



# Regionalwirtschaftliche Potenziale durch Rewilding

---

Birte Kaddatz



Hochschule  
für nachhaltige Entwicklung  
Eberswalde

# Über uns

---



**Hochschule  
für nachhaltige Entwicklung  
Eberswalde**



Waldcampus



Stadtampus



Lernatmosphäre

# Über uns

---



**Birte Kaddatz, M.Sc.**

- Projektkoordinatorin (Teil HNEE)
- Wissenschaftliche Mitarbeiterin
- Koordinatorin u. Dozentin am Masterstudiengang “Nachhaltiges Tourismusmanagement”



**Laura Schulz**

- Wissenschaftliche Hilfskraft
- Studierende Masterstudiengang “Nachhaltiges Tourismusmanagement”

# Gliederung

---

## **1. Einleitung**

## **2. Ergebnisse**

2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

## **3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten**

# Gliederung

---

## 1. Einleitung

## 2. Ergebnisse

2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

## 3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten

# 1. Einleitung

---

## Ökonomische Möglichkeiten durch Rewilding



Naturtourismus



Fischerei



Regionale Produkte

Quelle: Rewilding Europe (o.J.),  
Autoren Foto 1: Juan Carlos Muñoz , Foto 2: Magnus Lundgren, Wild Wonders of Europe, Foto 3: Anonymous, Foto 3: Bruno D'Amics

# 1. Einleitung

---

**Zentrale Forschungsfrage:**

**Welche wirtschaftlichen Potenziale könnte Rewilding für regionale Unternehmen am Oder Delta haben?**

# Gliederung

---

## 1. Einleitung

## 2. Ergebnisse

2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

## 3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten

# Gliederung

---

## 1. Einleitung

## 2. Ergebnisse

### 2.1 **Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen**

### 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

### 2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

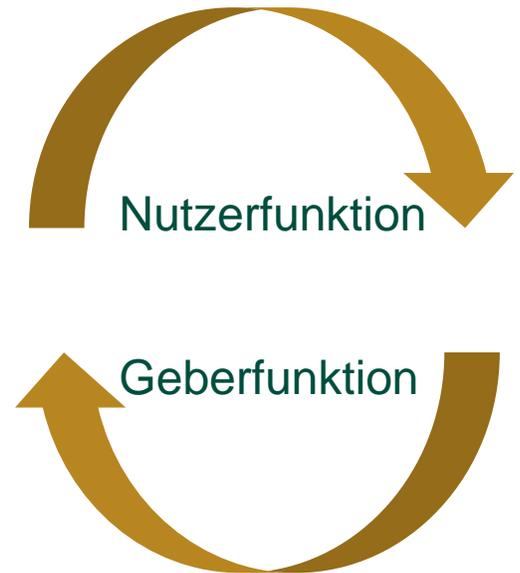
## 3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten

## 2. Ergebnisse

### 2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

#### Was sind Rewilding-Unternehmen?

- (A) Unternehmen, die durch die **Nutzung** von Rewilding-**Flächen** **Finanzmittel** generieren.
- (B) Unternehmen, die einen **positiven Einfluss** auf wildere **Natur** bzw. die Rückkehr von wilder Fauna und Flora im Rewilding-Gebiet haben.



## 2. Ergebnisse

### 2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

#### Was sind Rewilding-Flächen?

Flächen, auf denen **natürliche Prozesse** nach eigener Dynamik **bereits stattfinden**

oder

deren **Schutzstatus** es erlaubt, dass diesen **Prozessen in Zukunft** wieder **mehr Raum** gegeben werden könnte.

Bsp.:

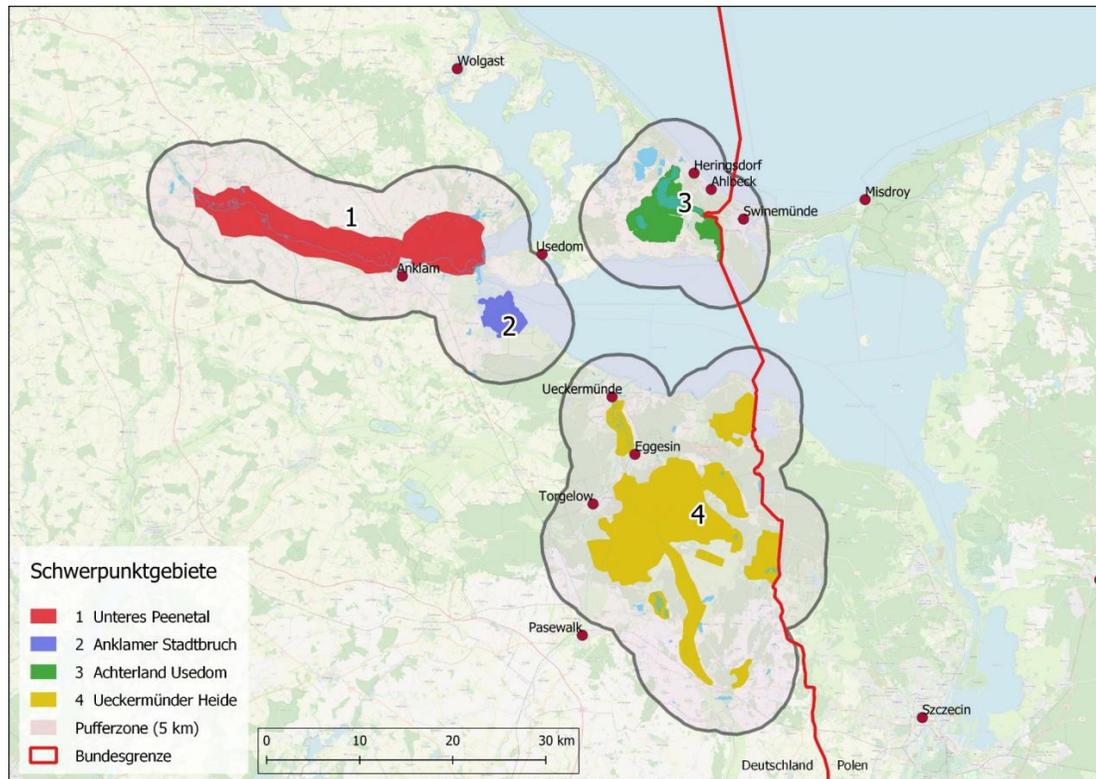
- große Naturschutzgebiete
- Natura 2000-Schutzgebiete (Trittstein-Funktion)



# 2. Ergebnisse

## 2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

### Schwerpunktgebiete



In diesen Gebieten Suche von...

