



Bundesanstalt für  
Landwirtschaft und Ernährung

dvs\*

Deutsche Vernetzungsstelle  
Ländliche Räume



# Klima und LEADER

Ideenschmiede für Regionalmanagements



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



Europäischer Landwirtschaftsfonds für die  
Entwicklung des ländlichen Raums: Hier in-  
vestiert Europa in die ländlichen Gebiete.

## Liebe Leserinnen und Leser,

Das Wetter spielt verrückt. Dürresommer, Starkregen, Überschwemmungen und Stürme zeigen: Der Klimawandel ist Realität. Für alle sichtbar ist das Thema in Politik und Gesellschaft angekommen.

Klima und Ressourcen zu schützen und unser Handeln an die Folgen des Klimawandels anzupassen, erfordert große Anstrengungen. Mit dem European Green Deal hat die Europäische Kommission darum eine ehrgeizige Klimaschutz-Agenda vorgelegt, die auch alle Bereiche der ländlichen Entwicklung betrifft.

Für LEADER bedeutet dies, dass Klimaschutz und -anpassung in den Lokalen Entwicklungsstrategien der neuen Förderperiode einen großen Stellenwert haben werden. Wie aber das Thema angehen?

In einem vierstündigen Online-Workshop diskutierten im April 2022 unter dem Motto „Aktiv im Klima- und Ressourcenschutz – wie klappt das mit LEADER?“ etwa 70 Praktiker:innen der Regionalentwicklung zu diesen vier Themen:

- Rolle von LEADER bei Klimaschutz und -anpassung sowie Ressourcenschutz
- Verbündete und Partner in der LAG
- Projektträger gewinnen und überzeugen
- Projekte auswählen, bewerten und kommunizieren

Die vorliegende Broschüre zeigt stichpunktartig die Ergebnisse des DVS-Workshops. Sie soll als Einstieg in das Thema Klimaschutz und -anpassung mit LEADER dienen, Ideen geben und zum Weiterdenken anregen. Vor allem aber: Sie soll Sie motivieren, loszulegen!

Wir wünschen Ihnen viel Inspiration mit dieser Lektüre!

Isabella Maller

Frank Vindich

Stefan Kämpfer

**Die Rolle von  
LEADER bei  
Klimaschutz und  
-anpassung  
sowie  
Ressourcenschutz**

## Wie prüfe ich, welche Bedarfe in meiner Region im Klima- und Ressourcenschutz bestehen?

### Bestandsaufnahme machen

- Expert:innengespräche mit verschiedenen Akteursgruppen führen, zum Beispiel mit Naturparks und Biosphärenreservaten, Vereinen, Landwirt:innen, Naturschutzverbänden, Kommunalverwaltungen, Bürgermeister:innen, Wirtschaftsförderungen sowie Hochschulen und Forschungseinrichtungen
- Austausch mit Klimaschutzmanagement, Energiebeauftragten und/oder Klimaschutzagenturen, Klimaräten und „Klimakommunen“: Klären, welche Beratungs- und Förderangebote gibt es bereits in der Region?
- Bei den örtlichen Institutionen und Einrichtungen erfragen, welche Klimaschutz und -anpassungskonzepte vorliegen? Diese einsehen und auf Tauglichkeit und Kompatibilität überprüfen
- Öffentliche Befragungen durchführen, eventuell durch Zusammenarbeit mit Hochschulen, um zu ermitteln, welche Bedarfe es in der Bevölkerung gibt? Formate: Postkartenaktion, Online-Pinnwand oder – wenn es schnell gehen muss – Abfrage per Mail
- Öffentliche Workshops, Bürgertermine, Bürgerversammlungen für verschiedene Zielgruppen anbieten, um vorhandenes Wissen abzufragen und neue Ideen zu sammeln
- Einzelgespräche mit verschiedenen Personen der LAG-Kulisse führen sowie Fachleuten, Interessensvertretern etc.
- Klären, ob Schutzgebiete vorhanden sind und welche Probleme, Bedarfe, Gefährdungspotenziale diese haben
- Erfahrungen und Know-how von bereits umgesetzten Projekten und vorangegangenen Förderperioden in die Bedarfsermittlung mit einfließen lassen

#### **Alles eine Frage der Kommunikation**

**Verständigung unter den Beteiligten: Wie sollen die Begriffe Klimaschutz, Klimaanpassung und Ressourcenschutz definiert werden? Wichtig dabei: Die Definition sollte zur Zielgruppe passen**

#### **Tipp:**

**Bürgerbeteiligung mit Beginn der neuen Förderperiode parallel weiterentwickeln**

#### **Von Klein zu Groß**

**Das breite Themenfeld Klimaschutz und -anpassung thematisch einschränken: Für jede Region passende Schwerpunkte festlegen. Wichtig dabei: auf „Mikro-Belange“ einzelne Gebiete und Kommunen eingehen (vom Kleinen zum Großen denken) und die Gebiete/Kommunen frühzeitig in den Prozess einbinden**

