ökologischem Anbau entwickelte sich sehr positiv. Durch Listung bei Naturkostgroßhändlern können nahezu alle ca. 2000 Naturkostfachgeschäfte bedient werden. Die derzeitige Distributionstiefe liegt bei 40 bis 50 %. Die derzeitige Distributionstiefe in den Reformhäusern, die seit Ende 2002 als neuform-Vertragswarenhersteller beliefert werden, liegt auch bei ca. 50 % und damit bei ca. 1.000 Outlets.

Jeder Distributionsweg hat seine eigenen Gesetzmäßigkeiten, gekennzeichnet durch unterschiedliche Vertriebswege mit und ohne Großhandel sowie jeweils typische Handelsspannen. Das Marketingkonzept der Ölmühle sieht mehrere Produktvarianten für die völlig unterschiedlichen Distributionswege vor, um eine gewisse Exklusivität zu gewährleisten. Dabei wurde eine Positionierung von Rapskernöl als absolutes Premiumprodukt im oberen Preissegment erreicht. Sowohl im Bio- als auch im konventionellen Bereich sind die

Rapskernöle der geförderten Ölmühle nach eigener Auskunft innerhalb kurzer Zeit Marktführer bei kaltgepressten Rapsölen im Fachhandel geworden. Offenbar verfügt das hergestellte Rapskernöl über Qualitätseigenschaften und ein Preis-Leistungsverhältnis mit guter Akzeptanz beim Verbraucher. Die Beobachtung von Gees et al. (2005 S. 119), dass der Verbraucher zwar immer Wert auf die Herkunft der Produkte legt, was sich auch in der positiven Verbraucherakzeptanz widerspiegelt, aber gleichzeitig oft nicht bereit ist, einen deutlich höheren Preisaufschlag für regionale Waren zu bezahlen, bestätigt sich im Fallbeispiel nicht. Grund dafür dürfte die gelungene Verknüpfung der regionalen Herkunft mit anderen Qualitätseigenschaften sein.

Neben unterschiedlichen Markenprodukten von Raps-Kernöl für die verschiedenen bisher beschriebenen Distributionswegen wurden ebenfalls Handelsmarken mit abweichender Rezeptur und Qualität (nicht IP-Anbau oder ökologischer Anbau) entwickelt, um den wachsenden Anteil der Handelsmarken am Gesamtumsatz des Lebensmittelhandels Rechnung zu tragen. Insbesondere bei der Produktgruppe Speiseöle ist der Anteil der Handelsmarken überproportional. Genaue Angaben zum Umfang dieses Segments wurden nicht zur Verfügung gestellt, sind allerdings für die hier anzustellende Evaluation auch nicht entscheidend.

Das Projektziel **hochwertige innovative Qualitätsprodukte** aus regionaler Herkunft mit Alleinstellungsmerkmalen im Markt und Mehrwert für die Kunden herzustellen, ist in verschiedener Hinsicht erreicht worden:

- Ernährungsphysiologisch besonders wertvolles heimisches Rapskernöl als hochwertiges Speiseöl wird konkurrenzfähig zu hochwertigem Olivenöl vermarktet.
- Schälrapspresskuchen wird als hochproteinhaltiges Futtermittel gewonnen (fehlt am Markt).
- Regenerativ gewonnene Rohstoffe für biolog. schnell abbaubare Schmiermittel und Biotreibstoffe werden erzeugt.
- Die Rohwarenbeschaffung erfolgt bei Rapssaat aus IP-Anbau weit überwiegend aus der Region.

Beiträge zum **Umweltschutz** und zur **Nachhaltigkeit** leistet das Projekt u.a. in folgenden Bereichen:

- Aufgrund des neuen Verfahrens ist keine Raffination oder Dämpfung der gewonnenen Speiseöle mehr erforderlich, daraus folgt ein geringerer Anlagen- und Energieeinsatz.
- Die Produktion von Rapskernöl erfolgt ohne großen Einsatz von Hilfsstoffen und entsprechend geringen Abfällen.
- Die Nutzung des minderwertigen Rapsschalenöls als Treibstoff für ein Pflanzenöl-BHKW ermöglicht die regenerative Energievollversorgung der Ölmühle.

- Produktion von Biomassebrennstoffen: Rapsöltreibstoff und Rapsschalenpresskuchen.
- Regenerativ gewonnene Rohstoffe für biolog. schnell abbaubare Schmiermittel und Biotreibstoffe werden erzeugt.
- Vertragsanbau der Rohstoffe, möglichst in der Region, ermöglicht kurze Transportwege.
- Die Abnahme und wirtschaftliche Verwertung von Öko-Raps stützt und sichert den Ökolandbau als umweltfreundliche und nachhaltige Wirtschaftsform in der Landwirtschaft.

An dem gesamten Projekt sind auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette zahlreiche Partner beteiligt. Ihre zweckmäßige Kooperation ist innerhalb des Projektes gut gelungen und wichtige Voraussetzung für den Projekterfolg.

3.2.3.3 Projektbeiträge zu Zielen des EPLR

Mit der Erarbeitung der Vermarktungskonzeption wurden wichtige Voraussetzungen für eine zielgerichtete Markteinführung geschaffen, die wesentlich zur erfolgreichen Umsetzung des Gesamtprojektes beigetragen haben. Die neu errichtete Ölmühle mit einem innovativem Verarbeitungsverfahren konnte im Jahr 2004 erstmals schwarze Zahlen schreiben und führt derzeit Erweiterungsinvestitionen im Volumen der bislang seit Gründung durchgeführten Investitionen durch. Mehr als 6.000 t Rapssaat aus IP-Anbau bzw. aus ökologischen Anbau von 78 liefernden Landwirten wurden zur Bedienung des neuen Marktsegments ‚Rapskernöl‘ verarbeitet. Für die liefernden Landwirte bedeutete dies nicht nur Absatzsicherheit sondern auch Erlösvorteile gegenüber der Situation ohne die Ölmühle und eröffnet verbesserte Zukunftsperspektiven.

Alle bei der Verarbeitung anfallenden Produkte, hochwertiges Rapskernöl als Speiseöl, Rapsöl zur industriellen und technischen Verwendung und Futtermittel, konnten problemlos in verschiedenen Absatzkanälen abgesetzt werden. Die Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Agrar- und Ernährungswirtschaft konnte damit in einem Teilsegment erheblich gestärkt werden.

Unmittelbar wurden mit einem Förderbetrag von knapp 27.000 Euro Investitionen von 160.000 Euro im Rahmen des zentral-regionalen Kooperationsprojektes angestoßen. Zählt man mittelbar auch die Investitionen zum Neubau der Ölmühle, die seitdem getätigten Investitionen sowie die aktuellen Erweiterungsinvestitionen hinzu, so ergibt sich eine Hebelwirkung von fast 10 Mio. Euro, zu der die Vermarktungskonzeption zusammen mit der dargestellten Förderung des Gesamtprojektes beigetragen hat.

In der geförderten neu errichteten Ölmühle arbeiteten zum Zeitpunkt des Besuches im Mai 2005 ca. 90 Beschäftigte, davon 20 in Dauerstellung, die übrigen in Teilzeit auch auf Basis der 400-Euro-Regelung. Der Anteil weiblicher Beschäftigter überwiegt, wurde aber nicht genau quantifiziert.

Neben der Sicherung dieser direkten Arbeitsplätze in der Ölmühle und beim Vertrieb sind auch indirekt Arbeitsplätze mit dem Projekt gekoppelt. Hier sind die 78 liefernden Landwirte ebenso zu nennen wie die Kooperation mit einem örtlichen Landhandel (Mitgesellschafter), der die Organisation des Vertragsanbaus und den Vertrieb der Futtermittel erledigt. Die Neuinvestition wurde bis auf die Spezialmaschinen zu über 80 % vom regionalen Gewerbe ausgeführt und hat dort vorübergehend zur Beschäftigung beigetragen. Dauerhafter, aber vom Umfang her gering sind die Beschäftigungseffekte, die aus der Inanspruchnahme regionaler Gewerbetriebe für Reparatur und Wartung in Anspruch genommen werden. Insoweit hat das Projekt in vielfältiger Weise zur regionalen Beschäftigung und der Erschließung zusätzlicher Einkommensquellen beigetragen.

Die zuvor genannten Effekte haben in ihrer Summe deutlich zur Stärkung des ländlich geprägten Raumes in der Region der Ölmühle beigetragen. Der Anteil, den die gelungene Vermarktungskonzeption dazu geleistet hat, lässt sich nicht isoliert ermitteln. Die zielgerichtete Ausrichtung insbesondere der Marketingaktivitäten aufgrund der Vermarktungskonzeption war aber sicher ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Aufgrund der mit der Landwirtschaftskammer erarbeiteten Anbauvorschriften wird ein integrierter umweltfreundlicher Landbau für die konventionell wirtschaftenden Betriebe angestrebt. Die damit verbundenen umweltschonenden Effekte werden noch erheblich höher durch die zunehmende Verarbeitung von Raps aus kontrolliert biologischem Anbau, die den ökologischen Landbau als nachhaltige Bewirtschaftungsform in der Region stärkt. Da das regionale Rohwarenaufkommen bei Öko-Rapssaat nicht ausreicht, wird hier in Zusammenarbeit mit den Bioverbänden Bioland und Naturland eine Expansion in Nordrhein-Westfalen aktiv angestrebt.

Die mehrfach herausgestellten besonderen Qualitätseigenschaften verbunden mit den entsprechenden Zertifizierungen und Kontrollen erlauben es auch, den zunehmenden Bedürfnissen der Verbraucher nach mehr Transparenz und Überschaubarkeit beim Nahrungsmittelverbrauch voll zu entsprechen.

3.2.3.4 Projektbeiträge zu Zielen der VO (EG) 1257/1999

Die zuvor dargestellten Ergebnisse beinhalten bereits Antworten auf die von der Kommission zur Wirkungsanalyse des EPLR vorgegebenen Bewertungsfragen. Auf eine gesonderte Darstellung wird daher verzichtet, um Wiederholungen zu vermeiden.

Zu den im folgenden aufgelisteten Zielen der VO (EG) 1257/1999 leistet das Gesamtprojekt nach Einschätzung des Hauptgesellschafters den jeweils in Klammern angegebenen Beitrag:

- (1) Ausrichtung der Erzeugung an der voraussichtlichen Marktentwicklung (10 %)
- (2) Förderung der Entwicklung neuer Absatzmöglichkeiten (5 %)
- (3) Verbesserung bzw. Rationalisierung der Vermarktungswege (5 %)
- (4) Verbesserung bzw. Rationalisierung der Verarbeitungsverfahren
- (5) Verbesserung der Aufmachung und Verpackung der Erzeugnisse (10 %)
- (6) Bessere Nutzung bzw. Entsorgung der Nebenprodukte und Abfälle (10 %)
- (7) Anwendung neuer Techniken (5 %)
- (8) Förderung innovativer Investitionen (5 %)
- (9) Verbesserung und Überwachung der Qualität (40 %)
- (10) Verbesserung und Überwachung der Hygienebedingungen
- (11) Umweltschutz (z. B. Ressourcenschonung, Abwasseraufbereitung) (10 %)
- (12) Verbesserung des Wohlbefindens der Tiere (Tiergerechtigkeit, Tierschutz, Tierhygiene)

Deutlich wird aus dieser Einschätzung, dass, bis auf drei, allen Zielen eine gewisse Bedeutung zuerkannt wird und Projektwirkungen zu verzeichnen waren. Der Qualitätsverbesserung wird dabei herausragende Bedeutung als tragendes Argument der Marketingaktivitäten beigemessen. Die übrigen angegebenen Ziele liegen in ihrer Bedeutung deutlich darunter. Diese Angaben sind angesichts der bisherigen Ergebnisse und der inhaltlichen Ausrichtung des Projektes plausibel.

3.2.3.5 Finanzierung

Die vorstehenden Ausführungen verdeutlichen, dass in dem der Fallstudie zugrunde liegenden Projekt in vielfacher Form Förderung mit öffentlichen Mitteln in Anspruch genommen wurde. Ohne die Förderung wäre die Umsetzung des Neubaus einer Ölmühle mit innovativer Verarbeitungstechnik, mangels ausreichendem Eigenkapital nicht möglich gewesen. Die Förderung der Vermarktungskonzeption stellt dabei nur einen geringen, allerdings für die zielgerichtete Ausrichtung des Projektes bedeutsame Teilbetrag dar. Sie erlaubte die zur Erschließung neuer Marktsegmente benötigte Nutzung externer Sachkompetenz, die sonst angesichts der Finanzausstattung des neu gegründeten Unternehmens nicht in der professionellen Art möglich gewesen wäre. Insoweit können Mitnahmeeffekte der Förderung in diesem Fall weitgehend ausgeschlossen werden.

Vielmehr konnte mit der bisherigen Förderung sogar der Boden für weitere Investitionen in Höhe von 3 Mio. Euro bereitet werden, die derzeit ohne Förderung umgesetzt werden. Die Höhe der gesamten Erweiterungsinvestition liegt bei 5 Mio. Euro von denen etwa 4,5

Mio. vom Unternehmen selbst aufgebracht werden müssen. Dem Anspruch von Förderung als Anstoßfinanzierung zur Unternehmensentwicklung aus eigener Kraft konnte dieses Projekt durchaus gerecht werden.

3.2.3.6 Verwaltungsmäßige Abwicklung/Kooperation mit Verwaltung

Die verwaltungstechnische Abwicklung der Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes gestaltete sich im Wesentlichen unproblematisch. Der Aufwand wird als sehr groß empfunden, auch weil man sich in die spezifischen Förderbedingungen mühselig einarbeiten muss. Die gute Betreuung seitens die Bewilligungsstelle kann dies nur bedingt erleichtern. Die Antragstellung der Förderung bezüglich des Energieteils der aktuell durchgeführten Erweiterungsinvestition ist daher aus dem Unternehmen ausgelagert worden.

3.2.3.7 Gesamtbeurteilung

Bei dem in der Fallstudie betrachteten Projekt sind die mit der Förderung im Bereich der Regionalvermarktung angestrebten Ziele in hohem Maße erreicht worden. Eine Idee, die wissenschaftlichen Forschungsarbeiten im Bereich der Verfahrenstechnik entsprang, wurde in technischem Maßstab umgesetzt und das damit erzeugte hochwertige und innovative Qualitätsprodukt Rapskernöl aus regionaler Herkunft erfolgreich im Markt eingeführt. Auch das bei der Verarbeitung anfallende Rapsöl zur industriellen und technischen Verwendung sowie die Futtermittel konnten problemlos abgesetzt werden.

Offenbar konnten die besonderen Qualitätseigenschaften des Rapskernöls über die verschiedenen genutzten Absatzwege überzeugend zum Verbraucher kommuniziert werden und ermöglichen eine anhaltende Expansion. Hierfür hat die geförderte Vermarktungskonzeption wertvolle, zielgerichtete Impulse geliefert.

Wesentlich kann der Erfolg des Projektes auf die gelungene Kombination herausragender Qualitätseigenschaften des Produktes mit der regionalen Orientierung bei Rohwarenbeschaffung und Absatz vor allem in der schwierigen Anlaufphase zurückgeführt werden. Mit zunehmender Expansion tritt die Regionalität vor allem beim Absatz mehr und mehr in den Hintergrund.

Verbraucherinteressen an mehr Transparenz und Überschaubarkeit beim Nahrungsmittelverbrauch wird das Projekt über Zertifizierungen und Kontrollen sowie mit der regionalen Rohwarenherkunft im Bereich des Rapskernöls aus IP-Anbau gerecht.

