

Christine Rother

Januar 2020

Wirtschaftsförderung 4.0

Bericht zur Umsetzung in Osnabrück

OSNABRÜCK 
DIE | FRIEDENSSTADT



GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



**Wuppertal
Institut**

Inhaltsverzeichnis

1	Ergebnisse der Modellphase in Osnabrück [AP 3]	3
1.1	Aufbau und Aufgaben des Projektbüros	3
1.2	Aktivitäten des Projektbüros in den fünf Geschäftsfeldern	7
1.2.1	<i>Produktion</i>	7
1.2.2	<i>Sozialunternehmen</i>	18
1.2.3	<i>Sharing Economy</i>	23
1.2.4	<i>Local Business</i>	25
1.2.5	<i>Finanzwirtschaft</i>	31

1 Ergebnisse der Modellphase in Osnabrück [AP 3]

1.1 Aufbau und Aufgaben des Projektbüros

Für die Modellphase wurde in Osnabrück über einen Zeitraum von knapp zwei Jahren eine Projektleitung eingestellt und ein Projektbüro eingerichtet.

Es wurden folgende Aufgaben in drei Kategorien definiert:

Organisation	Praxis	Kommunikation
Aufbau einer Datenbank der relevanten Unternehmen & Initiativen	Persönliche Gespräche	Digitale Marketingmaßnahmen
Identifikation von Best-Practice-Beispielen	Bedarfsanalyse	Presse- und Netzwerkarbeit
Entwicklung eines Leistungskataloges	Individuelle Handlungsempfehlungen	Info-Flyer
Überregionaler Erfahrungsaustausch	Maßnahmenumsetzung	Beteiligung an Veranstaltungen
Regionale Kooperationspartner	Netzwerkbildung	eigene Veranstaltungen

Abbildung: Umsetzung der Wirtschaftsförderung 4.0 in Osnabrück

Organisation

Zu Beginn der Modellphase haben wir recherchiert, welche Unternehmen und Initiativen in den fünf Geschäftsfeldern in Osnabrück und der näheren Umgebung vorhanden sind. Daraus ist eine Datenbank hervorgegangen, die laufend ergänzt wird. Zum Ende des Förderzeitraumes umfasst diese insgesamt ca. 300 Einträge, die sich wie folgt auf die Geschäftsfelder aufteilen:

Produktion: 182 / Sharing Economy: 20 / Sozialunternehmen: 75 / Local Business: 32 / Finanzwirtschaft: 2

Die allgemeine Mindmap der „Geschäftsfelder der Wirtschaftsförderung 4.0“ des Wuppertal Instituts haben wir mithilfe der recherchierten Informationen in eine individuelle Mindmap für Osnabrück übertragen:

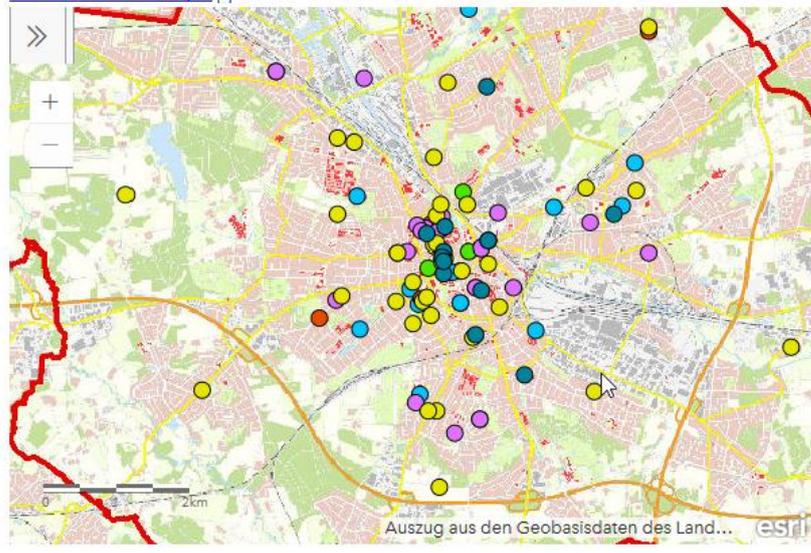


Abbildung: Die fünf Geschäftsfelder der Wirtschaftsförderung 4.0 für Osnabrück

Die verschiedenen Orte der „Wirtschaftsförderung 4.0“ in Osnabrück werden seit April 2019 auf dem Internetauftritt der Stadt Osnabrück in einer digitalen Karte dargestellt:

Unsere digitale Karte lädt ein, "**Orte der Wirtschaftsförderung 4.0**" in Osnabrück zu entdecken. Über die Legende können einzelne Kategorien ausgewählt werden, Informationen zu den einzelnen Orten gibt es per Klick auf den jeweiligen Punkt.

[Größere Karte anzeigen](#)



Screenshot: Digitale Karte auf dem Internetauftritt der Stadt Osnabrück

Außerdem werden in der Datenbank Kontakte zu regionalen und überregionalen Kooperationspartnern sowie zu Praxisbeispielen aus anderen Regionen erfasst, die im Rahmen des Projektes geknüpft werden.

Für die individuelle Beratung der Zielgruppen haben wir einen Leistungskatalog entwickelt. Angeboten werden eigene Leistungen des Projektbüros sowie Leistungen, die im Umfeld der Stadtverwaltung in Anspruch genommen werden können (z.B. durch das städtische Fördermanagement oder die Freiwilligenagentur):

- Marketingberatung
- Beratung zu Finanzierungsmodellen und Unterstützung bei der Umsetzung
- Vergleichsanalyse mit Best-Practice-Beispielen aus anderen Regionen und gemeinsame Ableitung von entsprechenden Handlungsempfehlungen
- Marktanalyse als Grundlage für strategische Entscheidungen
- Vermittlung von Kontakten zu möglichen Kooperationspartnern aus Wirtschaft/Verwaltung/Politik
- Vernetzung mit anderen Initiativen und Akteuren in den Gestaltungsfeldern der Wf4.0 sowie mit etablierten Unternehmen der regionalen Wirtschaft
- Vermittlung von geeigneten Räumen/Lokalitäten
- Workshops zur gemeinsamen Ideenentwicklung und strategischen Planung
- Unterstützung bei der Zusammenarbeit/Kommunikation mit Behörden
- Interessensvertretung gegenüber der Politik
- Beratung bei der Gründung gemeinnütziger Unternehmensformen (z.B. Genossenschaften)

Praxis

Parallel zum Aufbau der Datenbank haben wir die relevanten Unternehmen und Initiativen proaktiv angesprochen. Teilweise haben wir persönliche Gespräche geführt, teilweise wurden Angebote zum Austausch, Netzwerken oder zur Beteiligung an gemeinsamen Aktionen per E-Mail verschickt.

Insgesamt haben wir ca. 50 individuelle Beratungen durchgeführt, bei denen jeweils eine individuelle Bedarfsanalyse vorgenommen wurde und gemeinsam Handlungsempfehlungen erarbeitet wurden. Teilweise haben wir die Maßnahmenumsetzung begleitet und unterstützt.

Für die Beratung haben wir je nach Bedarf verschiedene Checklisten und Vorlagen erstellt, wie z.B. eine einfache Kommunikationsplanung für Initiativen und Kleinunternehmen (s. Abbildung), die im Rahmen der Beratung mit individuellen Maßnahmen befüllt werden kann.

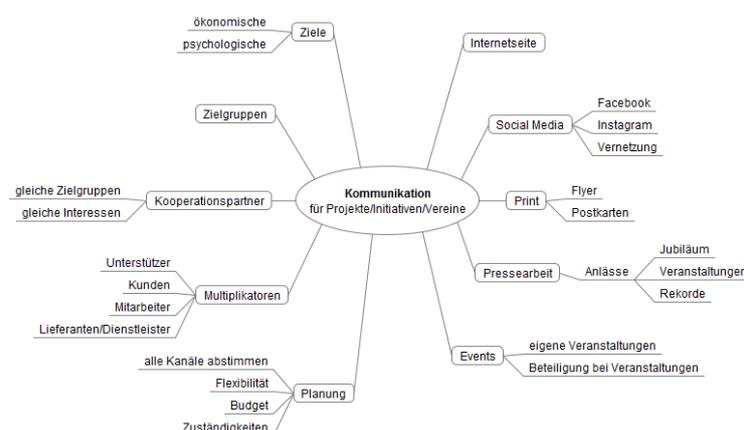


Abbildung: Vorlage für eine einfache Kommunikationsplanung

Neben der individuellen Beratung haben wir die Bildung bzw. Weiterentwicklung von Netzwerken gefördert. Als erfolgreiches Beispiel wird im folgenden Kapitel (S. 8 ff.) die Gründung des regionalen Produzenten-Netzwerkes beschrieben. Auch bei den Reparatur-Initiativen in Osnabrück und im Osnabrücker Land spielt die Netzwerk-bildung eine Rolle (S. 20 f.).

Kommunikation

Für die Kommunikation des Projektes in Osnabrück wurde eine eigene Kommunikationsplanung erstellt. Es wurden ausschließlich kostenneutrale Kommunikationsmaßnahmen geplant, da kein Marketingbudget zur Verfügung stand.

Zu den Instrumenten gehörten Printmedien, Pressearbeit, Persönlicher Dialog, Veranstaltungen, Interne Kommunikation und Digital-Marketing. Im Laufe des Projektzeitraumes wurden 34 Berichte in regionalen Medien veröffentlicht, 53 persönliche Gespräche mit regionalen Multiplikatoren geführt, 61 Veranstaltungen besucht und/oder organisiert und 18 Beiträge für die städtischen Social-Media-Kanäle erstellt.



