

**ANHANG**  
**des Abschlussberichts**  
**der Evaluation des**  
**Bundesprogramms Ökologischer Landbau**

im Auftrag der  
Bundesanstalt für Landwirtschaft  
und Ernährung

Berlin, den 3. September 2004

Die Inhalte dieses Anhangs ergänzen den Abschlussbericht der Evaluation des Bundesprogramms Ökologischer Landbau.

## **INHALTSVERZEICHNIS**

<b>A1</b>	<b>PROZESSDATEN .....</b>	<b>1</b>
	A1.1 Prozessdaten des Bundesprogramms .....	1
	A1.2 Prozessdaten Forschungsförderung.....	3
<b>A2</b>	<b>DETAILLIERTE BESCHREIBUNG DER MAßNAHMEN .....</b>	<b>8</b>
<b>A3</b>	<b>AUSFÜHRUNGEN ZUM EVALUATIONSDESIGN .....</b>	<b>37</b>
	A3.1 Theoretische Hintergründe des angelegten Evaluationsdesigns.....	37
	A3.2 Bewertungskriterien und Evaluationsmethoden zu einzelnen Maßnahmen .....	41
	A3.3 Ausführungen zur Datengrundlage .....	53
	A3.3.1 Datengrundlage Messen.....	54
	A3.3.2 Datengrundlage Internet .....	55
	A3.3.3 Datengrundlage Forschung .....	58
	A3.3.4 Datengrundlage übergreifender Befragungen .....	60
	A3.3.5 Teilnehmer des Reflexionsworkshops.....	61
	A3.4 Liste der Gesprächspartner .....	64

<b>A4</b>	<b>MITGLIEDER DER STEUERUNGSGRUPPE DER EVALUATION DES BÖL.....</b>	<b>66</b>
<b>A5</b>	<b>DOKUMENTATION DER GESCHICHTE DES BÖL.....</b>	<b>67</b>
<b>A6</b>	<b>PRÄSENTATION VON STATISTISCHEN ERGEBNISSEN .....</b>	<b>75</b>
	A6.1 Internetportal .....	75
	A6.2 Forschungsförderung .....	86
	A6.3 Landwirtschaftliche Produktion .....	98
	A6.4 Verarbeitung.....	118
	A6.5 Großverbraucher und Handel .....	129
	A6.6 Verbraucher.....	148
<b>A7</b>	<b>PROZESSBEWERTUNG ZUR THEMENFINDUNG UND PROJEKTAUSWAHL IM FORSCHUNGSBEREICH DES BÖL .....</b>	<b>151</b>
	A7.1 Themenfindung .....	151
	A7.1 Themenfindung .....	151
	A7.2 Auswahl von Einzelanträgen/Projekten.....	155

**A1 PROZESSDATEN**

*A1.1 Prozessdaten des Bundesprogramms*

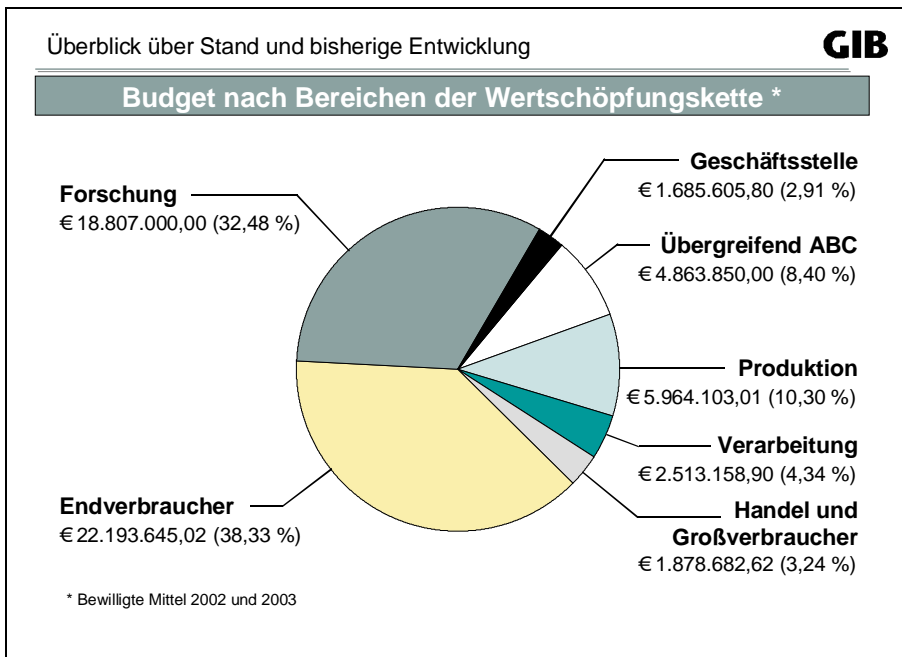


Abb. A1.1 - 1

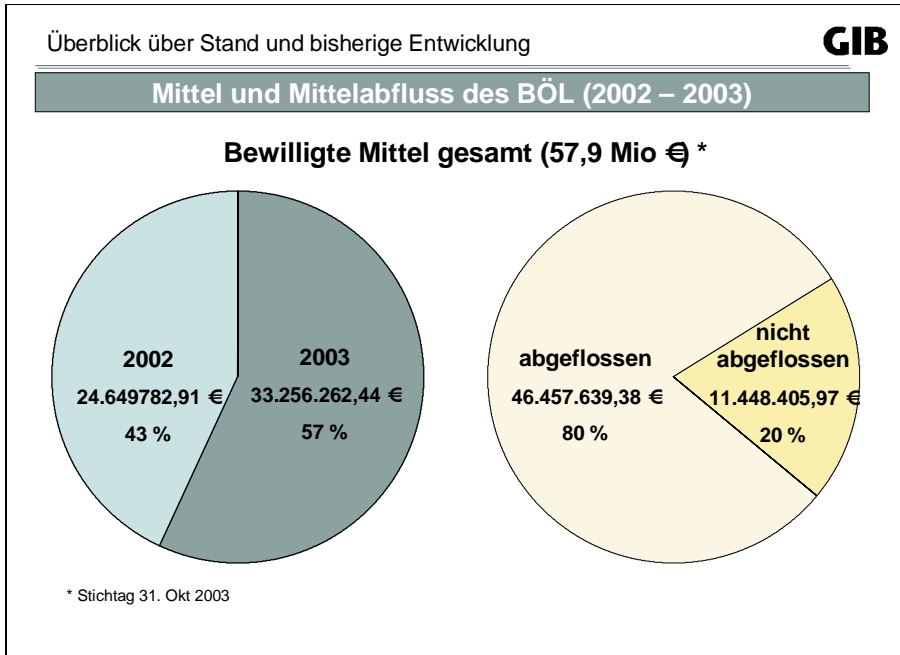


Abb. A1.1 - 2

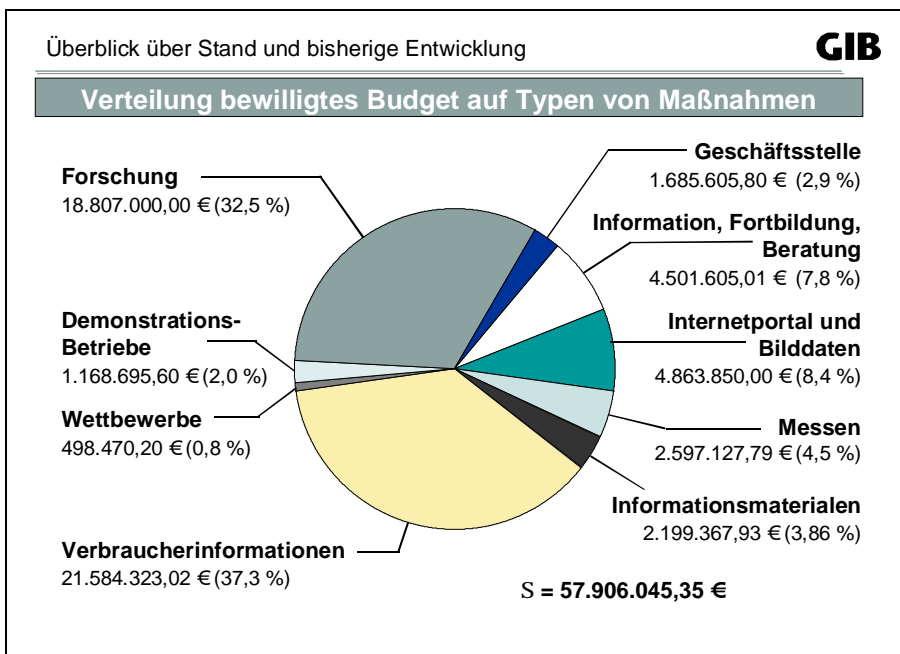


Abb. A1.1 - 3

A1.2 Prozessdaten Forschungsförderung

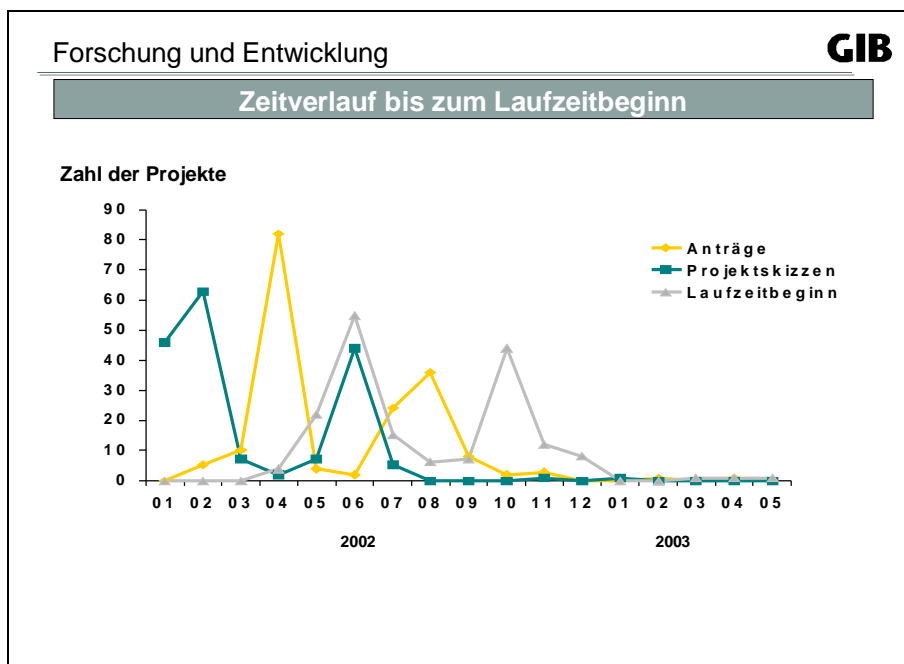


Abb. A1.2 - 1

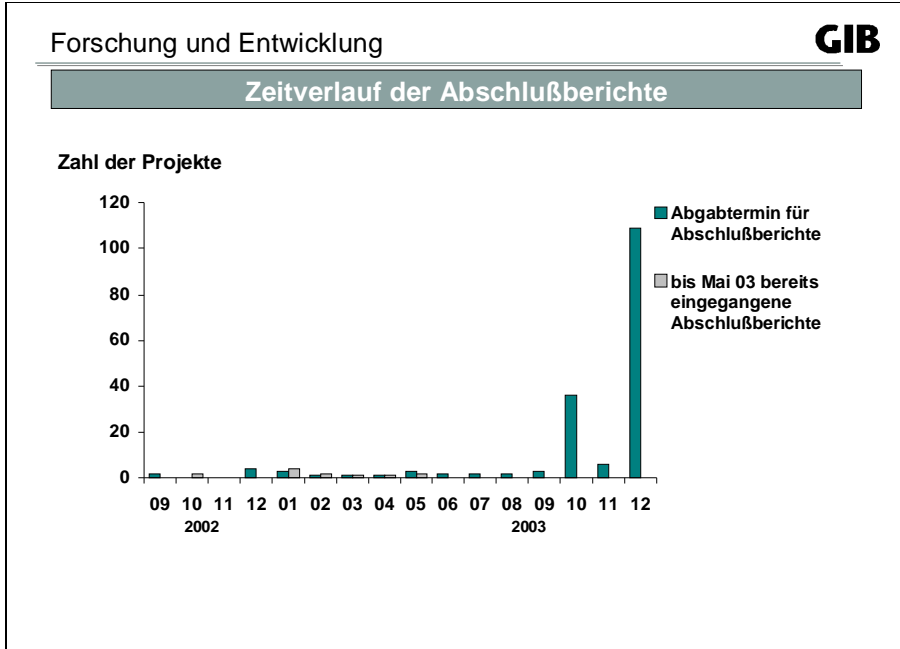


Abb. A1.2 - 2

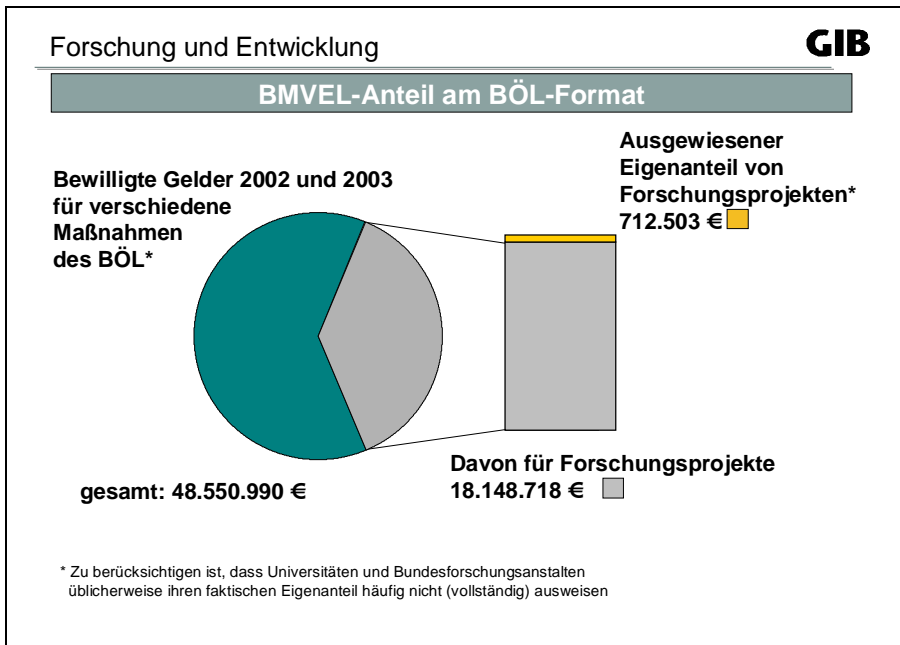


Abb. A1.2 - 3

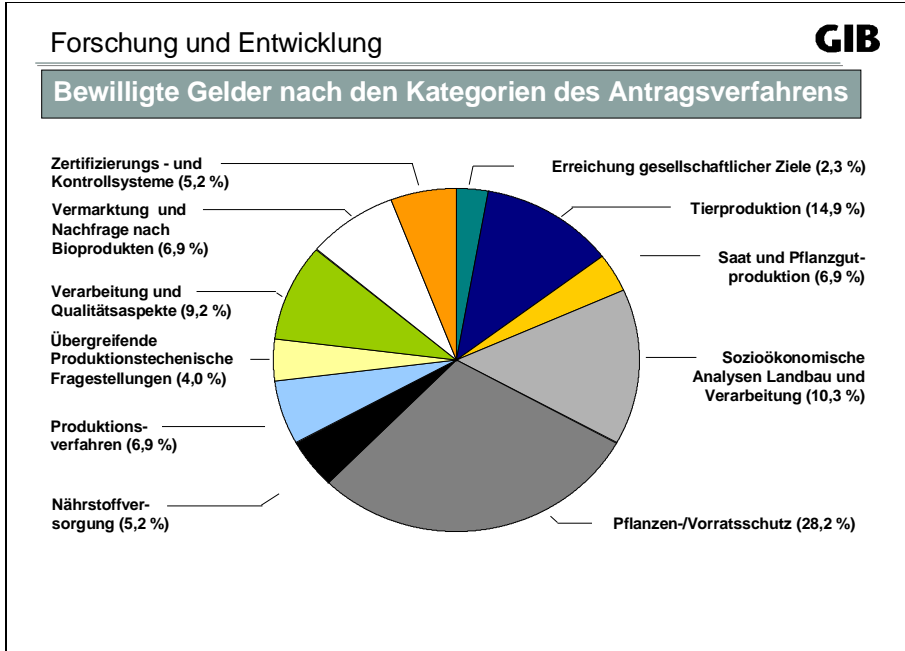


Abb. A1.2 - 4

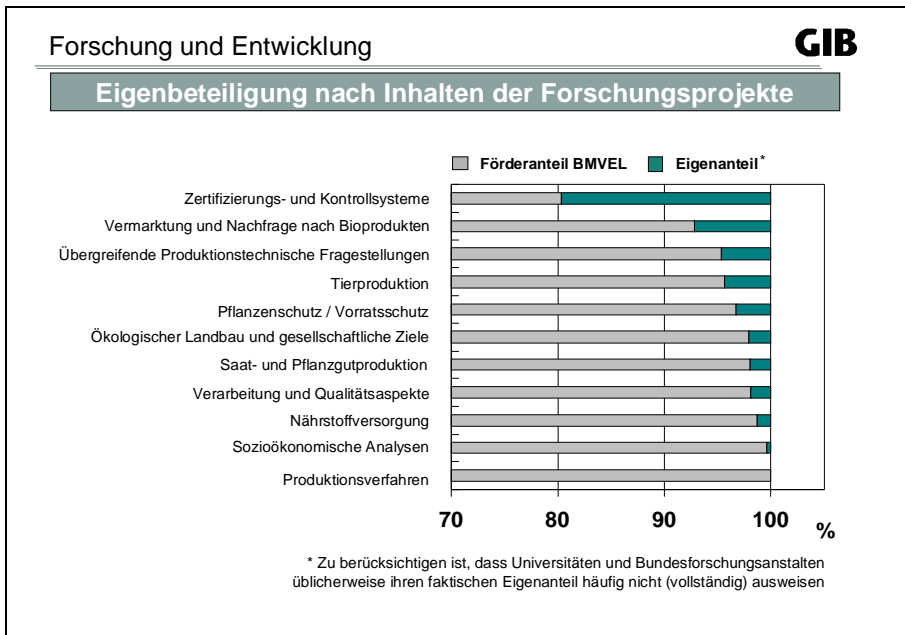


Abb. A1.2 - 5



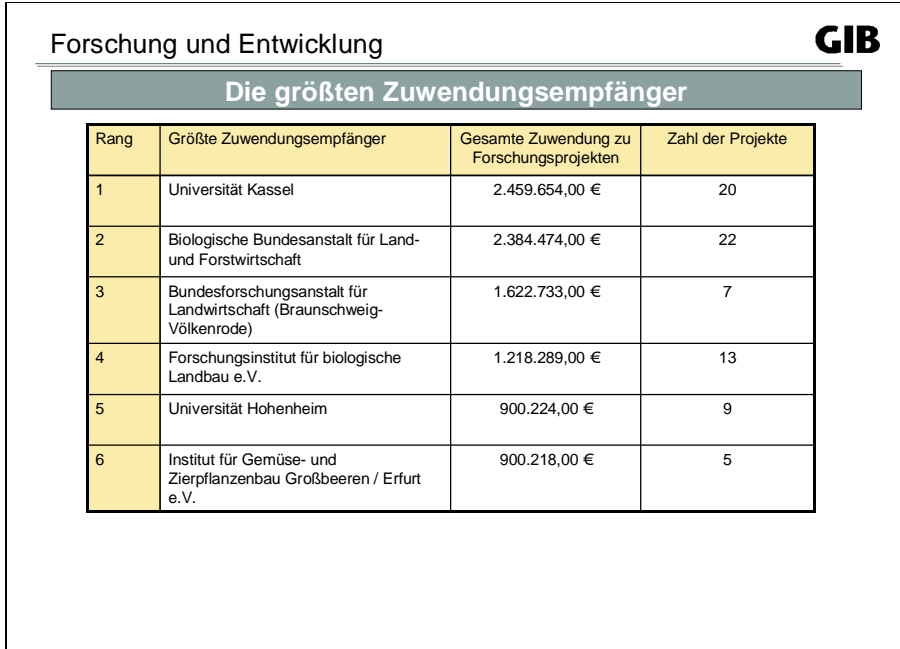


Abb. A1.2 - 6

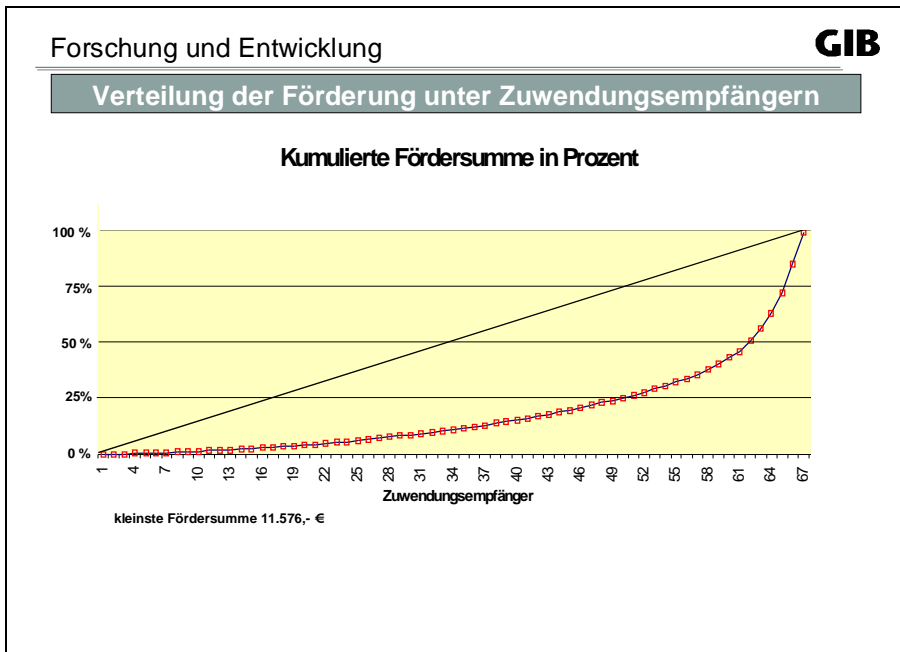


Abb. A1.2 - 7

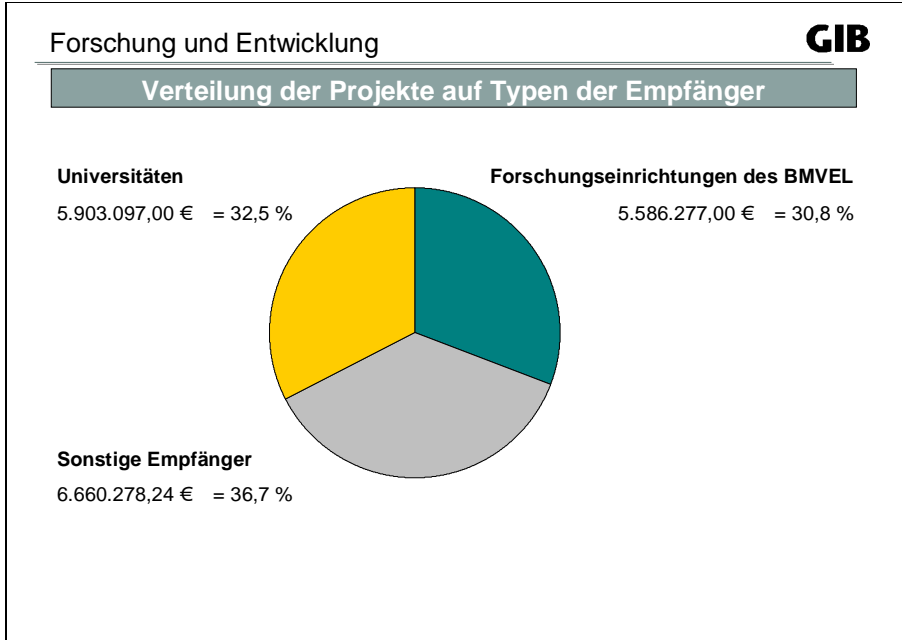


Abb. A1.2 - 8

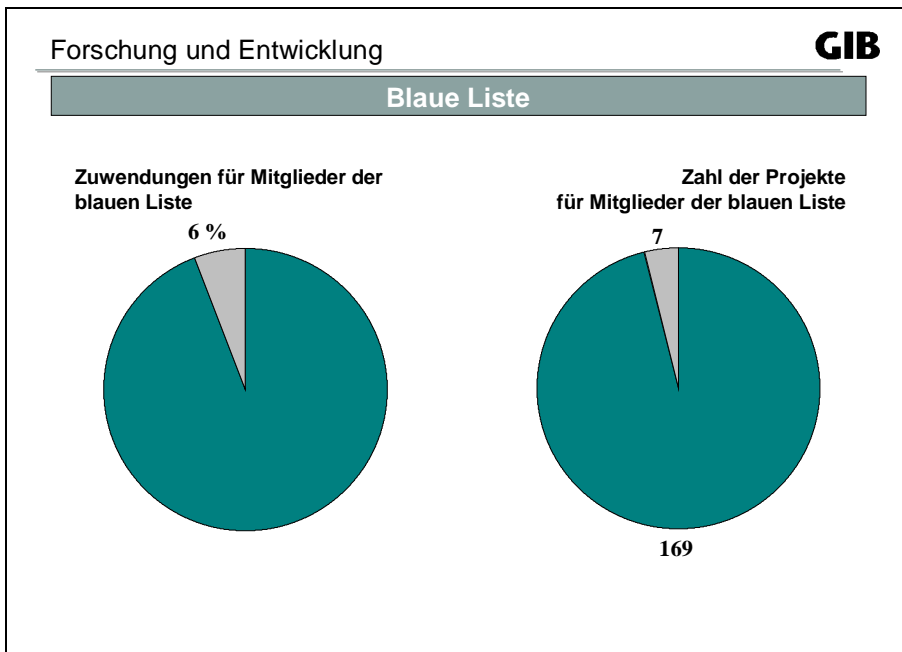


Abb. A1.2 - 9

A2 DETAILLIERTE BESCHREIBUNG DER MAßNAHMEN

**GIB**

**A2 DETAILLIERTE BESCHREIBUNG DER MAßNAHMEN**

### **Maßnahme A1/B1/C1 – Zentrales Internetportal**

Ziele: Mit dem Internetportal *oekolandbau.de* soll verschiedenen Zielgruppen kostenlos, umfassend und bedarfsgerecht Zugriff auf bereits bestehende Informationen ermöglicht und das Image des Öko-Landbaus erhöht werden.

Zielgruppen: Die Zielgruppen sind landwirtschaftliche Erzeuger, Verarbeiter, LEH und Naturkosthandel, Großverbraucher, Wissenschaftler und Verbraucher, und zwar sowohl Neueinsteiger als auch bereits im Öko-Landbau Aktive.

Zeitraumen: Am 5.9.2002 wurde *oekolandbau.de* eröffnet. Schrittweise wurde das Informationsangebot bis Ende November 2003 komplettiert. Das Forum für Wissenschaftler und die Informationsmaterialien für Lehrer und Schüler wurden im Januar 2004 eingestellt. Ende März 2004 soll ein Konzept zur Weiterführung des Portals den Auftrag abschließen.

Aktivitäten: Für die Zielgruppen wurden jeweils Teilportale eingerichtet. Inhaltlich bietet das Portal redaktionelle Beiträge und Links zu bestehenden Angeboten. Diverse Serviceangebote stehen der Presse, Stellensuchenden und anderen Maßnahmen des BÖL zur Verfügung.

Das Internetportal stellt eine zentrale Plattform für das Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) dar. Ein Newsletter informiert wöchentlich über Neuigkeiten und Veranstaltungen im Bereich des Öko-Landbaus i.w.S.

Zielgruppenerreichung: Zwischen 5.9.2003 und 31.10.2003 wurden 270.230 Besuche<sup>1</sup> verzeichnet. Die Teilportale „Kinder“, „Erzeuger“ und „Verbraucher“ wurden im Oktober 2003 am stärksten frequentiert.

Kosten: Das bewilligte Budget für *oekolandbau.de* beträgt 3,801 Mio. €. Dies entspricht 6,56 % des insgesamt bewilligten Budgets für das BÖL. Einem Besuch stehen Kosten von 11,47 € gegenüber.

---

<sup>1</sup> Ein Besucher kann das Internetportal mehrere Male genutzt haben. Zur Ermittlung der unterschiedlichen Besucher ist die Summe der Besuche durch die durchschnittliche Besuchshäufigkeit (nicht bekannt) zu dividieren.

### **Maßnahme A2 – Informationsmaterialien für landwirtschaftliche Berufs- und Fachschulen**

Ziele: Zur Erhöhung der Qualität und des Umfangs der Lehre über den ökologischen Landbau wurde zentral verfügbares Informationsmaterial für landwirtschaftliche Berufs- und Fachschulen erstellt.

Zielgruppen: Das Material richtet sich an Lehrer und Schüler an Fach- und Berufsschulen der Bereiche Landwirtschaft, Garten-, Wein- und Obstbau.

Zeitraumen: Die Arbeit an den Informationsmaterialien wurde im August 2002 aufgenommen und Ende 2003 abgeschlossen. Die Materialien stehen seit Januar 2004 zum kostenlosen Herunterladen im Internetportal *oekolandbau.de* bereit.

Aktivitäten: Nach der Erstellung des Konzeptes wurden die Materialien in Kooperation mit Lehrern der entsprechenden Fachbereiche ausgearbeitet. Der Großteil des Materials besteht aus Hintergrundinformationen (etwa 45 %) und Foliensätzen (ca. 30 %). Außerdem wurden Arbeitsblätter mit Lösungen (20 %) und didaktische Hinweise erarbeitet. Inhaltlich wird ein breites Spektrum abgedeckt: Organisation des Öko-Landbaus, Betriebsumstellung, Grundlagen und Spezifika der Produktion, rechtliche Rahmen des Öko-Landbaus, Besonderheiten der Vermarktung und auch Agrarpolitik. Insgesamt stehen nun etwa 100 Unterrichtseinheiten im Umfang von durchschnittlich 4 Unterrichtsstunden zum Öko-Landbau zur Verfügung.

Zielgruppenerreichung: Das Konzept sieht den Versand des erstellten Materials in Form eines Ordners und auf CD an 650 landwirtschaftliche Fach- und Berufsschulen vor. Weitergehende Aussagen zur Erreichung von Lehrern und Schülern sind zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht möglich.

Kosten: Für diese Maßnahme wurde ein Budget von 939.000 € bewilligt (1,62 % BÖL).

**Maßnahme A3, Los 1 – Einführungsseminare in den ökologischen Landbau für konventionelle Berater**

Ziele: Einführungsseminare für im konventionellen Landbau tätige Berater sollen deren Informationsdefizite abbauen und daneben eventuelle Hemmnisse gegenüber einer Beschäftigung in diesem Bereich abbauen.

Zielgruppe: Diese Maßnahme zielt auf bereits im landwirtschaftlichen Sektor in der Beratung konventionell wirtschaftender Landwirte tätige Fachkräfte.

Zeitraumen: Zwischen Winter 2002 und Dezember 2003 wurden die Seminare angeboten.

Aktivitäten: Konzipiert war die Vermittlung von Grundinformationen zum Öko-Landbau in Veranstaltungseinheiten, bestehend aus 3 Wochenendmodulen à 2 Tage. Die Zielgruppenansprache erfolgte über bestehende Strukturen in den einzelnen Bundesländern. Inhaltlich wurden die Teilnehmer über allgemeine Grundlagen bis hin zu spezifischen fachlichen und regionalen Themen informiert. Die Einführung wurde kombiniert mit praktischen Übungen (Umstellungsübung) und einer Betriebsbesichtigung. Dieses Komplettpaket wurde einmal durchgeführt. In zwei Bundesländern wurden statt mehrtägiger Module 1-tägige Veranstaltungen zu einem Schwerpunktthema durchgeführt. In manchen Bundesländern bestand kein Interesse an den angebotenen Veranstaltungen, in anderen mussten bereits in der Planung befindliche Termine wieder abgesagt werden.

Zielgruppenerreichung: Von 42 geplanten Seminartagen wurden bis Ende Oktober 2003 insgesamt 8 durchgeführt (19 %). Ein Seminartag wurde im Durchschnitt von 11,5 Personen besucht. Die Teilnehmer kamen zur Hälfte aus der Officialberatung. Ein Drittel waren private Landwirtschafts-Berater.

Kosten: Mit 104.777 € waren 0,18 % des BÖL für diese Maßnahme vorgesehen. Bis 31.10.2003 sind allerdings erst 10,4 % davon abgeflossen.

### **Maßnahme A3, Los 2 – Tierhaltung und Tiergesundheit im ökologischen Landbau**

Ziele: Diese Maßnahme zielte auf die fachliche Weiterbildung von Tierärzten im Bereich des ökologischen Landbaus sowie die Behebung von Informationsdefiziten um mögliche Hindernisse vor einer Beschäftigung im Öko-Landbau zu beseitigen.

Zielgruppe: Die Seminare richten sich an Tierärzte, die noch nicht im ökologischen Landbau aktiv sind.

Zeitraumen: Seit November 2002 wurden die Veranstaltungen angeboten. Die Maßnahme endete im Dezember 2003.

Aktivitäten: Die Bekanntmachung der Veranstaltungen erfolgte über direkte Anschreiben, Pressemeldungen in Fachzeitschriften und Mail-Verteiler an Hochschulen und Tierärztekammern. Die Schulungen basierten auf einem modularen Konzept (2 Wochenendseminare, insgesamt 5 Tage). In Modul 1 (3 Tage) wurden die Teilnehmer in die Grundlagen des Öko-Landbaus, Tierhaltung, Tierzucht, Fütterung sowie die rechtlichen Grundlagen eingeführt. Haltung, Fütterung und Zucht wurde für die Tierarten Rinder, Schweine, Hühner, Ziegen und Schafe dargestellt. Modul 2 (2 Tage) informierte über die Besonderheiten der Tiergesundheit, das Spezialgebiet Homöopathie sowie die Betriebsabläufe im Öko-Landbau. Die Seminare wurden durch Betriebsbesichtigungen unterstützt. Die Veranstaltung wurde regional verteilt in Deutschland angeboten. Von zwölf konzipierten Seminaren wurden bis 31.10.2003 neun durchgeführt.

Zielgruppenerreichung: Die Veranstaltungen wurden von 127 Personen wahrgenommen. Davon waren etwa 87 % Tierärzte. Die Teilnehmer kamen aus 10 verschiedenen Bundesländern. Somit hat diese Maßnahme circa 1,7 % der Personen der Zielgruppe erreicht.

Kosten: Bewilligt sind für diese Maßnahme 116.418 €, also 0,2 % des BÖL. Bis 31.10.2003 sind je Teilnehmer Kosten in Höhe von 487 € angefallen.

**Maßnahme A3, Los 3 – Bundesweite Arbeitskreise für Tierärzte und Spezialberater**

Ziele: Zur Erhöhung des Informationsstandes bei Dienstleistern ökologisch wirtschaftender Betriebe werden bundesweite Arbeitskreise angeboten. Durch die Veranstaltung von Workshops soll ein wichtiger Impuls für die Entwicklung von Netzwerken innerhalb der Berater und Tierärzte gegeben werden.

Zielgruppen: Die Veranstaltungen richtet sich an landwirtschaftliche Fachberater der Bereiche Betriebswirtschaft, Rinder-, Schweine-, Geflügelhaltung und Gemüsebau sowie Tierärzte.

Zeitraumen: Zwischen Herbst 2002 und November 2003 wurden die Veranstaltungen durchgeführt. Ein Arbeitskreis dauerte 2 bis 3 volle Tage.

Aktivitäten: Die Zielgruppenansprache erfolgte gezielt über einen Adressverteiler. Durch die Teilnahme an fachlichen Workshops wurden die Akteure der landwirtschaftlichen Fachberatung und Tierärzte teilweise zum ersten Mal auf Bundesebene zusammengeführt und weitergebildet. An einem Wochenende sollte durch gemeinsames Lernen und Erfahren in Fachvorträgen und auch moderierten Diskussionen in einem Arbeitskreis die Basis für das Netzwerk geschaffen werden. Bis zum 31.10.2003 wurden 14 von 21 konzipierten Veranstaltungstagen durchgeführt.

Zielgruppenerreichung: Bei etwa 200 im Öko-Landbau tätigen Fachberatern wurden bis zum Stichtag 31.10. mit 111 Teilnehmern über 50 % dieser Zielgruppe erreicht. Tierärzte konnten kaum erreicht werden (nur 2,4 % der Teilnehmer).

Kosten: Für diese Maßnahme sind 89.786 € vorgesehen. Dieser Betrag entspricht 0,16 % des gesamten für das BÖL bewilligten Budgets. Umgerechnet je Teilnehmer fielen Kosten in Höhe von 648 € an (Übernahme von Reise-, Übernachtungs- und Verpflegungskosten).



**Maßnahme A3, Los 4 – Effiziente Gruppen leiten im ökologischen Land-, Garten- und Weinbau**

Ziele: Die Vermittlung der Grundlagen der Kommunikation in Gruppen (Moderationstechniken, die Organisation und Arbeitstechniken von Gruppensitzungen, Argumentationstechniken und die Planung von der Öffentlichkeitsarbeit) ist das Ziel dieser Maßnahme.

Zielgruppen: In erster Linie sollen ehrenamtlich in der Gruppenarbeit des Öko-Landbaus Aktive angesprochen werden. Außerdem sollten die in der Öffentlichkeitsarbeit des Öko-Landbaus tätige Personen, z.B. bei Verbänden und Erzeugergemeinschaften weitergebildet werden.

Zeitraumen: Zwischen November 2002 und Dezember 2003 wurden die Kurse durchgeführt.

Aktivitäten: In insgesamt 13 durchgeführten Kursen wurden bis zum 31.10.2003 die Teilnehmer in den Grundlagen der Kommunikation in Gruppen unterrichtet. Konzept war ein Intervalltraining, d.h. 3 aufeinander aufbauende Kurse (Grundkurse A und B sowie ein Aufbaukurs) mit der Möglichkeit, zwischen den Kursen das Erlernete umzusetzen. In der Übungs- bzw. Umsetzungsphase zwischen den Kursen stand vom 11. November 2002 bis 31. März 2003 eine Telefonhotline zur Verfügung. Die Teilnehmer konnten dort ihre Fragen z.B. zu einem bevorstehenden Moderationseinsatz klären. Nach den Kursen erhielten die Teilnehmer Unterlagen mit den Kursinhalten, weitergehende Arbeitsanleitungen, Literaturhinweise sowie Bezugsquellen zu Moderationsmaterial übermittelt.

Zielgruppenerreichung: Bis zum Stichtag wurden die Kurse von 160 Personen besucht. Bei den Teilnehmern handelte es sich v.a. um Arbeitskreisleiter und Funktionsträger von Bio-Verbänden. Die Telefonhotline wurde kaum genutzt (insgesamt 8 Anrufe).

Kosten: Mit 94.895 € sind 0,23 % des BÖL-Gesamtbudgets für diese Maßnahme veranschlagt. Bis zum Stichtag flossen je Teilnehmer 354 € ab.

### **Maßnahme A3 – Traineeprogramm**

Ziele: Mit der Entwicklung eines Ausbildungskonzeptes und der probeweisen Durchführung soll ein Instrument zur Ausbildung im Öko-Landbau geschaffen werden. Ein Nebenziel ist die Förderung der Vernetzung zwischen den (angehenden) Öko-Beratern.

Zielgruppen: Dieses Programm sollte Absolventen von Hoch- und Fachhochschulen für eine Tätigkeit in der Beratung des Öko-Landbaus ausbilden. Es war für 25 Teilnehmer ausgelegt.

Zeitraumen: Nach der Erarbeitung des Konzeptes begann die 12-monatige Ausbildung der Trainees im Oktober 2002 und endete im September 2003.

Aktivitäten: Die Ausbildung fand dezentral als *Training-on-the-Job* in den einzelnen Beratungseinrichtungen statt. Die Finanzierung der Trainees erfolgte aus dem Budget der Maßnahme. In vier zentralen fünftägigen Ausbildungseinheiten wurden die Teilnehmer unterrichtet. Die Inhalte bildeten: Betriebswirtschaft, Richtlinien des Öko-Landbaus, Gesprächsführung, telefonische Beratung, Moderation und Gruppenberatung, Präsentation sowie Coachingtechniken. Die Thematik wurde in Referaten und intensiver Kleingruppenarbeit erarbeitet. In der übrigen Zeit sammelten die Trainees Erfahrungen in der praktischen Beratung. Das Programm wurde mit einem Zukunftsworkshop beendet. Nach Abschluss des Traineeprogramms wurde ein auf andere Bereiche des Öko-Landbaus übertragbares Ausbildungskonzept erarbeitet.

Zielgruppenerreichung: Die 25 konzipierten Stellen wurden an 20 verschiedenen Beratungseinrichtungen eingerichtet. Alle Ausbildungsplätze wurden vergeben. Freiwerdende Traineestellen wurden in den ersten Monaten der Ausbildung durch Nachrücker besetzt.

Kosten: Insgesamt stehen für diese Maßnahme 545.000 € (0,94 % des BÖL) zur Verfügung. Bis 31.10.2003 sind etwa 17.750 €/Trainee abgeflossen.

### **Maßnahme A4 – Zuschuss zur Umstellungsberatung**

Ziele: Durch die Übernahme eines Teiles der Kosten für die Umstellungsberatung soll für konventionelle Landwirte der Zugang zur Dienstleistung Beratung erleichtert werden um unternehmerische Fehlentscheidungen zu vermeiden.

Zielgruppen: Als Umsteller kommen konventionelle Landwirtschaftsbetriebe inklusive der Sonderbereiche Garten-, Wein-, Obstbau und Forstwirtschaft in Betracht.

Zeitraumen: Da diese Maßnahme erst ein Notifikationsverfahren bei der EU durchlaufen musste, konnte die offizielle Bekanntgabe (Maßnahmenbeginn) erst am 02.10.2003 erfolgen. Die Maßnahme ist vorläufig befristet bis Ende 2004.

Aktivitäten: Nach erfolgreicher Notifikation können sich im Öko-Landbau erfahrene Berater bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung registrieren lassen. Voraussetzung ist eine mindestens 3-jährige Tätigkeit in der Beratung landwirtschaftlicher Betriebe, von der 2 Jahre in der Umstellungsberatung absolviert wurden. Landwirte können zur Beratung durch die registrierten Fachleute einen Zuschuss von maximal 60 % der Kosten und bis zu 1.000 € erhalten. Voraussetzung für die Auszahlung des Zuschusses ist ein Kurzbericht mit der Darstellung der Beratungsinhalte. Außerdem müssen die Kosten vorab vom Landwirt beglichen worden sein.

Zielgruppenerreichung: Bis zum 31.10.2003 haben sich bundesweit 95 Berater registrieren lassen. Anträge auf Kostenzuschuss wurden nicht eingereicht.

Kosten: Als Budget standen für das Jahr 2003 insgesamt 500.000 € zur Verfügung, also 0,86 % des Gesamtbudgets für das BÖL. Für Zuschüsse im Jahr 2003 sind keine Ausgaben angefallen, da entsprechende Anträge bis 15. Oktober des jeweiligen Kalenderjahres eingegangen sein müssen.

**Maßnahme A5 – Informationsveranstaltungen für konventionelle Landwirte**

Ziele: Die Informationsvermittlung durch diese Maßnahme soll zum Abbau von Defiziten hinsichtlich des Wissens zum ökologischen Landbau bei konventionellen Landwirten beitragen.

Zielgruppen: Die Veranstaltungen richten sich an konventionell wirtschaftende Landwirte inkl. Obst-, Garten- und Weinbauern sowie deren Mitarbeiter.

Zeitraumen: Zwischen Sommer 2002 und dem Winter 2003 fanden die Informationsveranstaltungen statt.

Aktivitäten: Die Öffentlichkeitsarbeit erfolgte hauptsächlich in Fachzeitschriften, so wie in Tageszeitungen und im Internet (*oekolandbau.de*). Die Informationen zum ökologischen Landbau sollten anhand regionaler und fachlicher Schwerpunkte zielgruppengerecht vermittelt werden. Veranstaltungsorte waren landwirtschaftliche Betriebe. Innerhalb von etwa 3 h haben die Teilnehmer neben der allgemeinen Einführung auch Informationen zu einem speziellen Bereich der Landwirtschaft erhalten. Referenten waren Öko-Landwirte, Vertreter von Öko-Verbänden und Berater aus dem Öko-Landbau. Die Durchführung der Veranstaltung auf einem Landwirtschaftsbetrieb sollte die Lernerfolge durch eine begleitende Betriebsbesichtigung erhöhen. Bundesweit wurden bis 31.10.2003 insgesamt 182 Veranstaltungen durchgeführt.

Zielgruppenerreichung: Bis 31.10.2003 besuchten 2.192 Teilnehmer die Informationsveranstaltungen. Dies entspricht 0,2 % der Zielgruppe der in der Landwirtschaft Erwerbstätigen. Die durchschnittliche Teilnehmerzahl einer Informationsveranstaltung betrug 12 Personen. Über ein Drittel der Veranstaltungsbesucher war bereits im Ökolandbau tätig.

Kosten: Die Kosten beliefen sich bis 31.10.2003 auf 126 € je Teilnehmer. Für diese Maßnahme standen insgesamt 460.000 € zur Verfügung (0,79 % des BÖL).

**Maßnahme A5 – Informationsveranstaltungen für Junglandwirte**

Ziele: Junglandwirten sollen eine umfassende Einführung in den ökologischen Landbau erhalten, um dadurch Informationsdefizite abzubauen.

Zielgruppen: Die Zielgruppe Junglandwirte ist nicht exakt definiert. I.A. umfasst diese Gruppe Landwirte in der Ausbildung, Landwirte, die vor einer Hofübernahme stehen oder diese gerade abgeschlossen haben. Die Zielgruppe erstreckte sich sowohl auf ökologische wie auch auf konventionelle Junglandwirte der Bereiche Landwirtschaft, Wein- und Gartenbau.

Zeitraumen: Die erste Veranstaltung fand im Oktober 2002 statt. Das letzte Wochenendseminar wurde im Dezember 2003 durchgeführt.

Aktivitäten: Insgesamt wurden bis 31.10.2003 bundesweit 20 Veranstaltungen durchgeführt. Ein Seminar fand speziell für Jungwinzer statt. Das Informationswochenende für Junggärtner musste mangels Teilnehmern abgesagt werden. Die Kosten für die Übernachtung und Verpflegung wurden aus der Maßnahme finanziert. Referenten aus verschiedenen Funktionen im landwirtschaftlichen Sektor (Landwirte, Berater, Verbandsvertreter) vermittelten die Informationen zum Öko-Landbau mit der Hervorhebung von regionalen Besonderheiten und Produktionsschwerpunkten. Die Vermittlung von theoretischem Wissen wurde von den auf einer Betriebsbesichtigung gewonnen Eindrücken unterstützt.

Zielgruppenerreichung: Die Wochenendseminare wurden bis 31.10.2003 von insgesamt 269 Teilnehmern besucht. Eine Veranstaltung wurde von durchschnittlich 13,5 Teilnehmern besucht. Deren Durchschnittsalter betrug etwa 30 Jahre.

Kosten: Das bewilligte Budget beträgt 215.499 € (0,37 % BÖL). Umgerechnet je Teilnehmer fielen bis 31.10.2003 Kosten von etwa 750 € an.

**Maßnahme A6/1 – Schaffung eines Netzes von Demonstrationbetrieben**

Ziele: Diese Maßnahme hat ein über Deutschland verteiltes Netz von 200 vorbildlich geführten landwirtschaftlichen Demonstrationbetrieben zum Ziel. Die Betriebsleiter dieser Betriebe sollen über die Fähigkeit verfügen, ihre Erfahrungen im Öko-Landbau an interessierte Besucher weiterzugeben, um somit zum Abbau von Informationsdefiziten beizutragen und außerdem das Verständnis für und das Image des Öko-Landbaus zu erhöhen.

Zielgruppen: Die Demonstrationbetriebe stehen allen Interessierten offen. Im Fokus stehen allerdings konventionelle Fachkollegen (Landwirte) die sich über den Öko-Landbau informieren wollen. Als weitere Zielgruppe wurden Verbraucher definiert.

Zeitraumen: Der erste Termin auf einem Demonstrationbetrieb fand im Juli 2002 statt. Der Aufbau des Netzes wurde im September 2002 abgeschlossen. Die Verträge der Betriebe endeten im Dezember 2003.

Aktivitäten: Jeder der 200 Demonstrationbetriebe führte jährlich 8 Veranstaltungen durch. Insgesamt ergeben sich innerhalb von 2 Jahren also 3200 Termine. Inhaltlich kann zwischen fachlichen Veranstaltungen (Hofführungen, Feldbegehungen) und allgemeinen Informationsveranstaltungen (Hoffeste, Weinprobe) unterschieden werden. Die Zuständigkeit für die Öffentlichkeitsarbeit oblag den einzelnen Demonstrationbetrieben.

Zielgruppenerreichung: Insgesamt konnten ca. 340.000 Personen (Hochrechnung) erreicht werden. Die Besucher waren in erster Linie Verbraucher, aber die Betriebe wurden auch von Landwirten, Schulklassen, Verarbeitern und Händlern besucht.

Kosten: Für diese Maßnahme wurden 680.696 €, also 1,18 % des BÖL bereit gestellt. Je Besucher belaufen sich die Kosten auf etwa 2 €. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für die Koordination des Netzes belaufen sich die Kosten auf 3,64 €/je Besucher.

### **Maßnahme A6/2 – Koordination des Netzes von Demonstrationbetrieben**

Ziele: Im Rahmen dieser Maßnahme sollen die 200 Demonstrationbetriebe auf ihre Tätigkeit vorbereitet und insofern unterstützt werden, damit die Öffnungstage der Betriebe ihre Ziele (Information) erreichen können. Dazu zählt auch ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit.

Zielgruppe: Die Zielgruppen sind alle am Öko-Landbau Interessierten (vgl. A6/1).

Zeitraumen: Im Juni 2002 wurden die ersten Betriebe besucht. Die Maßnahme endete mit dem letzten Demonstrationstermin im November 2003.

Aktivitäten: Alle Betriebe wurden besucht und nach dem Entwurf von Materialien zur Öffentlichkeitsarbeit (2000 Flyer je Betrieb, Erkennungsschild, Leitfaden zur Öffentlichkeitsarbeit) mit diesen versorgt. Die zentral durchgeführte Öffentlichkeitsarbeit erstreckt sich von der Auftaktpressekonferenz, über einen bundesweiten „Tag der Demonstrationbetriebe“ bis zu einem Fotowettbewerb. Die Koordinationsstelle dient als Kontaktstelle für an einem Betriebsbesuch interessierte Gruppen, andere Auftragnehmer des BÖL und die Presse. Die Öffnungstermine der Demonstrationbetriebe werden erfasst und im Internet sowie einem Newsletter (Fachpresse, Tageszeitungen) veröffentlicht.

Zielgruppenerreichung: Die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit für das Netz der Demonstrationbetriebe schlägt sich in 626 erfassten Pressemeldungen bis August 2003 nieder. Am „Tag der Demonstrationbetriebe“ wurden auf 128 Betrieben 13.000 Besucher registriert. Zum Fotowettbewerb wurden 18 Wettbewerbsbeiträge von 36 Veranstaltungen eingereicht.

Kosten: Für die Koordination des Demobetriebsnetzes stand ein Budget von 488.000 € (0,84 % BÖL) zur Verfügung. Dieses Budget wurde bis zum Stichtag 31.10.2003 um 14 % überschritten (nachträgliche Erhöhung), so dass sich die Gesamtausgaben bis dahin auf 556.082 € belaufen. Damit ergeben sich für einen Demonstrationbetriebs-Tag Kosten von 170 € für die Koordination.

### **Maßnahme A7 – Konzipierung und Erstellung von Filmreportagen**

Ziele: Die Filmreportagen dienen der Information und bieten Einblicke in die Produktion ökologischer Lebensmittel auf den Landwirtschaftsbetrieben sowie in Unternehmen der Verarbeitung bzw. Außer-Haus-Verpflegung. Primäre Kommunikationsziele sind die Imageverbesserung und die Anregung zur Reflektion der eigenen Einstellung zum Öko-Landbau. Die Kurzfilme dienen der Unterstützung anderer Maßnahmen des BÖL (z.B. Messeauftritte und Informationsveranstaltungen).

Zielgruppen: Dabei handelt es sich um alle Gruppen entlang der Wertschöpfungskette ökologischer Produkte vom Bauernhof bis zum Verbraucher. Prioritär sollen Erzeuger und Verarbeiter angesprochen werden.

Zeitraumen: Die Arbeit wurde im Juni 2002 aufgenommen. Die Kurzfilme zur Präsentation auf Messen wurden fast alle im September 2002 abgenommen. Die Langversionen wurden Ende 2003/Anfang 2004 abgenommen.

Aktivitäten: Die Auftragnehmer waren für die Auswahl von Betrieben, die sich zur Präsentation der Kommunikationsziele eignen, und die Erstellung der acht Filme zuständig. Unter den acht Filmen gibt es drei Kurzfilme (Betriebsporträts Landwirtschaft, Verarbeitung, Außer-Haus-Verpflegung), die zur Präsentation auf Messen zuerst fertiggestellt wurden. Der Auftrag endete mit der Abgabe der Masterbände bei der BLE.

Zielgruppenerreichung: Die Zielgruppenerreichung ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht zu beurteilen, da fast ausschließlich die Kurzfilme präsentiert wurden. Diese wurden v.a. bei Messeauftritten (Maßnahmen A8, B4, C2 – Bio-Erlebnistage) und außerdem auch auf Informationsveranstaltungen für den Lebensmittelhandel (Maßnahme C6) präsentiert.

Kosten: Das bewilligte Budget für die Produktion der Filme beträgt 861.000 € (1,49 % BÖL).