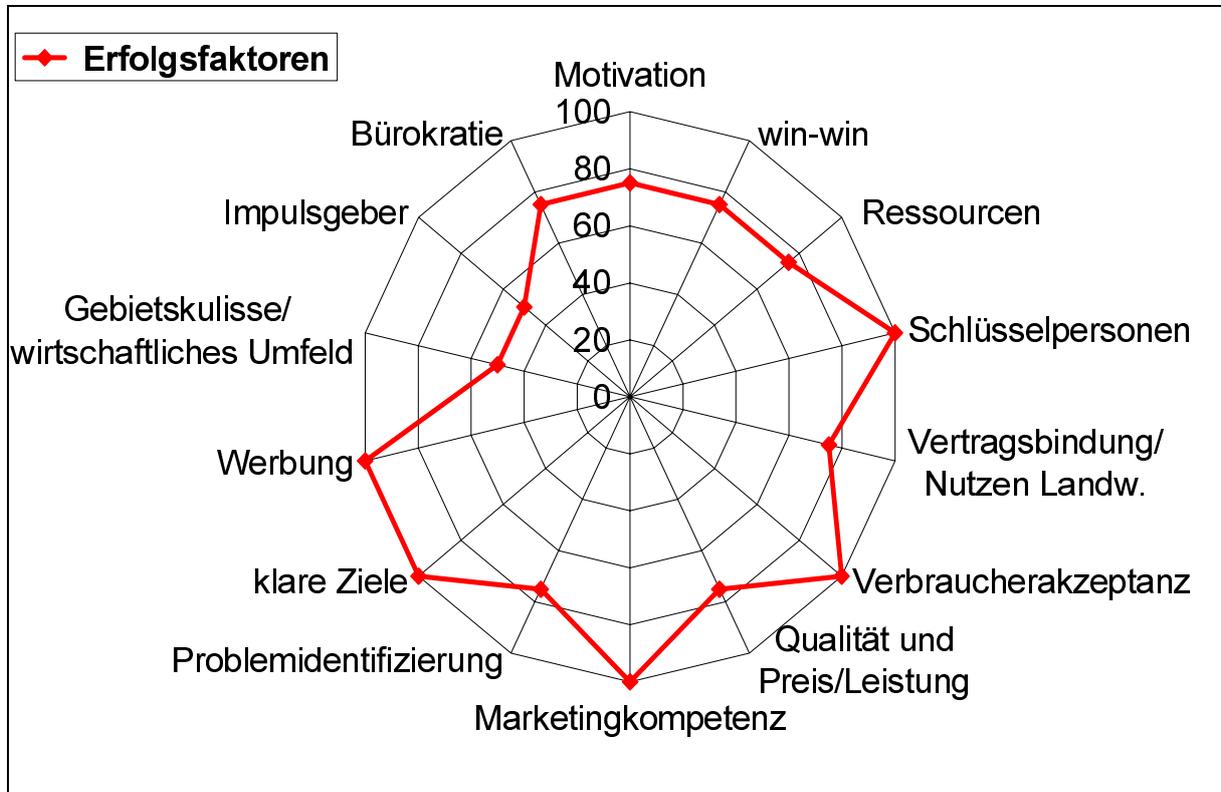
Mehr als 6.000 t Rapssaat aus IP-Anbau bzw. aus ökologischen Anbau wurden bis 2004 von 78 liefernden Landwirten zu höheren als Marktpreisen (IP-Anbau) bzw. steigenden Preisen (ökologischer Anbau) von der Ölmühle gekauft. Für die liefernden Landwirte bedeutete dies nicht nur Absatzsicherheit und zusätzliches Einkommen sondern auch verbesserte Zukunftsperspektiven, die durch die aktuelle Erweiterung der Verarbeitungskapazität weiteren Auftrieb erhalten.

Das Projekt hat in vielfältiger Weise zur regionalen Beschäftigung und der Erschließung zusätzlicher Einkommensquellen und damit zur Stärkung der Wirtschaftskraft des ländlich geprägten Raumes in der Region der Ölmühle beigetragen. Neben ca. 90 Arbeitsplätzen in der Ölmühle und deren Vertrieb, davon 20 Dauerarbeitsplätze, sind dauerhaftere Beschäftigungs- und Einkommenseffekte bei den liefernden Landwirten, im örtlichen Landhandel sowie im regionalen Gewerbe für Reparatur- und Wartungsleistungen zu verzeichnen. Weitere kurzfristige Effekte ergeben sich bei der Durchführung der Investitionen, die weit überwiegend vom regionalen Gewerbe durchgeführt werden.

Ohne die Förderung wäre die Umsetzung des Neubaus einer Ölmühle mit innovativer Verarbeitungstechnik mangels ausreichenden Eigenkapitals nicht möglich gewesen. Die Förderung der Vermarktungskonzeption stellt dabei nur einen geringen, allerdings für die zielgerichtete Ausrichtung des Projektes bedeutsamen Teilbetrag dar. Sie erlaubte die zur Erschließung neuer Marktsegmente benötigte Nutzung externer Sachkompetenz, die sonst angesichts der Finanzausstattung des neu gegründeten Unternehmens nicht in der professionellen Art möglich gewesen wäre. Insoweit können Mitnahmeeffekte der Förderung in diesem Fall weitgehend ausgeschlossen werden. Vielmehr konnte mit der bisherigen Förderung sogar der Boden für weitere Investitionen bereitet werden, von denen etwa 4,5 Mio. vom Unternehmen selbst aufgebracht werden. Dem Anspruch von Förderung als Anstoßfinanzierung zur Unternehmensentwicklung aus eigener Kraft konnte dies Projekt damit gerecht werden.

Die Einschätzung der Bedeutung verschiedener Erfolgsfaktoren für den Projekterfolg durch den Geschäftsführer der Ölmühle ist in Abbildung wiedergegeben. Sie unterstreicht, wie wichtig eine Schlüsselperson mit klaren Zielvorstellungen, professionelle Marketingaktivitäten und hohe Verbraucherakzeptanz für den Projekterfolg sind. Der Erfolg stellt sich umso besser ein, je mehr alle Projektpartner am Erfolg partizipieren können und motiviert mitarbeiten. Bürokratie hemmt dagegen, z. B. über einzuhaltende Auflagen und statistische Meldungen, in erheblichem Umfang den Projekterfolg.

Abbildung 3: Einschätzung der Bedeutung von Erfolgsfaktoren in der Fallstudie durch den Hauptgesellschafter



Quelle: Eigene Erhebung.

3.3 Empfehlungen zur Maßnahmengestaltung

Die positiven Ergebnisse der Förderung bezüglich der damit angestrebten Ziele in der Fallstudie legen die Vermutung nahe, dass wenig Anlass besteht, Inhalt und Durchführung der zugrundeliegenden Fördermaßnahme zu verändern. Andererseits mutet es zunächst verblüffend an, dass Vermarktungskonzeptionen überhaupt gefördert werden. Das Aufspüren von Marktchancen, die Identifizierung von Zielmärkten und ihre gewinnbringende Nutzung unter Inkaufnahme hoher Flopraten bei innovativen Produkten sind als wesentliche Leistung unternehmerischen Handelns zu verstehen, das seine Entlohnung über den Markt erfährt. Ausgehend von der Prämisse, dass beim Verbraucher Präferenzen für regionale Produkte bestehen, sollte sich dies in entsprechenden Preisaufschlägen niederschlagen. Anlass für staatliche Förderung wäre nicht gegeben. Zu klären wäre, unter welchen Bedingungen von dieser Vorgehensweise abgewichen werden kann und sollte.

Wenn, wie in der Fallstudie, eine überzeugende, aufgrund des innovativen Produktcharakters aber mit Risiken behaftete Projektstrategie vorliegt, es jedoch an den notwendigen Eigenmitteln für eine Umsetzung fehlt, kann fehlendes Eigenkapital sinnvoll durch Förde-

rung ersetzt werden. Die Realisierung des Projektes und damit der Beiträge zur Zielerreichung des Programms werden dadurch erst möglich. Allerdings spricht viel dafür, dass Eigenkapitalknappheit durch Unterstützung oft auch mittels Bürgschaften überwunden werden kann, verbunden mit geringeren Risiken für Fehlschläge.

Förderung von Vermarktungskonzeptionen kann dann sinnvoll sein, wenn z. B. die Initiatoren, deren innovative Idee Beiträge zu den Programmzielen erwarten lässt, diese deshalb nicht weiter verfolgen, weil ihnen die notwendige fachliche Qualifikation in wichtigen Teilbereichen des geplanten Projektes fehlt oder ihnen das bei Innovationen schwer kalkulierbare Risiko eines Fehlschlages zu hoch ist. Die für die Bezahlung der externen Expertise zur Erstellung einer geeigneten Vermarktungsstrategie benötigten Mittel fehlen ihnen und das möglicherweise sinnvolle Projekt unterbleibt deshalb ganz.

Inwieweit ein Projekt der Regionalvermarktung mehr Erfolgsaussichten oder Risiken in sich trägt, ist aufgrund zahlreicher Unwägbarkeiten im Vorfeld oft schwierig zu beurteilen. Zur Minderung solcher Risiken bietet sich die Nutzung externer Expertise zur professionellen Abschätzung und Beurteilung der Marktchancen eines Projektes und des geeigneten Marketing-Mix an, bevor weitere Aktivitäten und Investitionen oder deren Förderung erfolgen. Vorgeschaltete Vermarktungskonzeptionen können zu einer veränderten, gezielteren Ausrichtung des Projektes wertvolle Beiträge leisten. Aber auch der Verzicht auf längerfristig kaum tragfähige Projekte kann das Ergebnis sein. In dieser Hinsicht stellen sie eine im Bereich der Regionalvermarktung inhaltlich notwendige Konkretisierung der Projektskizze und der darin aufgezeigten normalen Absatzmöglichkeiten dar.

Eine weiteren Aktivitäten vorgeschaltete Vermarktungskonzeption ist zur Abschätzung der längerfristigen Tragfähigkeit des Projektes umso wichtiger, als Regionalität allein nach bisherigen Erfahrungen nicht ausreicht, um die benötigte Alleinstellung im Markt und das notwendige Marktvolumen zu erreichen. Das Beispiel der Fallstudie belegt die Notwendigkeit der regionalen Verankerung in der Region während der Anlaufphase. Nach erfolgreicher Implementierung und zunehmender Expansion verlor es aber an Bedeutung. Vielfach stehen die ergänzenden Qualitätseigenschaften stärker im Vordergrund, die zusammen mit der Regionalität glaubhaft und professionell beim Verbraucher kommuniziert werden müssen. Vorgeschaltete Vermarktungskonzeptionen können angesichts der Unsicherheiten bei Markteinführung neuer Produkte Projekterfolg nicht garantieren, reduzieren aber das Risiko von Fehlschlägen im Bereich der Regionalvermarktung. Sie sollten daher den übrigen Fördermaßnahmen im Bereich der Regionalvermarktung vorausgehen, ohne dass dabei die grundsätzlichen, eingangs formulierten Argumente einer Abgeltung besonderer Eigenschaften über den Markt völlig vernachlässigt werden. Die Vermeidung von Mitnahmeeffekten ist dabei allerdings besonders schwierig und kaum zu erreichen.

Die Erarbeitung von Vermarktungskonzeptionen als Voraussetzung weiterer Aktivitäten aller Beteiligten ist aber nicht auf den Bereich der Regionalvermarktung begrenzt, sondern hat auch in den übrigen Bereichen der Förderung zur Verbesserung der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte Bedeutung. Von der verwaltungstechnischen Seite her mag es zweckmäßig sein, Regionalität oder die Erzeugung nach Regeln des ökologischen Landbaus als Abgrenzungskriterium zu nutzen und damit die Förderung auf ein engeres Spektrum einzugrenzen. Eine Ausweitung des Kreises auf Begünstigte in allen Produktbereichen und solche Fälle, denen zur Umsetzung zukunftssträchtiger Ideen und Vorhaben finanzielle und personelle Ressourcen zum Nachweis einer ausreichenden Tragfähigkeit und damit zur Erreichung der Programmziele fehlen, sollte daher erwogen werden. Das nicht nur im Bereich der Regionalvermarktung bestehende und vor allem vom Initiator getragene Innovationsrisiko kann durch die Förderung erheblich gemildert werden und helfen, entsprechende Eintrittsbarrieren zu überwinden.

Wesentlich für das Gelingen von Vermarktungskonzepten ist, dass die Initiative von Personen mit großer Nähe zum Markt und Marktorientierung getragen wird. In der Regel trifft dies eher für Vermarkter oder Verarbeiter landwirtschaftlicher Rohprodukte zu als für Erzeugerzusammenschlüsse von Landwirten oder einzelne Landwirte, die eher für ihre Erzeugnisse einen Markt suchen als zu fragen: „Was will der Verbraucher?“

Für den Projekterfolg ist ein ausreichend großes Marktvolumen entscheidend. Mindestgrößen sind vor allem für effizientes Marketing notwendig, das, wie auch im Fallbeispiel, anfangs oft unterschätzt wird. Aber auch bei hohem Verarbeitungsgrad stehen kleine Unternehmen hinsichtlich der Anforderungen an Technologie und Qualitätssicherung oft vor nicht zu bewältigenden Herausforderungen. Ausreichendes Marktvolumen definiert sich dabei in jedem Einzelfall anders. Dem kann mit einer flexiblen, größenunabhängigen Gestaltung der Förderkonditionen entsprochen werden, wie es in den Richtlinien des Landes Nordrhein-Westfalen der Fall ist.

Die Richtlinie lässt ausreichend Freiraum, die für eine erfolgreiche Projektumsetzung jeweils am besten geeignete Organisationsform auf einer und zwischen den beteiligten Marktstufen zu wählen.

Nicht zuletzt die, gemessen an den Erwartungen, geringe Nachfrage nach Fördermitteln für die Erstellung von Vermarktungskonzeptionen im Bereich der Regionalvermarktung hat zu Änderungen der Richtlinie geführt, um die Anreizwirkung der Förderung im Bereich der Regionalvermarktung zu erhöhen. Bisher hat dies nicht die gewünschten Reaktionen ausgelöst. Dies mag auch darauf zurückzuführen sein, dass das Potenzial für Regionalvermarktung geringer ist als politisch erwünscht und die Akteure vor Ort vorhandene Chancen im regionalen Markt lieber ohne förderbedingte bürokratische Hürden entsprechend der jeweiligen Situation flexibel nutzen.

Literaturverzeichnis

- Gees, Karsten; Queren, René und Blümlein, Bernd (2005): Welche Faktoren führen zur Auflösung von Regionalinitiativen? -Schlussfolgerungen für die Förderung und die praktische Arbeit der Regionalinitiativen -. Berichte über Landwirtschaft, H. 83, S 111-125.
- MUNLV, Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (1999): NRW-Programm "Ländlicher Raum". Plan des Landes Nordrhein-Westfalen zur Entwicklung des Ländlichen Raums. Düsseldorf.
- MUNLV, Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft, und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (2004): NRW-Programm "Ländlicher Raum". Plan des Landes Nordrhein-Westfalen zur Entwicklung des Ländlichen Raumes gemäß VO (EG) Nr. 1257/1999. Konsolidierte Fassung nach der Entscheidung der EU-Kommission vom 6.10.2004. Düsseldorf.
- Programmänderung des EPLR von Nordrhein-Westfalen 2002. Entscheidung der Kommission K (2002) 3442 v. 23.09.2003
- RdErl. v. 28.11.2000: Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen zur Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte. Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 2 vom 28. 11. 2000
- RdErl. v. 20.11.2002: Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen zur Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte. RdErl. v. 20.11.2002; Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 63 vom 16.12.2003.
- RdErl. v. 08.05.2004: Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen zur Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte. Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 35 vom 5. 10. 2004
- VO (EG) Nr. 1783/2003 des Rates vom 29. September 2003 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL). VO (EG) Nr. 1783/2003, ABl. EG L 270 v. 21.10.2003
- Sauter, Arnold und Meyer, Rolf (2003): Potenziale zum Ausbau der regionalen Nahrungsmittelversorgung. Endbericht zum TA-Projekt "Entwicklungstendenzen bei Nahrungsmittelangebot und -nachfrage und ihre Folgen".