**Flächennutzer\*innen**  
(durch Recherche)

**Flächeneigentümer\*innen**  
(Analyse von Katasteramtsdaten)

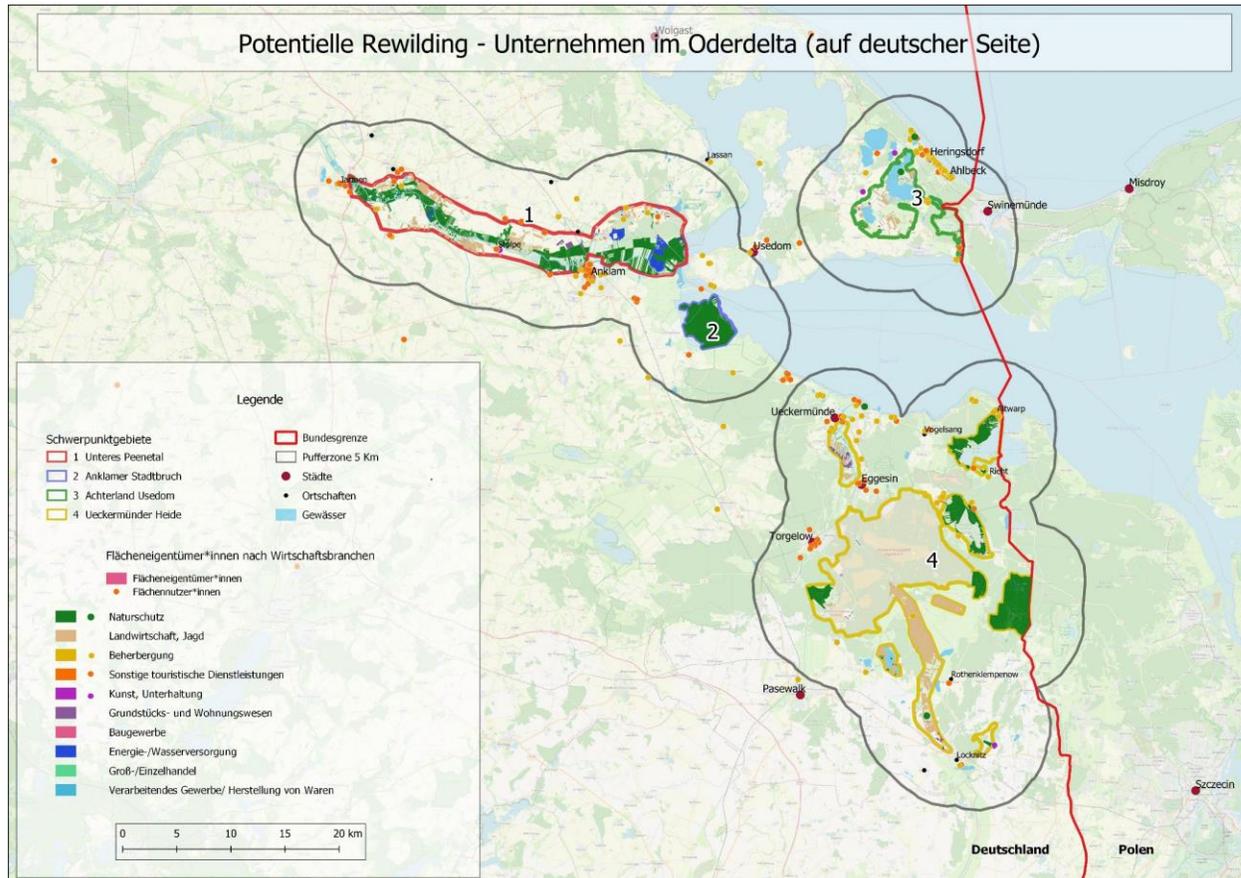
Nur Betrachtung von:

- Juristischen Personen
- Zweckverbänden/ kommunalen Betrieben
- Stiftungen

Quelle: Torres, Kaddatz 2024

# 2. Ergebnisse

## 2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen



**Flächennutzer\*innen**  
263

**Flächeneigentümer\*innen**  
458 inkl. Pufferzone  
(128 ohne Pufferzone)

Nach Bereinigung:  
**721** potenzielle Rewilding-Unternehmen

Quelle: Torres, Kaddatz 2024

# 2. Ergebnisse

## 2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

Eigentümerart	Grundstücke		Eigentümer		Fläche Ha	
Natürliche Personen	7.852	47%	1.741	88%	10.467	28%
Bundesrepublik Deutschland	291	2%	2	0%	9.998	27%
Stiftung	1.136	7%	7	0%	4.843	13%
Juristische Person	2.593	16%	115	6%	4.376	12%
Zweckverbände, Kommunale Betriebe	1.554	9%	6	0%	2.614	7,1%
Eigenes Bundesland	1.052	6%	11	1%	1.781	4,8%
Bundesrepublik Deutschland, Wasserstraßenverwaltung	53	0%	2	0%	985	2,7%
Gemeinde	1.465	9%	42	2%	913	2,5%
Andere	673	4%	63	3%	1.020	2,8%
<b>Gesamt</b>	<b>16.669</b>	<b>100%</b>	<b>1.989</b>	<b>100%</b>	<b>36.997</b>	<b>100%</b>

= 32%

## 2. Ergebnisse

### 2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

- Unternehmen/ Organisationen, die die **größten Flächenanteile** in den **Schwerpunktgebieten** (ohne Pufferzone) nutzen, gehören folgenden Sektoren an:
  - 64,2% Naturschutz
    - DBU GmbH (2.972 ha)
    - Zweckverband Peenetal-Landschaft (2.607 ha)
    - NABU-Stiftung Nationales Naturerbe (1.727 ha)
    - Stiftung Umwelt- und Naturschutz Mecklenburg-Vorpommern (111 ha)
  - 29,7% Landwirtschaft
  - 3,7% Energie- und Wasserversorgung
  - 2,3% Grundstücks- und Wohnungswesen

# Gliederung

---

## 1. Einleitung

## 2. Ergebnisse

2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

**2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale**

2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

## 3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten

# 2. Ergebnisse

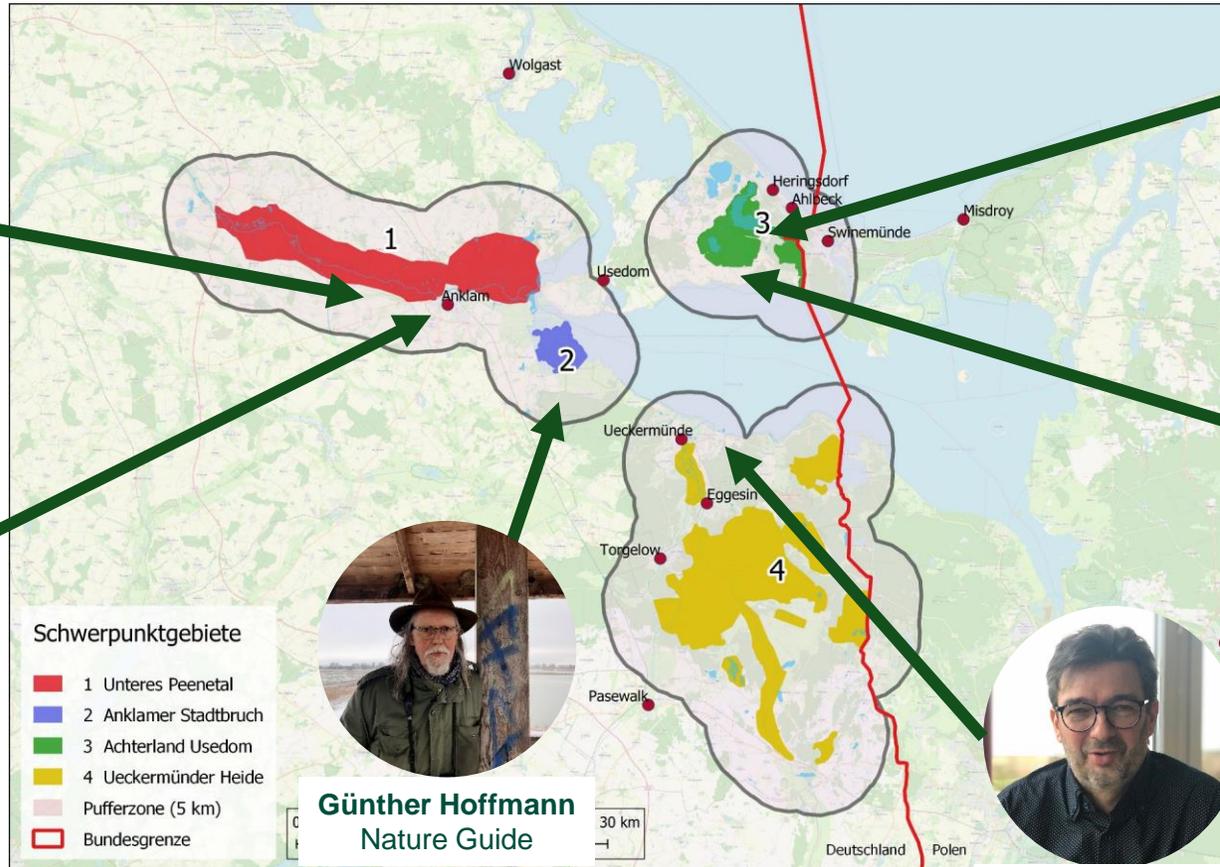
## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale



**Stefan Wollert**  
Gutshof Liepen



**Antje Enke**  
Abenteuer  
Flusslandschaft



**Kai Handke**  
Fischer  
Sea Ranger



**Jörg Espig**  
Usedom Agrar GmbH & Co. KG,  
Weiderind Usedom GmbH,  
Bauernverband Ostvorpommern e.V.



**Dirk Klein**  
Hotel & Spa Haffhus

# 2. Ergebnisse

## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

### Auszug Unternehmensprofile

**Dirk Klein, Hafthaus**



Das Hotel & Spa Hafthaus wurde im Jahr 1999 nach Übernahme einer bestehenden Hotelanlage von den Geschäftsführenden Nicole Winkler und Ricardo Joerges im Seebad Ueckermünde eröffnet. Zu den zahlreichen Aus- und Umbauprojekten der als nachhaltig zertifizierten Hotelanlage gehört auch die Entwicklung eines nachhaltigen Energiekonzeptes, welches u. a. durch den Einsatz von Solar- und Photovoltaikanlagen eine netzunabhängige und klimaneutrale Stromversorgung ermöglicht. Dirk Klein begleitet das Unternehmen bereits seit 17 Jahren und ist als Head of Sustainability & Digitalization unterstützend an der Hafthaus GmbH insbesondere in seiner nachhaltigen Entwicklung.

<b>Standort</b>	Seebad Ueckermünde, Stettiner Hafff / Ueckermünder Heide
<b>Unternehmensform</b>	Kapitalgesellschaft (GmbH), 25 Mitarbeitende
<b>Branche</b>	Hotel- und Gastgewerbe
<b>Produkte und Dienstleistungen</b>	75 Hotelzimmer in verschiedenen Kategorien; Wellness- und Spa-Bereich; ein Restaurant und Café; verschiedene Konferenz- und Tagungsräumlichkeiten in denen klimaneutrale Veranstaltungen stattfinden können; hausgemachte Bowls, Ingabahn und Angelteig, Fahrrad- und Ruderbootverleih
<b>Flächennutzung/ Nutzung der Natur</b>	Das Hafthaus nutzt die Landschaft des Stettiner Hafff vorrangig indirekt als Kulisse für seinen Hotelbetrieb und dessen Vermarktung, um insbesondere die Zielgruppe der Erholungssuchenden anzusprechen. Eine direkte Nutzung als Grundlage für naturtouristische Angebote findet nur geringfügig statt. Laut Dirk Klein positioniert sich das Unternehmen durch Fehlen einer entsprechenden Marketingstrategie noch nicht aktiv im Bereich des Naturtourismus.
<b>Änderungen der Landschaft</b>	Dirk Klein nimmt die Landschaft bereits als sehr naturnah wahr. Von einer noch naturnäheren Landschaft würde das Unternehmen nur bedingt profitieren. Nach Dirk Klein fehlt es dafür an infrastrukturellen Einrichtungen (z. B. Baumwegpfad), die die Natur für Besucher*innen erlebbar gestalten und damit die Vermarktung von Naturtourismus ermöglichen würden. Ein wünschenswertes Szenario skizziert Dirk Klein über die Flächennutzung durch nachhaltige Forstwirtschaft, um eine regionale Produktion von Hackschnitzeln zu etablieren und damit die regionale Energieversorgung und Wertschöpfung zu verbessern.
<b>Potenziale durch Landschaftsveränderungen</b>	Erreichen neuer Zielgruppen: Erweiterung naturtouristisches Angebot (z. B. Wandertourismus)
<b>Engagement für die Landschaft</b>	Verzicht auf Motorboote zur Befahrung des Stettiner Hafff
<b>Aktuelle Herausforderungen</b>	Fachkräftemangel; fehlender Mobilitätsausbau im peripheren Raum; regionale Trinkwassertrappheit
<b>Quellen</b>	Interview mit Dirk Klein vom 12.01.2023 Hafthaus GmbH ( <a href="https://www.hafthaus.de/">https://www.hafthaus.de/</a> )

**Anje Enke, Abenteuer Flusslandschaft**



Das in Anklam an der Peene ansässige Handwerks- und Tourismusunternehmen „Abenteuer Flusslandschaft“ wurde im Jahr 2000 von Anje und Carsten Enke zum Wiederaufbau des jahrhundertalten Werftstandortes gegründet. Beginnend mit einem Paddelbootverleih, entwickelte sich das Unternehmensportfolio mit zunehmender touristischer Nachfrage weiter. Seit 2019 fährt das in der unternehmenseigenen Werft entwickelte hybride Charterboot „Jula vom Peenedamm“ für Naturbeobachtungen und Ausflüge auf der Peene. Neben der Vermietung von Haus- und Motorbooten und der Austragung verschiedener Events im Flusscafé und in der Werftklausur, bietet das Unternehmen, geführt von Carsten Enke, zudem geführte Vogelbeobachtungen im Peenetal an.

<b>Standort</b>	Anklam, Unteres Peenetal
<b>Unternehmensform</b>	Einzelunternehmen, 15 Mitarbeitende
<b>Branchen</b>	(Natur-)Tourismus, Gastronomie, Bootsbau und -vermietung
<b>Produkte und Dienstleistungen</b>	Vermietung von Wasserfahrzeugen, thematische Bootstouren auf der Peene (z. B. Abendtour mit Guide-geführter Tierbeobachtung), naturtouristische Führungen im Peenetal, Veranstaltungen und Gastronomie
<b>Flächennutzung/ Nutzung der Natur</b>	Der Peenestrom sowie die Landschaft entlang der Peene bilden das Fundament für das naturtouristische Angebot des Unternehmens. Besonders die Unberührtheit und Weite der Landschaft sowie seltene Tier- und Pflanzenarten sind nach Anje Enke ein Standortvorteil für das Unternehmen und wichtige Anziehungspunkte für ihre Gäste. Das Unternehmen nutzt die Attribute der Landschaft aktiv für seine Vermarktung und definiert die wilde Natur als sein Alleinstellungsmerkmal.
<b>Änderungen der Landschaft</b>	Das Unternehmen sieht sich und sein Angebot durch die zunehmend extremen Wetterlagen und die dadurch steigende Hochwassergefahr beeinflusst und gefährdet, da davon insbesondere die Gestaltung des Angebots und die Sicherheit der Gäste abhängen. Als wünschenswerteste Veränderung der Landschaft wird ein Ausbau des Peene-Ufers erachtet, dem es nach Anje Enke an Flächen und Rastplätzen fehle. Eine Entwicklung hin zu einer noch naturnäheren Landschaft wird nicht gefordert.
<b>Potenziale durch Landschaftsveränderungen</b>	Die Wiederansiedlung von verdrängten Tierarten sieht Anje Enke als Potenzial für das Unternehmen. Insgesamt wird eine noch naturnähere Landschaft jedoch kritisch beurteilt.
<b>Engagement für die Landschaft</b>	Angebot (Naturführungen, Vogelbeobachtungen) trägt zur Sensibilisierung der Gäste für den Schutz der Natur bei; BNE-Workshops für Schulklassen; Entwicklung klimafreundlicherer Lösungen für den Bootsbetrieb (Hybrid-Solarboote); Fördervereinsmitglied des Naturparks Flusslandschaft Peenetal
<b>Aktuelle Herausforderungen</b>	Nachfrageückgang durch u. a. Corona-Pandemie, fehlendes Wissen über die Relevanz des Tourismus und des Erholungsfaktors „Natur“ in den Kommunen
<b>Quellen</b>	Interview mit Anje Enke vom 11.01.2023 Abenteuer Flusslandschaft ( <a href="https://www.abenteuer-flusslandschaft.de/">https://www.abenteuer-flusslandschaft.de/</a> )