### **Maßnahme A8 – Präsentation des ökologischen Landbaus auf landwirtschaftlichen Fachmessen**

Ziele: Die Präsentation des Öko-Landbaus dient in erster Linie der Informationsvermittlung durch Herstellung von Kontakten zu Informationssuchenden. Durch die Kommunikation eines modernen Images soll die Wahrnehmung des Öko-Landbaus verbessert werden. Die bereits im Öko-Landbau Aktiven soll diese Maßnahme motivieren.

Zielgruppen: Dementsprechend sind die Zielgruppen die Besucher der Fachmessen, also konventionelle und ökologischen Landwirte, sowie alle Personen und Institutionen, die mit den Landwirten geschäftliche Kontakte unterhalten, wie Lieferanten, Dienstleister und Abnehmer. Auf den regionalen Landwirtschafts-Messen bestand ein Großteil der Besucher aus Verbrauchern.

Zeitraumen: Die Messeauftritte fanden zwischen November 2002 (Eurotier) und November 2003 (Agritechnica) statt.

Aktivitäten: Die Präsentation erfolgte sowohl auf internationalen (Eurotier, Agritechnica mit 450-500 m<sup>2</sup> Standfläche) als auch auf regionalen landwirtschaftlichen Fachmessen (in 5 versch. Bundesländern mit jeweils 30 m<sup>2</sup>). Das Informationsangebot gliedert sich in Medien- (Filme, Flyer und Broschüren) und Vortrags-/Gesprächsangebote (Vorträge von Demobetrieben, Diskussionen, Fachgespräche). Die Messeauftritte wurden unterstützt durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Pressemappen, Pressekonferenzen). Die Auftragnehmer dieser Maßnahme können auf die Ergebnisse anderer Maßnahmen (Demobetriebsnetz, Filme) zurückgreifen und dienen der Information über die Aktivitäten anderer Maßnahmen.

Zielgruppenerreichung: Bis zum Stichtag 31.10.2003 haben sich insgesamt ca. 13.000 Besucher an 29 Messtagen über den Öko-Landbau informiert. Es wurden etwa 960 Fachgespräche geführt.

Kosten: Inklusive der Kosten für die Konzeption und Herstellung der Messestände ergibt sich ein Gesamt-Betrag von 1,392 Mio. € (2,4 % BÖL).

## **Maßnahme B2 – Informationsmaterialien zur Verarbeitung ökologischer Erzeugnisse für die Aus- und Weiterbildung in Ernährungshandwerk und –wirtschaft**

Ziele: Die zu erstellenden Informationsmaterialien sollen Informationsdefizite im Verarbeitungsbereich schließen. Besonders große Lücken wurden im Bereich der Herstellung ökologischer Erzeugnisse, aber auch in der Vermarktung ausgemacht.

Zielgruppen: Die Informationsmaterialien richten sich an Lehrer und Schüler an Berufsschulen folgender Berufsgruppen: Bäcker, Fleischer, Brauer/Mälzer, Hauswirtschafter und die entsprechenden Fachverkäufer.

Zeitraumen: Mit der Erstellung der Materialien wurde im September 2002 begonnen. Bis 31.10.2003 waren die Materialien noch nicht vollständig erstellt. Der Öffentlichkeit wurden die Ergebnisse dieser Maßnahme auf der Internationalen Grünen Woche 2004 präsentiert und stehen seither auf *schule.oekolandbau.de* zum Herunterladen zur Verfügung.

Aktivitäten: Die Tätigkeit umfasst neben der Entwicklung der Informationsmaterialien deren Erstellung und den Versand eines Ordners an etwa 850 Berufs- und Fachschulen. Das Ergebnis wird in erster Linie aus Materialien zur Unterrichtsdurchführung bestehen (ca. 25 %Folien, 30 % Arbeitsblätter, darunter auch Exkursionsleitfäden und Filme) aber auch Hintergrundmaterialien (ca. 40 %) und didaktische Informationen für Lehrer (ca. 10 %) umfassen. Insgesamt werden 97 Unterrichtseinheiten konzipiert.

Zielgruppenerreichung: Bis zum Ende der Untersuchung war das Material noch nicht fertiggestellt. Daher können an dieser Stelle keine Aussagen zur Zielgruppenerreichung getroffen werden. Über den Versand der Materialien an die Berufsschulen sind keine weiteren distributiven Aktivitäten im Rahmen dieser Maßnahme vorgesehen.

Kosten: Für diese Maßnahme wurden insgesamt 827.046 € bewilligt (1,43 % BÖL).

### **Maßnahme B3 – Informationen für die Ernährungswirtschaft über den Einsatz ökologisch erzeugter Produkte**

Ziele: Diese Maßnahme zielt auf die Verminderung von Informationsdefiziten hinsichtlich des Einsatzes ökologischer Lebensmittel in der Ernährungswirtschaft.

Zielgruppen: Die Seminare richten sich an die gesamte Ernährungswirtschaft. Diese besteht in erster Linie aus Bäckern/Konditoren, Metzgern/Fleischern, Getränkeherstellern (Bier, Saft, Wein), Obst- und Gemüseverarbeitern, sowie den Produzenten von Feinkost- und Convenienceprodukten.

Zeitraumen: Zwischen September 2002 und November 2003 wurden die Informationsveranstaltungen und Seminare durchgeführt.

Aktivitäten: Die Veranstaltungen lassen sich nach der Länge (kurze 1-stündige, lange 3(-4)-stündige Informationsveranstaltungen, 1-2-tägige Fachseminare) und nach dem inhaltlichen Anspruch (Einsteiger, Praktiker, Experten) unterscheiden. Die Referenten kamen v.a. aus der Praxis und von Verbänden. Die Informationsvermittlung wurde unterstützt durch Info-Materialien bzw. Skripte und die Möglichkeit, sich über eine Telefonhotline beraten zu lassen. Manche Veranstaltungen wurden durch praktische Übungen wie Backversuche begleitet. Die Informationsvermittlung wurde teilweise auch vor Ort in den Betrieben als „in-house-Veranstaltung“ durchgeführt.

Zielgruppenerreichung: Aus den verschiedenen Zielgruppen besuchten insgesamt 1455 Personen die Veranstaltungen. Die Hotlines wurde von ca. 100 Personen genutzt. Zur Reichweite der Skripte können noch keine Aussagen gemacht werden, da diese Materialien noch nicht fertig gestellt sind.

Kosten: Das Budget für diese Maßnahme beläuft sich auf 628.543 € (1,08 % BÖL). Umgerechnet auf die Veranstaltungsteilnehmer ergeben sich durchschnittliche Kosten von 430 €

### **Maßnahme B4 – Präsentation der Verarbeitung ökologischer Erzeugnisse auf Fachmessen**

Ziele: Die Präsentation der Verarbeitung soll Kontakte zu Informationssuchenden herstellen und den Öko-Landbau als moderne Wirtschaftsform kommunizieren. Schließlich dient diese Maßnahme auch der Motivation bereits im Öko-Landbau Aktiver (Funktion als Anlaufstelle bzw. deren Vertretung).

Zielgruppen: Diese Maßnahme richtete sich an die Messebesucher der unterschiedlich ausgerichteten Fachmessen, also den gesamten Bereich der Verarbeitungsbranche inklusive der vor- und v.a. der nachgelagerten Bereiche wie Handel und Gastronomie.

Zeitraumen: Die Messepräsentationen fanden zwischen Oktober 2002 und Oktober 2003 statt.

Aktivitäten: Die Verarbeitung und der Einsatz ökologischer Erzeugnisse wurden verteilt über Deutschland auf 5 Fachmessen (InterMeat/InterMopro, Südback, Sachsenback, Internorga, ANUGA) mit unterschiedlich großen Ständen (100-500 m<sup>2</sup>) für das entsprechende Fachpublikum präsentiert. Broschüren, Fachgespräche, und Diskussions-/Talkrunden boten Informationsmöglichkeiten. Der Messeauftritt wurde durch ein umfassendes Rahmenprogramm (Schauküche, Empfänge, Bewirtung, Livemusik) begleitet. Auf den Messeständen wurde anderen Maßnahmen des BÖL, wie dem Internetportal, den Wettbewerben für Verarbeiter und Öko-Küchen (jeweils Preisverleihung) ein Forum geboten.

Zielgruppenerreichung: Die Informationsangebote des Standes wurden von knapp 20.000 Besuchern (Hochrechnung) wahr genommen. An den insgesamt 23 Messtagen wurden 832 Fachberatungen dokumentiert.

Kosten: Unter Einbeziehung der Mittel für die Erstellung des Messestandes belaufen sich die Gesamtkosten auf 1,205 Mio. €. Dies entspricht 2,1 % des BÖL-Budgets. Bei 20.000 erreichten Personen ergeben sich somit Kosten von 60 € je direkt erreichte Person.

**Maßnahme B5 – Innovationspreis „Bio-Lebensmittel-Verarbeitung“**

Ziele: Dieser Wettbewerb dient der Förderung des Images des Öko-Landbaus und seinen Produkten. Daneben soll Innovationen im Bereich der Lebensmittelverarbeitung die Möglichkeit gegeben werden, sich zu präsentieren (Innovationsförderung).

Zielgruppen: Der Wettbewerb hat seine direkte Zielgruppe in potentiellen Wettbewerbsteilnehmern, also Verarbeitern ökologischer Lebensmittel. Indirekt zielt die Hebung des Images allerdings auf die gesamte Gesellschaft, v.a. aber auf den Handel als Kunde der Verarbeiter und die Endverbraucher.

Zeitraumen: Der Wettbewerb wurde auf der Internationalen Grünen Woche im Januar 2003 ausgelobt. Der Bewerbungszeitraum dauerte vom 3. Februar bis 30. Mai 2003. Die Gewinner wurden auf der ANUGA im Oktober 2003 verliehen.

Aktivitäten: Der Wettbewerb wurde in Präsentationen und Veröffentlichungen, v.a. in der Fachpresse, der Öffentlichkeit vorgestellt. Die Teilnehmer mussten ihre Leistungen in verschiedenen Bereichen darstellen, 5 sogenannte Innovationsfelder, die als Bewertungsschlüssel dienten. Nach einer Vorauswahl durch eine 10-köpfige Jury wurden die verbliebenen Betriebe besucht, um die Hauptpreisträger zu ermitteln. Die Preisverleihung (3 Haupt-, 5 Sonderpreise in Form von Kunstwerken) fand durch Bundesministerin Künast auf der Fachmesse ANUGA 2003 statt. Die Preisverleihung wurde durch Fotos und Pressemitteilungen begleitet.

Zielgruppenerreichung: Insgesamt wurden 120 Bewerbermappen angefordert. Schließlich gingen 48 Bewerbungen ein. Diese kamen v.a. aus folgenden Branchen: Back-/Süßwaren (38 %), Getränkeherstellung (15 %) sowie Molkereien und Fleischverarbeitung (je 12 %).

Kosten: Die Gesamtkosten belaufen sich auf 149.470 €, also 0,26 % des BÖL.

## **Maßnahme C2 – Verbraucherinformation über das Produktionssystem ökologischer Landbau**

Ziel: Die Informationen sollen die wichtigsten Fragen der Verbraucher zum Öko-Landbau beantworten und diesen gleichzeitig ein modernes Image sowie eine positive Einstellung zum Öko-Landbau vermitteln.

Zielgruppen: Die zentrale Zielgruppe sind die Endverbraucher und z.T. Akteure und Initiativen des Öko-Landbaus sowie Hersteller und Handel. Untergruppen der Verbraucher, die speziell angesprochen werden sind Kinder, Schüler, Jugendliche, Studenten, Frauen und junge Familien. Schließlich gehören jegliche Multiplikatoren, insbes. die Presse, zur direkten Zielgruppe.

Zeitraumen: Die 15 Einzelmaßnahmen (vgl. Tab. A2 – 1) des „Bündels“ C2 erstrecken sich über einen Zeitraum zwischen Juli 2002 und März 2004.

Aktivitäten: Die Verbraucherinformationen dieser Maßnahme decken folgende Bereiche ab: Leitfäden zur Öffentlichkeitsarbeit, eine Werbe- bzw. Informationskampagne (Print-, Online-Maßnahmen, PR-Reportagen für Fernsehen und Hörfunk), gezielte Werbeaktionen an einkaufsnahen Orten (LEH und NKH), Umfragen zur Einstellung zu Bio, Wanderausstellungen, verschiedene Informationsstände, Bio-Erlebnistage (Großveranstaltungen) in deutschen Großstädten, Veranstaltungen auf Landwirtschaftsbetrieben, Entwicklung und Distribution eines Kinderspiels sowie die Durchführung eines Filmwettbewerbs zum Öko-Landbau.

Zielgruppenerreichung: Annähernd genaue Aussagen zur Zielgruppenerreichung sind für die Gesamtmaßnahme nicht möglich. Insgesamt wurde gewiss eine 7-stellige Größenordnung erreicht. Allerdings variiert die Qualität der Zielgruppenerreichung zwischen den Maßnahmen stark.

Kosten: Für die Einzelmaßnahmen steht ein Gesamtbudget von 20,2 Mio. € zur Verfügung. Dies entspricht 34,9 % des BÖL. Das Spektrum der für eine Maßnahme zur Verfügung stehenden Mittel reicht von 226.000 € bis zu 9,1 Mio. € für die Werbe- bzw. Informationskampagne.

Nummer	Maßnahme	Bewilligte Mittel	Anteil am BÖL-Budget
C2 33.11, Los 1	Evaluierung von Maßnahmen im Bereich „Verbraucherinformation“	€ 220.000,00	0,4%
C2 33.11, Los 2	Konzeptentwicklung zur Evaluierung des gesamten Bundesprogramms	€ 30.000,00	0,1%
C2 33.110	Konzepte und Leitfäden für Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit im Bereich des ÖL	€ 150.000,00	0,3%
C2 33.112	Konzeption und Erstellung von Wanderausstellungen und Informationsständen zum ÖL (inkl. Verarbeitung) und ökologischen Lebensmitteln	€ 663.021,00	1,1%
C2 33.114	Konzipierung, Vorbereitung und Durchführung von Bio-Erlebnistagen 2003	€ 1.229.297,14	0,3%
C2 33.12	Kampagne zur Information der Verbraucher über den ÖL	€ 9.169.197,56	15,8%
C2 33.13	Presse- und Medienarbeit zur Information der Verbraucher über den ÖL	€ 684.225,00	1,2%
C2 33.14	Konzipierung, Vorbereitung und Durchführung von Bio-Erlebnistagen 2002	€ 2.880.410,82	5,0%
C2 33.15, Los 1	Durchführung von dezentralen Veranstaltungen: Wanderausstellungen	€ 700.000,00	1,2%
C2 33.15, Los 2	Durchführung von dezentralen Veranstaltungen: Informationsstände	€ 900.000,00	1,55%
C2 33.15, Lose 3-6	Bundesweite Durchführung von dezentralen Veranstaltungen auf Höfen/Betrieben	€ 400.000,00	0,78%
C2 33.16	Informationsveranstaltungen über den ÖL für Jugendliche	€ 1.950.000,00	3,4%
C2 33.17	Entwicklung, Produktion und Distribution von Kindergartenspielen zum ÖL	€ 1.753.853,00	3,0%
C2 33.18	Wettbewerb "Ökolandbau" für Studenten an (Film)Hochschulen	€ 740.000,00	1,3%
C2 33.19	Koordination der Maßnahmen zur Verbraucherinformation mit Herstellern und Handel	€ 226.505,00	0,4%
C2 33.80	IGW - Internationale Grüne Woche	€ 137.813,50	0,2%

Tab. A2 - 1: Übersicht über die Maßnahmen zur Verbraucherinformation.

### **Maßnahme C3 – Aufbau eines Bildarchivs zum ökologischen Landbau**

Ziele: Der Aufbau des Bildarchivs soll einen Pool geeigneter, schnell zugänglicher, nutzergerechter Bilder zum Öko-Landbau verfügbar machen. Diese Bilder zielen auf die Darstellung des Öko-Landbaus als moderne Wirtschaftsform in seiner gesamten Vielfalt (regionale Streuung, Darstellung sowohl kleiner und großer Betriebe).

Zielgruppen: Die Bilder dienen der Nutzung durch andere BÖL-Maßnahmen, wie z.B. dem Internet-Portal, den Messe-Präsentationen und den Informationsmaterialien sowie der Presse. Mit der Veröffentlichung des Bildmaterials steht es der gesamten Öffentlichkeit zum Herunterladen zur Verfügung.

Zeitraumen: Zwischen Juni 2002 und September 2003 wurden die Bilder produziert und verschlagwortet.

Aktivitäten: Die insgesamt 3.143 Bilder wurden unter dem Anspruch erstellt, einen umfassenden Einblick in den Öko-Landbau, inkl. der Verarbeitung, der Vermarktung und der Außer-Haus-Verpflegung zu geben. Durch die Dokumentation der eigenen Tätigkeit (Fotografien) sollte anderen Auftragnehmern des BÖL die Möglichkeit gegeben werden, die Bilder zu nutzen. Die Einordnung der Bilder erfolgte in 15 Kategorien in das Bildarchiv. Die Verschlagwortung ermöglicht die Suche nach Bildern innerhalb des Archivs.

Zielgruppenerreichung: Insgesamt wurden über 20 Anfragen von Auftragnehmern des BÖL (A1, A2/B2, A6, A8/B4, C2, C6) und externen Interessenten (Verbände, Zeitschriften) an die Fotografen gestellt. Die letztendliche Bildnutzung nach einer Anfrage und dem Versand der Bilder wurde nicht erfasst.

Kosten: Die Ausgaben für den Aufbau des Bildarchivs betragen 207.501 €. Bei 3.143 Bildern entspricht dies Kosten von etwa 66 € je Fotografie. Das ursprünglich bewilligte Budget entspricht 0,35 % der BÖL-Mittel.



### **Maßnahme C4 – Informationsmaterialien zum ökologischen Landbau für allgemeinbildende Schulen**

Ziele: Diese Maßnahme dient der Information von Schülern (Kinder und Jugendliche) über den ökologischen Landbau und seine Verarbeitungsprozesse.

Zielgruppen: Die Materialien sind für die Schüler aller allgemeinbildenden Schulen. Da in erster Linie die Lehrer die Unterrichtsinhalte bestimmen, sind diese als primäre Zielgruppe zu betrachten und indirekt die Schüler. Lehrer sind als Multiplikatoren von großer Bedeutung für diese Maßnahme.

Zeitraumen: Die Entwicklung der Informationsmaterialien begann im Oktober 2002. Die Vorstellung der Materialien erfolgte auf der IGW Mitte Januar 2004.

Aktivitäten: Die Materialien bauen auf einem modularen Konzept auf. Es handelt sich um Unterrichtseinheiten, Projektvorschläge, „Elementarbausteine Grundwissen Ökolandbau“ sowie Online-Lerneinheiten und ein Online-Quiz. Insgesamt werden 17 Unterrichtseinheiten entwickelt, die zwischen 6 und 12 Schulstunden umfassen. Je Schulstufe werden ca. 160 Seiten Material erstellt. Neben der Vermittlung von Wissen zum Ökolandbau können die Lehrer in jeder Schulstufe auf 5 Projektvorschläge zurückgreifen (z.B. Besuch auf Öko-Bauernhof, Öko-Schulcafé, Bio-Kräutergarten). Nach der Präsentation der Materialien auf der Internationalen Grünen Woche im Januar 2004 stehen die Materialien in der Subdomain *schule.oekolandbau.de* zum kostenlosen Herunterladen bereit.

Zielgruppenerreichung: Über die Zielgruppenerreichung sind zu diesem Zeitpunkt noch keine Aussagen möglich, da die Maßnahme noch nicht abgeschlossen ist.

Kosten: Das bewilligte Budget betrug 433.322 €. Das entspricht 0,75 % des BÖL.

### **Maßnahme C5 – Wettbewerb „Ökologischer Landbau in der Schule“**

Ziele: Der Schulwettbewerb dient der Auseinandersetzung der Schüler und Lehrer mit der Lebensmittelerzeugung und den Produktionsmethoden im Ökolandbau. Auf diese Weise sollen Informationsdefizite behoben und das Image des Öko-Landbaus und seiner Produkte gesteigert werden.

Zielgruppen: Der Wettbewerb richtet sich an Schüler und Lehrer aller Schularten und Klassen in Deutschland.

Zeitraumen: Die Auslobung fand am 17. Januar 2003 auf der Internationalen Grünen Woche statt. Einsendeschluss für Wettbewerbsbeiträge war der 20. April. Am 27. Juni 2003 erfolgte durch Bundesministerin Künast die Preisverleihung im Bundespresseamt in Berlin.

Aktivitäten: Die Bekanntmachung des Wettbewerbs erfolgte u.a. über Direct-Mailings an 28.500 Schulen in Deutschland. Außerdem wurde die zentrale Internetplattform [www.bio-find-ich-kuhl.de](http://www.bio-find-ich-kuhl.de) eingerichtet. Lehrer und Schüler fanden hier Informationen und Hintergrundmaterial (didaktische Hinweise) zum Wettbewerb. Die Wettbewerbskategorien waren Plakat (586), Hörspiel/Audioreportage (59) und Website (81 Beiträge). Möglich waren sowohl Einzel- als auch Klassenbeiträge in 5 Altersgruppen. Als Preise winkten z.B. ein Ausflug auf einen Bio-Bauernhof, eine Digitalkamera oder eine 2-tägige Reise nach Berlin für die gesamte Klasse. Die Bewertungskriterien der Jury waren Originalität und Kreativität der Beiträge sowie das Engagement mit dem Thema Öko-Landbau.

Zielgruppenerreichung: Insgesamt gingen 726 Einzelbeiträge ein, die von 4.127 Teilnehmern eingereicht wurden. 174 Pressemeldungen (Tagzeitungen, Fernsehen, Internet) wurden dokumentiert: 114 vor und 60 nach der Preisverleihung.

Kosten: Die Ausgaben für den Wettbewerb belaufen sich auf 193.952 €. Das ursprünglich bewilligte Budget (176.000 €) entspricht 0,3 % des BÖL-Gesamtbudgets.

**Maßnahme C6 – Informationen für Mitarbeiter in Lebensmitteleinzelhandel und Naturkostfachhandel**

Ziele: Diese Veranstaltungen dienen der Behebung von Informationsdefiziten im Lebensmitteleinzelhandel und im Naturkosthandel. Mittelbar soll dadurch das Image des ökologischen Landbaus erhöht werden.

Zielgruppen: Die Informationen richten sich an Mitarbeiter des Lebensmitteleinzelhandels und des Naturkosthandels. Die Zielgruppe umfasst sowohl das Verkaufspersonal als auch Marktleiter, die für die Warengruppen Verantwortlichen und z.T. auch die Familienangehörigen der Mitarbeiter im Naturkosthandel.

Zeitraumen: Die erste Informationsveranstaltung fand im September 2002 statt. Die Maßnahme endete im Dezember 2003.

Aktivitäten: Die Veranstaltungen wurden auf 2 Lose aufgeteilt getrennt für den LEH und den NKH durchgeführt. Die Informationen zum Ökolandbau wurden auf unterschiedliche Arten und für unterschiedliche Wissensniveaus angeboten: für den LEH gab es Einführungs-, Fortbildungs- und Warengruppenseminare jeweils mit Praxis-Teil. Für die Mitarbeiter des NKH wurden Seminare, Mitarbeitertage (inkl. Familienangehörigen) und Praxisexkursionen angeboten. Den Mitarbeitern beider Branchen (LEH, NKH) sollen die theoretischen Hintergründe zusammen mit praktischen Erfahrungen (durch Betriebsbesichtigungen von Landwirtschaftsbetrieben und Naturkostläden) vermittelt werden. Zur Unterstützung wurden Schulungsmaterialien erstellt. Für den Naturkosthandel stehen 2 Broschüren zur Verfügung (zum Ökolandbau und zur Verarbeitung bzw. Herstellung ökologischer Lebensmittel).

Zielgruppenerreichung: An über 450 Veranstaltungen (Seminare, Praxisexkursionen, Mitarbeitertage) haben insgesamt etwa 3.100 Personen teilgenommen.

Kosten: Insgesamt waren Mittel in Höhe von 778.227,60 € für beide Lose bereitgestellt (1,34 %).

### **Maßnahme C7 – Konzepte, Checklisten und Leitfäden zur Bewertung der Präsentation von Bioprodukten in verschiedenen Verkaufsstätten**

Ziele: Informationsdefizite im Bereich der Produktpräsentation von Lebensmitteln aus ökologischer Produktion sollen abgebaut werden.

Zielgruppen: Die Informationen richten sich an die verschiedenen Verkaufsstellen von Bio-Produkten, wie den Lebensmitteleinzelhandel, Bäcker, Metzger, den Naturkosthandel sowie Reformhäuser.

Zeitraumen: Die Projektbearbeitung begann im September 2002. Die Materialien sollen auf der Fachmesse BioFach zu Beginn dieses Jahres vorgestellt werden.

Aktivitäten: Basierend auf Literaturrecherchen, Tiefeninterviews, Expertengesprächen/Workshops (mit Fachleuten aus dem LEH, Bäckern, Metzgern, Naturkosthandel) wurden Checklisten für die Beurteilung der Präsentation von Bioprodukten entwickelt. In Praxistests (Storechecks) wurden diese auf ihre Tauglichkeit untersucht. Auf der Basis der bei der Erstellung der Leitfäden gesammelten Erfahrungen wird je Vertriebskanal ein Handbuch erstellt. Diese sollen jeweils etwa 40 Seiten umfassen und für die verschiedenen Zielgruppen in Auflagen von etwa 150 Stück gedruckt werden. Dem Handbuch soll eine CD mit den Checklisten beigelegt sein (Möglichkeit der individuellen Anpassung der Checkliste). Die Vermittlung der gewonnenen und erstellten Informationen ist durch Vorträge, den Direktversand an Multiplikatoren und v.a. über das Internet (*oekolandbau.de*) vorgesehen.

Zielgruppenerreichung: Zur Zielgruppenerreichung dieser Maßnahme sind noch keine Aussagen möglich.

Kosten: Das bewilligte Budget für diese Maßnahme betrug 198.940 € (0,34 % des BÖL).

### **Maßnahme C8 – Informationen über den Einsatz ökologisch erzeugter Produkte für Gastronomie und Gemeinschaftsverpfleger**

Ziele: Diese Maßnahme soll Informationsdefizite hinsichtlich der Grundlagen des ökologischen Landbaus und des Einsatzes ökologisch erzeugter Lebensmittel, insbesondere zu deren Bezug, abbauen.

Zielgruppen: Angesprochen werden alle Sparten der Großverbraucher, wie Mensen, Schulen/Kindertagesstätten, Krankenhäuser/Heime, Betriebskantinen sowie die Gastronomie bzw. Hotellerie.

Zeitraumen: Die erste Veranstaltung fand am 19.09.2002 statt. Anfang des Jahres 2004 ist die Abschlussveranstaltung geplant.

Aktivitäten: Die Informationsveranstaltungen werden bundesweit nach einem modularen Konzept durchgeführt. Ein Infomarkt informiert grundlegend über den Öko-Landbau und den Bezug ökologischer Produkte in Form einer kleinen Messe. Workshops oder Fachvorträge sowie Exkursionen auf Landwirtschafts- und Verarbeitungsbetriebe bieten vertiefende Informationen. Informationssuchende können ihre Fragen zum Öko-Landbau bei einer Telefonhotline stellen. Drei Workshops mit den Unterauftragnehmern der regionalen Veranstaltungen sollen nachhaltige Informationsstrukturen für Großverbraucher aufbauen. In 5 Broschüren (je 16 S., Gesamtauflage 83.000, Bestellung über die Hotline möglich) werden für die jeweiligen Sparten erfolgreiche Betriebe und deren Konzepte dargestellt. Für die Abschlussveranstaltung ist die Vorstellung einer Initiative mit beim Endverbraucher bekannten Unternehmen geplant, die in ihrer Betriebsverpflegung Öko-Essen anbieten.

Zielgruppenerreichung: Das 3-modulige Informationspaket wurde 10mal durchgeführt und wurde von ca. 1.000 Personen besucht. Die 3 Beraterworkshops verzeichneten 44 Teilnehmer. Bei der Hotline wurden 1.459 Erstanfragen zum Öko-Landbau, v.a. von Schulen und Kindertagesstätten gezählt.

Kosten: Mit 728.515 € waren für diese Maßnahme 1,26 % des BÖL-Budgets vorgesehen.

### **Maßnahme C9 – Prämierung von Bio-Köchen**

Ziele: Ziel des Wettbewerbs ist die Hebung des Images und des Bekanntheitsgrades des ökologischen Landbaus bzw. der Bio-Küche. Durch die Personifizierung von Vorbildern soll das Interesse an der Verwendung von Bio-Produkten geweckt und mögliche Berührungspunkte abgebaut werden.

Zielgruppen: Direkte Zielgruppe waren die Küchen bzw. Köche, die Mahlzeiten aus ökologischen Lebensmitteln herstellen. Indirekt zielt diese Maßnahme auch auf Multiplikatoren (v.a. die Fachpresse der Gastronomie) sowie den Endverbraucher.

Zeitraumen: Der Wettbewerb wurde am 18.11.2002 ausgeschrieben. Einsendeschluss war der 31.12.2002. Die Preisverleihung fand am 22.03.2003 auf der Fachmesse Internorga statt.

Aktivitäten: Die Ausrichtung des Wettbewerbs umfasste die Entwicklung des Wettbewerbskonzepts, die Bekanntmachung und die Auswahl der Jurymitglieder. Die Teilnehmer mussten sich mit einem Fragebogen (Fragen zu Betriebsart, Speisenangebot, Einkaufsverhalten, andere ökologische Maßnahmen und persönliche Motivation) für die 1. Wettbewerbsrunde bewerben. Nach einer Vorauswahl anhand der Teilnehmerangaben wurde in der 2. Runde auf der Basis der Gestaltung der Speisepläne, des Abwechslungsreichtums, der Mitarbeitermotivation und der Gäste-Kommunikation von der 6-köpfigen Jury entschieden. In sechs Kategorien (Gastronomie, Betriebsrestaurant, Mensa, Klinik/Heim, Schule/Kindertagesstätte, Catering) wurden bis zu 3 Preise vergeben. Die Preisverleihung fand im März 2003 auf der Internorga statt.

Zielgruppenerreichung: Beim Kochwettbewerb bewarben sich 59 Küchen aus den sechs unterschiedlichen Sparten. Die meisten Bewerbungen kamen aus der Gastronomie (19), von Betriebsrestaurants (12) und von Mensen (10). 17 der 59 Teilnehmer erhielten einen Preis.

Kosten: Für den Kochwettbewerb standen 173.000 € zur Verfügung. Dieser Betrag entspricht 0,3 % des Gesamtbudgets des BÖL.

### **Maßnahme FORSCHUNG**

Ziele: Die Förderung der Forschung zum ökologischen Landbau soll zur Vermehrung des gesellschaftlichen Wissens in diesem Bereich beitragen. Durch das Bundesprogramm sollen auch neue Forscher für diesen Bereich gewonnen und Einfluss auf die Themenauswahl der etablierten Forscher ausgeübt werden.

Zielgruppen: Direkte Zielgruppe der Forschungsförderung sind die Forscher, deren Ergebnisse allerdings den entsprechenden Branchen der Wertschöpfungskette bei der Herstellung von Bio-Produkten und letzten Endes der Gesellschaft zugute kommen.

Zeitraumen: Die ersten Forschungsprojekte im BÖL wurden im April 2002 begonnen. Die Projekte enden zwischen Juni 2002 und Mai 2006.

Aktivitäten: Die Forschung betrifft unterschiedliche Bereiche der Gebiete Landwirtschaft, Verarbeitung, Handel, Verbraucher als auch die gesamte Wertschöpfungskette übergreifende Themen. Der Schwerpunkt der Forschung liegt in der landwirtschaftlichen Produktion. Innerhalb der landwirtschaftlichen Produktion wird v.a. zum Pflanzenschutz geforscht.

Zielgruppenerreichung: Insgesamt wurden 183 Forschungsprojekte begonnen, die von 153 unterschiedlichen Personen geleitet werden. Die Forschungseinrichtungen kommen v.a. aus folgenden Bereichen: Hochschule/Universität (35,6 %), Ressortforschung des BMVEL (29,8 %), Landwirtschaftskammern und andere Landeseinrichtungen (9,6 %), private Forschungseinrichtungen (7,7 %). In die durch das BÖL geförderte Forschung sind ca. 270 externe wissenschaftliche Partner und etwa 660 Partner aus der Praxis involviert.

Kosten: Für die Forschung sind 32,05 % des BÖL-Budgets vorgesehen. Dies entspricht 18,6 Mio. €

### A3 AUSFÜHRUNGEN ZUM EVALUATIONSDESIGN

#### A3.1 *Theoretische Hintergründe des angelegten Evaluationsdesigns*

Im Folgenden sollen die (innerhalb der Programmtheorie des BÖL meist impliziten) Modellannahmen kurz wiedergegeben werden. Sie begründen zu einem Teil die Auswahl des jeweiligen Evaluationsdesigns.

**GIB**

Forschung und Entwicklung

**Forschung und Entwicklung aus Sicht der Evaluation**

**Implizite Annahmen des BÖL**

- Es besteht ein allgemeiner/gesellschaftlicher **Bedarf** an mehr Wissen zum Thema ÖL  
*(nicht bloß Problem, bestehendes Wissen Zielgruppe verfügbar zu machen)*
- Die **bestehende Forschungsstruktur** *(Institutionen und Förderungen)* ist nicht geeignet, den Wissensbedarf in hinreichender Geschwindigkeit zu befriedigen
- Im Rahmen der gegebenen Forschungsstruktur *(alternative Fördermöglichkeiten, Karrierechancen, Anschlussmöglichkeiten)* kann eine **weitere Forschungsförderung** durch das BÖL die Wissensproduktion zum Thema beschleunigen.
- Durch die Konditionen der Forschungsförderung (Themenauswahl, Projektskizzen, Modellprojekte etc.) kann die Entstehung **praktisch nutzbare** Ergebnisse zumindest wahrscheinlicher gemacht werden.

Abb. A3.1 - 1



Andere Typen von Maßnahmen **GIB**

**Demonstration von Betrieben aus Sicht der Evaluation**

**Implizite Annahmen des BÖL**

- Landwirten und anderen Zielgruppen haben bestimmte Informationsdefizite, die nur oder zumindest effizienter über **Anschauung** behoben werden können *(oder zumindest bestimmte Untergruppen der Landwirte)*
- Finanzielle Zuwendungen und Nebenanreize (Prestige, Hofverkäufe etc.) sind hinreichend, um Inhaber von Demonstrationsbetrieben zu einer umfangreichen und sachgerechten Auskunft über ihre Betriebe zu **motivieren** *(insbesondere um Konkurrenz der Landwirte untereinander zu kompensieren)*
- Über die Auswahl der Demonstrationsbetriebe lassen sich **zugleich zwei Ziele** verfolgen: Austausch sachgerechter Information und Hebung des Prestiges des ÖL
- Informationssuchende können von Betriebsbesuchen Informationen in hinreichender Qualität und Umfang erwarten, dass sich aus ihrer Sicht die Aufwendungen der Informationssuche *(Zeit- und Reiseaufwand)* **rentieren**
- Relativ stabiles Umfeld (keine Systemschocks wie z.B. Nitrofenskanal)

Abb. A3.1 - 2

Andere Typen von Maßnahmen **GIB**

**Wettbewerbe aus Sicht der Evaluation**

**Implizite Annahmen des BÖL**

- Durch den Kontext der Wettbewerbe (Besetzung der Jury, Auswahlverfahren der Preisträger) kann über einen Wettbewerb/über die Preisverleihung das **Prestige von Preisträgern** gesteigert werden
- Das personifizierte Prestige von Preisträgern kann durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit zur **Hebung des Images** des Ökologischen Landbaus im allgemeinen genutzt werden
- Die **Anreizstrukturen** des Wettbewerbs *(Aussicht auf Preise/Gewinne, Anerkennung, intrinsische Wettbewerbsmentalität der Teilnehmer)* sind hinreichend, die Teilnehmer zu spezifischen Aufwendungen/Handlungen motivieren zu können, über die sich Nebenziele – wie z.B. die Innovationsförderung – verfolgen lassen

Abb. A3.1 - 3

Andere Typen von Maßnahmen **GIB**

**Information, Fortbildung, Beratung aus Sicht der Evaluation**

**Implizite Annahmen des BÖL**

- **Bedarf**, bestehende Informationsdefizite zu beheben, wo sie:
  - Handeln von Akteuren einschränken (z.B. *Veterinäre, die Biobauern nicht beraten können*)
  - Fehlentscheidungen von Akteuren verursachen (z.B. *Landwirte, welche die ihren Informationsbedarf zum Thema ÖL falsch einschätzen*)
- **Marktmechanismen** und Rationalität der Akteure sind nicht zur Behebung von Informationsdefiziten hinreichend
- Über unterschiedlicher **Formen der Wissensvermittlung** (z.B. *Flyer, Seminare, Traineeprogramme*) kann jeweils ein ausgewogenes Kosten-/Nutzenverhältnis von Informationsbeschaffung (*Zeitaufwand von Seminaren etc.*) und Nutzen der Informationen erreicht werden. Dies setzt in Fällen wie z.B. Informationsveranstaltungen weitgehend homogenen Wissenstand voraus
- Über verschiedene Formen der Wissensvermittlung können Informationen **nachhaltig gesichert** werden (Erlebnisse) und weitere, den ÖL begünstigend Motivationswirkungen für Akteure ausgehen (z.B. für Verkaufspersonal)

Abb. A3.1 - 4

Andere Typen von Maßnahmen **GIB**

**Internetportal und Bildarchiv aus Sicht der Evaluation**

**Implizite Annahmen des BÖL**

- **Informationsbedarf** / Bedarf an Bildmaterialien, der sich für relevanten Teil der Zielgruppe über das Internet befriedigen lässt (*Zugang der Zielgruppe zum Internet*)
- Zugang zu Informationen zum Thema ÖL über das Internet **bis lang nicht optimal** (*ungünstiges Verhältnis von Suchaufwand und Qualität zugänglicher Informationen*)
- Möglichkeit, **Vertrauen** der Informationssuchenden zu gewinnen, dass Suche über das Portal innerhalb akzeptablen Zeitaufwands zu Ergebnis führt als auch in Sachgerechtigkeit des Suchergebnisses
- Möglichkeit durch eine zielgruppenangepasste Vorstrukturierung den Suchvorgang **für jeden** Informationssuchenden zu erleichtern
- Keine Verdrängungseffekte für klassische Medien im Bereich des ÖL

Abb. A3.1 - 5

Andere Typen von Maßnahmen **GIB**

**Messeauftritte aus Sicht der Evaluation**

**Implizite Annahmen des BÖL**

- Möglichkeit über Sachkompetenz, materielle Ausstattung/Symbolik **Image** des ÖL für Messebesucher zu beeinflussen
- Hinreichende **Erreichung der Zielgruppe** auf Messen (insbesondere im Vergleich zu Kosten von alternativen Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit)
- Bereitschaft der Messebesucher, während der Messe **Zeit und Aufmerksamkeit** für die Thematik ÖL zu verwenden, entweder
  - zur direkten / ausführlichen Information oder
  - zur Vorstrukturierung einer möglichen, späteren Informationssuche (z.B. Mitnahme von Adressen, Flyern)

Abb. A3.1 - 6

Andere Typen von Maßnahmen **GIB**

**Erstellung von Informationsmaterialien aus Sicht der Evaluation**

**Implizite Annahmen des BÖL**

- **Qualität der Lehre** ist in relevanten Maß von den Unterrichts- und Informationsmaterialien abhängig (*gegenüber z.B. der Ausbildung von Lehrenden, Räumlichkeiten, Lernbereitschaft der Lernenden etc.*)
- **Umfang der Lehre** zum Thema ÖL ist in relevanten Maß auch von leichter Zugänglichkeit der Informationsmaterialien abhängig (*z.B. aufgrund geringeren Aufwands der Unterrichtsvorbereitung – gegenüber z.B. Lehrplänen*)
- **Bedarf** an mehr und besserer Lehre zum Thema ÖL
- **Gegenwärtig Mangel** an leicht zugänglichen, didaktisch und inhaltlich hochwertigen Materialien zum Thema ÖL

Abb. A3.1 - 7

### A3.2 *Bewertungskriterien und Evaluationsmethoden zu einzelnen Maßnahmen*

Während im Bericht die inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung und die Evaluierungsmethoden nur in aggregierter Form für Typen von Maßnahmen dargestellt werden konnten, sollen sie an dieser Stelle noch einmal für die einzelnen Maßnahmen wiedergegeben werden

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A1, B1, C1	Zentrales Internetportal "Ökologischer Landbau"	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effizienzgewinne in der Informationssuche (bei Nutzern)</li> <li>• Selektivität der Zielgruppenansprache / Abdeckung der Zielgruppen</li> <li>• Bekanntheitsgrad in verschiedenen Zielgruppen</li> <li>• Trade-off zwischen Vollständigkeit und Spezialisierung</li> <li>• Abgrenzung zu bzw. Integration von anderen Informationsangeboten / -systemen</li> <li>• Auswirkungen auf die Informationsanbieter</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswertung von Daten der Selbstevaluation</li> <li>• Onlinebefragung von Nutzern (unabhängig von der Selbstevaluation)</li> <li>• Erfassung des Bekanntheitsgrades über repräsentative Befragungen von ausgewählten Zielgruppen</li> <li>• Qualitative Interviews mit Auftragnehmern</li> <li>• Interviews mit sonstigen Informationsanbietern im Bereich des ÖL</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: ja</b></p>	

Abb. A3.2 - 1

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A2 – 31.21	Informationsmaterialien für den Unterricht an landwirtschaftlichen Berufs- und Fachschulen	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedarfsanalyse bei Lehrkräften / zu erwartender Mehrwert gegenüber bestehenden Lehrmaterialien für die Zielgruppe</li> <li>• Akzeptanz und Lerneffekte bei Schülern</li> <li>• Chancen der Integration in der Ausbildung (Umsetzung)</li> <li>• Nutzung von Synergien mit anderen Maßnahmen (A1,B1,C1: Internetportal, A6: Demonstrationsbetriebe, C3 Bildmaterial)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht *	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswertung verfügbarer Nutzungszahlen (z.B. Downloads)</li> <li>• Qualitative Befragung von Auftragnehmern</li> <li>• Interviews mit Lehrkräften und Schülern</li> <li>• Einholung von Experteneinschätzungen zur Eignung des Materials</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	
<p>* Konnte nicht umgesetzt werden, da Materialien für die Evaluation nicht rechtzeitig erstellt wurden</p>		

Abb. A3.2 - 2

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A3 – 31.30	Traineeprogramm für zukünftige Ökoberater	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mittelfristige Bedarfsanalyse für Nachwuchskräfte (Relevanz der Maßnahme)</li> <li>• Übernahmechancen für Trainees (direkter Beitrag zum qualitativen und qualitativen Kapazitätsengpass in der Ökoberatung)</li> <li>• Wettbewerbsanalyse auf dem Beratermarkt / Ursachenanalyse für Kapazitätsengpässe (Marktzutrittsbedingungen)</li> <li>• Implementierungschancen des Ausbildungskonzepts (Nachhaltigkeit)</li> <li>• Qualitativer Mehrwert der systematisierten Ausbildung gegenüber dem traditionellen training „on-the-job“</li> <li>• Möglicher zukünftiger Beitrag zur Behebung von qualitativen und qualitativen Kapazitätsengpässen in der Ökoberatung)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standardisierte Befragung von Einrichtungen der Ökolandbauberatung mit Trainees</li> <li>• Teil-Standardisierte Befragung der Trainees</li> <li>• Interviews mit Auftragnehmer und Unterauftragnehmern</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 3

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A3 - 31.31	Einführungsseminare für Berater, Tierärzte, AK-Leiter	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des Beratungs- bzw. des Fortbildungsbedarfs und des bislang bestehenden Angebote (Fördernotwendigkeit)</li> <li>• quantitativer und qualitativer Mehrwert und Verdrängungseffekte</li> <li>• Lerneffekte bei Fortbildungsteilnehmern und induzierte Folgehandlungen (vor allem Umsetzung des Erlernten)</li> <li>• Nachhaltigkeit der initiierten Arbeitskreise</li> <li>• Sonstige nicht intendierten Wirkungen (Informationstransfer jenseits der Seminarinhalte)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentenanalyse, Auswertung verfügbarer Teilnehmerdaten</li> <li>• standardisierte Befragung von Seminarteilnehmern</li> <li>• Interview von Auftragnehmern</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 4

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A5 – 31.50 Teile A,B,C	Informationsveranstaltungen für aktive Landwirte und deren Mitarbeiter	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selektivität / Abdeckung der Zielgruppe (Charakteristiken der Teilnehmer)</li> <li>• Bedarfsanalyse (Informationsdefizite und Bedarf Defizitbehebung)</li> <li>• Motivation der Teilnehmer / alternative Informationsmöglichkeiten</li> <li>• Informationszugewinn für die Teilnehmer</li> <li>• Induzierte Folgewirkungen (wachsendes Informationsbedürfnis aktiver Bezug von Informationen, etc.)</li> <li>• Folgekontakte zwischen Referenten und Teilnehmern</li> <li>• Synergien und oder Überschneidungen mit anderen BÖL - Maßnahmen</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswertung der Teilnehmerbefragungen</li> <li>• übergreifende Befragung der Zielgruppe</li> <li>• Interviews mit Auftragnehmern und Referenten</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 5

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A5 – 31.51 Teile A,B,C	Informationsveranstaltungen zum Ökologischen Landbau für Junglandwirte/innen	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selektivität und Abdeckung der Zielgruppe, Motivation der TN</li> <li>• Konzeption / Durchführung der Veranstaltungen</li> <li>• Informationszugewinn bei Zielgruppe</li> <li>• „Sachlichkeit“ und „Objektivität“ aus Sicht der TN</li> <li>• Intendierte Folgeeffekte (weitere Informationsaufnahme, inhaltliche Auseinandersetzung, eigene Betriebsplanung, etc. )</li> <li>• Synergien zu anderen Maßnahmen des BÖL</li> <li>• Nicht intendierte Folgeeffekte</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• standardisierte Befragung der Teilnehmer (Vollerhebung)</li> <li>• Ergänzende Fallstudien</li> <li>• Interviews mit Auftragnehmern der Maßnahme</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 6

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A6 – 31.60	Schaffung eines Netzes ökologisch wirtschaftender Demonstrationsbetriebe	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppenerreichung (quantitativ, selektiv) und Quantität / Intensität der durchgeführten Fachgespräch</li> <li>• Bedarfsanalyse</li> <li>• Motivation der Anbieter (Hofverkäufe, Verdrängungseffekte)</li> <li>• Qualifikation der Anbieter (Vermittlungskompetenz)</li> <li>• Informationsgewinn und Mehrwert bei Fachbesuchern (Landwirten, Vermarktern), Induzierte Folgeeffekte (praktische Anschauung) und Determinanten der Inanspruchnahme (Konkurrenz)</li> <li>• Zusammenarbeit / Unterstützung durch Koordinierungsstellen</li> <li>• Synergieeffekte mit anderen Maßnahmen</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswertung von Daten der Koordinierungsstelle</li> <li>• Standardisierte Befragung aller Demonstrationsbetriebe</li> <li>• Stichproben Besuche bei Betriebsöffnungen</li> <li>• übergreifende Befragung von Landwirten</li> <li>• Befragung von Betriebsbesuchern</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: ja</b></p>	

Abb. A3.2 - 7

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A6 – 31.61	Koordination des Netzes von Demonstrationsbetrieben	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität und Intensität der Betreuung von Demobetrieben</li> <li>• Motivation / Einweisung der Leiter von Demobetrieben</li> <li>• Koordinationsleistungen im Netz</li> <li>• Marketing-Mix und Distributionskanäle (zur Erreichung der Zielgruppe)</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (Portal / Subdomain / Messeauftritt / Seminare)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentenanalyse</li> <li>• Interviews mit Auftragnehmern und involvierten Dritten (z.B. Portalbetreibern)</li> <li>• Standardisierte Befragung der Demobetriebe</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: ja</b> (in Verbindung mit A6 – 31.60)</p>	

Abb. A3.2 - 8

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A7 – 31.70 Los 1 & 2	Filmreportagen	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eignung der Filme zur Verfolgung der Kommunikationsziele</li> <li>• Bewertung / Einschätzung durch die Zielgruppe (z.B. Identifikationsmöglichkeit)</li> <li>• Verweildauer (z.B. auf Messen)</li> <li>• Bedarfsanalyse (außerhalb von BÖL - Maßnahmen)</li> <li>• Verbreitung der Filme / Häufigkeit der Aufführung / Anzahl der Betrachter</li> <li>• Vertriebsplanung</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht *	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentenanalyse</li> <li>• qualitative Interviews mit Auftragnehmern</li> <li>• qualitative Interviews mit Filmvorführern</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

\* Teilnehmende Beobachtung bei Filmvorführungen (Messen)

Abb. A3.2 - 9



Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A8 – 31.80	Präsentation des ökologischen Landbaus auf landw. Fachmessen	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konnten die Kommunikationsziele erreicht werden (Dialogfähigkeit mit konventionellen Landwirten, Informationsstand und Image steigern, Akzeptanz erhöhen)?</li> <li>• Attraktivität und Akzeptanz des Messestands bei Besuchern</li> <li>• Selektivität und Reichweite der Zielgruppenansprache</li> <li>• Intensität der Kommunikation mit konventionellen Landwirten</li> <li>• Resonanz in der (Fach-)Öffentlichkeit</li> <li>• Induzierte Folgeeffekte bei Messebesuchern</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (z.B. Internetportal, Demobetrieben, Filmproduktionen)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• qualitative Befragung von Auftragnehmern</li> <li>• Experteninterviews</li> <li>• Übergreifende Befragung von Landwirten</li> <li>• Befragung von Auftragnehmern</li> <li>• Interviews mit Messebesuchern</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 10

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. A8-B4–31.81	Messebau	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	entfällt	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	Keine <b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b>	

Abb. A3.2 - 11

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. B2 - 31.22 Lose 1 - 5	Informationsmaterialien für die Aus- und Weiterbildung Ernährungshandwerk und Ernährungswirtschaft	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedarfsanalyse hinsichtlich neuen / überarbeiteten Informationsmaterials</li> <li>• Inhaltliche und pädagogische Qualität des Lehr-/Lernmaterials (Verfahren der Qualitätssicherung)</li> <li>• (potenzielle) Motivationswirkungen auf Lehrende und Lernende (inkl. der Attraktivität zur Benutzung des Materials)</li> <li>• Chancen (und Determinanten) der Diffusion der Informationsmaterialien in der Aus- und Weiterbildungspraxis (inkl. Vertriebs- und Integrationspläne / Synergien mit anderen Maßnahmen)</li> <li>• Qualitative Abschätzung des möglichen Mehrwerts in der Bildung</li> </ul>	
Evaluierungs- methoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentenanalyse (u.U. Auswertung Daten Dritter)</li> <li>• Befragung von Lehrpersonal / Bewertung schon fertiger Teile durch Lehrende</li> <li>• Befragung von Auftragnehmern und pädagogischen und ökofachlichen Experten</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 12

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. B3 – 32.10 Lose 1 - 3	Infoveranstaltungen und Fachseminare für Mitarbeiter Ernährungshandwerk / Ernährungswirtschaft	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selektivität der Zielgruppenansprache / Reichweite der Zielgruppenabdeckung (insb. bei Beratungshotline)</li> <li>• Marketing und Vertrieb der Veranstaltungen</li> <li>• Bedarfsanalyse bei den Zielgruppen (Informationsdefizite und Notwendigkeit zum Abbau)</li> <li>• Informationszuwachs bei Seminarteilnehmern und induzierte Folgehandlungen (z.B. weitere Informationsbeschaffung, Kontaktaufnahme zu Dritten, etc.)</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen</li> </ul>	
Evaluierungs- methoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repräsentative Befragung der Zielgruppe</li> <li>• Dokumentenanalysen und Auswertung Daten Dritter</li> <li>• Standardisierte Befragung von Veranstaltungsteilnehmern</li> <li>• Interviews von Anbietern und Experten</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 13

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. B4 – 32.20	Präsentation auf Fachmessen der Ernährungswirtschaft	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Zielgruppen wurden in welchem Ausmaß erreicht?</li> <li>• In wie weit wurden die Kommunikationsziele: Akzeptanzsteigerung, Abbau von „Widerständen“ und Vorurteilen erreicht?</li> <li>• In wie weit konnte ein „konstruktiver Dialog“ zwischen konventionellen und ökologisch-orientierten Unternehmern begonnen werden?</li> <li>• Motivation, Ziele und Strategien der Messebesucher*</li> <li>• Folgeaktivitäten wie weitere Beschäftigung mit dem Thema, Kontaktaufnahme zu Dritten, etc....</li> <li>• Intensität und Qualität der Nachaktivitäten (Kontaktierung von Messebesuchern nach Abschluss der Messe)</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (z.B. Messeauftritte A8, Internetportal A1/B1/C1, Demobetriebe A6, Betriebsreportagen A7 und Bilddatenbank C3, Innovationspreis B5)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befragung der Zielgruppe</li> <li>• Auswertung von Daten der Auftragnehmer</li> <li>• Interviews mit Auftragnehmern und Messebesuchern und Fachberatern</li> <li>• Befragung von Experten</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: ja</b></p>	
* Kontaktknüpfung versus Informationsbeschaffung		

Abb. A3.2 - 14

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. B5 – 32.30	Innovationspreis Öko-Lebensmittel	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekanntheitsgrad des Wettbewerbs (und Assoziation mit BÖL) / Reichweite der Zielgruppenansprache (u.a. Presseresonanz)</li> <li>• Innovationsstimulierung auf Teilnehmer am Wettbewerb sowie potenzielle Teilnehmer (Verarbeiter von ökol. Lebensmitteln)</li> <li>• Wirkungen auf Unternehmen, die konventionelle Lebensmittel verarbeiten bzw. beziehen (z.B. Handel)</li> <li>• Folgeeffekte bei den Preisträgern (z.B. Imagegewinn, Absatz- und Umsatzsteigerungen, etc.)</li> <li>• Nachhaltigkeit des Wettbewerbs (um innovtionsstimulierend wirken zu können)</li> <li>• Synergieeffekte mit anderen Maßnahmen (z.B. B4 Messeauftritt Anuga oder Internetportal A1,B1, C1)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befragung der Zielgruppe</li> <li>• Interviews mit Auftragnehmern, Wettbewerbsteilnehmern und Interessenten</li> <li>• Interviews mit Experten, Medienvertretern und Messebesuchern (bei Preisverleihung)</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 15