**Aktualisierung der Zwischenbewertung der Förderung zur
Marktstrukturverbesserung in Deutschland für den
Förderzeitraum 2000 bis 2006**

**Fallstudie „Einführung eines Qualitätsmanagementsystems“
Nordrhein-Westfalen**

**Heinz Wendt, Jochen Nölle, Josef Efken, Volker Krahl,
Annette Trefflich, Inge Uetrecht,**

Braunschweig im August 2005

Inhaltsverzeichnis	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	II
1 Hintergrund	1
2 Beschreibung der Maßnahme	2
2.1 Historie.....	2
2.2 Ziele	3
2.3 Begünstigte.....	5
2.4 Fördergegenstand.....	5
2.5 Förderkonditionen.....	6
2.6 Zuwendungsvoraussetzungen.....	6
2.7 Indikatoren	8
2.8 Finanzierung.....	9
2.9 Administrative Umsetzung.....	9
3 Methode/Datenbasis	9
4 Ergebnisse	10
4.1 Gesamtüberblick Maßnahme/Umfang	10
4.2 Fallstudie.....	11
4.2.1 Beschreibung Projekt/ Projektkonzept.....	11
4.2.2 Projektumsetzung.....	12
4.2.2.1 Ziele	12
4.2.2.2 Gründung eines Erzeugerzusammenschlusses	13
4.2.2.3 Zertifizierung nach EUROEPGAP	18
4.2.2.4 Mittelbedarf.....	19
4.2.2.5 AktEuro/Beteiligung.....	19
4.2.2.6 Organisation/Projektmanagement/Öffentlichkeitsarbeit	20
4.2.2.7 Beratung.....	20
4.2.2.8 Wirtschaftskraft der Region.....	21

4.2.3 Zielerreichung/verwaltungsmäßige Durchführung	21
4.2.3.1 Klare Zielformulierung.....	21
4.2.3.2 Rohwarenabsatz der Mitglieder des EZZ	21
4.2.3.3 Projektbeiträge zu Zielen des EPLR.....	22
4.2.3.4 Projektbeiträge zu Zielen der VO (EG) 1257/1999.....	24
4.2.3.5 Finanzierung.....	24
4.2.3.6 Verwaltungsmäßige Abwicklung/Kooperation mit Verwaltung.....	25
4.2.3.7 Gesamtbeurteilung und Schlussfolgerungen.....	26
4.3 Empfehlungen zur Maßnahmengestaltung.....	29
Literaturverzeichnis	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Regionale Verteilung der Mitglieder des Erzeugerzusammenschlusses in der Erzeugungsregion	15
Abbildung 2:	Skizze des Warenflusses beim Erzeugerzusammenschluss OWL-Kartoffel	16
Abbildung 3:	Einschätzung der Bedeutung von Erfolgsfaktoren in der Fallstudie durch den Erzeugerzusammenschluss	29

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Kennzahlen zur Förderung der Regionalvermarktung in Nordrhein-Westfalen in der Periode 2000 bis 2006 (Stand: April 2005)	10
------------	--	----

1 Hintergrund

Die weitgehend gesättigten Nahrungsmittelmärkte sind durch ein hohes Maß an Wettbewerbsintensität und Anpassungsnotwendigkeiten geprägt. Neben der Erhöhung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit in den traditionellen Absatzwegen und Marktsegmenten stellt die Suche nach ertragreichen neuen Absatznischen eine dauerhafte Herausforderung für die Marktteilnehmer in Land- und Ernährungswirtschaft dar. Verbraucherbefragungen signalisieren gute Marktchancen für Erzeugnisse aus der näheren Umgebung und aus Regionen mit positivem Image verbunden mit glaubwürdigen Herkunftsgarantien.

Vor diesem Hintergrund bietet das Land Nordrhein-Westfalen im Rahmen des EPLR, ergänzend zur Hauptförderung in schwerpunktmäßig ausgewählten Branchen, weitere Fördermöglichkeiten im Bereich der Regional-Vermarktung sowie des ökologischen Landbaus an. Damit sollen Landwirte darin unterstützt werden, eng auf spezifische Produkteigenschaften ausgerichtete Marktsegmente professioneller und systematischer zu erschließen und zu bedienen, was lt. Programm die betreffenden Betriebe und ihre Organisationen häufig aus eigener Kraft nicht leisten können. Der Entwicklung geeigneter Organisationsformen und Vermarktungsstrukturen im Bereich der regionalen Vermarktung als Antwort auf die zunehmende Verunsicherung der Verbraucher beim Lebensmittelkauf wird dabei besonderes Gewicht zuerkannt (MUNLV, 2004: S.104).

Im Rahmen verschiedener Maßnahmen sollen durch die Förderung finanzielle Hemmnisse und Risiken bei der Einführung überwunden und dem Bedarf der beteiligten Gruppen der Agrarwirtschaft entsprochen werden. Hierzu zählen auch der Auf- und Ausbau regionaler Vermarktungsstrukturen.

In der Förderperiode soll die Regionalvermarktung um mindestens das dreifache des Standes zu Beginn der Förderperiode ausgebaut werden. Neben der Förderung von

- Investitionen und
- Ausgaben für die Gründung und das Tätigwerden und wesentliche Erweiterungen von Vereinigungen von Erzeugern (Organisationskosten) sowie
- Ausgaben für die Erarbeitung und Einführung von Produktions- und Vermarktungskonzeptionen für regional oder ökologisch erzeugte Produkte und seit Anfang 2004 auch die Durchführung von Vermarktungskonzeptionen

wird seit Beginn der Förderperiode auch eine Förderung für die Einführung eines anerkannt stufenübergreifenden¹ Qualitätsmanagementsystems (QMS) und für die Einführung eines anerkannt stufenübergreifenden Umweltmanagementsystems (UMS), einschließlich deren Erstzertifizierung sowie der Aus- und Weiterbildung im Hinblick auf die Anwendung dieser Systeme im Rahmen der Organisationsausgaben und seit 2002 als eigener Fördertatbestand angeboten (RdErl. v. 20.11.2002). Dieses Förderangebot orientiert sich an den entsprechenden Grundsätzen im Rahmenplan der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ in der jeweils geltenden Fassung.

Gemäß Vertrag vom 21.10.2004 über die „Erarbeitung des Update der Halbzeitevaluation und der Ex-post-Evaluation bestimmter Maßnahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ in Deutschland für den Zeitraum 2000 bis 2006“ soll die Förderung der Einführung von Qualitäts- und/oder Umweltmanagementsystemen in Nordrhein-Westfalen evaluiert werden. Dafür ist nach Anlage 3 zum Vertrag eine Fallstudie vorgesehen. Diese bezieht sich notwendigerweise auf den einzigen bisher bewilligten Förderfall.

Zur BEuroteilung des Fördererfolges und zur Ableitung von Empfehlungen für die künftige Ausgestaltung und Durchführung der Maßnahme werden zunächst der Förderkontext, die Förderziele und die Förderbedingungen aufgezeigt, in die sich das Projekt mit seiner spezifischen Zielsetzung und Ausgestaltung einordnen sollte. Vor diesem Hintergrund werden dann anhand der Projektkonzeption Beiträge zur Zielerreichung identifiziert und diese, soweit der Projektstand dies zulässt, konkret ermittelt. Gegenstand dieser Analyse und Bewertung ist auch der Einfluss der administrativen Durchführung auf den Projekterfolg. Die dazu benötigten Informationen und Unterlagen wurden anlässlich von Besuchen im Ministerium, der Bewilligungsstelle sowie dem begünstigten Erzeugerzusammenschluss gewonnen.

2 Beschreibung der Maßnahme

2.1 Historie

Die regionale Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte wird in Nordrhein-Westfalen seit 1997 gefördert. Zunächst geschah dies im Rahmen einer Landesrichtlinie allein mit

¹ Das Adjektiv stufenübergreifend wurde erst ab 2004 in die entsprechende Förderrichtlinie vor dem Hintergrund aufgenommen, dass Qualitätsmanagementsysteme in der Landwirtschaft im Rahmen der einzelbetrieblichen Fördermaßnahmen gefördert werden konnten.

Landesmitteln, deren Notifizierung bei der EU erst nach Überwindung erheblicher Widerstände möglich war und Nordrhein-Westfalen eine Vorreiterrolle hinsichtlich dieser Förderoption brachte. Hintergrund war vor allem, eine verstärkte Ausrichtung der Förderung auf die erzeugernahe Vermarktung und weniger auf die Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung zu erreichen. Mit Aufnahme der Förderung der Regionalvermarktung in die GAK sowie Kofinanzierungsmöglichkeiten durch die EU im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 ab dem Jahr 2000 konnten auch GAK-Mittel und EU-Mittel zur Finanzierung dieser Vorhaben eingesetzt werden. Zunächst wurde die Förderoption im Rahmen der Richtlinie zur Vermarktung ökologisch und regional erzeugter Produkte eröffnet, nach deren Teilung im Jahr 2002 in einer eigenständigen Richtlinie mit verbesserten Förderkonditionen (RdErl. v. 20.11.2002; MUNLV, 2004). Diese Richtlinie wurde mit RdErl. v. 5.8.2004 geändert.

Förderfähig sind danach in der Förderperiode Organisationskosten, Investitionskosten und Ausgaben für Erarbeitung und Einführung von Vermarktungskonzeptionen. Im Rahmen der Organisationskosten waren auch Qualitätsmanagement- und Umweltmanagementsysteme seit 2000 förderfähig. Seit 2002 ist die Förderung der „Einführung von stufenübergreifenden (ergänzt mit Änderung RRegio im August 2004) Qualitätsmanagementsystemen einschließlich deren Erstzertifizierung sowie der Aus- und Weiterbildung im Hinblick auf die Anwendung dieser Systeme“ als eigener Fördergegenstand aufgenommen worden. Hintergrund war die Erfahrung, dass insbesondere für regionale Vermarktungsinitiativen Qualitätsmanagementsysteme zentrale Bedeutung haben. Der Kreis der potenziell Begünstigten wurde dadurch erweitert auf EZZ, die aus der zeitlichen Begrenzung der Förderung im Bereich der Organisationskosten herausfallen, und auf Unternehmen, die mit EZZ zusammenarbeiten. Die Investitionsförderung erfolgte gemäß der Artikel 25 bis 28 der VO (EG) Nr. 1257/1999, die übrigen Fördermaßnahmen zunächst nach Artikel 33, 4. Tiert (Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätserzeugnissen) ab 2004 dann ergänzend auch nach Artikel 24 der geänderten Fassung der VO (EG) Nr. 1257/1999 (VO (EG) Nr. 1783/2003, ABl. EG L 270 v. 21.10.2003; MUNLV, 2004).

2.2 Ziele

Die spezifischen Ziele der Förderung von Qualitätsmanagementsystemen ergeben sich als letzte Ebene einer Zielhierarchie nach Programmzielen, Zielen der Förderung im Bereich Verarbeitung und Vermarktung und Zielen der Förderung im Bereich der Regionalvermarktung:

EPLR:

- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Agrar- und Forstwirtschaft von der Produktion über die Verarbeitung bis hin zur Vermarktung;

- Förderung nachhaltiger Produktionssysteme, um damit Beiträge zur Verbesserung der Umwelt zu leisten sowie Anreize zur produktionsintegrierten Erbringung freiwilliger ökologischer Leistungen zu schaffen;
- Land- und forstwirtschaftliche Produktion mit den gesellschaftlichen Erfordernissen und Bedürfnissen in Einklang bringen, z. B. über die Erzeugung qualitativ hochwertiger, umweltfreundlich und tierschutzgerecht produzierter Nahrungsmittel oder über die Bereitstellung nachwachsender Rohstoffe zur Schonung endlicher Ressourcen;
- Flächendeckende Landbewirtschaftung und attraktive Dörfer sicherstellen, um lebenswerte ländliche Räume zu erhalten;
- Ausgleich von für den Einzelbetrieb unabweisbaren Benachteiligungen, unabhängig davon, ob diese aufgrund natürlicher oder rechtlicher Rahmenbedingungen zustande gekommen sind.

Verarbeitung und Vermarktung:

- international leistungsfähige Betriebsstrukturen schaffen bzw. sichern;
- wachsenden Bedürfnissen der Verbraucher nach umweltfreundlich, tierschutzgerecht und hygienisch erzeugten Lebensmitteln nachkommen;
- das wachsende Segment ökologisch bzw. regional erzeugter und vermarkteter Produkte bedienen;
- landwirtschaftlichen Betrieben neue Einkommensperspektiven im Bereich nachwachsender Rohstoffe und über Diversifizierungsmöglichkeiten erschließen, die die Existenzfähigkeit der Betriebe mittel- und langfristig verbessern.

Regionalvermarktung:

- Beitrag zur Existenzsicherung bäuerlich strukturierter Familienbetriebe sowie klein- und mittelständischer Unternehmen der Ernährungswirtschaft (Beitrag zur Erschließung zusätzlicher Einkommensquellen),
- mehr Sicherheit und Transparenz für Verbraucherinnen und Verbraucher (gezielte Nachfragebefriedigung),
- Stärkung der Wirtschaftskraft ländlich geprägter Räume durch die Bindung von Wertschöpfung und Beschäftigung an die Region (Verbesserung der Versorgungsstruktur im ländlichen Raum),
- stärkere Verbreitung umweltschonender und tiergerechter Produktionsverfahren,
- Vermeidung energieaufwendiger sowie tier- und umweltbelastender Transporte

In der Fassung 2002 der RRegio wurde außerdem noch eine Entlastung von Überschussmärkten durch Diversifizierung des Angebots als Zielsetzung genannt.

Qualitätsmanagementsysteme sollen in diesem Kontext das Verbrauchervertrauen in regionale Produkte durch transparente und jederzeit nachvollziehbare Prozessqualität durch-

gehend über alle Produktions- und Vermarktungsstufen hinweg stärken und damit die Vermarktungschancen sichern und ausweiten. Der stufenübergreifende Aspekt fand ab 01.01.2004 durch Einfügen des Adjektivs ‚stufenübergreifend‘ vor Qualitätsmanagementsystemen auch in der Richtlinie entsprechend den geänderten Formulierungen in den GAK-Grundsätzen deutlichen Niederschlag.

2.3 Begünstigte

Bis Ende 2001 konnten nur EZZ im Rahmen der Organisationskosten Förderung von Qualitätsmanagementsystemen erhalten. Die RRegio in der Fassung 2002 sah folgende Zuwendungsempfänger für die Förderung von Qualitätsmanagementsystemen vor:

- Zusammenschlüsse von mindestens fünf Erzeugern, die landwirtschaftliche Erzeugnisse in einer Erzeugungsregion für bestimmte Vermarktungsregionen für bestimmte Vermarktungsregionen produzieren und sich einem Kontrollverfahren in Bezug auf die regionale Herkunft unterziehen,
- Unternehmen des Handels oder der Be- und Verarbeitung, die regional erzeugte Produkte aufnehmen und diese in bestimmten Vermarktungsregionen absetzen und sich einem Kontrollverfahren in Bezug auf die regionale Herkunft unterziehen.

Der erste Absatz wurde durch die RRegio in der Fassung von 2004 (RdErl. v. 08.05.2004; MUNLV, 2004) folgendermaßen geändert:

- Zusammenschlüsse von mindestens fünf Erzeugerinnen oder Erzeugern, die landwirtschaftliche Erzeugnisse in einer Erzeugungsregion produzieren und mindestens 80 v. H. ihres Jahresumsatzes in bestimmten Vermarktungsregionen vermarkten sowie sich einem Kontrollverfahren in Bezug auf die regionale Herkunft unterziehen.