**Günther Hoffmann, Natur- und Landschaftsführer**



Günther Hoffmann lebt seit fast 30 Jahren in der Nähe des Anklamer Stadtbruchs und fänd über seine Faszination u. a. für das Flussaltmoor der Peene zu seinen heutigen Tätigkeiten. Im Rahmen des „Nature Guide Network“ bietet er als Nature Guide individuelle Touren durch den Anklamer Stadtbruch und im Bereich der Unteren Peene an. Gemeinsam mit seiner Frau betreibt Günther Hoffmann zudem eine Ferienwohnung in Bugewitz. Durch seine zusätzliche Funktion als ehrenamtlicher Naturschutzwart im Anklamer Stadtbruch und seine enge Zusammenarbeit mit dem NABU, ist es ihm ein wichtiges Ziel, Tourismus und Naturschutz zu vereinen sowie Tourist\*innen und Einheimische über die Naturschutzmaßnahmen in der Region zu informieren.

<b>Standorte</b>	Anklamer Stadtbruch, Unteres Peenetal
<b>Unternehmensform</b>	Privatperson
<b>Branchen</b>	Naturtourismus, Naturschutz, Gastgewerbe
<b>Produkte und Dienstleistungen</b>	Individuelle naturtouristische Wander-, Fahrrad- und Fototouren & Solarboot-Fahrten; Ferienwohnungsvermietung; Betreuung von Filmproduktionen in Naturschutzgebieten
<b>Flächennutzung/ Nutzung der Natur</b>	Für Günther Hoffmann bilden die Landschaften des Anklamer Stadtbruchs und der Unteren Peene sowie deren Diversität in Flora und Fauna das Fundament seiner Natur- und Landschaftsführungen und damit seine Existenzgrundlage. Einen Standortvorteil hat der Natur- und Landschaftsführer vor allem durch die Außergewöhnlichkeit der Regionen, die besonders durch die Darstellung in zahlreichen Dokumentarfilmen Nachfrage bei potenziellen Besucher*innen erzeugt.
<b>Änderungen der Landschaft</b>	Mit seinem Wissen über die hohe Dynamik, mit welcher sich die Regionen seit der 1990er Jahre verändern haben, schätzt Günther Hoffmann v. a. die steigende Wassermenge als bedrohlich für die Landschaft ein und hält die Entwicklung hin zu Niedermoor-Flächen und dadurch einhergehende Veränderungen in der Vegetation für wahrscheinlich. Für ihn sind jedoch keine zeitnahen Veränderungen denkbar, die seine Tätigkeit als Landschafts- und Naturführer erweitern oder einschränken würden.
<b>Potenziale durch Landschaftsveränderungen</b>	Es wird ausschließlich von negativen Landschaftsentwicklungen ausgegangen.
<b>Engagement für die Landschaft</b>	Aufklärung über die Bedeutung von Mooren für das Klima und Kommunikation der Naturschutzvorhaben im Rahmen der angebotenen Natur- und Landschaftsführungen; Unterstützung der NABU-Stiftung als ehrenamtlicher Naturschutzwart im Anklamer Stadtbruch
<b>Aktuelle Herausforderungen</b>	Anzahl der in die Entwicklung der Landschaften inkludierten Akteure/Organisationen und die fehlende Kommunikation zwischen den verschiedenen Interessengruppen; vielen Flächen fehle ein entsprechender Schutzstatus
<b>Quellen</b>	Interview mit Günther Hoffmann vom 08.12.2022 Nature Guide Network ( <a href="https://nature-guide-network.eu/listing/guenter-hoffmann/">https://nature-guide-network.eu/listing/guenter-hoffmann/</a> )

**Stefan Wollert, Gutshof Liepen GmbH (Hotel & Restaurant „Am Peenetal“)**



Stefan Wollert ist Geschäftsführer des im Gutshof Liepen gelegenen Hotel & Restaurant „Am Peenetal“ und begleitet das Unternehmen seit Erwerb der Hotelanlage im Jahr 2008. Das zuvor leerstehende Gutshaus Liepen umfasst drei Gebäude, die jährlich für den Hotelbetrieb ausgebaut und modernisiert wurden. Der Fokus des Unternehmens liegt auf regionalen Produkten aus eigener Herstellung und zum Teil aus eigenem Anbau und eigener Jagd. Der Gutshof Liepen positioniert sich zudem als familienfreundliches Hotel im naturblassen Peenetal, welches als idealer Ausgangspunkt für Wanderungen, Fahrrad- und Kanutouren dient. Ein besonderes Alleinstellungsmerkmal des Gutshof Liepen waren die unternehmenseigenen Solarboote, mit denen Gäste des Hotels die Flora und Fauna der Peene erkunden konnten. Aufgrund zu hoher Investitionskosten in die Instandhaltung ist diese aktuell rezykelt und Teile der Boote für den Bau von Gewächshäusern und Blumenbeete genutzt.

<b>Standort</b>	Neetzow-Liepen, Unteres Peenetal
<b>Unternehmensform</b>	Kapitalgesellschaft (GmbH), 40 Mitarbeitende
<b>Branche</b>	Hotel- und Gastgewerbe
<b>Produkte und Dienstleistungen</b>	Insgesamt 72 Zimmer und Apartments im Gutshof; Saal- und Restaurantgebäude; Wellnessbereich inkl. Sauna- und Fitnessbereich; Festsaal für Tagungen und Veranstaltungen; Hofladen mit selbsthergestellten Produkten
<b>Flächennutzung/ Nutzung der Natur</b>	Das Unternehmen nutzt die Landschaft vorwiegend auf konsumtiver Basis, indem Produkte für den Hotel- und Restaurantbetrieb unmittelbar aus der Natur beschaffen werden (z. B. Wildobst, Wildfleisch). Nach Stefan Wollert sind die Lage des Gutshof Liepen und die naturnahe Landschaft jedoch nicht ausschlaggebend für die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens, da nur ein geringer Anteil der Gäste aufgrund der Nähe zum Peenetal und des naturtouristischen Angebots in die Region kommt.
<b>Änderungen der Landschaft</b>	Die Entwicklung des Unteren Peenetal hin zu einer naturnäheren und stärker geschützten Landschaft wird kritisch gesehen. Stefan Wollert nennt insbesondere das Ziehen von Grenzen zwischen Mensch und Naturräumen sowie die Einführung von Verbots (z. B. Aalfangverbot) als Befürchtung. Zukünftig wünscht sich der Geschäftsführer einen Gleichklang zwischen Pflege (z. B. Baumumschnitt, Flussreinigung) und Erhalt der Natur sowie den infrastrukturellen Ausbau des Wegernetzes. Als positives Beispiel wird der „Naturparkweg“ aufgeführt, welcher derzeit im Naturpark „Flusslandschaft Peenetal“ entsteht.
<b>Potenziale durch Landschaftsveränderungen</b>	Potenziale durch Landschaftsveränderungen werden nicht festgestellt.
<b>Engagement für die Landschaft</b>	Aufklärung der Gäste über regionale Flora und Fauna
<b>Aktuelle Herausforderungen</b>	Betriebsicherung durch Energiekostenanstieg; Entwicklung eines nachhaltigen Energiekonzeptes
<b>Quellen</b>	Interview mit Stefan Wollert vom 12.01.2023 Gutshof Liepen GmbH ( <a href="https://www.gutshof-liepen.de/index.php">https://www.gutshof-liepen.de/index.php</a> )

# 2. Ergebnisse

## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

### Antje Enke - Abenteuer Flusslandschaft

#### Produkte u. Dienstleistungen

- Vermietung von **Wasserfahrzeugen**
- Geführte Boots- und Wandertouren
- **Gastronomie**

#### Nutzung der Natur

- **Existenzgrundlage** für Angebote (Kulisse)
- Nutzt Landschaft für **Marketing**

#### Einstellung zu Landschaftsveränderungen

- Bewusstsein für zunehmend **extreme Wetterlagen** und größere **Hochwassergefahr**. Keine klimawandelbedingten Risiken erwartet.
- Eine noch naturnähere Landschaft wird **kritisch** beurteilt.
- **Fürchtet Einschränkungen** in **Befahrbarkeit** der Peene.