Abbildung: Überblick über die Kommunikationsmaßnahmen des Projektbüros

1.2 Aktivitäten des Projektbüros in den fünf Geschäftsfeldern

1.2.1 Produktion

Regionale Produkte

Nachdem Anfang April 2018 ein erstes Treffen mit den für „Heimat shoppen“ (s. auch Kapitel 1.2.4.1) zuständigen Akteuren von IHK und OMT stattfand und beim IHK-Netzwerkforum „Heimat shoppen“ Ideen mit teilnehmenden Händlern ausgetauscht wurden, haben wir bei einem zweiten Termin mit IHK und OMT im Juli 2018 die Idee eines Pop-up-Regionalladens in der Theaterpassage konkretisiert. Da das Datum für „Heimat shoppen“ durch IHK und OMT bereits festgelegt war, begann die Zusammenarbeit mit den regionalen Produzenten mit dieser konkreten gemeinsamen Vertriebs-/Kommunikationsmaßnahme. In den darauffolgenden acht Wochen haben wir parallel die Abstimmungen mit Vermietern, Produzenten und den Partnern IHK und OMT vorangetrieben. Auf eine erste Rundmail an einen Verteiler von ca. 70 Produzenten in Stadt und Region Osnabrück erhielten wir von ca. 40 interessierten Produzenten positive Rückmeldungen:

Betreff: AW: Regionale Produkte im lokalen Einzelhandel

Von: Rother, Christine <Rother.C@osnabrueck.de>
Gesendet: Dienstag, 31. Juli 2018 10:54
Betreff: Regionale Produkte im lokalen Einzelhandel

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen des aktuell bei der Stadt Osnabrück durchgeführten Projektes „Wirtschaftsförderung 4.0“ (s. Anlage und untenstehende Links) planen wir unterschiedliche Aktionen, um regionale Produkte stärker im lokalen Einzelhandel zu platzieren und sichtbar zu machen.

In diesem Zusammenhang gibt es Überlegungen für temporäre Aktionen in Osnabrück, z.B. zu den Aktionstagen „Heimatshoppen“ am 7./8.9. oder zum (geplanten) verkaufsoffenen Sonntag am 7.10., aber auch für längerfristige Maßnahmen, wie z.B. Schaufenster leerstehender Geschäfte in Osnabrück als „Regionalschaufenster“ zur Präsentation regionaler Produkte zu nutzen.

Eine Abfrage bei Osnabrücker Einzelhändlern ergab, dass es bei einigen Händlern Interesse gibt, (weitere) regionale Produkte zumindest zeitweise ins Sortiment aufzunehmen bzw. auf einer Sonderfläche zu präsentieren.

Parallel dazu erfolgt aktuell eine Recherche zu regionalen Produkten, bei denen wir auch auf Sie als Produzent/in gestoßen sind.

Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie uns kurzfristig eine Rückmeldung zu folgenden Fragen geben:

1. Sind Sie bereits mit einem oder mehreren Produkten im lokalen Einzelhandel vertreten (wenn ja, womit und wo)?
2. Wenn nicht, hätten Sie Interesse an einer Kooperation mit einem oder mehreren Händlern?
3. Hätten Sie Interesse, sich an temporären Aktionen (z.B. einem „Pop-up-Regionalladen“) oder an einem längerfristigen „Regionalschaufenster“ zu beteiligen?

Wir würden uns über einen Austausch mit Ihnen freuen und wären Ihnen dankbar, wenn Sie diese Mail an Kolleginnen und Kollegen, die ggf. Interesse an einer Kooperation hätten, weiterleiten.

Freundliche Grüße

Christine Rother
Projekt "Wirtschaftsförderung 4.0"

Screenshot: Erste Rundmail an regionale Produzenten vom 31.7.2018

Nach der Zusage durch den Eigentümer der Theaterpassage, ein Immobilienentwickler in Frankfurt, die erst Mitte August, also knapp vier Wochen vor Veranstaltungstermin, erfolgte, erhielten die 40 Interessenten schließlich das konkrete Angebot, sich am „Pop-up-Regionalladen“ zu beteiligen.

Insgesamt 25 Produzenten meldeten sich verbindlich an, der Pop-up-Regionalladen wurde an insgesamt drei Tagen im September und Oktober 2018 geöffnet. Zwischen den Öffnungen ließen sich die Schaufensterflächen über einen Zeitraum von ca. vier Wochen von den Produzenten als „Regionalschaufenster“ nutzen.

Ein Rückblick inkl. Fotos findet sich auf der städtischen Internetseite:

<https://www.osnabrueck.de/wf4-o/aktuelles/pop-up-laden-bringt-regionale-produkte-in-die-innenstadt/>



Bild: Eines von vier Ladenlokalen nach Einrichtung durch die Produzenten



Bild: Beschriftung an leerstehendem Ladenlokal zur Ankündigung der Aktion

Bereits während der Durchführung der Aktion knüpften die teilnehmenden Produzenten erste Kontakte und entwickelten Ideen für weitere Kooperationen. Der Wunsch, das Thema gemeinsam mit dem Wf4.o-Management weiterzuentwickeln, haben die Produzenten mehrfach geäußert.

Nach Abschluss der Aktion erfolgte zeitnah die Terminabfrage für einen Workshop zum Thema „Regionale Produkte“ durch das Projektbüro. Der erste Workshop fand schließlich Ende November 2018 statt, eine Fortsetzung gab es Mitte März 2019, der dritte und letzte Workshop im Förderzeitraum fand Ende Juni 2019 statt.

Die Arbeitsgruppen „Regionallabel“ und „Pop-up-Regionalläden“ gründeten sich bereits im Rahmen des ersten Workshops und trafen sich zwischen den Netzwerk-Terminen, um die Umsetzung der geplanten Maßnahmen weiter voranzubringen. Eine dritte Arbeitsgruppe zum Thema „Frische Produkte“ gründete sich beim dritten Workshop im Juni 2019. In dieser Arbeitsgruppe sind neben den entsprechenden Produzenten Vertreter der Hochschule Osnabrück aus dem Fachbereich Agrarmarketing eingebunden, die das Netzwerk seit Februar 2019 begleiten.

Folgende Themen, Ziele und Maßnahmen werden im Rahmen des Netzwerkes „Regionale Produkte“ bearbeitet:

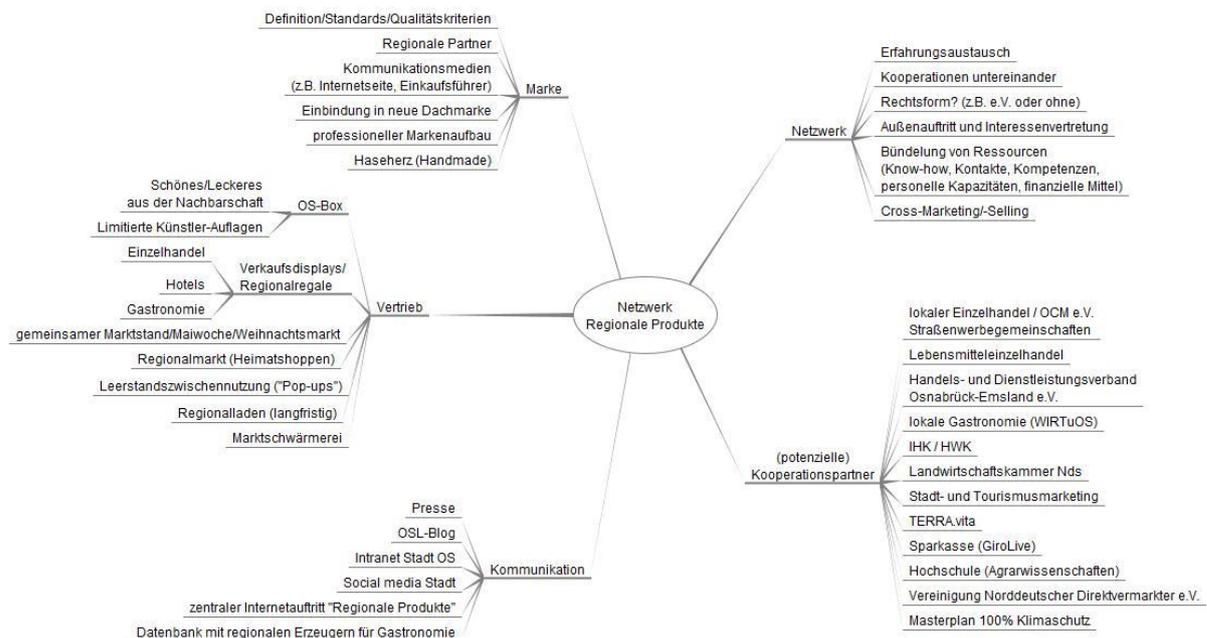


Abbildung: Maßnahmenplanung im Netzwerk „Regionale Produkte“

Zusätzlich zum ersten Pop-up-Regionalläden in der Theaterpassage wurden im Projektzeitraum folgende Maßnahmen umgesetzt bzw. angestoßen:

- Erarbeitung und Kommunikation einer Skizze „Pop-up-Regionalläden als Leerstandszwischennutzung“

- Umsetzung des 1. Osnabrücker Regionalregals „Feines aus der Nachbarschaft“ im Stadtgalerie-Café und Contor
- Entwicklung von zwei Prototypen für eine Osnabrücker Regionalbox „Schönes“ und „Leckereres aus der Nachbarschaft“ (s. Foto) und deren Vorstellung beim „Jour fixe“ der Vorsitzenden der Straßenwerbegemeinschaften sowie der „großen Häuser“ (OCM Osnabrücker City Marketing e.V.)