#### **Weitere Ideen:**

*Landeseinrichtungen und ihre Informationen einbeziehen, etwa Klimasteckbriefe verschiedener Regionen und Kommunen | Studien und Analysen in Auftrag geben, statistische Daten auswerten*



# Die Rolle von LEADER beim Klimaschutz

## In welchen Bereichen kann LEADER einen Beitrag zum Thema Klima- und Ressourcenschutz leisten?

### LEADER kann ...

- Lücken füllen, also in Bereichen fördern und unterstützen, die noch nicht durch andere Programme oder Maßnahmen abgedeckt sind.
- durch den Bottom-up-Ansatz zur Sensibilisierung für Klimaschutz-Maßnahmen in der Bevölkerung beitragen – so entsteht Bereitschaft, aktiv zu werden.
- Wissenstransfer fördern: Lokale Aktionsgruppen sind in ihrer Region mit vielen verschiedenen Akteuren und Institutionen vernetzt und bieten eine Plattform, um Menschen zusammenzuführen.
- kleine ehrenamtliche Projekte und damit Ehrenamt und bürgerschaftliches Engagement unterstützen.
- Pilotprojekte (zum Beispiel Agro-Photovoltaik oder Aquaponik), Machbarkeits- und Potenzialstudien initiieren und damit Impulse in der Region setzen.
- die Kreislaufwirtschaft stärken.
- die regionale Wertschöpfungskette sichern, etwa durch regionale Produkte und Vermarktung (Labels, Sensibilisierung, Netzwerke, Vermeidung von Transportwegen).
- eine nachhaltige Innerortsentwicklung voranbringen, durch Flächeneinsparung, Vermeidung grauer Energie und lebendige Ortskerne.
- über die Auswahlkriterien einen Förderanreiz schaffen und so den Blick für das Thema Klima- und Ressourcenschutz schärfen.

#### Weitere Ideen, was LEADER leisten kann:

Unterstützung bei Qualifizierungs- und Ausbildungsmaßnahmen, etwa von Energiescouts | Anschubfinanzierung für Beratungsstellen | Abstimmung mit Natur- und Artenschutz fördern | Umnutzung von baulichen Anlagen und Nachhaltigkeit bei Baumaßnahmen fördern | Nachhaltige (Nah-)Tourismusangebote schaffen

#### Tipps:

- **Best-Practice-Beispiele aus anderen Regionen (auch international) in der eigenen Region vorstellen**
- **Klimaprojekte in anderen Regionen (auch international) mit LAG-Exkursionen besuchen**
- **Nachhaltige Mobilität und Tourismus als niedrigschwelligen Zugang zum Klimaschutz nutzen**
- **LAG-Management personell im Bereich Klima- und Ressourcenschutz verstärken**
- **Umweltbildungsinitiativen wie etwa ein Umweltkoffer in Schulen, eine Energie-Radroute oder ein Malbuch für Kinder**

#### Ideen für Projekte:

- **Sonnenschutz auf Dorfplätzen installieren**
- **Mitfahrbänke, Lastenfahrräder und E-Ladestationen fördern**
- **Umweltbildungsinitiativen starten und dazu einen Umweltkoffer für Schulen anschaffen**
- **eine Energie-Radroute anlegen**
- **ein Malbuch für Kinder zum Thema Klimaschutz verteilen**



## Wen möchte ich in der Region erreichen?

### Die wichtigsten Akteure

- Bildungsinstitutionen: Sie sind für die Sensibilisierungsarbeit wichtig und können Best-Practice-Beispiele vermitteln
- Kommunen: Sie sind die Hauptakteure im ländlichen Raum und potenzielle Antragsteller mit Vorbildfunktion
- Politische Entscheidungsträger:innen (auch Orts- und Stadträte): Sie sind Multiplikator:innen.
- Unternehmen und Institutionen: Sie tragen Verantwortung und können und wollen etwas umsetzen.
- Klimaschutzmanagements und Energieagenturen sowie andere bereits bestehende Beratungsstellen: Sie haben Expertise und ein Netzwerk. Es gilt vorhandene Strukturen zu nutzen.
- Bürger:innen vor Ort: bei ihnen gilt es Akzeptanz zu schaffen, sie sind die potenziellen Projektträger:innen, Motor und Antreiber.
- Kinder und Jugendliche: Sie gilt es für das Thema zu sensibilisieren, weil ihre Zukunft betroffen ist. Auch Eltern werden über sie erreicht. Viele Jugendliche zeigen großes Engagement, diese Bereitschaft kann man nutzen, wenn man ihnen passende Angebote macht (z. B. Schulhofgestaltung, Mitentscheidung über Mensaessen etc.)
- Menschen über 40: Sie sind meist die Entscheider:innen
- Vereine und Verbände: Sie tragen das Thema in die Gesellschaft
- Aktivist:innen
- Bauernverbände: Landwirt:innen können auf den Flächen viel bewirken