2.4 Fördergegenstand

Förderfähig sind Ausgaben von Erzeugerzusammenschlüssen oder – bei besonderer Berücksichtigung der Interessen landwirtschaftlicher Erzeuger – von Unternehmen des Handels oder der Be- und Verarbeitung für die Einführung von stufenübergreifenden Qualitätsmanagementsystemen – einschließlich der Ausgaben für die Erstzertifizierung sowie für die Aus- und Weiterbildung im Hinblick auf Anwendung dieser Systeme (RdErl. v. 20.11.2002).

2.5 Förderkonditionen

Die Förderung wird in Form eines Zuschusses zu den förderfähigen Ausgaben gewährt.

Die Höhe des Zuschusses beträgt bis zu 50 v. H. der zuwendungsfähigen Ausgaben, insgesamt höchstens jedoch 100.000 Euro innerhalb von drei Jahren. Auf diese Begrenzung werden alle nach Nr. 13 des Gemeinschaftsrahmens für staatliche Beihilfen im Agrarsektor gewährten Zuwendungen angerechnet, unabhängig davon, welche Rechtsgrundlage der Gewährung zu Grunde liegt.

Es gilt eine Bagatellgrenze von 2.000 Euro.

2.6 Zuwendungsvoraussetzungen

- Regional erzeugt im Sinne dieser Richtlinien sind Erzeugnisse, die in einer Erzeugungsregion produziert und in einer Vermarktungsregion abgesetzt werden.
 - Eine Erzeugungsregion im Sinne dieser Richtlinien ist ein ausschließlich nach natürlichen und/oder nach historischen Gegebenheiten abgegrenzter zusammenhängender Raum, der in der Regel Teil eines oder mehrerer Bundesländer ist.
 - Eine Vermarktungsregion im Sinne dieser Richtlinien ist in der Regel die Erzeugungsregion und/oder eine der Erzeugungsregion nahe gelegene Region, die ausreichende Absatzchancen für die regionalen Produkte bietet.
- Die Förderung der Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte erfolgt nur für spezielle Produkte hoher Qualität oder Qualitätsprodukte. In der Förderperiode bis einschließlich Juli 2002 galten als Qualitätsprodukte solche Erzeugnisse,
 - die aufgrund ihrer Regionalität oder spezifischer Eigenschaften nur begrenzt verfügbar waren und die insbesondere durch eines der folgenden Kriterien abgegrenzt werden konnten:
 - integriert-kontrollierte Anbauverfahren,
 - nach regionaltypischen Verfahren hergestellte Produkte,
 - traditionelle Herstellungsverfahren,
 - nach verbesserten Verfahren hergestellte Produkte oder Produktinnovationen,
 - deutlich positive Auswirkungen auf die Umwelt, den Tierschutz oder die Hygiene.

Ab August 2002 bis August 2004 galten als

- Qualitätsprodukte im Sinne dieser Richtlinien Erzeugnisse, die in mindestens einem Kriterium, das das Produktionsverfahren oder die Produkteigenschaften betreffen kann, über den gesetzlichen Standards lagen.

Seitdem sind (RdErl. v. 08.05.2004; MUNLV, 2004)²

- Qualitätsprodukte im Sinne dieser Richtlinie Erzeugnisse, die nach anerkannten Lebensmittelqualitätsregelungen erzeugt werden, die folgende Anforderungen erfüllen,
 - besondere Merkmale des Erzeugungsprozesses oder eine Qualität des Endproduktes, die erheblich über die handelsübliche Warennorm hinsichtlich der menschlichen, tierischen und pflanzlichen Gesundheit, des Tierschutzes und des Umweltschutzes hinausgeht,
 - verbindliche Produktspezifikationen beinhalten, deren Einhaltung von einer unabhängigen Kontrolleinrichtung überwacht wird,
 - transparent sind und eine vollständige Rückverfolgbarkeit der Erzeugnisse gewährleisten.
- Erzeugerzusammenschlüsse müssen – unabhängig von ihrer Rechtsform – auf Dauer, mindestens aber für fünf Jahre, angelegt sein. Die dem Zusammenschluss zugrundeliegenden Verträge bedürfen der Schriftform und müssen der Zielsetzung der Förderung entsprechen.

Bei einer wesentlichen Erweiterung des Erzeugerzusammenschlusses beginnt die Frist von fünf Jahren mit dem Zeitpunkt der wesentlichen Erweiterung erneut.

Die Mitgliedschaft kann frühestens zum Schluss des dritten vollen Geschäftsjahres gekündigt werden. Die Kündigungsfrist beträgt mindestens ein Jahr.

- Der dem Zusammenschluss zugrunde liegende Vertrag/Satzung und sonstige Unterlagen müssen die Konzeption des Erzeugerzusammenschlusses aufzeigen; sie muss erkennen lassen, dass
 - die unterstellten Produktpreise, Produktions- und Absatzmengen erreicht werden können und
 - sie zur Sicherung des landwirtschaftlichen Einkommens beiträgt oder
 - sie neue Märkte erschließt oder

² Die ursprüngliche Richtlinie aus dem Jahr 2002 definierte als Qualitätsprodukte solche Erzeugnisse, die in mindestens einem Kriterium, das das Produktionsverfahren oder die Produkteigenschaften betreffen kann, über den gesetzlichen Standards liegen.

- sie der wachsenden Nachfrage nach diesen Produkten entgegenkommt.

Der dem Zusammenschluss zugrunde liegende Vertrag/Satzung muss die Mitglieder des Erzeugerzusammenschlusses verpflichten, die für die Vermarktung bestimmten Produkte entsprechend den vom Erzeugerzusammenschluss erstellten Anlieferungs- und Vermarktungsregeln im Markt anzubieten.

- Die Gewährung von Zuwendungen zu den Ausgaben für Qualitätsmanagementsysteme setzt voraus, dass
 - die landwirtschaftliche Erzeugerstufe angemessen an der Wertschöpfung in der gesamten Erzeugungs- und Vermarktungskonzeption beteiligt ist und das Vorhaben geeignet ist, zur Sicherung des landwirtschaftlichen Einkommens beizutragen,
 - die Dauerhaftigkeit des Vorhabens gesichert erscheint,
 - Vermarktungskonzeptionen, soweit sie für Unternehmen nach Nr. 3.2 erstellt werden, in Zusammenarbeit mit Erzeugern, die im Sinne von Nr. 3.1 regionale Produkte erzeugen, oder Erzeugerzusammenschlüsse nach Nr. 3.1 erarbeitet werden, wobei die der Konzeption zugrunde liegende Vereinbarung der Schriftform bedarf.
- Eine Förderung wird Erzeugerzusammenschlüssen nur gewährt, soweit das Produktangebot überwiegend selbst erzeugt wurde.
- Der Zuwendungsempfänger muss einen Betriebssitz in Nordrhein-Westfalen haben. Die Fördermaßnahme muss in Nordrhein-Westfalen durchgeführt werden.

2.7 Indikatoren

Weder in der konsolidierten Programmfassung von 2004 noch in den Unterlagen bei Einführung der Förderung von Qualitätsmanagementsystemen sind Indikatoren zur Messung der Zielerreichung aufgeführt. In Anlehnung an die Indikatoren im Bereich der Förderung von Erzeugerzusammenschlüssen (MUNLV, 2004) kann der Erfolg der Maßnahme an folgenden Indikatoren gemessen werden:

- Abfluss der bereitgestellten Fördermittel,
- Anzahl der geförderten Projekte,
- Anzahl der beteiligten Erzeuger/Erzeugerzusammenschlüsse und
- Anzahl der beteiligten Unternehmen des Handels/der Verarbeitung
- Verkaufserlöse der gemeinschaftlich verarbeiteten/vermarkteten Erzeugnisse sowie

Anteil der durch Lieferverpflichtungen mit Erzeugergemeinschaften und -organisationen gebundenen Produktionskapazität bei geförderten Verarbeitungsbetrieben (MUNLV, 2004, S.456).

Aus den Ergebnissen einer im Jahr 2000 abgeschlossenen Untersuchung zur Bewertung von Regionalinitiativen wurden zur Bewertung der Einführung von Qualitätsmanagementsystemen keine speziellen Indikatoren abgeleitet.

2.8 Finanzierung

Die Förderung der Einführung von Qualitäts- und Umweltmanagementsystemen erfolgte bis zum Beginn des Jahres 2002 im Rahmen der Förderung von Organisationskosten. Diese Kosten wurden als staatliche Beihilfe i.S. des Artikel 52 der VO (EG) 1257/1999 allein mit nationalen Mitteln finanziert. Seit 2002 ist die Einführung von QMS und UMS ein eigener Fördertatbestand und gemäß Artikel 33 bzw. 24 d der VO (EG) 1257/1999 EU-kofinanzierungsfähig. Eine Mittelaufschlüsselung nach Fördermaßnahmen mit spezifischem Ausweis der Förderung von QMS und UMS liegt nicht vor.

2.9 Administrative Umsetzung

Die verwaltungsmäßige Durchführung erfolgt zentral. Zuständige Behörde ist das Landesamt für Ernährungswirtschaft und Jagd Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf.

3 Methode/Datenbasis

Zur Bewertung der Fördermaßnahme „Einführung eines Qualitätsmanagementsystems“ erfolgt anhand einer Fallstudie des einzigen bisher bewilligten Projektes. Im Mittelpunkt stehen dabei die Wirkungen des Projektes bezogen auf Ziele der VO (EG) 1257/1999 sowie die Ziele des EPLR des Landes Nordrhein-Westfalen. Die Wirkungsanalyse erfolgt dabei anhand eines Soll-Ist-Vergleichs und, soweit die Projektumsetzung des noch in der Anlaufphase befindlichen Projektes dies zulässt, anhand eines Vorher-Nachher-Vergleichs. Notwendige Unterlagen und Förderdaten des Landes wurden von der Administration zur Auswertung bereitgestellt. Ergänzende Informationen zum Projekt, zum Programmkontext sowie zur Durchführung wurden anhand leitfadengestützter Interviews beim begünstigten Erzeugerzusammenschluss, an dem auch der Vermarkter teilnahm, dem Ministerium sowie der Bewilligungsstelle gewonnen. Anhand eines Netzdiagramms wichtiger Erfolgsfaktoren wird abschließend ein qualitativer Gesamtüberblick über das Projekt gegeben.

4 Ergebnisse

4.1 Gesamtüberblick Maßnahme/Umfang

Seit Einführung der Maßnahme als eigenständiger Fördergegenstand im Jahr 2002 wurde lediglich ein Projekt zur Einführung eines Qualitätsmanagementsystems gefördert. Dies ist Gegenstand der nachfolgend durchgeführten Fallstudie. Neben diesem Projekt sind mit Stand von April 2005 im Rahmen der RRegio weitere Projekte mit einem bewilligten Fördervolumen von knapp 900 000 Euro (vgl. Tabelle 1) Gegenstand der Förderung.

Tabelle 1: Kennzahlen zur Förderung der Regionalvermarktung in Nordrhein-Westfalen in der Periode 2000 bis 2006 (Stand: April 2005)

Fördergegenstand	Anzahl Projekte	Fördersumme insges. Euro			
		Fördersumme Euro	Mittel NW Euro	Mittel GAK Euro	Mittel EAGFL Euro
Vermarktungskonzeptionen	11	173 050	133 545	1 491	38 014
Qualitätsmanagementsystem	1	2 047		1 535	512
Organisationskosten	8	92 077		92 077	
Investitionen	6	616 751	125 656	336 907	154 188
Summe	26	883 925	259 201	432 010	192 714

Quelle: LEJ.

Die hier betrachtete Förderung der Einführung eines Qualitätsmanagementsystem erfolgte bisher überwiegend mit Mitteln der GAK, die durch EU-Kofinanzierungsmittel ergänzt wurden. Daneben erfolgte die nationale Finanzierung Förderbereich der Vermarktungskonzeptionen, der von der Anzahl der Förderfälle her am umfangreichsten ist, bisher mit Ausnahme eines Falles nicht mit GAK-Mitteln, sondern nur mit Mitteln des Landes Nordrhein-Westfalen. Bis auf drei Fälle zu Beginn der Förderperiode wurden Vermarktungskonzeptionen auch mit Mitteln der EU kofinanziert. Demgegenüber erfolgte die Förderung der Organisationskosten vor allem wegen der auf wenige Fördertatbestände begrenzten Förderfähigkeit bei EU-Mitteln ausschließlich durch GAK-Mittel. Die vom Umfang her größeren Projekte der Investitionsförderung wurden mit Mitteln aus allen drei Herkünften gefördert.

Die Inanspruchnahme des Förderangebotes im Bereich der Regionalvermarktung bleibt weit hinter den Erwartungen zurück. Dies gilt in besonderer Weise für die Förderung der Einführung von Qualitätsmanagementsystemen. Offenbar besteht in der Praxis kaum Bedarf an dieser politisch sehr erwünschten Förderoption. Zur Beurteilung der Zielerreichung steht dementsprechend nur das im Folgenden detaillierter untersuchte Fallbeispiel zur Verfügung,

4.2 Fallstudie

4.2.1 Beschreibung Projekt/ Projektkonzept

Wie zuvor schon erläutert, wurde in Nordrhein-Westfalen lediglich ein Projekt zum Zweck der Einführung eines Qualitätsmanagementsystems (QMS) gefördert. Dabei handelt es sich um die Zertifizierung der Mitgliedsbetriebe nach EUROEPGAP (European Retailer Produce Working Group – Good Agricultural Practise) eines zum Zweck der Regionalvermarktung von Qualitätsprodukten gegründeten Erzeugerzusammenschlusses (EZZ).

Die Initiative zur Vermarktung von Speisekartoffeln mit hohem Qualitätsanspruch aus regionaler Herkunft ging von einem privaten Landhandelsunternehmen aus. Dies Unternehmen begann etwa seit 2000, sich mit einer eigenen regionalen Absatzmarke im Raum Ostwestfalen-Lippe zu profilieren. Diese Aktivitäten liefen erfolgreich an, so dass eine erweiterte, verlässliche Rohwarenbeschaffung gesucht wurde. Die Ausrichtung auf die Regionalvermarktung gemäß dem EPLR des Landes Nordrhein-Westfalen entsprang vor allem Kontakten des Vermarkters zu regionalpolitischen Aktivitäten in Ostwestfalen-Lippe. Diese Aktivitäten sind von dem Wunsch geprägt, dass der Regionalität im Handeln der Wirtschaftsbeteiligten verstärkte Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Unterstützt durch Beratung seitens der Regionalvermarktungsagentur des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landwirtschaftskammer wurde im Jahr 2003 ein Projekt zur Regionalvermarktung von Speisekartoffeln entwickelt. Neben der regionalen Herkunft sollte dabei auch ein hohes Qualitätsniveau der Kartoffeln als wesentliches Verkaufsargument beim Verbraucher kommuniziert werden.

Als Voraussetzung dafür wurde ein vertrauenswürdiger und transparenter Nachweis der besonderen Qualität in Produktion und Vermarktung angesehen. Im hier betrachteten Projekt soll die Einhaltung von Qualitätsstandards zur Bedienung spezifischer Marktsegmente von den im EZZ zusammengeschlossenen Landwirten gewährleistet und gemeinsam als Marketinginstrument eingesetzt werden. Eine positive Nebenwirkung ist darüber hinaus, dass durch systematische Planung und Steuerung innerbetrieblicher Produktionsprozesse bei Einführung eines Qualitätsmanagementsystems häufig deutliche betriebliche Effizienzgewinne realisiert werden können. Diese betriebswirtschaftlichen Effekte werden allerdings im Rahmen dieser Fallstudie nicht näher analysiert.

