



MaC Village

Interreg 
CENTRAL EUROPE European Union
European Regional
Development Fund
MaC Village



HANDBUCH FÜR LOKALE AKTEURE ZUR UMSETZUNG DER MAC VILLAGE METHODE



HANDBUCH FÜR LOKALE AKTEURE ZUR UMSETZUNG DER MAC VILLAGE METHODE

Das Handbuch zum Projekt MaC Village wurde für die Planung lokaler Akteure erstellt, um mit einem einfach anzuwendenden Methoden- und Kooperationskonzept mehr Innovation in die Regionalentwicklung in ländlichen Gebieten zu bringen.

Das Handbuch wurde im Rahmen des aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) finanzierten Programms Interreg CENTRAL EUROPE entwickelt, das die Zusammenarbeit bei gemeinsamen Herausforderungen in Mitteleuropa fördert.

Das Handbuch ist in drei Teile gegliedert. Der erste Teil enthält die wichtigsten Konzepte und Grundsätze, die theoretischen Grundlagen und das methodische Konzept.

Der zweite Teil ist eine eigenständige Einheit und wurde in die deutsche, ungarische, slowenische und italienische Sprache übersetzt. Dieser Teil richtet sich an lokale Akteure, die in ihrer Region einen Innovationsprozess einleiten wollen, und präsentiert Workshop-Settings mit einem speziellen Fokus auf Interessengruppen sowie Ergebnisse aus den Regionen der teilnehmenden Partner. Leser, die mit der gedruckten Version des Handbuchs in Berührung gekommen sind und weitere Informationen über den Innovationsprozess wünschen, können die vollständige Version des Handbuchs auf der [MaC Village-Internetseite](#) abrufen oder sich das Methodologie-Video ansehen: [Interreg CE MacVillage Gesamtvideo auf Vimeo](#).

Im dritten Teil wird das System zur Umsetzung des Innovationsprozesses mit theoretischen Bezügen, Konzeptbildung, Entwicklungsprozess und Bewertung detailliert dargestellt. Im Anhang finden sich detaillierte Anleitungen zur Durchführung von regionalen Analysen, Innovationsworkshops, Schulungen und Evaluierungen.

Der im Projekt MaC Village entwickelte und erprobte Innovationsprozess kann Ihnen helfen, Innovationen im ländlichen Raum zwischen Wirtschaftsunternehmen und Vertretern der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) zu initiieren. Die entstehenden Netzwerke und Geschäftsmodelle geben Impulse für neue Wirtschaftsstrukturen im ländlichen Raum.

Das Durchhaltevermögen und die Geduld, die alle Projektpartner während der Projektlaufzeit an den Tag legten, waren großartig. Vielen Dank an alle Mitglieder des Projektteams für ihren Beitrag, insbesondere:

- **Dr. Veit-Stephan Zweynert**, Technologie- und Gründerzentrum PM GmbH, Germany
- **Prof. Ines Carstensen** and **Marcel Herold**; SRH Hochschule Berlin, Germany
- **Simone Taddei**, Associazione Borghi Autentici d'Italia, Italy
- **Roman Wappl**, Regionalmanagement Burgenland GmbH, Austria
- **Gregor Erznožnik**, BSC, Business Support Centre Ltd, Kranj, Slovenia
- **Ksenija Napast**, E-zavod, zavod za projektno svetovanje, raziskovanje in razvoj celovitih rešitev, Slovenia
- **Sebő Sánta** and **Kata Csordás**, DDTG Nonprofit Ltd., Hungary
- **Csaba Mata**, Cultural Lab Social Cooperative, Hungary

MAC VILLAGE SCHNELL ERKLÄRT

In MaC Village dreht sich alles darum, Innovationen mit einfachen Methoden umzusetzen und zwar damit, was in der Region vorhanden ist. Dazu werden lokale und regionale Unternehmer sowie Leute aus der Kreativwirtschaft der Region und dem städtischen Umfeld eingeladen.

MaC Village richtet sich an Regionalentwickler, Bürgermeister und Innovationstrainer, die Interesse haben neue Dinge in ländlichen Gebieten umzusetzen.

Die Methode von MaC Village basiert auf zwei Kernthesen:

- Mit einfachen, leicht anwendbaren Methoden, die dem Konzept der frugalen Innovation folgen, können im ländlichen Raum kreative Inseln geschaffen werden, die mit neuen Kooperationen und Geschäftsbereichen die regionale Wirtschaft beleben.
- Die Zusammenarbeit mit Unternehmern und Freiberuflern aus der Kultur- und Kreativwirtschaft fördert die Entstehung von kreativen Milieus in ländlichen Regionen.

Das MaC Village-Rezept:

- nehmen, was die Region hergibt, - so viele Ressourcen wie möglich,
- engagierte Unternehmen und Visionäre aus der Region einladen,
- Netzwerke schaffen durch verschiedene Speed-Dating-Runden mit kreativen Menschen, um gemeinsame Geschäftsideen zu entwickeln,
- die daraus resultierenden Projektideen in den folgenden sechs Monaten verwirklichen.

MaC Village - Make Creative Villages - ist ein Innovationsprozess, der entwickelt wurde, um Innovationen zwischen Wirtschaftsunternehmen und Vertretern der Kultur- und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum zu initiieren. Die daraus entstehenden Netzwerke und Geschäftsmodelle liefern Impulse für neue Wirtschaftsstrukturen im ländlichen Raum.

WIE FÄNGT MAN AN

Sie kommen aus einer Gemeindeverwaltung oder einem Ortsbeirat, aus der Regionalentwicklung oder dem Coaching? Sie wollen in Ihrer Region Innovationen anschieben und die Wirtschaft beleben? MaC Village bietet ein Trainingsprogramm, das mit einfachen Methoden Innovationsprozesse in Gang setzt und ungewöhnliche Produktideen und Geschäftsmodelle entstehen lässt.



Hallo, ich bin der MaC-Village-Botschafter und werde Ihnen erklären, wie Sie einen MaC Village-Innovationsprozess starten und durchführen können und was Sie und Ihre Region von der Durchführung dieses Prozesses haben.



Für den Start des MaC Village-Innovationsprozesses wird in der Vorphase eine Regionalanalyse erstellt, in der die Besonderheiten der Region hervorgehoben, die Ressourcen der Region ermittelt und die Teilnehmer nach einem speziellen Auswahlverfahren ausgewählt werden.

REGIONALANALYSE

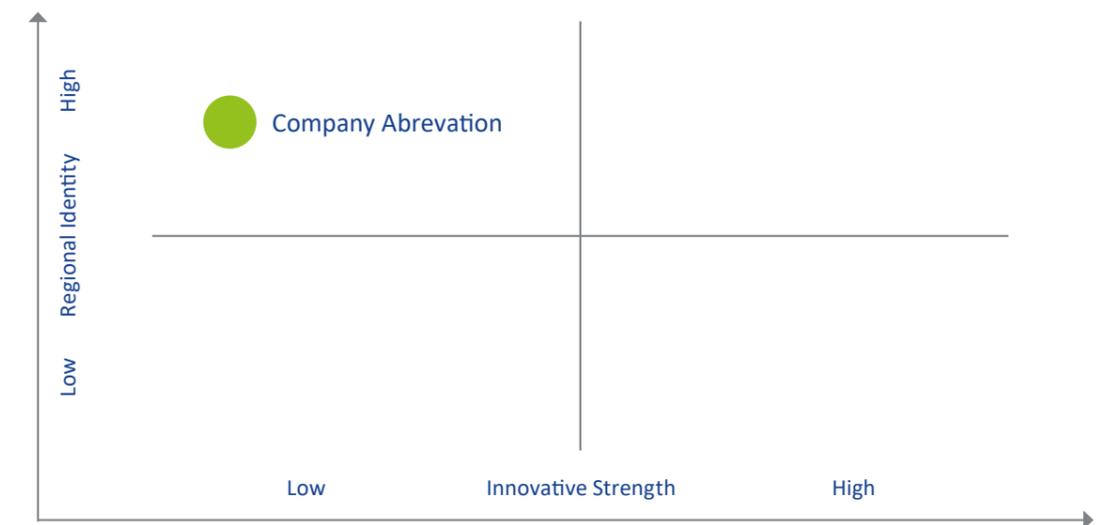
Template 3: Active MaC Village participants (Participant level: locals in traditional economic structures)

Nr.	Company Abreviation	Branch	Size of company	Short description	Participant contact details (Email, phone, address)
1.					only for internal purpose

Template 4: Level of interaction "New markets special regional products and services"

Nr.	Entrepreneurs for new markets & special regional products & Services	Short description (max. 100 words)
1.	Food industry Abbreviation of the company	

Template 5: Portfolio analysis: Level of interaction "New markets Special regional products and services".