#### Potenziale durch Rewilding

- Sieht **keine zusätzlichen Potenziale** in noch natürlicheren Landschaften.
- Max. Wiederansiedlung von verdrängten Tierarten-> mehr Gäste
- Wünscht eher **infrastrukturellen Ausbau** des Peene-Ufers

#### Aktuelle Herausforderungen

- **Nachfragerückgang** durch Pandemie



## 2. Ergebnisse

### 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

**Kai Handke – Fischer** (u.a. Gothen- und Wolgastsee)



#### Produkte u. Dienstleistungen

- Fischerei und -verkauf

#### Nutzung der Natur

- Nutzung von Gewässern für Fischerei

#### Einstellung zu Landschaftsveränderungen

- Negative Änderungen von **Wasserständen** und –**qualität** bekannt
- **Naturnähere Entwicklung** wird **begrüßt** und als Instrument zur Verbesserung der Fischbestände der Region gesehen.

#### Potenziale durch Rewilding

- **Diversifizierung** durch naturtouristische Führungen
- Aufbau **regionaler Vertriebswege**

#### Aktuelle Herausforderungen

- Bedrohliche Wasserstände und –qualität
- Konflikte zwischen Landwirtschaft und Fischerei

## 2. Ergebnisse

### 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

Jörg Espig – Usedom Agrar GmbH & Co.KG, Bauernverband Ostvorpommern e.V.



#### Produkte u. Dienstleistungen

- **Pflanzen- und Tierproduktion**
- Landhandel
- Landwirtschaftsnahe Dienstleistungen

#### Nutzung der Natur

- Intensive u. extensive **Landwirtschaft**

#### Einstellung zu Landschaftsveränderungen

- Negative Änderungen von **Wasserständen** bekannt
- **Naturnähere Entwicklung** wird **begrüßt**, jedoch mit **ökonomischen Barrieren** für potenzielle Umsetzer\*innen assoziiert.

#### Potenziale durch Rewilding

- Bei Umstellung auf **extensive Bewirtschaftung: Kompensation** von Umsatzausfällen durch Handel mit **CO<sub>2</sub>-Zertifikaten**
- **Einzelbetriebliche Beratung/ Handreichung** für Viehbesatz auf nassen Standorten

#### Aktuelle Herausforderungen

- Wasserstände
- Fehlende Autonomie in Preisgestaltung eigener Erzeugnisse
- Preissensibilität der Kund\*innen
- Zentralisierte Verkaufsstrukturen erschweren Direktvermarktung

# Gliederung

---

## 1. Einleitung

## 2. Ergebnisse

2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

**2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale**

2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

## 3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten

# 2. Ergebnisse

## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

---

### Umfrage zu Potenzialen mit regionalen Unternehmen

**Kriterien** zur Stichprobenbestimmung:

- Landnutzer\*innen und –eigentümer\*innen aus den Schwerpunktgebieten,
- Juristische Personen, Zweckverbänden/ kommunalen Betrieben, Stiftungen
- per E-Mail erreichbar

**Stichprobenumfang:**

n=416

**Befragungszeitraum:**

18.12.2023 – 07.05.2024

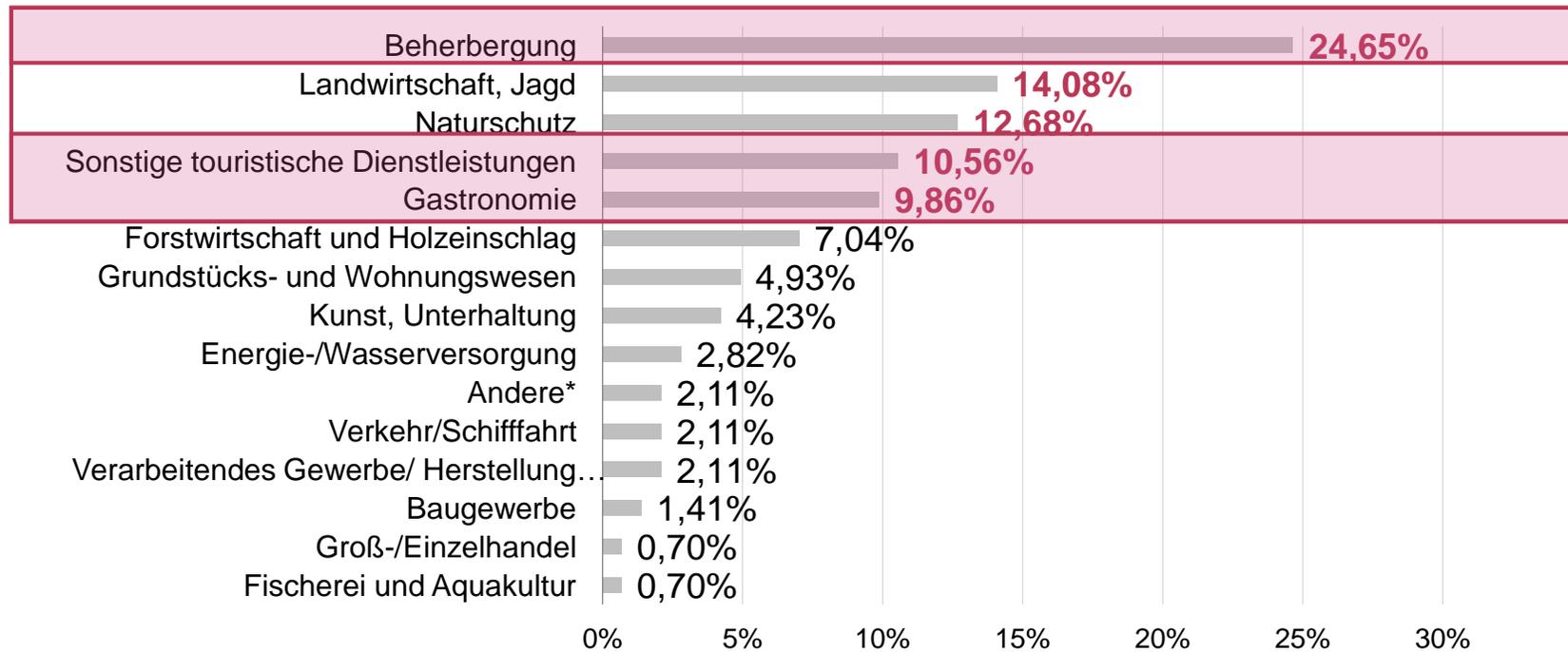
**Rücklaufquote:**

34,13 % (**142** Teilnehmer\*innen)

# 2. Ergebnisse

## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

Welcher wirtschaftlichen Aktivität gehen Sie als Unternehmen/Organisation oder die Pächter Ihres Landes auf den entsprechenden Flächen nach? Mehrfachnennungen möglich!