Bild: Vorstellung des ersten Osnabrücker Regionalregals im Stadtgalerie-Café und Präsentation der Regionalboxen

- Entwurf für ein gemeinsames Label für Produkte aus regionaler Manufaktur und Entwicklung von Ansätzen für eine integrierte Kommunikationsstrategie



Abbildung: Entwurf für ein gemeinsames Label

- Abstimmung des Handouts „Sichtbarkeit regionaler Produkte im lokalen Einzelhandel“ zur Präsentation regionaler Produkte im Innenstadt-Handel mit Citymarketing und IHK im Rahmen von Heimat shoppen 2019 an vier verschiedenen Standorten

- Initiierung und gemeinsame Organisation des 1. Osnabrücker Regionalmarktes in Kooperation mit dem Stadtmarketing am Aktionssamstag „Heimat shoppen“ am 7.9.2019
- Vermittlung und Begleitung einer weiteren Zwischennutzung von zwei Geschäften in der Theaterpassage von September bis Dezember 2019 mit zwölf regionalen Produzenten („Zwischenzeit – der Pop-up-Store in Osnabrück“: www.osnabrueck.de/zwischenzeit)

neu in osnabrück:

es freuen sich auf euch:

ZWISCHEN ZEIT
HANDGEMACHTES
AUS UNSERER REGION

Das Projekt „Vitamin Z“
steht für ein Zusammenspiel von elf lokalen Zeitgenossen, die mit zauberhaften handgemachten Produkten die Zwischenzeit nutzen! Zwecks Verkauf und Ausstellung haben wir Zimmer Nummer Eins und Zwei vom 6. September bis zum 23. Dezember in der Osnabrücker Theaterpassage angemietet. Es wird nicht nur der jetzige Zeitgeist, sondern auch die ein oder andere Zeitreise zurück in unsere Jugend zu spüren sein.
Wir freuen uns auf unseren neuen Zufluchtsort, der zwar temporär begrenzt ist, aber mit ziemlich viel Leidenschaft betrieben wird. Also auf zum Zielvertrieb in die neue Zwischenzeit!

Öffnungszeiten:
FREITAGS UND SAMSTAGS
VON 9.00 - 18.00 UHR
Theaterpassage Osnabrück

01 GLASWERKE | Astrid Ottermann
www.ottermann.com

02 NAHTIV | Sandra Scholz
www.nahtiv-design.com

03 LIEBLINGSBUCHMACHER | Michael Beyer-Rother
www.lieblingsbuchmacher.de

04 BLUOMO | Angie Vongries & Axel Reisdorf
www.bluomo.de

05 EIGENART | Steffi Suszka
www.atelier-eigenart.de

06 LIEBLINGSDING | Sonja Högemann
www.facebook.com/Lieblingsding-137109806362496

07 SÜSSSTOFF | Stephanie Bernholt
www.suessstoff-handmade.de

08 CREAMYCARE | Tina Moorkamp & Jana Cordes
www.creamycare.com

09 MIENE STRATEN | Martina Schulte
www.miene-straten.de

10 TRÖDELSCHUNE WESTERHAUSEN | Heiko Waizenhöfer
www.facebook.com/troedelschunewesterhausen

11 ROSENROT / DÜMMERKIND | Simone & Marek Brüggemann
www.etsy.com/de/shop/StudioRosenrot
www.instagram.com/atelier10quadrat

Abbildung: Flyer „Zwischenzeit“

Handwerk

Im Bereich der handwerklichen Produktion gibt es erste Ansätze zur Kooperation zwischen Handwerk und Reparaturinitiativen (s. S. 23 ff.).

Zudem haben wir Kontakte zu Vertretern des Lebensmittelhandwerkes geknüpft, mit dem Ziel, die lokale Nahversorgung gezielt zu stärken. Eine Fleischerei erhielt Unterstützung in der Kommunikation der Umstellung des Schweinefleischangebots auf Fleisch aus dem „Aktivstall für Schweine“ und der Einführung eines nachhaltigen Verpackungskonzeptes.



Stadt Osnabrück: Neu in ...
osnabrueck.de

OSNABRÜCK®
DIE | FRIEDENSTADT

Fleischerei Witte: Schweinefleisch aus dem Aktivstall



Harm Böckmann von Brand Qualitätsfleisch, Gabriele Mörxmann vom Aktivstall für Schweine und Andreas Witte stellen das neue Angebot vor (Foto: Brand Qualitätsfleisch)

Seit 1973 gibt es in Osnabrück-Schölerberg die **Fleischerei Witte**, die 1894 in Hagen a.T.W. gegründet wurde. Heute wird sie von Andreas Witte und seiner Frau Anika als eine der letzten Traditionsfleischereien Osnabrücks in Familienhand geführt. Diese Woche besuchten wir das Fachgeschäft an der Meller Straße, um uns über die neuen, nachhaltigen Angebote zu informieren. Familie Witte geht ihren "Weg der Nachhaltigkeit" mit sichtlicher Begeisterung und man kann beobachten, wie sich ihre Kunden davon "anstecken" lassen. In den letzten Wochen wurde das Sortiment der Produkte vom Schwein komplett auf Fleisch aus dem **Aktivstall für Schweine** in Melle umgestellt. Bei dieser Art der

Nachhaltigkeit" mit sichtlicher Begeisterung und man kann beobachten, wie sich ihre Kunden davon "anstecken" lassen. In den letzten Wochen wurde das Sortiment der Produkte vom Schwein komplett auf Fleisch aus dem **Aktivstall für Schweine** in Melle umgestellt. Bei dieser Art der Tierhaltung haben die Schweine deutlich mehr Platz, Auslauf, viele Beschäftigungsmaterialien und so die Möglichkeit, ihrem natürlichen Verhalten nachzugehen. Geschlachtet werden die Tiere bei **Brand** in Lohne, wo ebenfalls ein besonderer Fokus auf das Tierwohl gelegt wird. Andreas Witte ist der erste Fleischer in Osnabrück, der dieses Aktivstall-Fleisch verarbeitet und verkauft. Die Neuerungen werden jedem Kunden transparent erklärt, so dass die Resonanz durchweg positiv ist und der kleine Aufpreis von 1,60 Euro pro Kilo für mehr Tierwohl gerne investiert wird. Übrigens kommt auch das Rindfleisch von regionalen Erzeugern und sogar die kleine Käse-Ecke in der Fleischerei wird regional bestückt - die Milchprodukte kommen vom **Hof Winter** in Hunteburg.

Wittes "Weg der Nachhaltigkeit" geht aber noch weiter: Seitdem Kunden ihren Einkauf im eigenen Behälter transportieren können und seitens der Fleischerei nur noch kompostierbare Maisstärke-Verpackungen angeboten werden, wurde der Verpackungsmüll bereits um 30-40% reduziert.



Andreas Witte erklärt das neue Verpackungsmaterial aus Maisstärke (Foto: Brand Qualitätsfleisch).

Screenshot:

Online-Beitrag auf www.osnabrueck.de über die Fleischerei Witte (geteilt über soziale Medien)

Die alltägliche Arbeitsbelastung der Kleinst- und Kleinunternehmen im Bereich des Lebensmittelhandwerkes scheint allerdings so hoch zu sein, dass kaum Zeit für strategische und Marketing-Planungen bleibt. Ziel des Wf4.o-Managements ist auch hier der Aufbau eines Netzwerkes, in dem gemeinsame Maßnahmen entwickelt werden können. Dazu soll der Kontakt zu einzelnen Betrieben intensiviert werden, um die bestmögliche Ansprache der Zielgruppe abzustimmen.

Direktvermarktung

Von Mitte 2017 bis Mitte 2019 befasste sich die Hochschule Osnabrück im Projekt „Innovative Direktvermarktungswege für Niedersachsen (IDOOL)“ mit dem Thema. Wir nahmen Kontakt zu verschiedenen Akteuren auf und beteiligten uns am Abschluss-Workshop des Projektes im Mai 2019. Neben dem Austausch mit der Hochschule nahmen wir Kontakt zu der örtlichen Ansprechpartnerin der Landwirtschaftskammer auf. Die Fakultät Agrarwissenschaften und Landschaftsarchitektur startet im Februar 2020 das Projekt „Food Future Lab“, in dem es u.a. um innovative Formen der Direktvermarktung geht. Das Wf4.o-Management steht dazu im engen Austausch mit dem federführenden Professor.

Austausch gab es auch mit dem früheren Organisator der Food Assembly „Marktschwärmer“ Osnabrück. Das Konzept wurde über ein Jahr in Osnabrück getestet, jedoch nicht so erfolgreich, dass es wirtschaftlich fortgeführt werden konnte. Im Januar 2018 wurde die „Marktschwärmerei“ zunächst eingestellt, um einen geeigneteren Ort zu finden. Im Sommer 2018 gab es im Rahmen des Austausches mit dem Organisator und dem Wf4.o-Management das Angebot, eine Fördermittelrecherche zu beauftragen sowie diverse Versuche, einen neuen Ort für die Food Assembly zu finden. Unter anderem gab es dafür ein Angebot des Urban Gardening-Vereins „TomatoS“. Der ehemalige Organisator übernahm jedoch zwischenzeitlich einen Gastronomiebetrieb und steht seither für die „Marktschwärmerei“ nicht mehr zur Verfügung.

Im Dezember 2018 wurde ein Nachfolger gefunden, der die „Marktschwärmerei“ an einem anderen Ort wiederaufbauen wollte. Im Juni teilte er jedoch per Mail mit, dass er das Vorhaben aufgibt, da nicht genug Erzeuger zur Teilnahme bewegt werden konnten.

Solidarische Landwirtschaft

Seit 2011 gibt es mit dem CSA Hof Pente die erste Solawi in der Region Osnabrück. 2019 ging mit dem Elshof in Melle die zweite Solawi an den Start. Eine dritte Solawi im nördlichen Osnabrücker Land (Bramsche-Ueffeln) befindet sich in Gründung. Mit allen drei Solawis steht das Wf4.o-Management im Austausch, wir nahmen z.B. teil an den Gründungs-/Informationsveranstaltungen der neuen Solawis (Mai 2019 in Melle, November 2019 in Ueffeln), sowie an den Mitgliederversammlungen der CSA Pente (Juni 2018 und Mai 2019).