#### Generell gilt:

**Regionale Multiplikator:innen einbinden, z. B. in einer Klimaschutzallianz, denn sie verfügen über die erforderlichen Netzwerke!**

#### Weitere hilfreiche Interessengruppen und Branchen:

Forstwirtschaft | Wirtschaft | Öffentliche Einrichtungen, z. B. Schulen | Politik | Verwaltungen der Kommunen und Kreise | Handwerk | Landschaftsverbände, Naturparke | Verkehrsträger | Tourismus | Kulturschaffende | Ehrenamt, Vereine





# Die Rolle von LEADER beim Klimaschutz

## Wie kommuniziere ich in der Region, was LEADER zu Klima- und Ressourcenschutz beitragen kann?

### Den Beitrag von LEADER kommuniziere ich ...

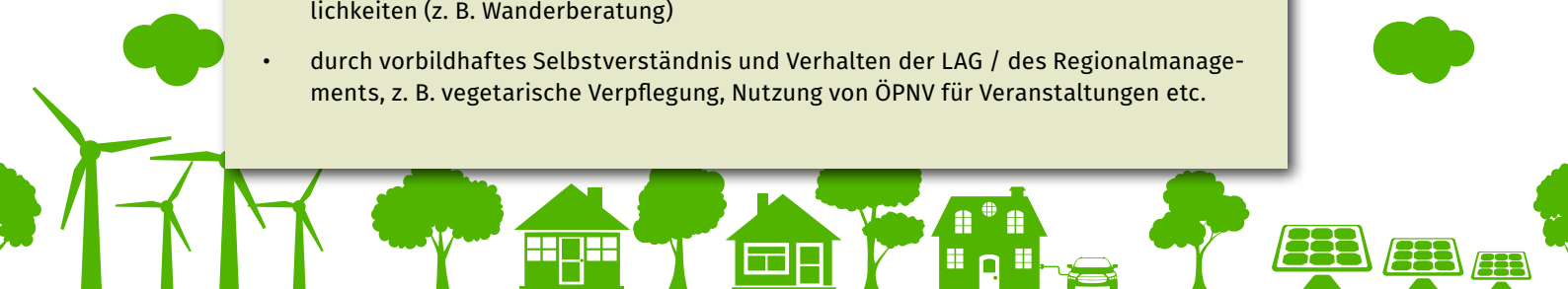
- mithilfe von Öffentlichkeitsarbeit (Website, Newsletter). Dadurch werden die Themen aus der Öko-Ecke geholt und einer breiten Bevölkerung zugänglich gemacht
- mithilfe von Social Media: Hier werden andere Zielgruppen erreicht, sie bieten daher neue Kommunikations- und Vernetzungsmöglichkeiten (z. B. LEADER-Talk zu Klimaschutz als Podcast oder anderes Format)
- durch die Präsentation guter Beispiele: Expert:innen-Vorträge zu Themen des Klima- und Ressourcenschutzes in der Region anbieten und Best-Practice-Beispiele aufzeigen
- durch positive und einfache Kommunikation von schwierigen, komplexen Themen
- durch gute Pressearbeit: Sie sichert einen kontinuierlichen Informationsfluss in der Region
- durch Exkursionen zu Best-Practice-Beispielen: Sie helfen, um Netzwerke zu knüpfen und neue Ideen in die Region zu holen
- durch Themen bzw. Aktionstage mit verschiedenen Partnern: Hier kann jeder sein Netzwerk mit- und einbringen
- mithilfe von themenspezifischen Wettbewerben
- durch die Auswahl von Leuchtturmprojekten zum Thema Klima- und Ressourcenschutz: Das hat sich als erfolgreiche Methode der Impulsgebung in einigen Regionen bewährt
- durch zielgruppenorientierte Workshops zum Thema Klimaschutz (z. B. könnte ein Workshop für Jugendliche mit einer Disco abschließen)
- durch den Start eines Workshop-Prozesses zur Projektentwicklung: möglichst mit aktiver Arbeitsebene und weg vom Frontalvortrag
- durch direkten Kontakt zu Institutionen und potenziellen Projektträgern: nicht nur auf Klima- und Ressourcenschutzthemen warten
- durch Ansprechen der Themen Klima- und Ressourcenschutz in Projektberatungen konkrete Beispiele aufzeigen
- durch Etablierung möglichst vieler niederschwelliger und dezentraler Beratungsmöglichkeiten (z. B. Wanderberatung)
- durch vorbildhaftes Selbstverständnis und Verhalten der LAG / des Regionalmanagements, z. B. vegetarische Verpflegung, Nutzung von ÖPNV für Veranstaltungen etc.