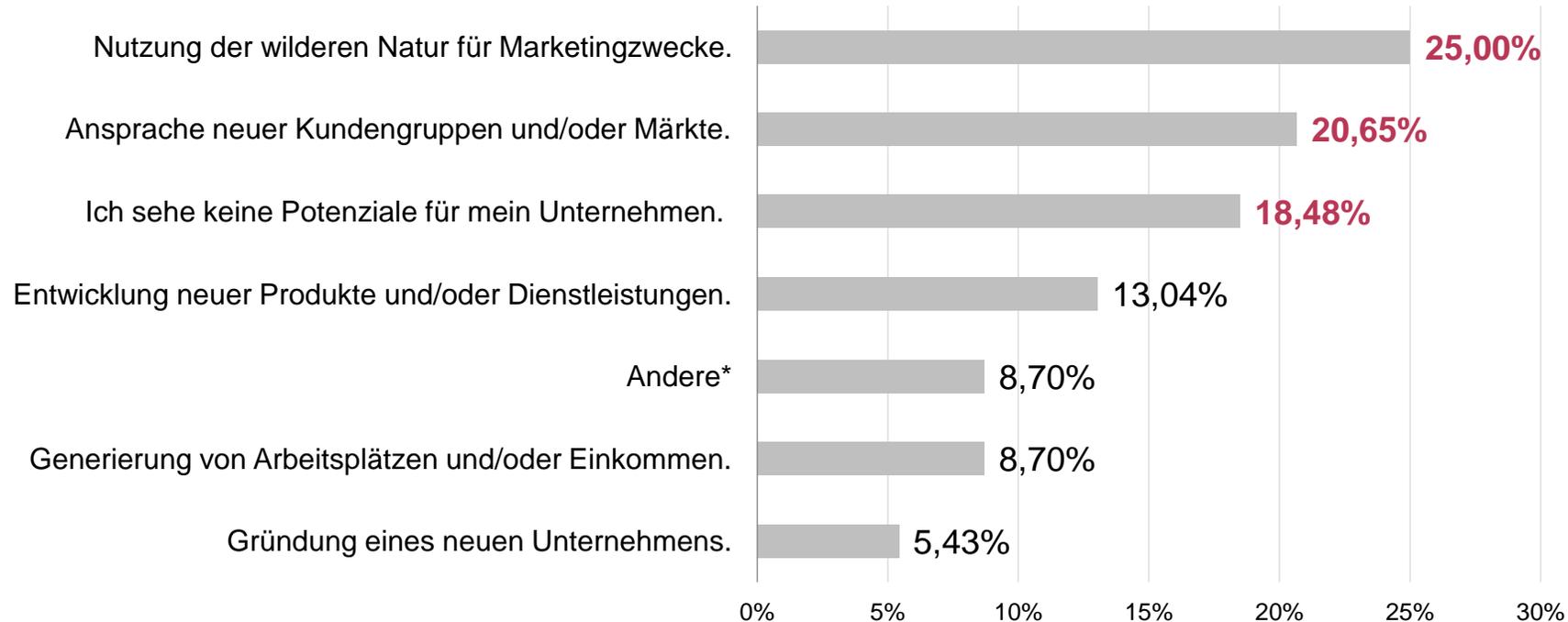
**45,07% =  
touristische  
Unternehmen**

Umfragezeitraum: 18.12.2023 – 07.05.2024, n = 142  
 \*Freitextantworten: "Seminare", "Brachland", "Golfplatz"

# 2. Ergebnisse

## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

Welche Potenziale sehen Sie für Ihr eigenes Unternehmen/ Ihre Organisation? Mehrfachnennungen möglich!



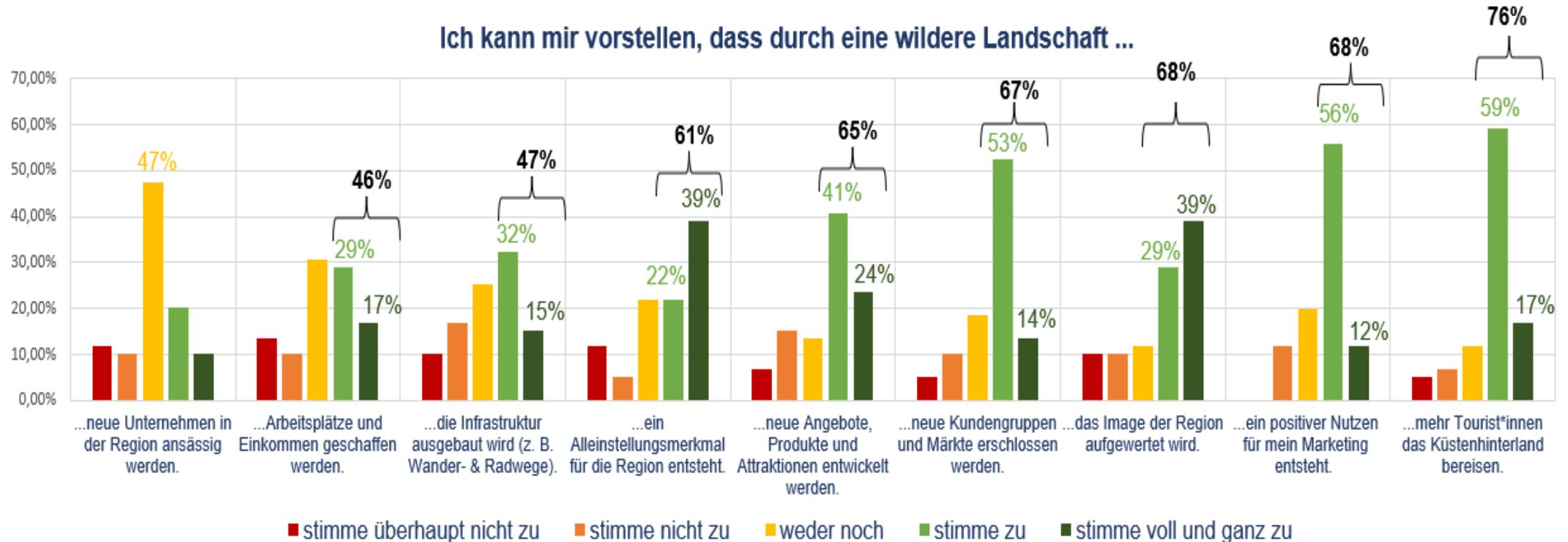
Umfragezeitraum: 18.12.2023 – 07.05.2024, n = 92

\*Freitextantworten: „Umsetzung des Stiftungszwecks“, „Nachhaltiger Tourismus und Konzepte entwickelt werden“, „traditionelle handwerkliche Strukturen erhalten“, „Förderung von Renaturierung von Landschaft und Natur“, „als gemeinnützige Stiftung steht der Erhalt der Natur und Wildnis als eigenständiger Wert im Focus unseres Handelns“, „Weiterentwicklung des Stiftungseigentums im Sinne des satzungsgemäßen Stiftungszwecks.“

# 2. Ergebnisse

## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

Inwiefern stimmen Sie den Aussagen zu?