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C2	Verbraucherinformation über das Produktsystem	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichung der Zielgruppen</li> <li>• Behebung von Informationsdefiziten</li> <li>• Induzierte Folgewirkungen</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (Internetportal, Wettbewerbe)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<p><b>Evaluationsschwerpunkt: ja</b> Nutzung der Ergebnisse der Evaluation von Maßnahmen der Verbraucherinformation</p>	

Abb. A3.2 - 16

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C3 – 33.20	Aufbau eines Bildarchivs	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedarfsabschätzung</li> <li>• Synergien mit anderen BÖL – Maßnahmen (siehe Zielgruppen)</li> <li>• Inhaltliche Qualität (gemäß Zielen des Bundesprogramms: Imagefördernd, Sachgerechtigkeit, Interesse weckend ...)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befragung von Auftragnehmern und Experten</li> <li>• Zielgruppenbefragung (Bildredakteure)</li> </ul> <p><b>Evaluationsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 17

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C4 – 31.23	Informationsmaterialien für den Unterricht an allgemeinbildenden Schulen	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedarfsanalyse (Informationsdefizite bei Schülern)</li> <li>• Bedarfsanalyse (Lehrmaterial für Lehrer)</li> <li>• Inhaltliche und pädagogische Qualität des Lehr-/Lernmaterials (Verfahren der Qualitätssicherung)</li> <li>• Chancen der Nutzung der Materialien durch Lehrende (Motivationswirkung durch leichte Zugänglichkeit, erleichterte Unterrichtsvorbereitung, inhaltliche Attraktivität)*</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht *	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentenanalyse (z.B. Download Häufigkeiten)</li> <li>• Befragung von allgemeinbildender Lehren, Bewertung von schon fertigen Teilen durch Lehrende</li> <li>• Befragung von Auftragnehmern und Experten zu Sachfragen der Pädagogik und des Ökolandbaus</li> </ul> <p><b>Evaluationsschwerpunkt: nein</b></p>	
<p>* Konnte nicht umgesetzt werden, da Materialien für die Evaluation nicht rechtzeitig erstellt wurden</p>		

Abb. A3.2 - 18

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C5 – 33.30	Wettbewerb "Ökolandbau in der Schule,,	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppenerreichung (Mitnahme des Wettbewerbs für bereits Engagierte oder Motivation von Lehrkräften/Schülern zur Beschäftigung mit dem Thema)</li> <li>• Folgewirkungen des Wettbewerbs für Teilnehmer (Motivationsschub zur Beschäftigung mit dem Thema)</li> <li>• Generierung nachhaltig nutzbarer Unterrichtskonzepte/Ideen*</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (Pressearbeit, Verbraucherinformation, Messeauftritte/IGW)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befragung von Auftragnehmern und Experten</li> <li>• qualitative Auswertung Presseresonanz</li> <li>• Befragung von Wettbewerbsteilnehmern (Lehrern)</li> </ul> <p><b>Evaluationsschwerpunkt: nein</b></p>	
<p>* Ziel gemäß Verdingungsunterlagen „Entstehung von kreativen Ideen“.</p>		

Abb. A3.2 - 19

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C6 – 33.40	Einführungs-, Fortbildungsveranstaltungen für LEH etc.	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selektivität der Zielgruppenansprache</li> <li>• Motivation der Teilnehmer</li> <li>• Bedarfsanalyse bei der Zielgruppe (Informationsdefizite und Bedarf Defizite abzubauen, Zahlungsbereitschaft)</li> <li>• Informationszuwachs bei den Veranstaltungsteilnehmern</li> <li>• induzierte Folgehandlungen (höherer Kundenzufriedenheit und Sortimentsveränderungen)</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (Demonstrationsbetriebe)</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviews mit Anbietern und Experten (z.B. Geschäftsführungen des LEH unabhängig von Teilnahme an Meetings)</li> <li>• Standardisierte Befragungen von Veranstaltungsteilnehmern</li> </ul> <p><b>Evaluierungsschwerpunkt: ja</b></p>	

Abb. A3.2 - 20

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C7 – 33.50	Konzepte bzw. Leitfäden zur Bewertung der Präsentation	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie wurde Bedarfsanalyse des Handels durchgeführt (Analyse der Differenz von Kundenerwartungen und Informationsstand des Handels) ?</li> <li>• Anwendungsfreundlichkeit der Leitfäden/Konzepte aus Sicht des Handels ?</li> <li>• Checkliste versus Selbstevaluation</li> <li>• Mögliche Folgeeffekte (z. B. geänderte Präsentationen)</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (Internetportal, Messen)</li> <li>• Synergien und/oder Überschneidungen mit anderen Maßnahmen (C6, Fortbildung Mitarbeiter LEH)</li> <li>• Zielgruppenerreichung</li> </ul>	
Evaluierungsmethoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitative Interviews mit Auftragnehmern und Experten</li> </ul> <p><b>Evaluationsschwerpunkt: nein</b></p>	

Abb. A3.2 - 21

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C8 – 33.60	Veranstaltungen und Informationen für Gastronomie/ Gemeinschaftsverpfleger	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementierungsprobleme von Maßnahmenpaketen</li> <li>• Selektivität der Zielgruppenansprache / Reichweite der Zielgruppenabdeckung, Marketing und Vertrieb</li> <li>• Bedarfsanalysen bei der Zielgruppe (Informationsdefizite und Notwendigkeit zum Abbau)</li> <li>• Informationszuwachs und Folgehandlungen bei Veranstaltungsteilnehmern (z.B. Kontaktaufnahme zu Dritten / Verwendung von Bioprodukten)</li> <li>• Synergien mit anderen Maßnahmen (Internetportal, Demonstrationsbetriebe, Betriebsreportagen und Bildarchiv, Messen)</li> </ul>	
Evaluierungs- methoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviews mit Anbietern und Experten</li> <li>• Standardisierte Befragung von Veranstaltungsteilnehmern</li> </ul> <b>Evaluierungsschwerpunkt: nein</b>	

Abb. A3.2 - 22

Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden		<b>GIB</b>
Nr. C 9	Prämierung der besten Öko-Köche	
Inhaltliche Akzentuierung der Evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind Wettbewerbsverfahren und Jury geeignet, Personen auszuzeichnen, die als personalisierte Vorbilder für die Branche fungieren können?</li> <li>• Wecken die Ausgezeichneten das Interesse Dritter am ÖL?</li> <li>• Folgeeffekte für die Preisträger (Imagegewinn, Umsatzsteigerung?)</li> <li>• War Öffentlichkeitsarbeit hinreichend, den Wettbewerb und die Ausgezeichneten bei der Zielgruppe bekannt zu machen?</li> <li>• Nachhaltigkeit des Wettbewerbs</li> <li>• Synergieeffekte mit anderen Maßnahmen (Messen, Internetportal)</li> </ul>	
Evaluierungs- methoden und -gewicht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse der Wettbewerbsanträge</li> <li>• qualitative Interviews mit Auftragnehmern, Experte und Medienvertretern</li> <li>• Befragung der Wettbewerbsteilnehmer (insbesondere zum Thema Bekanntheit / Personalisierung)</li> </ul> <b>Evaluierungsschwerpunkt: ja</b>	

Abb. A3.2 - 23

A3.3 Ausführungen zur Datengrundlage

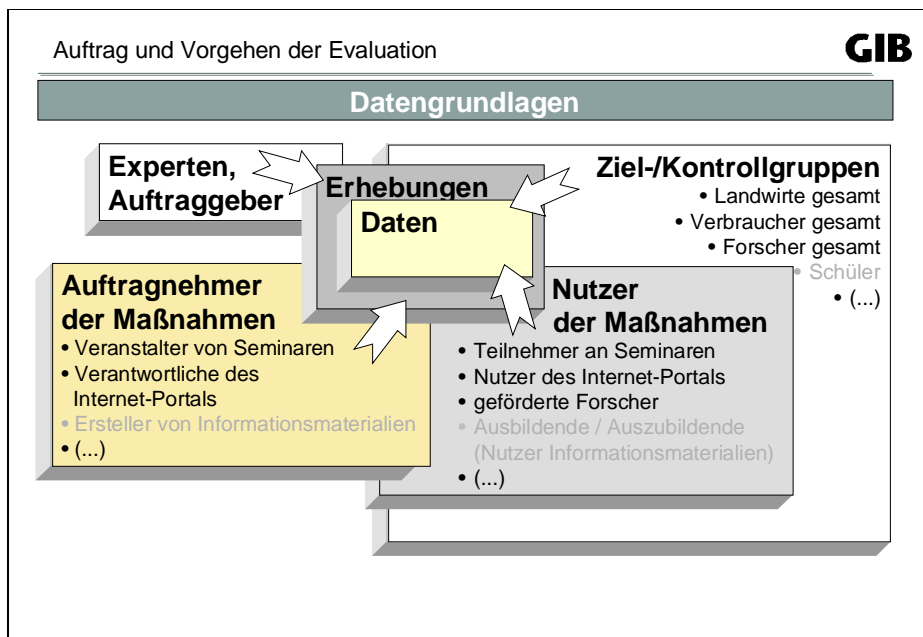


Abb. A3.3 - 1



### *A3.3.1 Datengrundlage Messen*

Die Datengrundlage zur Evaluation der Messeauftritte besteht aus quantitativen und qualitativen Erhebungen. Befragt wurden Messebesucher, Fachberater, Auftragnehmer und in übergreifenden telefonischen Befragungen auch die Zielgruppen Landwirte und Verarbeiter, unabhängig von einem konkreten Messebesuch.

Für die Ermittlungen von Wirkungen der Messestände wurden nicht nur Besucher befragt, sondern auch eine Kontrollgruppe. Darüber hinaus wurde die Selektivität der Zielgruppenansprache erhoben, die sich darin zeigt, dass nur Personen mit bestimmten Einstellungen oder einem bestimmten Informationsniveau sich an den Messestand wenden und sich folglich nur bei diesen Personen Wirkungen zeigen können. Wie in Abb. A3.3.1 – 1 dargestellt, wurden folglich drei verschiedene Gruppen befragt:

1. Befragung externer, außerhalb der Reichweite der BÖL-Stände, z.B. auf dem Messeparkplatz sich befindliche Besucher, die den Messestand nicht gesehen hatten (Kontrollgruppe), n = 34.
2. Befragung von Personen, die sich von sich aus entschieden haben, sich an den Stand zu wenden, die sich aber noch nicht lange dort aufgehalten hatten und insofern noch keine spezifische Informationswirkung des Standes erfahren haben, n = 27.
3. Befragung von Besuchern des Messestandes beim Verlassen desselben, n = 123.

Als vierte Gruppe wurden die Fachberater befragt.

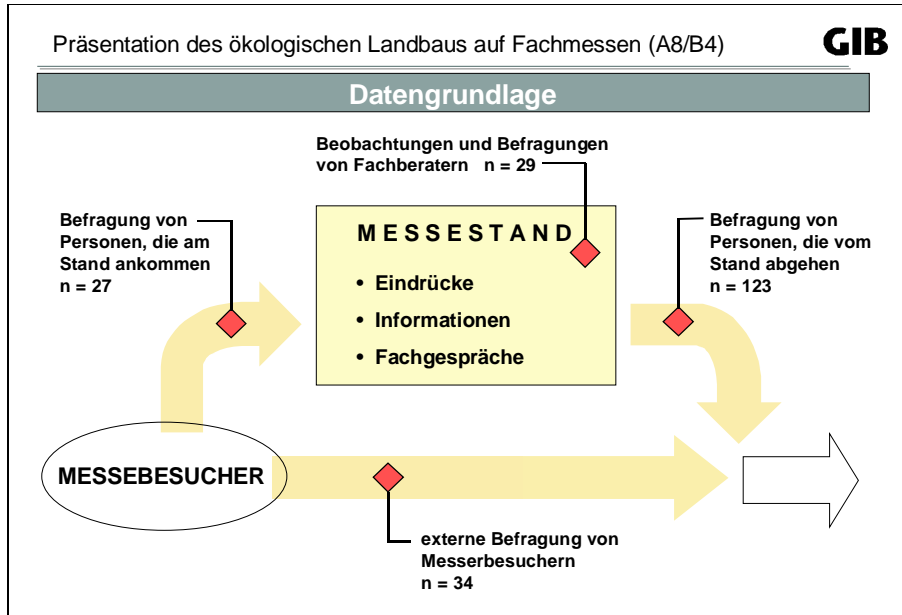


Abb. A3.3.1 - 1

### A3.3.2 Datengrundlage Internet

Abbildung A3.3.2 – 1 gibt eine Übersicht über die verschiedenen Quellen. Seitens der GIB wurde insbesondere eine Befragung der Internetnutzer online durchgeführt. Bei dieser Befragung kann zwar nicht prinzipiell von einer Repräsentativität ausgegangen werden. Die Kombination der verschiedenen Datenquellen zeigt jedoch, dass es hierdurch nicht zu Verzerrungen kam.

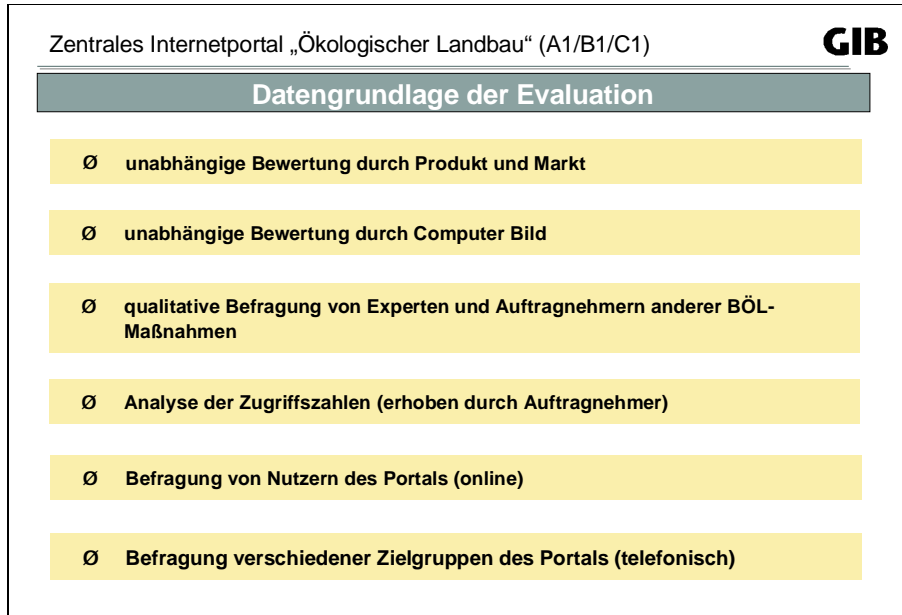


Abb. A3.3.2 - 1

Für die Online-Befragung wurde kontrolliert, ob Nutzer die Befragung gezielt manipulierten (z.B. übermäßige Mehrfachabstimmungen). Das Ergebnis dieser Kontrolle ist in Abbildung A3.3.2 – 3 dargestellt. Bei 48 Fragebögen können wir nicht ausschließen, dass sie vom gleichen Computer ausgefüllt wurden, was aber auch selbst dann nicht ein Ausfüllen durch die gleich Person bedeuten müsste. Mit hoher Wahrscheinlichkeit kann mindestens davon ausgegangen werden, dass mehr als 90 % der beantworteten Fragebögen von verschiedenen Personen ausgefüllt wurden.

Zentrales Internetportal „Ökologischer Landbau“ (A1/B1/C1) **GIB**

**Verifizierung der Informationen der Online-Befragung I**

**Bis zu 15 verschiedene Informationen über die insgesamt 514 Gegenstellen sind aufgezeichnet worden. Zusammengenommen ist hierdurch eine genaue Spezifikation einer Gegenstelle möglich.**

Dies sind unter anderem:

- ü IP-Adresse
- ü Betriebssystem (OS)
- ü Browser-Client
- ü Versionsnummer des Browser-Clients
- ü verschiedene Informationen über die Kompatibilitäten des Browser-Clients
- ü letzte Internetseite von der zum Fragebogen verlinkt wurde etc.

**Ø 497 einmalige Datensätze sind anhand dieser Informationen zu identifizieren**

Abb. A3.3.2 - 2

Zentrales Internetportal „Ökologischer Landbau“ (A1/B1/C1) **GIB**

**Verifizierung der Informationen der Online-Befragung II**

**Untersuchung auf Mehrfachabstimmung**

IP-Adresse allein ist nicht eindeutig aufgrund dynamischer IP-Adressen

Ø Zusammenfassen von IP-Bereichen und Filterung nach ähnlichen Konfigurationen

Ergebnis:  
Lediglich 48 (9%) Fragebögen wurden von Gegenstellen mit ähnlicher Rechner-/Netzwerkkonfiguration und gleichem IP-Bereich ausgefüllt.

Dabei wurden unter Umständen:

1 x 8	} Fragebögen mit einer ähnlichen Konfiguration und gleichem IP-Bereich ausgefüllt.
3 x 4	
4 x 3	
8 x 2	

Abb. A3.3.2 - 3

### *A3.3.3 Datengrundlage Forschung*

Die Evaluation der Forschungsförderung basiert auf drei verschiedenen Modulen:

- Erstens eine online durchgeführte Vollerhebung bei Projektleitern insbesondere zu Input (z.B. Qualifikation der Forscher), Output (Publikationen, Vorträge, Patente), Transferaktivitäten und Folgeprojekten (Modul1).
- Zweitens eine Themenbewertung bzgl. der Verteilung von Fördergeldern (Modul 2). Als Experten für die Themenbewertung wurden verschiedene Gruppen befragt (die zu überwiegend gleichen Ergebnissen kamen) – insbesondere wurden Fragen zur Themenbewertung in die Vollerhebung der Projektleiter (Modul 1) integriert.
- Drittens eine Bewertung des Verfahrens der Forschungsförderung bzgl. des Auswahlprozesses und der Auswahlkriterien sowie bzgl. der Qualitätskontrolle im Prozess (Modul 3). Die Bewertung des Moduls 3 basiert auf zwei verschiedenen Datenquellen:
  - qualitative Interviews mit Beteiligten (insbesondere Geschäftsstelle)
  - Kontrolle des Forschungsverlaufs anhand einer Stichprobe von sieben ausgewählten Projekten durch Experten, darunter z.B. Bewertung des Forschungsdesigns, Forschungsfortschritts, Berichte etc.

Die Ergebnisse des Moduls 3 sind (zusätzlich zum Teil 4.2) in ausführlicherer Form im Anhang 7 dargestellt.

Nicht alle geförderten Projekte wurden in die Online-Befragung der Projektleiter aufgenommen, da diese speziell auf Fragen der Forschungsförderung ausgerichtet war. Bei einem Teil der geförderten Projekte handelte es sich jedoch nicht in engerem Sinne um Forschungsprojekte, sondern z.B. um Projekte zur Vernetzung von Akteuren im Umfeld der Forschung oder um Projekte zur Aufarbeitung und Bereitstellung von

Informationen für das zentrale Internetportal. Unter diesen wurden statt dessen qualitative Interviews durchgeführt. (vgl. Abbildung A3.3.3 –1)

Forschung und Entwicklung		<b>GIB</b>	
Datenbasis der Zwischenauswertung Forschungsförderung			
<b>Projekte</b> (Stand 15.10.2003)	<b>183</b>		
- <b>Netzwerkprojekte + Belieferung Portal</b>	<b>6</b>		
- <b>Evaluation BÖL</b>	<b>1</b>		
<hr/>			
<b>Projekte</b>	<b>176</b>	<b>Projektleiter*</b>	<b>153</b>
<b>vollst. Fragebögen bis 2.12.03</b>	<b>132</b>		<b>123</b>
<b>Rücklaufquote</b>	<b>75,0 %</b>		<b>80,4 %</b>

\* Antworten von Projektleitern bzw. Projektmitarbeitern. Die Zahl von 153 Projektleitern von 176 Projekten ergibt sich, da 19 Projektleiter 2 Projekte und 1 Projektleiter 5 Projekte leitet.

Abb. A3.3.3 - 1

#### *A3.3.4 Datengrundlage übergreifender Befragungen*

Für die Evaluation des Gesamtprogramms wurden über die Befragungen von Teilnehmern, Nutzern oder Besuchern der Maßnahmen hinaus auch zwei übergreifende, telefonische Befragungen bei Landwirten und Verarbeitern durchgeführt. Ziel dieser Befragungen war es, validere Aussagen über die Grundgesamtheit der Zielgruppen treffen zu können als es (aufgrund der Selektivität der Zielgruppenerreichung) über eine Befragung der Teilnehmer, Nutzer oder Besucher von Maßnahmen möglich gewesen wäre.

Die Stichprobe der befragten Personen stellt eine Zufallsauswahl aus den zugänglichen Adressen dar (für die Befragung der Landwirte konnte unter anderem mit Unterstützung von Bauernverbänden, Landwirtschaftsministerien der Länder und Kammern bundesweit über 3000 Adressen recherchiert werden). Insgesamt wurden auf diese Weise 650 Landwirte und 600 Unternehmer der Verarbeitung befragt.

Inhalt der Befragungen waren Stand und relative Bedeutung von Image, Information und Werten für Produktionsentscheidungen, die Teilnahme und/oder Bekanntheit von BÖL-Maßnahmen etc.

### A3.3.5 Teilnehmer des Reflexionsworkshops

#### Steuerungsgruppe Evaluation

Elke Röder	<i>BNN Herstellung und Handel</i>
Prof. Dr. Stephan Dabbert	<i>Universität Hohenheim - Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre</i>
Prof. Dr. Siegfried Bauer	<i>Universität Gießen – Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswissenschaften</i>

#### Begleitausschuss BÖL

Thomas Dosch	<i>Bioland e.V.</i>
Prof. Dr. Jürgen Heß	<i>Universität Kassel – Fachbereich ökologische Land- und Pflanzenbausysteme</i>

#### Projektgruppe BÖL

Prof. Dr. Folkhard Isermeyer	<i>Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) – Institut für Betriebswirtschaft, Agrarstruktur und ländliche Räume</i>
Dr. Hiltrud Nieberg	<i>Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) – Institut für Betriebswirtschaft, Agrarstruktur und ländliche Räume</i>

#### Anbauverbände, Erzeugergemeinschaften und sonstige Landwirtschaft

Dr. Alexander Gerber	<i>Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft</i>
Dietmar Groß	<i>Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft e.V.</i>
Immo Lünzer	<i>Demeter Bund e.V.</i>
Michael Morawietz	<i>Naturland e.V.</i>
Karsten Ziebell	<i>CMA – Referent Marketing Ökologischer Landbau</i>

#### Verarbeitung, Gastro, LEH

Thomas Gutberlet	<i>Tegut</i>
Rainer Roehl	<i>Ökologischer Großküchenservice</i>
Achim Stock	<i>Bundesfachschule des Deutschen Bäckerhandwerks</i>

#### Ausgewählte Länderministerien

Wolfgang Neuerburg	<i>Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen</i>
--------------------	--



### Forschung

Prof. Dr. Ulrich Hamm	<i>Universität Kassel - Fachbereich 11: Ökologische Agrarwissenschaften</i>
Dr. Stefan Kühne	<i>Biologische Bundesanstalt für Landwirtschaft</i>

### Auftragnehmer des Bundesprogramms

Dr. Uli Zerger	<i>Stiftung Ökologie &amp; Landbau</i>
Ulrich Frohnmeier	<i>UF Konzeption und Management</i>
Dr. Robert Hermanowski	<i>FiBL Berlin e.V.</i>
Dr. Anita Idel	<i>FiBL Berlin e.V.</i>
Richard Marxen	<i>M&amp;P Partner für Öffentlichkeitsarbeit u. Medienentwicklung GmbH</i>
Britta Hetzel	<i>Naturschutz-Zentrum Hessen</i>
Jan Trockenbrodt	<i>BNN Einzelhandel e.V.</i>
Ludwig Danzeisen	<i>EL &amp; EM Organic Food</i>

### Gastreferenten zur Evaluation im Bereich Verbraucher

Dr. Judith Brombacher	<i>Dr. Brombacher &amp; Weber</i>
Gerda Weber	<i>Dr. Brombacher &amp; Weber</i>

### BMVEL und Geschäftsstelle BÖL

Wolfgang Reimer	<i>BMVEL, Unterabteilung 52, Strukturpolitik, nachhaltige Landentwicklung, ökologischer Landbau</i>
Dr. Ingo Braune	<i>BMVEL, Leiter des Referats 526, Ökologischer Landbau, extensive Bewirtschaftungsverfahren</i>
Elisabeth Bündler	<i>BMVEL, Referat 526, Ökologischer Landbau, extensive Bewirtschaftungsverfahren</i>
Ralf Heider	<i>BMVEL, Referat 225, Biologische Vielfalt, genetische Ressourcen</i>
Günter Tissen	<i>BMVEL, Referat 113, Haushalt</i>
Dr. Christine Natt	<i>Geschäftsstelle BÖL</i>
Stefan Lange	<i>Geschäftsstelle BÖL</i>
Marion Armbruster	<i>Geschäftsstelle BÖL</i>
Margit Backes	<i>Geschäftsstelle BÖL</i>
Johannes Bender	<i>Geschäftsstelle BÖL</i>
Stefan Gayl	<i>Geschäftsstelle BÖL</i>
Lara Lütke-Spatz	<i>Geschäftsstelle BÖL</i>

**Evaluatoren, Moderation und Workshoporganisation**

Prof. Dr. Carsten Becker *GIB*

Prof. Dr. Tilman Becker *Universität Hohenheim – Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre*

Stefan Ekert *GIB*

Dr. Peter H. Feindt *Universität Hamburg – Institut für Allgemeine Botanik*

Dr. Heike Kuhnert *Universität Hamburg – Institut für Allgemeine Botanik*

Claudia Rückwarth *GIB*

Dr. Jörn Sommer *GIB*

Alexander Zorn *GIB*

### A3.4 Liste der Gesprächspartner

Name	Institution bzw. Funktion
Backes, Fr.	GST BÖL, Referentin
Bender, Hr.	GST BÖL, Referent
Benert, Hr.	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.
Bickel, Hr.	Gastronomische Akademie Deutschland e.V.
Binnewerg, Boris	Öko-Prüfzeichen (ÖPZ) GmbH
Blaschke, Hr.	filmzeit medien
Blöhm, Dr. Wolfgang	Imago Film
Brombacher, Fr. Dr.	Dr. Brombacher & Weber
Buchmüller, Egon	Edith-Stein-Schule Freiburg – Schule für Agrarwirtschaft
Buschmann, Hr.	Süddeutsche Zeitung (Chef Bild)
Dabbert, Prof. Dr. Stephan	Universität Hohenheim, Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre (410A)
Dietken, Fr.	Brigitte (Bildredaktion)
Dobelmann, Hr.	Sesolutions
Ebert, Ulrich	Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen
Eckhardt, Hr.	GST BÖL, Referent
Elles, Anselm	AFC Consultants International GmbH
Fink, Hr.	GST BÖL, Leiter des Referats 514 der BLE
Frank, Claudia	M&P – Partner für Öffentlichkeitsarbeit und Medienentwicklung GmbH
Frucht, Hr.	Betriebsleiter Demonstrationsbetrieb
Gärtner, Leo	Bio-Akademie
Gehr, Eva	SÖL – Stiftung Ökologie und Landbau
Gerber, Dr. Alexander	Universität Hohenheim, Institut für Sozialwissenschaften des Agrarbereichs
Hansen, Hinrich	Regionalberatung Hinrich Hansen
Härig, Hr.	Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels
Hartges, Frau	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.
Heil, Dr. Martin	aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V.
Heil, Hr.	Top-Agrar (Bildredaktion)
Hermanowski, Dr. Robert	FiBL – Forschungsinstitut für biologischen Landbau
Heuser, Hr.	Evangelische Landjugend-Akademie Altenkirchen
Hill, Hr.	Universität Hohenheim, Institut für Sozialwissenschaften des Agrarbereichs
Hüasers, Eduard	ProZept
Idel, Dr. Anita	FiBL
Jaekel, Fr. Prof. Dr.	PH Heidelberg
Jensen, Fr.	Messe Norla
Johnen, Hr.	Gastgewerbe-Innung zu Köln

...

<b>Name</b>	<b>Institution bzw. Funktion</b>
Kempkens, Dr. Karl	Landwirtschaftskammer Rheinland
Kinzel, Gudrun	ECC Kohtes Klewes GmbH
Kirsten, Fr.	Rapunzel Naturkost AG
Knudsen, Anja	red sign GbR
Köpke, Prof. Dr. Ulrich	Universität Bonn, Institut für Organischen Landbau
Lange, Hr.	GST BÖL, Referent
Langerbein, Reinhard	Bioland Bundesverband, Fachberater ANUGA
Lehmann, Hr.	Arbeitskreis Gemeinschaftsverpflegung Köln e.V.
Luley, Dr. Horst	Freiberuflicher Berater / Lehrbeauftragter der Universität Hohenheim
Mädger, Jürgen	Mädger Gastronomie
Meineke, Hr.	Landesanstalt für Landwirtschaft und Gartenbau Sachsen-Anhalt
Mugrane, Hr.	Verlag Lebensmittel Praxis (Bildredation / Artdirector)
Natt, Fr. Dr.	GST BÖL, Leiterin des Referats 512 bei der BLE
Nieberg, Dr. Hiltrud	Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL)
Orthmanns, Björn	Bioland, Fachberater auf der Messe MeLa
Plagge, Jan	Bioland Erzeugerring Bayern e.V.
Richter, Dr. Thoralf	FiBL
Richter, Frank	Zeitbild Verlag
Rinas, Hr.	Bauernzeitung Mecklenburg-Vorpommern
Roeckel, Fr.	Zukunftsstiftung Landwirtschaft in der gemeinnützigen Treuhandstelle e.V. (ZSL)
Romanski, Fr.	Naturland – Verband für naturgemäßen Landbau e.V.
Schaer, Hr. Dr.	ecozept
Schneider, Fr.	Verbraucherzentrale Hessen
Silber-Bonz, Christoph	Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks mbH
Steffen, Fr.	GST BÖL, Referentin
Stegmann, Wilfried	Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen
Stienen, Michael	Öko Service GmbH, Fachberater ANUGA
Strassner, Dr. Carola	Ökologischer Großküchenservice ÖGS
Templin, Fr.	Betriebsleiterin Demonstrationsbetrieb
Volmer, Martin	Öko Service GmbH, Fachberater ANUGA
Walz, Fr.	Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel (BFE)
Weber, Gerda	Dr. Brombacher & Weber
Wilbois, Dr. Klaus-Peter	FiBL
Winkler, Fr.	GST BÖL, Referentin
Zerger, Dr. Uli	SÖL
Zwing, Hr.	Kochpraxis und Gemeinschaftsverpflegung

**A4 MITGLIEDER DER STEUERUNGSGRUPPE  
DER EVALUATION DES BÖL**

<b>Name</b>	<b>Funktion</b>
Prof. Dr. Stephan Dabbert	Universität Hohenheim Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre (410A), Mitverfasser des BÖL
Elke Röder	Bundesverband Naturkost Naturwaren Herstellung und Handel e.V., Köln Geschäftsführerin
Prof. Dr. Siegfried Bauer	Universität Gießen Lehrstuhl für Projekt- und Regionalplanung
Stefan Rother	FROSTA Bio-Freeze Geschäftsführer

**A5 DOKUMENTATION DER GESCHICHTE DES BÖL***Hintergrund*

Die BSE-Krise war Anlass für die Politik, auf der Ebene der Europäischen Union (EU) sowie auf Bundesebene, eine Reihe von Reformen in die Wege zu leiten. Zuerst begannen diese Reformen auf der Ebene der Europäischen Union. Verantwortlichkeiten wurden von der Generaldirektion Landwirtschaft zu der Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz verschoben. Eine europäische Behörde für die Lebensmittelsicherheit wurde bereits im Jahre 2000 beschlossen.

In Deutschland wird im Februar 2001 Frau Renate Künast Ministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Das Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten erhält zusätzliche Kompetenzen im Bereich des Verbraucherschutzes vom Wirtschaftsministerium und vom Gesundheitsministerium und wird umbenannt in Ministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL). Eine Behörde, analog zu der Behörde für Lebensmittelsicherheit soll auf nationaler Ebene eingerichtet werden, das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Verbraucherschutz.

Mit der Regierungserklärung der neuen Verbraucherschutzministerin Renate Künast vom 8. Februar 2001 wurde die politische Grundlage für eine Neuausrichtung der Agrarpolitik gelegt. Das Motto ist: "Klasse statt Masse". Neben der Politik werden auch die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Kräfte mit in die Verantwortung genommen (das "magische Sechseck der Agrarwende"). Der ökologische Landbau wird als Leitbild hervorgehoben.

Anfang der 90er Jahre des vorigen Jahrhunderts begann die Politik verstärkt den ökologischen Landbau zu fördern. Mit der Agrarreform von 1992 begann eine Förderung im Rahmen der Agrar-Umweltmaßnahmen und löste die Förderung im Rahmen der Extensivierungsprogramme ab. Die Agrar-Umweltmaßnahmen wurden als "Flankierende Maßnahmen"

der europäischen Agrarreform von 1992 ("McSharry-Reform") geschaffen. Es wurden Prämien für umweltschonende landwirtschaftliche Produktionsweisen eingeführt. Diese Prämien im Rahmen der Umweltprogramme der EU mit einer Kofinanzierung nationaler Behörden machen den überwiegenden Hauptteil der finanziellen Unterstützung der ökologischen Landwirtschaft aus.

Die Finanzierung des Bundesprogramms Ökologischer Landbau wird durch die Verabschiedung des Haushaltsentwurfs für das Jahr 2002 durch das Kabinett im Juni 2001 eingeleitet. Ende November 2001 wird der Entwurf des Agraretats für 2002 nach der zweiten und dritten Lesung mit den Stimmen der Koalition verabschiedet. Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau wird mit einem Etat von 34,8 Mio. Euro für das Jahr 2002 ausgestattet. Neben dem BÖL gibt es weitere thematisch verwandte Programme wie beispielsweise das Modellvorhaben "Regionen aktiv - Land gestaltet Zukunft" (zur Verfügung gestellte Mittel in Höhe von 17,9 Mio. Euro; mit diesem Vorhaben sollen in verschiedenen Regionen Konzepte innovativer ländlicher Entwicklung entwickelt und verwirklicht werden). Im März 2003 wird der Agraretat für 2003 verabschiedet. Das BÖL erhält 36 Mio. Euro. Zur Bekanntmachung des Biosiegels sind 6,5 Mio. Euro eingeplant.

#### *Entwicklung des Bundesprogramm Ökologischer Landbau*

Die Agrarministerkonferenz beschließt im Juni 2001 ein gemeinsames Eckpunktepapier, das die Neuausrichtung der Agrarpolitik durch Einbeziehung von mehr Verbraucherschutz-, Umweltschutz-, Naturschutz- und Tierschutzaspekten beinhaltet.

Anfang August 2001 liegt ein internes Diskussionspapier des BMVEL mit dem Titel "Vertrauen durch Veränderung - die neue Agrar- und Ernährungspolitik" vor. Als ihr Leitbild stellt die Bundesregierung auch in diesem Diskussionspapier den ökologischen Landbau heraus. Ein geplantes Bundesprogramm Ökologischer Landbau werde dazu beitragen, vorhandene Defizite in der Förderung zu beseitigen und damit den Weg frei zu machen für einen weiteren Anstieg des ökologischen Landbaus.

Im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes" werden die Prämien für die Umstellung und Beibehaltung des ökologischen Landbaus deutlich ausgebaut, ebenso die Förderung der Vermarktung ökologisch erzeugter Produkte.

Anfang September 2001 liegt ein Eckpunktekatalog vor, der auf Initiative verschiedener Organisationen (Verbände, Stiftungen und Initiativen aus dem Ökolandbau, Umwelt-, Naturschutz- und Verbraucherverbände, Naturkosthandel und dem kirchlichen sowie gewerkschaftlichen Umfeld) entstanden ist. Die wichtigsten Organisationen des ökologischen Landbaus, des Umweltschutzes und der Verbraucher waren hieran beteiligt, vom Demeter Bund, Bioland Bundesverband, Naturland e.V. sowie der Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau (AGÖL) über den Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND) und den Naturschutzbund Deutschland bis hin zu dem Bundesverband der Verbraucherinitiativen e.V. Daneben wären noch das AgrarBündnis aus dem landwirtschaftlichen Bereich sowie der Bundesverband Naturkost Naturwaren Herstellung und Handel e.V. (BNN) zu nennen.

Es wird eine Stärkung der Erzeugerseite, der Verarbeitung und Vermarktung sowie eine Stärkung der Nachfrageseite durch Öffentlichkeitsarbeit gefordert. Es wird empfohlen, bei einer Förderung der Vermarktung alle Absatzkanäle, auch den Lebensmitteleinzelhandel, zu berücksichtigen. Ein "Mix der Absatzkanäle" wird für erforderlich gehalten, um das Ziel von 10 Prozent Ökolandbau im Jahr 2005 zu erreichen. Das Bündnis empfiehlt, rasch ein erstes Bundesprogramm zur Förderung des ökologischen Landbaus (Planungszeitraum 2001-2005) zu erstellen und die Erfüllung dieser Zielvorgaben regelmäßig zu überprüfen.

Im Sommer 2001 hat das BMVEL über die Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) eine Projektgruppe aus Wissenschaftlern und Vertretern von Ökoverbänden beauftragt, Vorschläge zur Förderung des ökologischen Landbaus zu erarbeiten. Leiter der Projektgruppe war Prof. Dr. Folkhard Isermeyer vom Institut für Betriebswirtschaft, Agrarstruktur und ländliche Räume der FAL. Mitglieder in der Projektgruppen waren Dr. Hiltrud Nieberg ebenfalls vom Institut für Betriebswirtschaft, Agrar-



struktur und ländliche Räume der FAL, Prof. Dr. Stephan Dabbert vom Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre der Universität Hohenheim, Prof. Dr. Jürgen Heß von der Universität Kassel sowie als Vertreter der Anbauverbände der Geschäftsführer vom Bioland Bundesverband für organisch-biologischen Landbau, Thomas Dosch, und der Vorsitzende der damaligen Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau (AGÖL), Dr. Felix Prinz zu Löwenstein. Anfang Oktober 2001 gibt es einen Entwurf der Projektgruppe im BMVEL.

Konzipiert hat die Projektgruppe die Maßnahmen aufgrund einer Schwachstellenanalyse. Grundlage dafür bildete unter anderem eine zweitägige Anhörung einer Vielzahl von Experten aus Wirtschaft, Verbänden, Wissenschaft und Verwaltung. Dieser Expertenworkshop zum Aktionsprogramm Ökolandbau fand am 4. und 5. September 2001 an der FAL in Braunschweig statt. Die Teilnehmerliste spiegelt die gesamte Wertschöpfungskette wider, sowohl aus dem ökologischen als auch aus dem konventionellen Bereich.

Es wurde auch eine Befragung von Verarbeitern durchgeführt, deren erste Ergebnisse im August 2001 vorlagen. Weiterhin wurden die Aktionspläne anderer europäischer Länder ausgewertet.

Die Projektgruppe nennt als Hauptziel des Bundesprogramms, die Rahmenbedingungen für eine weitere Ausdehnung des ökologischen Landbaus in Deutschland zu verbessern. Dabei sei ein nachhaltiges Wachstum anzustreben, das auf einer ausgewogenen Expansion von Angebot und Nachfrage beruht. Den Einsatz von staatlichen Mitteln für eine Ausweitung des ökologischen Landbaus hält die Gruppe aus mehreren Gründen für gerechtfertigt. Zum einen

- habe diese Landbauform günstigere externe Effekte als der konventionelle Landbau. Zum anderen
- erlange der Ökolandbau nur durch eine staatliche Förderung ein Verbreitungsniveau, oberhalb dessen er Skaleneffekte nutzen und sich aus eigener Kraft erfolgreich weiterentwickeln könne. Schließlich

- sei eine Gesellschaft, die dem Ökolandbau eine hinreichende Entwicklungsmöglichkeit gebe, besser gegen die Risiken des technischen Fortschritts in der Landwirtschaft gewappnet.

Insgesamt 30 Maßnahmen werden vorgeschlagen. Die Devise lautet: "Nicht in Beton, sondern in Köpfe investieren". Mitte Oktober wird der Entwurf an die Ministerin Frau Künast übergeben und stößt auf breite Zustimmung.

Durch das Bundesprogramm sollen die Rahmenbedingungen für eine weitere Ausdehnung des ökologischen Landbaus in Deutschland verbessert werden, Es soll die bestehende Förderpolitik um Maßnahmen ergänzen, die den "Auftrieb des Ökolandbaus auf allen Ebenen von der Erzeugung bis zum Verbraucher stützen".

Das BÖL war aufgrund einer parlamentarisch bestätigten Kabinettsentscheidung zunächst auf zwei Jahre Laufzeit (2002-03) begrenzt, was den Kreis möglicher Maßnahmen einschränkt.<sup>2</sup> Die faktisch mögliche Maßnahmenlaufzeit lag deutlich unter zwei Jahren, weil zunächst die das Programm umsetzende Geschäftsstelle (GST) des BÖL aufgebaut werden musste. Hiermit wurde frühzeitig im November 2001 begonnen, obwohl aus dem Bundesprogramm erst ab 2002 Mittel hierfür zur Verfügung standen.<sup>3</sup> Eine Richtlinie, nach der die Maßnahmen hätten kurzfristig gefördert werden können, gab es zu diesem Zeitpunkt nicht. Wie die Programmentwicklung war auch der Programmstart von erheblichem Zeitdruck geprägt. Um einen möglichst schnellen Programmstart sicherzustellen, wurden zunächst Maßnahmen gemäß der Verdingungsordnung für Leistungen (VOL) ausgeschrieben. Der Auftrag zur ersten Maßnahme des BÖL konnte so bereits Anfang April 2002, also nur drei

---

<sup>2</sup> Insbesondere für Forschungsprojekte, speziell für jene im Bereich Landwirtschaft, ergaben sich dadurch erhebliche Einschränkungen, denn es konnten nur Forschungsprojekte gefördert werden, die zum 31.12.2003 ihren Abschluss finden konnten.

<sup>3</sup> Im Jahre 2001 wurde nicht nur mit dem Aufbau der GST begonnen, sondern es wurde auch die erste Maßnahme des BÖL ausgeschrieben. Zum Aufbau der GST wurde Frau Dr. Hiltrud Nieberg von der Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL) abgeordnet.

Monate nach dem Programmstart, aber auch 21 Monate vor dem ursprünglich anvisierten Ende des BÖL, vergeben werden.

Parallel zur Vergabe von Aufträgen gemäß VOL erfolgte die Konzeption, nationale Abstimmung und Notifizierung verschiedener Förderrichtlinien. Für die Richtlinie zur Durchführung des FuE-Programms lag Ende Mai 2002, für die Beratungsförderrichtlinie<sup>4</sup> erst im Herbst 2003 eine beihilfe-rechtliche Genehmigung der Europäischen Kommission vor.

Für die Vergabe von Maßnahmen blieb jedoch nicht nur ein sehr kurzer Zeitraum, sie wurde auch durch eine kurzzeitige Haushaltssperre im Herbst 2002 (Grund war die Hochwasserkatastrophe in Ostdeutschland), durch eine begrenzte Verpflichtungsermächtigung<sup>5</sup> des Haushalts 2002 und die späte Vorlage des Haushalts 2003 (im April) erschwert, aber nicht unterbrochen.<sup>6</sup> Die verfassungsrechtlich zugesicherte Priorität der Haushaltspolitik fand hier ihren Niederschlag. Hiervon waren selbstverständlich neben dem BÖL auch andere Politikbereiche und Programme betroffen. Für ein zunächst nur für die Jahre 2002 und 2003 angelegtes Programm sind solche exogenen Einflüsse gleichwohl gravierender als für länger angelegte Programme.

### *Ziele und Ansatzpunkte des Bundesprogramms Ökologischer Landbau*

Das BÖL ist nur ein Instrument zur Erreichung des politischen Ziels. Dies ist klar definiert: Die landwirtschaftliche Fläche, die ökologisch bewirtschaftet wird, auszudehnen. Es wird angestrebt, den ökologischen Landbau in zehn Jahren soweit auszudehnen, dass auf 20 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Fläche entsprechend den ökologischen Standards produziert wird.

---

<sup>4</sup> Maßnahme „Zuschuss zur Umstellungsberatung“ (A4).

<sup>5</sup> Eine Verpflichtungsermächtigung ermöglicht, vertragliche Verpflichtungen einzugehen, für die erst in nachfolgenden Jahren Ausgaben fällig werden.

<sup>6</sup> Die GST hat die kontinuierliche Umsetzung des Programms u.a. durch den Abschluss befristeter Verträge mit Verlängerungsoptionen gesichert (dies betrifft die Maßnahmenbereiche A-C).

Zur Erreichung dieses Ziels werden eine Reihe von Instrumenten eingesetzt, die an den folgenden Ansatzpunkten ansetzen (Künast 2003):

- Transparenz und Information für die Verbraucher
- Verbesserte rechtliche Rahmenbedingungen
- Bessere Bedingungen bei Absatz, Verarbeitung und Vermarktung
- Stärkung der Erzeuger
- Mehr Forschung, Ausbildung und Beratung

Dabei wird die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet, vom Erzeuger bis zum Verbraucher. Der traditionelle Ansatzpunkt der staatlichen Förderung des ökologischen Landbaus, die Prämien für Umstellung und Beibehaltung, wird ergänzt um Maßnahmen, die darauf abzielen, die Produktions- und Transaktionskosten in der Wertschöpfungskette (mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern als letzte Stufe) zu senken. "Die Wertschöpfungskette wird geölt".

Der Staat greift vielfältig in den Markt für ökologisch produzierte Erzeugnisse ein. Von besonderer Bedeutung sind hier die Prämien für die Umstellung bzw. Beibehaltung der ökologischen Produktionsweise. Diese beeinflussen das Angebot an Ökoprodukten. Dieses auf EU-Ebene sanktionierte und auf nationaler Ebene eingesetzte Instrument der Subventionen soll die Ausdehnung des ökologischen Landbaus unterstützen; es zielt vor allem auf eine Förderung des Angebots an Agrarprodukten ab.

Eine Ausdehnung des ökologischen Landbaus ist jedoch nur dann nachhaltig, wenn die derart produzierten Produkte wettbewerbsfähig sind. Die Umstellungs- und Beibehaltungsprämien zusammen mit dem Preisaufschlag für Ökoprodukte müssen deutlich höher sein, als die zusätzlichen Kosten die durch die Umstellung und ökologische Produktion im Vergleich zu konventioneller Produktion entstehen. Nur dann lohnt es sich für einen Landwirt, auf ökologischen Landbau umzustellen. Der

Preisaufschlag für Ökoprodukte, den der Landwirt erhält, leitet sich aus dem Preis her, den die Verbraucherinnen und Verbraucher bezahlen nach Abzug der Verarbeitungs- und Handelsspanne.

In dem BÖL wird die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet, nicht nur die landwirtschaftliche Produktion. Es wird an den verschiedensten Stellen angesetzt, um zu einer Senkung der Produktions- und Transaktionskosten auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette beizutragen und damit die Wettbewerbsfähigkeit des ökologischen Landbaus zu stärken.