Im Frühjahr 2018 hat das Wf4.o-Management die Einrichtung eines Abholdepots im innerstädtisch gelegenen Unverpackt-Laden vom begleitet. Dieses Depot ermöglicht Menschen, die keinen Pkw nutzen können/wollen, Solawi-Mitglied zu werden und ihre Anteile zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem ÖPNV abzuholen. Der inhabergeführte Unverpackt-Laden profitiert ebenfalls von der zusätzlichen Frequenz.



Bild: CSA-Abholdepot im Tara-Unverpackt Laden in Osnabrück

Ziel der Wf4.0 ist die Förderung weiterer Solawis in der Region. Im Herbst 2018 haben wir über einen Kontakt aus der Landwirtschaft den "Beratungsring Osnabrück/Partner der Landwirtschaft" zu diesem Thema angesprochen. Dieser Verband wurde als geeigneter Ansprechpartner empfohlen, da hier eine gewisse Offenheit für das Konzept der Solawi zu erwarten sei. Der Vorschlag wurde dort positiv bewertet, allerdings sei es extrem schwierig, im Osnabrücker Umfeld überhaupt einen Landwirt zu finden, der nicht so spezialisiert sei, dass eine Solawi überhaupt denkbar wäre. Viele der in Frage kommenden Betriebe hätten in den letzten 10 Jahren aufgehört und weitere ständen kurz vor der Betriebsaufgabe.

In Folge der Kontaktaufnahme hat das Projektbüro Wf4.0 ein Handout über den Beratungsring verbreitet. Im Juni 2019 meldete sich daraufhin ein interessierter Hofbetreiber aus dem nördlichen Osnabrücker Land. Aktuell produziert er ausschließlich Rindfleisch. Einrichtungen für die Schweinehaltung sind vorhanden, die Schweinefleischproduktion kann für eine Solawi wiederaufgenommen werden. Außerdem können Honig und Brennholz aus eigener Produktion angeboten werden, die Erweiterung auf Eier und Kartoffeln wäre relativ einfach machbar. Für Gemüse und Molkereiprodukte könnte sich der Landwirt eine Kooperation mit anderen Betrieben vorstellen.

Hierzu haben wir im November 2019 den Kontakt zu der sich in Gründung befindenden Solawi in Bramsche-Ueffeln vermittelt. Diese Solawi startet zunächst ausschließlich mit Gemüse und Obst. Weiterhin wurde der Kontakt zum Netzwerk Solidarische Landwirtschaft vermittelt mit der Empfehlung, dort Mitglied zu werden, sich beraten zu lassen und einen Eintrag für die Suche nach potentiellen Mitgliedern auf der Homepage veröffentlichen zu lassen.

Urban Gardening

Bei der ersten Recherche hat das Projektbüro Wf4.0 insgesamt fünf Urban-Gardening-Initiativen in Osnabrück identifiziert und kontaktiert:

- TomatOS e.V.
- Friedensgarten e.V.
- Allmende Blumenmorgen
- Querbeet
- Essbare Viertel

Eine erste Maßnahme war die Kommunikation dieses Angebotes (s. auch Kommunikationsplanung):

NACHRICHTEN

WUSSTEN SIE SCHON, DASS

... SIE IN OSNABRÜCK NICHT NUR IN SIEBEN KLEINGARTENVEREINEN, SONDERN AUCH IN ZWEI URBAN-GARDENING-VEREINEN IHR EIGENES GEMÜSE ANBAUEN KÖNNEN?

Projekt Wirtschaftsförderung 4.0, C. Rother, -2235 | 21.05.2019

Gemüseanbau findet schon lange nicht mehr nur auf dem Bauernhof oder im Garten des Eigenheims statt. In Osnabrück wird seit spätestens 1916 gemeinsam in der Stadt gegärtnert, in heute insgesamt sieben verschiedenen Kleingartenvereinen.

Eine jüngere Form des „Urban Gardening“ sind Gemeinschaftsgärten im städtischen Raum, die ihren Ursprung im New York der 1970er Jahre haben. In Osnabrück gibt es zum Beispiel mitten in der Altstadt an der Rückseite der Kunsthalle ein Gemüse- und Erdbeerbeet (s. Foto) des Projektes „[☐ Essbare Viertel](#)“, das liebevoll von Anwohnern gepflegt wird.



Über deutlich mehr Fläche verfügen die beiden 2012 gegründeten Urban-Gardening-Vereine. Beide Vereine freuen sich über Interessierte und neue Mitglieder. Die [☐ Friedensgärtner](#) treffen sich an jedem letzten Samstag im Monat in Haste und heißen Gäste gerne willkommen. [TomatOS e.V.](#) an der Bramscher Straße lädt diesen Sonntag (26.5.) ein zum Tag der offenen Tür, mit Pflanzentauschbörse und Musik. Einfach (vor oder nach dem Wählen!) auf einen Kaffee vorbeikommen!

Mehr: <https://www.osnabrueck.de/urbangardening>

Screenshot: Beitrag im städtischen Intranet zum Thema „Urban Gardening“

Urban Gardening Projekte "keimen" teilweise auf kleinstem städtischen Raum. So gibt es beispielsweise in Osnabrück mitten in der Altstadt an der Rückseite der Kunsthalle ein Gemüse-, Erdbeer- und Kunstbeet des Projektes „Essbare Viertel“¹, das liebevoll von AnwohnerInnen gepflegt wird.

Der Verein **RuSpiKo e.V.** nutzt eine kleine Teilfläche der Stadt im Bereich des Naturspielplatzes an der Spichernstraße und dem Verein **Bürgergarten e.V.** wurde im Rahmen der Neugestaltung der Spiel- und Außenanlagen an der Teutoburger Schule eine städtische Parzelle zur Bewirtschaftung überlassen.

Über deutlich mehr Fläche verfügen zwei 2012 gegründete Urban-Gardening-Vereine:

- **TomatOS e.V.**² in einem Gewächshaus und im Freiland eines ehemaligen Gärtnereigeländes

- **Friedensgarten Osnabrück e.V.**³ auf einer ca. 10.000 qm große Wiesenfläche am Haster Weg im Stadtteil Dodesheide, die ehemals als Freifläche einer englischen Grundschule genutzt wurde - jeden letzten Samstag im Monat treffen sich die Friedensgärtner hier und heißen gerne Gäste willkommen

Auch in den sieben Kleingartenvereinen in unterschiedlichen Stadtteilen in Osnabrück, wird Gemüse und Obst "prosumiert" und Gemeinschaft gelebt. Alle Informationen dazu gibt es auf dem gemeinsamen Internetauftritt des Bezirksverbandes Osnabrück der Kleingärtner e.V.: www.kleingarten-os.de⁴



Screenshot: öffentlicher Beitrag auf osnabrueck.de über Urban Gardening in Osnabrück

Nach der ersten Kontaktaufnahme durch das Wf4.0-Management meldete sich die Initiative TomatOS e.V. umgehend zurück, das erste Treffen fand bereits Ende März 2018 statt.

Gegründet hat sich „TomatOS“ im September 2012 als gemeinnütziger Verein, um den nicht mehr genutzten Flächen und Gewächshäusern auf dem Gelände einer ehemaligen Gärtnerei einen sinnvollen neuen Zweck zu geben. So ist auf dem ehemaligen Gärtnereigelände ein innenstadtnaher Gemeinschaftsgarten entstanden, in dem Vereinsmitglieder Freilandflächen sowie Flächen auf Pflanztischen im Gewächshaus anmieten können, um eigenes Gemüse, Obst und Kräuter anzubauen. Der Mitgliedsbeitrag beträgt 30 €/Jahr, dazu kommt eine jährliche Pacht von 0,70 Euro/qm für die Pflanztische im Gewächshaus (1/2 Tisch hat 11 qm) und 0,50 Euro/qm für die Freilandbeete.

Im Gegensatz zu anderen Urban Gardening-Projekten, die häufig öffentlich Raum "besetzen" und meist nur für eine Zwischennutzung geduldet werden, ist hier die Pacht immer für ein Jahr gesichert. Eine weitere Besonderheit ist die Möglichkeit, im Gewächshaus zu gärtnern, auch das gibt es normalerweise im Urban Gardening nicht.

Regelmäßig werden öffentliche Veranstaltungen auf dem Gelände durchgeführt, z.B. das "Gartencafé" im Anschluss an Veranstaltungen auf dem Hasefriedhof sowie Tage der offenen Tür.

Seit 2016 gibt es eine Kooperation mit der Heilpädagogischen Hilfe Osnabrück (HHO), die zusätzliche Mittel einbringt. Mehrere Mitglieder von HHO-Wohnheimen sind im Gewächshaus und auf der Freilandfläche aktiv und bauen gemeinsam mit TomatOS-Mitgliedern Gemüse und Obst an.

Im Jahr 2019 hat man den hinteren Bereich eines der früheren Gewächshäuser zu einem Vereinsraum mit Küche und Aufenthaltsbereich umgebaut.

In Zusammenarbeit mit dem Wf4.o-Management erstellte der Verein 2019 ein Konzept für die Weiterentwicklung zu einem Bildungs- und Begegnungsstandort. Ziele sind die Verbreitung des Wissens über Gemüseanbau und gesunde Ernährung in Theorie und Praxis, die Förderung des Umweltbewusstseins und des Bewusstseins für nachhaltige Lebensmittelerzeugung, die Stärkung der physischen und psychischen Gesundheit von Teilnehmer*innen, Förderung von Kooperation und zwischenmenschlichen Begegnungen, insbesondere zwischen Menschen aus verschiedenen Generationen und - im Sinne der Inklusion - von behinderten und nicht-behinderten Personen. Als Zielgruppen wurden Kinder, Menschen mit Behinderung, Senioren sowie die "Allgemeinbevölkerung" genannt.

Das Wf4.o-Management beauftragte über das Fördermanagement der Stadt Osnabrück eine Fördermittelrecherche für das Vorhaben. Das Ergebnis wurde Mitte Juli 2019 an TomatOS übermittelt. Die Beantragung von Fördermitteln zur Umsetzung der geplanten Maßnahmen ist für 2020 in Planung.