# 2. Ergebnisse

## 2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

### Fazit aus Umfrage und Interviews zu Potenzialen

#### Bereits genutzte Potenziale:

- natürliche Landschaft als **Existenzgrundlage**
- Landschaft für **Marketing** genutzt

#### Vorstellbare Potenziale

- Gewinnen von **Tourst\*innen** für das **Küstenhinterland**
- Nutzen der Landschaft für **Marketingzwecke**
- **Imageaufwertung** der Region



Quellen: Pexels, 2016. (o. l.), Nidan, 2016. (o. r.), o. A. über Pixabay, o. D. (u. l.),

# Gliederung

---

## 1. Einleitung

## 2. Ergebnisse

2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

**2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen**

## 3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten

# 2. Ergebnisse

## 2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

---

### Hindernisse

- **Keine Priorität** des Themas Rewilding/ Naturschutz
- **Mangelnde Perspektiven/** Keine Beispiele
- Ausbaubare **Bekanntheit** von Rewilding
- Fehlende **Partizipation/ Vernetzung**
- Ausbauwürdige **regionale Wirtschaftskreisläufe**

## 2. Ergebnisse

### 2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

#### Wertschöpfungsoptionen

Urlaub auf dem Bauernhof

Wertschöpfungskette  
Wolle aufbauen

Wildnistouristische Führungen

Umweltbildungsangebote

Nachhaltige Forstwirtschaft/  
regionale Holzpellets ?

Agri-PV-Anlagen ?

CO<sub>2</sub>-Zertifikat-Handel

Regionale Produkte aus  
ökol. Landwirtschaft/ Jagd/ Fischerei/ Imkerei

Paludikultur

Rohrkolben-Vewertung für  
Textil- und Dämmstoffindustrie

Direktvermarktung

## 2. Ergebnisse

### 2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

#### Wertschöpfungsoptionen

##### Beispiel: Wild Côa Network (Portugal)

- 2021 Vereinigung aus regionalen Unternehmen
- rund 50 Mitglieder (Unterkünfte, Restaurants, Hersteller\*innen lokaler Produkte)
- Ziel: Gemeinsame Vermarktung der Region und ihrer Produkte



## 2. Ergebnisse

### 2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

#### Wertschöpfungsoptionen

##### Beispiel: Südtirol

- vom Destinations- zum Lebensraummanagement
- Markenwerte stehen für Lebensraum, Produkte und Erlebnis von Tourist\*innen.



Quelle: IDM Südtirol, 2023, 2024.

Abb.: Marken Kern Südtirol  
Quelle: IDM Südtirol 2023

# Gliederung

---

## 1. Einleitung

## 2. Ergebnisse

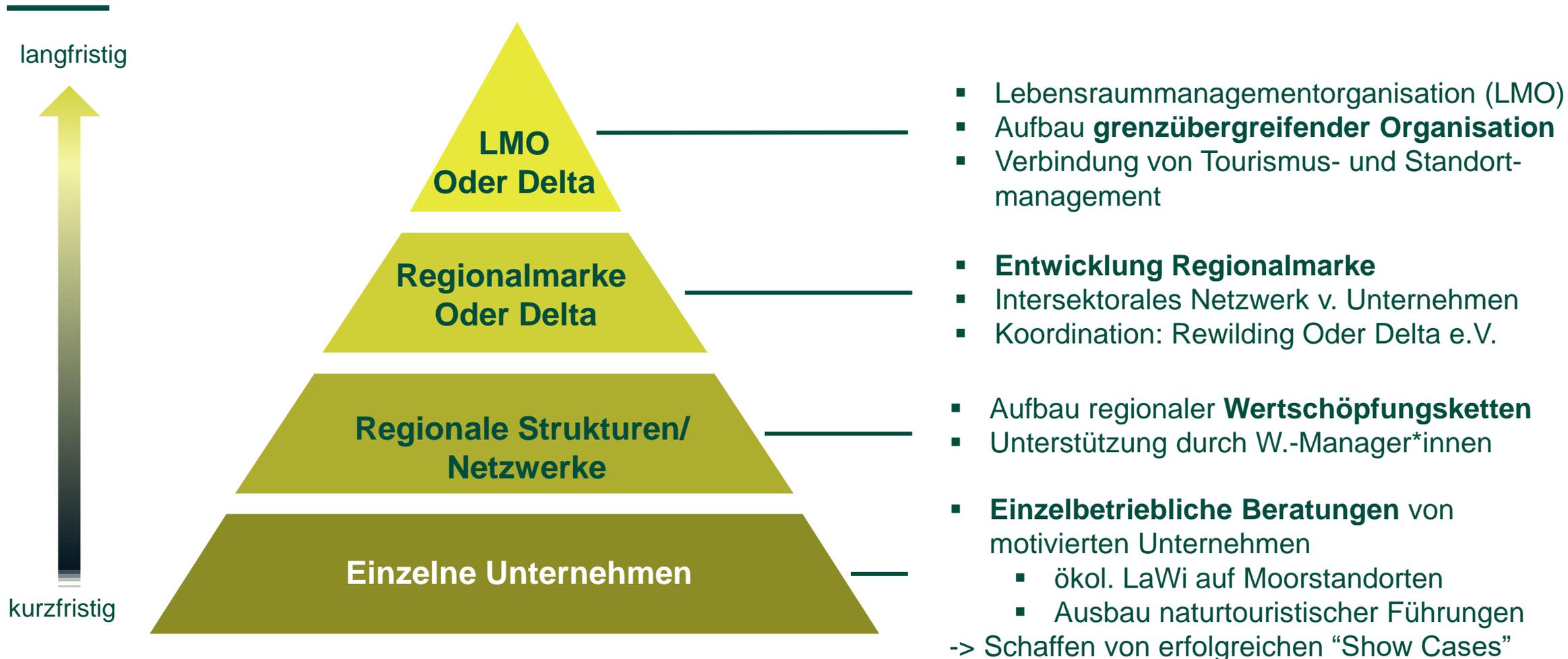
2.1 Identifizierung potenzieller Rewilding-Unternehmen

2.2 Unternehmensprofile und ökonomische Potenziale

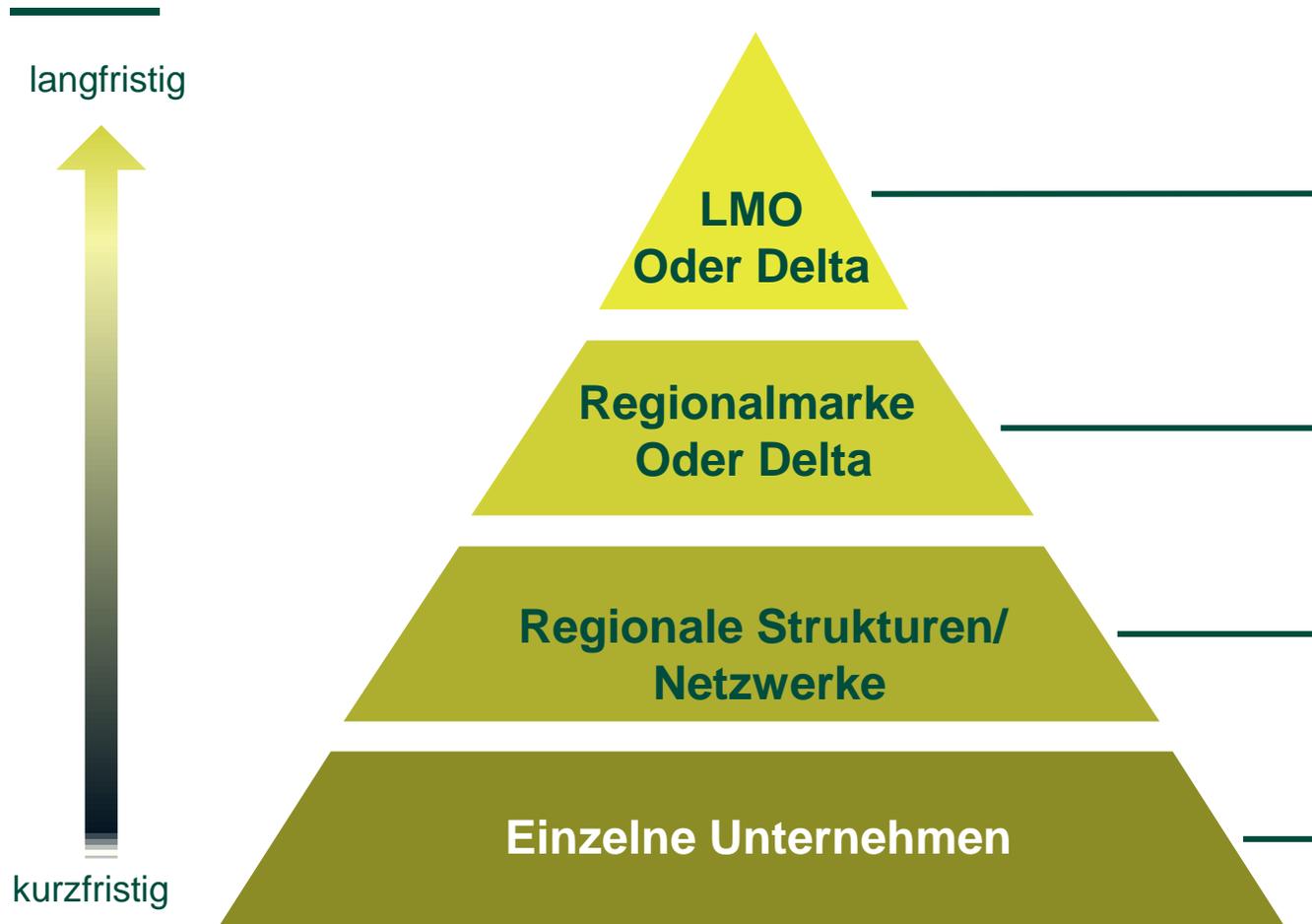
2.3 Hindernisse und Wertschöpfungsoptionen