## A6 PRÄSENTATION VON STATISTISCHEN ERGEBNISSEN

## A6.1 Internetportal

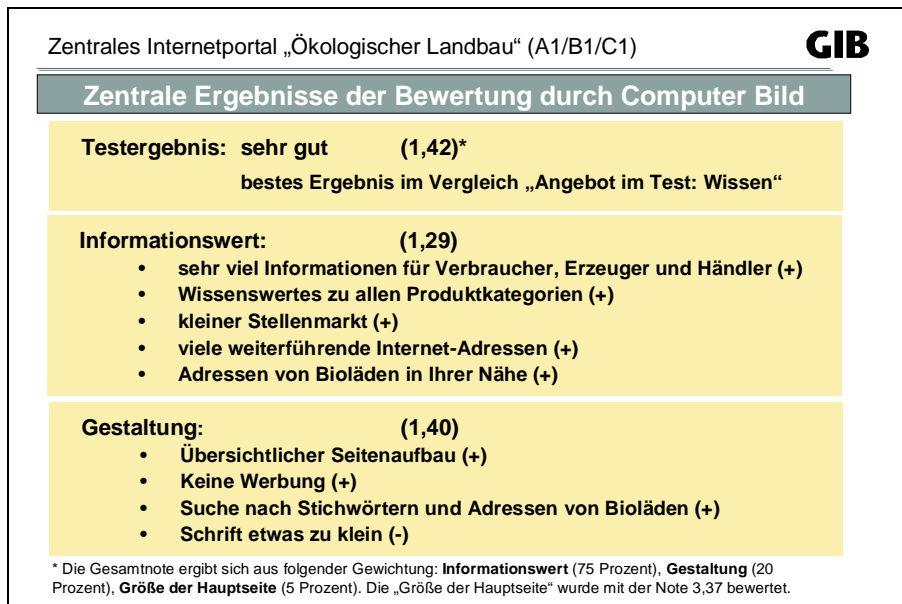


Abb. A6.1 - 1

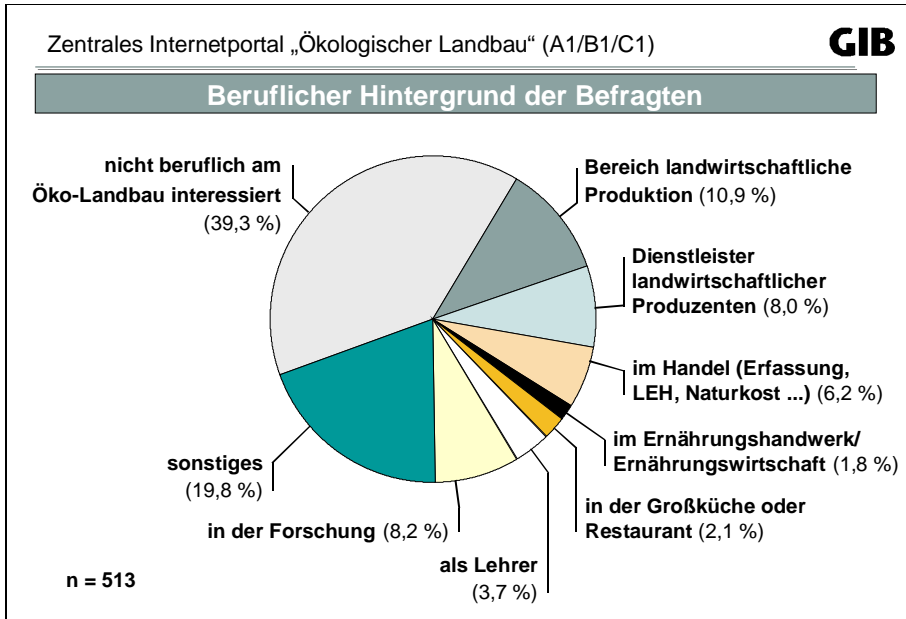


Abb. A6.1 - 2

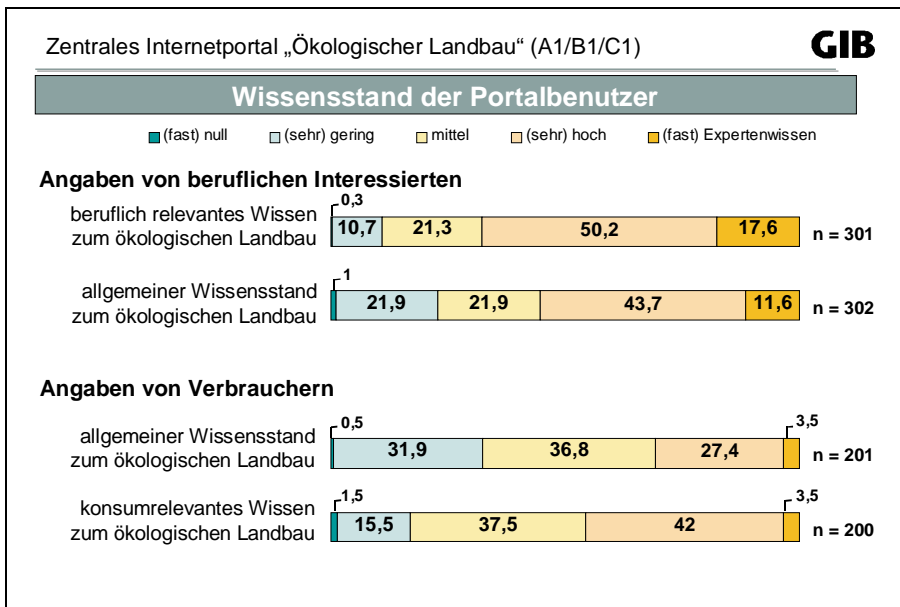


Abb. A6.1 - 3

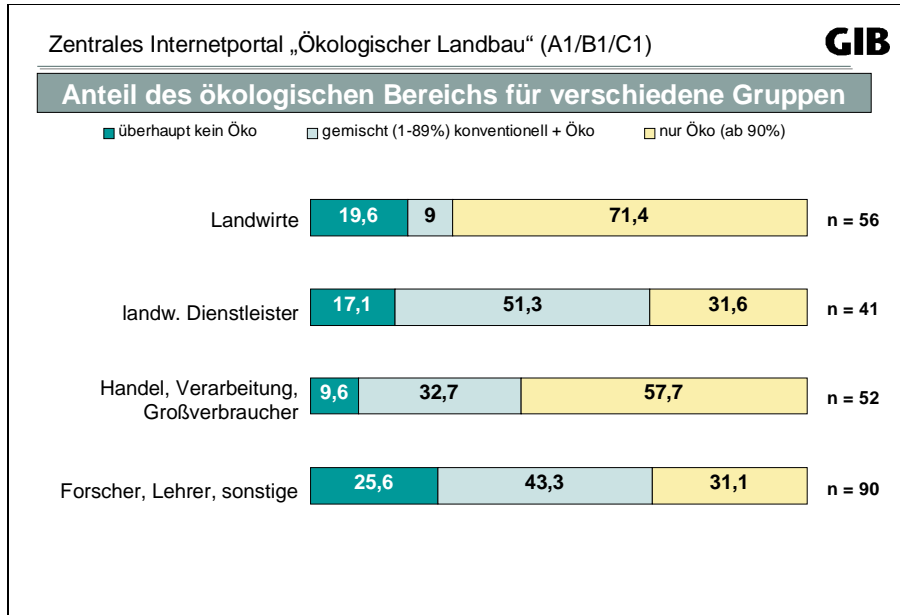


Abb. A6.1 - 4

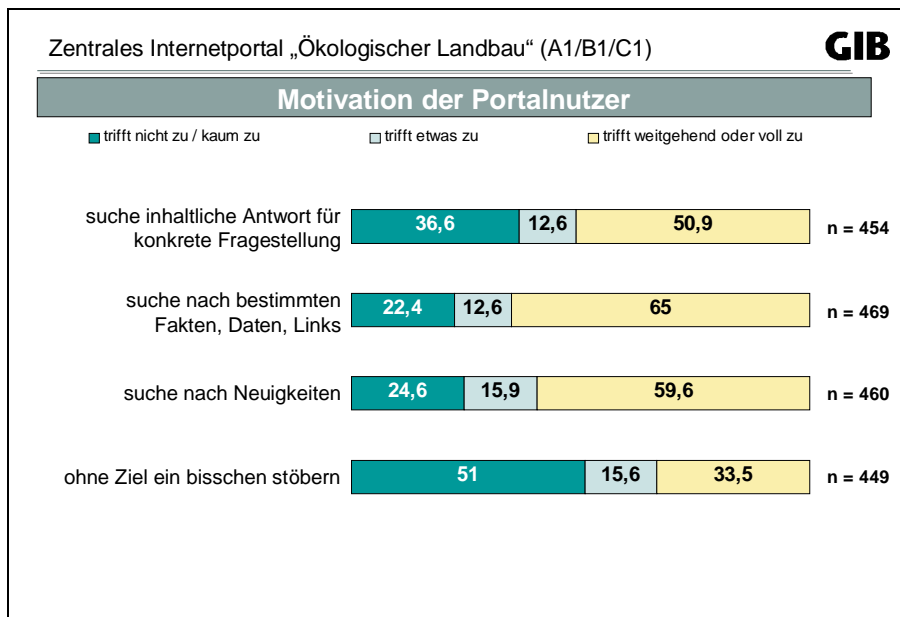


Abb. A6.1 - 5



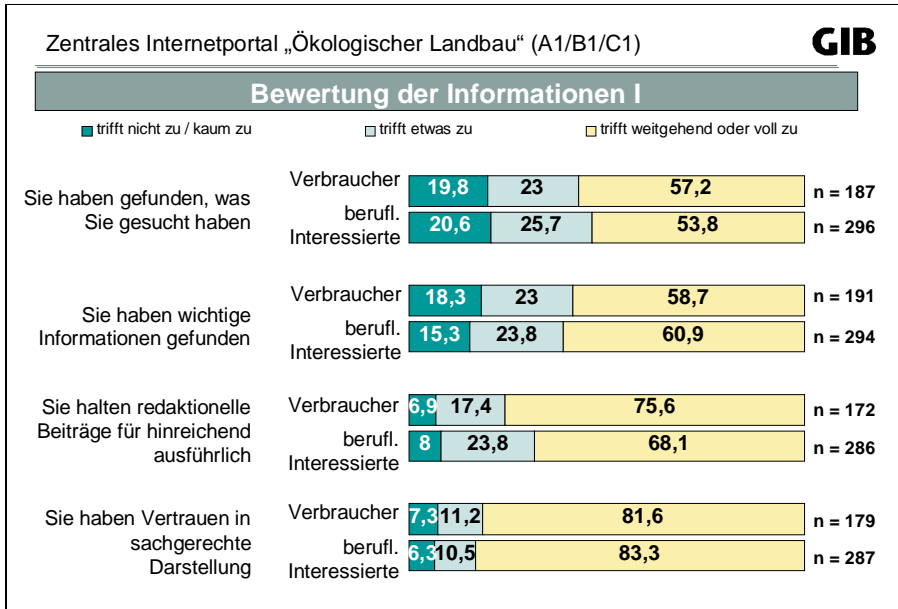


Abb. A6.1 - 6

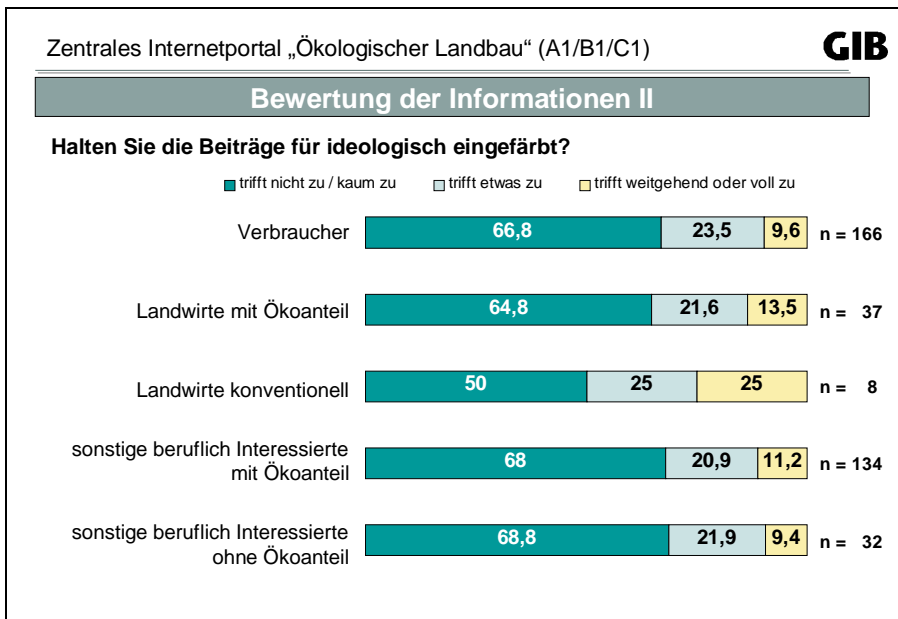


Abb. A6.1 - 7

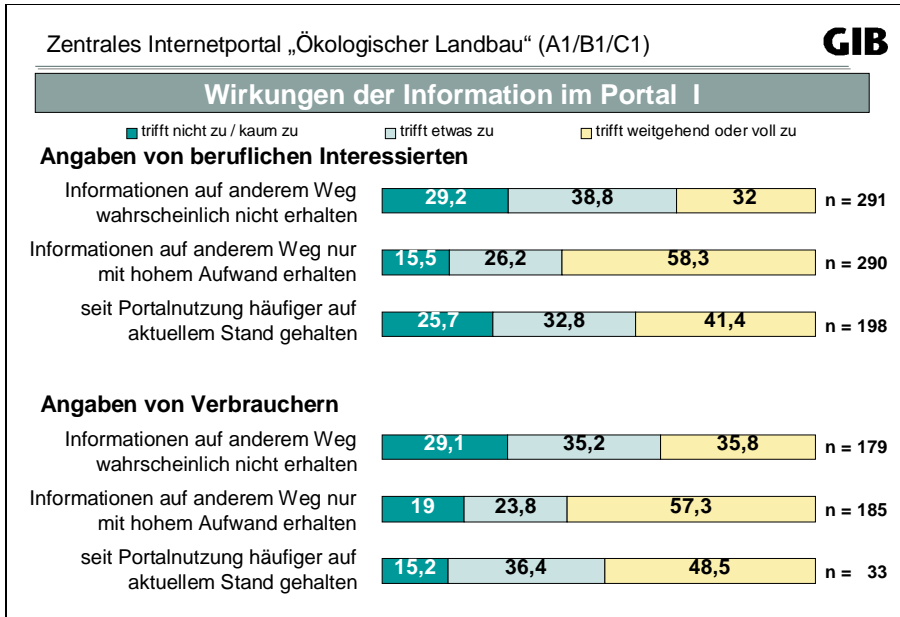


Abb. A6.1 - 8

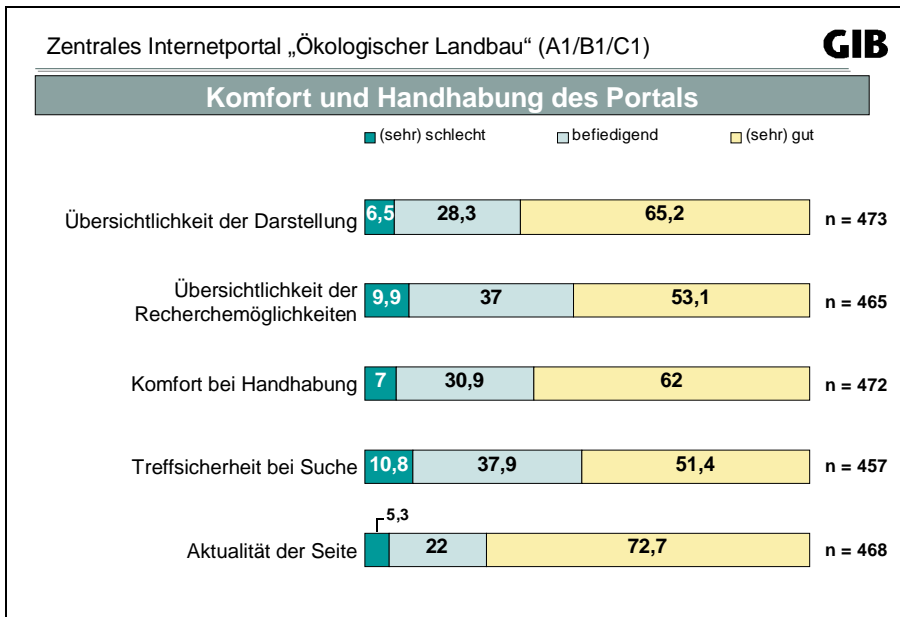


Abb. A6.1 - 9

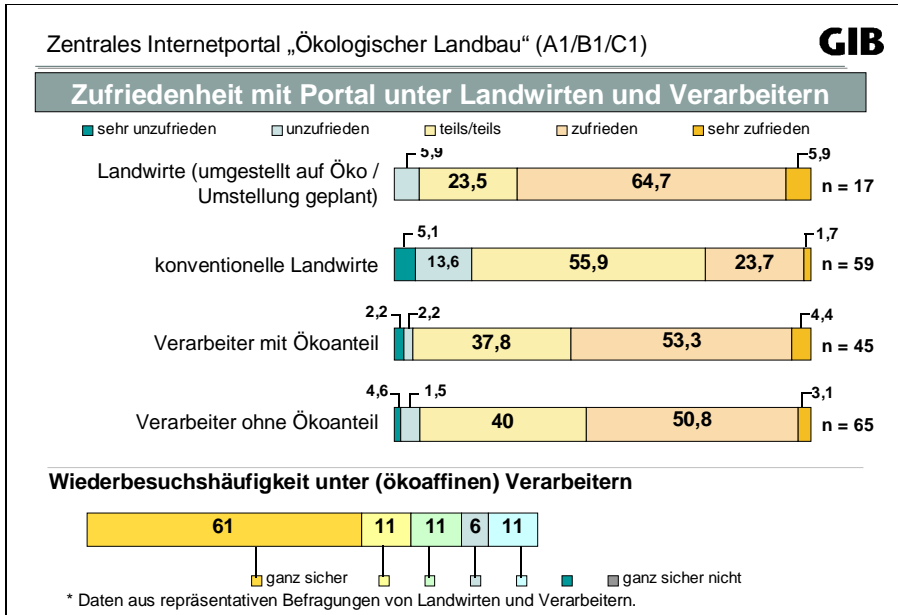


Abb. A6.1 - 10

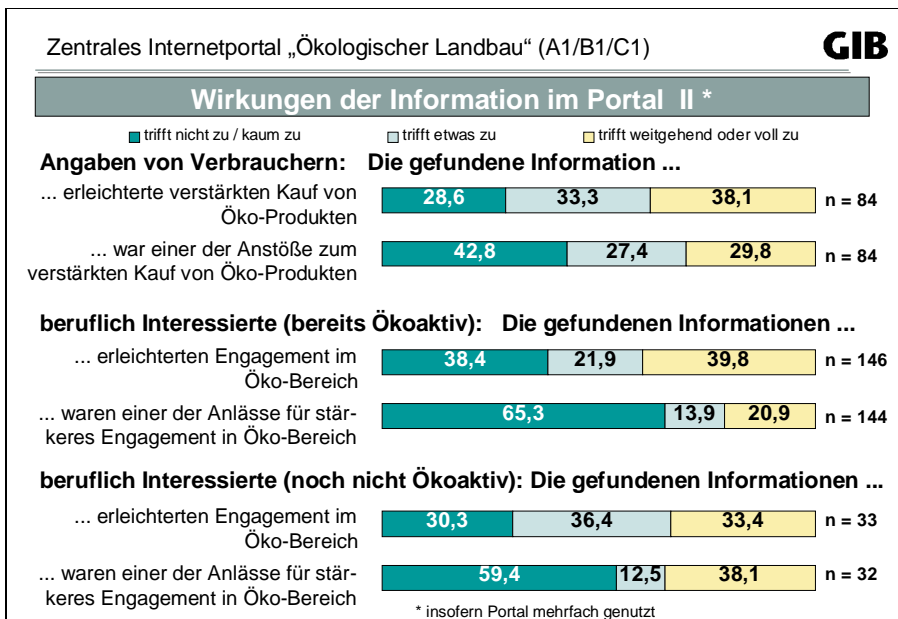


Abb. A6.1 - 11

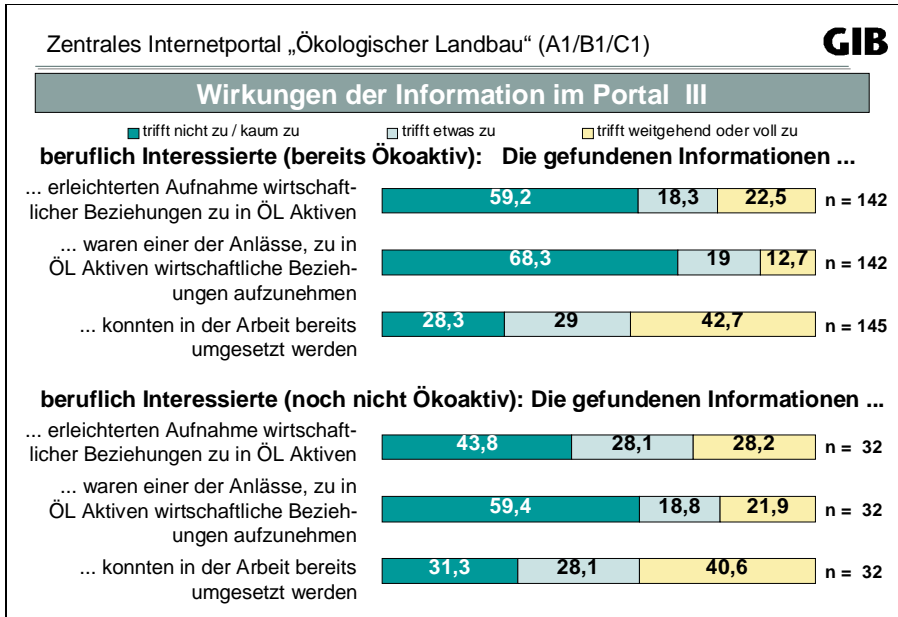


Abb. A6.1 - 12

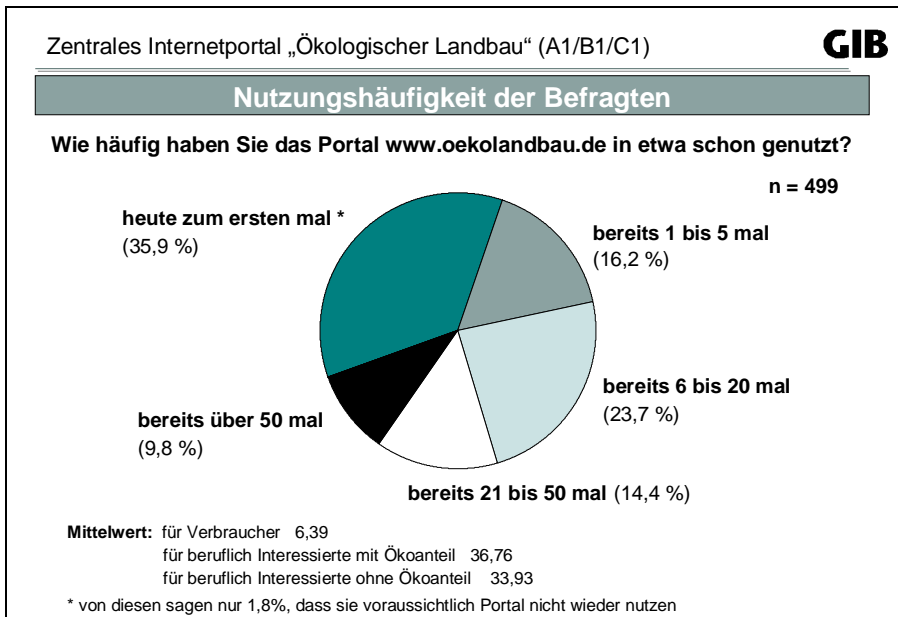


Abb. A6.1 - 13

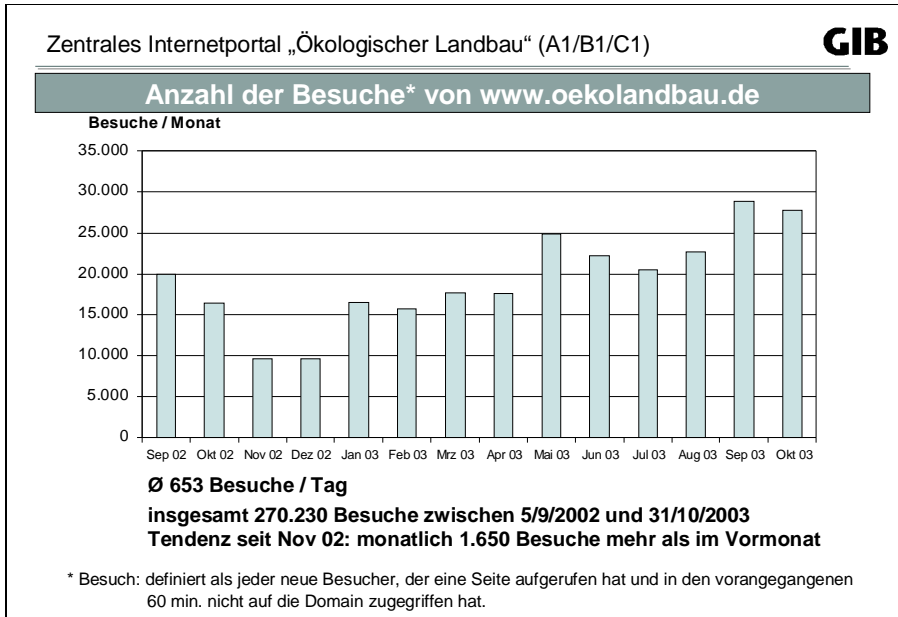


Abb. A6.1 - 14

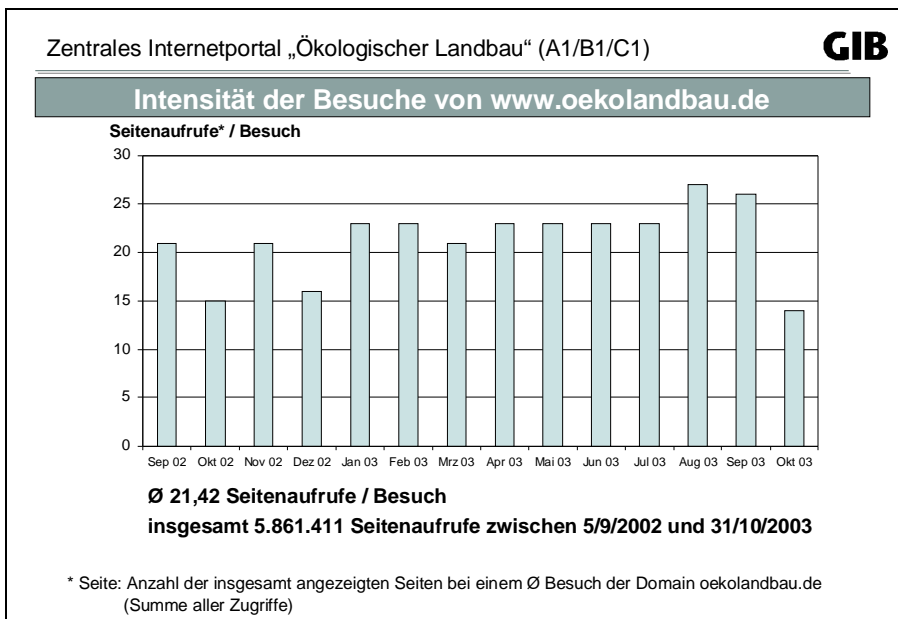


Abb. A6.1 - 15

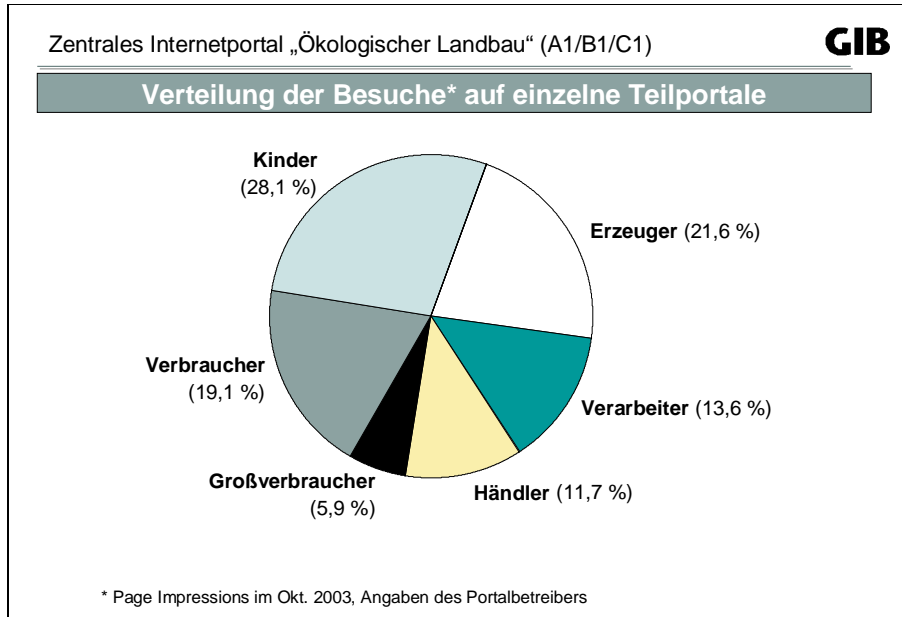


Abb. A6.1 - 16

Zentrales Internetportal „Ökologischer Landbau“ (A1/B1/C1) **GIB**

**Gegenüberstellung der Zugriffszahlen vom Internetportal \***

Portal	Besuche im Oktober 2003	Page Impressions im Oktober 2003	Page Impressions / Besuch
www.oekolandbau.de	27.706	378.126	13,6
www.oekokomp.de	1.219	3.435	2,8
www.raiffeisen.de	102.380	1.375.344	13,4
www.aid.de	44.424	349.889	7,9
www.baekerhandwerk.de	22.161	449.796	20,3
www.was-wir-essen.de	66.875	339.881	5,1

\* Daten basieren auf Auskünften der jeweiligen Portalbetreiber.

Abb. A6.1 - 17

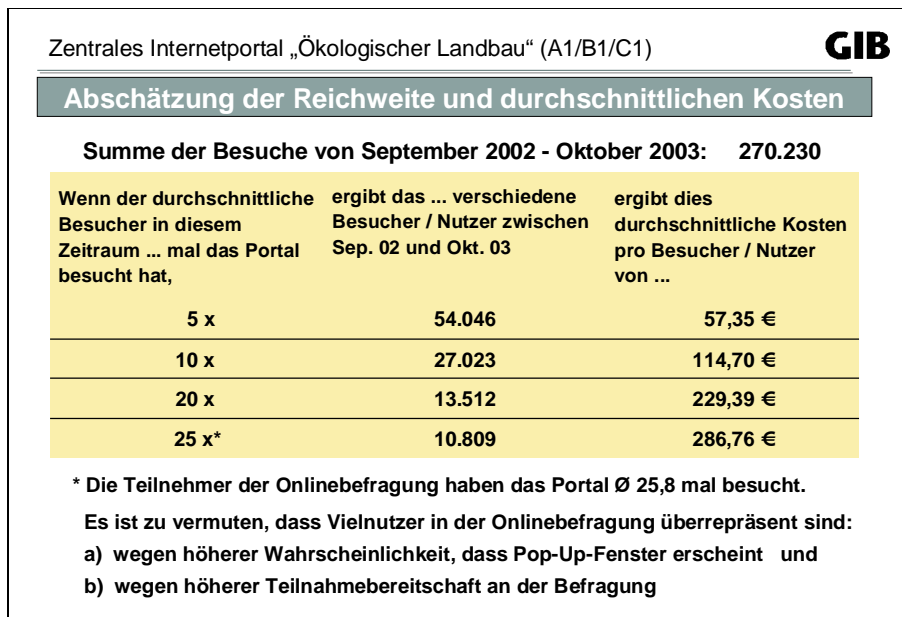


Abb. A6.1 - 18

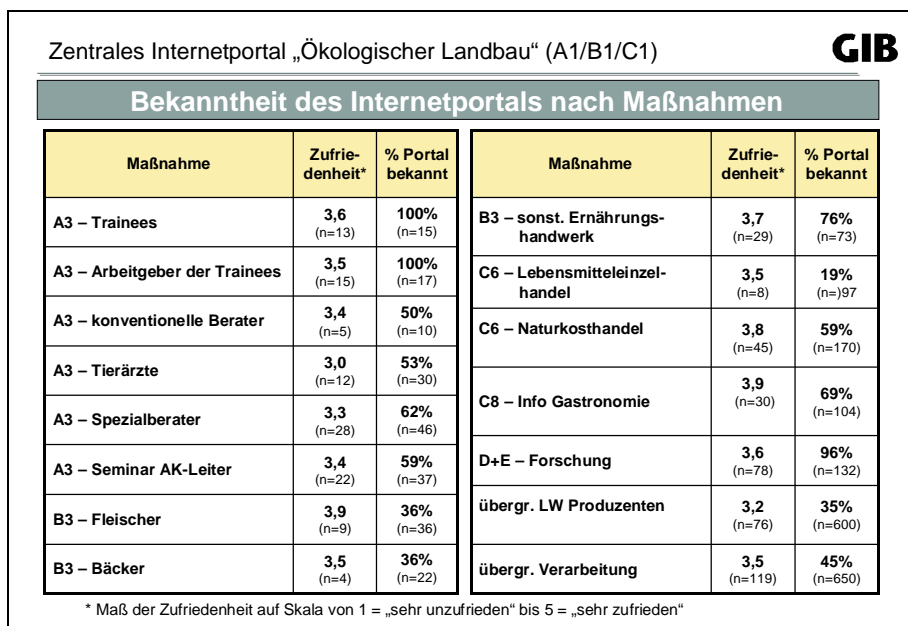


Abb. A6.1 - 19

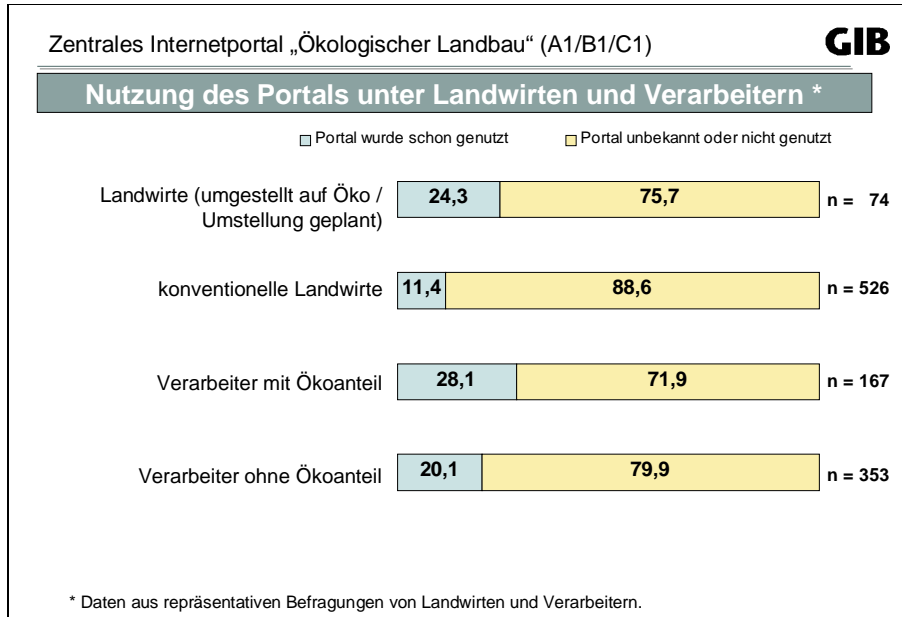


Abb. A6.1 - 20

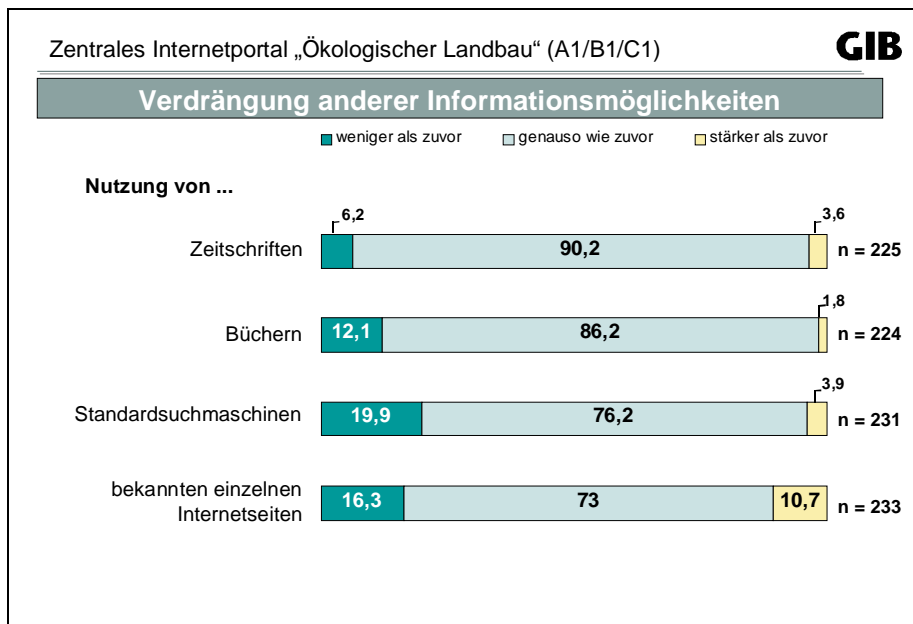


Abb. A6.1 - 21



A6.2 Forschungsförderung

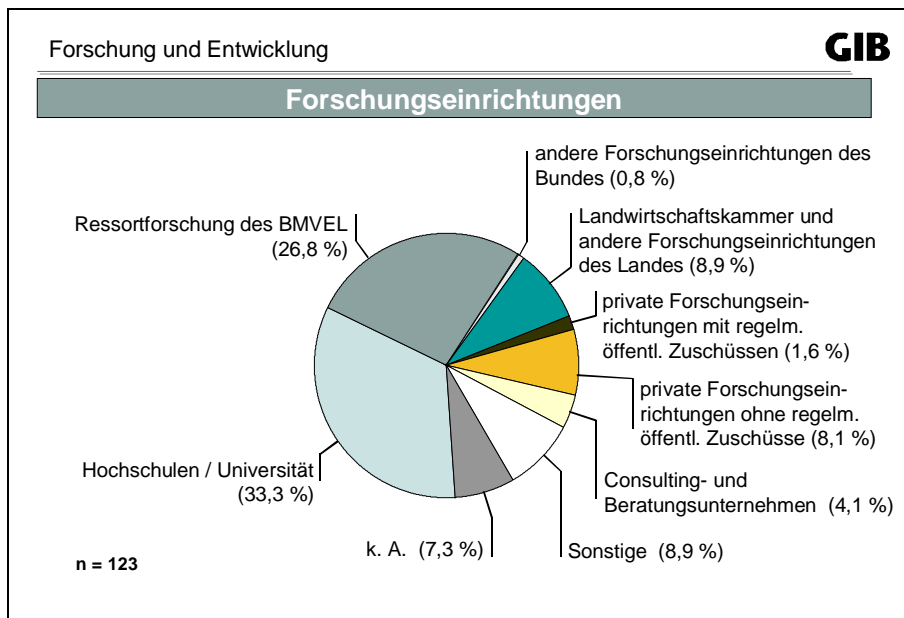


Abb. A6.2 - 1

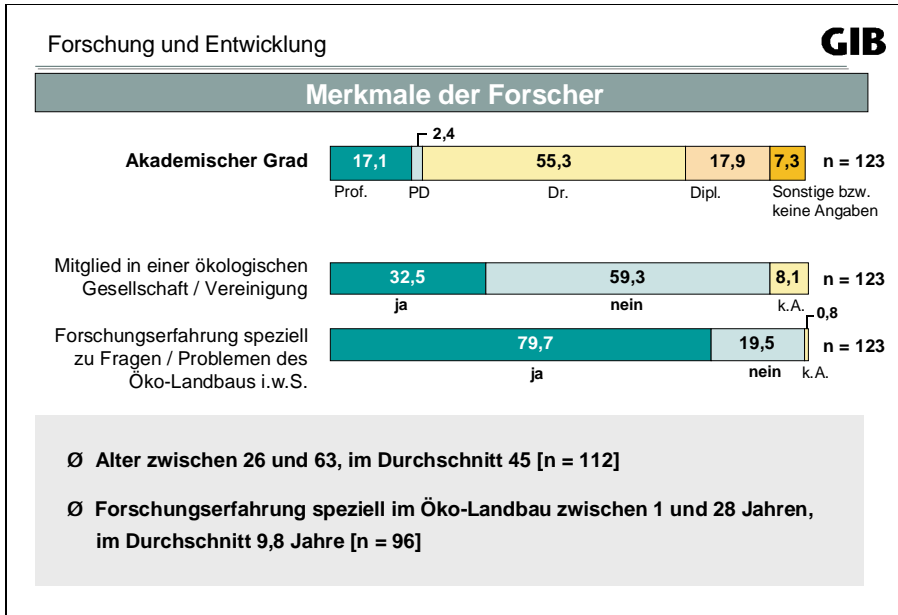


Abb. A6.2 - 2

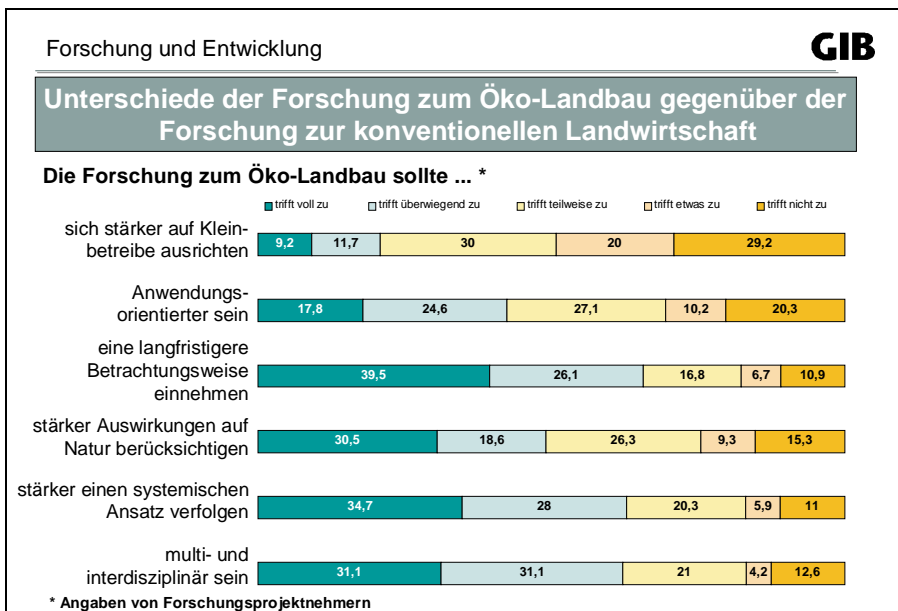


Abb. A6.2 - 3

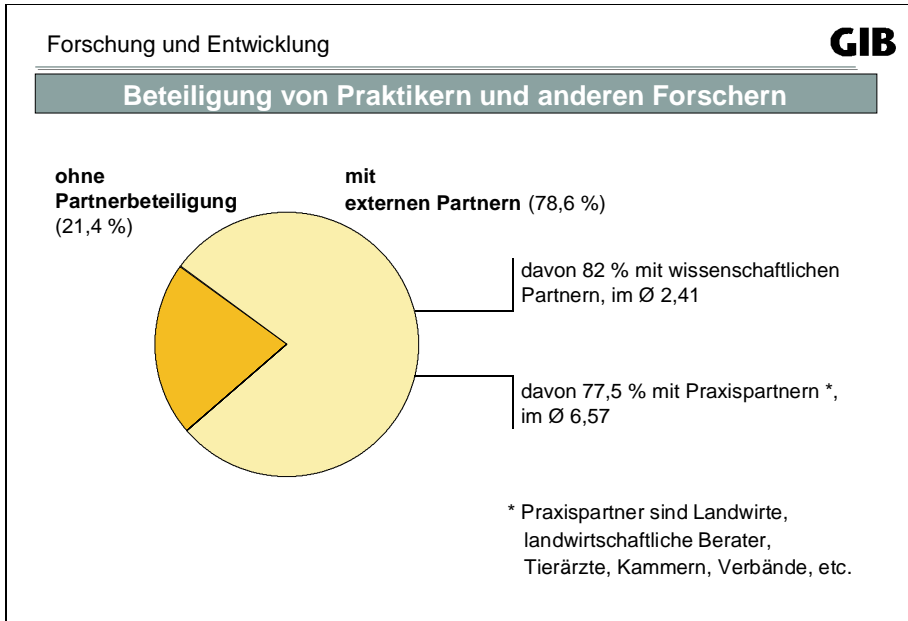


Abb. A6.2 - 4

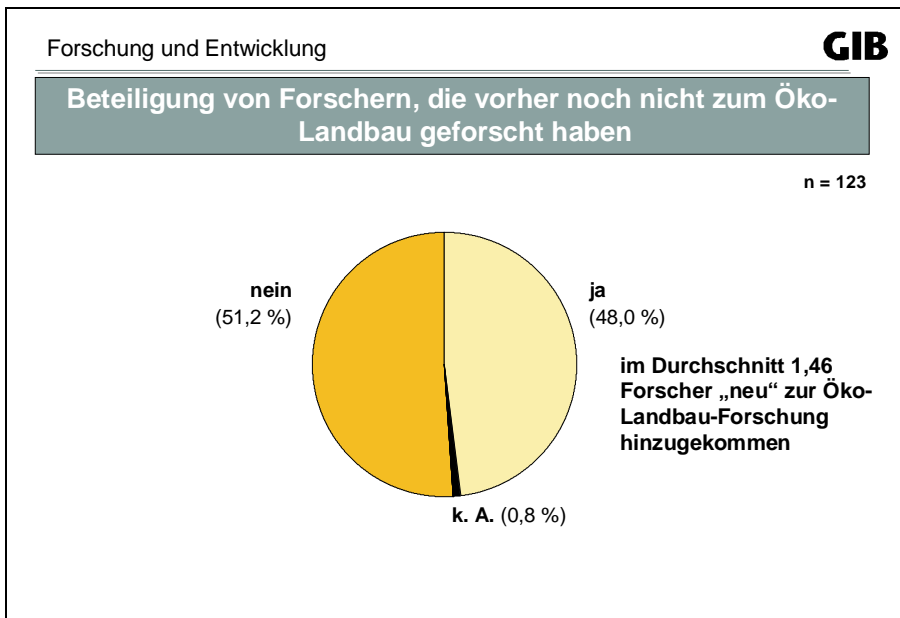


Abb. A6.2 - 5

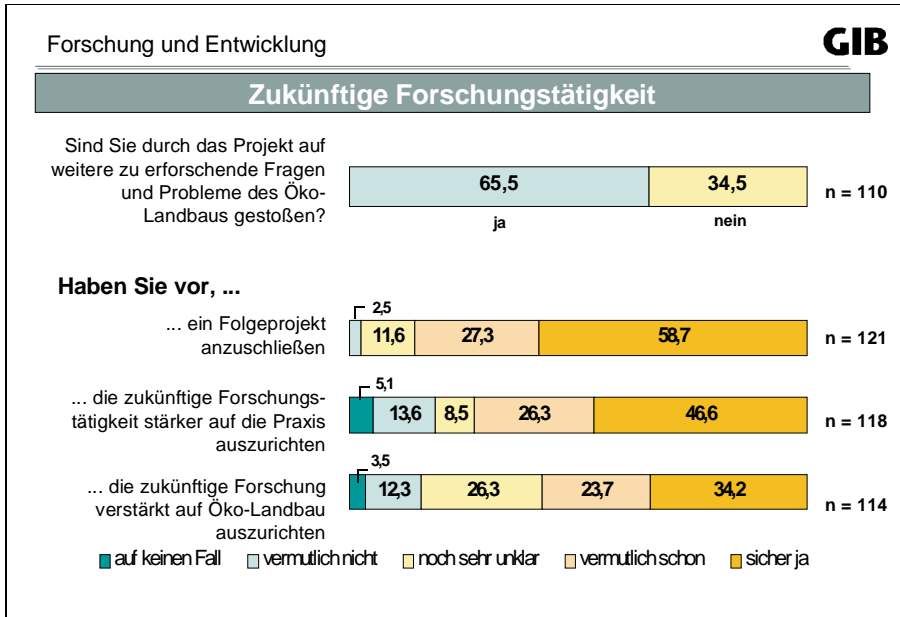


Abb. A6.2 - 6

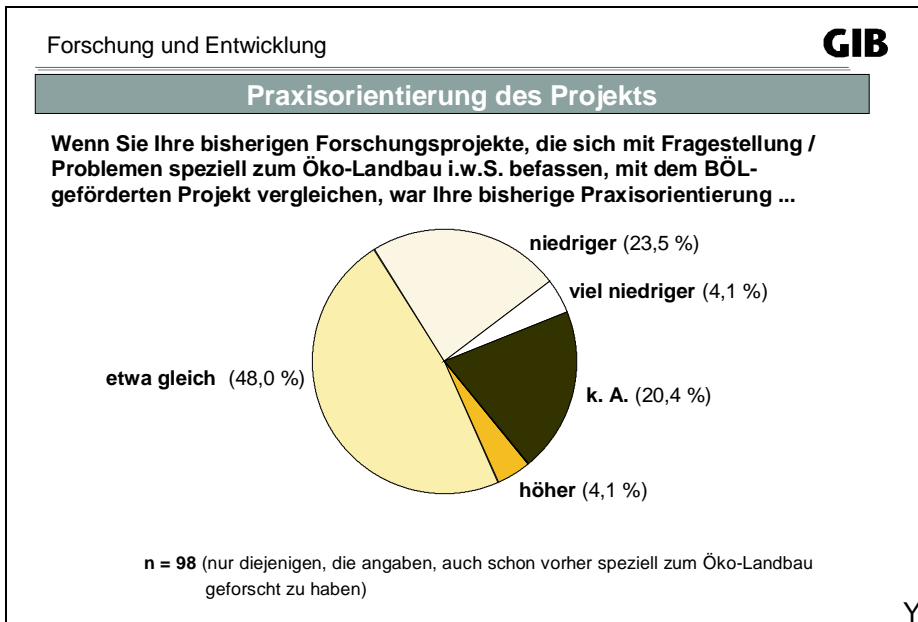


Abb. A6.2 - 7

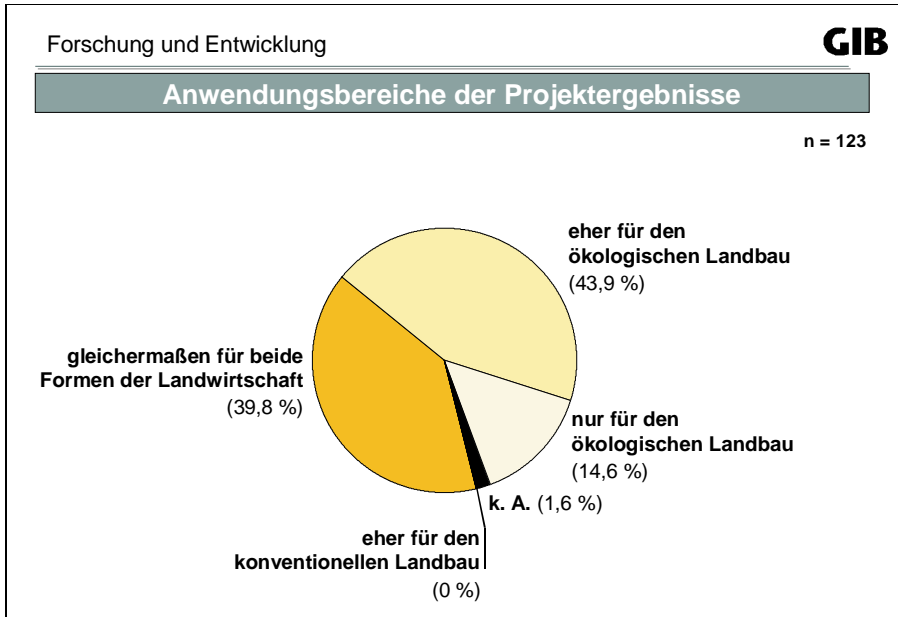


Abb. A6.2 - 8

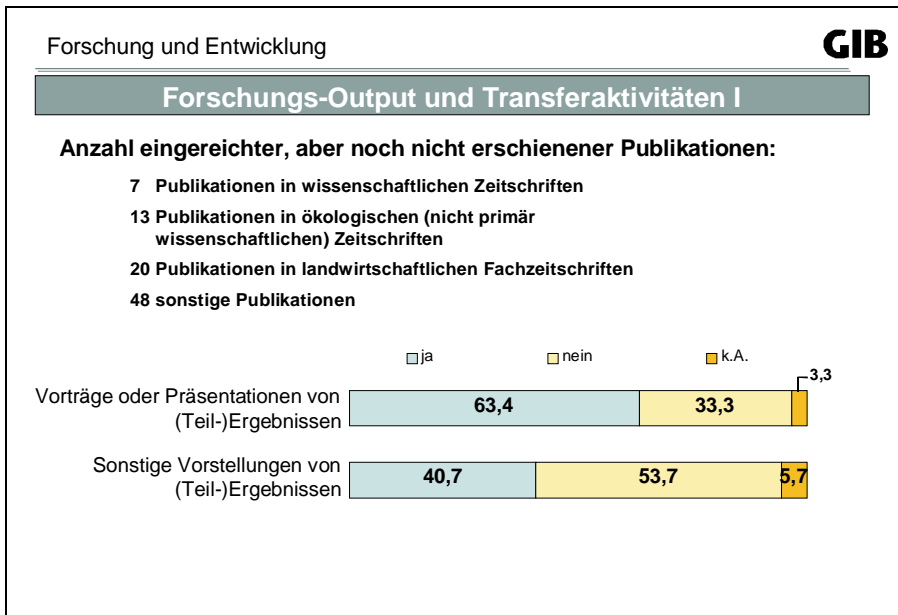


Abb. A6.2 - 9

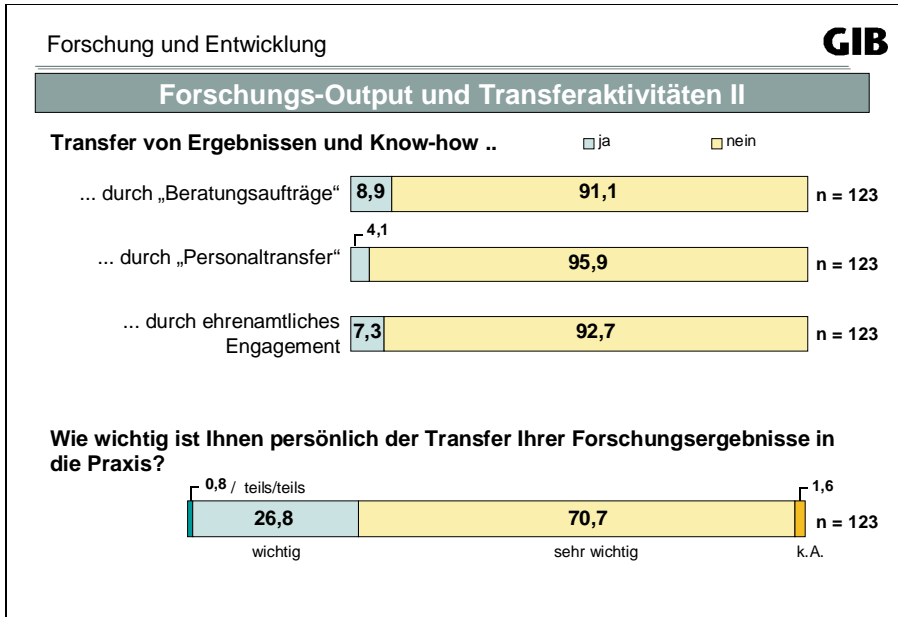


Abb. A6.2 - 10

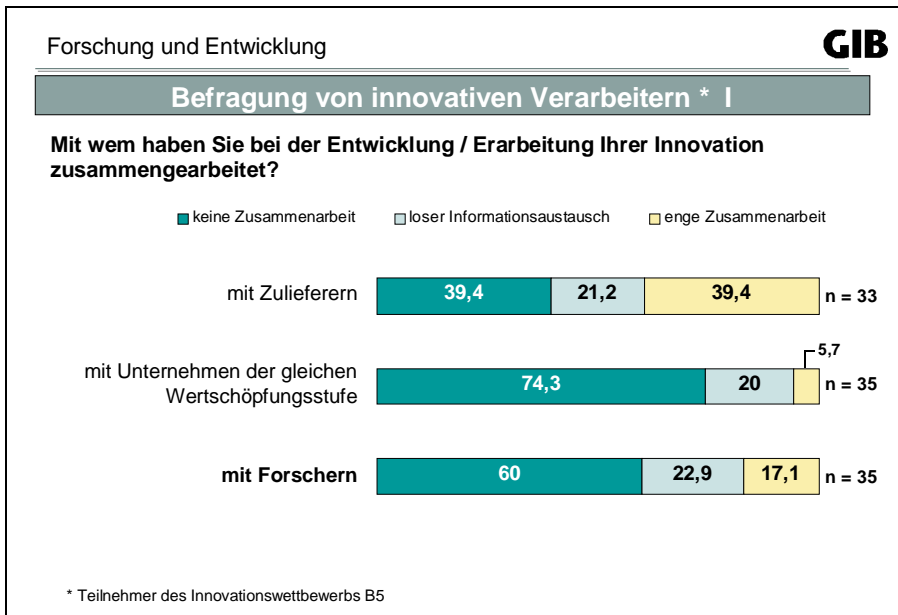


Abb. A6.2 - 11

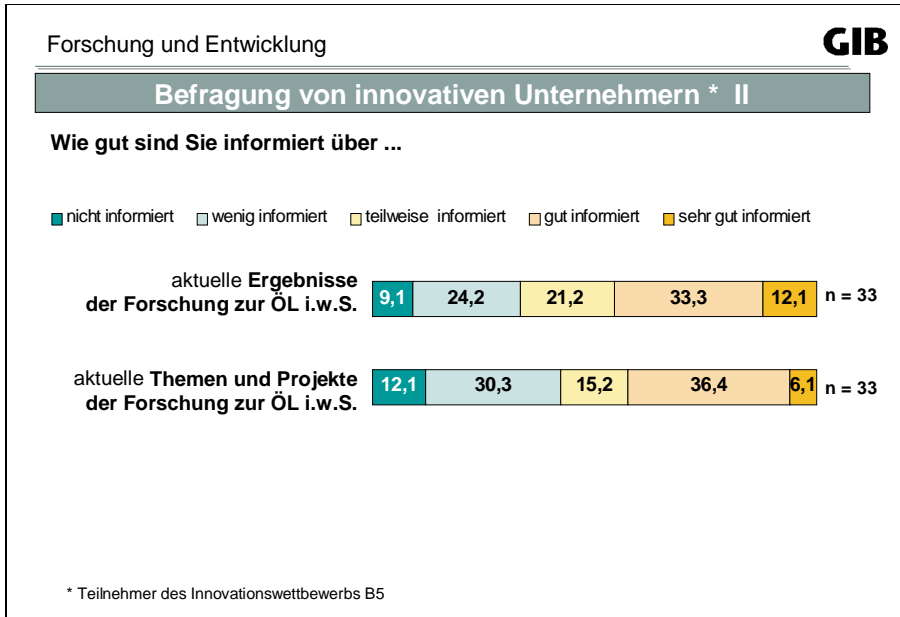


Abb. A6.2 - 12

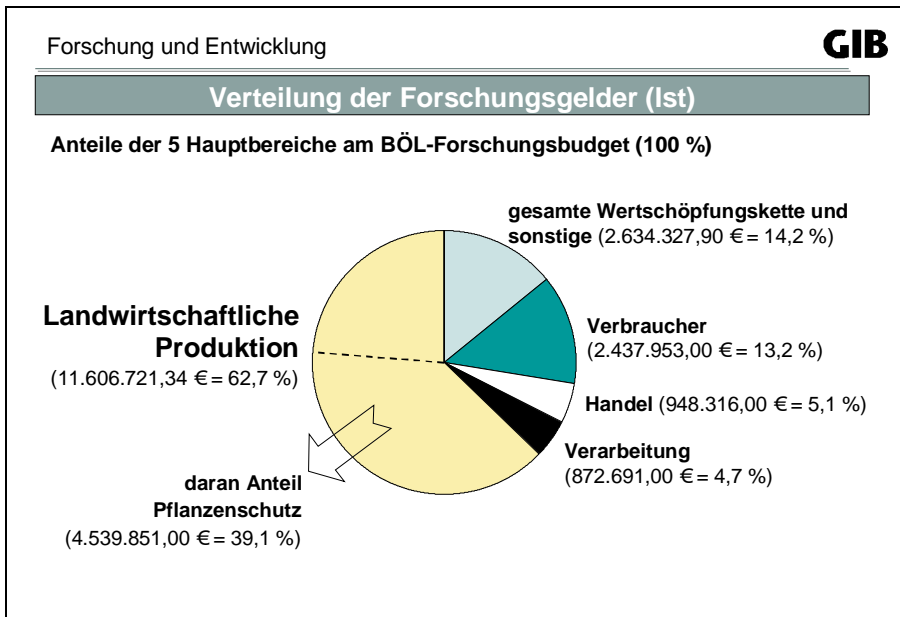


Abb. A6.2 - 13

**GIB**

Forschung und Entwicklung

Mittelverteilung auf Forschungsgebiete (Anteil bewilligtes Forschungsbudget 2002 / 2003)	
<b>Landwirtschaftliche Produktion</b>	<b>62,7 %</b>
<b>Pflanzenproduktion</b>	
Pflanzenzüchtung	3,5 %
Pflanzenbau	4,5 %
Pflanzenschutz	24,5 %
Pflanzenernährung	3,1 %
Obst- und Gemüsebau	3,4 %
<b>Tierproduktion</b>	
Tierzüchtung	0,8 %
Tierhaltung	3,2 %
Tierernährung	2,5 %
<b>Kombinierte Anbausysteme</b>	
Kombinierte Anbausysteme (Tier- und Pflanzenproduktion)	1,0 %
<b>Agrartechnik</b>	
Agrartechnik	0,4 %
<b>Bodenkunde</b>	
Bodenkunde	0,7 %
<b>Wirtschafts- u. Sozialwissenschaften</b>	
Betriebswirtschaft	6,8 %
Agrarstruktur	2,2 %
Märkte	0,2 %
Agrar- und Naturschutzpolitik	0,6 %
Recht	0,7 %
Beratung	2,7 %
Sonstiges ...	1,8 %
<b>Verarbeitung</b>	<b>4,7 %</b>
<b>Handel</b>	<b>5,1 %</b>
<b>Verbraucher</b>	<b>13,2 %</b>
Verbraucherverhalten	3,8 %
Ernährungswissenschaft, Gesundheit, Sicherheit	8,3 %
Sozial- und Politikwissenschaften	0,8 %
Sonstiges ...	0,3 %
<b>Gesamte Wertschöpfungskette</b>	<b>11,1 %</b>
Wertschöpfungskette (einzelner) pflanzlicher Produkte	3,0 %
Wertschöpfungskette (einzelner) tierischer Produkte	6,1 %
Sonstiges ...	2,0 %
<b>Sonstiges</b>	<b>3,1 %</b>

Abb. A6.2 - 14

**GIB**

Forschung und Entwicklung

Forschungsgebiete der Projektleiter (Mehrfachnennungen möglich)	
<b>Landwirtschaftliche Produktion</b>	
<b>Pflanzenproduktion</b>	
Pflanzenzüchtung	13,8 %
Pflanzenbau	21,1 %
Pflanzenschutz	26,0 %
Pflanzenernährung	15,4 %
Obst- und Gemüsebau	8,1 %
<b>Tierproduktion</b>	
Tierzüchtung	4,1 %
Tierhaltung	7,3 %
Tierernährung	4,9 %
<b>Kombinierte Anbausysteme</b>	
Kombinierte Anbausysteme (Tier- und Pflanzenproduktion)	10,6 %
<b>Agrartechnik</b>	3,3 %
<b>Bodenkunde</b>	5,7 %
<b>Wirtschafts- u. Sozialwissensch.</b>	
Betriebswirtschaft	9,8 %
Agrarstruktur	6,5 %
Märkte	7,3 %
Agrar- und Naturschutzpolitik	10,6 %
Recht	5,7 %
Beratung	12,2 %
Sonstiges	5,7 %
<b>Verarbeitung</b>	<b>8,9 %</b>
<b>Handel</b>	<b>7,3 %</b>
<b>Verbraucher</b>	
Verbraucherverhalten	10,6 %
Ernährungswissenschaft, Gesundheit, Sicherheit	12,2 %
Sozial- und Politikwissenschaften	7,3 %
Sonstiges	4,9 %
<b>Gesamte Wertschöpfungskette</b>	
Wertschöpfungskette (einzelner) pflanzlicher Produkte	13,8 %
Wertschöpfungskette (einzelner) tierischer Produkte	8,1 %
Sonstiges	2,4 %
<b>Sonstiges</b>	<b>11,4 %</b>

Abb. A6.2 - 15



Forschung und Entwicklung **GIB**

**Mittelverteilung: Gegenüberstellung der Ist-Situation zu Empfehlungen**

	Verteilung Ist	Empfehlungen			
		aller befragten Forscher	Befragten <i>ohne</i> eigenen Forschungsbereich *	Experten**	Teilnehmer Reflexions-Workshop
<b>LANDWIRTSCHAFT</b>	<b>73,2%</b>	<b>39,8%</b>	<b>31,8%</b>	<b>35,0%</b>	<b>42,8%</b>
Pflanzenproduktion	45,6%	11,1%	7,3%	6,9%	11,1%
Tierproduktion	7,6%	11,2%	8,8%	6,9%	8,4%
Komb. Anbausysteme	1,2%	6,7%	6,0%	8,9%	8,1%
Agrartechnik	0,5%	3,7%	3,7%	8,2%	6,2%
Bodenkunde	0,8%	2,4%	2,9%	1,4%	4,7%
WiSoLa	17,5%	4,8%	3,1%	2,7%	4,4%
<b>VERARBEITUNG</b>	<b>5,5%</b>	<b>17,6%</b>	<b>20,9%</b>	<b>28,3%</b>	<b>22,9%</b>
<b>HANDEL</b>	<b>6,0%</b>	<b>15,6%</b>	<b>20,8%</b>	<b>16,7%</b>	<b>20,1%</b>
<b>VERBRAUCHER</b>	<b>15,4%</b>	<b>26,9%</b>	<b>26,5%</b>	<b>20,0%</b>	<b>14,1%</b>

\* Empfehlung der Befragten bzgl. des jeweils eigenen Forschungsbereichs wurden herausgerechnet.  
\*\* Angaben von Personen, die von befragten Forschern als Experten genannt wurden.