In diese Regionalanalyse sollten die Experten aus der Wirtschaftsförderung und Regionalentwicklung einbezogen werden. Denn hier geht es um die Unternehmen, Kreativen und die ungenutzten Potenziale, mit denen in den Workshops gearbeitet werden soll.

DIE MAC VILLAGE-METHODE



MaC Village wird in einer dreistufigen Workshop-Reihe umgesetzt. In der Vorphase werden alle vorhandenen Ressourcen in der Region gesammelt. In der Innovations-Phase werden Dörfer mit Bezug zur Kreativwirtschaft in einer dreistufigen Workshop-Reihe vernetzt, um in der Implementierungs-Phase, die auf individuellen Schulungen basiert, Ideen zu Geschäftsmodellen reifen zu lassen. Schließlich werden Netzwerke zur Revitalisierung des ländlichen Raums geschaffen.

STARTER WORKSHOP



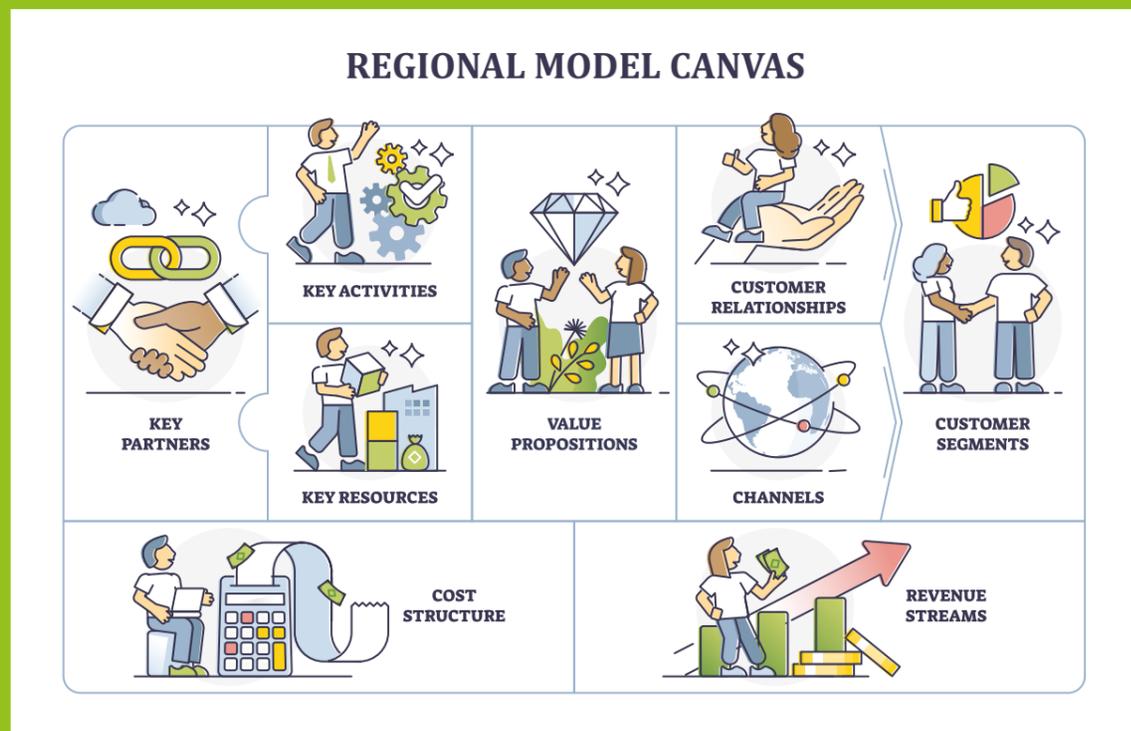
Speed-Dating

Im ersten, dem Starter Workshop tauschen die Teilnehmer Ressourcenkarten über ungenutzte Potenziale in den Bereichen Architektur, Tradition, Landschaften, Technik, Verkehr, Kreativität usw. aus ...



...das Schritt-für-Schritt-Lernen im Starter Workshop mit lokalen und regionalen Unternehmen ist ein innovativer Ansatz für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen.

ENTWICKLUNGSWORKSHOP



Im zweiten Workshop entwickeln Teilnehmer aus dem ersten Workshop ihre Ideen gemeinsam mit den neuen Teilnehmern aus der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft weiter. Hilfestellung gibt ihnen dabei das Regional Model Canvas.

KONSOLIDIERUNGSWORKSHOP



Teilnehmer des dritten Workshops arbeiten an einem pitch.



Im dritten, dem Konsolidierungsworkshop, wird ein pitch für die bereits gereiften Geschäftsideen erarbeitet. Und wieder trägt der Teilnehmer-Mix dazu bei, dass die bisherigen Ideen und Geschäftsmodelle „gestört“, weiterentwickelt oder nochmal auf eine ganz andere Ebene gehoben werden.

Wir begleiten verschiedene Teilnehmer im MaC Village-Prozess: Unternehmer und Vertreter der Kreativwirtschaft aus der Region.

TRADITIONELLE UNTERNEHMER



ANDREAS ist Landschaftsplaner und kommt aus einem ehemaligen Braunkohlerevier.



KARL ist leidenschaftlicher Geologe und Biobauer. Er ist hier in der Region zu Hause.

KARL ist für seine unkonventionelle Art der Betreuung von Landwirtschaft bekannt. Neben seinen Rindern, die das ganze Jahr über auf der Weide stehen, liebt er es, sein ruhendes Ackerland farbenfroh zu bepflanzen und so zur Landschaftsästhetik der Region beizutragen.



ANDREAS ist ein Landschaftsgestalter aus der Region. Er renaturiert Flächen und führt sie einer neuen Nutzung zu. Seine Aufgabe ist es unter anderem, Flächen für touristische Nutzungen zu entwickeln.

VERTRETER DER REGIONALEN KREATIVWIRTSCHAFT



GABOR ist IT-Spezialist und Webdesigner.



SIMONE ist Innovationsforscherin und hat ein Unternehmen für Klimaanpassungsprozesse.



SAHAR & FOROUGH betreiben in einer nahe gelegenen Metropole ein Catering-Unternehmen mit „feiner Küche“.



SIMONE ist eine unabhängige Unternehmerin, die innovative Lösungen zur Klima-Anpassung entwickelt. Der Schwerpunkt ihres Unternehmens liegt auf der Entwicklung digitaler Technologien für die Landwirtschaft. Ihr Ziel ist eine Verbesserung der Klima-Resilienz.

GABOR ist Webdesigner und Netzwerkexperte. Er arbeitet an digitalen Netzwerken, mittels derer Unternehmen verschiedener Branchen besser untereinander kommunizieren können.



SAHAR & FOROUGH sind Deutsch-Iranerinnen und betreiben ein Catering-Unternehmen für private und zunehmend auch öffentliche Veranstaltungen, die zudem einen wichtigen Beitrag zur interkulturellen Verständigung zwischen europäischen Kulturen und Traditionen aus dem Nahen Osten leisten.

KARL, ANDREAS, SIMONE, GABOR, SAHAR, und FOROUGH teilen, wie viele andere auch, ihr Interesse an den MaC Village Innovationsworkshops mit. Die Projektleiterin erstellte ein Kurzprofil von ihnen und gab anschließend eine Empfehlung, welchen Workshop sie besuchen sollen. Karl und Andreas, durch ihr regionales Engagement besonders mit dem ländlichen Raum verbunden, erhielten die Empfehlung für eine Teilnahme am ersten Workshop.