## 3. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten

# 4. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten



# 4. Empfehlungen und Fördermöglichkeiten



- Lebensraummanagementorganisation (LMO)
  - Aufbau **grenzübergreifender Organisation**
  - Verbindung von Tourismus- und Standortmanagement
  
  - **Entwicklung Regionalmarke**
  - Intersektorales Netzwerk v. Unternehmen
  - Koordination: Rewilding Oder Delta e.V.
  
  - Aufbau regionaler **Wertschöpfungsketten**
  - Unterstützung durch **W.-Manager\*innen**
  
  - **Einzelbetriebliche Beratungen** von motivierten Unternehmen
    - ökol. LaWi auf Moorstandorten
    - Ausbau naturtouristischer Führungen
- > Schaffen von erfolgreichen "Show Cases"

# Vielen Dank!

---

# Back up: Fördermöglichkeiten

---

## Fördermöglichkeiten für Wertschöpfungskettenmanager\*innen

Förderprogramm: Förderung des Aufbaus von Bio-Wertschöpfungsketten

Fördergeber: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL),  
Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL)

Förderziel: Aufbau und Weiterentwicklung von Wertschöpfungskettenpartnerschaften für biologisch erzeugte Produkte zu fördern

Förderbereich: Landwirtschaft, ländl. Entwicklung (bundesweit)

Förderberechtigte: Unternehmen, Verbände/Vereinigungen

Fördergegenstand: Maßnahmen, die zur Erhöhung der personellen Kooperationskapazitäten sowie zum Erlangen weiterer Kompetenzen (Fort-, Weiterbildung, Beratung) beitragen (Beispiel „Wertschöpfung Biomohn“).

# Back up: Fördermöglichkeiten

---

## Fördermöglichkeiten für Einzelbetriebliche Beratungen

Förderprogramm: **Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (Gemeinschaftsaufgabe, GRW)**

Fördergeber: Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern

Förderziel: Investitionsvorhaben der gewerblichen Wirtschaft (einschließlich Tourismus), die dauerhafte Arbeitsplätze bzw. Ausbildungsplätze in Mecklenburg-Vorpommern schaffen oder sichern.

Förderbereich: Unternehmensfinanzierung, Regionalförderung, Infrastruktur, Smart Cities & Regionen, Arbeit (Mecklenburg-Vorpommern)

Förderberechtigte: KMU

Fördergegenstand: u. a. Maßnahmen von insbesondere KMU zur **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft und ökologischen Nachhaltigkeit** (zum Beispiel: Beratung, Schulung, Verbesserung der Personalstruktur, angewandte Forschung und Entwicklung, Markteinführung von innovativen Produkten)

# Quellen

---

Rewilding Europe (o.J.): What is Rewilding? Im Internet einsehbar unter <[https://rewildingeurope.com/what-is-rewilding/?\\_gl=1\\*1vx8osn\\*\\_up\\*MQ..&gclid=EAIaIQobChMI9Yu-b7SiQMV852DBx0JuyM8EAAYASAAEgJLifD\\_BwE](https://rewildingeurope.com/what-is-rewilding/?_gl=1*1vx8osn*_up*MQ..&gclid=EAIaIQobChMI9Yu-b7SiQMV852DBx0JuyM8EAAYASAAEgJLifD_BwE)> (letzter Zugriff am 10.11.2024)

# Abbildungsverzeichnis

---

**Abb. X:** Markenkern Südtirol

Quelle: IDM SÜDTIROL (2023) mit expliziter Genehmigung der Verwendung durch SCHNITZER, BARBARA. Im Internet abrufbar unter: <https://www.idm-suedtirol.com/de/unsere-leistungen/marke-suedtirol/markenstrategie-markenstilistik> (letzter Aufruf am 31.07.2024).

**Abb. Y:** Außenmarketing Südtirol für Landschaft, regionale Produkte und mit Menschen.

Quelle: IDM Südtirol 2023. Im Internet abrufbar unter: [https://www.suedtirol.info/de/de/information/ueber-suedtirol?\\_gl=1\\*1iucf8\\*\\_up\\*MQ..&gclid=EAlaIQobChMI1temvKTRhwMVtlhQBh1-TQ8MEAAAYASAAEgL7WfD\\_BwE](https://www.suedtirol.info/de/de/information/ueber-suedtirol?_gl=1*1iucf8*_up*MQ..&gclid=EAlaIQobChMI1temvKTRhwMVtlhQBh1-TQ8MEAAAYASAAEgL7WfD_BwE) (letzter Aufruf am 20.03.2023).

[https://www.suedtirol.info/de/de/erlebnisse-und-events/natur/nationalpark-und-naturparks?\\_gl=1\\*1u47jon\\*\\_up\\*MQ..&gclid=EAlaIQobChMI1temvKTRhwMVtlhQBh1-TQ8MEAAAYASAAEgL7WfD\\_BwE](https://www.suedtirol.info/de/de/erlebnisse-und-events/natur/nationalpark-und-naturparks?_gl=1*1u47jon*_up*MQ..&gclid=EAlaIQobChMI1temvKTRhwMVtlhQBh1-TQ8MEAAAYASAAEgL7WfD_BwE) (letzter Aufruf am 31.07.2024)

**Abb. Z:** Außenmarketing Südtirol zu Produkten.

Quelle: IDM Südtirol 2024. Im Internet abrufbar unter: [https://www.suedtirol.info/de/de/regionale-produkte?\\_gl=1\\*fazbt\\*\\_up\\*MQ..&gclid=EAlaIQobChMI1temvKTRhwMVtlhQBh1-TQ8MEAAAYASAAEgL7WfD\\_BwE](https://www.suedtirol.info/de/de/regionale-produkte?_gl=1*fazbt*_up*MQ..&gclid=EAlaIQobChMI1temvKTRhwMVtlhQBh1-TQ8MEAAAYASAAEgL7WfD_BwE) (letzter Aufruf 20.03.2023)