#### Tu Gutes und sprich darüber

**LEADER immer wieder bekanntmachen, bis jede und jeder die Arbeit von LEADER kennt.**

#### Tipps:

- **Aufruf im Amtsblatt – funktioniert super!**
- **Monatliche Vorstellung der LAG / eines Projekts in der Kreiszeitung**
- **Präsenz in regionalen Gruppen zeigen**
- **Persönliche Ansprache von Personen**
- **zu Veranstaltungen nicht selbst einladen, sondern z. B. von Bürgermeister:in einladen lassen**
- **An Veranstaltungen anderer Partner dranhängen**
- **Jährlicher Wandkalender als Kooperationsprojekt**
- **Projekte als Multiplikatoren nutzen**
- **Do-it-yourself-Kampagnen starten und Leitfäden anbieten (z. B. Vereinshäuser klimaneutral umbauen)**





**Verbündete und  
Partner  
in der LAG**



## Welche Akteure sollte man für das Thema Klima- und Ressourcenschutz als aktive Mitglieder der LAG bzw. im Entscheidungsgremium gewinnen?

### Dabei sein sollten ...

- Expert:innen für Klimaschutz und ihre Netzwerke, denn Know-how-Transfer in die Region ist wichtig; auch Umweltbildungseinrichtungen und entsprechende Beratungsstellen haben wichtige Expertisen
- Unternehmen als Leuchttürme, um die Strahlkraft und den Vorbildcharakter engagierter Unternehmer zu nutzen; innovative Unternehmen haben technisches Know-how, sind in Netzwerken engagiert und verfügen über Praxiswissen
- Bildungseinrichtungen: Sie dienen als wichtige Multiplikatoren und tragen das Thema in die Breite und können die Bevölkerung sensibilisieren
- Kommunen, Landkreise und Fachbehörden: Sie haben Kompetenzen in der Umsetzung von Maßnahmen, bei der Beratung – und sie haben Vorbildfunktion
- Vereine, Verbände, Genossenschaften: Sie sind Multiplikatoren und können ihre Reichweite nutzen
- Bürger:innen: Sie sind Zielgruppe vieler Projekte und können beispielsweise über Bürgerenergie-Projekte eingebunden werden
- Projektträger: Sie haben als „Macher“ bereits Engagement bewiesen, ihre Projekte haben Vorbildcharakter

**Regionales Wissen ist entscheidend!**

**Wichtig ist die Suche nach gebietsspezifischen Akteuren, abhängig von Besonderheiten und Schwerpunkten der Region**

**Tipp:**

**Klimaschutzmanagements sind als themenspezifische Experten wichtig. Sie stellen ein Bindeglied zwischen Verwaltung und Zivilgesellschaft dar und bringen Fachwissen, Netzwerke sowie Finanzierungsmöglichkeiten mit.**

#### **Weitere Akteure:**

*Landwirtschaftliche Genossenschaften und Verbände, Erzeugergemeinschaften, Forstwirtschaft, Handwerksbetriebe, Landfrauen, Imker, Kammern, Energieversorger und -auditfirmen | Naturparks/Biosphärenreservate, Naturschutzbehörden, Biologische Stationen u. ä. Verbände | junge Leute (Fridays for Future), engagierte Privatpersonen*



## Wie kann es gelingen, das Thema Klima- und Ressourcenschutz über die gesamte Förderperiode hinweg in der LAG-Arbeit aktuell zu halten?

### Zum Beispiel durch ...

#### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Pressemitteilungen zu Projektaufufen
- Multiplikatoren nutzen
- Themenspezifische Verwendung von Social Media
- Themenvorträge, Ideenschmieden oder Ähnliches
- Personengruppen ansprechen, die sich (noch) nicht vom Thema betroffen fühlen
- Werbekampagnen (Beispiel: „Biosterne“)

#### Veranstaltungen

- Auftaktkonferenz mit Themenschwerpunkt Klima
- Regelmäßige Veranstaltungsreihen
- Aktionstage in Schulen

#### Gute Praxis

- Vorzeigeprojekte schaffen Aufmerksamkeit, fördern (Erfahrungs-)Austausch und regen zur Nachahmung an

#### Expertise

- Workshops mit Fachleuten von außerhalb der Region
- Bildung von Fach- und Expertenbeiräten

#### Bewertung, Monitoring, Reporting

- Klima- und Ressourcenschutz im regionalen Leitbild verankern und in Projektbewertungsbögen aufführen
- Konkrete Ziele mit Zielanzahl festlegen (SMART-Ziele), um Erfolg messbar zu machen
- Selbstevaluation (z. B. Fortschrittsbericht erstellen)
- Belohnungssystem für besonders nachhaltige Projekte einführen und diesen Marketingmöglichkeiten bieten – beispielsweise LEADER-Sterne

#### Weitere Ideen:

*Bestehende Konzepte nutzen und geplante Maßnahmen umsetzen bzw. weiterentwickeln | Zertifizierung (zum Beispiel im Tourismusbereich), Initiativen zu Sharing/Ressourcenschutz, Bildung anbieten | Akzeptanz durch Beteiligung und Multiplikatoren schaffen (z. B. Institutionen, Vereine, Kirchen), „Klimawächter“/Klimabeauftragte bestimmen | Regionalmanagements können Projektträger auf das Thema hinweisen und Anreize aufzeigen*