KARL und **ANDREAS** nehmen am ersten Workshop teil. Im zweiten Workshop werden sie gemeinsam mit den anderen Teilnehmern an ihren Geschäftsideen und Kooperationsmodellen weiterarbeiten.

SIMONE erhält die Empfehlung zur Teilnahme am zweiten Workshop. Dort lernt sie **KARL** und **ANDREAS** aus dem ersten Workshop kennen. Gemeinsam arbeiten sie mit den weiteren Teilnehmern - regionale Unternehmen und Kreative - an ihren Ideen und Geschäftsmodellen.

SAHAR, FOROUGH und **GABOR** nehmen als urbane Kreative auf Empfehlung der Projektleiterin am dritten Workshop teil. Dort diskutieren sie mit den anderen Teilnehmern die Geschäftsmodelle aus den ersten beiden Workshops. Die Gruppe hebt fast ab, als die urbanen Kreativen dabei einen Drive entwickeln, der alles nochmal auf eine neue Stufe hebt.



Nach der Workshop-Reihe arbeiten einige Teilnehmer schon an der Umsetzung ihrer neuen Ideen und Geschäftsmodelle.

ANDREAS hat mit der neuen Kooperation das Geschäftsmodell „Erlebe deine Landschaft“ entwickelt. Er plant für **KARL** den Einsatz von verschiedenfarbigem Saatgut und kann dieses auch für die Landschaftsästhetik und touristische Gebietsentwicklung nutzen.

SIMONE hat es geschafft, die Rinder mit Hilfe von Biosensoren und Duftstoffen zum selektiven Grasens zu bewegen. Dadurch grasen die Tiere jetzt nur an bestimmten Stellen, wodurch besonders empfindliche Ackerflächen geschont werden.

GABOR baut den digitalen Vertrieb des neuen Geschäftsmodells in Netzwerken aus.



**MAC VILLAGE - MACH MEHR AUS WENIGER!
MIT EINFACHEN METHODEN ZU MEHR
INNOVATIONEN IM LÄNDLICHEN RAUM**

ERGEBNISSE AUS DEN PARTNERREGIONEN

Die MaC Village-Welt und ihre Ergebnisse warten auf Nachahmer. Im Folgenden werden Produkte, Dienstleistungen und regionale Entwicklungsansätze vorgestellt, die aus den MaC Village Projekten hervorgegangen sind.

2.1. Österreich

2.1.1 Pilotaktion Österreich 1

Titel der Pilotaktion	Lebendiges Lexikon Burgenland
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Projektleitung: Michael Jandrisics</p> <p>Das Projektteam wurde im ersten Workshop im Oktober 2020 gebildet.</p> <p>Das Projekt Lebendiges Lexikon Burgenland ist ein Projekt, das die Sprachenvielfalt im Burgenland sichtbar macht. Das Burgenland hat aufgrund seiner Geschichte neben der Amtssprache Deutsch vier weitere Sprachen, die zum Teil noch von der älteren Generation gesprochen werden. Dies sind die Sprachen: Kroatisch, Ungarisch, Rätoromanisch und Hianzisch. Insgesamt gibt es im Burgenland 34 mehrsprachige Gemeinden. Da die sprachliche Vielfalt des Burgenlandes immer mehr in Vergessenheit gerät, geht es beim Projekt Lebendiges Lexikon darum, die Sprachen in den Dörfern sichtbar zu machen. Dazu sollen an markanten Stellen in den Dörfern Schilder oder Buttons angebracht werden, um die Sprachenvielfalt in den Alltag der Menschen zu bringen. Dazu ist eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Gemeinden erforderlich.</p>
Verwendete Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrsprachigkeit im Burgenland, • 34 mehrsprachige Gemeinden im Burgenland, • Verbindung mit der Kreativwirtschaft (Erstellung von QR-Codes durch Programmierunternehmen und Medienunternehmen für Tonaufnahmen, damit die Sprache/Stimme auch über Smartphones angehört werden kann).
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Einfache Lernangebote für Einheimische und Touristen im Bereich der sprachlichen Vielfalt des Burgenlandes. • Bekenntnis der Gemeinde zur Mehrsprachigkeit und ihrer Tradition. • Angebot für Kindergärten und Schulen im Rahmen von Projektwochen.

2.1.2 Pilotaktion Österreich 2

Titel der Pilotaktion	Liszt-Art Raiding
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Projektleitung: Markus Landauer und Elisabeth Liebenritt</p> <p>Das Liszt-Art Projekt hat sich über den Prozess vieler Online-Workshops entwickelt. Im Starterworkshop wurde die Idee einer Liszt-App geboren, aus der schließlich das Liszt-Art-Projekt entstand. In Raiding befindet sich das Geburtshaus des Komponisten und Musikers Franz Liszt, weshalb im Geburtsort des Künstlers ein breites Spektrum an kulturellen Aktivitäten angeboten wird. Ein erkennbarer negativer Trend ist, dass sich diese Veranstaltungen zunehmend an ältere Generationen wenden. Um das Image von Franz Liszt zu entstauben und jüngere Altersgruppen anzusprechen, wurde das Projekt Liszt-Art entwickelt. Liszt-Art ist ein Projekt für junge Künstler aus Österreich und Ungarn im Bereich der bildenden Kunst, das in Form eines Wettbewerbs durchgeführt wird. Eine Zusammenarbeit mit Schulen in Österreich und Ungarn wird angestrebt.</p>
Verwendete Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Geburtsort des Musikers und Komponisten Franz Liszt, • Liszt-Zentrum Raiding, • Kreativwirtschaft im Bereich der bildenden Kunst sowie eine Filmgesellschaft für Filmdokumentation.
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Jüngere Besucher in Raiding, • Verstärkte Beziehung zu Franz Liszt, • Mehr Gäste und Übernachtungen in Raiding und Umgebung.

2.1.3 Pilotaktion Österreich 3

Titel der Pilotaktion	Gemeinsam auf dem Radweg
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Projektleitung: Petra Aminger und Toni Schuster</p> <p>Auf einem Radweg, der die Bucklige Welt mit dem Mittelburgenland verbindet, wollen wir die Zusammenarbeit von Einheimischen und Radwegnutzern fördern, indem wir Einheimische und Gäste (= Radwegnutzer) für die regionalen Produzenten, Betriebe und Lieferanten (= Radwegbewohner) sensibilisieren. Dazu müssen die Gemeinden entlang des Radweges einbezogen werden. Zu diesem Thema wird derzeit ein überregionales Projekt Leader entwickelt.</p>
Verwendete Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Bestehender Radweg, • Viele Erzeuger auf dem Radweg, • Fahrradboom aufgrund der Covid-19-Pandemie, • Ressource-Leiter Toni Schuster aus der Region Bucklige Welt, • Verantwortungsvoller Tourismus, • Kreativwirtschaft Burgenland (unter Einbeziehung von Frau Maria Hollunder in das Projektteam).
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Attraktiverer Radweg, • Mehr Touristen in der Region, • Den regionalen Erzeugern neue Absatzmöglichkeiten bieten, • Verbindung von zwei Regionen über nationale Grenzen hinweg.

2.1.4 Pilotaktion Österreich 4

Titel der Pilotaktion	Grenze - LAND - Markt in Schattendorf
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Projektleitung: Andrea Bierbaum und Harald Pinter</p> <p>Die Idee für das Projekt "Grenz-LAND-Markt" wurde bereits in dem Starterworkshop 2020 geboren. Das Projektteam besteht hauptsächlich aus Mitgliedern aus dem landwirtschaftlichen Bereich. Die Grundvoraussetzung für einen grenzüberschreitenden Lebensmittelmarkt ist, dass die Gemeinde Schattendorf direkt an der Grenze zu Ungarn liegt. Ein Monatsmarkt, bestehend aus österreichischen und ungarischen Anbietern regionaler Lebensmittel, bringt das europäische Miteinander in den Vordergrund. Die Projektverantwortlichen sind eine enge Zusammenarbeit mit der Gemeinde Schattendorf eingegangen. Die Gemeinde kümmert sich um die notwendige Werbung und Organisation der Veranstaltung. Am 11. September 2021 fand bereits der erste Markt statt.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bestehendes Netzwerk zu Erzeugern aus Österreich und Ungarn, • Gemeinde Schattendorf, • Kreativwirtschaft für die Produktion von Werbematerial.
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mehr Besucher aus nah und fern in der Gemeinde Schattendorf, • Verbindung von Menschen über Grenzen hinweg (Österreich - Ungarn), • Neue Absatzmöglichkeiten für Bio-Erzeuger, • Vorbild für andere Gemeinschaften, • Erhöhung der regionalen Wertschöpfung.