1.2.2 Sozialunternehmen

Nachbarschaftshilfen

Die „Aktive Nachbarschaft Kiwittstraße“ wurde von einer Anwohnerin im November 2017 gegründet. Übergeordneter Verein ist die Wüsteninitiative e.V. Ziel ist es, das Prinzip einer „sorgenden Gemeinschaft“ in der Straße zu etablieren. Aktuell kann man sich telefonisch oder per Mail melden, wird dann in eine Kartei und auf Wunsch in eine Whats-app-Gruppe aufgenommen. Auf diesen Nachbarschaftskreis wird zugegriffen, wenn Unterstützungsbedarf angefragt wird, wie z.B. Versorgung von Blumen oder Haustieren im Urlaub, Begleitung beim Spaziergang, kurzfristige Beaufsichtigung von Kindern, Einkauf im Krankheitsfall usw.

Außerdem werden im Rahmen des Nachbarschaftsnetzwerkes Veranstaltungen in der Straße organisiert. Die Gründerin wohnt seit über 20 Jahren in der Kiwittstraße und hatte sich schon vor zwanzig Jahren in der Nachbarschaftshilfe Kalkhügel/Wüste engagiert. Mit einem Aufruf im Stadtteilmagazin „Wüstenwind“ fand sie weitere Unterstützerinnen. Aktuell engagieren sich ca. 25 Nachbar*innen aktiv in der Gruppe. Die Initiative wird mit Flyern in den Briefkästen und mit einem gelegentlichen Infostand samstagsvormittags beim „nah und gut“-Supermarkt an der Straßeneinkreuzung Kiwittstraße/Rehmstraße beworben. Zum Zeitpunkt des Erstkontaktes zum Wf4.o-Management im Juni 2018 gab es noch kein schriftliches Konzept, keine klare Aufgabenverteilung, keine Kommunikationsplanung.

Inzwischen gibt es ein Logo, eine Vision („Das gemeinsame Ziel ist eine 'sorgende Gemeinschaft': Wir kennen unserer Nachbarn und helfen uns und anderen in unserer Straße.“), es werden regelmäßig gemeinsame Veranstaltungen und Aktionen geplant und umgesetzt. Im August 2018 wurde in einem zweistündigen Workshop, moderiert vom Wf4.o-Management, ein Kommunikationsplan für die Initiative erstellt. Im Sommer 2018 wurden Flyer gedruckt (s. Abbildung) und an alle Haushalte in der Kiwittstraße verteilt.



Abbildung: Flyer zur Mitgliederakquise „Aktive Nachbarschaft Kiwittstraße“

Seit April 2019 gibt es Aufkleber mit dem Logo für Briefkästen. Seit August 2018 gibt es sonntags einen regelmäßigen Qigong-Kurs auf dem Hoffmeyerplatz. Im Sommer wurde ein gemeinsames „White Dinner“ veranstaltet, im Januar ein "Neujahrsglühchen" mit Waffelbacken vor dem Haus Nr. 36. Im April gab es eine gemeinschaftliche Pflanzaktion "Baumscheiben werden Blumenwiesen". Im September 2019 gab es ein gemeinsames Sonntagscafé und eine gemeinschaftliche Aktion "handwerkliche Nachbarschaftshilfe".

Mithilfe von Fördermitteln über die Stadt Osnabrück wurde im Dezember 2019 ein Schaukasten finanziert, der zukünftig auf der Rückseite des Edeka-Marktes die Anwohner*innen über Aktionen und Veranstaltungen informiert. Die Montage des Schaukastens, sowie das Aufstellen einer Bank und eines Büchertauschschrankes, um einen Treffpunkt für die Nachbarschaft auf der Straße zu schaffen, sind für Anfang 2020 geplant.

Im November wurde von einer Bürgerin aus dem Stadtteil Pye der Wunsch zur Gründung eines Nachbarschafts-Ladens als Treffpunkt in Pye an das Wf4.o-Management herangetragen. Es gab einen ersten Termin, indem verschiedene Punkte besprochen und geplant wurden. Es wurden mögliche Kooperationspartner im Stadtteil identifiziert. Eine leerstehende Sparkassenfiliale wurde als möglicher Ort vorgeschlagen. Das Wf4.o-Management unterstützte bei der Kontaktaufnahme zum Eigentümer. Im Dezember 2019 wurde für die Suche nach potentiellen Mitglieder zur Vereinsgründung eine Einladung zu einer ersten Informationsveranstaltung in Postkartenform gedruckt. Das Wf4.o-Management vermittelte den Kontakt zur Wüsteninitiative sowie zur Aktiven Nachbarschaft Kiwittstraße und vereinbarte Termine zum Erfahrungsaustausch im Dezember 2019 und im Januar 2020.

Wünscht Ihr Euch auch,



dass es in Pye einen kleinen Laden gibt, in dem man Brötchen, Schalhefte und eine Zeitung kaufen kann, in dem man eine Tasse Kaffee trinken kann und ein nettes Gespräch kostenlos dazu bekommt? Der Pye zu einem richtigen Ort macht?

Abbildung: Einladung zur ersten Informationsveranstaltung in Pye

Reparaturinitiativen

Zum Ende des Projektzeitraumes gibt es 16 verschiedene Reparatur-Initiativen in Osnabrück und im Osnabrücker Land, die zu unterschiedlichen regelmäßigen und unregelmäßigen Terminen stattfinden. Das erste Repair-Café in Osnabrück wurde 2013 von der Diakonie zusammen mit Ehrenamtlichen, von denen die Initiative ausging, im Café OASE organisiert, seitdem findet es dort einmal monatlich statt. Inzwischen gibt es vier weitere Initiativen in Osnabrück sowie neun im Landkreis.

Ein neues Repair Café im Landkreis steht Ende 2019 kurz vor der Gründung. Vier der zehn Initiativen im östlichen Landkreis wurden seit 2018 neu gegründet. Zur Gründung ist es bei allen Initiativen durch das Engagement Ehrenamtlicher gekommen, die die Termine jeweils überwiegend eigenständig organisieren. Neben diesen Initiativen, die Veranstaltungen im Stil eines Repair Cafés durchführen (teilweise mit alternativen Bezeichnungen wie z.B. Reparatur-Café, Reparaturtreff, Kleine Helferstunde), gibt es weitere Initiativen zum Thema Reparatur.

Die Unternehmerinitiative "Lets Mint" hat im Rahmen eines DBU-Förderprojektes von 2015-2018 Reparaturwerkstätten an drei verschiedenen Schulen im Landkreis eingerichtet, von denen eine Werkstatt noch aktiv ist. Der Kulturverein Petersburg hat am Osnabrücker Hafen eine offene Holzwerkstatt sowie eine Fahrradwerkstatt eingerichtet und veranstaltet regelmäßig die "Flickbar" für gemeinsame Textilarbeiten. Zudem gibt es diverse Fahrrad-Selbsthilfewerkstätten, z.B. von der Flüchtlingshilfe, vom ASTA sowie in Schulen.

Die Ziele der Initiativen sind sehr unterschiedlich, ein Teil der Organisationen möchte keine Weiterentwicklung/Vergrößerung, viele sehen die Tätigkeit als Hobby und Beschäftigung für sich selbst (im Ruhestand), Einflussnahme von außen ist bei diesem Teil eher nicht gewünscht. Ein kleinerer Teil hat eher politische Motive und wünscht Weiterentwicklung/Unterstützung z.B. durch Wf4.o. Ein Mangel an Räumen/Platz ist bei fast allen Initiativen ein Thema. Der Bedarf an finanzieller Unterstützung oder Sachmitteln ist eher sekundär und wenn im niedrigen dreistelligen Bereich. Vereinzelt wird die Zusammenarbeit mit Abfallwirtschaft angestrebt, im Landkreis gibt es bereits solch eine Kooperation mit drei Initiativen. Die Akteure, die umweltpolitisch motiviert sind, wünschen sich eine bessere Vernetzung mit anderen Nachhaltigkeitsinitiativen und gemeinsame Aktionen, z.B. eine Art Nachhaltigkeitsmesse.

Folgende Aktivitäten wurden vom Wf4.o-Management im Projektzeitraum umgesetzt:

- Kommunikation der Repair-Café Termine in Osnabrück über den lokalen digitalen Veranstaltungskalender, auf www.osnabrueck.de/repaircafes (neuer Bereich durch Wf4.o), Terminplanung der "Anstiftung" usw.
- Teilnahme am Austauschtreffen des Netzwerkes der Reparaturinitiativen mit der Kreistagsfraktion der Grünen im Kreishaus Osnabrück im Juni 2018
- Teilnahme am 2. Netzwerktreffen der Reparaturinitiativen in Stadt und Landkreis Osnabrück im Kreishaus im Juli 2018

- Vorstellung bei der Handwerkskammer mit Geschäftsführung sowie dem Leiter Betriebsberatung und Strukturförderung im August 2018
- Gespräch mit Abfallwirtschaftszentrum Osnabrück im Oktober 2018
- Planung und Durchführung des Fachtages "Wegwerfen?Denkste!-Tag" im März 2019 mit 60 Teilnehmenden als Kooperation von Landkreis, Diakonie und Wf4.0 - eingeladen waren alle Aktiven aus Stadt und Landkreis Osnabrück
- Vorbereitung und Moderation eines Workshops „Vision“ im Rahmen des Fachtages mit 22 Teilnehmenden
- Infogespräch für neuen Wahlpflichtkurs „Reparieren“ in der Felix-Nussbaum-Schule im Mai 2019 – Kurs startete im Winterhalbjahr 2019/2020 mit zunächst vier Schüler/-innen
- erstes Treffen zur Gründung einer Arbeitsgruppe "Kommunikation und Vernetzung" im Juli 2019 mit neun Teilnehmer/-innen aus sechs verschiedenen Initiativen (3x Stadt, 2x Landkreis)
- Anfrage zum Start einer Kooperation mit dem Abfallwirtschaftsbetrieb an einem Recyclinghof in der Innenstadt im Herbst 2019 (Rückmeldung des OSB steht im Dezember noch aus)
- Veröffentlichung von Listen "geretteter" Elektrogeräte auf www.osnabrueck.de/repaircafes

Nach Gründung der Arbeitsgruppe „Kommunikation und Vernetzung“ wurde eine Ideenskizze für die zukünftige Zusammenarbeit im Netzwerk abgestimmt (s. Anhang). Dies bildet die Grundlage für die Umsetzung zukünftiger Maßnahmen. Das weitere Vorgehen wird beim zweiten Treffen der Arbeitsgruppe „Kommunikation und Vernetzung“ im Januar 2020 unter Einbeziehung der institutionellen Partner Diakonie und Landkreis Osnabrück abgestimmt.