#### Thema strategisch forcieren:

- **Kleine „Vorzeigeprojekte“ initiieren**
- **Klimaschutz in den Bereich Tourismus aufnehmen**

#### Weitere Veranstaltungsideen:

- **Feldtage für Landwirte**
- **Vernetzungstreffen**
- **Sitzungen vor Ort**
- **Veranstaltungen im Rahmen der Projekte**
- **Wettbewerbe**

## Welche Konzepte oder Strategien gibt es bereits in der Region?

### Anknüpfen lässt sich an ...

- Erkenntnisse aus vorhandenen (über-)kommunalen Konzepten
- regionale Konzepte
- Klimaschutz-, Energie-, Mobilitätskonzepte
- Ortsentwicklungskonzepte, etwa im Bereich Innenentwicklung und Sanierung
- Bildungs-, Unterrichtskonzepte
- Wertstoffkonzepte weiter entwickeln und Multiplikatoren für breite Umsetzung finden
- bestehende Programme und Zertifikate

**Die richtigen Konzepte auswählen und darstellen: Konzepte regionsspezifisch auswählen und abhängig vom jeweiligen Thema. Inhalte und Methoden übergeordneter Konzepte und Strategien identifizieren und verständlich darstellen – zum Beispiel auf Workshops. Daraus können Ziele für die Region und Projekte erarbeitet werden – beispielsweise auf Basis der Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs)**

#### Weitere Ideen:

Übergeordnete Strategien und Maßnahmen berücksichtigen, z. B. Metropolregionen, Ökomodellregionen, European Energy Award (EEA) in Kommunen | Integrierte kommunale Konzepte, z. B. Kreis-, Kommunal- oder Dorfentwicklungskonzepte, Integrierte ländliche Entwicklungskonzepte auswerten | Sektorale Konzepte, z. B. Radverkehrskonzepte, Tourismusstrategien, Entwicklungskonzepte von Naturparks, Nachhaltigkeitsstrategien, Marketingkonzepte berücksichtigen

#### Tricks und Beispiele:

Einbindung von IHK u. ä. in die Konzepte, um fehlende Strukturen vor Ort zur direkten Weiterverarbeitung oder zu regionalen Wertschöpfungsketten zu erweitern.

Beispiele: Wertstoffkonzept ([www.wiebauin.de](http://www.wiebauin.de)) oder Bauteilkreislauf der Region Darmstadt-Dieburg ([www.bauteilkreislauf-dadi.de](http://www.bauteilkreislauf-dadi.de))



**Projektträger  
gewinnen  
und überzeugen**

## Wer sind geeignete Partner und Träger für Klima- und Ressourcenschutz-Projekte?

### Die wichtigsten Organisationen und Netzwerke

#### **Kommunen, Landkreise:**

- wegen ihrer Vorbildfunktion und Reichweite
- als Multiplikatoren, z. B. durch Bürgermeister, Landräte, Amtsausschüsse, Bauämter (als Planungsträger)
- haben zum Teil Klimakonzepte, auf die aufgebaut und an die angeknüpft werden kann
- sind Gebäude- und Flächeneigentümer (Flächenpools), betreiben Fuhrparks
- haben Möglichkeiten zur Finanzierung und zur nachhaltigen Projektumsetzung
- sind Träger von Fachbehörden
- sind Schnittstellen zu Bürger:innen

#### **Kommunales Klimaschutzmanagement:**

- hat Know-how, ist gut vernetzt und kennt alternative Fördermöglichkeiten

#### **Ehrenamt, Vereine, Verbände, Kirchen:**

- haben breite Wirkung in der Region und eine große Reichweite, viele interessierte Akteure sowie eine starke ehrenamtliche Basis
- können Jugendliche erreichen, beispielsweise im Bildungsbereich
- sind zum Teil Eigentümer von Gebäuden

#### **Weitere Partner und Träger:**

*Bildungseinrichtungen: Kitas und Schulen (Schulträger), Fördervereine, (Volks-)Hochschulen, wichtig für regionale Bewusstseinsbildung und als Multiplikatoren | Landwirtschaft: größte Flächenbesitzer, für bestimmte Handlungsfelder wichtig: Bioökonomie, Nahwärmeprojekte, Verarbeitungs-Genossenschaften, Solidarische Landwirtschaft | Weitere Flächenbesitzer: Großschutzgebiete, Stiftungen, Zweckverbände | Privatwirtschaft: private Investoren, Start-ups, Unverpacktläden; Kammern (IHK); Bürgerenergiegenossenschaften; Stadtwerke, regionale Energieversorger, Verkehrsbetriebe | Umweltverbände und -organisationen als Multiplikatoren; Naturschutz-, Imkervereine; private Initiativen für Klimaschutz | Naturparks bieten ein gutes Netzwerk (Synergieeffekt) und machen gute Öffentlichkeitsarbeit | Jugendliche für das Thema begeistern, u. a. Kreisjugendring, Jugendcafés, Jugendparlamente | „Botschafter“ suchen: auch Partner, die sich nicht ausschließlich für den Umweltschutz einsetzen | (Regionale) Presse ist immer an guten Geschichten interessiert*