Abb. A6.2 - 16

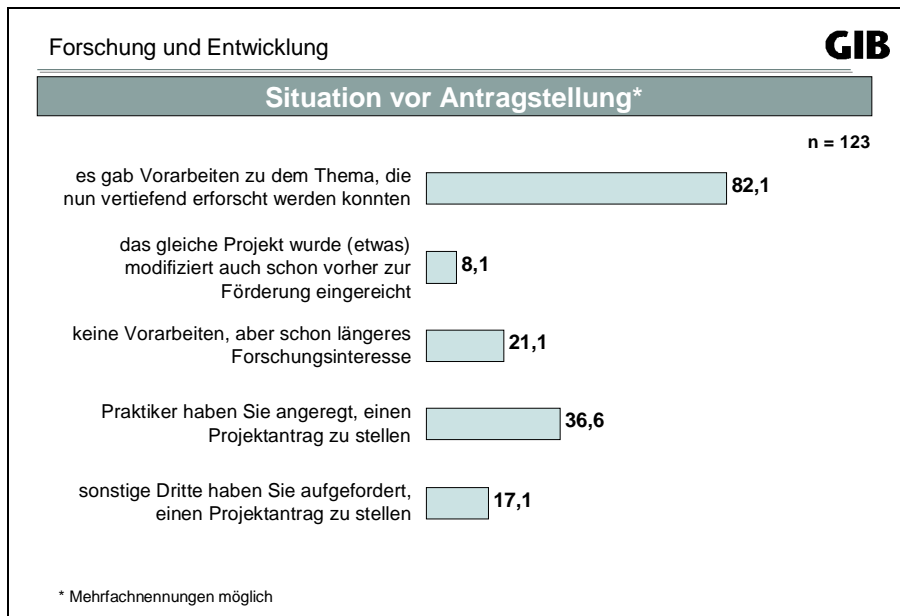


Abb. A6.2 - 17

**GIB**

**Ergebnisse der Stichprobenkontrolle von 7 Forschungsprojekten**

Bewertungskriterien *	1	2	3	4	5	Mittelwert
schließt Wissens- und Erfahrungslücken im Öko-Landbau	4**	1	1	1	-	1,86
stärkt Wettbewerbsfähigkeit des Öko-Landbaus	2	3	2	-	-	2,00
Fragestellung ist vor allem für Öko-Landbau von Interesse	1	5	-	-	1	2,29
Projektantrag gibt aktuellen Stand der Literatur wieder	4	1	2	-	-	1,71
Methoden entsprechen neustem Stand der Wissenschaft	4	1	2	-	-	1,71
Problemstellung ist von wissenschaftlichem Interesse	5	1	1	-	-	1,43
Problemstellung ist von Interesse für Praxis	3	1	3	-	-	2,00
Projektbudget ist Fragestellung angemessen	-	5	1	1	-	2,43
Projektantrag macht zu erwartende Ergebnisse deutlich	3	1	3	-	-	2,00
Vorgehen im Projektantrag deutlich beschrieben	2	4	1	-	-	1,86
Zwischenbericht entspricht Erwartungen aufgrund des Projektantrags	1	4	2	-	-	2,14
Zwischenbericht macht weitere zu erwartende Ergebnisse deutlich	1	1	3	-	2	3,14

\* 1 = stimmt voll und ganz 5 = stimmt gar nicht      \*\* Anzahl der Bewertungen

Abb. A6.2 - 18

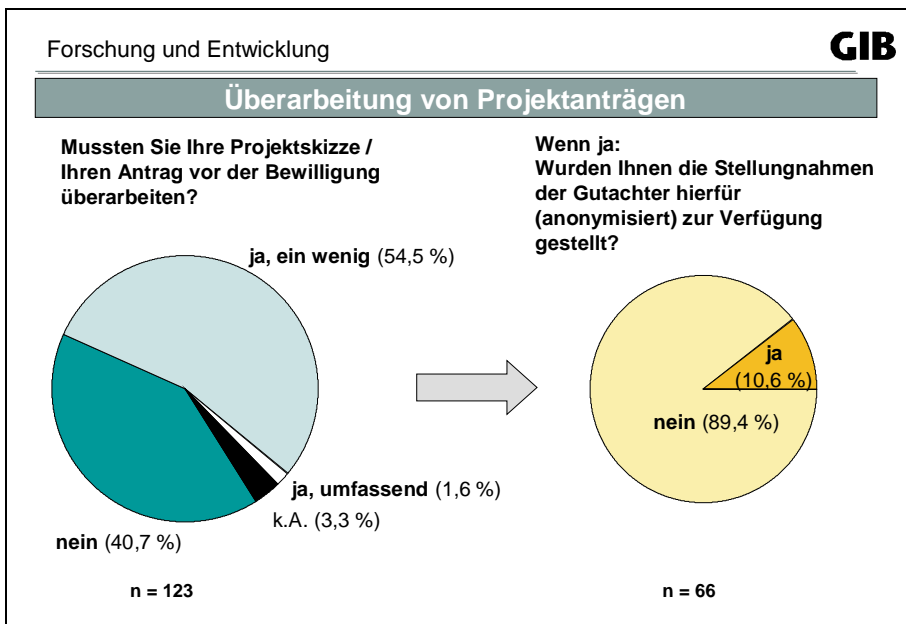


Abb. A6.2 - 19

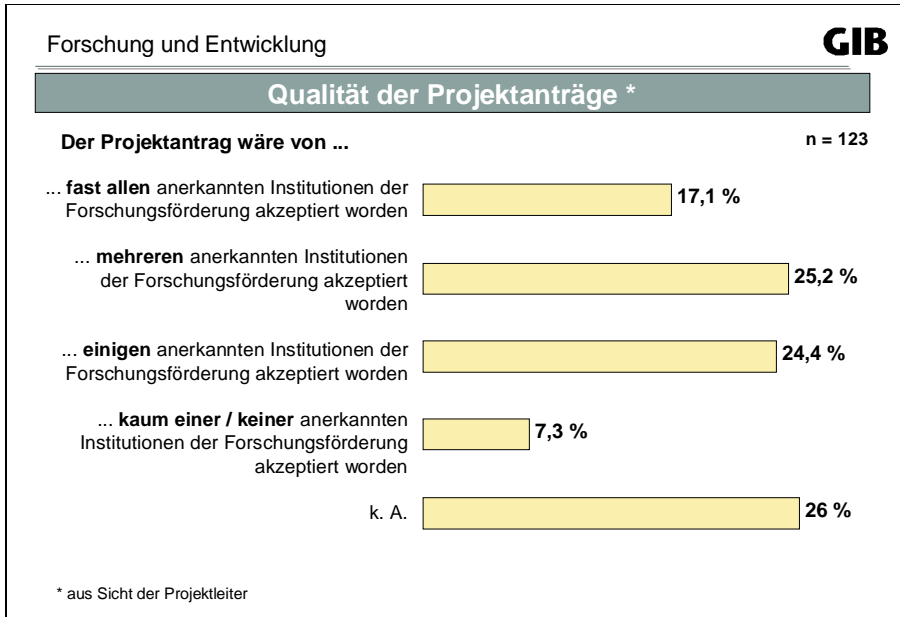


Abb. A6.2 - 20

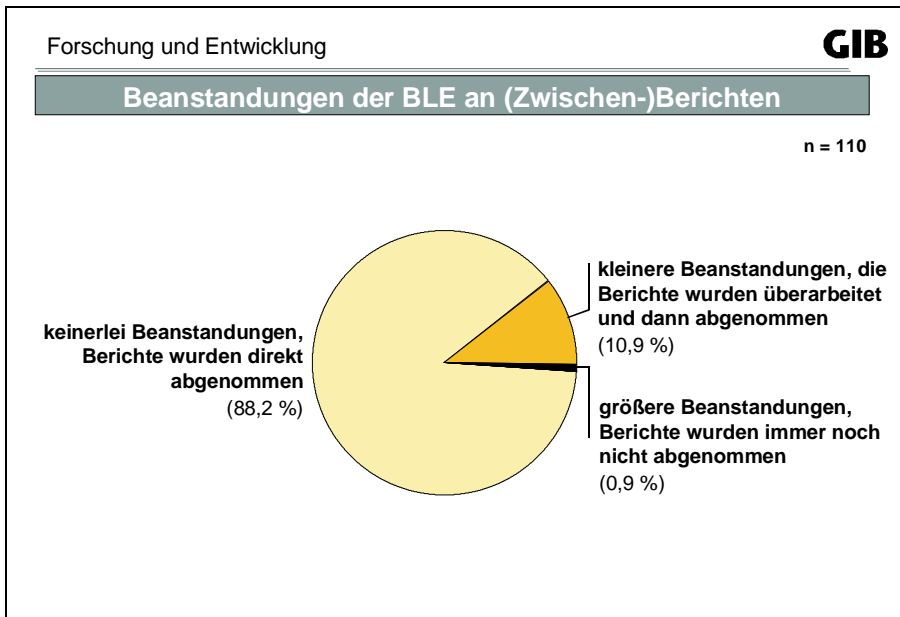


Abb. A6.2 - 21

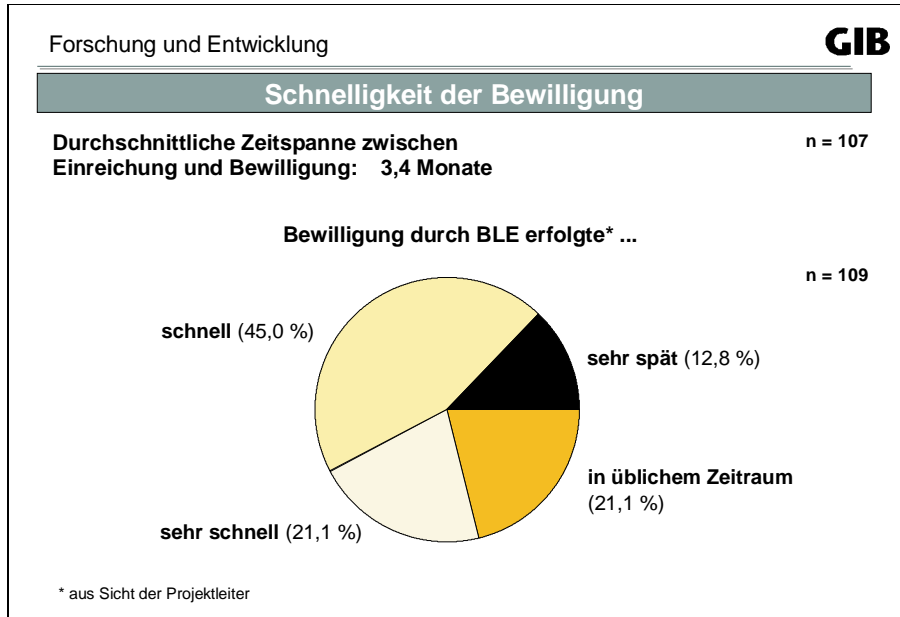


Abb. A6.2 - 22

Forschung und Entwicklung **GIB**

**Zufriedenheit mit der Arbeit der Geschäftsstelle \***

	durchschnittliche Bewertung (Schulnoten)**
<b>Verständlichkeit von Unterlagen</b> zur finanziellen Projektabwicklung	2,59
<b>Geschwindigkeit</b> bei der Bearbeitung und <b>Auszahlung</b> von Mittelanforderungen	2,22
<b>Erreichbarkeit</b> des Projektbetreuers	1,69
<b>Engagement</b> zur Findung von Lösungen	1,65
<b>Kompetenz</b> bei der Lösung von Schwierigkeiten	1,82
<b>Reaktionszeit</b> bei allgem. Anfragen	1,76

n zwischen 51 und 62

\* Ergebnisse einer Befragung der Forscher durch die Geschäftsstelle  
 \*\* der Mittelwert bezieht sich auf die Skala 1 = sehr gut, ... , 5 = sehr schlecht

Abb. A6.2 - 23

A6.3 Landwirtschaftliche Produktion

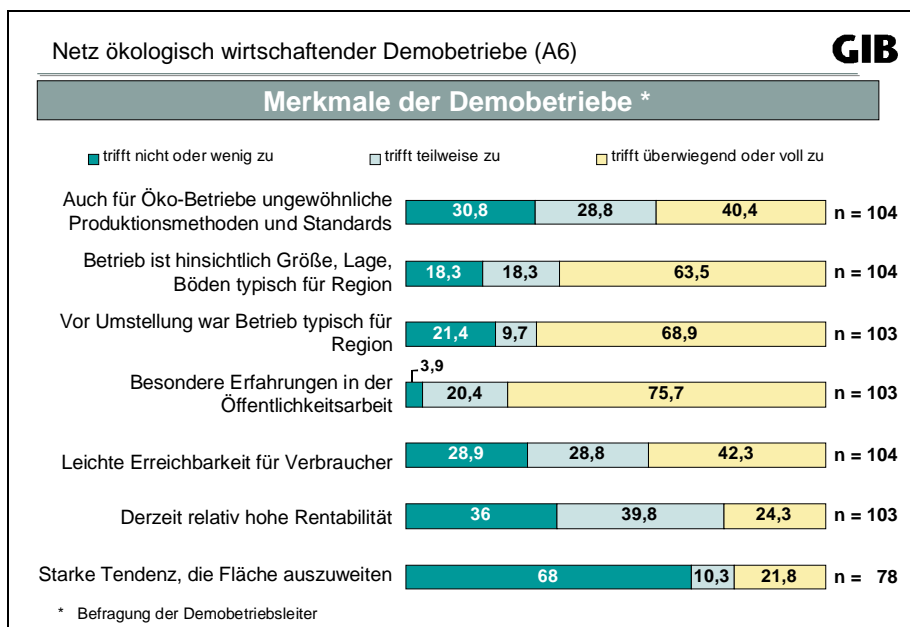


Abb. A6.3 - 1

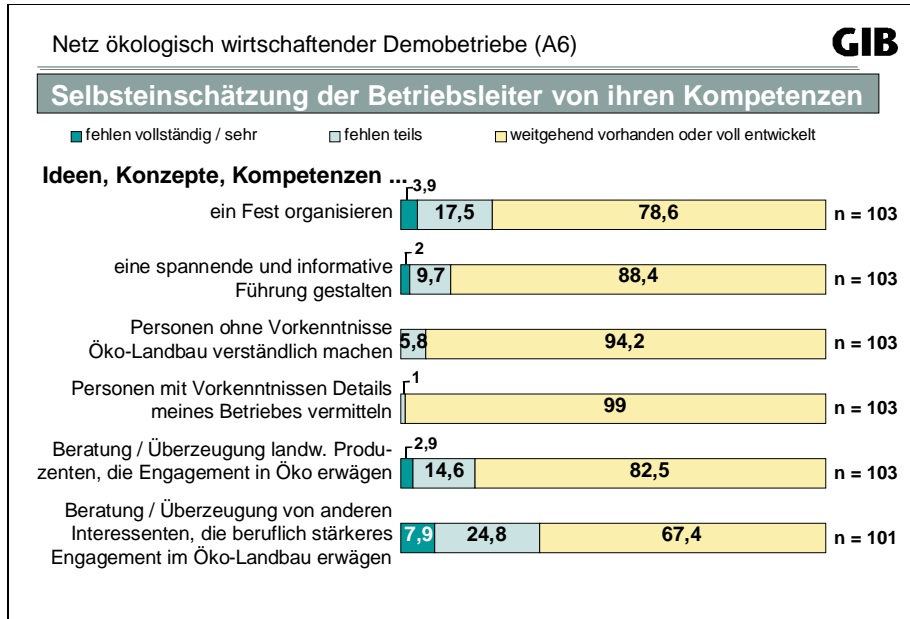


Abb. A6.3 - 2

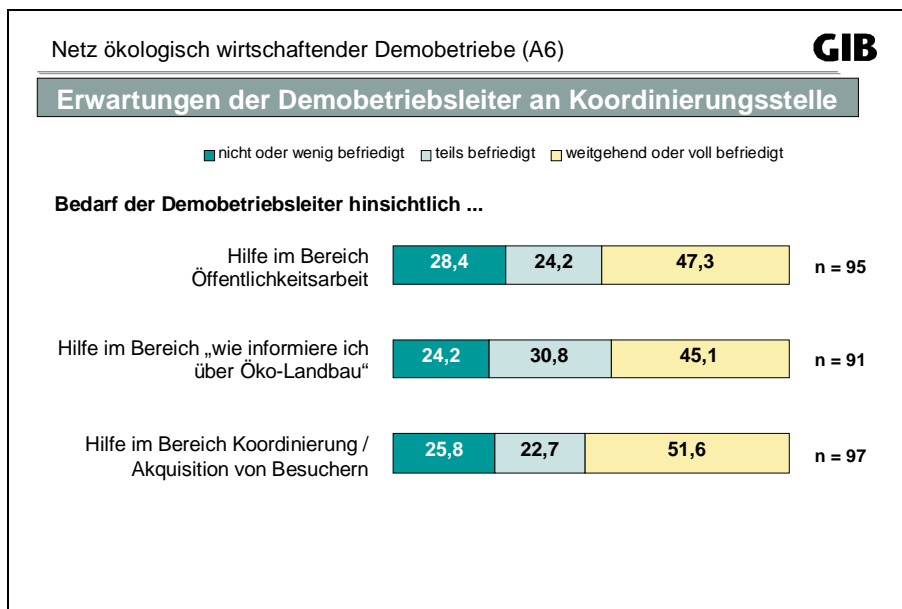


Abb. A6.3 - 3

Netz ökologisch wirtschaftender Demobetriebe (A6) **GIB**

### Wichtige Merkmale der Koordinierungsstelle

**entsprechend Status- und Zwischenbericht sowie Interviews**

- Ø Unterstützung der lokalen Öffentlichkeit (z.B. Flyer, PR-Leitfäden) und übergreifende Öffentlichkeitsarbeit (z.B. bundesweit Medienarbeit, 438 Medien)
- Ø Unterstützung des Erfahrungsaustauschs (84 Betriebe auf Regionaltreffen) und Betreuung der Betriebe (Betriebsbesuche)

**in der Bewertung durch die Demobetriebe insbesondere**

- Ø Kritik an kurzfristig festgesetzten oder schlecht abgesprochenen Terminen
- Ø Wunsch nach mehr Öffentlichkeit / Zuführung von Besuchern
- Ø Anlaufschwierigkeiten, darunter verspätete Bereitstellung von Materialien