Die Einführung des Qualitätsmanagementsystems ist nicht isoliert zu betrachten. Zunächst war die Gründung des Erzeugerzusammenschlusses notwendig, um die Voraussetzung für die Förderung zu schaffen. Darüber hinaus erhalten die zertifizierten Kartoffeln erst über die Zusammenarbeit mit dem Vermarkter regionale Absatzperspektiven. Nach erheblichen

Verzögerungen ist der Neubau eines Kühllagerhauses mit Entladestation für Kartoffeln inkl. Ausstattung des Kühlhauses mit Lager-, Kühl-, Aufbereitungs- und Verpackungstechnik beim Vermarkter am 17.06.2005 im Rahmen der Förderung der Regionalvermarktung bewilligt worden, mit einer Lagerkapazität von 1.000 t. Der Absatz soll vor allem über den LEH in den Regionen Ostwestfalen-Lippe(OWL)-Teutoburger Wald, Paderborner Land, Sauerland, Münsterland und Ruhrgebiet sowie angrenzende Regionen in Niedersachsen und Hessen erfolgen.

Das Gesamtprojekt, in welches das QMS der Fallstudie im Rahmen der Regionalvermarktung eingebettet ist, befindet sich somit noch im Anlaufstadium. Nachhaltige Förderwirkungen für das Gesamtprojekt lassen sich daher derzeit nicht ermitteln, zumal sie jährlichen Schwankungen unterliegen, wie sich schon im bisherigen Verlauf zeigt. Auch die hier angestrebte isolierte Bewertung der Zielerreichung und der Wirkungen durch Einführung eines Qualitätsmanagementsystems ist daher derzeit nur sehr eingeschränkt möglich.

4.2.2 Projektumsetzung

Dem Vermarktungsunternehmen gelang es, im Ergebnis elf Landwirte aus dem Raum Ostwestfalen-Lippe für die Idee und als Lieferanten von Kartoffeln mit herausgehobenen Qualitätseigenschaften und regionaler Herkunft zu gewinnen. Vier davon waren Neueinsteiger in den Kartoffelanbau, zwei verfügten über langjährige und die restlichen Betriebe über längere Erfahrungen damit. Es handelt sich um Haupterwerbsbetriebe mit Schwerpunkt Ackerbau, die im Durchschnitt gut über 100 ha bewirtschaften, einem AK-Besatz von 1-1,5 AK/100ha aufweisen und überwiegend von jungen Betriebsinhabern bewirtschaftet werden. Die Bedeutung der Kartoffelproduktion ist dabei in den einzelnen Betrieben sehr unterschiedlich und schwankt bei den Flächenanteilen schätzungsweise zwischen 5 und 20 %, bei den Erlösanteilen schätzungsweise zwischen 5 bis 40 %. Insgesamt werden vom EZZ zwischen 60 und 70 ha Kartoffeln angebaut. Die Ernte von schätzungsweise etwa 10 ha dient zur Direktvermarktung, von 16 ha zum Absatz über den EZZ und der Rest zum Absatz über einen anderen Vermarkter.

4.2.2.1 Ziele

Unmittelbares Ziel des geförderten Projektes ist die Zertifizierung der Mitgliedbetriebe des Erzeugerzusammenschlusses nach EUROEPGAP sowie dazugehörige Schulungen. Die Landwirte erhoffen sich von der Qualitätszertifizierung vor allem zusätzliche Möglichkeiten der Wertschöpfung in landwirtschaftlichen Betrieben sowie der Sicherung

bäuerlich strukturierter Familienbetriebe und auch eine attraktive Absatzalternative neben der Direktvermarktung und dem Absatz an den anderen Vermarkter.

Außerdem werden in der Projektskizze genannt:

- Sicherung klein- und mittelständischer Betriebe,
- Sicherung der Absatzwege in der Region und Imagegewinn durch Werbung,
- effektivere Marktbearbeitung vor der Haustür für den der Landwirtschaft nach gelagerten Bereich,
- umweltschonende kurze Wege für frische Ware ausweiten,
- Mengengarantie für die gewünschte Sortimentsergänzung „Regionale Produkte“ vom LEH,
- durch Einführung des Qualitätssiegels ein Bewusstsein beim Verbraucher für regionale Produkte aufbauen, Erzeugnisse und Erzeugerwege sichtbar machen, aus der Region für die Region,
- langfristige Platzierung einer Dachmarke.

Mittelbar ergeben sich weitere Zielsetzungen des Projektes infolge der Förderung im Bereich der Regionalvermarktung und im Zusammenhang mit den anderen genannten Aktivitäten, in welche die Einführung des Qualitätssicherungssystems eingebettet ist. Sie sind im Abschnitt 2.2 der Fallstudie bereits beschrieben.

4.2.2.2 Gründung eines Erzeugerzusammenschlusses

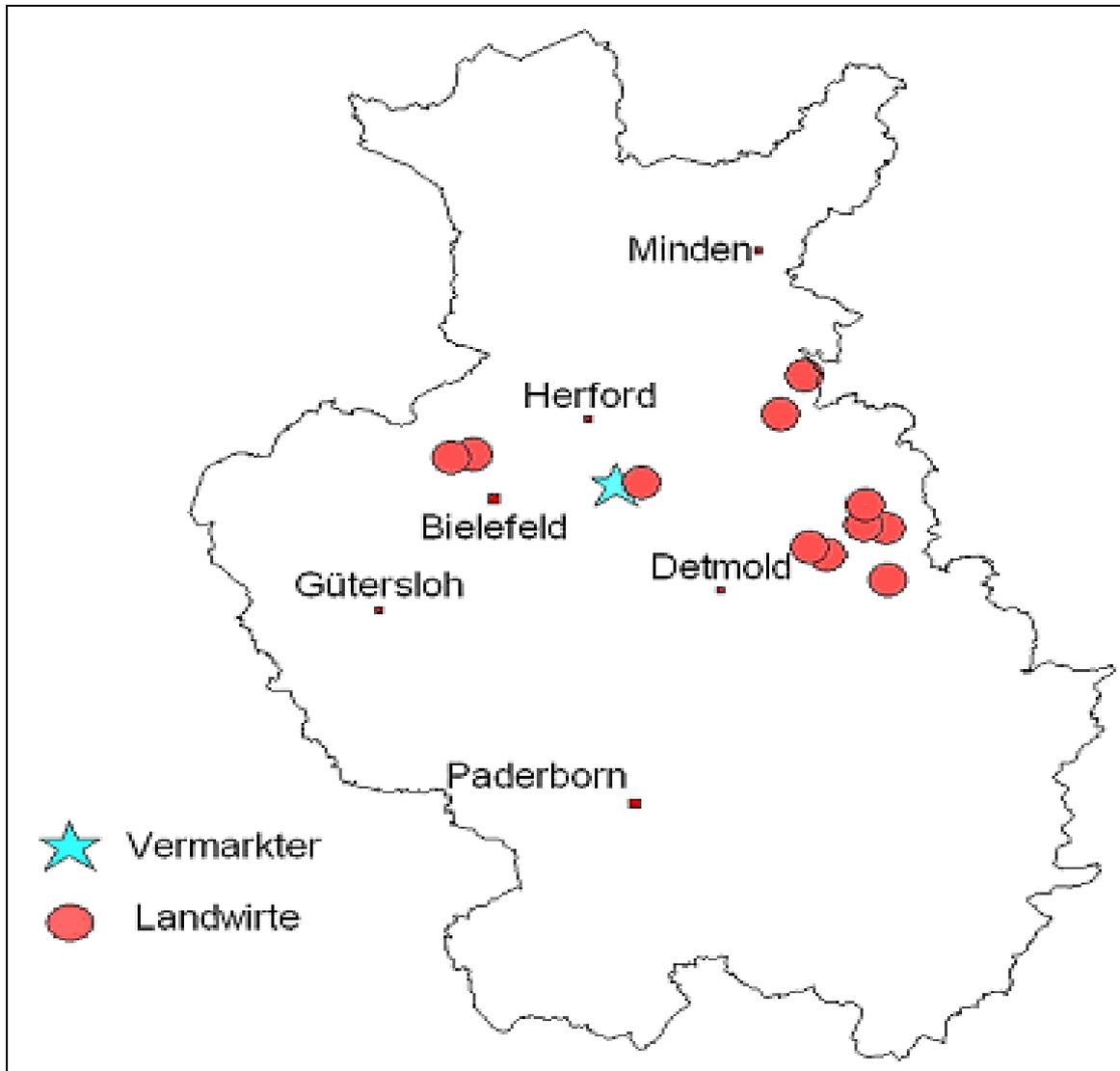
Voraussetzung für eine Förderung der Einführung des Qualitätsmanagementsystems war die Gründung des Erzeugerzusammenschlusses. Diese erfolgte im November 2003 mit elf Mitgliedern. Die dabei anfallenden Organisationskosten wurden und werden ebenfalls im Rahmen des EPLR gefördert. Die Aktivitäten des EZZ beschränken sich bislang auf Kartoffeln. Hier befindet man sich im zweiten Anbaujahr mit Zertifizierung.

Der Erzeugerzusammenschluss wurde aufgrund entsprechender Hinweise aus der Administration als wirtschaftlicher Verein im November 2003 gegründet. Erst im Nachhinein wurde deutlich, dass auch andere gesellschaftsrechtliche Konstruktionen möglich gewesen wären. Das gewählte Vorgehen war Ursache von erheblichem Mehraufwand und Verzögerungen, da die Genehmigung eines wirtschaftlichen Vereins durch die Bezirksregierung erfolgt und dafür unerwartet umfangreichere juristische Unterstützung genutzt werden musste.

Erzeugungsregion im Sinne der RRegio ist das Gebiet des Teutoburger Waldes und der Großraum Ostwestfalen-Lippe (vgl. Abbildung 1).

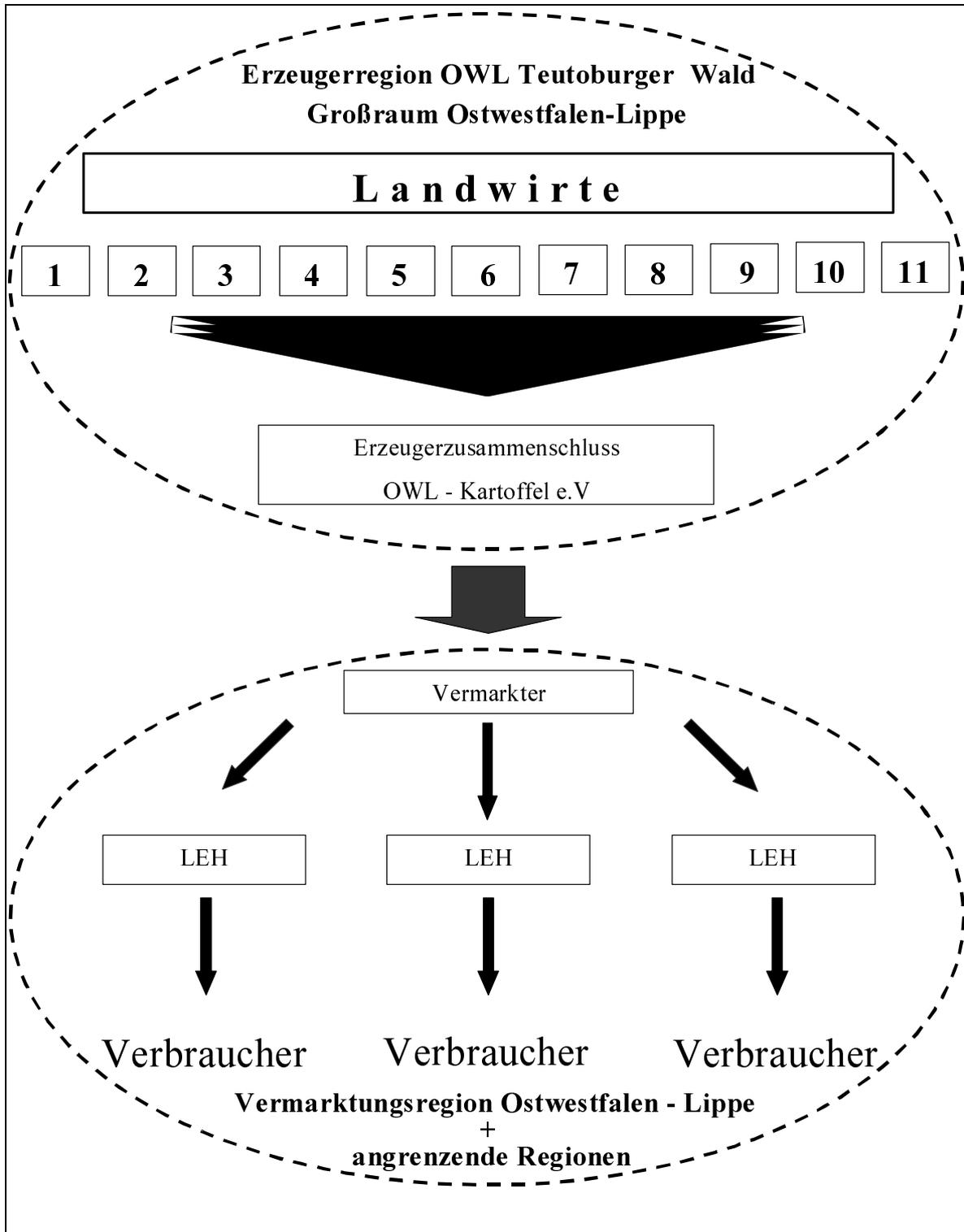
Die Vermarktungsregion ist größer definiert und erstreckt sich auf die Regionen Ostwestfalen-Lippe mit dem Touristikgebiet Teutoburger Wald, Paderborner Land, Sauerland, Münsterland und Ruhrgebiet in Nordrhein-Westfalen sowie angrenzende Regionen Kassel in Hessen und in Niedersachsen das Osnabrücker Land, Oldenburger Münsterland, Mittelweser, die Region Hannover und das Weserbergland. Die Distribution erfolgt über den Vermarkter, der vorrangig den LEH oberhalb des Niedrigpreissegments in den genannten Gebieten beliefert bzw. beliefern will. Andere Absatzwege wie Direktvermarktung, Wochenmarkt oder der Großverbraucherbereich werden bereits durch Mitbewerber bedient oder sind in ihrem Umfang begrenzt. Die Erzeugungs- und Absatzstrukturen des Projektes sind in Abbildung 2 skizziert. Eine Zusammenarbeit mit anderen Regionalinitiativen in einem regionalen Netzwerk besteht derzeit nicht.

Abbildung 1: Regionale Verteilung der Mitglieder des Erzeugerzusammenschlusses in der Erzeugungsregion



Quelle: Eigene Darstellung anhand Mitgliederliste.

Abbildung 2: Skizze des Warenflusses beim Erzeugerzusammenschluss OWL-Kartoffel



Quelle: Projektskizze OWL-Kartoffel.

Die Mitglieder der EZZ verpflichten sich zur Einhaltung von Anbauregeln, die in einer **Kooperationsvereinbarung** fixiert sind. Sie enthält Regeln hinsichtlich

- der Anlieferungsbedingungen, Gewichtsfeststellung und Lagerung,
- Qualitätsanforderungen bezüglich der angelieferten Kartoffeln (u. a. für Handelsklasse I geeignet, sortenrein und sortenecht, ausgereift, trocken, schalenfest, hellschalig, gesund, Gesamtmängel unter 15 %, Qualitätsprüfung im November des jeweiligen Erntejahres),
- Absatzmengen (jährlich festzulegen nach Mitgliedern), Vermarktung (gemeinschaftlich gemäß Rahmenliefervertrag; Lizenzgelder vom Vermarkter 0,30 Euro/t und 0,20 Euro je Umsatz Warenwert regionaler Ware; Rahmenlieferverträge mit Großhändlern müssen Klausel über Kontrolle der Großhändler durch Dritte bezüglich der regionalen Vermarktung enthalten), Rechnungslegung,
- Kündigungsfristen (Kooperationsvereinbarung ist auf Dauer angelegt, mindestens 5 Jahre; Kündigung durch Einzelmitglieder nach 3 Jahren möglich),
- Produktionsregeln,
 - Pflanzgut (jährliche Abstimmung innerhalb EZZ; nicht genmanipuliert),
 - Düngung (N-Düngung nach Sollwertprinzip auf der Basis von N_{\min} -Untersuchungsergebnissen, damit Nitratkonzentration im Erntegut deutlich unterhalb der Werte für Babynahrung in der Diätverordnung; keine Klärschlammanwendung im Anbaujahr),
 - Pflanzenschutz (Schadschwellenprinzip, Sachkundenachweis Prüfzertifikat Ausbringungsgeräte),
 - Zertifizierung (EUROEPGAP),
 - Rückstandskontrolle (Stichproben) der geernteten Rohware,
 - Ernte (schonend; Knollentemperatur bei Ernte nicht unter 8 °C; Säuberung und Sortierung nach aktuellem Stand der Technik),
 - Lagerung (nach Sorten; kein Unterschreiten der sortenspezifischen Lagertemperaturen; schonend; Um- und Auslagerung bei Temperaturen über 8°C),
 - Überwachung und Kontrollen,
- Lagerquotenregelung (entsprechend Lieferverträgen zwischen Mitgliedern und Vermarkter),
- Nichteinhaltung der Kooperationsvereinbarung.