#### **Kommunen**

**Kommunen sollten Erfolge kommunizieren, beispielsweise angestoßene Projekte und eingeworbene Mittel darstellen und Formate etablieren wie zum Beispiel „LEADER in 60 Minuten für alle öffentlichen Stellen“**

## Mit welchen Maßnahmen gewinne ich passende Projekte?

### Das Regionalmanagement und die LAG sollten ...

- die verschiedenen Klimainhalte des Regionalen Entwicklungskonzepts zum Beispiel in Arbeitsgruppen der LAG zusammenbringen, um über Probleme und Lösungsansätze zu sprechen
- für Themen sensibilisieren und Inhalte vorschlagen
- Netzwerke aufbauen, Fachexperten einbinden
- Projektaufrufe in regionalen Netzwerken teilen
- über Erfolge mit LEADER reden und reden lassen, zum Beispiel von Akteuren, die Leuchtturmprojekte durchgeführt haben
- potenzielle Projektträger:innen direkt ansprechen
- mutige Projektberatung und offensiv konstruktive Vorschläge machen
- Akteure motivieren: (finanzielle) Anreize setzen statt Strafen androhen
- Fördersätze erhöhen, wenn Klimaschutzkriterien erfüllt sind
- Exkursionen und Projektfahrten veranstalten
- Öffentlichkeitsarbeit in allen Medien, auf allen Kanälen in Kooperation mit den lokalen Medien betreiben
- Influencer nutzen: bekannte Personen/Blogger gewinnen, die Testimonials veröffentlichen und damit zeigen was sich durch LEADER verbessert hat
- einen Wettbewerb „beste Projekte“ zum Thema veranstalten
- Beispielprojekte bekannt machen, Leuchtturmprojekte zeigen (auf Website oder bei Impulsvorträgen/Exkursionen)

#### Generell gilt:

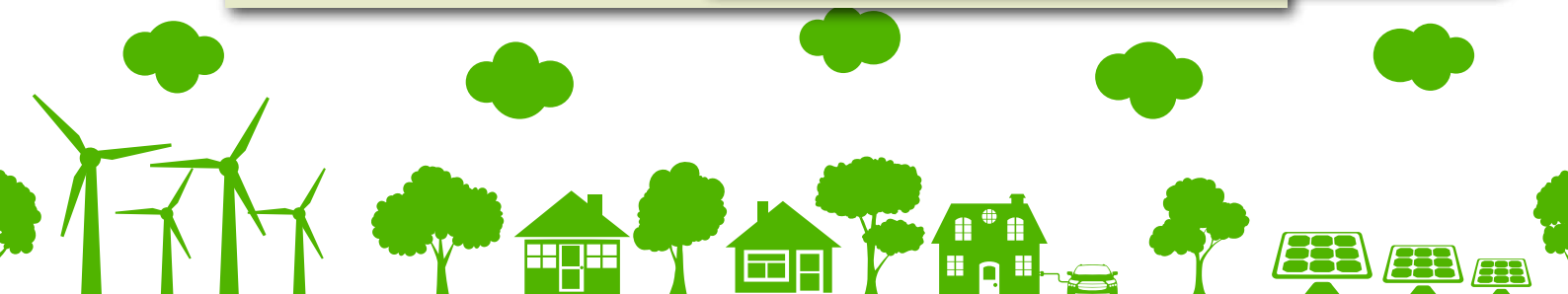
**Die frühzeitige Aushandlung zum Umgang mit den Themen Klimaschutz, -anpassung oder erneuerbare Energien in der Region ist wichtig. Es gilt zu überzeugen und nicht nur über die Punkthürde der Auswahlkriterien zu springen.**

#### Weitere Möglichkeiten:

*Workshops mit LAG und Interessierten halten, Impulsvorträge bei LAG-Versammlungen zum Anregen von neuen Projekten | Frühzeitig Transparenz über Fördervolumen und Inhalte schaffen, Antragsteller:innen dahingehend beraten | Schulprojektwochen | Social-Media-Projektwoche*

#### Tipps für Netzwerkaufbau:

- **Soziale Medien erreichen andere Zielgruppen, z. B. jüngere**
- **Am Marktstand auf dem Wochenmarkt über LEADER informieren**
- **Gezielt auf Bürgermeister zugehen (z. B. in digitalen Sprechstunden)**
- **Gute Verteiler aufbauen, die regionale Multiplikatoren nutzen können**
- **Arbeitskreise gründen**
- **Projektträgerstammtische für alte und neue Projektträger**
- **Projektvorstellungs-Veranstaltungen**