**Zuständigkeit für lokale Öffentlichkeitsarbeit bislang ungeklärt**

Abb. A6.3 - 4

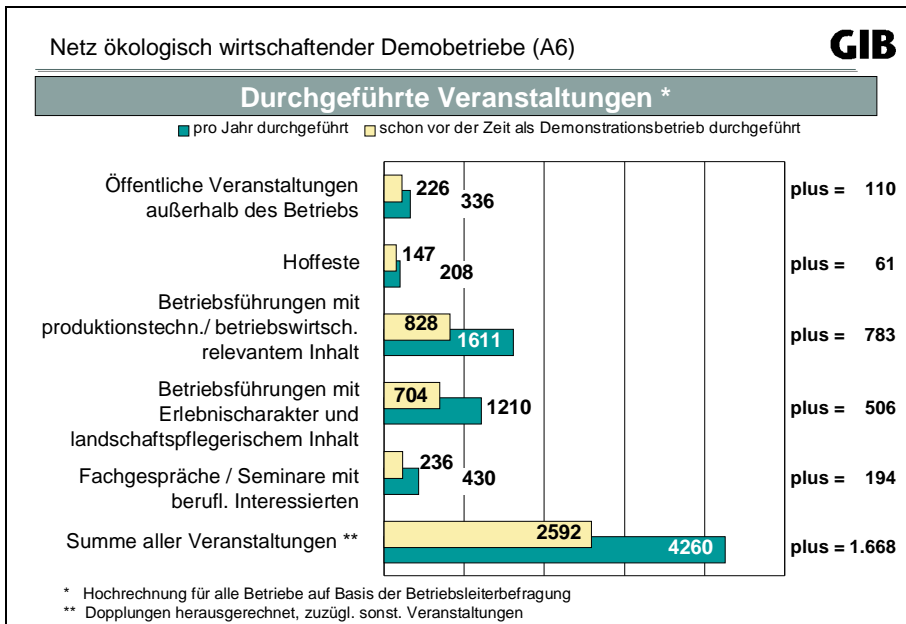


Abb. A6.3 - 5

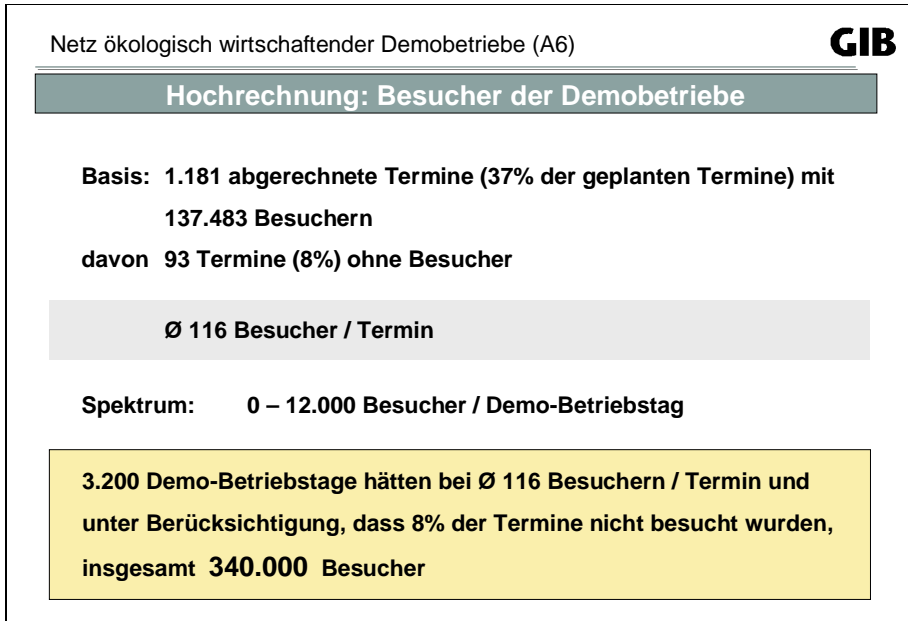


Abb. A6.3 - 6

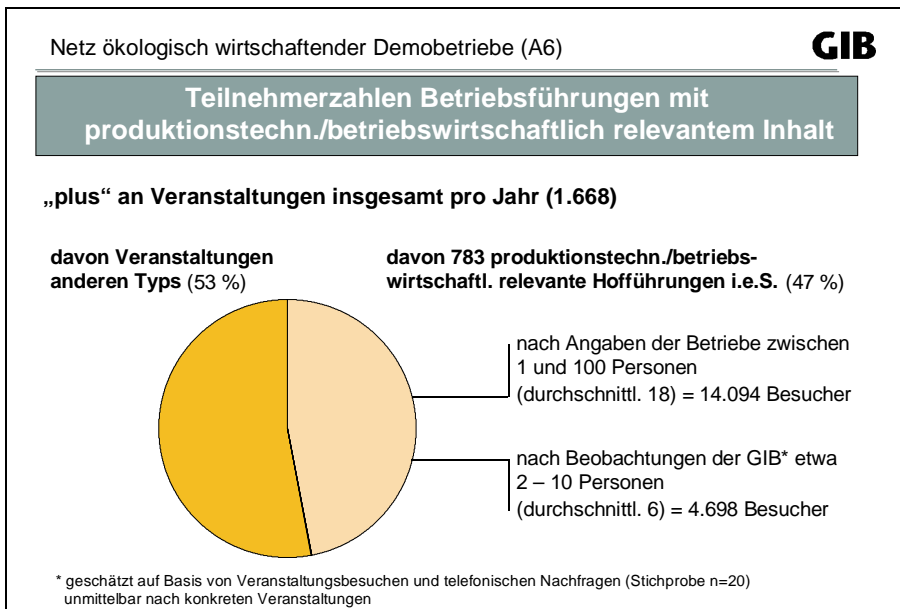


Abb. A6.3 - 7



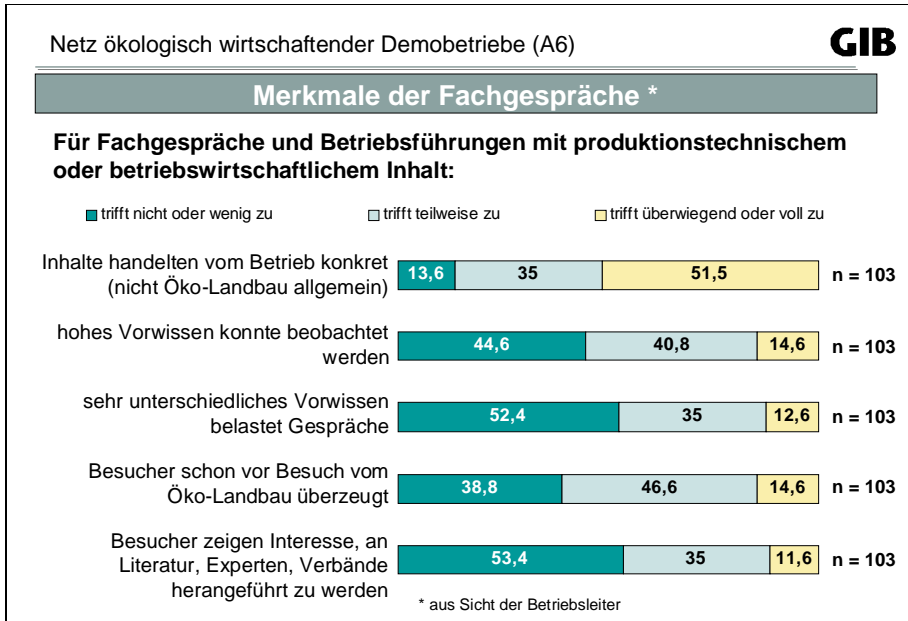


Abb. A6.3 - 8

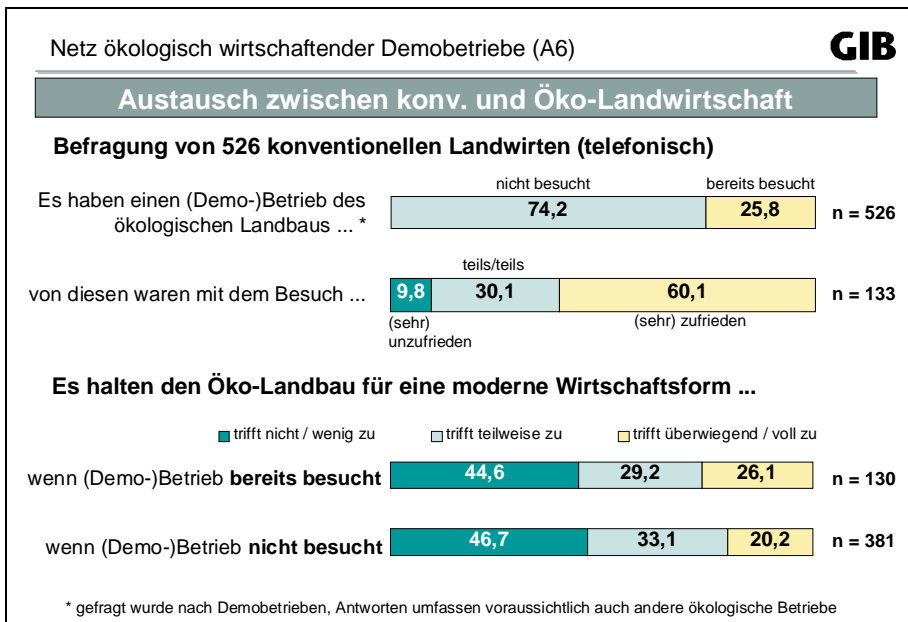


Abb. A6.3 - 9

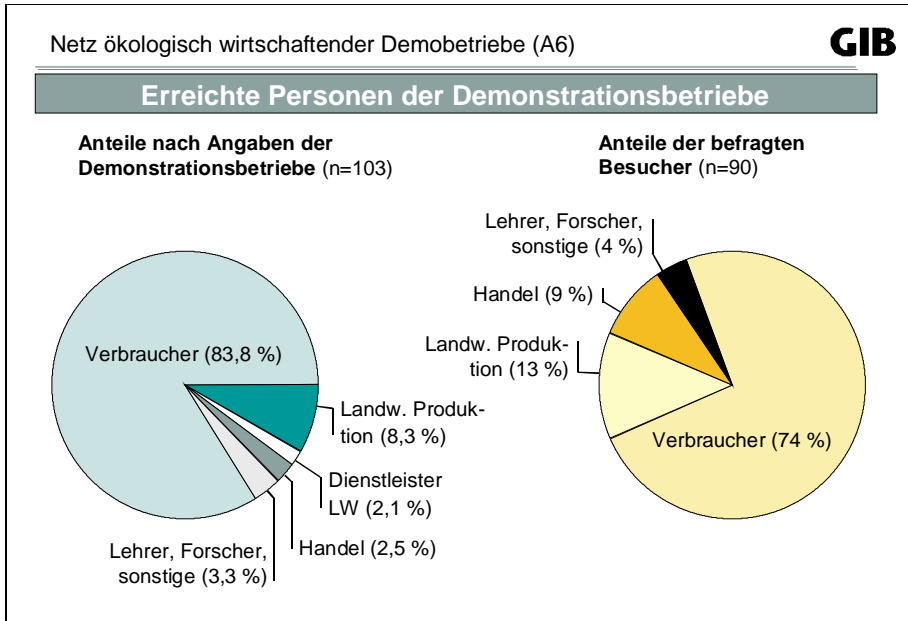


Abb. A6.3 - 10

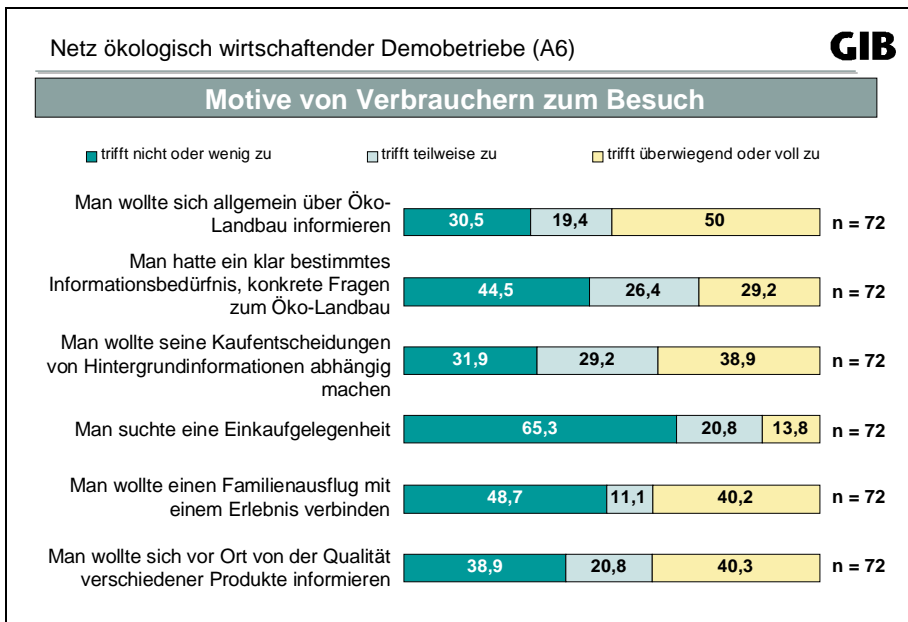


Abb. A6.3 - 11

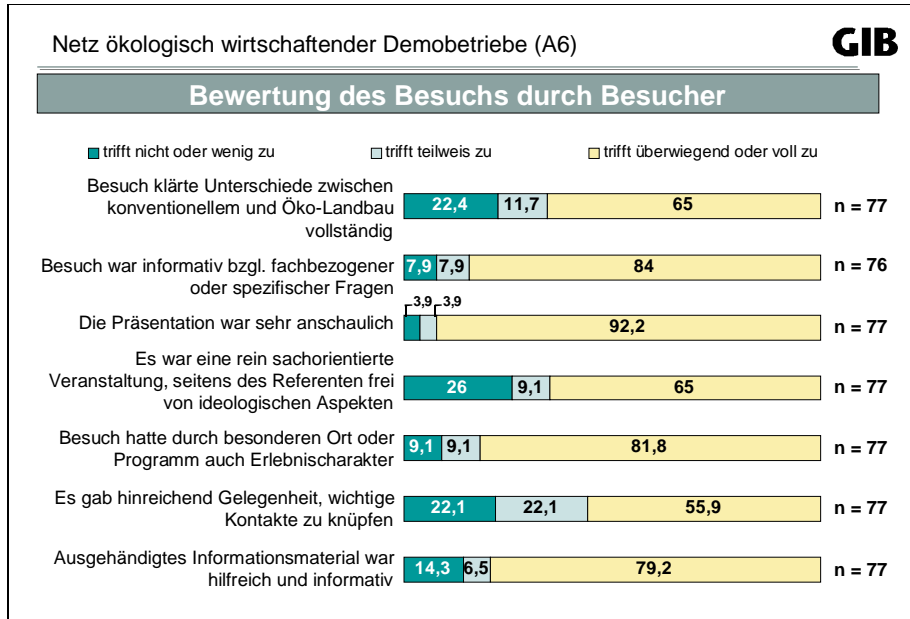


Abb. A6.3 - 12

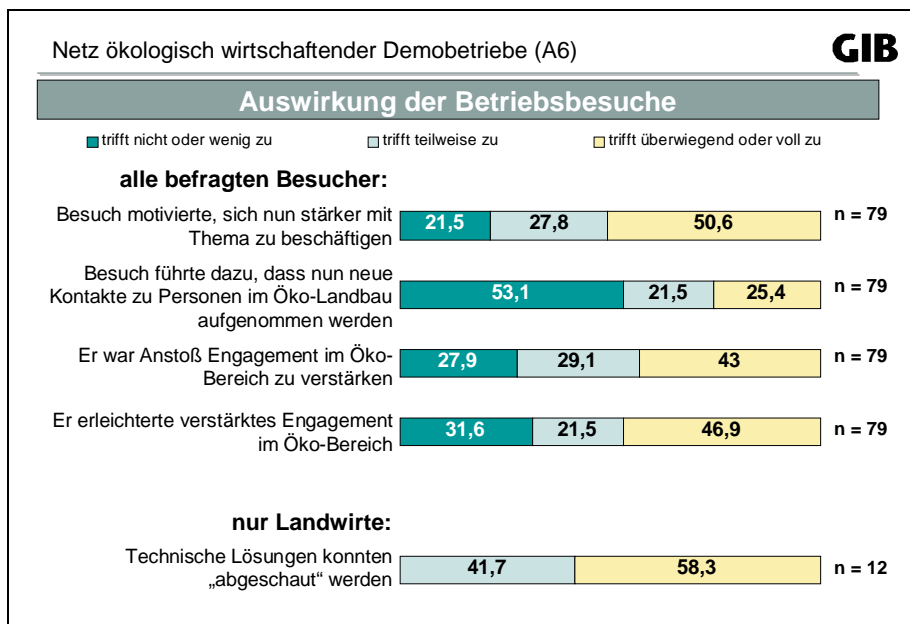


Abb. A6.3 - 13

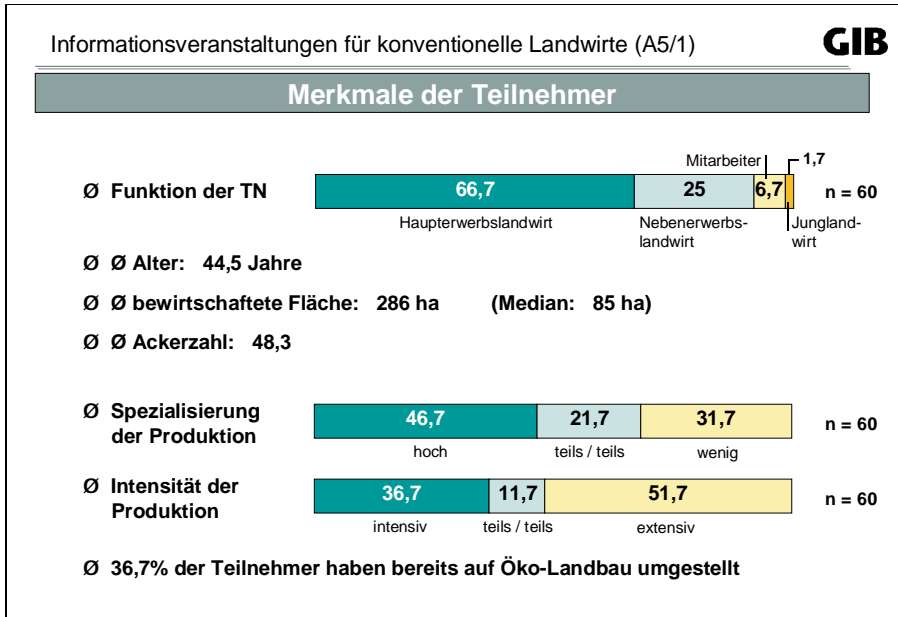


Abb. A6.3 - 14

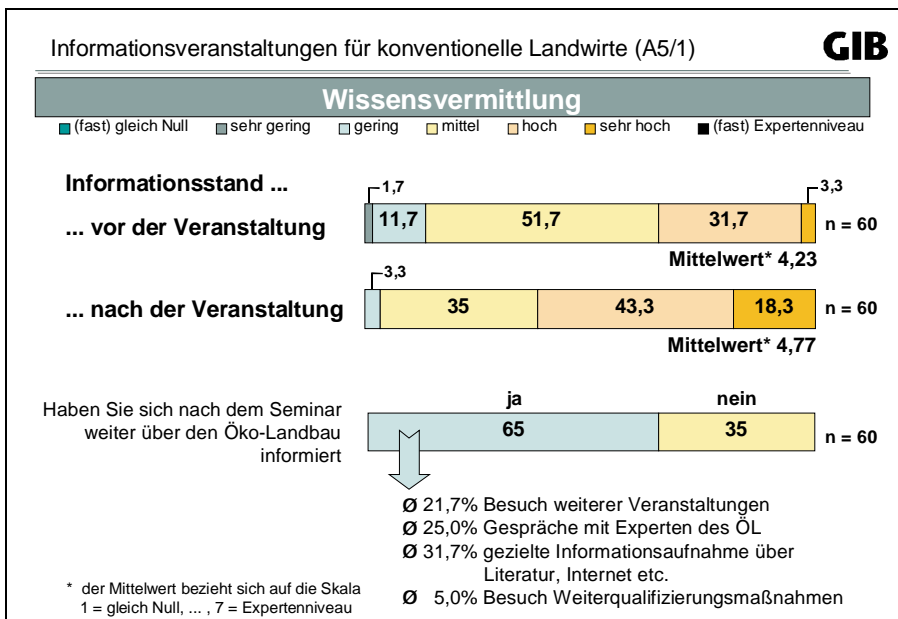


Abb. A6.3 - 15

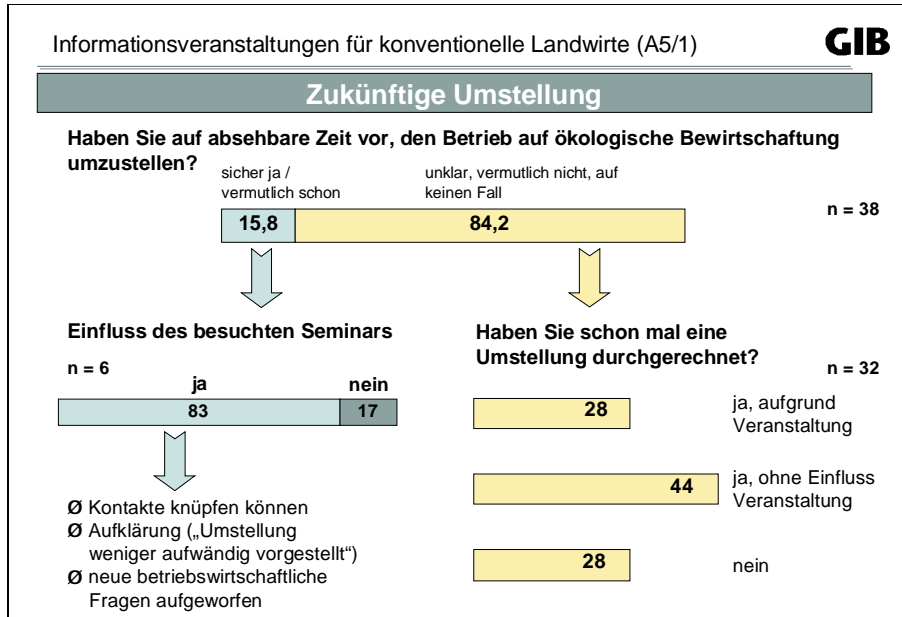


Abb. A6.3 - 16

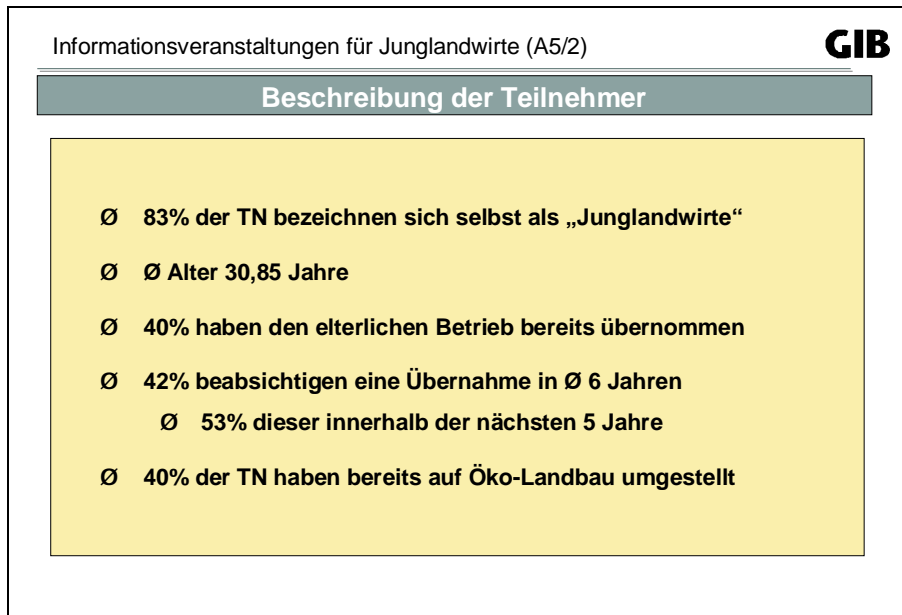


Abb. A6.3 - 17

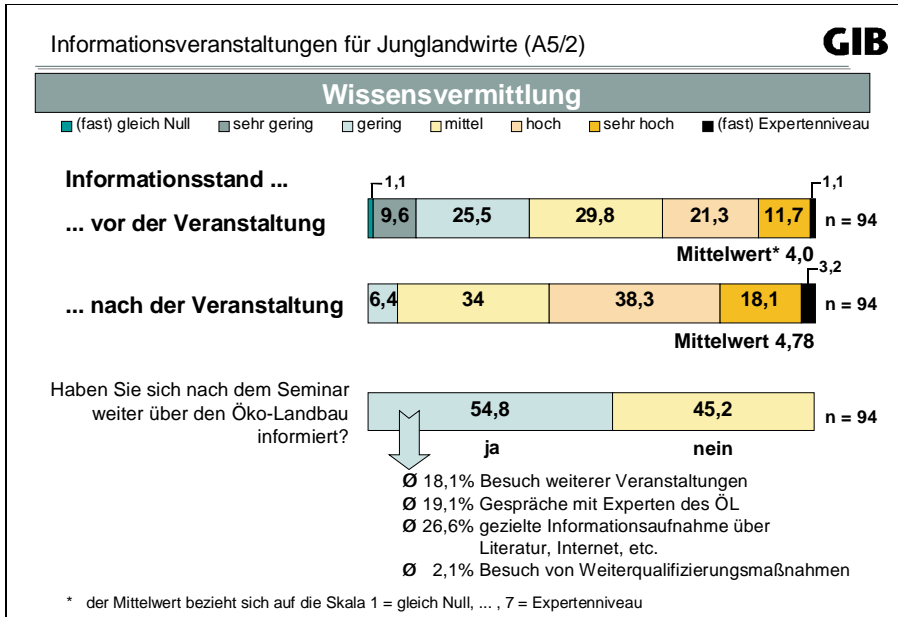


Abb. A6.3 - 18

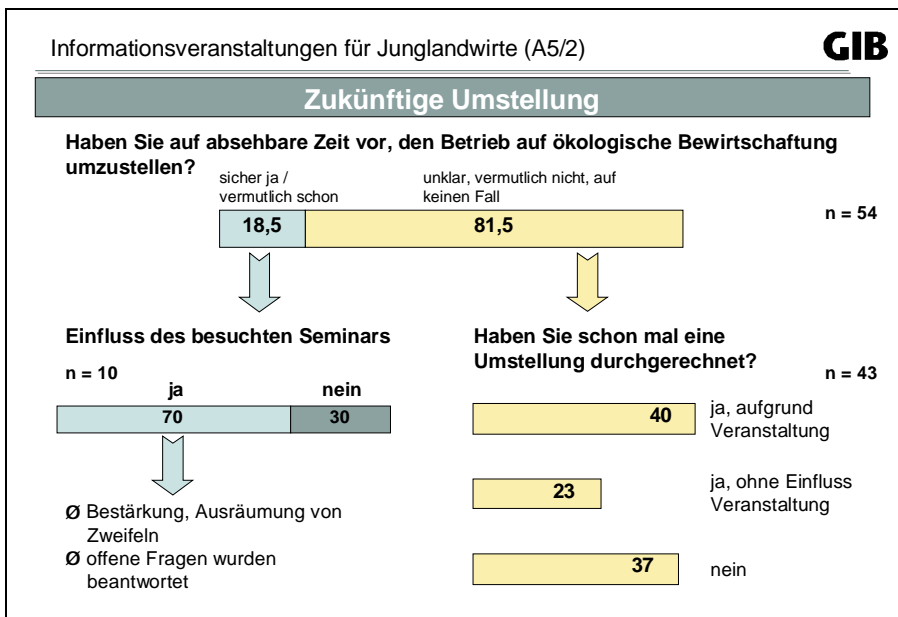


Abb. A6.3 - 19

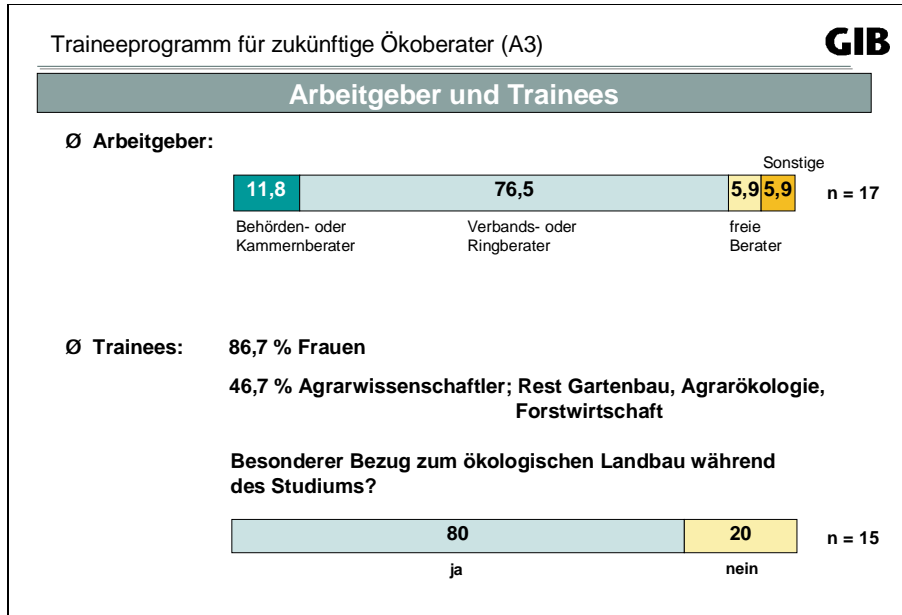


Abb. A6.3 - 20

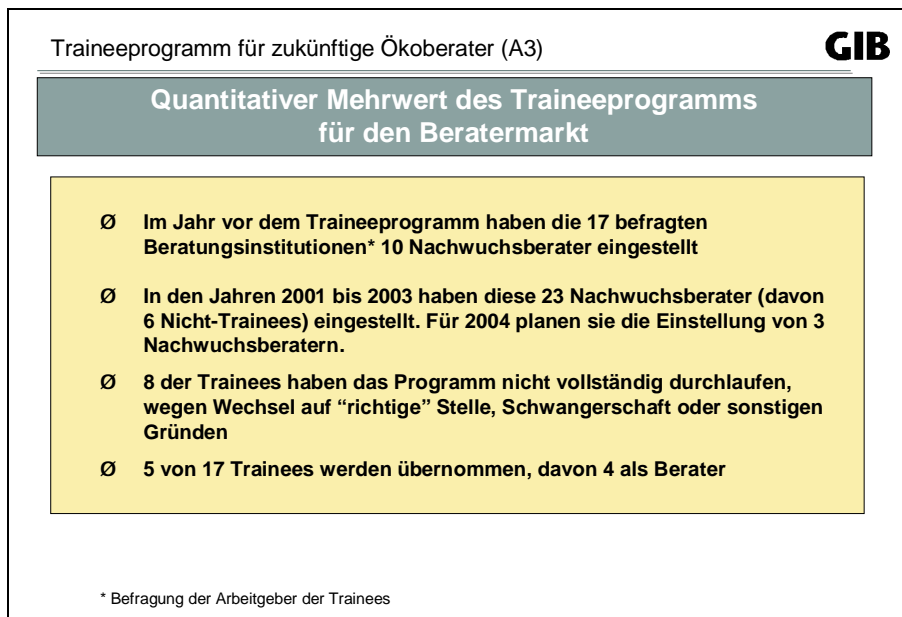


Abb. A6.3 - 21

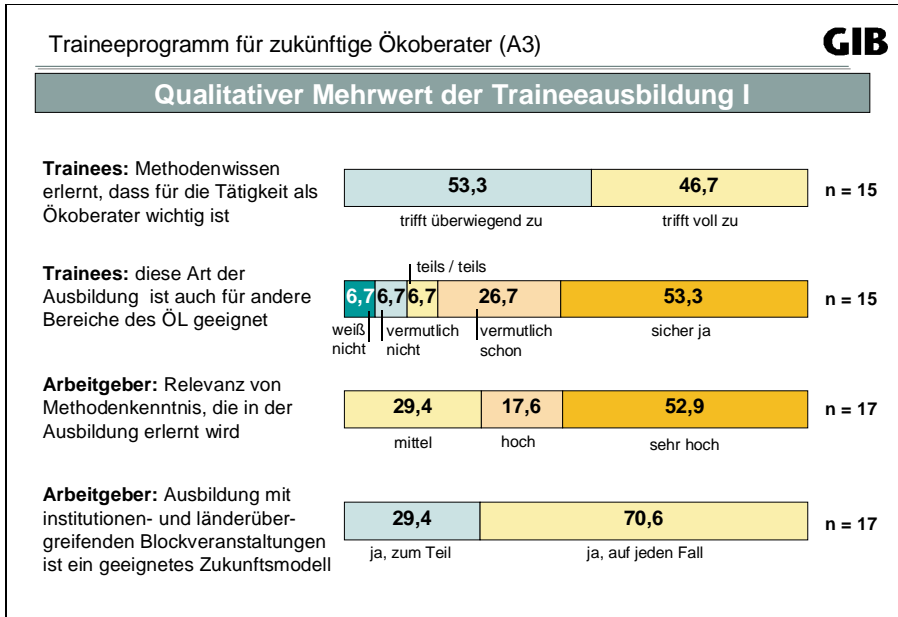


Abb. A6.3 - 22

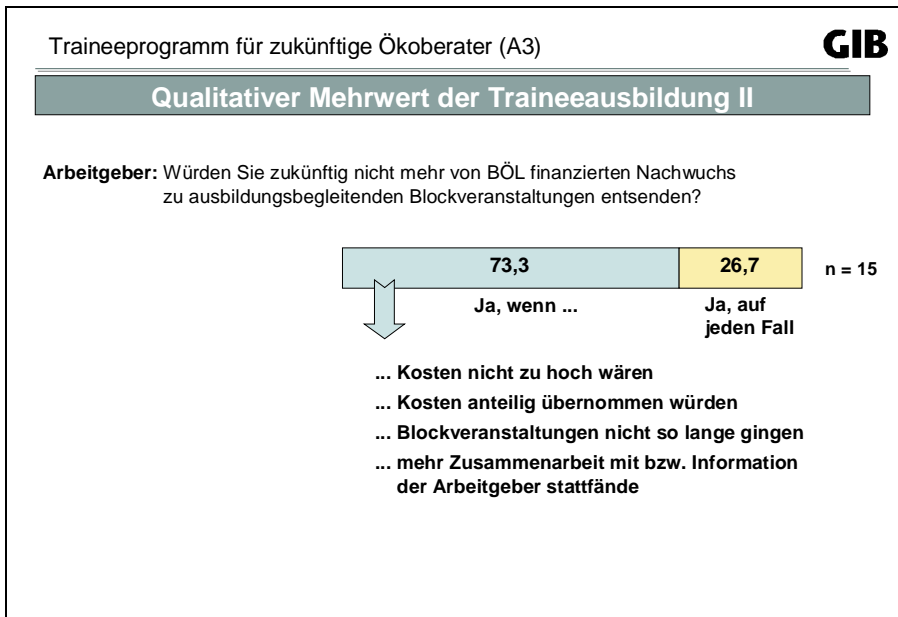


Abb. A6.3 - 23



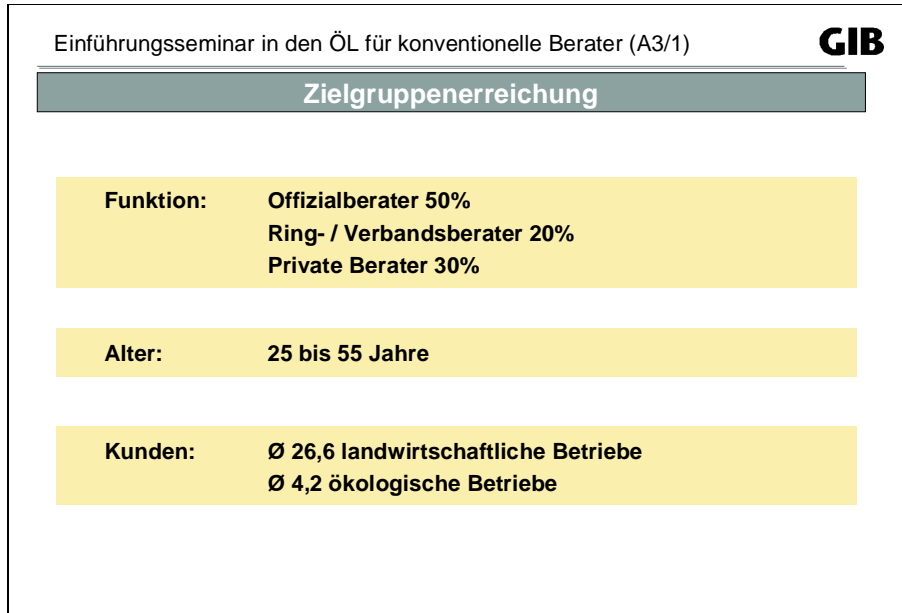


Abb. A6.3 - 24

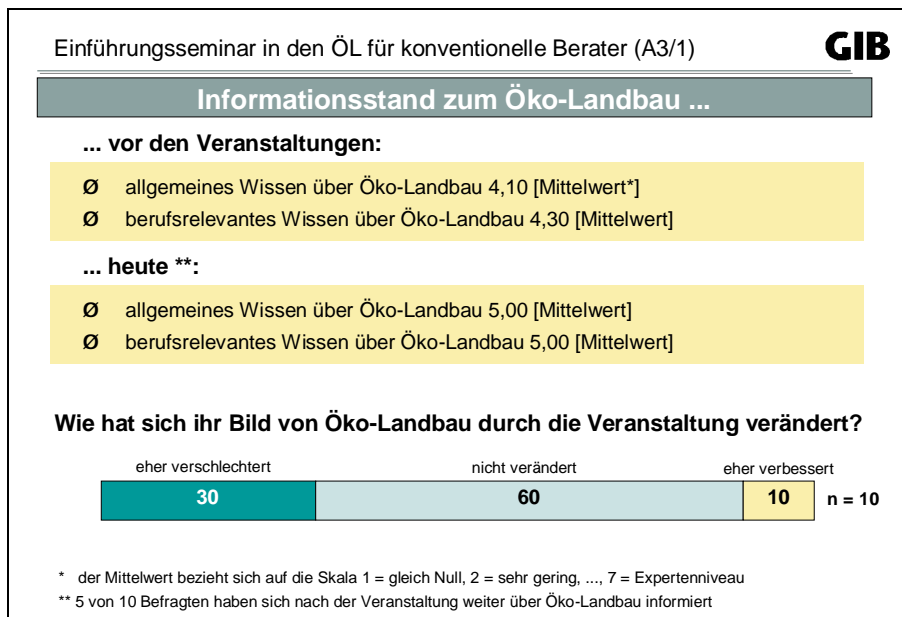


Abb. A6.3 - 25

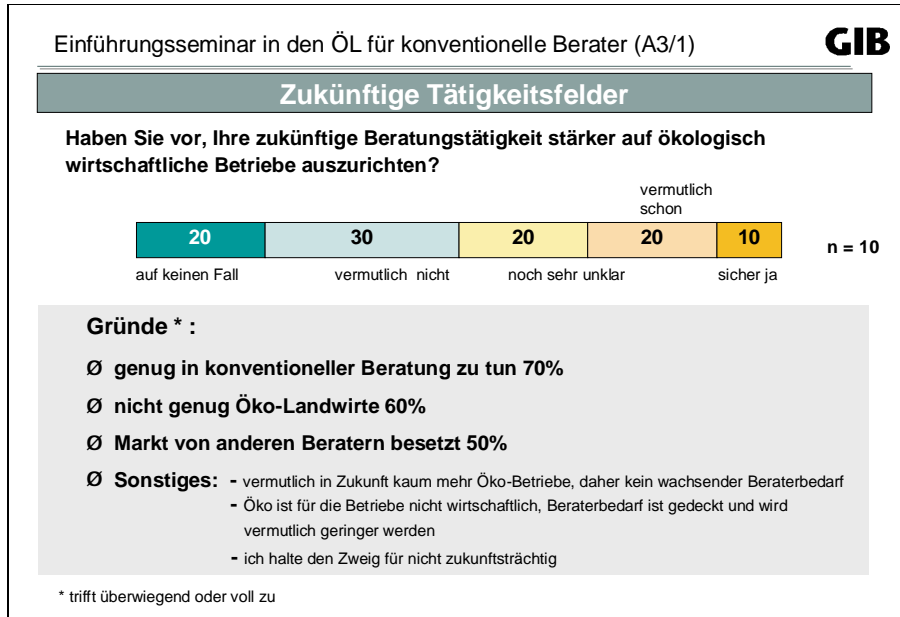


Abb. A6.3 - 26

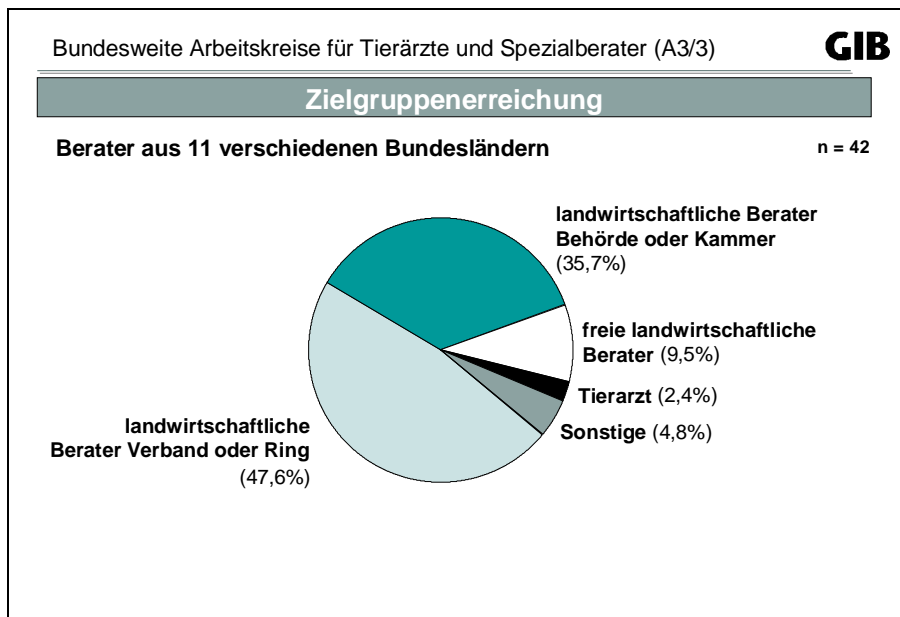


Abb. A6.3 - 27

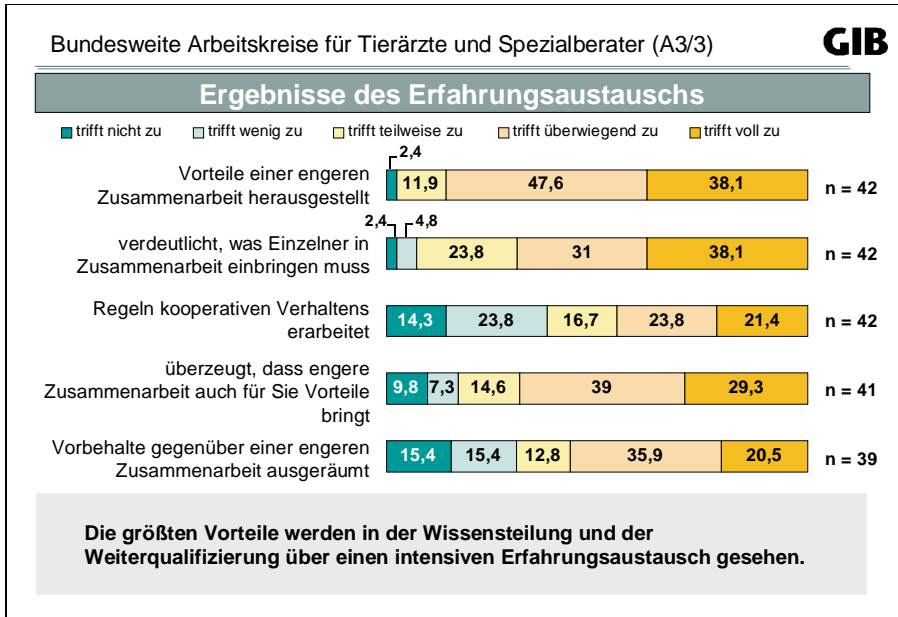


Abb. A6.3 - 28

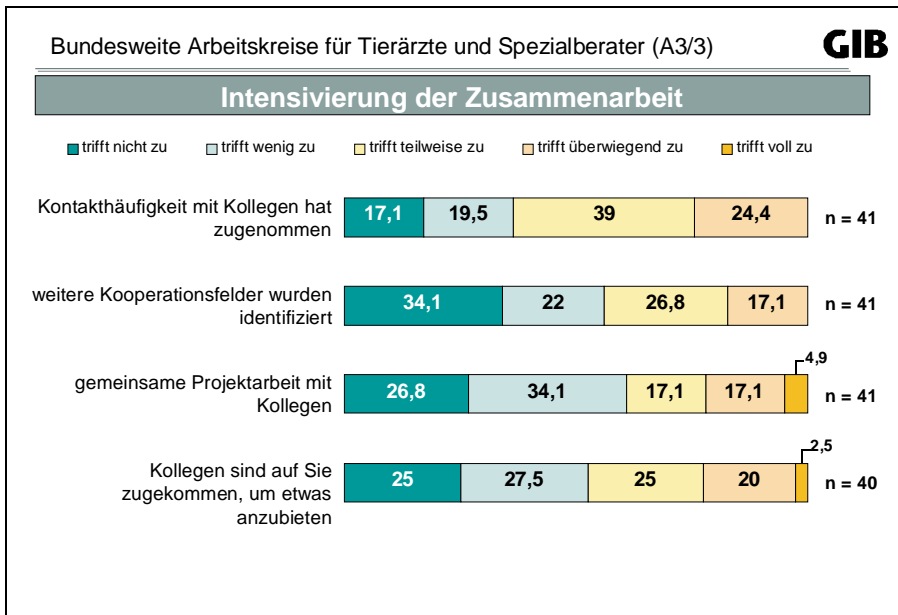


Abb. A6.3 - 29

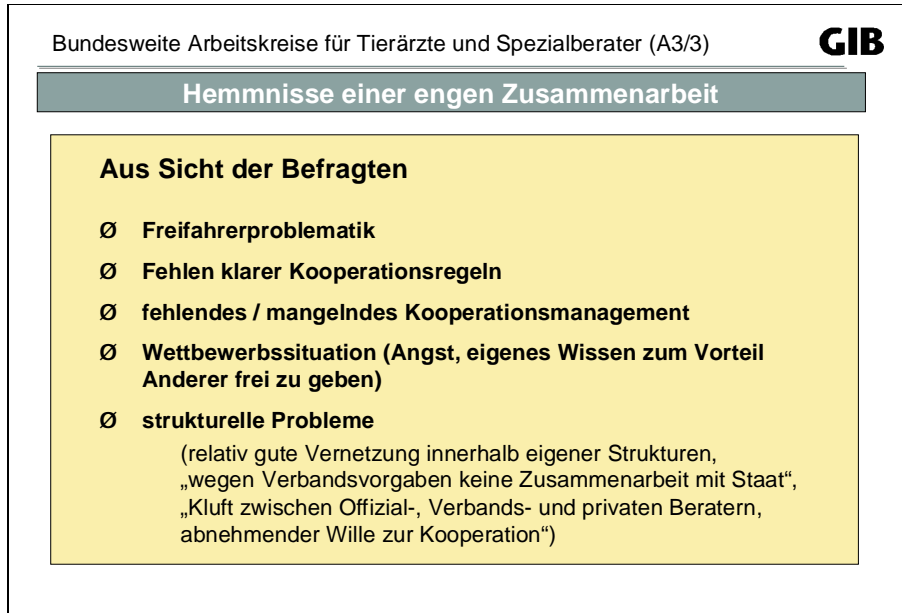


Abb. A6.3 - 30

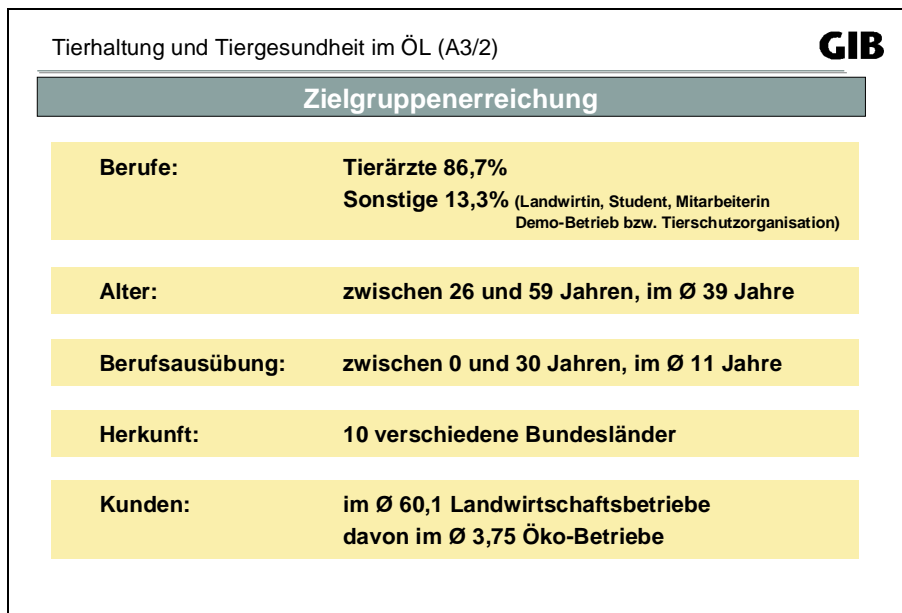


Abb. A6.3 - 31

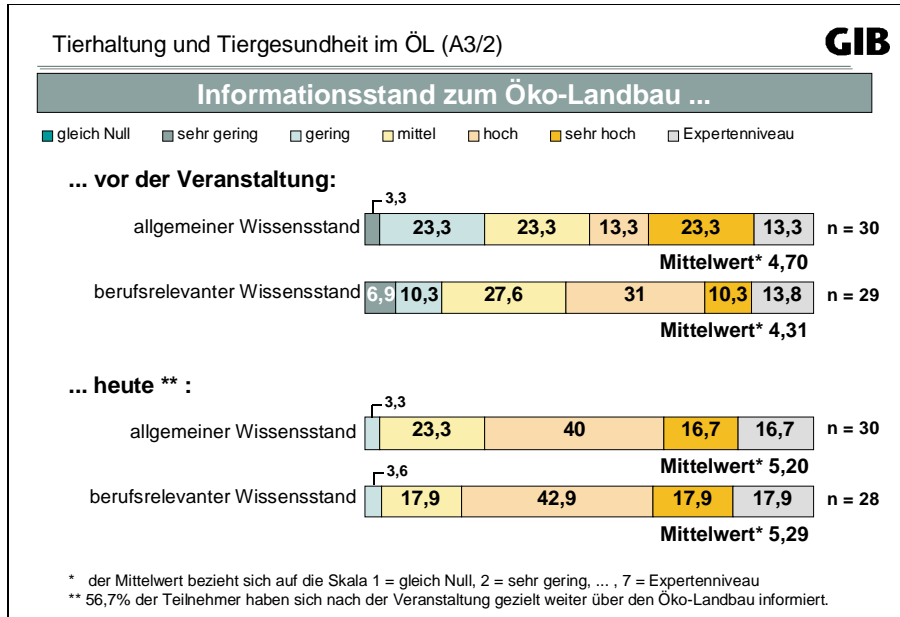


Abb. A6.3 - 32

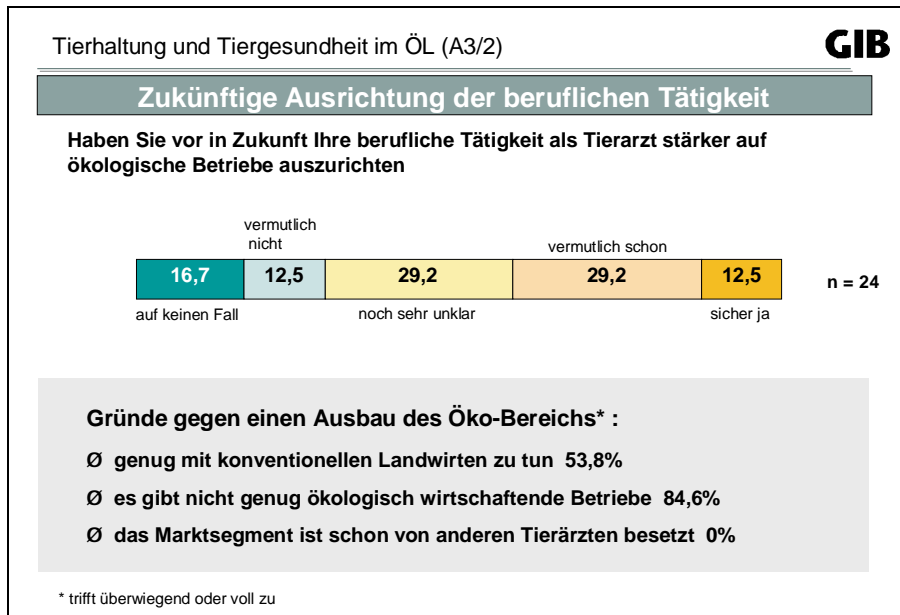


Abb. A6.3 - 33

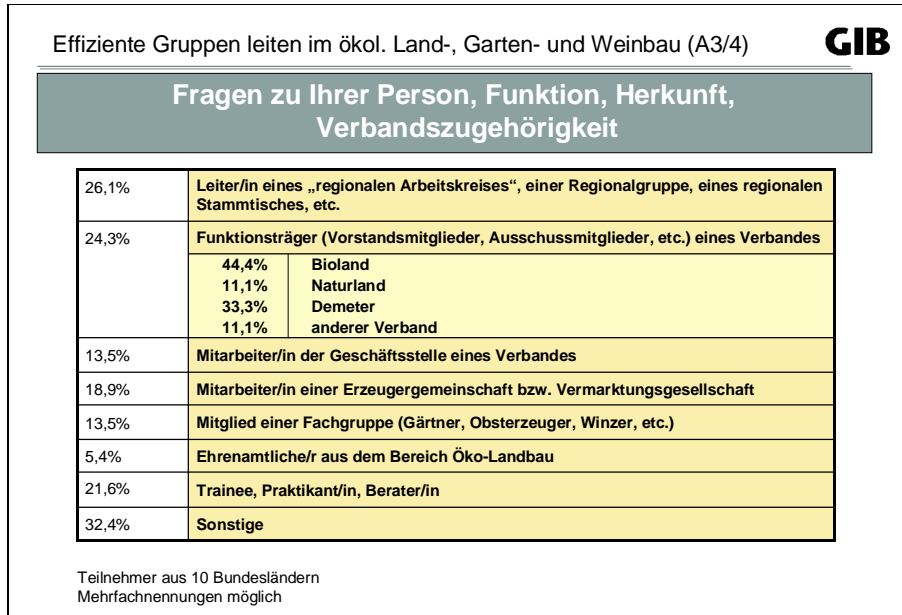


Abb. A6.3 - 34

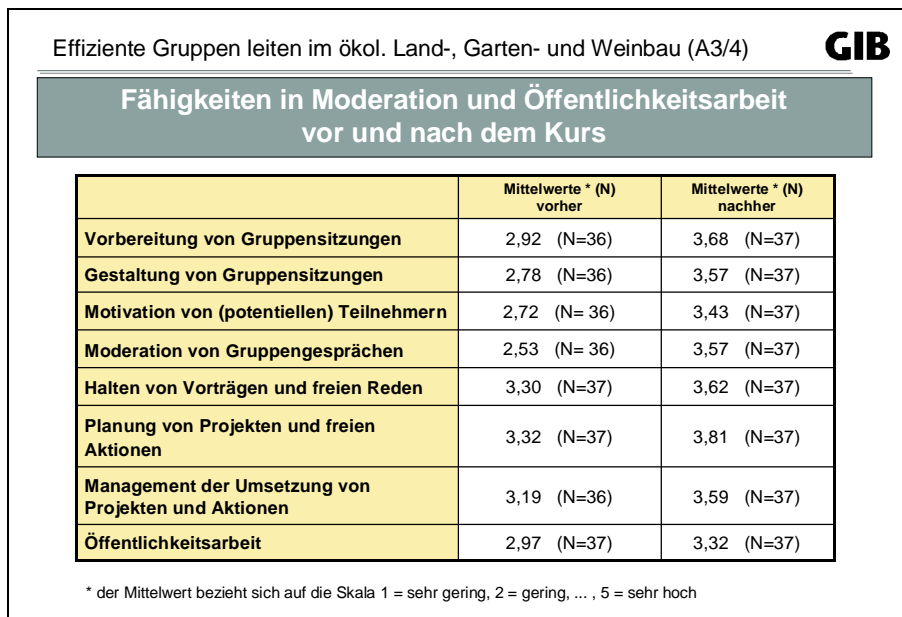


Abb. A6.3 - 35

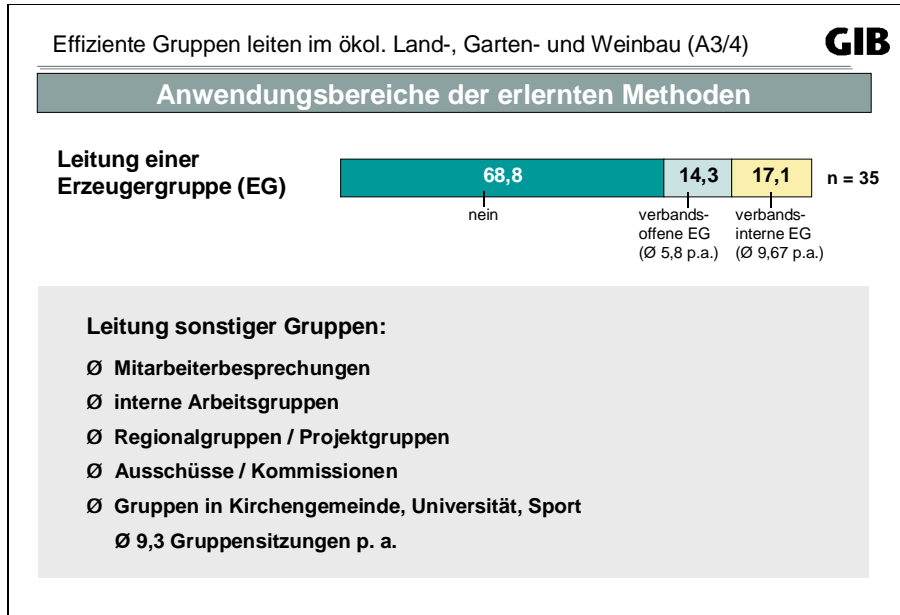


Abb. A6.3 - 36

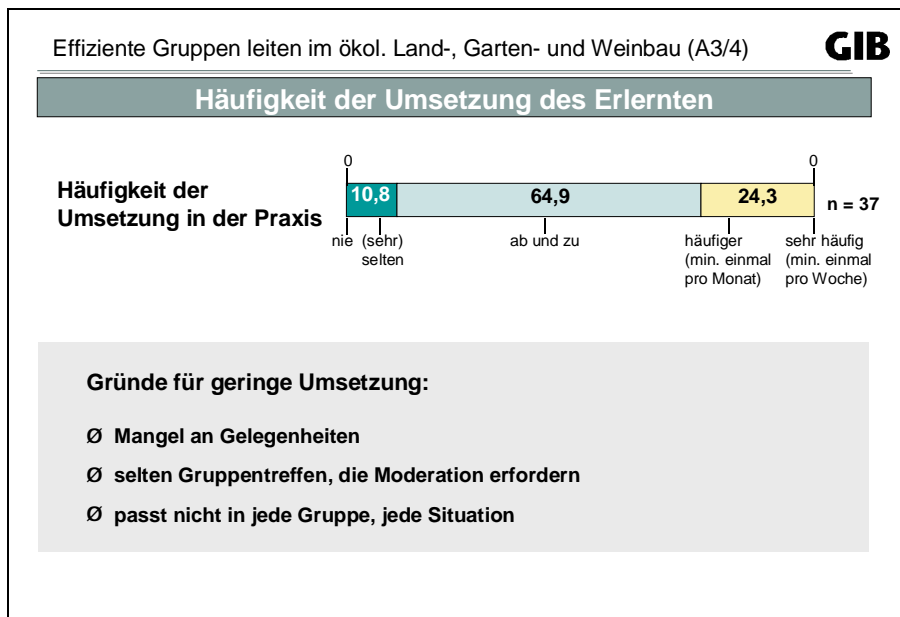


Abb. A6.3 - 37

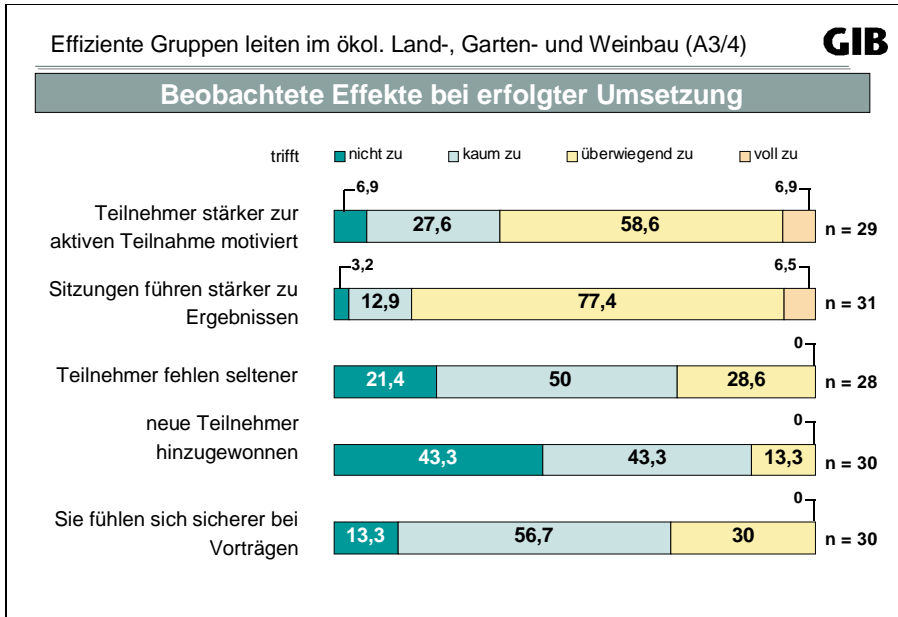


Abb. A6.3 - 38

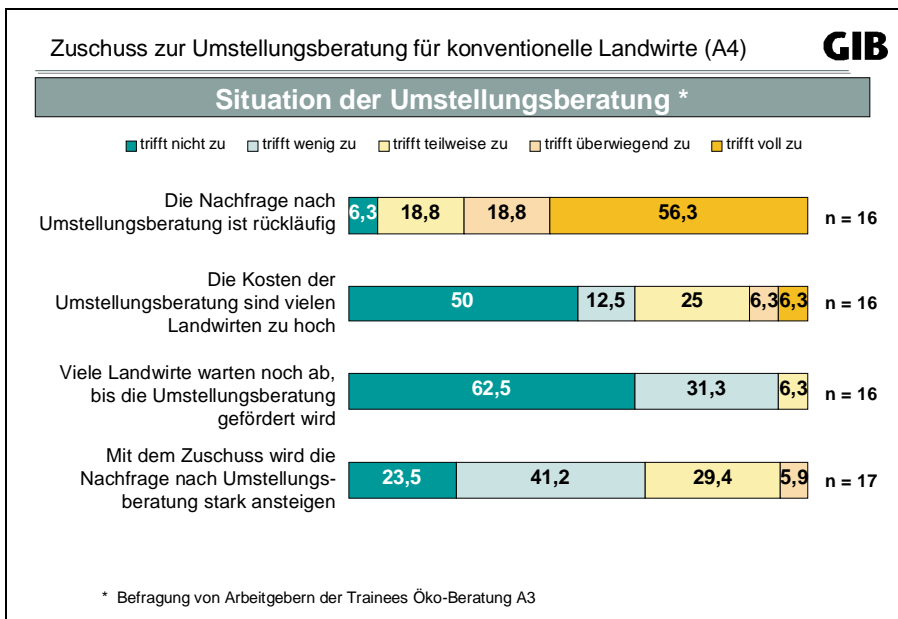


Abb. A6.3 - 39



A6.4 *Verarbeitung*

Präsentation des ökologischen Landbaus auf Fachmessen (A8/B4) **GIB**

Messebesuche				
	Besucher	Standfläche	Dauer in Tagen	Beratungen
MELA	640*	30	4	97*
NORLA	704**	30	4	99
Landw. Hauptfest	1.440*	30	9	261
BraLa	670**	30	4	97*
Agra	670**	30	4	75
EUROTier	9.000**	500	4	352
<b>SUMME</b>	<b>13.124</b>	<b>650</b>	<b>29</b>	<b>961</b>
	Besucher	Standfläche	Dauer in Tagen	Beratungen
Anuga	6.350*	500	5	292
Internorga	4.363**	140	6	191
Südback	2.745**	100	5	126
Sachsenback	2.583**	100	3	87
InterMeat/InterMopro	1.718**	160	4	136
<b>SUMME</b>	<b>17.759</b>	<b>1.000</b>	<b>23</b>	<b>832</b>
<b>GESAMT</b>	<b>30.883</b>	<b>1.650</b>	<b>52</b>	<b>1.793</b>

\*\* Abschätzung auf der Grundlage der Besucherzahl vergleichbarer Messen, der Standgröße und geführten Beratungsgesprächen  
\* Beobachtung und Hochrechnung