Im **Rahmen-Liefervertrag**-Kartoffeln regelt die EZZ den Absatz mit ihrem derzeitigen Vermarkter. Danach ist die EZZ für 5 Jahre ab Anbaujahr 2004 zur Lieferung von 650 t Kartoffeln gemäß abgesprochener und vereinbarter Sortenwahl verpflichtet. Sie müssen unter Einhaltung der Kooperationsvereinbarung vom EZZ erzeugt werden. Die Kosten der Erstprüfung im November trägt der Käufer, den Transport zum Käufer der Verkäufer. Die

jeweiligen gezahlten Preise richten sich nach den Notierungen der ZMP/Landwirtschaftliches Wochenblatt zum Zeitpunkt der Auslagerung abzüglich der entstandenen Sortier- und Lagerkosten von max. 3,30 Euro/dt. Für Premium-Kartoffeln (HK1 Extra) wird ein Aufpreis zum jeweiligen Tagespreis von 20 % angestrebt. Entsprechend der abgesprochenen Sortenwahl wird ein nach Kocheigenschaften differenzierter Poolpreis gebildet. Für Ware der Klasse 1 oder Extra sind Mindestpreise vom Käufer zu zahlen und zwar für festkochende Sorten 10,00 Euro/dt und für vorwiegend festkochende Sorten 8,75 Euro/dt. Die Zahlung erfolgt in zwei Abschlagzahlungen im November und Februar des Anbaujahres und einer Restzahlung am 30. Juni zum Kampagneneende. Die Abschlagzahlungen erfolgen zum Tagespreis zum Zeitpunkt der Qualitätskontrolle im November. Bis Januar werden maximal 50 % ausgelagert, von Februar bis März maximal 30 % und von Mai bis Juni maximal 20 %.

4.2.2.3 Zertifizierung nach EUROEPGAP

Zur Absicherung des herausgehobenen Qualitätsanspruchs, wie er als Marketinginstrument in der Wertschöpfungskette eingesetzt und entsprechend den Förderbestimmungen eingehalten werden soll, dient die Kooperationsvereinbarung mit den skizzierten einzuhaltenden Regeln sowie die darin vorgesehene Zertifizierung nach EUROEPGAP einschließlich dazugehöriger Schulungen. Erstmals wurde diese Vereinbarung im Erntejahr 2004 von den Mitgliedern des EZZ umgesetzt.

Die Qualitätsanforderungen liegen u. a. in folgenden Punkten über den gesetzlichen Standards (vgl. Stellungnahme der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe vom 14.11.2003):

- Keine Verwendung von genmanipuliertem Saatgut;
- Düngestrategie, die Unterschreitung der Nitratkonzentrationen gemäß Diätverordnung für Babyprodukte ermöglicht;
- keine Klärschlammanwendung im Anbaujahr;
- Rückstandskontrolle (Stichproben) der geernteten Rohware;
- Zertifizierung (EUROEPGAP).

EUROEPGAP ist ein abnehmerorientierter Zertifizierungsansatz für die Stufe der landwirtschaftlichen Produktion. Dabei werden einzuhaltende Standards bezüglich der Produktqualität wie auch der Prozessqualität definiert. Auf der Basis dieser Qualitätsanforderungen erfolgt eine Kontrolle der Produkt-, Prozess- und/oder Systemeigenschaften eines Unternehmens durch neutrale Dritte (Spiller, 2003). Die Prüfungen beziehen sich dabei auf vier Themenfelder (Schloßberger und Bauer, 2005):

1. Gute fachliche Praxis in der Produktionstechnik
2. Lebensmittelhygiene und -sicherheit
3. Betriebliches Qualitätsmanagement
4. Umwelt- und Sozialstandards.

Der Vermarkter hat die ursprünglich angedachte Zertifizierung nach dem International Food Standard (IFS; horizontales Zertifizierungssystem für die Ebene der Vermarktung und Verarbeitung, ebenfalls abnehmerorientiert in Richtung Lebensmittelhandel) inzwischen aufgegeben und beabsichtigt eine Zertifizierung nach QS. Hintergrund ist dabei, dass eine Verknüpfung von IFS auf Vermarktungsebene mit EUROEPGAP auf Produktionsebene aufwändig und schwierig ist, während es beim QS-System mit QS-GAP Bestrebungen zur stufenübergreifenden Qualitätssicherung und Anpassung der Standards gibt (vgl. auch Schloßberger und Bauer, 2005)

4.2.2.4 Mittelbedarf

Für die Zertifizierung nach EUROEPGAP sowie die dazugehörigen Schulungen fielen je Mitgliedsbetrieb der EZZ knapp 380 Euro an. Die Gesamtkosten waren mit rd. 4.163 Euro geringfügig höher (rd. 115 Euro) als bei Antragstellung geplant. Der Zuschuss lag mit 2.047 Euro knapp über der Bagatellgrenze von 2.000 Euro. 75 % davon stammen aus Mitteln der GAK und 25 % aus Mitteln des EAGFL.

Hinsichtlich des Mittelbedarfs ist eine isolierte Betrachtung der Einführung des QMS im betrachteten Projekt unzureichend. Ohne die Gründung des EZZ und die damit zusammenhängenden Gründungs- und Folgekosten (Organisationskosten) wäre eine Förderung der Einführung des QMS nicht möglich gewesen. Für dabei anfallende Kosten wurde dem EZZ ein Darlehn des Vermarkters zu marktüblichen Zinsen gewährt, das u. a. über die vom Vermarkter an den EZZ laut Kooperationsvertrag zu zahlende Gebühren bedient wird. Außerdem wurde für angefallene zuwendungsfähige Organisationsausgaben des EZZ im ersten Jahr nach Gründung, ebenfalls im Rahmen der RRegio, ein öffentlicher Zuschuss in Höhe von 8.731 Euro gezahlt, der vollständig aus Mitteln der GAK stammte.

4.2.2.5 AktEuro/Beteiligung

Unmittelbar sind die elf Mitglieder des EZZ an dem Projekt beteiligt. Darüber hinaus ist die Mitwirkung von einem Berater der Landwirtschaftskammer und einem Berater bezüglich Pflanzgut sowie insbesondere des Vermarkters für die Initiierung und erfolgreiche Durchführung des Projektes unverzichtbar. Über den Vermarkter sind derzeit außerdem auch 35 Lebensmittelgeschäfte, die über Strecke vom Vermarkter direkt mit den Qualitätskartoffeln beliefert werden, an dem Projekt beteiligt. Neben den 650 t des EZZ

bezieht der Vermarkter weitere 1.000 t Speisekartoffeln über Lieferverträge von einzelnen Landwirten aus der Region. In der bei Antragstellung erstellten Projektskizze sind darüber hinaus auch der Landwirtschaftliche Hauptverein Lippe, der Kreis Lippe und ein Unternehmen der Werbebranche als Projektpartner genannt.

4.2.2.6 Organisation/Projektmanagement/Öffentlichkeitsarbeit

Die Einführung des QMS einschließlich der Schulung stellte isoliert betrachtet lediglich geringe Anforderungen an die Organisation und das Management des Projektes. Notwendige Arbeiten werden von Mitgliedern des EZZ zumeist ehrenamtlich erledigt, lediglich für die Vorstandsarbeit erfolgt eine Vergütung. Anforderungen an ein Projektmanagement resultieren eher aus der notwendigen Abstimmung der zuvor genannten Beteiligten am Gesamtprojekt. Enge Abstimmung ist insbesondere zwischen den Mitgliedern der EZZ, dem Vermarkter und der Beratung hinsichtlich der Produktion insbesondere im Pflanzgutbereich notwendig. Sie erfolgt entsprechend dem aktuellen Bedarf und institutionell anlässlich der Mitgliederversammlung. Bislang stand dabei die Vermeidung und Überwindung von Anlaufschwierigkeiten im Bereich der Produktion im Mittelpunkt und weniger die marketingstrategische Ausrichtung des Gesamtprojektes. Anlaufschwierigkeiten ergaben sich u. a. auch dadurch, dass einige Mitglieder des EZZ aufgrund des Projektes neu in den Kartoffelanbau eingestiegen sind und im Hinblick auf die Erreichung der angestrebten Qualität Anfangsschwierigkeiten auftauchten. Entsprechend dieser Prioritätensetzung konzentrierte sich die Öffentlichkeitsarbeit bisher auf punktuelle Aktivitäten wie die Teilnahme an Regionalmessen oder Beteiligung an kulturellen Ereignissen. Bemühungen zur Etablierung einer Dachmarke, wie sie in der Projektskizze langfristig angedacht ist, sind bisher noch nicht eingeleitet worden. Zur Zeit erfolgt die Kommunikation beim Verbraucher über ein Logo des EZZ auf den Verpackungen des Vermarktlers. Auf der Homepage des Vermarktlers fehlen allerdings derzeit entsprechende Hinweise.

4.2.2.7 Beratung

Auch Beratung wurde bislang vor allem hinsichtlich der Erzeugung von Kartoffeln mit den gewünschten Qualitätseigenschaften in Anspruch genommen. Dafür stehen ein Berater der Landwirtschaftskammer und ein Berater aus dem Bereich Pflanzgut zur Klärung von Anbaufragen zur Unterstützung des Projektes bereit. Auf einem jährlich organisierten Kartoffeltag werden außerdem Fachinformationen aus verschiedenen Bereichen angeboten und diskutiert. Auf eine Zusammenarbeit in regionalen Netzwerken, aus der sich in Regionalprojekten häufig positive Impulse ergeben können, wird derzeit noch verzichtet, längerfristig wird sie aber nicht ausgeschlossen.

4.2.2.8 Wirtschaftskraft der Region

Die Region, in der das Projekt umgesetzt wird, verfügt über eine durchschnittliche gute, stabile Wirtschaftskraft, ohne ausgeprägte Wachstums- bzw. Krisenmerkmale. Das Nachfragepotenzial dieser Region bietet grundsätzlich eine ausreichende Basis für eine erfolgreiche Umsetzung des Projektes. Die ersten Erfahrungen beim Absatz zeigen, dass für die Qualitätskartoffeln ein Preisniveau zwischen den Billigmarken des Lebensmitteleinzelhandels und dessen Premium-Eigenmarken vom Endverbraucher akzeptiert wird.

4.2.3 Zielerreichung/verwaltungsmäßige Durchführung

4.2.3.1 Klare Zielformulierung

Der erfolgreiche Absatz regional produzierter Lebensmittel hängt entscheidend ab von einer klaren Qualitätsdefinition und ihrer überzeugenden Kommunikation beim Verbraucher. „Bloße Regionalität stellt keine tragfähige Produkteigenschaft für einen dauerhaften Erfolg dar. Um sich gegen die nationale und internationale Konkurrenz, zunehmend auch im Öko-Bereich durchzusetzen, müssen regionale Produkte spezifische Eigenschaften aufweisen“ (Sauter et al., 2003 S. 8/9).

In der Fallstudie weisen die produzierten Kartoffeln verschiedene Eigenschaften auf, die über den gesetzlichen Standards liegen und bereits im Abschnitt 4.2.2.3 dargestellt sind.

Das klar formulierte Ziel, Speisekartoffeln mit hohem Qualitätsanspruch aus regionaler Herkunft zu erzeugen, wird durch diese Produktionsregeln eindeutig untermauert. Zum Zeitpunkt der Antragstellung im Oktober 2003 war eine Zertifizierung im Bereich der pflanzlichen Produktion auf Ebene der Landwirtschaft noch eher die Ausnahme. Inzwischen ist sie deutlich weiter verbreitet und wird mehr und mehr Voraussetzung für erfolgreichen Absatz. Mit der Zertifizierung wird ein vertrauenswürdiger und transparenter Nachweis der besonderen Qualitätsmerkmale erbracht, der zusammen mit der angestrebten QS-Zertifizierung des Vermarkters eine entsprechende Kommunikation beim Verbraucher erlaubt.

4.2.3.2 Rohwarenabsatz der Mitglieder des EZZ

Das unmittelbare Ziel des Projektes wurde mit der Zertifizierung der Mitgliedsbetriebe des EZZ nach EUROEPGAP erreicht. Von dieser Zertifizierung konnten die Betriebe beim Absatz über den EZZ bisher nicht im erwarteten Umfang profitieren, aber mit

zunehmender Bedeutung der Rückverfolgbarkeit beim Absatz der nicht im Rahmen des Projektes abgesetzten Kartoffeln. Für den Projekterfolg sind allerdings die mittelbaren Auswirkungen beim Absatz der erzeugten Speisekartoffeln entscheidend.

Die vertraglich vereinbarte Abnahmemenge in Höhe von 650 t Speisekartoffeln wurde im ersten Anbaujahr nach Gründung des EZZ mit 400 t nicht erreicht. Ursache waren Schädlings- und Krankheitsbefall, die eine Einhaltung der vertraglichen Qualitätsbestimmungen erschwerten. Von den 400 t entsprachen lediglich 140 t den Qualitätsanforderungen der Premiumware, der Rest nicht einmal den vertraglichen Mindeststandards. Der Anteil der Premiumware lag aufgrund unerwarteter innerer Qualitätsmängel damit deutlich unter den erwarteten 50 %. Der Absatz der Mengen von Kartoffeln mit Premiumqualität an Endverbraucher zu Preisen, die den besonderen Qualitätseigenschaften über Preisaufläge im Vergleich zur Standardware Rechnung tragen, war bisher unproblematisch. Der von Gees (Gees et al., 2005 S. 119) beschriebene Sachverhalt, dass der Verbraucher zwar immer Wert auf die Herkunft der Produkte legt, was sich auch in der positiven Verbraucherakzeptanz widerspiegelt, gleichzeitig aber oft nicht bereit ist, einen deutlich höheren Preisauflage für regionale Waren zu bezahlen, bestätigte sich hier bisher nicht.

Für das laufende Anbaujahr sind die Erwartungen angesichts der für den Kartoffelanbau ungünstigen Witterungsverhältnisse auch eher gedämpft, aber man geht zumindest davon aus, dass die vereinbarten Vertragsmengen von 650 t Speisekartoffeln geliefert werden können und auch die gewünschten Qualitäten erreicht werden.

Trotz dieser Probleme zu Beginn der Projektlaufzeit ist die Stimmungslage der EZZ von verhaltenem Optimismus hinsichtlich der künftigen Entwicklung getragen, zumal sich durch den Neubau einer Kühl- und Lagerhalle beim Vermarkter, der für die Ernte 2005 zur Verfügung stehen soll, auch die Vermarktungsbedingungen verbessern werden. Allerdings ist derzeit nicht an eine Ausweitung der Produktpalette Richtung Obst und Gemüse oder Getreide gedacht, für die mit der Zertifizierung nach EUROEPGAP bereits gewisse Voraussetzungen geschaffen wurden.