Abbildung:
Überblick über das Reparatur-Netzwerk der Region und Planung der weiteren Entwicklung.

Soziale Kaufhäuser

In Osnabrück gibt es fünf soziale Kaufhäuser:

- MÖWE - Soziales Kaufhaus
- Jonathans Laden – Soziales Kaufhaus der MÖWE gGmbH in der Innenstadt
- Annas Treff – Café und Verkauf von gebrauchter Kinderkleidung, betrieben vom SKF
- DRK Markt für Alle Osnabrück in der Nähe des Hauptbahnhofes
- Jedes Kind braucht einen Engel - Der Laden – Sozialer Laden für Kinder- und Erwachsenenbekleidung und mehr, betrieben von der Petrusgemeinde

Im Sommer 2018 meldete sich ein ehrenamtlicher Mitarbeiter von „Jonathans Laden“ mit der Bitte um Unterstützung, da der Laden durch eine längerfristige Baustelle in der Straße unter Umsatzeinbußen leide. Daran anschließend gab es einen gemeinsamen Termin im August 2018 mit der Geschäftsführung, einer Kollegin der Stadtmarketinggesellschaft sowie der Wf4.0-Managerin.

Wir haben vereinbart, dass zunächst ein einfacher Marketingplan aufgestellt wird, um den Umsatzeinbußen mit Kommunikationsmaßnahmen entgegen zu wirken. Außerdem ist die MÖWE interessiert daran, das Sortiment um eine Auswahl regional produzierter Waren, die zum Unternehmen passen, zu erweitern. Also z.B. "hand-made", "upcycling" Waren. Entsprechende Kontakte sollen vermittelt werden. Als kurzfristige Maßnahme haben wir der MÖWE Unterstützung bei der Kommunikation ihrer Jubiläumsveranstaltung am 11.8.18 angeboten. In der Folge haben wir die Teilnahme mit einem Informations-Stand beim autofreien Sonntag im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche im September 2018 vermittelt.

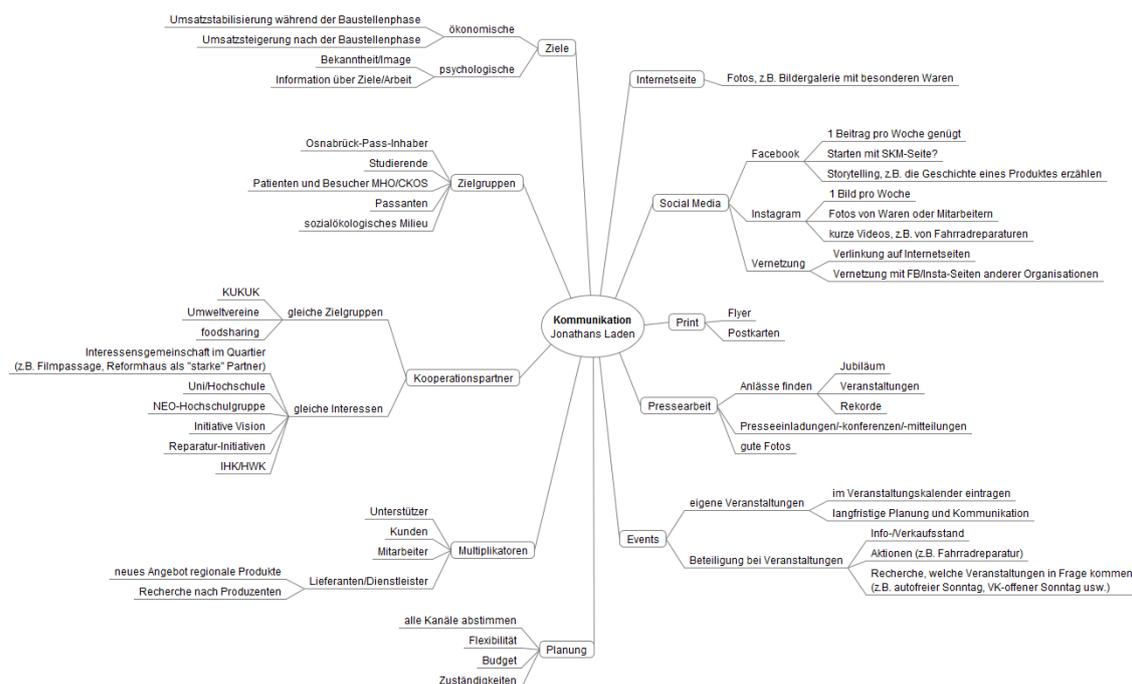


Abbildung: Entwurf für eine Kommunikationsplanung für „Jonathans Laden“

Wuppertal Institut im Juli 2018 beim BMU eingereicht. Der Verein Pumpipumpe selbst sowie verschiedene regionale Akteure unterstützen die Projektidee mit einem Letter of Intent. Im Dezember 2018 wurde das Projekt abgelehnt.

Das Konzept haben wir in der Vorbereitung der Projektskizze und im Anschluss an die Förderabsage an verschiedene lokale Akteure kommuniziert mit dem Ziel, eine Umsetzung zu erreichen. Bisher gibt es jedoch noch keine konkreten Umsetzungspläne.

Gemeinschaftliche Wohnprojekte

Im Rahmen des Familienbündnisses Osnabrück gibt es eine Projektgruppe „Gemeinschaftliches Wohnen“. Der Sprecher der Projektgruppe nahm im April 2018 Kontakt auf zum Wf4.o-Management mit der Bitte um Unterstützung einer Gruppe, die ein gemeinschaftliches Wohnprojekt umsetzen wollten.

Die Gruppe mit dem Arbeitstitel „XY“ gab es von November 2017 bis ca. August 2018. Ziel war, gemeinsam in einem Haus ein gemeinschaftliches Wohnprojekt zu starten, um im Alter nicht im Heim wohnen zu müssen, bezahlbaren Wohnraum mit Dauerwohnrecht zu haben und sich gegenseitig unterstützen zu können. Für das Wohnprojekt hatten sich 3 Männer und 10 Frauen zusammengetan (ab 55 Jahre), die sich über eine Anzeige in der Osnabrücker Tageszeitung gefunden hatten. Eine Zusammenarbeit mit dem Wf4.o-Management in Form eines zweiteiligen Leitbild-Workshops erfolgte im April/Mai 2018. Im Mai stieg zunächst ein Ehepaar aus der Gruppe aus. Nachdem sich die Gruppe nicht auf gemeinsame Werte/Regeln einigen konnte, wurde das Vorhaben im Sommer 2018 abgebrochen und die Gruppe trennte sich.

Wohnen für Hilfe Osnabrück

Seit 2015 gibt es in Osnabrück das Projekt Wohnen für Hilfe. Vom Projekt wurde der Leitgedanke wie folgt formuliert: "Wohnen für Hilfe beruht auf der Idee der nachbarschaftlichen, gegenseitigen Hilfe. Es handelt sich hierbei um den Austausch von Dienstleistungen (bzw. Hilfeleistungen). Menschen mit frei verfügbarem Wohnraum in ihrer Wohnung oder ihrem Haus bieten diesen an und erhalten im Gegenzug vom/von der Wohnraumnehmer*in Unterstützung im Alltag." Als eine mögliche Regelung wird vorgeschlagen, pro Quadratmeter bezogenen Wohnraum eine Stunde Hilfe im Monat zu leisten. Der/die Wohnraumnutzer*in muss dann nur die Nebenkosten tragen.

Das Projekt ist in Osnabrück beim AstA angesiedelt, zwei Ansprechpersonen vermitteln die interessierten Eigentümer*innen und Studierenden. Die ehemalige Sozialreferentin des AstA an der Uni Osnabrück erfuhr auf einer Infoveranstaltung in Berlin von der Idee und rief "Wohnen für Hilfe Osnabrück" 2015 ins Leben. Die Kontaktaufnahme erfolgte im Frühjahr/Sommer 2018 durch das Projektbüro Wf4.o. Die bisherige Ansprechperson suchte zu diesem Zeitpunkt aus gesundheitlichen Gründen eine Nachfolge für die Koordinierung. Zuständigkeitshalber wurde das Thema an die 2018 eröffnete Kontaktstelle Wohnraum bei der Stadt übergeben. Es gab schließlich einen gemeinsamen Termin mit den neuen Ansprechpersonen, seit Januar 2019 wird das Projekt wieder aktiv umgesetzt.