Abb. A6.4 - 1

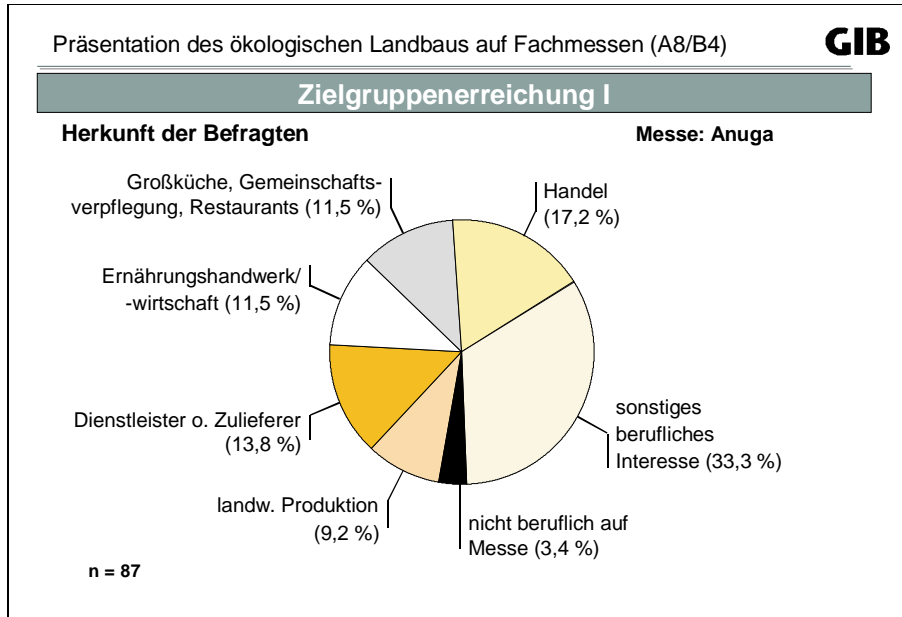


Abb. A6.4 - 2

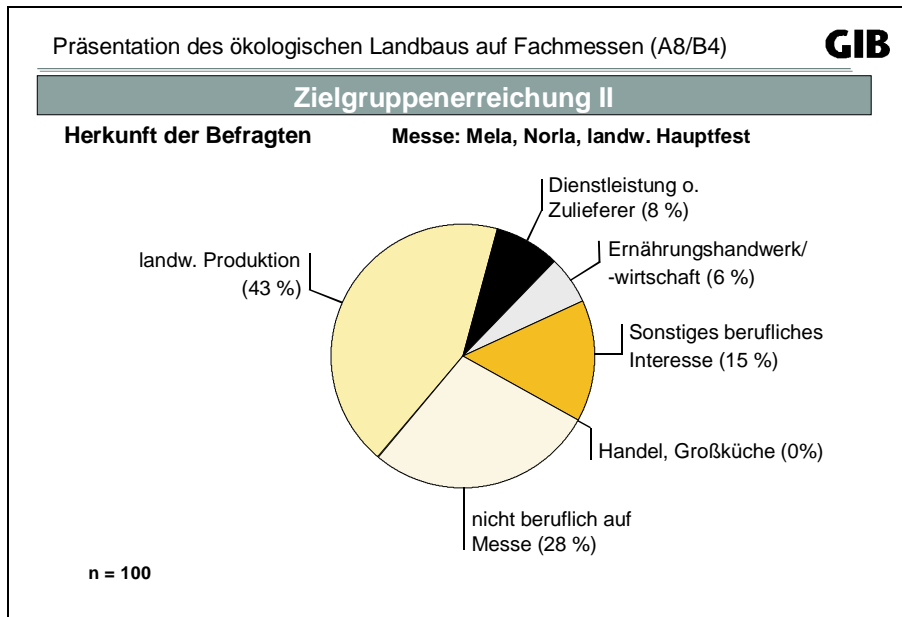


Abb. A6.4 - 3

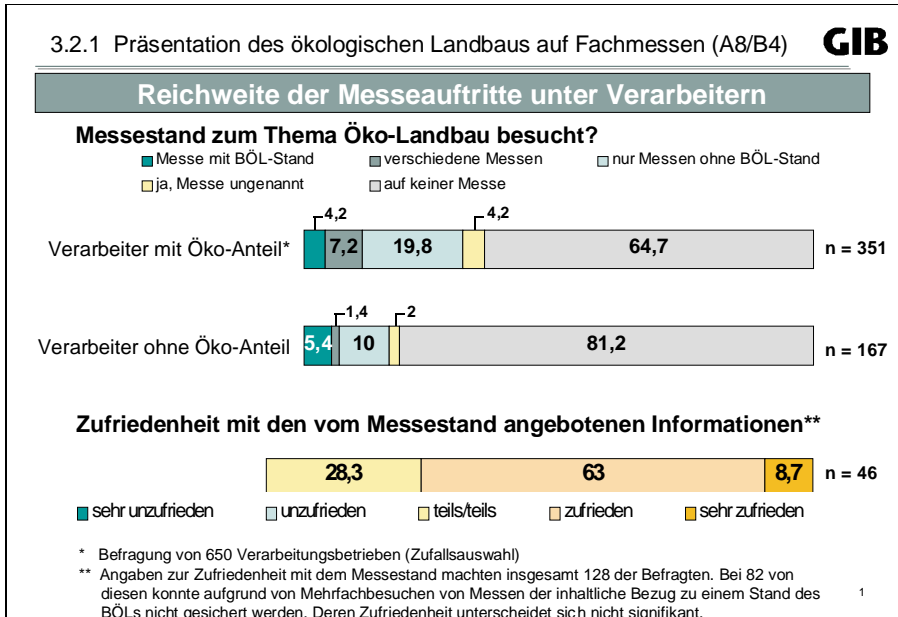


Abb. A6.4 - 4

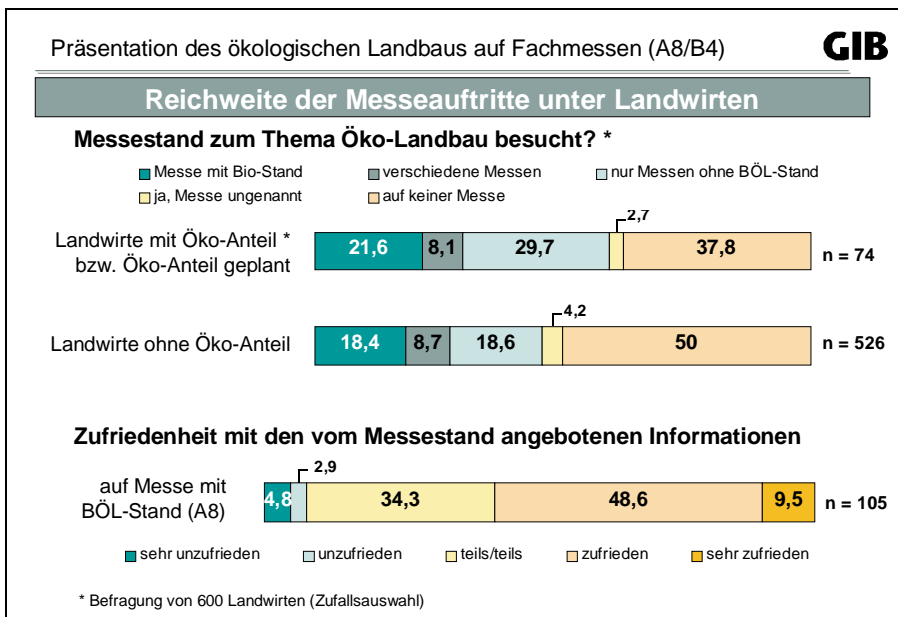


Abb. A6.4 - 5

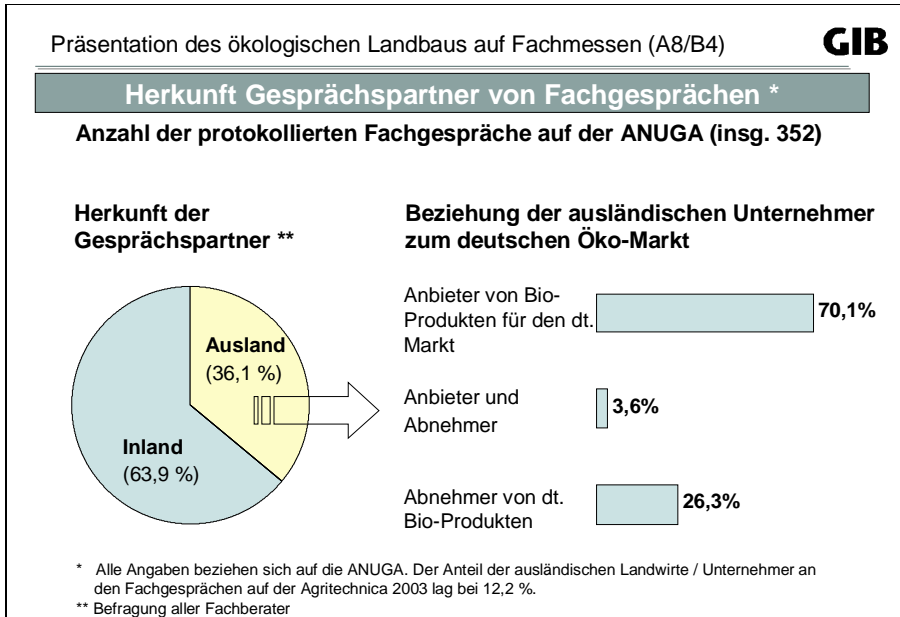


Abb. A6.4 - 6

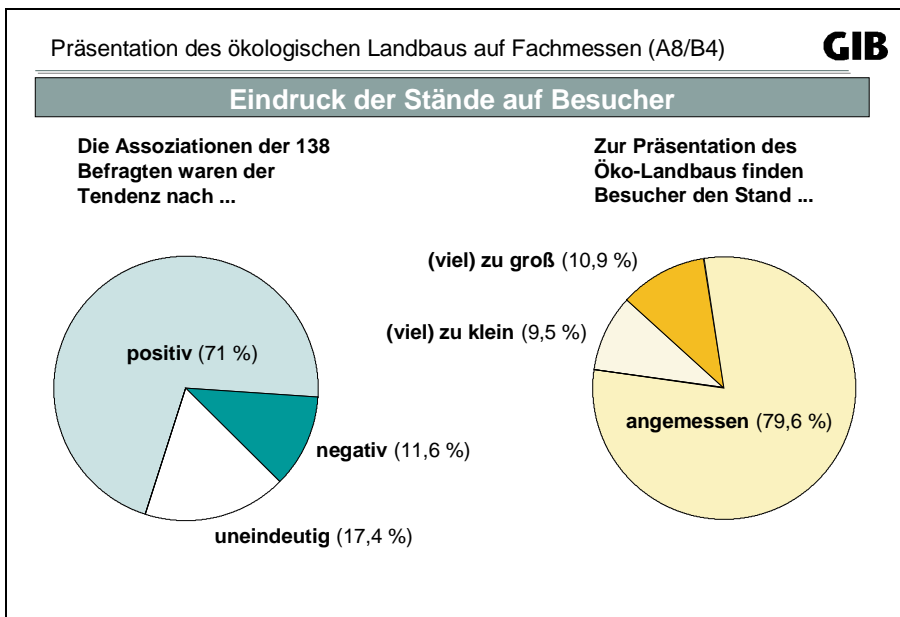


Abb. A6.4 - 7

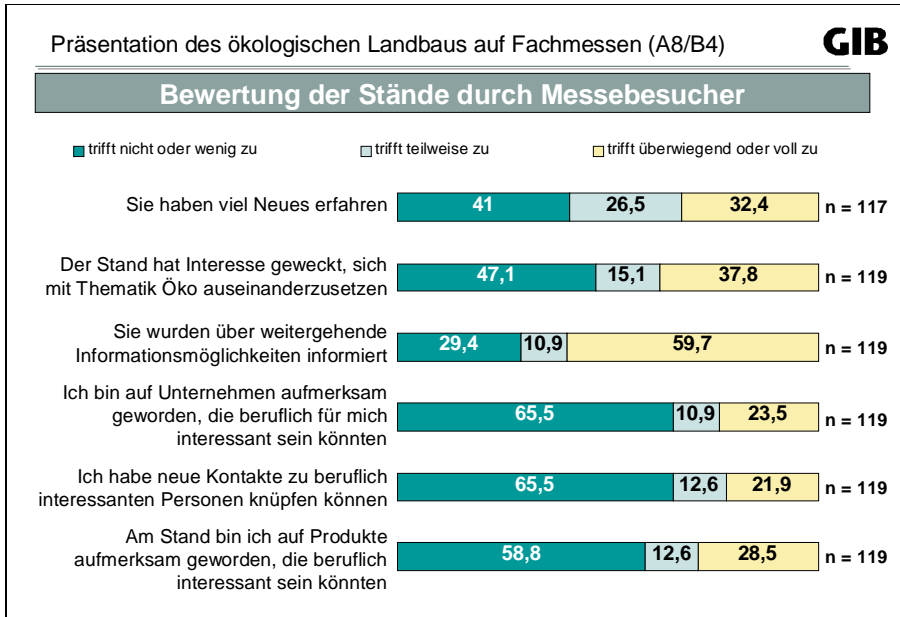


Abb. A6.4 - 8

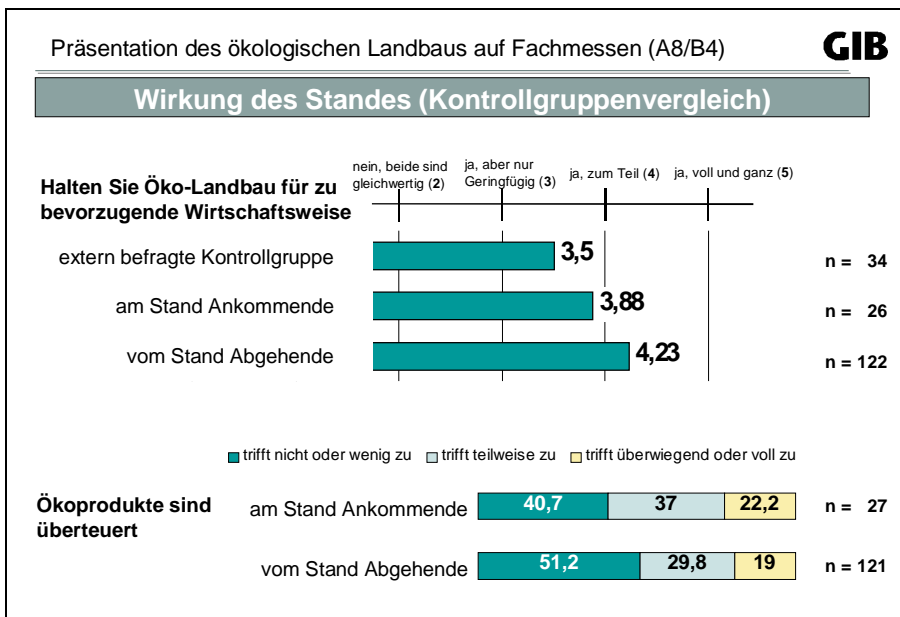


Abb. A6.4 - 9

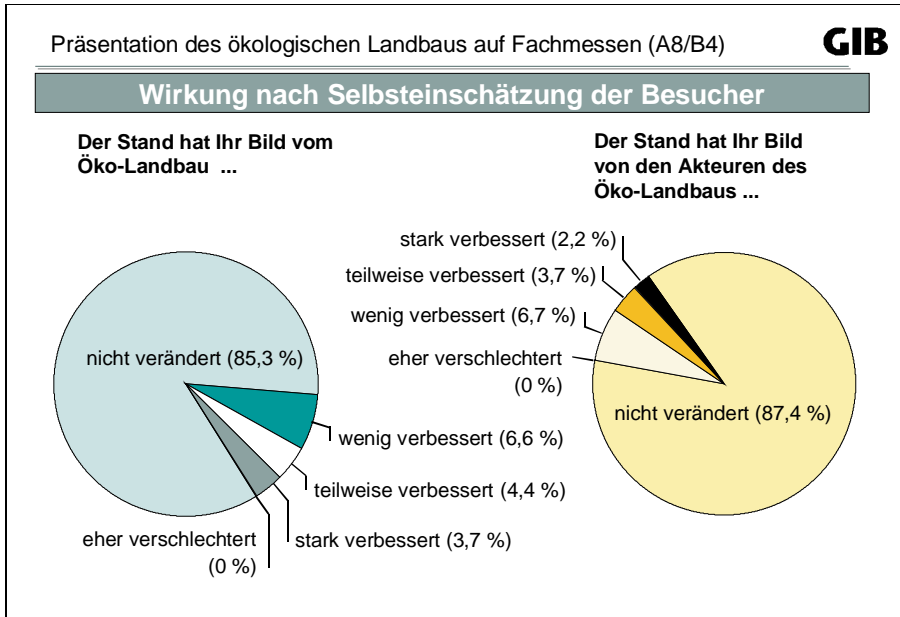


Abb. A6.4 - 10

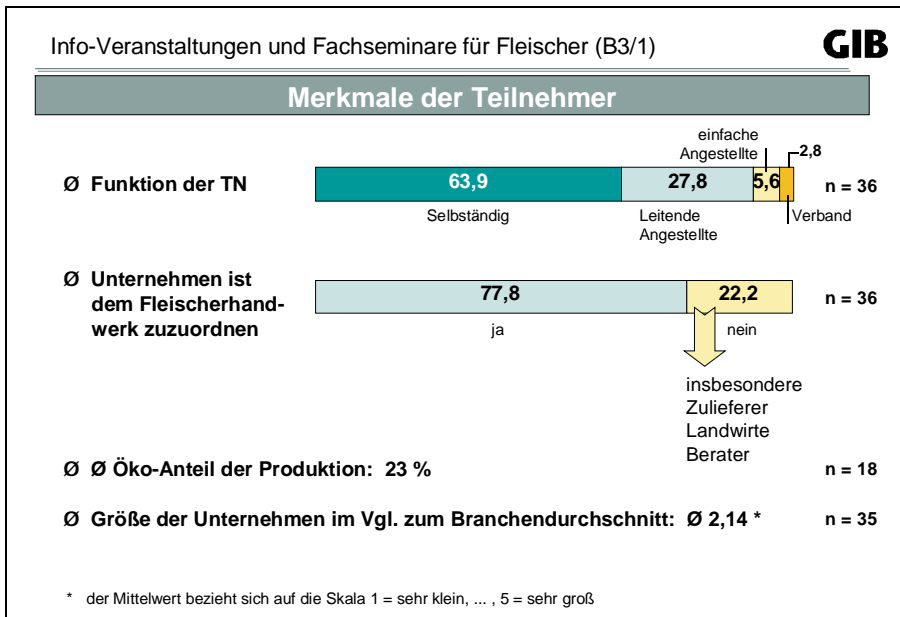


Abb. A6.4 - 11

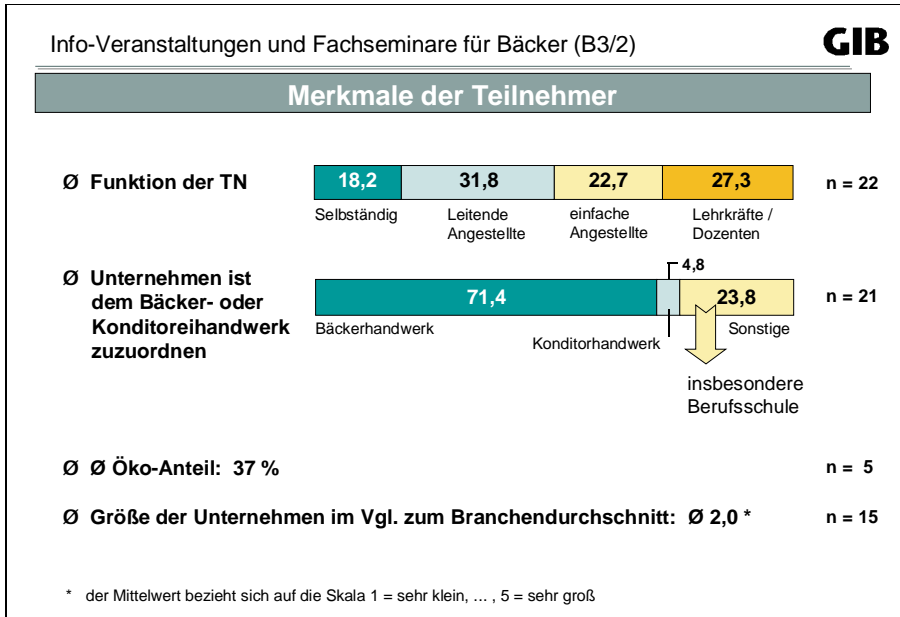


Abb. A6.4 - 12

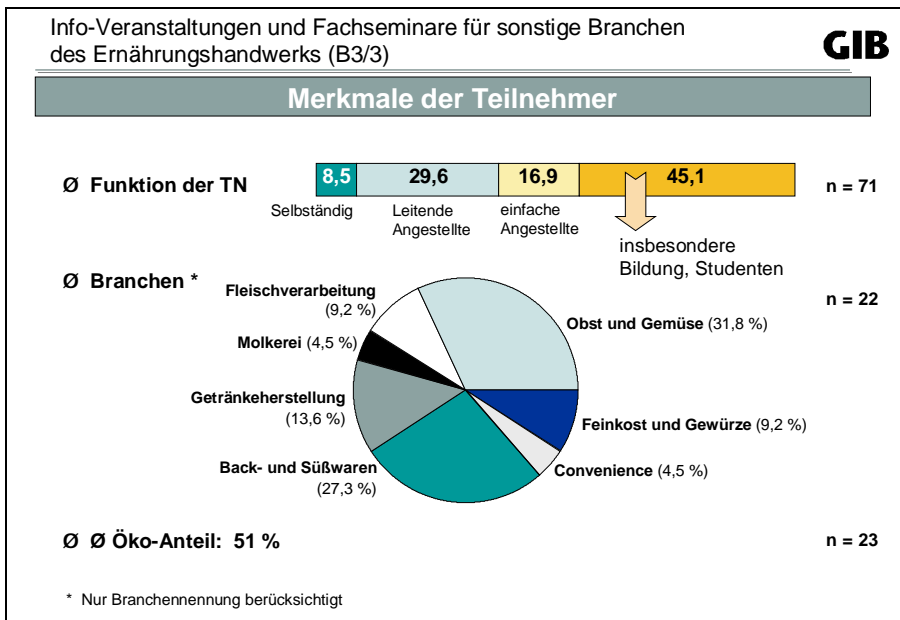


Abb. A6.4 - 13

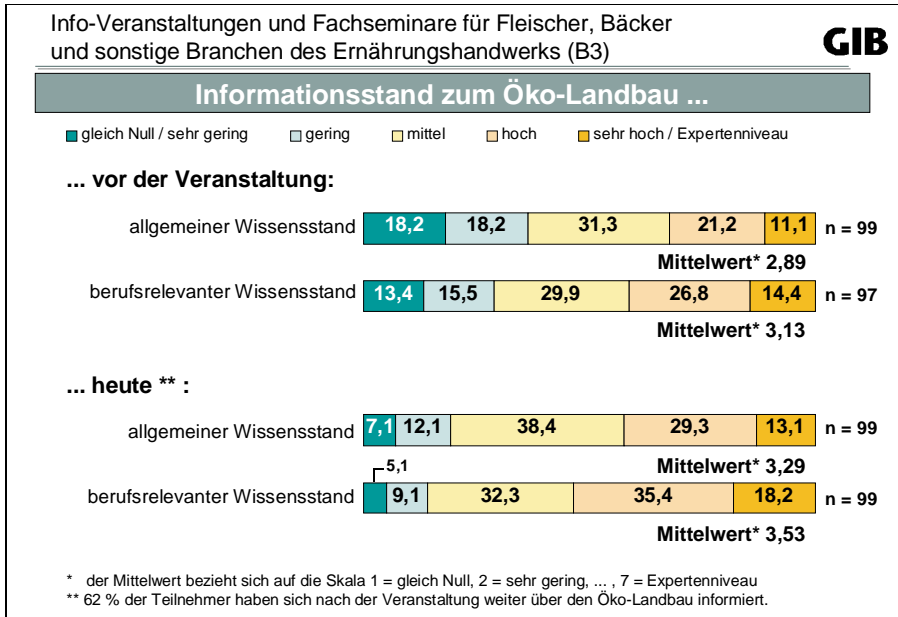


Abb. A6.4 - 14

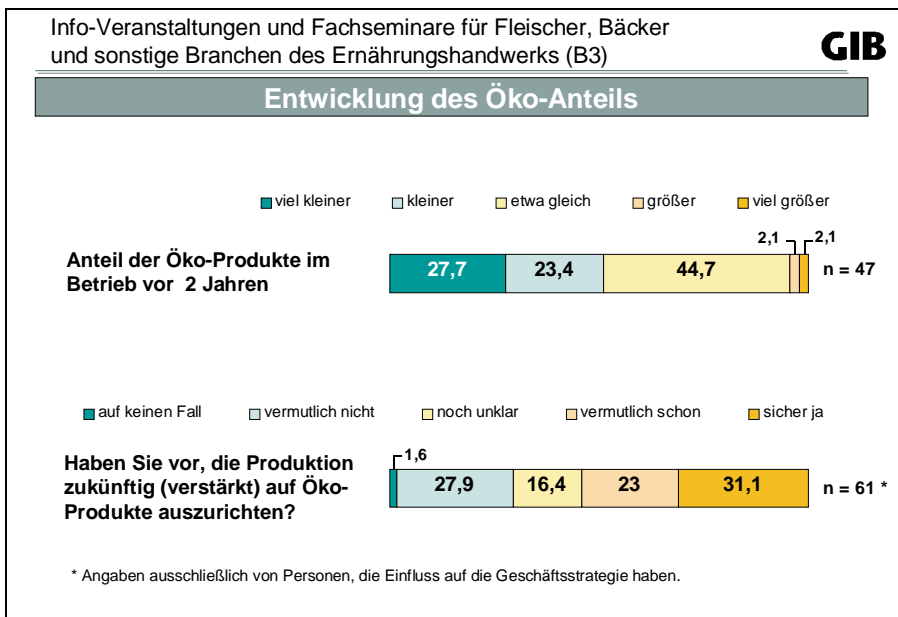


Abb. A6.4 - 15



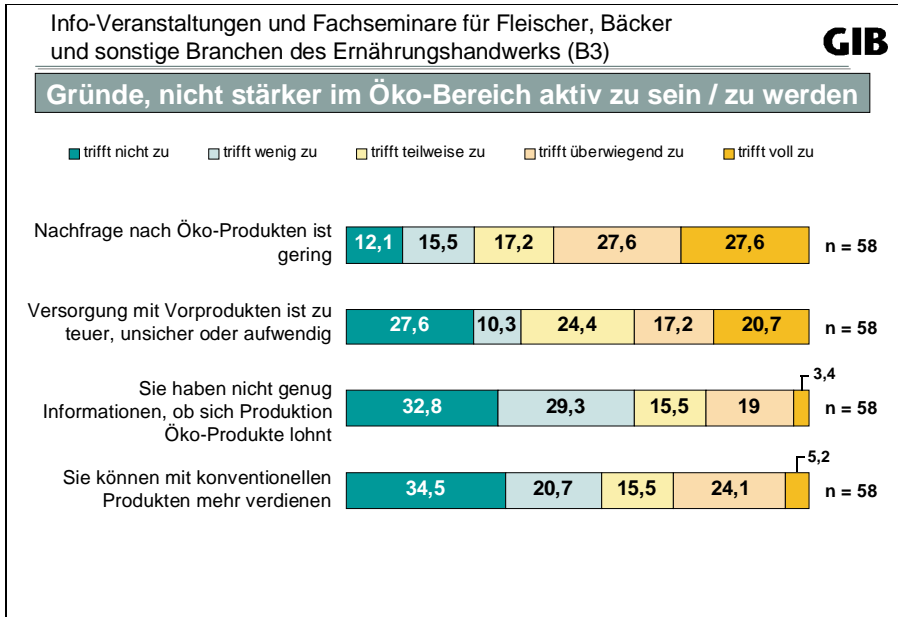


Abb. A6.4 - 16

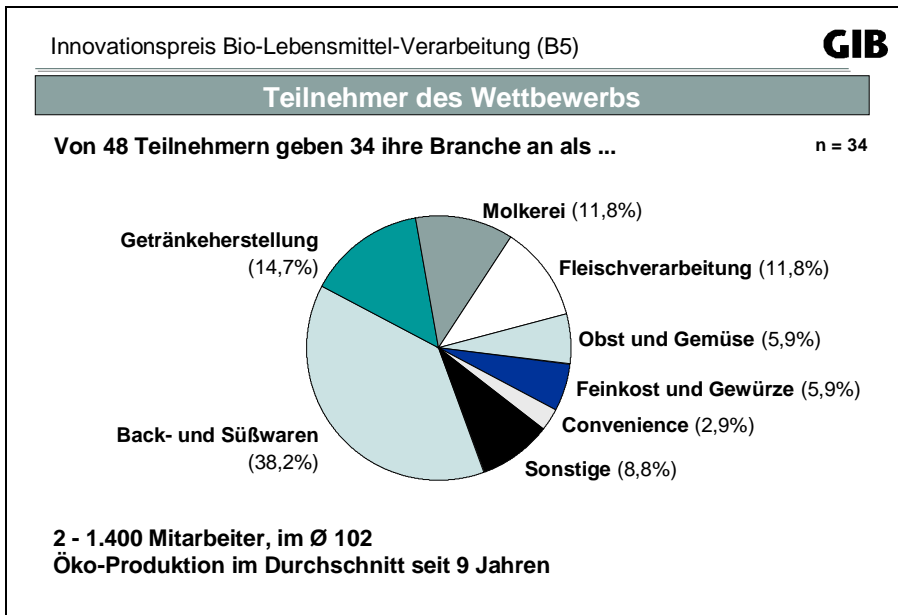


Abb. A6.4 - 17

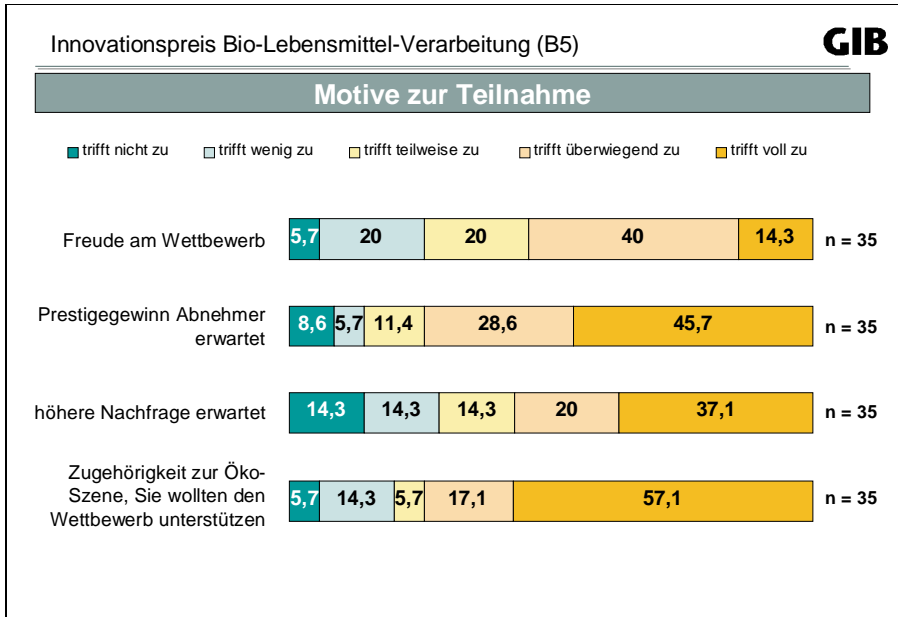


Abb. A6.4 - 18

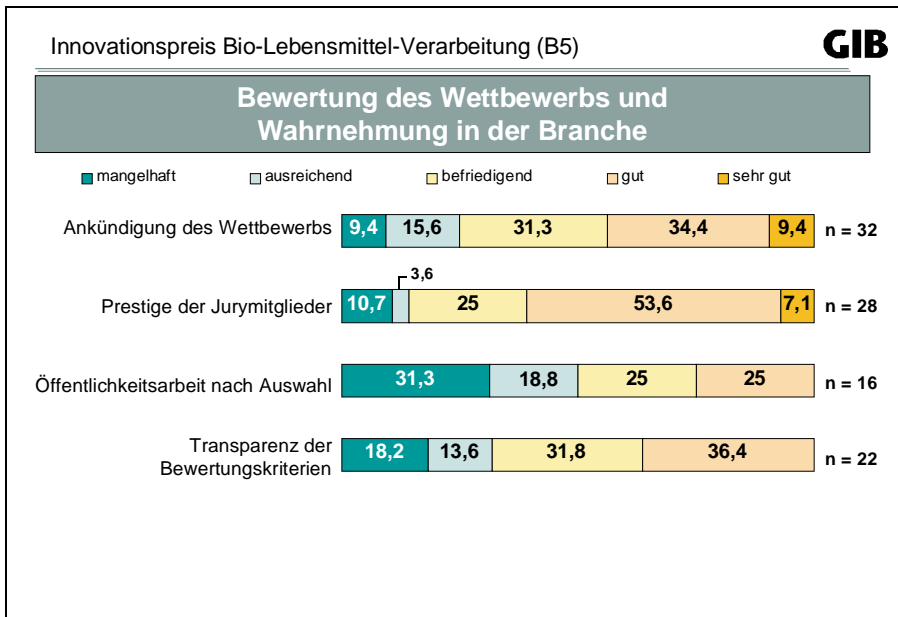


Abb. A6.4 - 19

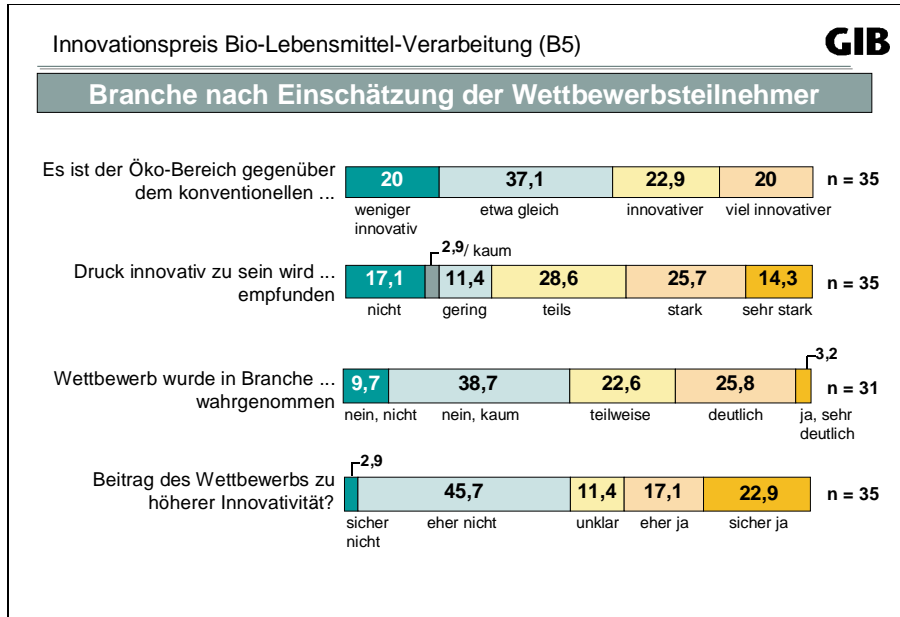


Abb. A6.4 - 20

A6.5 Großverbraucher und Handel

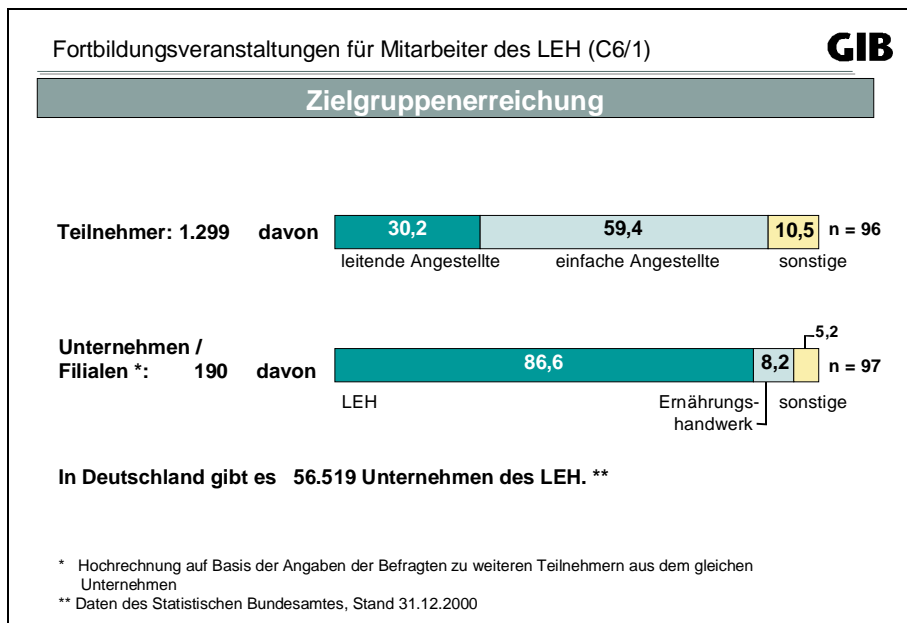


Abb. A6.5 - 1

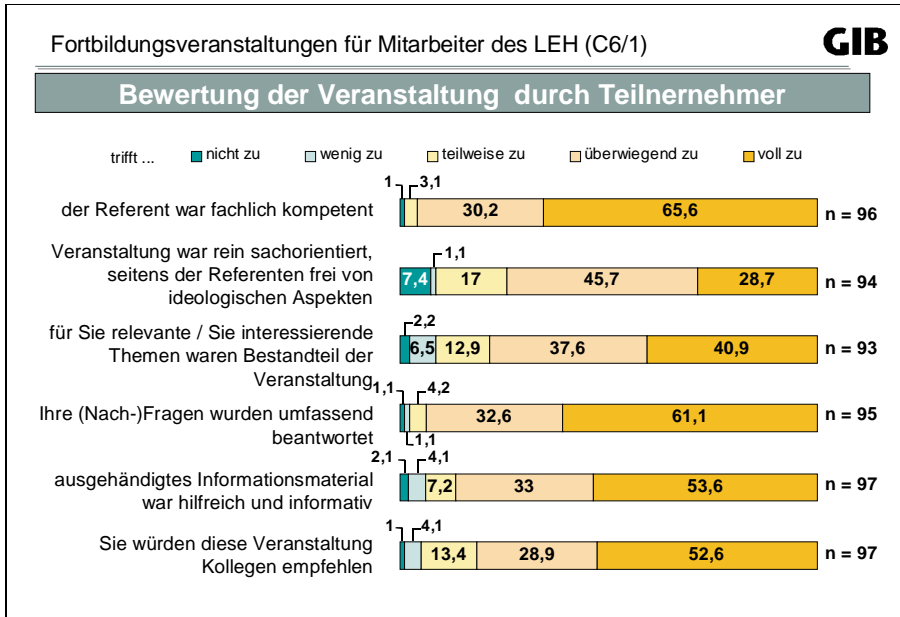


Abb. A6.5 - 2

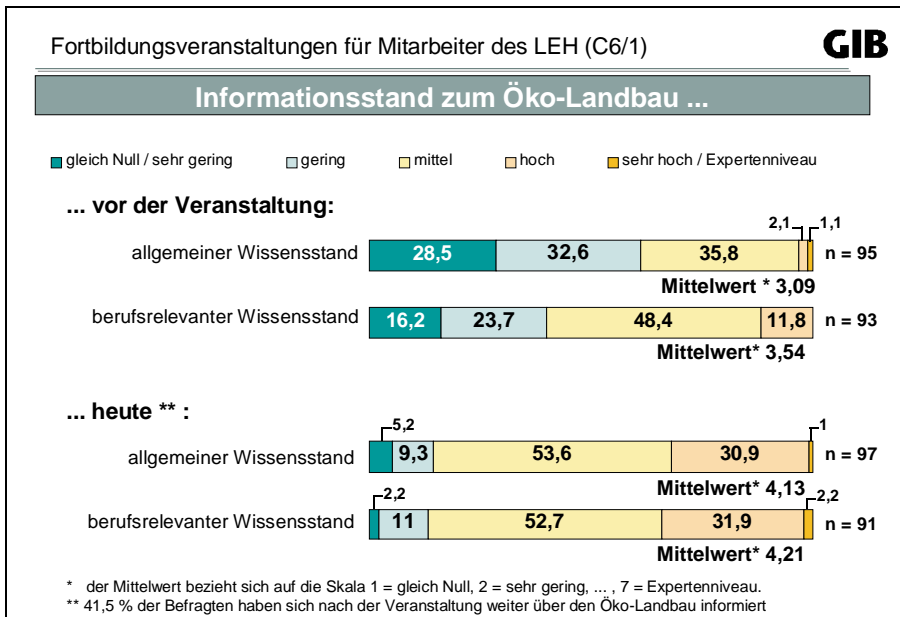


Abb. A6.5 - 3

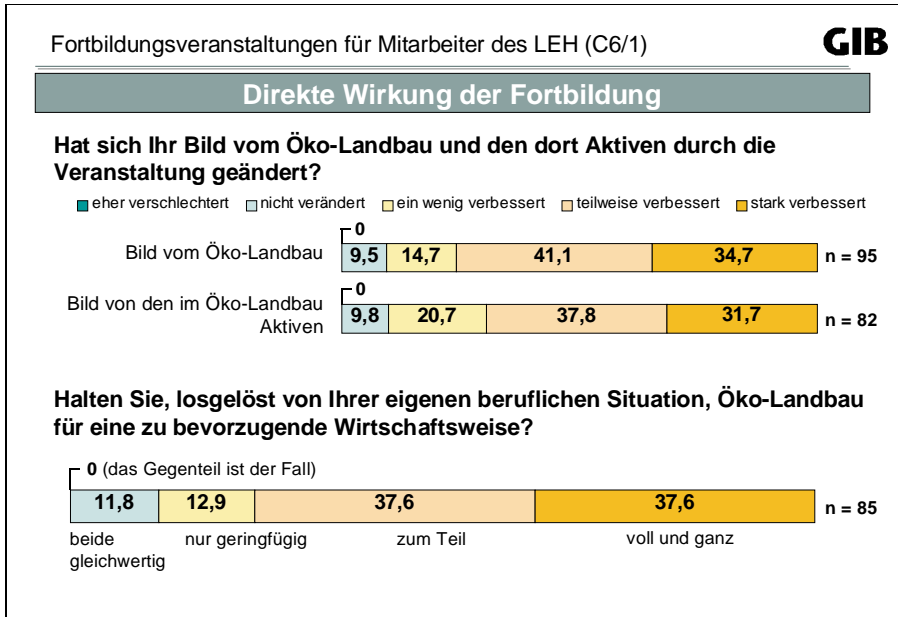


Abb. A6.5 - 4

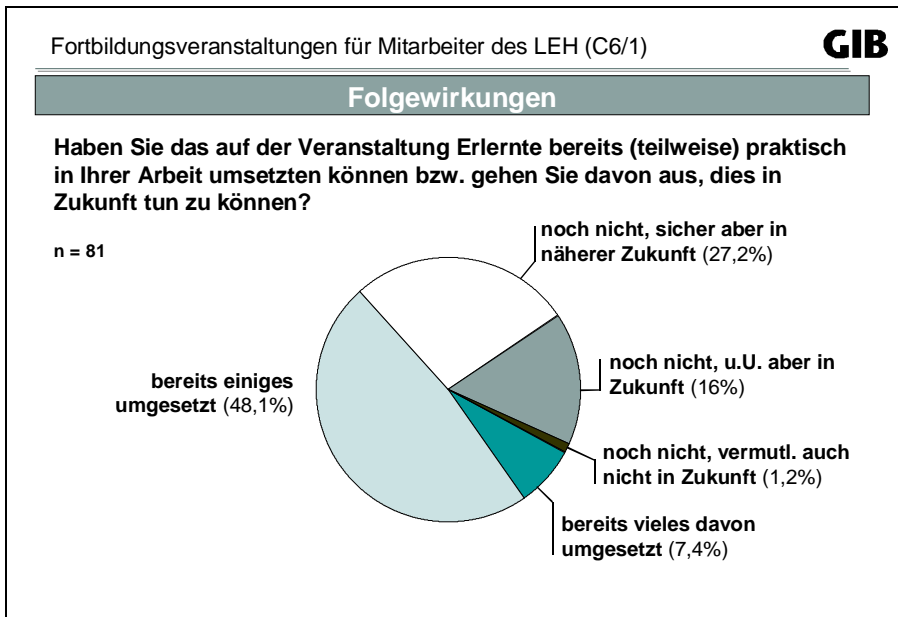


Abb. A6.5 - 5

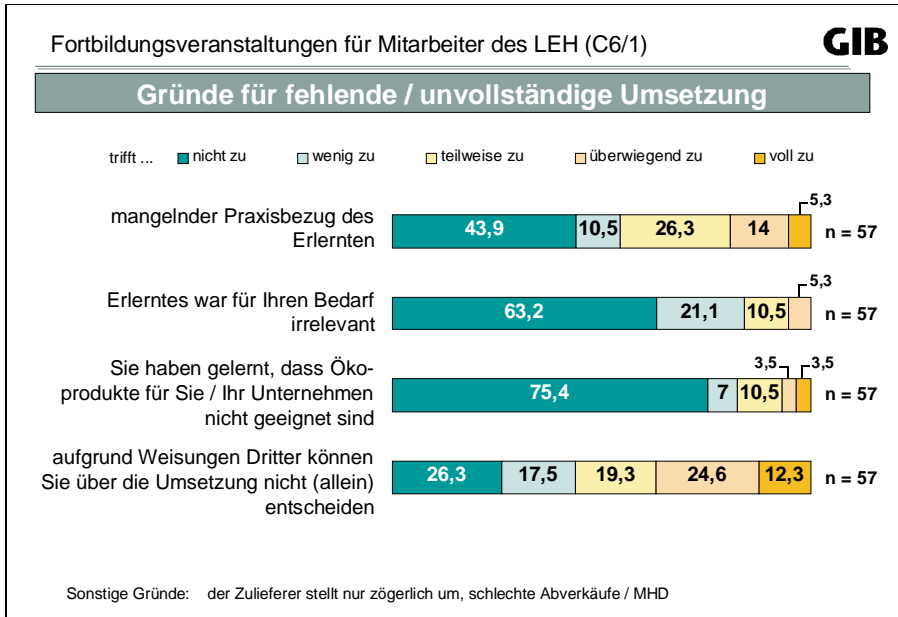


Abb. A6.5 - 6

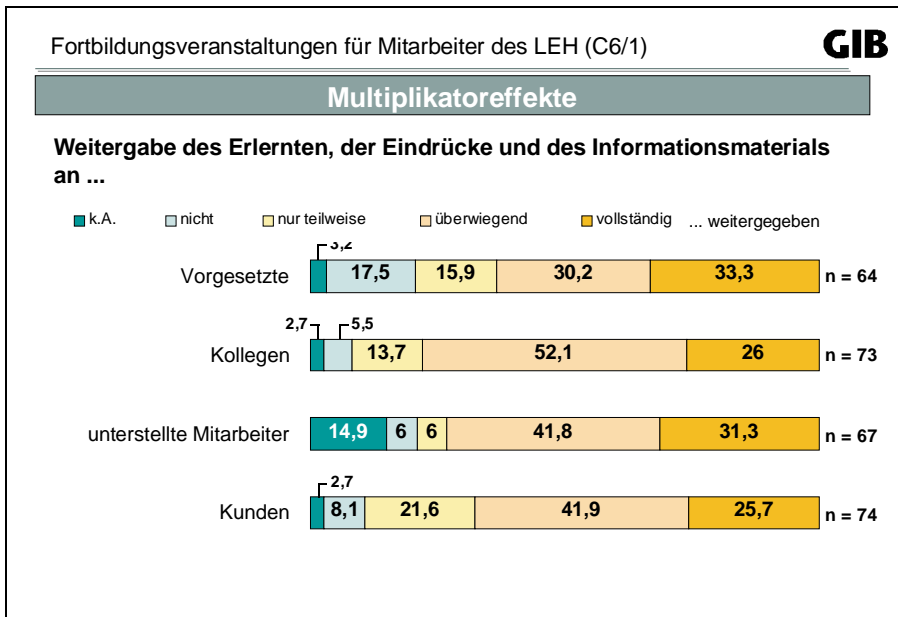


Abb. A6.5 - 7

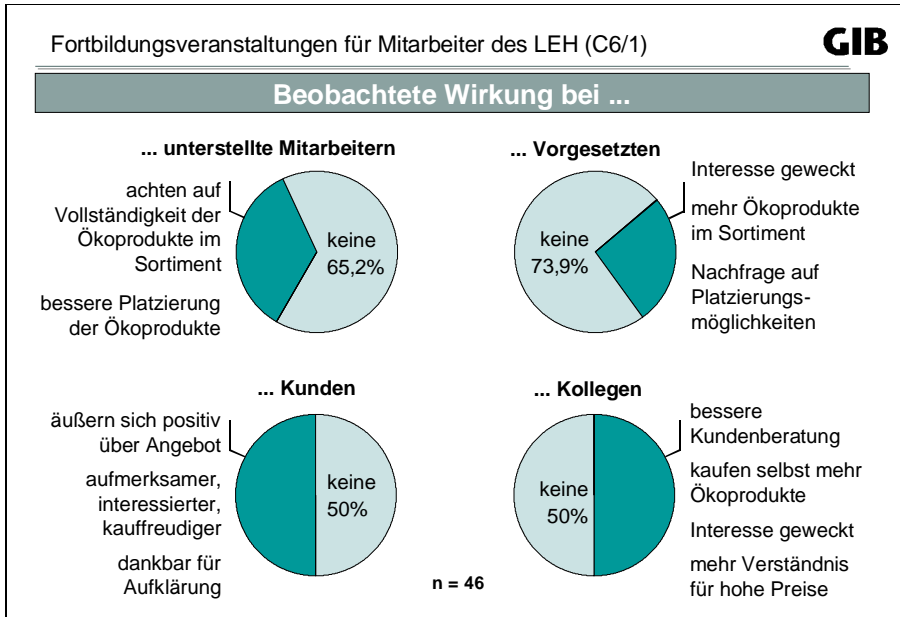


Abb. A6.5 - 8

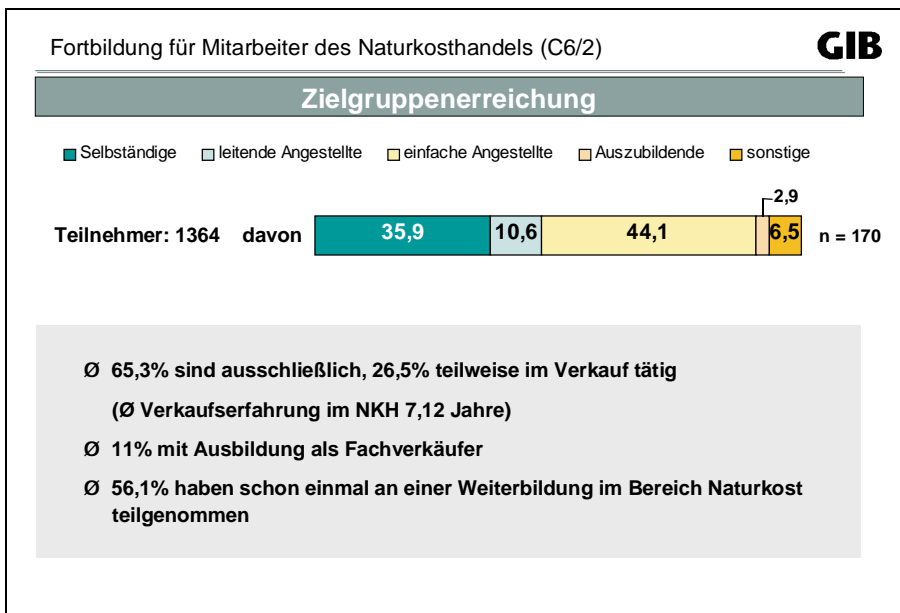


Abb. A6.5 - 9



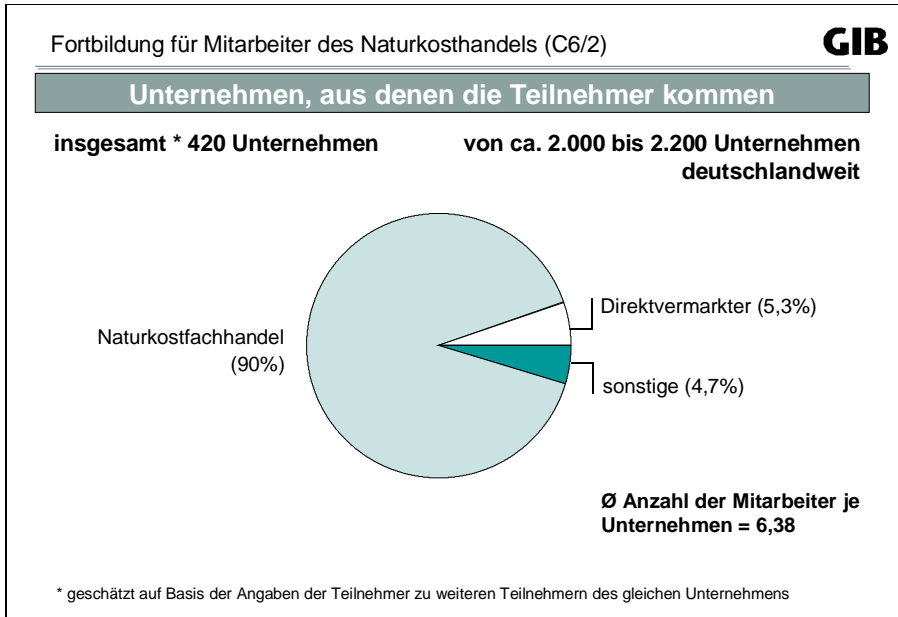


Abb. A6.5 - 10

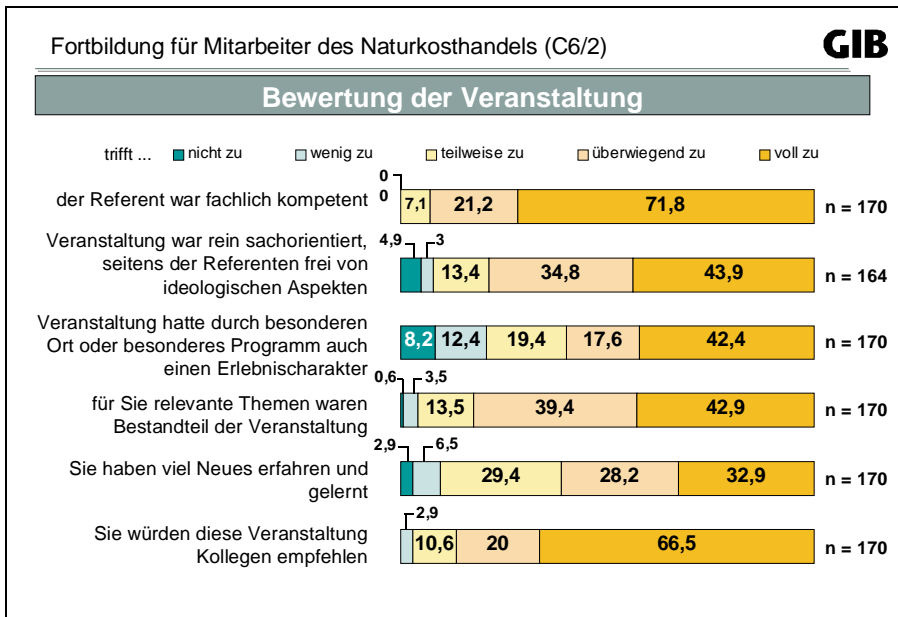


Abb. A6.5 - 11

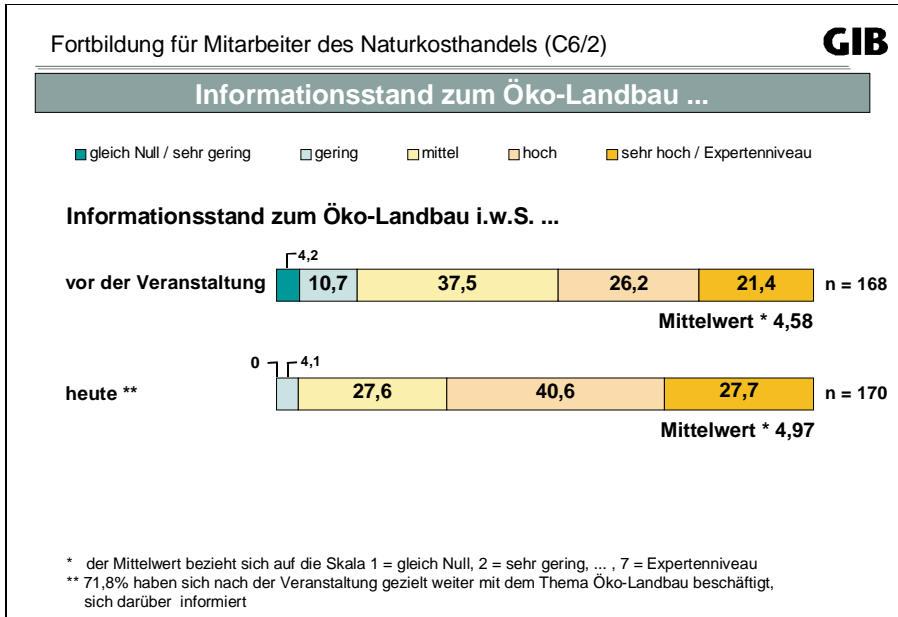


Abb. A6.5 - 12

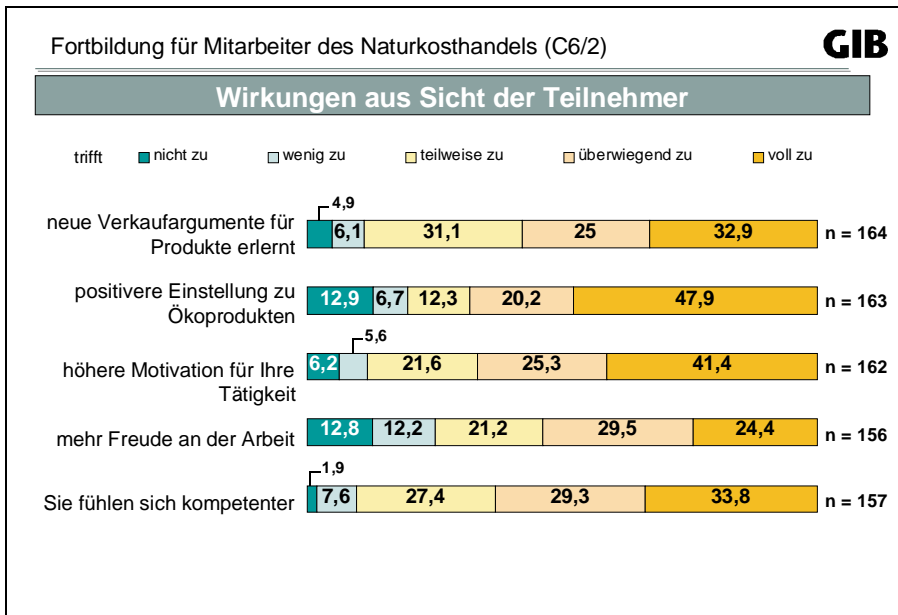


Abb. A6.5 - 13

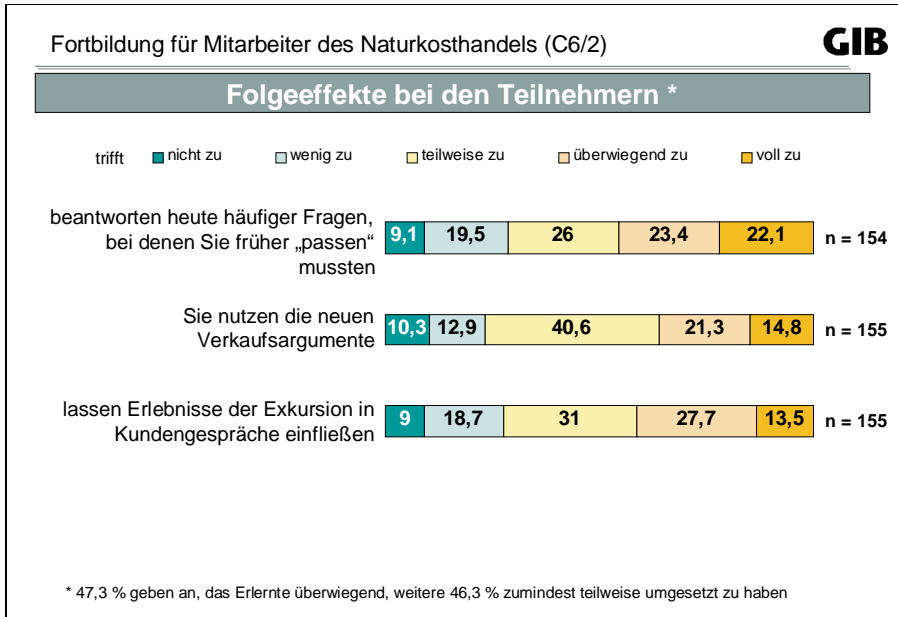


Abb. A6.5 - 14

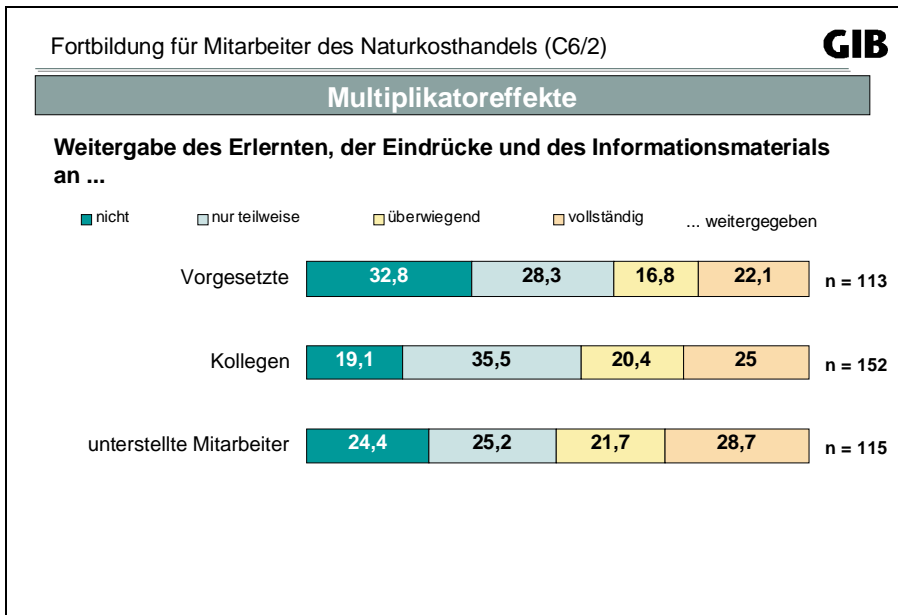


Abb. A6.5 - 15

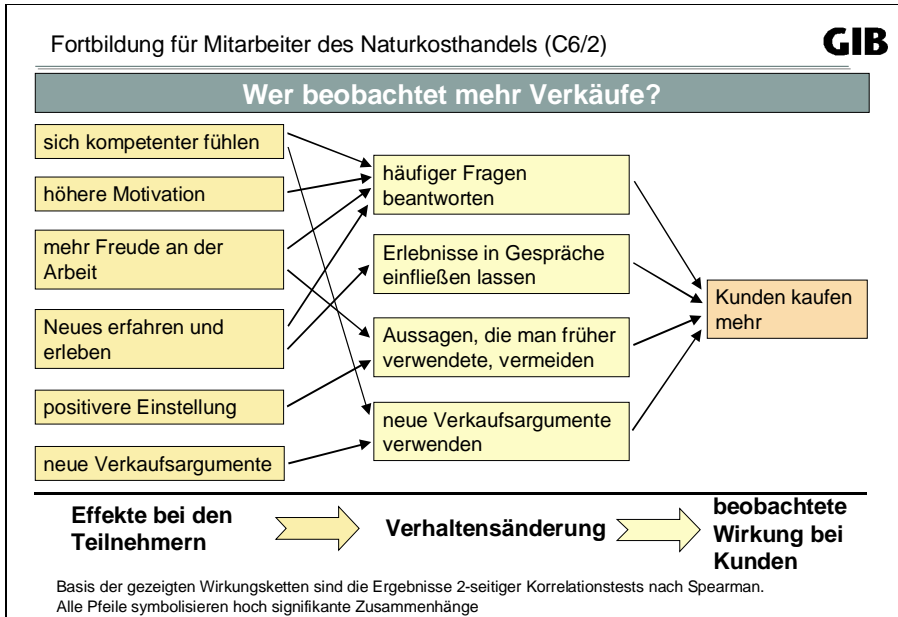


Abb. A6.5 - 16

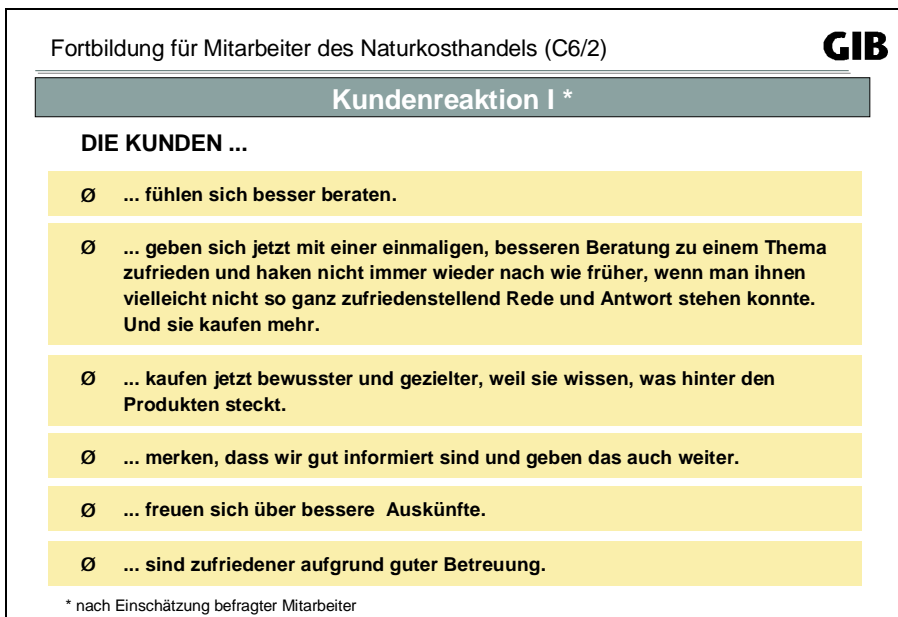


Abb. A6.5 - 17

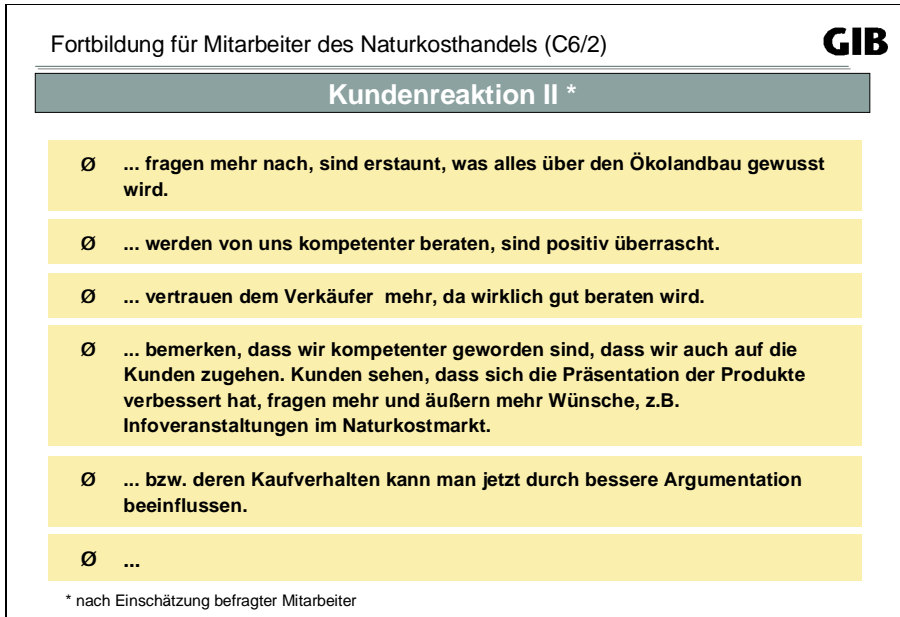


Abb. A6.5 - 18

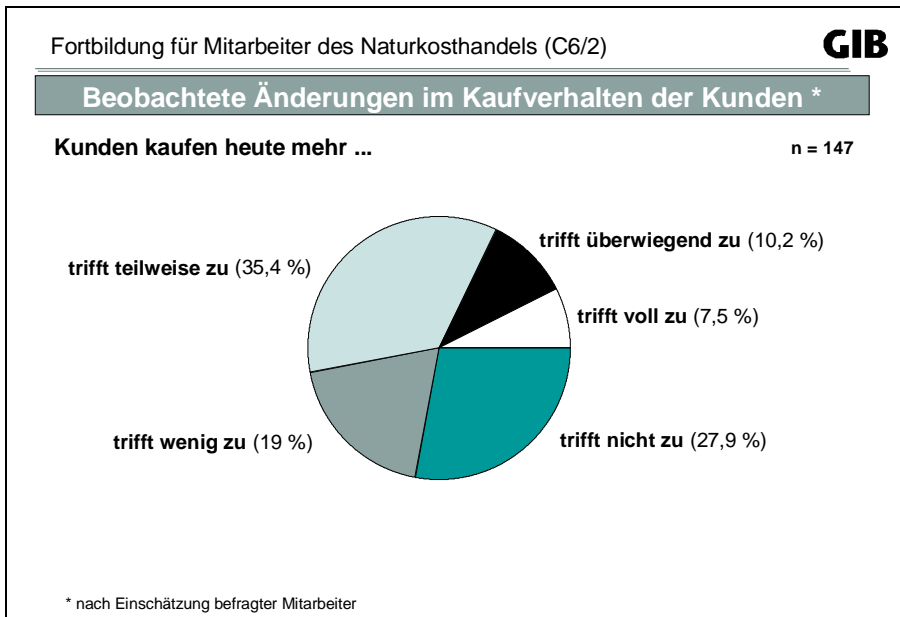


Abb. A6.5 - 19

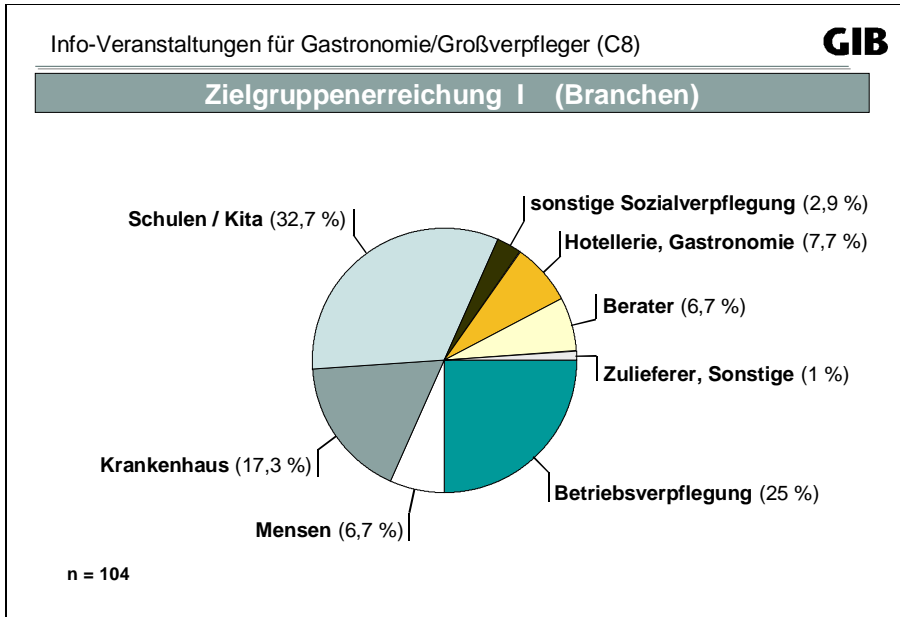


Abb. A6.5 - 20

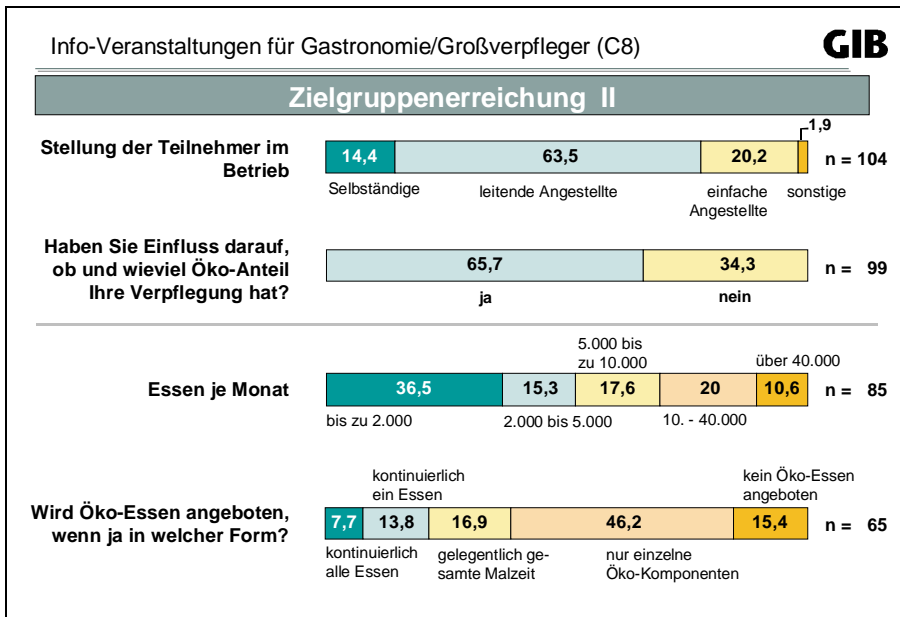


Abb. A6.5 - 21

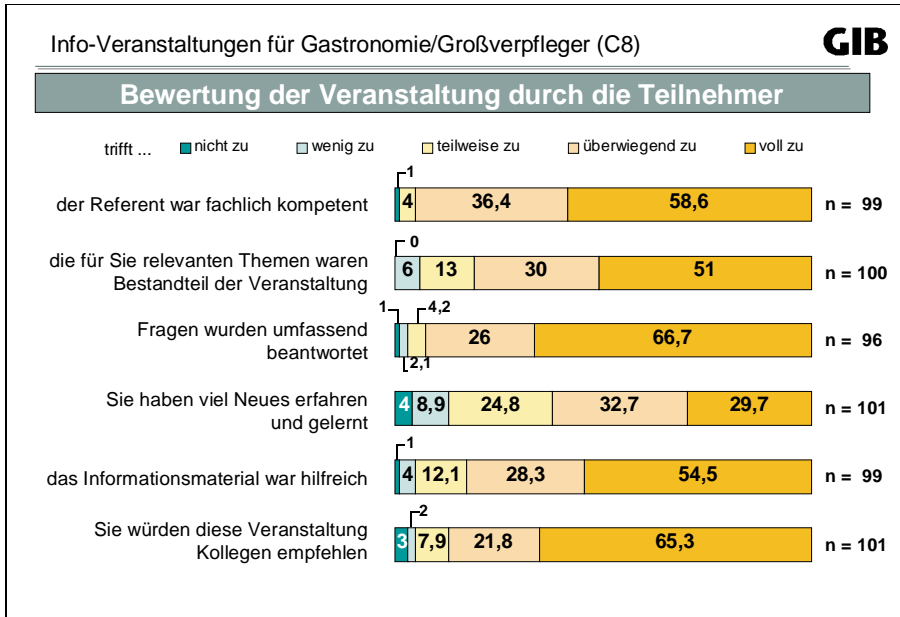


Abb. A6.5 - 22

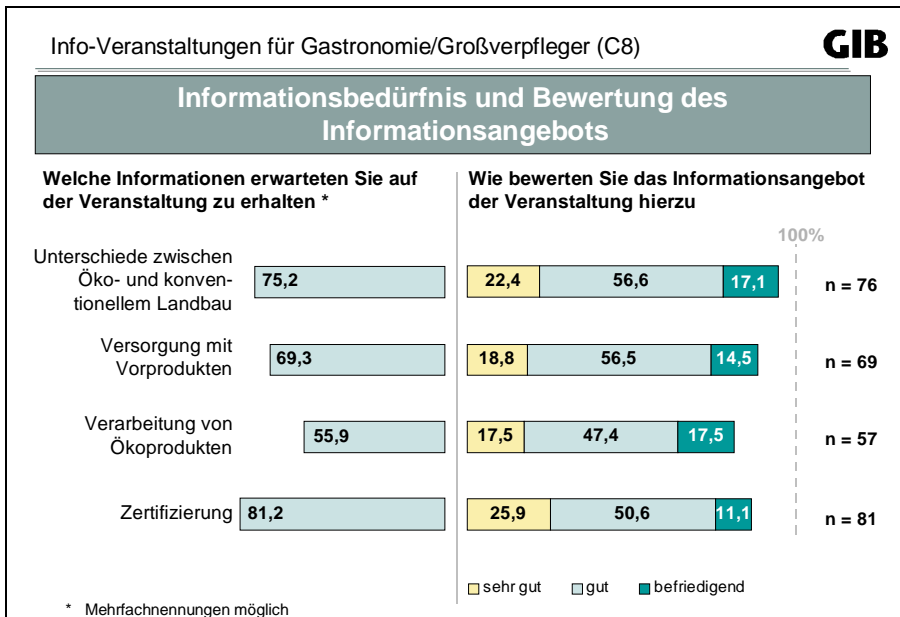


Abb. A6.5 - 23

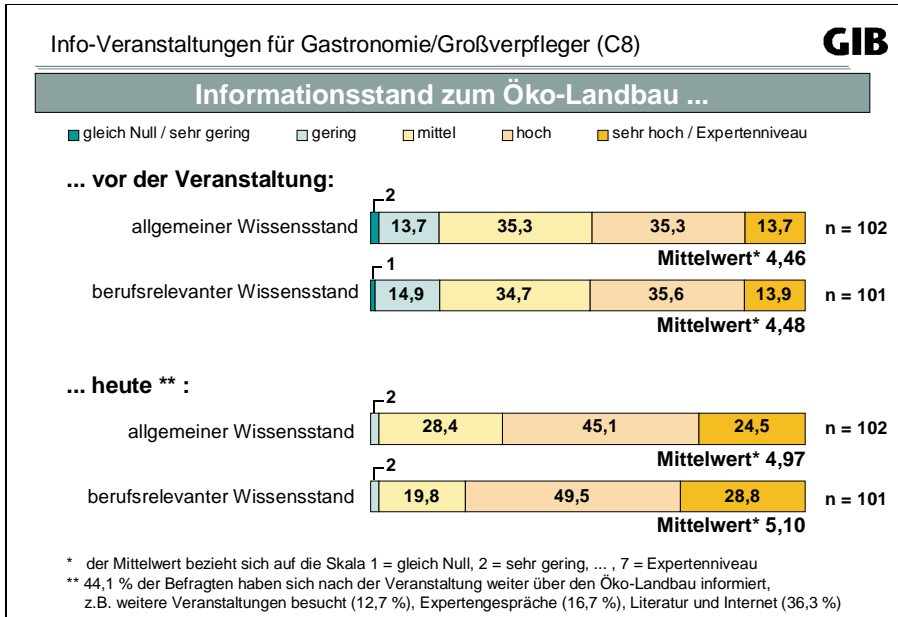


Abb. A6.5 - 24

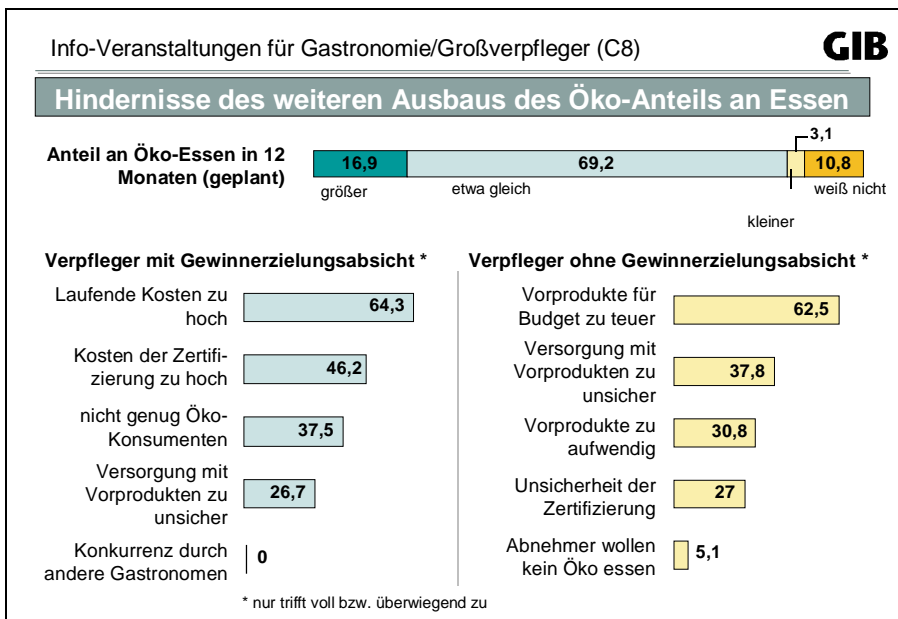


Abb. A6.5 - 25



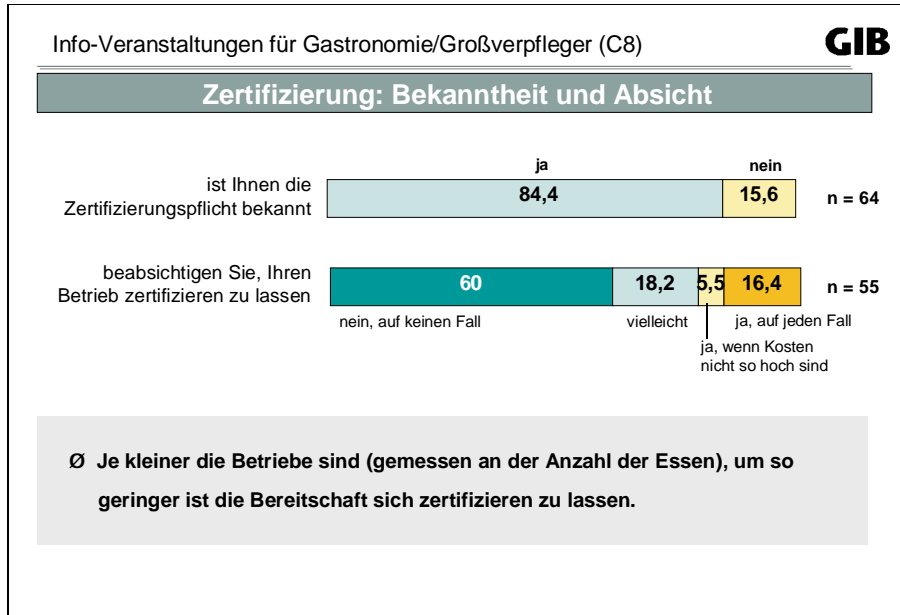


Abb. A6.5 - 26

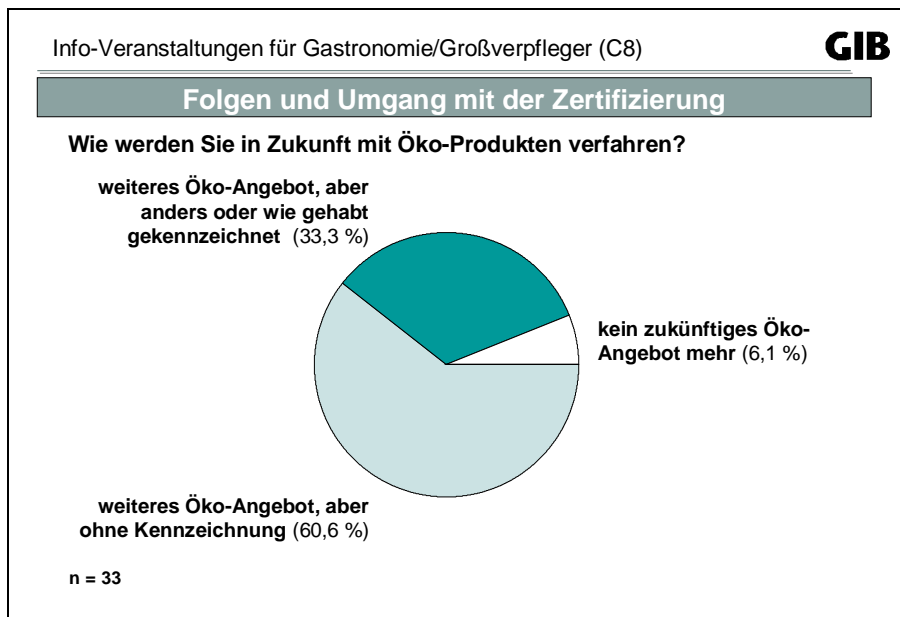


Abb. A6.5 - 27

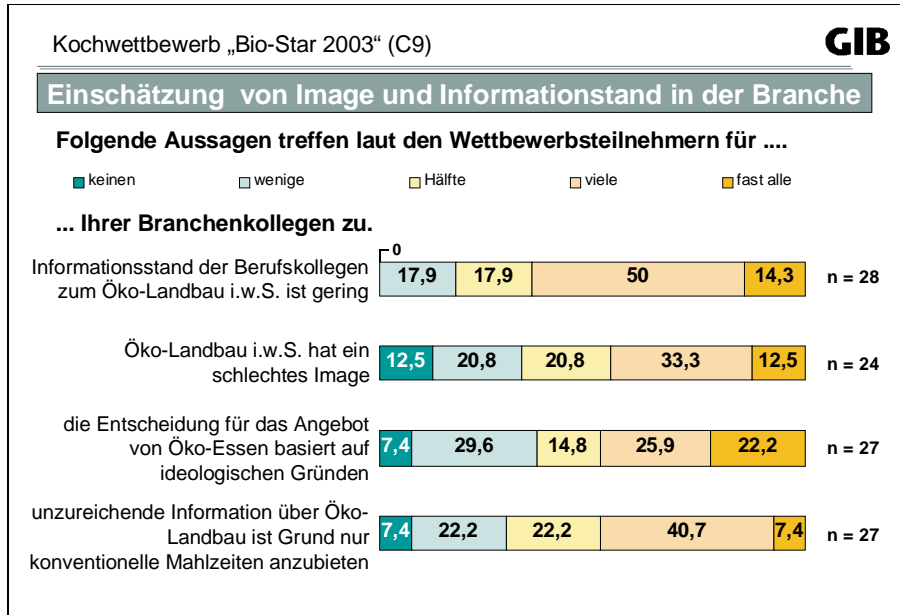


Abb. A6.5 - 28

Kochwettbewerb „Bio-Star 2003“ (C9) **GIB**

**Übersicht der Wettbewerbsteilnehmer**

Bereich	Wettbewerbsteilnehmer	Befragte	Preisträger
Gastronomie	19	10	3
Betriebsrestaurant	12	5	3
Mensa	10	5	3
Klinik / Heim	8	4	3
Schule / Kita	5	3	2
Catering	5	3	3
<b>Gesamt</b>	<b>59</b>	<b>30</b>	<b>17</b>

Abb. A6.5 - 29

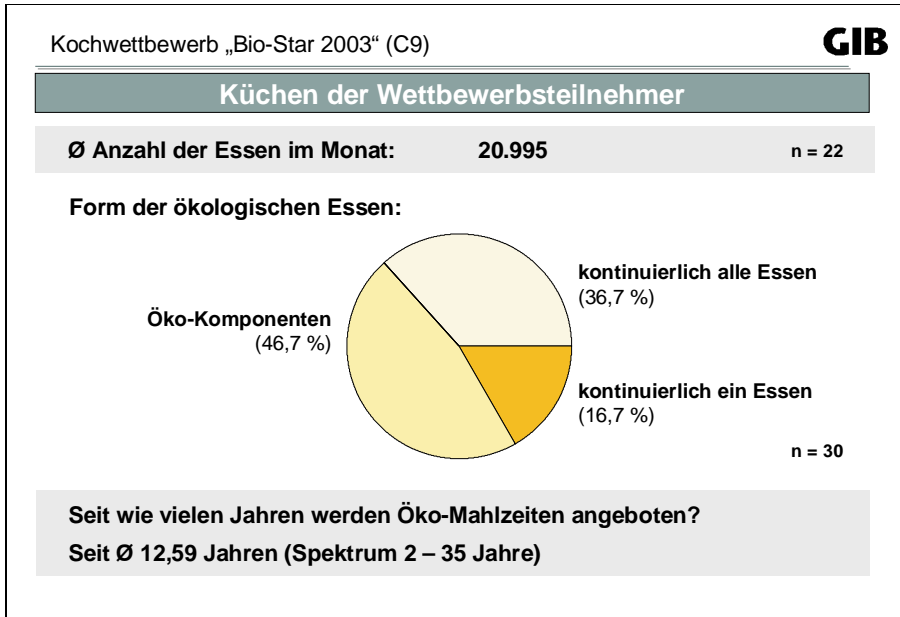


Abb. A6.5 - 30

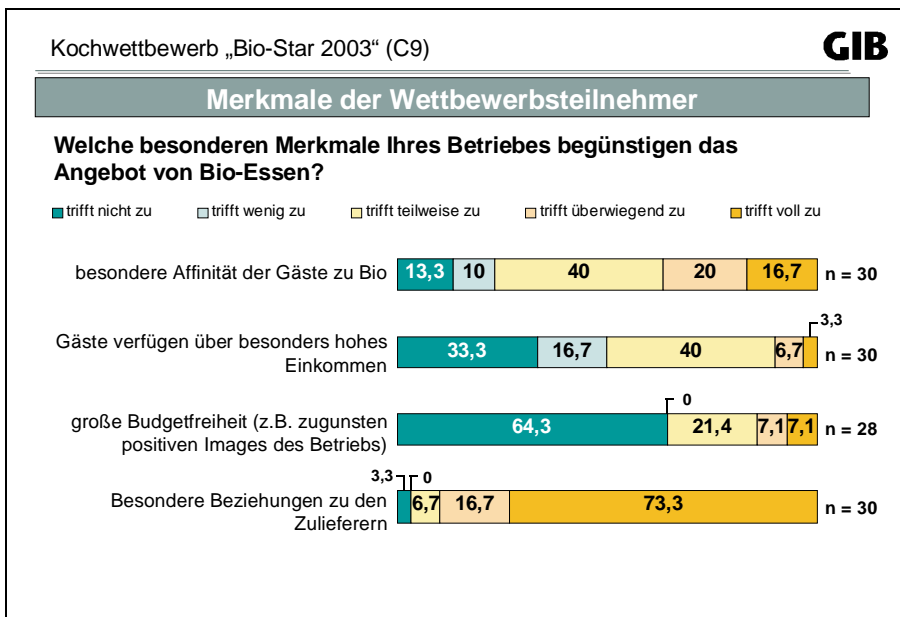


Abb. A6.5 - 31

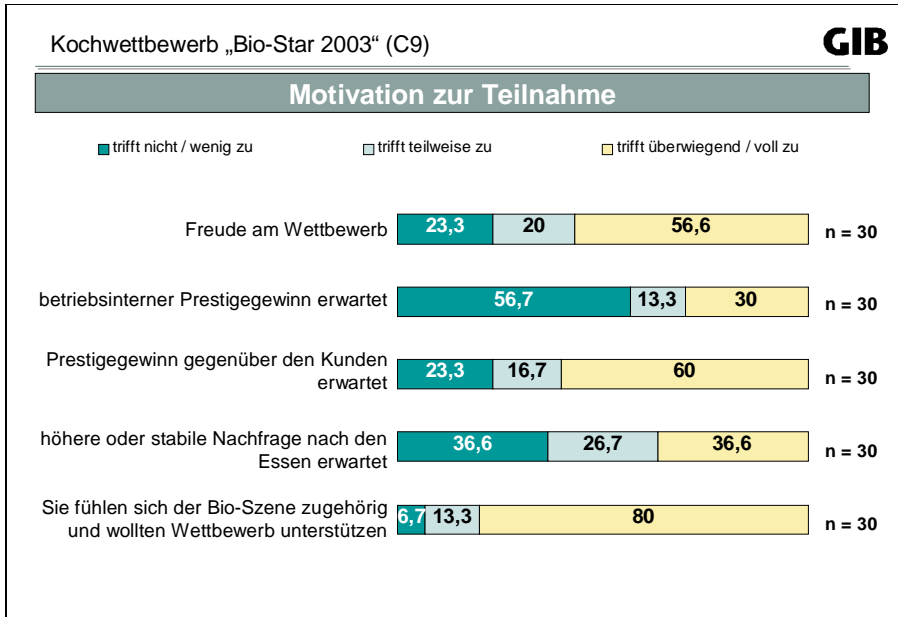


Abb. A6.5 - 32

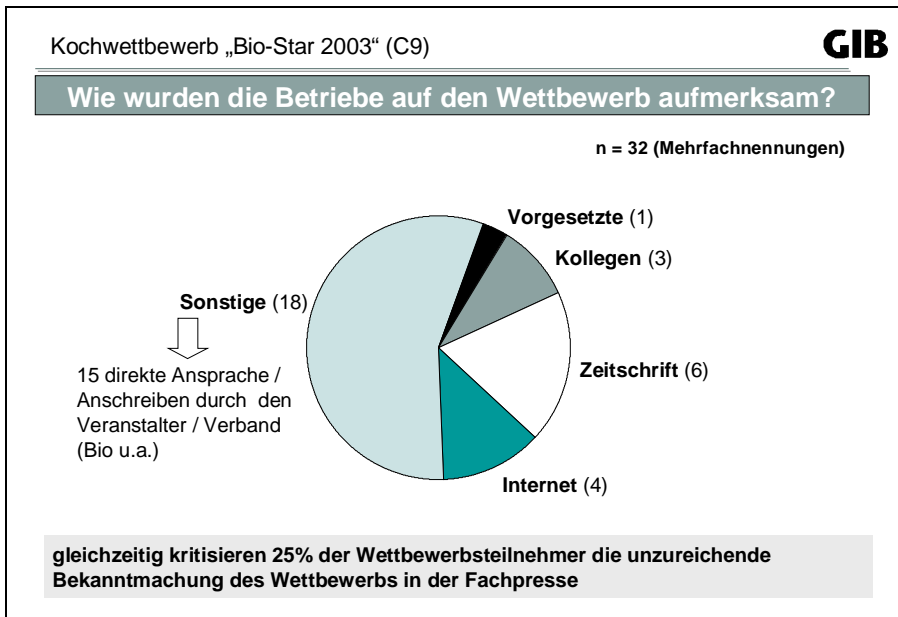


Abb. A6.5 - 33

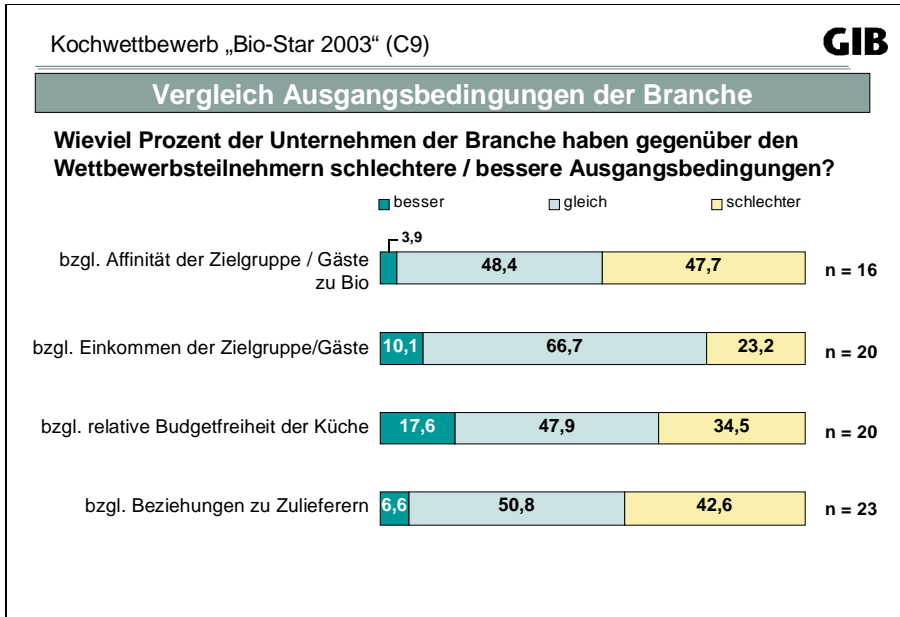


Abb. A6.5 - 34

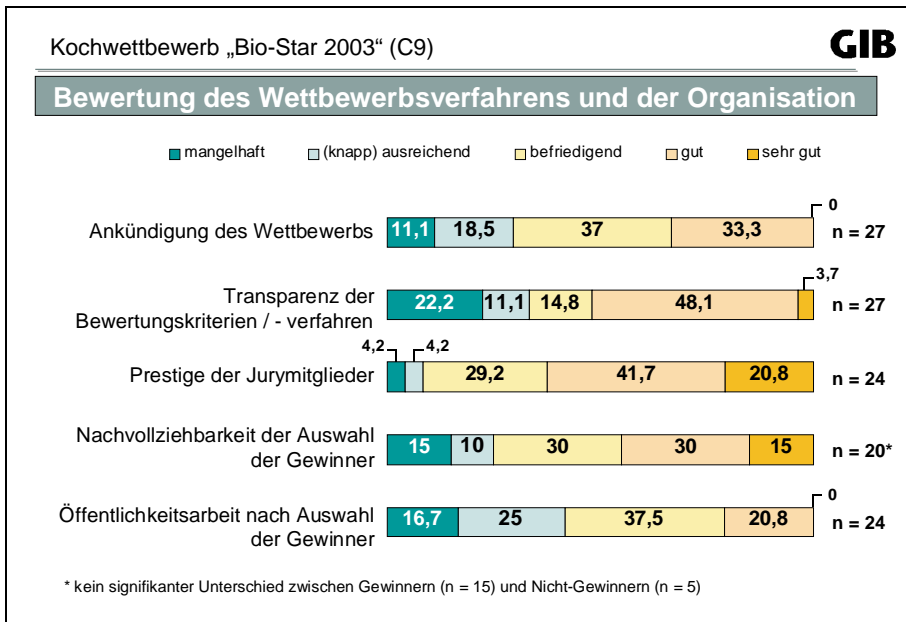


Abb. A6.5 - 35

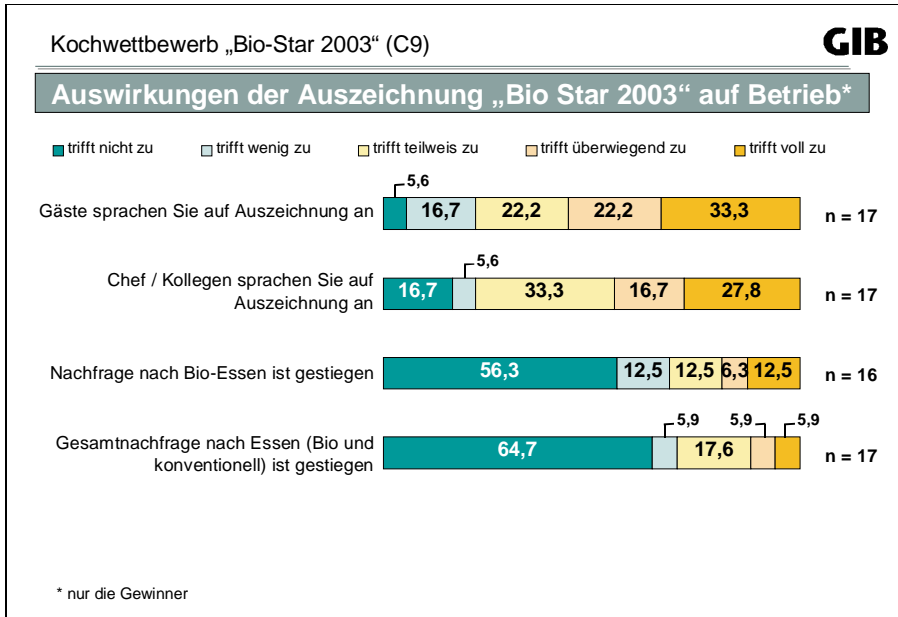


Abb. A6.5 - 36

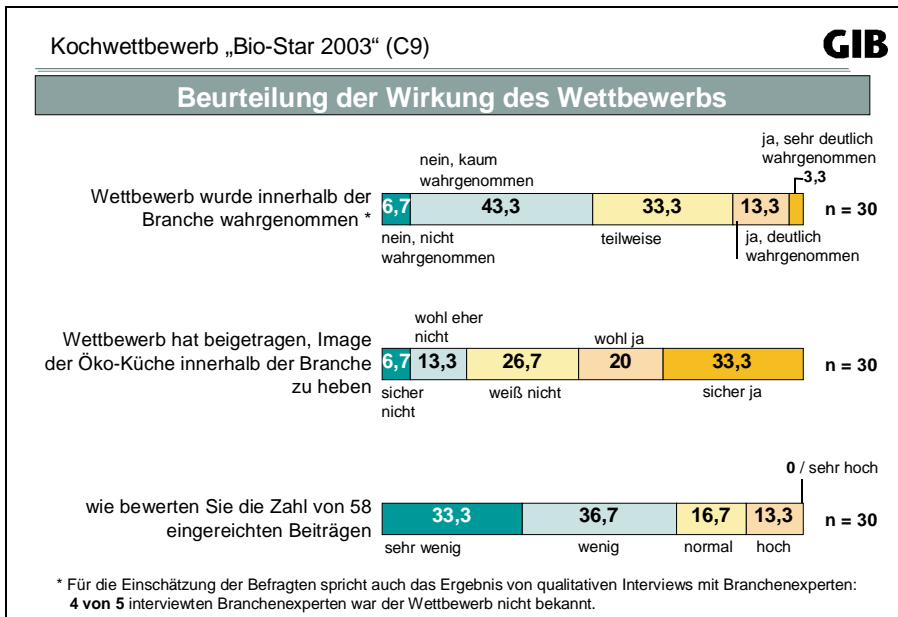


Abb. A6.5 - 37

## A6.6 Verbraucher

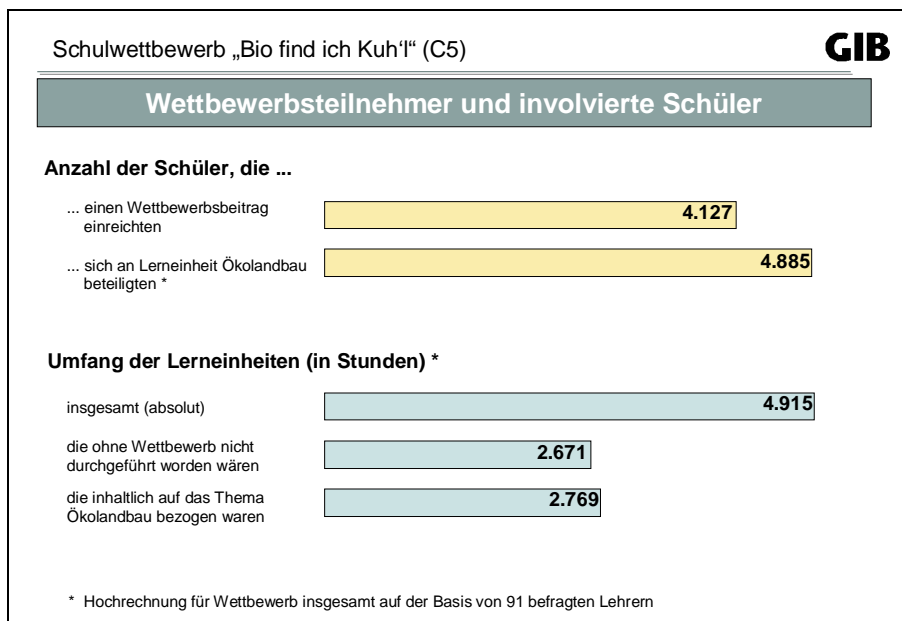


Abb. A6.6 - 1

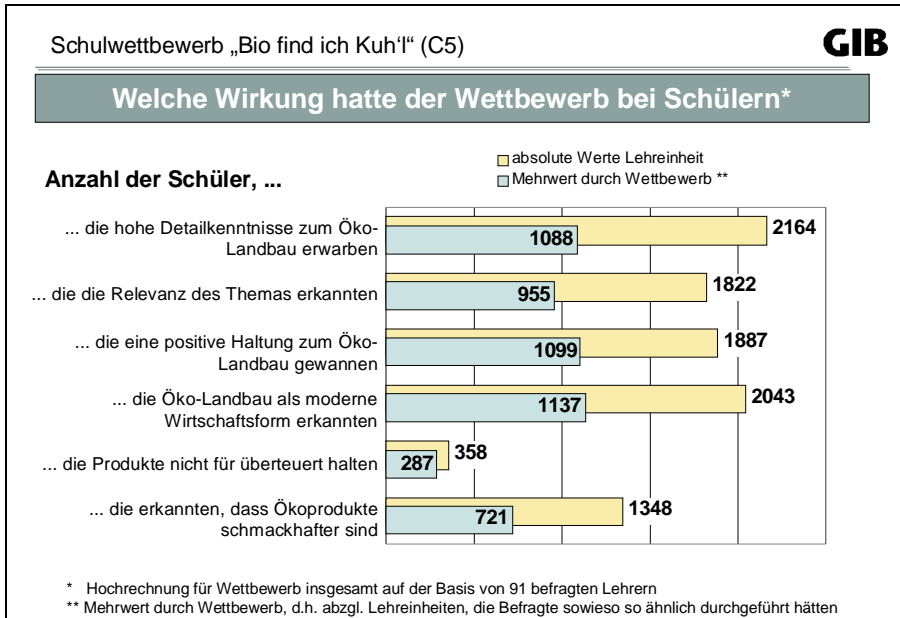


Abb. A6.6 - 2

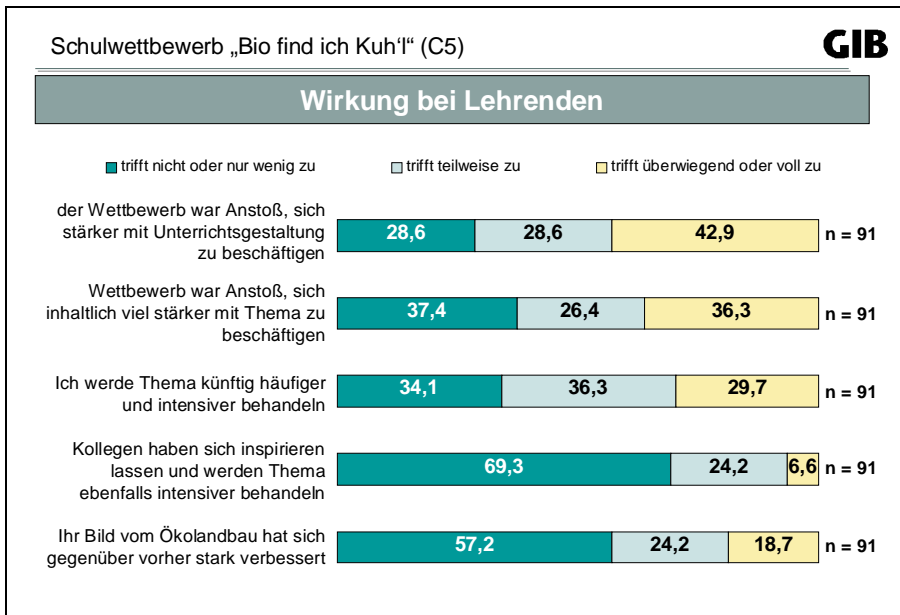


Abb. A6.6 - 3



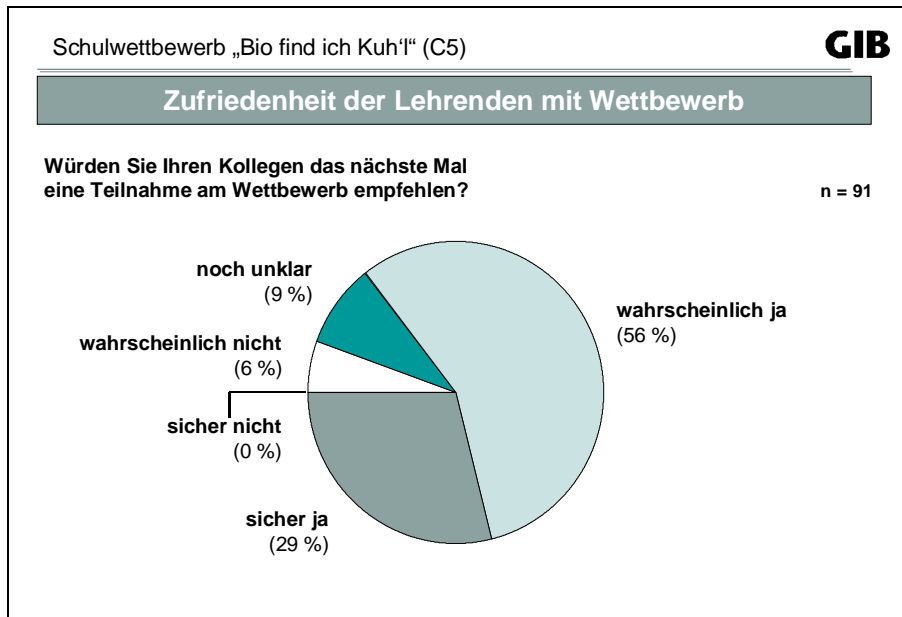


Abb. A6.6 - 4

**A7 PROZESSBEWERTUNG ZUR THEMENFINDUNG UND  
PROJEKTAUSWAHL IM FORSCHUNGSBEREICH DES BÖL**

*A7.1 Themenfindung*

*A7.1 Themenfindung*

*Verfahren etablierter Institutionen der Forschungsförderung als  
Referenzsystem<sup>7</sup>*

Ein Forschungsförderungsprogramm hat die Aufgabe, im Rahmen der Programmziele die besten Forschungsprojekte „aufzuspüren“ und zu fördern. Dazu werden innerhalb des Programms verschiedene Themenrahmen (Bekanntmachungen, Ausschreibungen etc.) vorgegeben, innerhalb derer mehrere Projektanträge eingereicht werden und um Förderung konkurrieren. Die Laufzeit des Programms muss der Natur der zu fördernden Projekte sowie den Programmzielen angepasst sein.

Die Themen müssen geeignet sein, die gesamte Spannweite der Programmziele abzudecken und gleichzeitig einen Anreiz zur Teilnahme für die besten Projektideen bieten. Deshalb kommt der Vorgehensweise bei der Themenfindung entscheidende Bedeutung zu.

Ein gutes Verfahren benötigt Zeit für eine unvoreingenommene Suche nach Ideen und ungelösten Fragen bei allen beteiligten Stakeholdern (Produzenten, Verbrauchern, Verbänden, Wissenschaft etc.). Dies kann auf Tagungen, in Diskussionen, Anhörungen oder auch durch Literatur- und Internetrecherchen geschehen. Aus diesen Ideen werden in einem Verdichtungs- und Filterungsprozess förderfähige Konzepte erstellt, die sich im Idealfall einer Rückkopplung bzw. Begutachtung durch Stakeholder unterziehen bevor über die Themen entschieden wird bzw. durch öffentliche Bekanntmachung zur Bewerbung um Förderung aufgerufen

---

<sup>7</sup> Der Abschnitt fasst verschiedene etablierte Verfahren zu einem Referenzsystem zusammen und stützt sich maßgeblich auf die Vorgehensweise der Volkswagen-Stiftung und der Deutschen Bundesstiftung Umwelt.

wird. Während des Verfahrens ist Öffentlichkeit und Kommunikation nach außen zu empfehlen. Dies ist einerseits wichtig, um die Qualität des Verfahrens zu gewährleisten. Andererseits kann so die Akzeptanz erhöht werden.

Die Themen sollen letztendlich so wenig wie möglich restriktiv im Hinblick auf Adressaten, Strukturen, zu verwendende Methoden etc. sein, damit unkonventionelle, viel versprechende Ideen nicht „abgeschreckt“ werden. Konkurrierende Forschungsansätze innerhalb eines Themas sollten parallel gefördert werden können. Von einer Budgetierung der einzelnen Themen ist abzuraten,<sup>8</sup> da die Nachteile einer Fehlallokation von Mitteln zu gravierend sind im Vergleich mit den Vorteilen einer Budgetierung.<sup>9</sup>

### *Abgleich BÖL vs. Referenzsystem*

Das BÖL wurde in einem extrem kurzen Zeitraum erstellt. Die Autoren des BÖL führten einen intensiven Themenfindungsprozess durch (Literaturrecherche, Stakeholder-Anhörung, Diskussion mit Insidern etc.), der besonderen Wert auf die Einbindung beteiligter Interessengruppen legte. Auf diese Weise sollte praktische Relevanz der durchzuführenden Forschung gewährleistet werden.

Die Begrenzung der Laufzeit und Finanzierung auf zwei Jahre bedeutete eine Beschränkung auf Themen bzw. Projekte, die in dieser Zeit absolviert werden konnten. Um möglichst wenig Zeit für die Durchführung der Forschung zu verlieren, konzipierte das BMVEL u. a. auf der Grundlage des Vorschlags der Projektgruppe bereits Ende 2001 ein „Programm zur Förderung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben sowie von Maßnahmen zum Technologie- und Wissenstransfer“. Auf der Basis dieses Programms konnten Forschungsaufträge vergeben werden; jedoch nur

---

<sup>8</sup> Bzw. sollte eine spätere Mittelverschiebung zwischen Themen zulässig sein.

<sup>9</sup> So geht z.B. die VW-Stiftung davon aus, dass eine Vorbudgetierung von Förderthemen eine „Anmaßung von Wissen“ bedeutet, über das eine Förderinstitution nicht verfügen kann. Stattdessen wird eine Konkurrenz aller Anträge über Themen hinweg angestrebt.

insofern sie zur Deckung eines spezifischen Beratungs- und Entscheidungsbedarfs im BMVEL beitragen. Für andere aus diesem Programm ableitbare Vorhaben, die *nicht* unmittelbar zur Deckung des Beratungs- und Entscheidungshilfebedarfs des Ministeriums beitragen, konnten Zuwendungen nur auf der Basis einer Förderrichtlinie gewährt werden. Diese Förderrichtlinie musste zunächst zwischen den Ressorts abgestimmt und beihilferechtlich durch die Europäische Kommission genehmigt werden. Die genaue Dauer dieses Abstimmungs- und Genehmigungsprozesses war zum Beginn des Jahres 2002, als das BÖL startete, kaum abschätzbar, auch wenn sie erfahrungsgemäß mindestens ein halbes Jahr, häufig deutlich länger beträgt. Vor diesem rechtlichen Hintergrund und um Forschungsprojekte schnell anschieben zu können (weil alle Forschungsprojekte Ende 2003 abgeschlossen sein mussten), wurde entschieden, zunächst einen Teil der Forschungsförderung über Forschungsaufträge durchzuführen, die zur Deckung eines Beratungsbedarfs des Ministeriums dienen.