## Wie erreiche ich, dass alle Projektträger das Anliegen Klima- und Ressourcenschutz mittragen?

### Die wichtigsten Ideen

- Klimaschutz im Leitbild der LAG als Querschnittsthema verankern, dieses kommunizieren und leben
- Verbindliche Bewertungskriterien festlegen
- Fördersatzerhöhung als Anreiz für mögliche Projektträger
- Grüner Filter: Projektauswahlkriterien, Ziele, Handlungsfelder, alle „klima-proofed“
- Projektauswahl: Bonuspunkte für Klimaschutz zur Erhöhung der Förderwahrscheinlichkeit bei Bewertung; wenn etwas nicht erfüllt wird, gibt es Minuspunkte – zum Beispiel bei Flächenversiegelung
- Im Projektdatenblatt Ziele ergänzen – so werden Klimamaßnahmen umgesetzt
- Noch besser informieren, gezielte Projektberatung
- Vorteile an Projektträger kommunizieren: eigene, für das Projekt, für die Außenwirkung
- Außenwirkung der Projekte durch Öffentlichkeitsarbeit verbessern, beispielsweise Klimapreis der LAG ausloben
- Nach Abschluss gute Projekte darstellen und bewerben, beispielsweise Klimaschutz-Projekt des Monats, Jahresprojekt (Werbung für Projektträger als Anreiz für neue Träger)

#### Über den Tellerrand

**Auch überregional nach Projektpartner:innen schauen: Stadt-Land-Grenzen überwinden und Wissen aus Städten nutzen und Initiativen dort einbeziehen!**

#### Weitere Ideen:

Förderrichtlinien der Länder sollten Energieprojekten nicht entgegenstehen, zum Beispiel Photovoltaik auf dem Dach auch über LEADER fördern | Leitfaden für Projekte von Fachleuten entwickeln lassen | Vor dem Projektantrag schon die Auswahlkriterien in diesem Bereich bekannt machen | Potenzielle Projektträger beraten | „Was tust du jetzt noch für das Thema Klimaschutz“ – kleine konkrete Maßnahmen vorschlagen als Sahnehäubchen, die auch Spaß machen | Alle Projektträger stiften einen Baum, um die Förderungen in der Region sichtbar zu machen

#### Nützliche Links:

##### Gemeinschaftsbasierte Unternehmen:

[www.myzelium.com](http://www.myzelium.com)

##### Mitmach-Regionen:

[www.schweisfurth-stiftung.de/stadt-land-tisch/](http://www.schweisfurth-stiftung.de/stadt-land-tisch/)

Das Next Economy Lab entwickelt Konzepte für eine sozial gerechte, klimapositive und kooperative Wirtschaft:

[www.nexteconomylab.de](http://www.nexteconomylab.de)

Das Konzeptwerk arbeitet für eine sozial-ökologische Transformation der Wirtschaft:

[www.konzeptwerk-neue-oekonomie.org](http://www.konzeptwerk-neue-oekonomie.org)

An Kampagnen wie zum Beispiel „Bock auf Biken“ teilnehmen:

<https://bikebenefit.bikecitizens.net/schleswig-holstein/>

Handbuch Klimakommunikation:

[www.klimakommunikation.klimafakten.de](http://www.klimakommunikation.klimafakten.de)





**Projekte  
auswählen,  
bewerten und  
kommunizieren**

## Was sind geeignete Auswahlkriterien für LEADER-Projekte, die zum Klima- und Ressourcenschutz beitragen?

### Klimacheckliste

#### Lebens- und Naturraum schützen, also ...

- Versiegelung von Flächen vermeiden
- Vegetation erhalten oder erweitern
- Biodiversität bewahren oder steigern
- CO<sub>2</sub> einsparen

#### Nachhaltig und ressourcenschonend in regionalen Wertstoffkreisläufen und Wertschöpfungsketten wirtschaften, das heißt ...

- ökologische, nachwachsende regionale Baustoffe verwenden
- Ressourcen recyceln
- Wertstoffkreisläufe berücksichtigen
- regionale Wertschöpfungsketten aufbauen, nutzen und stärken
- einheimische Ressourcen verwenden

#### Die Menschen in der Region sensibilisieren. Die Projekte sollten ...

- einen Beitrag zum Wissenstransfer leisten
- durch Umweltbildung für den Klima- und Ressourcenschutz sensibilisieren
- den Aufbau von Netzwerken und Kooperationen unterstützen

#### Das Projekt sollte einen Beitrag zur Klimawandelanpassung leisten. Das heißt zum Beispiel ...

- den Boden- und Hochwasserschutz unterstützen
- angepasste Pflanzen nutzen

#### Weitere Ideen für Auswahlkriterien:

Nutzung regenerativer Energien | Energieverbrauch reduzieren und Energieeffizienz steigern, zum Beispiel energieeffiziente Beleuchtung in Kommunen | Förderung nachhaltiger, klimagerechter Mobilitätsformen

#### Tipps:

- **Auswahlkriterien an UN-Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals, SDGs) ausrichten**
- **Beispiele aus Wissenschaft und Praxis heranziehen**
- **Der hessische [Aufruf zur Teilnahme am Bewerbungs- und Auswahlverfahren](#) als Beispiel für Projektauswahlkriterien**