1.2.4 Local Business

Heimat shoppen

Ziel der Heimat-shoppen-Aktionstage ist es, die Bedeutung lokaler Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen für die Lebensqualität in Städten, Gemeinden und Regionen ins Bewusstsein zu rücken. Jeweils am 2. Septemberwochenende treten der Handel und weitere Dienstleister und Gastronomen in einer Region gemeinsam unter der Dachmarke „Heimat shoppen“ auf. Um auf die Bedeutung der Branchen aufmerksam zu machen, werden Werbematerialien, wie Flyer und Einkaufstaschen, an den Kunden herausgegeben. Einige Werbegemeinschaften und Unternehmer lassen sich eigene kleine Aktionen einfallen, um mit den Kunden ins Gespräch zu kommen und ihre wichtige Rolle für eine lebendige und attraktive Stadt darzustellen. Ihren Ursprung hat die Aktion in einer Initiative der IHK Mittlerer Niederrhein, die diese 2014 gemeinsam mit örtlichen Werbegemeinschaften ins Leben rief. Seither beteiligen sich jedes Jahr weitere IHK-Bezirke bundesweit an den Aktionstagen.

Die IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim ist seit 2017 dabei. In Osnabrück verantwortet die Stadtmarketinggesellschaft Osnabrück - Marketing und Tourismus GmbH die organisatorische Umsetzung der Aktionstage.

Im April 2018 gab es ein erstes Gespräch des Wf4.0-Managements mit den Verantwortlichen der IHK und der OMT zur gemeinsamen Weiterentwicklung des Themas. In der Folge entwickelten wir die Idee, regionale Produkte in den Fokus zu rücken und mit „Heimat shoppen“ sowohl "in der Heimat" als auch "aus der Heimat" shoppen zu fördern. Daraus ist der erste Pop-up-Regionalladen entstanden, der zu Heimat shoppen im September 2018 umgesetzt wurde (s. auch S. 8ff.). Für 2019 haben wir regionale Produkte noch weiter in den Fokus gerückt, wir organisierten vier Aktionen über einen Zeitraum von neun Tagen rund um das offizielle „Heimat shoppen“-Aktionswochenende.



Abbildung: Flyer „Heimat shoppen 2019“ in Osnabrück (s. auch www.osnabrueck.de/heimat-pop-up)

Citylogistik

Unter dem Label „OSNABRÜCK24.DE“ haben sich bisher sieben Einzelhändler in der Osnabrücker Innenstadt zusammengeschlossen, um eine Citylogistik zur Abholung und Lieferung gemischter Warenkörbe aus dem stationären Handel aufzubauen. Initiator des Konzeptes ist der Geschäftsführer von „Schäffer“, einem inhabergeführten Warenhaus, das es seit 1891 in Osnabrück gibt. Im Dezember 2017 eröffnete Schäffer seinen "Service-Point" in einem derzeit verfügbaren Ladenlokal aus dem eigenen Immobilienbestand, ein paar Schritte vom Haupthaus entfernt, am Rand der Fußgängerzone, gegenüber dem Hauptparkhaus. Hier kann der Kunde seine im Geschäft oder auch online bei Schäffer gekaufte Ware montags bis samstags bis 22 Uhr abholen. Alternativ wird geliefert, am Wunschtage (auch taggleich/„Same-Day delivery“), zwischen 18 und 21 Uhr mit dem Elektro-Lastenrad, oder alternativ als zweite Wahl mit einem Elektroauto. Die Lieferung wird mit 4,90 € berechnet, ab 100 € Einkaufswert ist sie kostenfrei.

Nach der erfolgreichen Startphase seit Dezember 2017 für Schäffer-Kunden hat die City-Logistik im Juli 2018 für weitere Händler geöffnet. Kunden können nun einen gemischten Warenkorb am Ende seines Shoppingtages bis 22 Uhr am zentralen Service-Point abholen oder sich umweltfreundlich liefern lassen. Die Händler teilen sich die Kosten für die Lieferung (6 € pro Kunde) und jeder Händler zahlt 1 € pro Vorgang für die Nutzung des Service-Points. Mit dem Angebot werden in erster Linie Kunden angesprochen, die in der Innenstadt gerne einen angenehmen Shoppingtag inklusive Einkauf, Bummel und Gastronomie-Besuch erleben möchten. Ein Ziel der Händler ist, zu vermeiden, dass diese Kunden sich nur informieren und beraten lassen und am Ende des Tages die Waren im Internet bestellen, weil sie ihre Einkäufe nicht beim weiteren Aufenthalt in der Stadt bei sich tragen möchten. Im Idealfall nehmen diese Kunden ihre Ware mit dem Verkehrsmittel, mit dem sie ohnehin in der Stadt sind, selbst mit nachhause. Mit dem Lieferservice werden besonders ÖPNV-Nutzer und Fahrradfahrer angesprochen. Eine wichtige Zielgruppe sind zudem Senioren und körperlich eingeschränkte Personen, die auf Rollator oder Gehhilfen angewiesen sind und denen durch den Lieferservice der Einkauf in der Stadt erst wieder ermöglicht wird.

Das Wf4.0-Management trat im Sommer 2018 in Austausch mit Schäffer. Wir unterstützten bei der Kommunikation des Angebotes. Zudem vermittelten wir den Kontakt zu regionalen Produzenten, z.B. kam so das regionales Craft-Bier ins Sortiment. Zudem haben wir Schäffer der Bewerbung für den Bundeswettbewerb „Nachhaltige urbane Logistik“ unterstützt (im Juli 2018, Absage folgte im Oktober 2018). Für die Zukunft plant Schäffer ein Nachhaltigkeitsprogramm in Verbindung mit regionalen Produkten, eine entsprechende Zusammenarbeit mit dem Wf4.0-Management ist geplant.



UNTERSTÜTZT DURCH



Sind Sie auch regionaler Händler und möchten Teil unseres Konzepts werden?

KONTAKT

Screenshot: [OSNABRÜCK24.de/unterstützt durch Stadt Osnabrück](https://OSNABRÜCK24.de/unterstützt-durch-Stadt-Osnabrück)

Kooperationen mit dem Lebensmitteleinzelhandel

Im Lebensmitteleinzelhandel in Osnabrück bemühen sich die Märkte der EDEKA und REWE-Gruppen in Osnabrück besonders darum, regionale Produkte ins Sortiment aufzunehmen und sichtbar zu machen. Beispielfhaft soll hier von der Zusammenarbeit mit den Inhabern von drei REWE-Märkten in Osnabrück berichtet werden.

Am 1.11.2017 übernahmen diese zwei Märkte in Osnabrück, ein dritter kam 2019 dazu. Sie nahmen verstärkt regionale Produkte ins Sortiment auf und heben diese auch in der Kommunikation deutlich hervor.

Bei einem gemeinsamen Termin mit dem Wf4.o-Management im Juli 2018 wurden Ziele und Strategien vorgestellt und Möglichkeiten der Zusammenarbeit abgestimmt. Die Konzentration auf regionale Produkte dient in erster Linie der Abhebung von Discountern, geschieht aber auch aus persönlicher Überzeugung. Durch die Selbstständigkeit mit drei eigenen Märkten haben die Inhaber die Möglichkeit, schnell auf Kundenbedürfnisse zu reagieren und flexibel mit neuen Lieferanten zusammenzuarbeiten. Auch kurzfristige Aktionsverkäufe für besondere Produkte sind denkbar. Im Gespräch zeigen sie sich grundsätzlich offen für regionale Kooperationen und Projekte.

Das Wf4.o-Management übermittelte den Inhabern eine Liste mit regionalen Produkten, die für den Verkauf im Supermarkt geeignet wären. Einige der Produkte, darunter Bier, Deo und Quinoa, wurden in der Folge ins Sortiment aufgenommen. Ein weiterer unregelmäßiger Austausch wird fortgeführt.

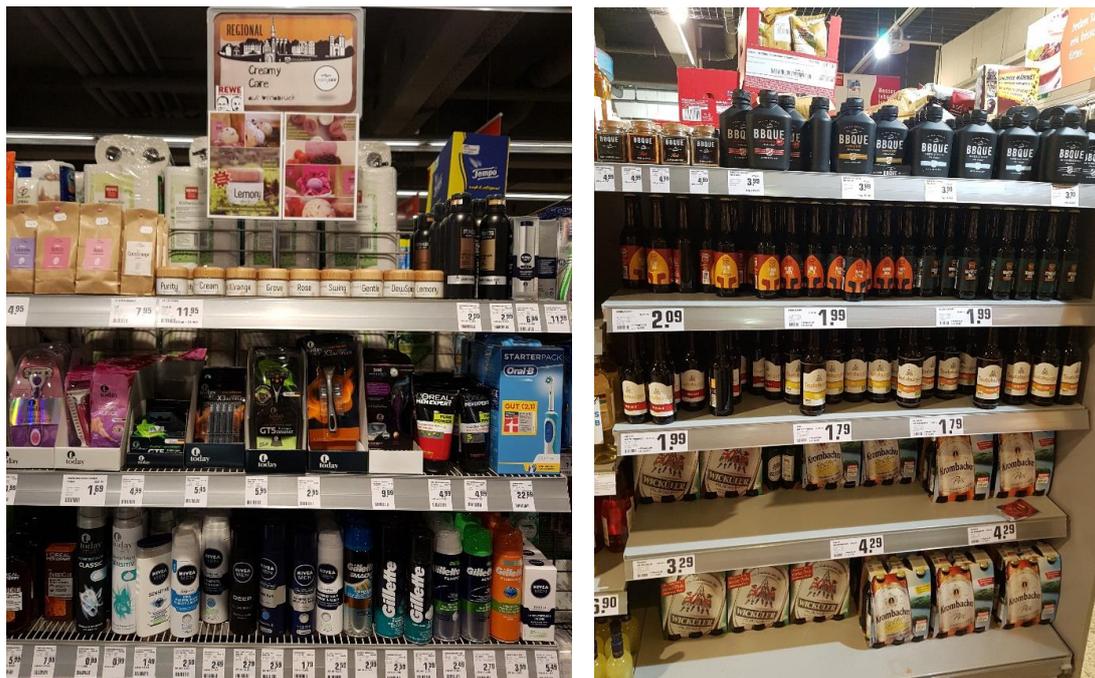


Bild: Präsentation des Osnabrücker Deos und des Osnabrücker Craft-Biers im REWE-Regal

Lokale Gastronomie

Der Verein „WIRTuOS – Osnabrücker Individualgastronomen e.V.“ wurde im Herbst 2018 gegründet als ein Zusammenschluss von ca. 20 Osnabrücker Gastronomen – darunter Inhaberinnen und Inhaber von Restaurants, Bars und Clubs. Ziel ist es, einen kontinuierlichen und partnerschaftlichen Dialog mit der Stadt, Behörden, Politik, Wirtschaft und weiteren Interessengemeinschaften zu führen und zu fördern. Der Verein möchte zu einer verbesserten und positiven öffentlichen Wahrnehmung der Gastronomieszene beitragen und in diesem Sinne das Gewerbe attraktiver, gerechter und sicherer für nationale und internationale Gäste sowie Arbeitgeber und Arbeitnehmer machen.