4.2.3.3 Projektbeiträge zu Zielen des EPLR

Der Beitrag des Projektes zu den Zielen des EPLR ergibt sich in erster Linie aus den Wirkungen des Gesamtprojektes, in das die Zertifizierung nach EUROEPGAP eingebunden ist. Für die Mitgliedsbetriebe des EZZ schafft das Projekt Diversifizierungsmöglichkeiten der Produktion sowie Absatzalternativen mit kalkulierbaren Preisen für 650 t Speisekartoffeln, sofern die dafür geforderten Anforderungen an die Mindest- bzw. Premiumqualität vom EZZ erfüllt werden. Daraus

ergeben sich Beiträge zur Existenzsicherung bäuerlich strukturierter Familienbetriebe und zur Erschließung zusätzlicher Einkommensquellen, die sich allerdings angesichts des Umfangs der im Projekt gehandelten Speisekartoffeln in überschaubaren Grenzen bewegt. Außerdem werden Überschussmärkte durch Diversifizierung des Angebots in Richtung Speisekartoffeln marginal entlastet und, wenn auch bescheidene, Beiträge zur Erhaltung der Wertschöpfung und der sozialen Infrastruktur in der Region geleistet.

Die angestrebte Befriedigung von Nachfragebedürfnissen nach Kartoffeln regionaler Herkunft sowie sicherer und transparenter Produkteigenschaften konnte bisher nicht im erwarteten Umfang realisiert werden, da die Mengen der Kartoffeln mit den notwendigen Premium-Qualitätseigenschaften aufgrund von Schädlings- und Krankheitsbefall und unzureichender innerer Qualität bisher nicht erreicht wurden. Die 140 t Premium-Kartoffeln des Erntejahres 2004 konnten problemlos mit ausreichenden Aufpreisen gegenüber der Standardqualität abgesetzt werden.

Umweltschonende Effekte ergeben sich in den Mitgliedsbetrieben des EZZ durch die Anforderungen der Zertifizierung nach EUROEPGAP und die damit zu erfüllenden Umwelanforderungen. Außerdem ergeben sich aus der Zertifizierung auch positive Auswirkungen im Hinblick auf Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz.

Belastbare Informationen über Wirkungen des Gesamtprojektes hinsichtlich der Vermeidung energieaufwendiger und Umwelt belastender Transporte konnten im Rahmen der Fallstudie nicht gewonnen werden.

Treibende Kraft des Gesamtprojektes ist der Vermarkter. Er hat sich nicht nur zur Abnahme von 650 t Speisekartoffeln von dem EZZ verpflichtet, sondern bezieht darüber hinaus auch noch über weitere Lieferverträge von regionalen Landwirten 1 000 t Kartoffeln. Für die Vermarktung von Kartoffeln aus regionaler Herkunft wird derzeit eine Kühl- und Lagerhalle nebst Einrichtung erstellt mit einem Investitionsvolumen von rd. 280 000 Euro. Dies wird mit Mitteln der Regionalvermarktung gefördert. Aus dem engen Zusammenhang mit dem Projekt der Fallstudie ergeben sich somit erhebliche indirekte Beschäftigungs- und Einkommenseffekte und eine deutlich über die unmittelbare Projektwirkung hinausgehende Hebelwirkung der Förderung. Etwa 75 % der Investitionen beim Vermarkter werden durch regionale Unternehmen ausgeführt. Insoweit tragen die Aktivitäten des Gesamtprojektes, in das der EZZ eingebunden ist, auch zur Stärkung der Wirtschaftskraft der Region bei, binden Wertschöpfung an die Region und tragen zur Sicherung und über einen zusätzlichen Arbeitsplatz beim Vermarkter brutto auch zur Ausweitung der Beschäftigung bei.

Die Region, in der das Projekt umgesetzt wird, verfügt über eine durchschnittlich gute und stabile Wirtschaftskraft, ohne ausgeprägte Wachstums- bzw. Krisenmerkmale. Das Nachfragepotenzial dieser Region bietet grundsätzlich eine ausreichende Basis für eine erfolg-

reiche Umsetzung des Projektes. Inwieweit es gelingt, dies Potenzial auszuschöpfen, ist derzeit offen, wird allerdings dauerhaft kaum ohne erhebliche Intensivierung der Marketingaktivitäten des EZZ sowie der übrigen Projektpartner gelingen.

4.2.3.4 Projektbeiträge zu Zielen der VO (EG) 1257/1999

Zu vier, in der nachfolgenden Auflistung fett gedruckten Zielen der VO (EG) 1257/1999 leistet das Projekt nach Einschätzung des EZZ einen Beitrag, dessen Bedeutung jeweils in Klammern angegeben ist:

- 1 Ausrichtung der Erzeugung an der voraussichtlichen Marktentwicklung
- 2 **Förderung der Entwicklung neuer Absatzmöglichkeiten (50 %)**
- 3 Verbesserung bzw. Rationalisierung der Vermarktungswege
- 4 Verbesserung bzw. Rationalisierung der Verarbeitungsverfahren
- 5 Verbesserung der Aufmachung und Verpackung der Erzeugnisse
- 6 Bessere Nutzung bzw. Entsorgung der Nebenprodukte und Abfälle
- 7 **Anwendung neuer Techniken (5 %)**
- 8 Förderung innovativer Investitionen
- 9 **Verbesserung und Überwachung der Qualität (35 %)**
- 10 **Verbesserung und Überwachung der Hygienebedingungen (10 %)**
- 11 Umweltschutz (z. B. Ressourcenschonung, Abwasseraufbereitung)
- 12 Verbesserung des Wohlbefindens der Tiere (Tiergerechtigkeit, Tierschutz, Tierhygiene)

Diese Angaben sind vor dem Hintergrund der Projektumsetzung und der inhaltlichen Ausrichtung des Zertifizierungssystems plausibel. Inwieweit die Ziele tatsächlich dauerhaft erreicht werden, lässt sich derzeit nicht sagen, da sich in der Anlaufphase größere Schwierigkeiten bei der Produktion ergaben als erwartet.

Betrachtet man die drei Teilprojekte gemeinsam, so wurden mit den Zuschüssen in Höhe von rd. 125.000 Euro Investitionen in Höhe von rd. 374.000 Euro angestoßen, die zum weit überwiegenden Teil von Unternehmen aus der Region ausgeführt wurden.

4.2.3.5 Finanzierung

Für sich allein betrachtet ist die Höhe der Förderung zur Einführung des QMS mit knapp 380 Euro je Betrieb, einschließlich etwa 180 Euro Förderzuschuss, so gering, dass sie nicht auch aus Eigenmitteln der Mitgliedsbetriebe des EZZ hätte finanziert werden können. Die Förderung hat allerdings nach Äußerungen des Vermarkters dazu beigetragen, dass es

ihm sehr viel leichter gefallen ist, Landwirte von der Gründung eines EZZ und der Zertifizierung nach EUROEPGAP zu überzeugen. So konnte er die Ausweitung seiner angelaufenen Aktivitäten im Bereich der Regionalvermarktung beschleunigen.

Die Finanzierung des Neubaues einer Lagerhalle wäre dem Kleinunternehmen ohne Förderung sehr schwer gefallen. Die Förderung setzte aber die Zusammenarbeit mit einer Erzeugergemeinschaft im Bereich der Förderung nach dem Marktstrukturgesetz oder eines Erzeugerzusammenschlusses im Bereich der Regionalvermarktung voraus. Der Vermarkter entschied sich wegen eines um 10 % höheren Fördersatzes für den Bereich der Regionalvermarktung. Angesichts des hohen Engagements und des damit verbundenen Zeit- und Kostenaufwandes des Vermarkters zur Gründung des EZZ und der Einführung eines QMS ist kaum davon auszugehen, dass es sich dabei um die Realisierung von Mitnahmeeffekten handelt, sondern die Förderung eine wichtige Finanzierungsquelle darstellt.

4.2.3.6 Verwaltungsmäßige Abwicklung/Kooperation mit Verwaltung

Die verwaltungstechnische Abwicklung der Einführung eines QMS war aus Sicht der EZZ unproblematisch. Aufwändiger gestaltete sich dagegen die notwendige Gründung des EZZ. Insbesondere die aufgrund von Hinweisen aus der Verwaltung gewählte gesellschaftsrechtliche Konstruktion als wirtschaftlicher Verein führte zu erheblichem Mehraufwand bezüglich der notwendigen Genehmigung durch die Bezirksregierung. Erst später stellte sich heraus, dass auch leichter umzusetzende gesellschaftsrechtliche Konstruktionen möglich gewesen wären.

Lediglich hinsichtlich der Ausfüllung des Antrages wurde eine unzureichende Verständlichkeit der Formulierungen bemängelt. Insbesondere vermittelt sich bei einigen Punkten der Eindruck, dass relativ verbindliche Ausführungen gemacht werden sollen, obwohl es sich um die Einschätzung künftiger Entwicklungen handelt. Dies führt zu gewisser Verunsicherung, insbesondere wenn man das erste Mal damit konfrontiert wird. Die gute Unterstützung und Beratung durch die Bewilligungsstelle war bei der Überwindung dieser Probleme notwendig und sehr hilfreich.

Im Zuge des Bewilligungsverfahrens wurde auch die Problematik diskutiert, ob bei einer Zertifizierung nach EUROEPGAP die Fördervoraussetzung Qualitätsmanagementsystem gegeben ist, oder ob es sich lediglich um ein Qualitätssicherungssystem handelt. Diese Frage wurde dahingehend entschieden, eine weite Auslegung des Begriffs QMS zuzulassen zumal prozessorientierte Elemente zunehmend Eingang in Qualitätssicherungssysteme finden. Diese Verfahrensweise entspricht den Verhältnissen in der Wirtschaft und steht im Einklang mit den angestrebten Zielsetzungen.

Gemessen am Zuschussbetrag erscheint das vorgegebene Prüfungsprocedere bei der Bewilligungsstelle sehr aufwändig im Vergleich zu meist größeren Projekten im Bereich Verarbeitung und Vermarktung. Eine Heraufsetzung der Bagatellgrenze wäre daher überlegenswert.

Wie schon mehrfach erwähnt, ist eine isolierte Betrachtung des hier behandelten Förderfalles zur Beurteilung der Wirksamkeit der Förderung wenig zweckmäßig. Vielmehr sind alle drei Projekte im Rahmen der Richtlinie Regionalvermarktung (Förderung der Gründung des EZZ, der Einführung eines QMS, des Neubaus einer Lagerhalle für Kartoffeln) als zusammengehörende Einheit zu betrachten. Die administrative Abwicklung der Projekte erfolgt demgegenüber eher projektspezifisch. So wurde die Förderung der Gründung des EZZ und der Einführung des QMS in der Erwartung genehmigt, dass auch der in der Projektskizze als Sofortmaßnahme anvisierte Neubau der Lagerhalle erfolgt, ohne den der Vermarkter kaum zu einer wirtschaftlichen Erfüllung seiner Vertragsverpflichtungen mit der EZZ in der Lage gewesen wäre. Die bisherigen Verzögerungen sind vor allem auf baurechtliche Probleme und zeitweise mangelnde Verfügbarkeit von Fördermitteln zurückzuführen, schmälern aber die Erfolgsaussichten aller Teilprojekte insgesamt. Weitere Verzögerungen beim Neubau der Lagerhalle hätten zunehmend den Erfolg des Gesamtprojektes der regionalen Vermarktung gefährdet. Durch eine stärkere Verknüpfung von zusammengehörenden Teilprojekten in der Genehmigungs- und Abwicklungspraxis der Projekte könnten solche Probleme besser berücksichtigt werden. Im Teilbereich der QMS ist dies seit 2004 dadurch erreicht, dass nur noch stufenübergreifende QMS förderfähig sind und eine Förderung der Zertifizierung einzelner horizontaler Zertifizierungen wie EUROEPGAP nicht mehr im Rahmen dieses Fördergrundsatzes erfolgen kann, sondern im Rahmen der einzelbetrieblichen Förderung landwirtschaftlicher Betriebe erfolgt.

Im Fallbeispiel verursacht die nach der Richtlinie notwendige getrennte Antragstellung für eine Förderung der Organisationskosten einerseits und die Einführung des QMS andererseits mehr Aufwand für den Antragsteller sowie die Bewilligung und die Abwicklung. Die Möglichkeit einer Beantragung der Förderung für beide Fördergegenstände in einem Antrag, wie es von 2000 bis Ende 2001 im Rahmen der Organisationskosten erfolgte, sollte daher in der Richtlinie zusätzlich eröffnet werden.

4.2.3.7 Gesamtbeurteilung und Schlussfolgerungen

Eine abschließende Beurteilung des im Rahmen der Fallstudie analysierten Projektes ist angesichts des bisher erreichten Umsetzungsstandes noch nicht möglich. Die erste Ernte brachte aufgrund von Schädlings- und Krankheitsbefall sowie innerer Qualitätsmängel nicht einmal ein Viertel der angestrebten Mengen von Kartoffeln mit den erwünschten

hohen Qualitätseigenschaften. Außerdem verzögerte sich beim Vermarkter der für den Projekterfolg wichtige Neubau einer Lagerhalle. Insoweit konnte die durchgeführte Zertifizierung nach EUROEPGAP bisher kaum die angestrebte Wirkung entfalten. Im Zusammenhang mit der beim Absatz seit Anfang 2005 verpflichtenden Rückverfolgbarkeit verfügen die zertifizierten Betriebe aufgrund der bereits erfolgten Zertifizierung über Wettbewerbsvorteile, die sie vor allem auch beim Absatz, der nicht über den EZZ abgewickelt wurde, nutzen konnten.

Unter dem Aspekt, dass Rückverfolgbarkeit in der Wertschöpfungskette von Nahrungsmitteln verpflichtend ist, können bei isolierter Betrachtung der Einführung eines QMS Mitnahmeeffekte der Förderung nicht gänzlich ausgeschlossen werden. Andererseits ist im hier betrachteten konkreten Fall nicht zu übersehen, dass eine Zertifizierung nach EUROEPGAP für die Mitglieder des EZZ auch ohne die Gründung des EZZ möglich und weit weniger aufwändig gewesen wäre, so dass es hier sehr schwer fällt, von Mitnahmeeffekten zu sprechen.

Schwieriger wird der Ausschluss von Mitnahmeeffekten bei Betrachtung des Gesamtprojektes, in das die Einführung des QMS eingebettet ist. Hier spricht viel für eine Argumentationslinie, dass bei tatsächlich bestehenden Verbraucherpräferenzen für Produkte aus der Region mit hohen Qualitätseigenschaften höhere Preise zu erzielen sind, die für alle an der entsprechenden Wertschöpfungskette Beteiligten zumindest zur Deckung der zusätzlichen Kosten ausreichen. Ansonsten wäre die Wirtschaftlichkeit dauerhaft nicht zu sichern. Wenn sie aber in der aufgezeigten Weise gegeben ist, besteht keine Notwendigkeit der Förderung mit öffentlichen Mitteln, wenn sie nicht gegeben ist, ist sie ohnehin nicht zulässig. Förderung kann hier Initialzündung sein und entsprechende Aktivitäten wie in diesem Fallbeispiel beschleunigen, Mitnahmeeffekte oder Fehlschläge aber nicht ausschließen.

Wesentlicher ist, inwieweit eine Einschätzung der Erfolgsaussichten eines Projektes durch diejenigen, die für die Bewilligung und Abwicklung der Fördermaßnahme zuständig sind, möglich ist. Wesentlich dafür ist die Einschätzung, inwieweit die Marktverhältnisse eine dauerhafte Wirtschaftlichkeit erlauben. Bei kleinräumig orientierten Projekten, wie sie in der Regionalvermarktung meist anzutreffen sind, ist eine solche Einschätzung durch die Verwaltung mangels ausreichender Detailkenntnis der örtlichen Verhältnisse oft schwierig. Sie ist in großen Teilen davon abhängig, was dazu von den Antragstellern in Projektskizzen vorgelegt und als Erwartung geäußert wird. Eine klare Trennung zwischen Wunsch und tatsächlich vorhandenen Realisierungsmöglichkeiten ist dabei umso schwieriger, je weiter der Antragsteller vom Marktgeschehen, das in gesättigten Märkten wesentlich vom Endverbraucher bestimmt wird, entfernt ist.