2.2. Deutschland

2.2.1 Pilotaktion Deutschland 1

Titel der Pilotaktion	Fläming Event-Gastronomie (Fläming Erlebnisgastronomie)
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Projektleitung: Bernd Schulz</p> <p>Das Projektteam entstand beim ersten Workshop im September 2020 und wurde später erweitert. Das Projekt „Fläming-Event-Gastronomie“ hat seinen Ursprung in der Kooperationsidee des Betreibers der „Backschwein-Tenne“ in Gömnigk und eines Manualtherapeuten, der in der DAV-Kletterhalle in Wiesenburg/Mark Kletterkurse für Familien und Firmen organisiert. In den Folgeworkshops wurde die Projektidee weiterentwickelt: Regionale Erzeuger, Gastronomen und Caterer bieten gemeinsam ein breiteres Angebot an regionalen Produkten (kalt und warm, von vegan über exotisches Essen bis zur Hausmannskost) an. Dorfgemeinschaften, Gewerbetreibende, Unternehmen und Veranstalter profitieren als Kunden von der größeren Vielfalt dieser Angebote für ihre eigenen Besucher/Kunden. Sie nehmen die individualisierten Angebote gerne an und bezahlen natürlich auch dafür. Das Ergebnis ist eine Win-Win-Situation. Das Kernteam aus drei Erzeugern/Caterern hat bereits eine Mac Village Veranstaltung als Pilotprojekt beliefert.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trend zur Verarbeitung regionaler Produkte aus ökologischer Erzeugung in der Gastronomie, • Netzwerke regionaler Erzeuger/Gastronomen, die seit den 1990er Jahren bestehen, • Neue Geschäftsmodelle, nach denen Gastronomen und Caterer im Zuge der Covid-19-Krise suchen, • Verstärkte Präsenz von Hofläden, Gastronomen und mobilen Caterern in sozialen Netzwerken, • Einigung zwischen den Akteuren, ihre einzigartigen Verkaufsstellen besser sichtbar zu machen.
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vielfältige Angebote durch Veranstalter von Dorf- und Betriebsfesten sowie Händler, Familien und Eventveranstalter für ein anspruchsvolleres Publikum, • Gewinnung von Neukunden für die Fläming-Eventgastronomie, • Stärkere Generierung von mehr Umsatz auf allen Seiten und Stabilisierung der wirtschaftlichen Situation der regionalen Unternehmen, • Gutes Beispiel für regionale Kreislaufwirtschaft.

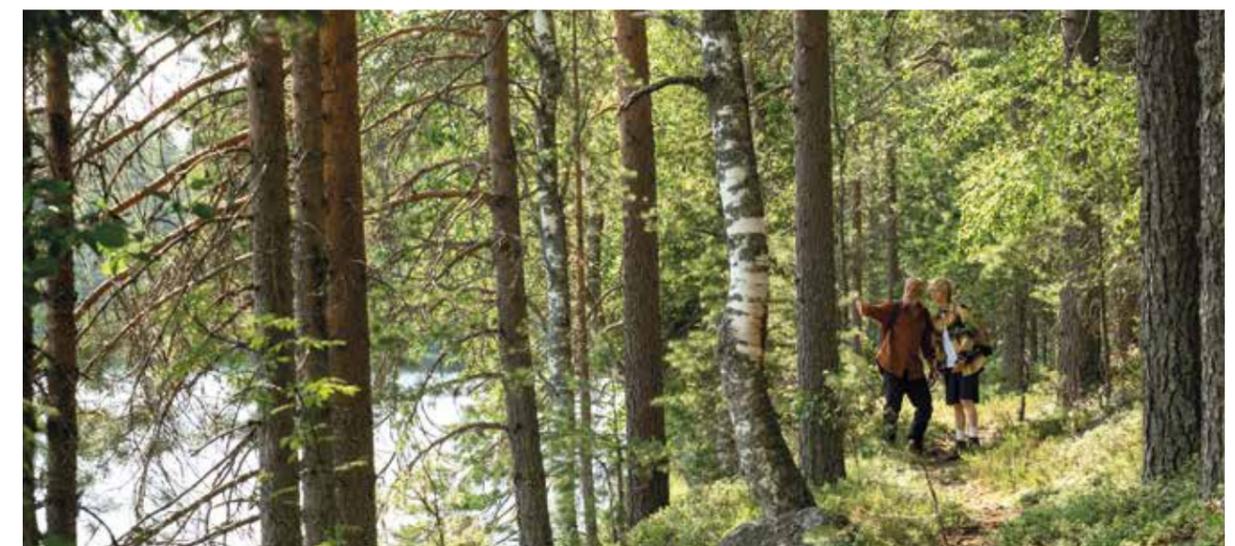
2.2.2 Pilotaktion Deutschland 2

Titel der Pilotaktion	Fläminger Weideschwein
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Projektleiterin Anja Koch ist mit ihrem Unternehmen „Fläminger Weideschwein“ Teil des Projekts „Fläming Event-Gastronomie“ (Fläming Erlebnisgastronomie). Vor zwei Jahren hat sie den Freilandschweinehof von Landwirt Bernd Schulz übernommen. Ihre Leidenschaft ist die Aufzucht von rund 100 Schweinen in ganzjähriger Weidehaltung. Die Tiere werden ausschließlich mit regional erzeugtem Bio-Futter gefüttert, kein Kraftfutter. Anja Koch weiß, dass immer mehr ihrer Kunden großen Wert auf eine artgerechte Aufzucht legen. Die Kunden können ihre Tiere auf der Weide besuchen und Frau Koch beantwortet gerne ihre Fragen. Der Marktanteil solch anspruchsvoller Verbraucher für Schweinefleischprodukte liegt in Deutschland derzeit bei 3 %, Tendenz steigend. Das Bio-Fleisch wird sowohl an den Betreiber der „Backschwein-Tenne“ als auch an regionale und überregionale Kunden des Hofladens von Frau Koch verkauft. Die hier beschriebene Kooperation mit ihrer Ausweitung im Rahmen des Projektes „Fläming Erlebnisgastronomie“ mit dem Ziel der kurzen Wege zwischen Erzeugern, Verarbeitern und Verbrauchern ist ein hervorragendes Beispiel für regionale Kreislaufwirtschaft.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Regionale ökologische Futterproduktion, • Kurze Wege zwischen den Standorten für Erzeugung, Verarbeitung und Vertrieb, • Fläming Event-Catering, • Hohes Engagement der beteiligten Erzeuger und Gastronomen für eine nachhaltige Bewirtschaftung, • Kreativwirtschaft für die Produktion von Werbematerial (Filmteam).
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mehr Besucher in der Region, • Höhere Gewinne für die Teilnehmer durch gemeinsame regionale Vermarktung, • Beispielhafte Synergie zwischen regional ansässigen Unternehmen wird zum Aushängeschild, • Neue Absatzmöglichkeiten für Bio-Erzeuger, Erhöhung der regionalen Wertschöpfung, • Vorbild für andere Gemeinschaften.