Der Verein hat sich folgende Ziele gesetzt:

- Interessensvertretung der Mitglieder gegenüber Stadt, Behörden, Politik, Wirtschaft usw.
- Nachhaltigkeit in der Gastronomie
- Verwendung von regionalen Produkten
- verbindliche Hygiene- und Sicherheitsstandards
- Beratung und Unterstützung von Osnabrücker Gastronomen
- Förderung von Integration und Ausbildungsmöglichkeiten
- Veranstaltungen und Kampagnen gegen Drogenmissbrauch, Rassismus und Diskriminierung
- Engagement für die Stadt Osnabrück

Ein erstes Gespräch mit dem Wf4.0-Management wurde im Mai 2019 geführt. Bei der Frage nach Unterstützungsbedarf wurde der Wunsch geäußert, eine Übersicht

möglicher regionaler Erzeuger, die die lokale Gastronomie beliefern können, zu erhalten. Das Wf4.0-Management vermittelte in der Folge die Kooperation mit dem Fachbereich Agrarmarketing der Hochschule Osnabrück. Bei einem gemeinsamen Termin mit der Hochschule im Juli 2019 und vier Mitgliedern des Vereins wurde das weitere Vorgehen besprochen. Seit September 2019 wird eine Bachelorarbeit erarbeitet mit dem Thema „Verwendung und Akzeptanz regionaler Produkte in der Gastronomie“. Ziel ist es, eine Erzeuger-Datenbank für die Gastronomie aufzubauen. Zudem wurden im November 2019 zwei Gruppendiskussionen mit Verbrauchern zur Akzeptanz von regionalen Lebensmitteln in der Gastronomie geführt. Eine Online-Umfrage zu Möglichkeiten der Belieferung der Gastronomie hatten im Dezember 2019 ca. 60 Erzeuger ausgefüllt.

Die Veröffentlichung der Ergebnisse für die lokale Gastronomie ist für 2020 geplant. Eine Weiterentwicklung zur Nutzung für Endverbraucher ist denkbar und von allen Kooperationspartnern gewünscht, dazu gibt es jedoch noch keine konkreten Planungen.

Forschungsarbeit an der Hochschule Osnabrück zu Regionalität in der Gastronomie



Foto: Christine Rother

Im Rahmen einer Kooperation zwischen dem Verein [WIRTuOS](#) der Osnabrücker Individualgastronomen, der [Hochschule Osnabrück](#) und dem Projekt "Wirtschaftsförderung 4.0" entsteht aktuell eine Bachelorarbeit zum Thema "Eingliederung regionaler Produkte in die lokale Gastronomie Osnabrück". Die Studentin Wiebkea Müllenmeister führt dazu eine qualitative Verbraucher- und Lieferantenpotenzialanalyse durch.

Für diese Analyse werden interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher gesucht, die am **13. November um 17:00 Uhr oder um 19:00 Uhr** an einer angeleiteten, ca. **90-minütigen** Gruppendiskussion in der Hochschule teilnehmen können.

Anmeldungen bitte an [wiebkea.muellenmeister\(at\)hs-osnabrueck.de](mailto:wiebkea.muellenmeister(at)hs-osnabrueck.de).

Screenshot:

Ankündigung der Gruppendiskussionen zum Thema „Regionale Produkte in der Gastronomie“.

Leerstandzwischenutzung

Eine erste Zwischenutzung mit regionalen Produkten wurde vom Projektbüro Wf4.0 in Zusammenarbeit mit IHK und Citymanagement anlässlich der Aktionstage „Heimat shoppen“ im Herbst 2018 in vier Geschäften in der leer stehenden Theaterpassage gemeinsam mit 25 Produzenten organisiert. Im Rahmen des daraus entstandenen Produzenten-Netzwerkes gründete sich im November 2018 eine Arbeitsgruppe "Pop-up-Läden". Hier wurde zur Ansprache von Eigentümern und weiteren relevanten Akteuren ein Informationsblatt „Pop-up-Regionalläden als Leerstandzwischenutzung in Osnabrück“ erstellt (s. Anhang).

Einige Akteure der Arbeitsgruppe realisierten eine weitere Zwischenutzung in der Theaterpassage von September bis Dezember 2019 mit elf Anbietern unter dem Titel „Zwischenzeit – der Pop-up-Store in Osnabrück“ (www.osnabrueck.de/zwischenzeit, s. auch 1.2.2.1). Unterstützung erhielten sie dabei vom Eigentümer, von der Volksbank als Mietsponsor und dem Stadtmarketing sowie dem Wf4.0-Management als Vermittler und Partner für die Kommunikation. Zwei der Anbieter planen aktuell eine Professionalisierung als zentraler Ansprechpartner seitens der potentiellen Zwischennutzer.

Langfristiges Ziel der „Wirtschaftsförderung 4.0“ ist der Aufbau eines professionellen Leerstandsmanagements, das gezielt Zwischenutzungen mit regionalen Akteuren befördert. Kommunale Akteure können die Wirtschaftsförderung und/oder das Citymanagement sein. Eingebunden werden sollten Immobilieneigentümer und -makler sowie die lokalen Produzenten-/Start-up-/Künstler-Szenen. Zurzeit gibt es in Osnabrück kein proaktiv handelndes Leerstandsmanagement.

Aktuell bemüht sich das Wf4.0-Management um die Vermittlung einer Leerstandzwischenutzung für die Weiterführung der „Zwischenzeit“. Dazu wurde Kontakt zu einem ansässigen Immobilienmakler aufgenommen, vereinzelt wurden Eigentümer direkt kontaktiert.



Bild: Die Zwischenzeit-Anbieter*innen vor ihrem Pop-up-Store

1.2.5 Finanzwirtschaft

Regionalwährung

Der Verein Friedensthale e.V. bemühte sich in Osnabrück seit 2008 um die Einführung einer Regionalwährung. Ein persönliches Gespräch mit dem Vorstand führte die Wf4.0-Managerin im April 2018, seither gab es unregelmäßigen Austausch. Die Regionalwährung war geplant für alle Postleitgebiete, die zweistellig an 49 direkt angrenzen. Die Genehmigung (bzw. der Negativbescheid, der besagt, dass das Vorhaben nicht genehmigungspflichtig ist) lag seit April 2018 vor. Aktuell befindet sich der Verein in Auflösung, da es in den vergangenen zehn Jahren nicht gelungen ist, ausreichend Unternehmen in Osnabrück zur Beteiligung zu motivieren. Auch eine geplante Neuaufstellung mit einem neuen Vorstand konnte nicht realisiert werden.

Regionales Crowdfunding

Im März 2018 nahm die Wf4.0-Managerin an einem Gespräch zu Vorstellung des Crowdfunding-Portals „Unser Projekt“ der Stadtwerke Osnabrück AG teil. Mit diesem Konzept unterstützen die Stadtwerke Osnabrück zusammen mit den Menschen aus Osnabrück und Umgebung gemeinnützige Organisationen in der Stadt und Region. Es handelt sich um ein regionales Crowdfunding ("Schwarmfinanzierung"), bei dem Privatpersonen oder auch Unternehmen für unterschiedliche gemeinnützige Projekte auf einer Online-Plattform spenden können. Dabei sind Einzelspenden von bis zu 100 Euro möglich. Ab einer Einzelspende in Höhe von 10 bis 100 Euro verdoppeln die Stadtwerke den Betrag.

Diese Plattform wird geeigneten Zielgruppen der Wirtschaftsförderung 4.0 regelmäßig in Beratungsgesprächen zur Mittelakquise empfohlen.

Regionalwert AG

Als Bürgeraktiengesellschaft organisiert die Regionalwert AG das Zusammenwirken von Kapitalgebern und Partnerbetrieben zum Aufbau einer nachhaltigen Regionalwirtschaft. Die erste Regionalwert AG wurde 2006 in Freiburg gegründet. Mittlerweile gibt es Regionalwert-Aktiengesellschaften in den Räumen München, Hamburg, Rheinland und Berlin-Brandenburg. In einigen weiteren Regionen, darunter das Münsterland, wird an der Gründung gearbeitet. Die Regionalwert AG verbindet gewissenhaftes Wirtschaften mit sozial-ökologischer Wertschöpfung, transparent und nach ausgewiesenen Kriterien. So ist die Wirkung des eingesetzten Geldes stets nachvollziehbar und wird von allen Beteiligten aktiv beeinflusst und mit verantwortet.

In Osnabrück haben wir das Konzept der Regionalwert AG im Rahmen der Transferveranstaltung zum Projekt im November 2019 einem größeren Interessentenkreis erstmals vorgestellt. Einige Bürger und Vertreter unterschiedlicher Organisationen zeigten sich anschließend dem Konzept über sehr interessiert und aufgeschlossen. Für den Aufbau einer Regionalwert AG in der Region Osnabrück wurde nun mit der AG in Bonn vereinbart, dass zunächst eine Fördermittelrecherche beauftragt wird und nach Zusammenstellen einiger Informationen 2020 eine Informationsveranstaltung für potentiell Interessierte angeboten wird. Ziel ist der Aufbau einer Regionalwert AG in der Region Osnabrück.