## Was sind geeignete Indikatoren für Monitoring und Evaluierung?

### Die wichtigsten Indikatoren

- Anzahl der umgesetzten Projekte hinsichtlich Klima-/Ressourcenschutz
- Anzahl der Arbeitsplätze in klimafreundlichen Branchen
- Anzahl der renaturierten Flächen
- Anzahl der Veranstaltungsteilnehmenden
- Anzahl der Personen, die einen einschlägigen Wissenstransfer erhalten

Weitere Indikatoren:

Versiegelungsbilanz | Anzahl erhaltener oder geschaffener Biotope (Anzahl Zielarten) | Energieeinsparungspotenzial | Anzahl der Netzwerkpartner, Kooperationen etc. | Flächen, die unter Klimaschutzaspekten gestaltet sind | Im Bereich Bewusstseinsbildung: Anzahl Bildungsmaßnahmen, erreichte Personen (ggf. nur theoretisches Potenzial über Einzugsradius)

*Grundsätzlich sollte ...*

**... die Projektskizze mit ihren angestrebten Zielen berücksichtigt werden. Aus praktischen Gründen ist es außerdem sinnvoll, auf quantitative Indikatoren zu setzen, da diese gut messbar und damit einfach zu erfassen und zu begründen sind.**

**Tipp:**

**Nach Abschluss des Projekts: Netzwerk aufbauen!**



## Wie erhält man in der Öffentlichkeit Aufmerksamkeit für die Projektergebnisse?

### Die wichtigsten Maßnahmen

- Gute und plastische Berichterstattung („Storytelling“)
- Best-Practice-Beispiele vorstellen und erlebbar machen, zum Beispiel durch Exkursionen oder Kurzfilme
- Vernetzung von Akteuren im Bereich Klima- und Ressourcenschutz
- Durchführung von Wettbewerben mit öffentlicher Preisverleihung
- Projekte mit Modellcharakter gezielt veröffentlichen
- Aktionstage nutzen
- Klimafrühstück oder Klimamesse durchführen
- interaktive Projektlandkarte

#### Präsent sein!

Die öffentliche Aufmerksamkeit steht und fällt mit der Öffentlichkeitsarbeit. Man sollte auf eine regelmäßige Präsenz in sämtlichen Medien achten. Eine Schlüsselrolle fällt hier den sozialen Medien zu. Aber auch der direkte Kontakt ist wichtig.

#### Weitere Ideen:

Presseberichte, -mitteilungen = gute Berichterstattung | Artikel in touristischen Zeitschriften, Publikationen platzieren | Radio und Fernsehen nutzen | Projekt-Patenschaft | Informieren der LAG-Mitglieder über gute Projektergebnisse | Veröffentlichungen auf Seiten des Klimaschutzmanagements | separate Klima-Website einrichten | Regionalkonferenzen | (landesweite) thematische Infobörsen | Wanderausstellungen | Fachpresse informieren, z. B. die Redaktion der DVS-Zeitschrift LandInForm | Förderhinweise als Schild | LEADER-Netzwerkseiten der DVS und der Länder nutzen

#### Tipps:

- Netzwerke nutzen
- Einführung von Zertifikaten für Nachhaltigkeit, Klimaschutz ..., ggf. schon vorhanden?
- Priorisierung von Projekten aus Klima- und Ressourcenschutz z. B. über erhöhten Fördersatz oder Zusatzpunkte im Auswahlverfahren
- Vernetzung mit Akteuren aus den Themengebieten Klima-/Ressourcenschutz (z. B. NABU)
- Bonusförderung bei konkreten Projekten
- Beispiel Klimakommune Hessen:  
[www.klima-kommunen-hessen.de/foerderung.html](http://www.klima-kommunen-hessen.de/foerderung.html)



## Impressum

### Herausgeber

Bundesanstalt für Landwirtschaft  
und Ernährung (BLE)  
Deutsche Vernetzungsstelle Länd-  
liche Räume (DVS)  
Deichmanns Aue 29  
53179 Bonn  
Telefon: 0228 6845-3974

dvs@ble.de  
www.netzwerk-laendlicher-raum.de

### Redaktion

Isabella Mahler, Moritz Kirchesch  
und Stefan Kämper (DVS)

### Gestaltung

Bundesanstalt für Landwirtschaft  
und Ernährung  
Referat 421 – Deutsche Vernet-  
zungsstelle Ländliche Räume (DVS)

### Titelbild

Irene Lange, DVS

### Stand

August 2022

Die Publikation wird durch den  
Bund und die Europäische Union im  
Rahmen des Europäischen Land-  
wirtschaftsfonds für die Entwick-  
lung des ländlichen Raums (ELER)  
gefördert. Zuständige Verwaltungs-  
behörde: Bundesministerium für Er-  
nährung und Landwirtschaft (BMEL)