2.2.3 Pilotaktion Deutschland 3

Titel der Pilotaktion	Wildkräuter-Events und Teambuilding
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Projektleitung: Stefanie Görisch</p> <p>Projektteam: MaC Village-Teilnehmer, regionale Händler, Kulturschaffende und Kreative;</p> <p>Als Heilpraktikerin und Kräuterexpertin mit langjähriger Erfahrung in der Teambuilding-Branche hat sich Stefanie Görisch nach ihrem Studium des Gesundheitstourismus mit alternativen und kreativen Teamevents selbstständig gemacht. Sie bietet Kräuterwanderungen und Workshops im Bereich der Kräuterheilkunde, essbaren Wildpflanzen und Naturverbundenheit an. Mit ihrem MaC Village Pitch möchte sie unter dem Projekttitel „Wild Herb Events and Teambuilding“ lokale Unternehmen und Vereine, Einzelpersonen und Gruppen motivieren, ihre Betriebsausflüge und Teamevents zu buchen. Durch MaC Village wurde Stefanie in ihrem Vorhaben bestärkt. Dort schärfte sie ihr Geschäftsmodell und knüpfte wichtige Kontakte. Sie bereichert ihre Veranstaltungen mit Spielen und Übungen, die das gegenseitige Vertrauen, die Verbindung zu sich selbst, die Verbindung zur Natur und den Gemeinschaftssinn fördern.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildung zum Heilpraktiker und Kräuterexperten, • Eigene Erfahrung in Teambildung, • Kräuter- und Heilpflanzenvielfalt in der Region, • Tourismusindustrie und Tourismusverbände, • Zusammenarbeit mit der Kultur- und Kreativwirtschaft, auch überregional (Filmteam).
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Anreicherung der Angebotsvielfalt in der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft. • Neues Bildungsangebot für Firmen und Familien mit der Kombination aus Naturerlebnis und Teambuilding. • Beitrag zur Gesundheitserziehung, präventiven Gesundheitsfürsorge und Achtsamkeit.



2.2.4 P Pilotaktion Deutschland 4

Titel der Pilotaktion	Innovative Energieberatung für die Gestaltung der Energiewende
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Projektleitung: Harald Lacher</p> <p>Kooperationspartner: Wirtschaftsförderung Land Brandenburg, Ministerium für Wirtschaft und Energie, Industrie- und Handelskammer Potsdam, Stadtwerke Bad Belzig</p> <p>Die Idee für das Projekt „Innovative Energieberatung zur Gestaltung der Energiewende“ wurde von Harald Lacher in den MaC Village Workshops vorgestellt und diskutiert. Einen Anstoß zur Umsetzung seines Projektes erhielt er im Konsolidierungsworkshop sowie in den Trainings durch die gemeinsame Arbeit an seinem Pitch. Im Januar 2021 hat sich Harald Lacher nach langjähriger Berufserfahrung bei den Stadtwerken Bad Belzig und der Verbraucherzentrale für private Energieberatung selbstständig gemacht. Als unabhängiger Energieberater und beratender Energiedienstleister verfolgt er das Ziel, Hauseigentümer, kommunale Verwaltungen und Unternehmen bei der Auswahl und Planung einer nachhaltigen und umweltfreundlichen Energieversorgung zu unterstützen. Die Energiewende erfordere neben neuer Technik auch ein neues Verständnis, um gemeinsam neue Lösungen zu realisieren, sagt er. Und: Er liebt es, mit jeder Aufgabe zu wachsen und neue Erfahrungen in altes Wissen zu integrieren.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Der Klimawandel als Herausforderung für neue kooperative Energielösungen, • Weitsichtige und nachhaltige Perspektiven in der Energiewirtschaft (business as usual ist keine Option), • Experten mit umfassender Ausbildung und praktischer Erfahrung in verschiedenen Funktionen (Energieversorger, Einkäufer und Berater) • Vernetzung im Energiesektor (Unternehmen, Industrie- und Handelskammer, Verbraucherzentrale), • Steigende Nachfrage nach nachhaltigen Energielösungen in der Region.
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vermehrte Angebote von Lösungen für eine umweltfreundliche und nachhaltige Energieversorgung. • Steigerung der Attraktivität der Region für umweltbewusstes Leben und Wohnen. • Ausstrahlung der Vorteile eines proaktiven Ansatzes zum Klimawandel auf andere Regionen.

2.3. Italien

2.3.1 Pilotaktion Italien 1

Titel der Pilotaktion	Mikropfade des Geschmacks
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Das für die Verwaltung der Dienstleistung vorgesehene Unternehmen ist eine gemeinschaftliche Genossenschaft, die mit lokalen Unternehmen (Reisebüros, Beherbergungsbetrieben, typischen Erzeugern, Umweltführern, Museumsleitern usw.) zusammenarbeiten wird. Langfristig kann die Gemeinschafts-genossenschaft auch andere Dienstleistungen erbringen, und zwar im Rahmen von öffentlichen Aufträgen (z. B. die Verwaltung von Grünflächen, bestimmte soziale und gesellschaftliche Dienstleistungen) und von privaten Aufträgen (z. B. die Aufsicht und Instandhaltung von Ferienhäusern). Die Zusammenarbeit zwischen traditionellen Dienstleistern und der Kultur- und Kreativwirtschaft besteht hier hauptsächlich aus zwei Aspekten: 1. Entwicklung des Konzepts der zu fördernden Mikropfade unter Berücksichtigung von Strategien, die auf dem Internet und den sozialen Netzwerken basieren und sich auf das Segment des sanften Tourismus beziehen; 2. die Förderung und der Verkauf der Mikropfade über das Internet und die sozialen Kanäle als ein Erlebnis, bei dem die typischen Merkmale und Produkte der Region erlebt werden können. Die Pilotaktion wurde so konzipiert, dass alle vier Pilotdörfer (Montesegale, Rocca Susella, Borgoratto Mormorolo, Borgo Priolo) einbezogen wurden.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Natur-/Umweltressourcen (Hügel, Weinberge, Wander-/Radwegenetz usw.), historische/architektonische Ressourcen (Schlösser, Kirchen, alte ländliche Gebäude usw.). • traditionelle Unternehmen und ihre typischen Produkte (vor allem landwirtschaftliche Erzeugnisse - Wein, Honig, Lavendel, Fleischwarenhersteller).
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Leichte Übertragbarkeit der Projektidee auf andere Gebiete im gesamten Gebiet des Oltrepò Pavese.



2.3.2 Pilotaktion Italien 2

Titel der Pilotaktion	Marke Oltrepo
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	Ziel ist der Aufbau eines Netzwerks lokaler Unternehmen (Konsortium), das von lokalen Kreativunternehmen unterstützt wird, um innovative Offline- und Online-Tools für die externe Förderung der Marke zu identifizieren und auch ein grafisches Design für die interne territoriale Identität zu liefern (siehe Projekt "Living the Oltrepo"). Die Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft spielen eine wichtige Rolle, da die traditionellen Unternehmen der Region nicht über die notwendigen Fähigkeiten verfügen, um eine auf dem Markt wettbewerbsfähige Markenidentität zu entwickeln. Die Pilotaktion wurde so konzipiert, dass alle vier Pilotdörfer (Montesegale, Rocca Susella, Borgoratto Mormorolo, Borgo Priolo) einbezogen wurden.
Verwendete Ressourcen	<ol style="list-style-type: none"> 1. natürliche/umweltbezogene Ressourcen (Hügel, Weinberge, Wander-/Radwegenetz...), historische/architektonische Ressourcen (Schlösser, Kirchen, alte ländliche Gebäude...), immaterielle Ressourcen (Feste, Traditionen, Legenden...). 2. Traditionelle Unternehmen und ihre typischen Produkte (vor allem landwirtschaftliche Produkte - Wein, Honig, Lavendel, Fleischwarenhersteller). 3. Traditionelle Tourismusunternehmen mit ihren Gastgewerbeleistungen.
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Zugleich richtet sich die Markenidentitätsaktivität vorwiegend an zwei Kundensegmente. Diese Segmente sind: <ul style="list-style-type: none"> - Lokale Unternehmen: Förderung einer einzigartigen Tourismusmarke in Form von gedruckter und Online-Kommunikation mit Lobbying-Aktivitäten bei Reiseveranstaltern, Verbrauchergruppen oder überörtlichen Einrichtungen, - Kunden: funktionelle und weit verbreitete Empfangsdienste, die auf die Bedürfnisse und Wünsche der Erlebnis- und "Slow Tourism"-Pakete eingehen.