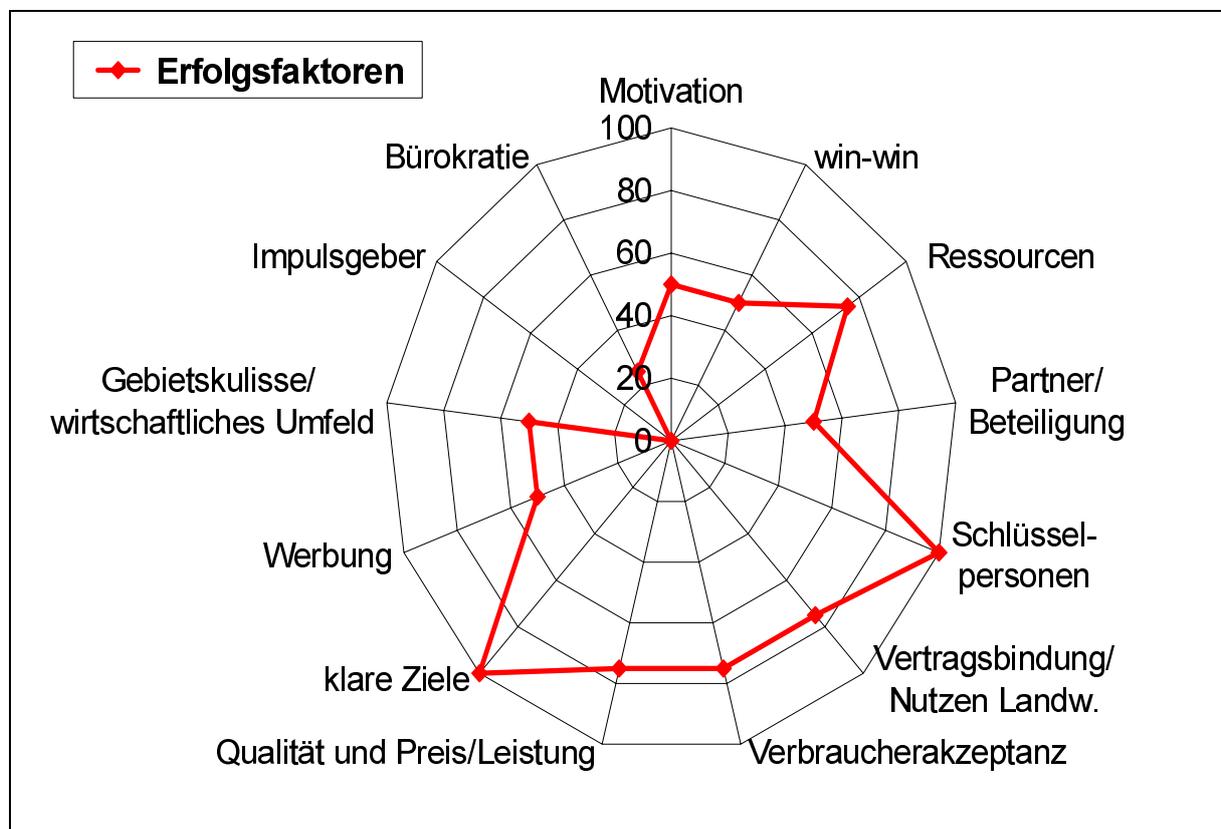
Wendet man die Argumentationslinie beim Fallbeispiel an, so ist die Förderung der Investition beim Vermarkter zielführend und eine Förderung des EZZ entbehrlich. Der Vermarkter ist in seiner Tätigkeit stärker marktorientiert und wird sein Eigenkapital kaum in wenig aussichtsreichen Bereichen investieren. Die Förderung kann helfen, unzureichende Eigenkapitalverfügbarkeit zu verringern und damit die Durchführung der Investition beschleunigen sowie Risiken bei der Erschließung neuer Marktsegmente abzufedern. Er kann die liefernden Landwirte über die Lieferverträge mit Mindest- und Premiumpreisregelung und bei Einhaltung der Produktionsauflagen entsprechend dem Kooperationsvertrag an sich binden, indem er sie an der Förderung partizipieren lässt. Die Förderung verschafft ihm Möglichkeiten, die Landwirte angemessen an der Wertschöpfung der Qualitätsprodukte mit regionaler Herkunft zu beteiligen. Er würde sich dafür die geeignetste Form der Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten aussuchen, die nicht zwingend ein EZZ sein muss. Eine spezielle Förderung der EZZ wäre damit unnötig und Fehlschläge der Förderung auf dieser Ebene der Wertschöpfungskette wären vermeidbar. Die Einschätzung, wie sich künftige Marktpotenziale am besten erschließen lassen würde damit auf die Marktpartner verlagert und die Versuche, die Vielfalt der Realität in Richtlinien zu erfassen, entbehrlich. Der Administration verbliebe die Prüfung realistischer Absatzchancen in den angestrebten Marktsegmenten sowie eines ausreichenden Nachweises des Erzeugernutzens.

Aufgrund der erheblichen Anlaufschwierigkeiten des Projektes sind auch seine bisherigen Beiträge zur Erreichung der Ziele der Regionalvermarktung, des EPLR und der VO (EG) Nr. 1257/1999 gering. Hier können aber künftig durchaus positive Beiträge erwartet werden, die allerdings aufgrund des Umfangs des Projektes überschaubar bleiben. Betrachtet man die drei Teilprojekte gemeinsam, so wurden mit den Zuschüssen in Höhe von rd. 125 000 Euro Investitionen in Höhe von rd. 374 000 Euro angestoßen, die zum weit überwiegenden Teil von Unternehmen aus der Region ausgeführt wurden. Beim Vermarkter wurde ein zusätzlicher Arbeitsplatz geschaffen.

In Abbildung 3 ist die aus der Einschätzung des EZZ abgeleitete Bedeutung verschiedener Erfolgsfaktoren zusammengefasst dargestellt, die eine Gesamtbetrachtung des Projektes aus Sicht der Begünstigten erlaubt. Hohe Bedeutung für den Projekterfolg haben danach die Schlüsselperson des Vermarkters und die Formulierung klarer Ziele basierend auf den Statuten des EZZ und der Kooperationsvereinbarung sowie dem Rahmenliefervertrag mit dem Vermarkter. Die Verwirklichung hoher Qualitätsansprüche ist ebenfalls von großer Bedeutung für den Erfolg, konnte aber bisher nicht im erwünschten Maß erreicht werden. Der Nutzen für die beteiligten Landwirte hat naturgemäß ebenfalls einen hohen Stellenwert, da er wesentlich zur Motivation der Projektteilnehmer beiträgt. Ohne eine ausreichende Akzeptanz beim Verbraucher kann es kaum gelingen, den Absatz der regional erzeugten Kartoffeln mit hohem Qualitätsanspruch und ansprechendem Preis-/Leistungsverhältnis dauerhaft zu sichern. Dazu dürften künftig verstärkte

Marketinganstrengungen auch des EZZ notwendig werden, deren Wirkung bislang eher vernachlässigt wird (u. a. geringe Bedeutung der Werbung). Der Einfluss der bürokratischen Begleiterscheinungen wird für den Projekterfolg eher gering eingeschätzt, der Aufwand kann in Teilen verringert werden (verständlichere Formulierungen in den Formularen, Zusammenlegung von Anträgen), schreckt aber nicht von der Inanspruchnahme von Fördermitteln ab. Als Impulsgeber ist der EZZ nicht aufgetreten. Diese Einschätzung ist aufgrund der dominierenden Initiative des Vermarkters nicht überraschend.

Abbildung 3: Einschätzung der Bedeutung von Erfolgsfaktoren in der Fallstudie durch den Erzeugerzusammenschluss



Quelle: Eigene Erhebung.

4.3 Empfehlungen zur Maßnahmengestaltung

Die bislang auf einen Förderfall begrenzte Inanspruchnahme des Fördertatbestandes „Einführung eines QMS“ signalisiert keinen großen Bedarf an dieser Fördermaßnahme in der Praxis, obwohl aufgrund der seit Anfang 2005 verpflichtenden Rückverfolgbarkeit horizontale und stufenübergreifende Qualitätssicherungssysteme für die Behauptung im Markt bedeutsam sind und die Realisierung von Mitnahmeeffekten nahe liegt.

Eine Erklärung dafür liegt möglicherweise darin, dass die unmittelbar mit der Zertifizierung verbundenen Kosten für die einzelnen landwirtschaftlichen Betriebe relativ gering und aus Eigenmitteln finanzierbar sind und man sich den mit einer Förderung verbundenen bürokratischen Aufwand ersparen will. Außerdem mag eine Rolle spielen, dass die Vielfalt der in der Realität praktizierten Formen der Zusammenarbeit im Hinblick auf die Erreichung von Qualitätsstandards nicht realitätsnah und flexibel genug in Förderrichtlinien erfasst werden können. Insofern mag es zweckmäßig sein, die Entscheidung darüber, welche Form der Zusammenarbeit inhaltlich und organisatorisch für die Erreichung angestrebter Ziele geeignet ist, mehr zu den jeweils beteiligten Marktpartnern verlagert, insbesondere denen, die sich durch große Marktnähe auszeichnen.

Auch aus den Ergebnissen der Fallstudie lässt sich ableiten, dass unter dem hier vorrangig behandelten Aspekt der Einführung von QMS auf eine Förderung der EZZ verzichtet werden kann und die Förderung auf Investitionen beim Vermarkter und/oder Verarbeiter, die in der Regel über größere Nähe zu den vor allem vom Verbraucher geprägten Markterfordernissen verfügen, konzentriert werden könnte. Für die Administration entfielen damit die oft schwierige Einschätzung der Erfolgsaussichten von Projekten auf Ebene der EZZ. Der Administration verbliebe die Prüfung realistischer Absatzchancen in den angestrebten Marktsegmenten sowie eines ausreichenden Nachweises des Erzeugernutzens z. B. über entsprechende vertragliche Mengen- und Preisregelungen.

Im vorliegenden Fall ist die Einführung eines horizontal auf die Ebene der landwirtschaftlichen Erzeuger orientierten Qualitätssicherungssystems gefördert worden. Um die darauf basierende Qualitätsbotschaft glaubhaft und verlässlich bis zum Verbraucher zu kommunizieren, sind entsprechende QMS auch auf den nachfolgenden Stufen der Wertschöpfungskette notwendig. Dies kann über stufenübergreifende Qualitätssicherungssysteme erfolgen, wie es die Förderrichtlinie seit 2004 fordert, aber auch durch vertragliche Regelungen zwischen den einzelnen Vermarktungsebenen. Die geltende Regelung sollte daher weniger eng gefasst werden. Die praktizierte Gleichbehandlung von QMS und Qualitätssicherungssystemen mit Prozessorientierten Elementen ist zielführend und kann beibehalten werden.

Für die ebenfalls angebotene Förderung der Einführung von Umweltmanagementsystemen (UMS) gibt es bislang keine Anträge. Während QMS unter Aspekten der Lebensmittelsicherheit ein zentrales Element zur Marktbehauptung von Unternehmen sind mit dem Nebeneffekt, dass daraus auch durch bessere Gestaltung der Betriebsabläufe Kosteneinsparungen resultieren können, zielen UMS vorrangig auf die Gestaltung und Verbesserung des innerbetrieblichen Umweltschutzes in Unternehmen ab. Ein spezifischer Förderzusammenhang, der eine Förderung im Rahmen des EAGFL mit nachvollziehbaren Vorteilen der landwirtschaftlichen Erzeuger begründet, ist aus den Formulierungen der Richtli-

nie bezüglich der Ziele und Fördervoraussetzungen schwer nachvollziehbar. Hier sollte eine entsprechende Ergänzung und Präzisierung der Richtlinie insbesondere hinsichtlich der Fördervoraussetzungen und zu erreichenden Erfolgskriterien erfolgen oder auf die Förderung von UMS verzichtet werden.

Eine stärkere Verknüpfung von zusammengehörenden Teilprojekten in der Genehmigungs- und Abwicklungspraxis der Projekte ist gemessen an den Erfahrungen, die aus der Fallstudie ableitbar sind, notwendig, um Probleme besser zu berücksichtigen, die sich aus Verzögerungen bei einzelnen Teilprojekte ergeben und den Gesamterfolg des Projektes gefährden können.

Wichtiges Kennzeichen für die Regionalvermarktung sind definierte Erzeugungs- und Vermarktungsregionen. Die angewandte Abgrenzung der Vermarktungsregion lässt ausreichend Spielraum, dass Absatzgebiete bedient werden, die für eine wirtschaftliche Umsetzung des Projektes ein ausreichend großes Absatzpotenzial bieten.

Im Fall der Gründung des EZZ verursacht die nach der Richtlinie notwendige getrennte Antragstellung für eine Förderung der Organisationskosten einerseits und die Einführung des QMS andererseits mehr Aufwand für den Antragsteller als die Bewilligung und die Abwicklung. Die Möglichkeit einer Beantragung der Förderung für beide Fördergegenstände in einem Antrag, wie es von 2000 bis Ende 2001 im Rahmen der Organisationskosten erfolgte, sollte daher in der Richtlinie zusätzlich eröffnet werden.

Rückwirkungen der derzeitig beabsichtigten Ausgestaltung und Ausrichtung der Förderung in der Förderperiode ab 2007 auf die Förderung der Regionalvermarktung sind nicht zu erwarten.

Literaturverzeichnis

- Programmänderung des EPLR von Nordrhein-Westfalen 2002. Entscheidung der Kommission K (2002) 3442 v. 23.09.2003.
- RdErl. v. 20.11.2002: Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen zur Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte. RdErl. v. 20.11.2002; Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 63 vom 16.12.2003.
- VO (EG) Nr. 1783/2003 des Rates vom 29. September 2003 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL). VO (EG) Nr. 1783/2003, ABl. EG L 270 v. 21.10.2003.
- RdErl. v. 08.05.2004: Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen zur Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte. Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 35 vom 5. 10. 2004.
- Gees, Karsten; Queren, René und Blümlein, Bernd (2005): Welche Faktoren führen zur Auflösung von Regionalinitiativen? -Schlussfolgerungen für die Förderung und die praktische Arbeit der Regionalinitiativen -. Berichte über Landwirtschaft, H. 83, S 111-125.
- MUNLV, Ministerium für Umwelt und Naturschutz Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (2004): NRW-Programm "Ländlicher Raum". Plan des Landes Nordrhein-Westfalen zur Entwicklung des Ländlichen Raumes gemäß VO (EG) Nr. 1257/1999. Konsolidierte Fassung nach der Entscheidung der EU-Kommission vom 6.10.2004. Düsseldorf.
- Sauter, Arnold und Meyer, Rolf (2003): Potenziale zum Ausbau der regionalen Nahrungsmittelversorgung. Endbericht zum TA-Projekt "Entwicklungstendenzen bei Nahrungsmittelangebot und -nachfrage und ihre Folgen".
- Spiller, Achim (2003): Qualitätssicherung in der Wertschöpfungskette: Vor- und Nachteile unterschiedlicher Organisationskonzepte. Präsentation auf Tagung des Dachverbandes wissenschaftlicher Gesellschaften der Agrar-, Forst Ernährungs Veterinär und Umweltforschung e. V. (Hrsg.): H. Lebensmittelqualität und Qualitätssicherungssysteme. Wissenschaftliche Tagung des Dachverbandes Agrarforschung (DAF) e.V. am 29. und 30. Oktober 2003 in Braunschweig.