2.3.3 Pilotaktion Italien 3

Titel der Pilotaktion	Living the Oltrepo - Den Oltrepo leben
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	Das für die Verwaltung der Dienstleistung identifizierte Unternehmen ist Fondazione Futurae, eine gemeinnützige Organisation, die mit der Absicht gegründet wurde, die strategische Erfahrung des Netzwerks der authentischen Dörfer Italiens fortzuführen, mit besonderem Bezug auf die Themen soziale und nachhaltige lokale Entwicklung. Hier führte die Zusammenarbeit zwischen lokalen Akteuren (öffentliche Verwaltungen, Unternehmen, Bürger) zu einer neuen Denkweise in Bezug auf lokale Kooperationsprozesse, die durch die Anwendung von Modellen gefördert werden können, die die lokalen Gemeinschaften bisher nicht genutzt haben (Design Thinking usw.). Die Pilotaktion wurde so konzipiert, dass alle vier Pilotdörfer (Montesegale, Rocca Susella, Borgoratto Mormorolo, Borgo Priolo) einbezogen wurden.
Verwendete Ressourcen	Ressourcen der gesamten Landschaft des Oltrepò Pavese, die sich aus natürlichen/ökologischen Ressourcen (Hügel, Weinberge, Wander-/Radwegenetz...), historischen/architektonischen Ressourcen (Schlösser, Kirchen, alte ländliche Gebäude...), immateriellen Ressourcen (Feste, Traditionen, Legenden...), produktiven Ressourcen (Wein, Honig, Lavendel, Fleischwarenhersteller) und nicht zuletzt menschlichen Ressourcen (Landwirte, Beschäftigte in Tourismusbetrieben, hochqualifizierte Arbeitskräfte, die in der Region leben) zusammensetzt
Auswirkungen auf die Region	Konvergenz in Richtung einer (Wieder-)Aneignung des Gebiets, seiner Vorzüglichkeit und Einzigartigkeit (die Projektidee ist also eine Investition der lokalen Gemeinschaft zu ihrem eigenen Nutzen).



2.4. Slowenien

2.4.1 Pilotaktion Slowenien 1

Titel der Pilotaktion	Märchenpark Jezersko
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Die Park Jezersko GmbH (touristisches Freizeitzentrum) und das Fremdenverkehrsamt Jezersko, beide Eigentümer und Verwalter des Märchenparks, spielen eine Schlüsselrolle bei der Vernetzung der in diesem Gebiet tätigen Kultur- und Kreativwirtschaft. Weitere wichtige Partner sind: Frau Irena Cerar, Märchenerzählerin, Autorin von vier Familienführern mit dem Titel „Fairy Trails of Slovenia“ und zertifizierte Interpretive Guide (CIG) von Interpret Europe; Frau Špela Kuhar, unabhängige Architektin in den Bereichen Architekturplanung, Bildung und Journalismus, Trägerin mehrerer internationaler Piranesi-Preise und Plečnik-Medaillen, des Goldenen Bleistifts 2015 und des Preises „Wooden Icon 2016“.</p> <p>Šenks Gehöft, ein touristischer Bauernhof mit authentischer Alpenarchitektur, bietet touristische Unterkünfte, typische Gerichte aus Jezersko und verschiedene sporttouristische Produkte und Dienstleistungen. Die Geschäftspartnerschaft für die Bearbeitung von Geschichten, die Landschaftsplanung und die künstlerische Gestaltung von Skulpturen und Ausrüstungen setzt sich aus den Vertretern der KKW von Jezersko und Experten aus anderen Regionen zusammen: Märchenerzähler und Dolmetscher, Architekten und Designer, akademische Bildhauer, Meister für die Erhaltung des kulturellen Erbes. Das Produkt wird den Jüngsten und ihren Familien durch Geschichtenerzählen, Spielen und Geschicklichkeitsaufgaben ein Erlebnis von Volksmärchen in der Natur bieten. Dies wird ihre Phantasie und Kreativität wecken, sie mit der spirituellen Welt unserer Vorfahren in Kontakt bringen, sie lehren, die Natur zu erforschen, zu verstehen und zu respektieren, und in ihnen Werte wie Freundlichkeit, Ehrlichkeit, Vertrauen und Hilfestellung wecken.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lokale Flora, Fauna, Wasserressourcen und landwirtschaftliche Produkte treffen auf das immaterielle Kulturerbe (z. B. Volksmärchen, Legenden, Geschichten lokaler Menschen - Persönlichkeiten). • Das neue Produkt wird das Innovations-, Geschäfts- und Marktpotenzial der Volksmärchen und Legenden aus Jezersko erschließen, die ein wichtiges Kulturerbe dieses abgelegenen, einzigartigen und wunderschönen grünen Tals im Herzen der Kamnik-Savinja-Alpen sind. • Kulinarische Spezialitäten, zubereitet aus lokalen Zutaten.
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung des Pilotgebiets Jezersko VISION im Rahmen des Projekts MaC Village zu einem ganzjährig attraktiven Reiseziel, das Stammgäste durch ein touristisches Produkt länger in der Region hält, das eine einzigartige Mischung aus Kunst, Natur und Fantasie ist. • Das Kunstspielzimmer in der Natur basiert auf der mythologischen Tradition von Jezersko und den Kamnik-Savinja Alpen, passend zum Alpenraum. Immerhin ist Jezersko durch die Mitgliedschaft in der internationalen Bergsteigerdörfer-Initiative „Bergsteigerdörfer“ dazu verpflichtet. • Ein neu geschaffenes Netz von Kultur- und Kreativwirtschaft unter der Leitung von Park Jezersko GmbH wird ein touristisches Produkt mit einem „FÜNFER-ZIEL“ aufbauen: <ul style="list-style-type: none"> - Förderung des ökologischen und sozialen Verantwortungsbewusstseins der Jüngsten durch Spiele und Volksmärchen, - Förderung der Erhaltung des natürlichen und kulturellen Erbes in ländlichen Gebieten, - Inspiration für einen gesunden und kreativen Lebensstil, - Ergänzung und Aufwertung des touristischen Angebots für Familien mit Kindern, - Förderung von Ökotourismus-Praktiken.

2.4.2 Pilotaktion Slowenien 2

Titel der Pilotaktion	Zurück zur Geschichte "Escape Room - Suche nach einem Verschwörungsbrief"
<p>Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)</p>	<p>Die größte Herausforderung der Pilotaktion bestand darin, ein innovatives und ansprechendes Produkt für Touristen zu entwickeln.</p> <p>Die Projektideengeber sind traditionelle Unternehmer, die in Form von selbständigen Unternehmen, Instituten und als Bauernhofbetriebe organisiert sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale Fremdenführer, Reisebüros - sie werden ein neues innovatives touristisches Produkt anbieten und haben die Idee initiiert, • örtliche Bäckerei - Angebot an hausgemachten Torten, • lokales Entwicklungsinstitut - Entwicklung und Verwaltung des Escape Rooms, • lokale Öko-Bauernhöfe - mit lokaler Gastronomie, lokalen Produkten und Weinen. <p>Die Pilotaktion wurde auf der Grundlage realer historischer Ereignisse in der Region entwickelt, die wenig bekannt sind. Der Besitzer des Schlosses Rače im 17. Jahrhundert war Graf Ivan Erazem Tattenbach. Er war zusammen mit zwei kroatischen Adligen, Ban Zrinski und Graf Frankopan, in eine Verschwörung gegen Kaiser Leopold I. von Habsburg verwickelt. Ihre Verschwörungsgeschichte endete tragisch. Die Verschwörung wurde geschmäht und sie wurden enthauptet. Die Besucher des Escape Rooms müssen den Verschwörungsbrief der Verschwörer finden. Der Tourismussektor spielt eine wichtige Rolle in der lokalen Wirtschaft, da er durch die Covid-19 Pandemie stark beeinträchtigt wurde. Der Escape Room ist ein innovatives Produkt, das auf der lokalen Geschichte und den kulturellen Ressourcen basiert. Es stärkt und diversifiziert die lokale Wirtschaft, fördert Unternehmertum und Beschäftigungen, erweitert das touristische Angebot und bietet ein einzigartiges Erlebnis im Sinne des kreativen Tourismus.</p>
<p>Verwendete Ressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kommune, die die Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt hat, • Innovative Non-Profit-Institution, die als Vertreter der Kreativwirtschaft technisches Wissen einbringt, • Lokaler Fremdenführer, der die Geschichte erzählt und die Teilnehmer in die Geschichte einführt, • Lokale Anbieter (Gastronomie etc.).
<p>Auswirkungen auf die Region</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeit des Handels mit lokalen Produkten und Dienstleistungen, • Verringerung der Abwanderung von Fachkräften aus der Gemeinde und der Region.



2.4.3 Pilotaktion Slowenien 3

Titel der Pilotaktion	Thematische Gästezimmer, kulinarische Köstlichkeiten und bäuerliches Zentrum der Landwirtschaft (mit Degustationsraum) des Danica Inn & Guest House
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Der Tourismusverband Bohinj - öffentliches Institut zur Förderung der Tourismusentwicklung - und der Tourismusverband Bohinj, Eigentümer und Verwalter des Gasthauses Danica, spielen eine Schlüsselrolle bei der Vernetzung der in diesem Gebiet tätigen Kultur- und Kreativwirtschaft.</p> <p>Die Geschäftspartnerschaft für architektonische Entwürfe (einschließlich Visualisierungen), Geschichten, Renovierungs- und Bauarbeiten im Außen- und Innenbereich setzt sich aus der KKW von Bohinj zusammen: Architekten, Dolmetscher für das Kulturerbe, Ethnologen, Texter, Fotografen, Grafikdesigner, Handwerker und Möbelhersteller LIP Möbel Bohinj GmbH als Designer und Hersteller von Holzmöbeln und -ausstattungen aus lokalen Baumarten. Experten aus anderen Regionen lieferten Sitzmöbel, Sanitärkeramik und -zubehör sowie Stoffe für die Inneneinrichtung. Dabei sind auch Lokale Landwirte (Pflanzenanbauer) und Lebensmittelverarbeitungsbetriebe, die die Bohinj / From Bohinj zertifizierte Geschäftspartnerschaft rund um das Menü erhalten. Das ergänzende touristische Angebot und die integralen Tourismusprodukte werden in Zusammenarbeit mit bestimmten Bauernhöfen, Incoming-Reiseveranstaltern, Sportagenturen, höheren Bildungs- und Forschungseinrichtungen und mit dem Tourismus Bohinj verbunden und gemeinsam verwaltet. Das Produkt bietet Touristen und Besuchern ein authentisches Erlebnis von Natur, Kulinarik und traditionellen Fertigkeiten. Darüber hinaus werden sie ermutigt, am Schnitzen, an Kochkursen nach alten Rezepten, an handwerklichen Tätigkeiten, an landwirtschaftlichen Arbeiten und an der Ernte von Wildkräutern teilzunehmen.</p>
Verwendete Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Lokale Flora, Fauna, Wasserressourcen und landwirtschaftliche Produkte treffen auf immaterielles Kulturerbe (z. B. traditionelles Wissen und Fertigkeiten in der Holz-, Eisen- und Lebensmittelverarbeitung; Sagen, Märchen, Geschichten lokaler Persönlichkeiten) mit einem leichten Hauch von Modernität. • Das neue Produkt nutzt das innovative, wirtschaftliche und kommerzielle Potenzial von Holzmöbeln und -einrichtungen für das Gastgewerbe und den Tourismus. Die Einrichtung ist aus einheimischen Baumarten gefertigt und wird mit kulinarischen Spezialitäten verbunden, die mit lokalen Zutaten zubereitet werden.
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung, Wertschätzung und Aufwertung der Qualität und Quantität lokaler Holz- und Lebensmittelerzeugnisse, des Kunsthandwerks und der Kunstwerke sowie ihrer Verbindung zur Geschichte, Kultur und Tradition des Gebiets. • Das renovierte Danica Inn & Guest House wird alle Elemente von Bohinj miteinander verbinden - entweder auf dem Teller oder durch eine authentisch gestaltete Einrichtung - angeführt von Einheimischen, traditionellem Wissen und Fertigkeiten, Geschichten, alten Rezepten und Innovationen.

2.4.4 Pilotaktion Slowenien 4

Titel der Pilotaktion	Modernisierung des Bauernmarktes; alles lokal - alles einheimisch
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Das Pilotprojekt wurde auf der Grundlage bestehender Bauernmarktaktivitäten entwickelt. Es findet regelmäßig jeden Samstagmorgen im Innenhof des Schlosses Rače statt, im Sommer von 8 bis 11 Uhr und im Winter von 9 bis 12 Uhr.</p> <p>Die folgenden Unternehmer sind an der Erstellung und Umsetzung beteiligt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale Landwirte, die ihre Produkte den Kunden anbieten. Ihr Angebot umfasst verschiedene, meist ökologische Obst- und Gemüsesorten, Fleischprodukte, Milchprodukte, Honigprodukte, Gemüsesetzlinge usw. • die Gemeinde Rače-Fram hat Stände organisiert und den Platz für den Markt zur Verfügung gestellt.
Verwendete Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Pilotidee basiert auf den Ressourcen und dem Wissen der lokalen Landwirte und Lebensmittelproduzenten und auf dem zunehmenden Trend zu kurzen Lebensmittelversorgungsketten und dem Verkauf im lokalen Umfeld. • Das Motto des Bauernmarktes lautet "vom Garten des Bauern in Ihre Küche". Wichtig und einzigartig ist, dass lokale Unternehmer gute und hochwertige Lebensmittel in der Region verkaufen. Es gibt keine langen Transportwege vom Erzeuger zum Kunden.
Auswirkungen auf die Region	<p>Die Pilotidee ist die Modernisierung des Bauernmarktes; alles lokal - alles einheimisch, die Nachhaltigkeit wird gefördert durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Leben im Einklang mit der Natur, • die Menschen kehren zur Tradition zurück, • Kunden können frische Produkte auf dem Markt kaufen, oder sie kommen zu den Bauernhöfen, wo sie die Lebensmittelproduktion sehen können und sich von der Qualität der Produkte überzeugen können. <p>Die Beteiligung lokaler Unternehmen, Landwirte usw. gibt dem Gebiet die Möglichkeit, mit lokalen Produkten zu handeln. Die Umweltverschmutzung in der Gemeinde und der Region wird durch kurze Transportketten verringert. Die menschliche Gesundheit wird durch den Verzehr gesünderer, lokal angebauter Lebensmittel verbessert.</p>



2.4.5 Pilotaktion Slowenien 5

Titel der Pilotaktion	Kürbiskernöl - grünes Gold für jeden Tisch
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Das Pilotprojekt basiert auf der Beliebtheit des Kürbiskernöls und der alten Tradition - dem technischen Erbe. Die alten Maschinen sind noch in Betrieb, und das Unternehmen beabsichtigt, diese in Zukunft zu einem Museum umzugestalten. Die folgenden Akteure sind an der Entwicklung und Umsetzung des Pilotprojekts beteiligt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ölfabrik Fram, • lokale Gemeinschaft, • Landwirte in der Region Podravje und Pomurje - die Fabrik kauft Saatgut von ihnen.
Verwendete Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Kürbiskernöl ist ein beliebter Bestandteil der Küche. Die Kürbiskerne werden nicht nur für die Ölproduktion verwendet, sondern auch in der Ernährung, da sie eine reiche Quelle von fettigen Omega-Säuren, Vitaminen und Mineralien sind, • Die Pilotidee wird auf der Grundlage der kulturellen und technischen Ressourcen des Gebiets entwickelt.
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Das wachsende Interesse an Kürbiskernöl bei den Erzeugern, die die Anbauflächen für Kürbisse erweitert und die Ölproduktion gesteigert haben. Für Besucher bieten sich vor allem Chancen im Zusammenhang mit nachhaltigem Wirtschaftswachstum und Tourismus. • Einbeziehung lokaler Unternehmen, Landwirte usw., die dem Gebiet die Möglichkeit geben, mit Produkten aus Kürbiskernen zu handeln. Es bietet bereits Geschäftsmöglichkeiten und Arbeitsplätze für mehrere Landwirte in der Region, die Lieferanten der Ölfabrik Fram sind. • Förderung des technischen Erbes und des Wissens über das Kürbiskernöl als typisches lokales Produkt und Teil des lokalen Erbes, das für die Bewohner der Region sehr attraktiv ist. Das Gebiet wird den Kauf des Öls fördern und zu einer häufigeren Verwendung anregen, was zu einer Steigerung des Absatzes und letztlich zu einer Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und der wirtschaftlichen Position der Erzeuger führen wird.



2.4.6 Pilotaktion Slowenien 6

Titel der Pilotaktion	Kurze Lebensmittelversorgungskette (ein neues Geschäftsmodell) mit einer gemeinsamen Marke für lokale landwirtschaftliche Produkte und einem ländlichen Landwirtschaftszentrum (mit Degustationsraum)
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Lokale kleinbäuerliche Familienbetriebe (u.a. Ziegen-, Schaf- und Schweinezüchter), Kräutersammler, Imker, Lebensmittelverarbeitungsbetriebe und Anbieter von Touristenunterkünften schließen sich mit dem Institut Tourismus Preddvor - Öffentliches Institut zur Förderung der Tourismusentwicklung und der Gemeinde Preddvor zusammen. Die Produkte werden den Touristen und Besuchern ein authentisches kulinarisches Erlebnis bieten. Darüber hinaus werden sie ermutigt, an Kochkursen nach alten Rezepten, an landwirtschaftlichen Arbeiten und an der Ernte von Wildkräutern teilzunehmen.</p>
Verwendete Ressourcen	<p>Das neue Geschäftsmodell wird das innovative, wirtschaftliche und marktwirtschaftliche Potenzial von kulinarischen Spezialitäten aus lokalen Zutaten erschließen.</p>
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung, Wertschätzung und Aufwertung der Qualität und Quantität lokaler Lebensmittelprodukte und ihrer Verbindung zur Geschichte, Kultur und Tradition des Gebiets. • Unter der Marke „Preddvorsko“/“Aus Preddvor“ o.ä. wird ein neu gegründetes Netz von Kultur- und Kreativwirtschaft unter der Leitung von Tourismus Preddvor - Öffentliches Institut zur Förderung der Tourismusentwicklung, der Gemeinde Preddvor und dem Unternehmen BSC Kranj ein Agro-Lebensmittel-System mit einem ZWEIFACH-ZIEL aufgebaut: <ul style="list-style-type: none"> - den Kunden hochwertige Lebensmittel anbieten, - die Erzeuger können einen gerechteren Wert für ihre Arbeit in den landwirtschaftlichen Betrieben oder in den lebensmittelverarbeitenden Unternehmen erzielen.



2.5. Ungarn

2.5.1 Pilotaktion Ungarn 1

Titel der Pilotaktion	Das Drachental
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	Der Projektleiter ist ein Team, das sich aus den Teilnehmern der Workshops zusammensetzt, und dem die beteiligten Gemeinden, die örtliche nicht-staatliche Organisation NGO für Handwerk, das regionale Fremdenverkehrsamt, die örtlichen Gastgewerbebetriebe, örtliche Erzeuger und ein örtliches Museum angehören.
Verwendete Ressourcen	Die wichtigsten Ressourcen sind die natürlichen Werte der Region, die eng mit den Legenden der Gegend verbunden sind. Darüber hinaus bilden die lokalen Produkte und Unterkünfte die Grundlage für das Projekt.
Auswirkungen auf die Region	Das Projekt bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, ihre Produkte/Dienstleistungen den Besuchern der Region besser zugänglich zu machen. Und die Marke „Drachental“ gibt den Bewohnern der Region eine starke Identität, für die eine gut organisierte Reihe von Veranstaltungen geschaffen werden kann, die die touristische Attraktivität der Region weiter erhöhen.

2.5.2 Pilotaktion Ungarn 2

Titel der Pilotaktion	Regionale Marke - Bácska Buffalo
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	<p>Projekträger ist die BÁCALSALMÁSÉRT Feldolgozó és Értékesítő Start Szociális Szövetkezet (BÁCALSALMÁS Gegründete Sozialgenossenschaft für Verarbeitung und Verkauf), die mit dem Fremdenverkehrsamt von Bácsalmás zusammenarbeitet.</p> <p>Sie arbeiten gemeinsam an der Entwicklung einer regionalen Marke (Bácska Buffalo), um die lokalen Produkte und Erzeuger zu fördern, den Tourismus anzukurbeln und die lokalen Vorzüge, den Tourismus, die Gastronomie und die Produkte miteinander zu verknüpfen.</p>
Verwendete Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • einheimische Gastronomie, • lokale und traditionelle Produkte der regionalen Erzeuger und Unternehmer, auch die lokale Fauna und Flora, Naturschätze (Sóstó - Salzsee, Wasserbüffel), • Bei Veranstaltungen werden die lokalen touristischen Angebote (Windmühlen, traditionelle Gehöfte und Bauernhöfe, Ökotourismus-Besucherszentrum) berücksichtigt.
Auswirkungen auf die Region	<ul style="list-style-type: none"> • Ursprünglich eine sehr scharfe Chilipaste, die von den Einheimischen hergestellt und verwendet wurde. • Einzigartigkeit der Region aufgrund der in der Region verbreiteten Büffel, die jedoch nicht allgemein verbreitet sind. • Hauptbotschaft der regionalen Produkte: natürlich (ohne Konservierungsstoffe), stark, lokal. • Die Marke könnte zu einer regionalen Marke ausgebaut werden, die die lokale Identität stärkt. • Es könnte eine integrative Marke für lokale Produkte und Initiativen sein (z. B. Gastronomiefestivals, Messen, gemeinsame Identität usw.).

2.5.3 Pilotaktion Ungarn 3

Titel der Pilotaktion	Über Maria Mecsetum
Projektleiter/Projektteam Zusammenarbeit mit anderen (Gemeinden/ etc.,...)	Die Projektleitung besteht aus einem Team, das sich aus Teilnehmern der Workshops zusammensetzt, sowie aus den beteiligten Gemeinden, lokalen Gastgewerbebetrieben und lokalen Erzeugern.
Verwendete Ressourcen	Das Projekt stützt sich hauptsächlich auf den Maria-Pilgerweg, der durch die beteiligten Dörfer führt. Die in der Region lebenden Vermieter und lokalen Erzeuger sind eine weitere wichtige Ressource für das Projekt. Es ist auch wichtig zu erwähnen, dass das bauliche Erbe in der Region eine wichtige Rolle bei der Entwicklung des Projekts in diese Richtung gespielt hat.
Auswirkungen auf die Region	Die Via-Maria-Moschee ist eine ungenutzte Chance, die für die lokalen Produzenten und Beherbergungsbetriebe von großem Nutzen sein kann. Die Region mit ihren besonderen natürlichen Gegebenheiten kann durch die Stärkung des religiösen (Pilger-)Tourismus in einen neuen Kontext gestellt werden und so eine Zielgruppe ansprechen, die den Tourismus in der Region stark ankurbeln kann.



ANMELDUNG & KONTAKT

Technologie- und Gründerzentrum Potsdam-Mittelmark GmbH
Herr Dr. Zweynert
Brücker Landstraße 22 B
14806 Bad Belzig

Tel: 033841 65-151
Fax: 033841 65-403

Mail: stephan.zweynert@tgz.pm

<https://www.interreg-central.eu/Content.Node/MaC-Village.html>
<https://tgz.pm/unternehmen/innovationsnetzwerk-mac-village/>





MaC Village

Interreg 
CENTRAL EUROPE European Union
European Regional
Development Fund

MaC Village