Bereits Ende 2001 wurde durch maßgebliche Anregungen der Projektgruppe in Abstimmung mit dem BMVEL (Feststellung des Beratungs- bzw. Entscheidungshilfebedarfs) und dem Referat 514 der BLE eine Liste von 57 Förderthemen erstellt.<sup>10</sup> Am 21. Dezember 2001 wurde die Themenliste an Ressortforschungseinrichtungen versandt und zur Einreichung von Projektskizzen bis zum 18. Januar 2002 aufgefordert. Am 7. Februar 2002 wurde die Liste der 57 Förderthemen öffentlich bekannt gemacht, und damit weiteren Forschungseinrichtungen die Möglichkeit gegeben, sich mit Projektskizzen zu bewerben.

Ab Mitte 2002 wurden alle Projekte auf der Basis einer Förderrichtlinie vergeben, die im Vorfeld bekannt gemacht worden war. Auch hier war die Laufzeit der Projekte aufgrund der Rahmenbedingungen des BÖL bis Ende 2003 begrenzt. Mitte 2003 erfolgten in Verantwortung der GST themenbezogene Bekanntmachungen zur Fortführung des BÖL nach

---

<sup>10</sup> Bei dieser Liste sind auch die Diskussionen aus dem Braunschweiger Workshop und Vorberichte des Forums Pflanzenschutz berücksichtigt worden.

2003 auf der Basis der Förderrichtlinie. Die Begutachtung und Auswahl dieser Projekte fand noch im Jahr 2003 statt.

Den Beteiligten war es dabei sehr wichtig, die Forschungsförderung auf die Bedürfnisse der Praxis und das Programmziel auszurichten. Hierzu wurde immer wieder Kontakt zu Insidern, Verbänden, Experten etc. gesucht.

### *Bewertung der Abweichungen vor dem Hintergrund der Rahmenbedingungen*

Die kurze Laufzeit von zwei Jahren sowie die sehr kurze Entstehungszeit waren vorgegebene Rahmenbedingungen, mit denen die Autoren des BÖL, die GS-BÖL, die Antragsteller sowie alle anderen Beteiligten konfrontiert waren. Es ist davon auszugehen, dass dadurch ein „Schaden“ im Sinne eines Effizienzverlustes bezüglich der Programmziele in unbekannter Höhe entstand, da die Zeit für die Themenfindung zumindest am Anfang sehr knapp bemessen war,<sup>11</sup> eine Beschränkung auf Themen erfolgen musste, die in der kurzen Programmlaufzeit realisierbar waren und anfangs nur solche Forschungsvorhaben in Auftrag gegeben werden konnten, die zur Deckung eines Beratungs- bzw. Entscheidungshilfebedarfs im Ministerium beitrugen. Ob der Vorteil des politisch gewollten bzw. notwendigen schnellen Programmbeginns diese Nachteile aufwiegt, kann bezweifelt werden – gerade im Hinblick auf das erklärte Programmziel einer langfristigen und nachhaltigen Transformation. Letztlich kann dies jedoch nicht von den Evaluatoren bewertet werden.

Im Rahmen des engen Zeitplanes ist die Vorgehensweise der BÖL-Autoren bei der Erstellung des Programms sowie der GST bei der Entwicklung der Bekanntmachungen als unproblematisch zu bewerten. Die Arbeit erfolgte unter hohem Druck, mit viel Engagement und hohem per-

---

<sup>11</sup> Die Volkswagen-Stiftung nimmt sich zur Entwicklung eines neuen Förderthemas ca. ein bis drei Jahre Zeit. Auch die Entstehung einer Ausschreibung innerhalb eines Förderthemas nimmt hier ein halbes bis anderthalb Jahre in Anspruch.

sönlichen Einsatz der Beteiligten. Auf die Ausrichtung an den Programmzielen und die Einbindung der Praxis wurde großer Wert gelegt.

Mit dem Aufbau der GST wurde im Oktober 2001 begonnen, also unmittelbar nachdem die Umsetzung des BÖL sicher war. Ein noch früherer Beginn wäre sicher nützlich gewesen, jedoch stand dafür erst ab 1. Januar 2002 Geld aus dem Bundesprogramm zur Verfügung. Der Aufbau der GST musste somit – mit Ausnahme einer hierfür vom BMVEL abgestellten Person – von den bestehenden Mitarbeitern der BLE geleistet werden. Zumindest die Leitungsebene wurde hierfür nicht von anderen Arbeiten freigestellt.

Teilweise problematisch muss die Vorgehensweise bei der Erstellung der 57-Themen-Liste für die Vergabe der ersten Forschungsaufträge eingeschätzt werden. Der Zeitmangel mag zwar dafür verantwortlich gewesen sein, dass die Liste wie oben beschrieben erstellt wurde. Mehr Transparenz und die intensivere Einbindung etablierter Akteure wäre aber wünschenswert gewesen, auch wenn anfangs nur solche Forschungsaufträge vergeben werden konnten, die zur Deckung eines Beratungs- bzw. Entscheidungshilfebedarfs im Ministerium beitrugen. Ein transparenteres Vorgehen hätte zum einen mehr Wissen nutzbar gemacht, zum anderen die Akzeptanz im Feld der Akteure erhöht.

#### *A7.2 Auswahl von Einzelanträgen/Projekten*

##### *Verfahren etablierter Institutionen der Forschungsförderung als Referenzsystem*

Üblicherweise werden durch die Förderinstitution Themenrahmen vorgegeben, innerhalb derer interessierte Bewerber zur Einreichung von Ideenskizzen oder Anträgen ermuntert werden sollen. Die Verwendung eines zweistufigen Verfahrens (Skizzen und Anträge) ist nicht zwingend erforderlich, kann aber den Arbeitsaufwand vor allem für die Antragsteller reduzieren, indem formale und/oder fachliche Vorprüfungen erfolgen, bevor ein (arbeitsintensiver) vollständiger Antrag eingereicht werden muss. Eine Aufforderung zum Antrag bedeutet dann bereits eine höhere Förderwahrscheinlichkeit. Neben einer formalen Prüfung, die in der Re-

gel durch die Förderinstitution übernommen wird, erfolgt eine externe Begutachtung (meist durch Fachleute, z.T. ist auch eine Mischung von Experten und fachfremden Gutachtern üblich). Skizzen bzw. Anträge können von (mehreren) Einzelgutachtern schriftlich, von einem Gutachterkreis in geschlossener Sitzung oder auch im direkten Gespräch zwischen mehreren Gutachtern und Antragstellern begutachtet werden (z.B. auf Workshops).

Werden die Skizzen (und nicht die Anträge) durch externe Gutachter bewertet, so ist auf ein ausgewogenes Maß an Detailliertheit zu achten. Begutachtungsfähigkeit und Arbeitersparnis stehen sich hier als Gegensätze gegenüber.

Als Ergebnis der Begutachtung wird der Grad der Förderungswürdigkeit der Projektskizzen (bzw. Anträge) an sich festgestellt. Im Idealfall stehen nun alle Bewerber (themenübergreifend) miteinander im Wettbewerb. Es ist i.d.R. Aufgabe des Förderers (Projekträgers), über die Gesamtallokation zu entscheiden. Es kommt darauf an, mit dem eingesetzten Geld möglichst viel Nutzen (im Hinblick auf die übergeordneten Programmziele) zu erzeugen und dabei die thematische Spannbreite des Programms zu berücksichtigen.

### *Abgleich BÖL vs. Referenzsystem*

Die Förderung musste auf Projekte beschränkt werden, die spätestens Ende 2003 abgeschlossen sein konnten. Es ist davon auszugehen, dass ohne diese Beschränkung ein anderes Projektportfolio realisiert worden wäre.<sup>12</sup> Es kann bezweifelt, jedoch ex post nicht überprüft werden, ob der Zeitgewinn der schnellen Projektrealisierung die Nachteile eines veränderten Projektportfolios aufwiegt.

Positiv ist zu vermerken, dass bereits Ende 2001 – also vor Programmbeginn und bevor hierfür Mittel bereitgestellt wurden – mit Hochdruck an der Forschungsförderung gearbeitet wurde. Bereits am 21. Dezember

---

<sup>12</sup> Z.B. benötigen viele Forschungsprojekte gerade in der Landwirtschaft mehrere Jahre (Vegetationsperioden), um gesicherte Erkenntnisse generieren zu können.

2001 wurden die ersten Themen bekannt gemacht, der Zeitrahmen für die Einreichung der Skizzen war jedoch sehr knapp bemessen (Abgabe am 18.01.2002), was sicherlich den Kreis potenzieller Antragsteller in dieser frühen Phase eingrenzte und somit den Wettbewerb beschränkte. Die daraufhin eingegangenen Skizzen wurden von Mitarbeitern des Projektträgers Agrarforschung (die GST war erst im Aufbau) hinsichtlich ihrer Förderwürdigkeit einer ersten Beurteilung unterzogen. Diese erste Beurteilung aller Skizzen wurde an das BMVEL geschickt, wo dann ein Entscheidungshilfebedarf für einen kleinen Teil der Projekte formuliert wurde. Eine zusätzliche externe Begutachtung durch Fachwissenschaftler fand bei diesen wenigen Projekte nicht statt. Für den deutlich größeren Teil der anfangs eingereichten Skizzen, dies waren Projekte aus der Pflanzenschutzforschung, war die Vorgehensweise jedoch anders. In diesem Bereich fand neben der Begutachtung durch die Mitarbeiter des Projektträgers Agrarforschung bzw. der GST auch eine erste externe Begutachtung durch das Forum Pflanzenschutz statt. Die Feststellung des Entscheidungshilfebedarfs durch das Ministerium war auch bei diesen Projekten notwendig, da dies die einzige rechtliche Grundlage war, nach der Projekte zu diesem Zeitpunkt vergeben werden konnten.

Nach der zuvor beschriebenen ersten Phase wurde die 57-Themenliste am 7. Februar 2002 öffentlich bekannt gemacht und Forschungsprojekte im Rahmen eines Ausschreibungsverfahrens vergeben. Nach Vorliegen der Förderrichtlinie Mitte 2002 wurden Projekte dann ausschließlich nach dieser Richtlinie vergeben. In beiden Phasen erfolgte neben der internen Bewertung durch die GST generell auch eine externe Begutachtung (meist durch thematische Gutachterkreise, seltener durch Einzelgutachter) von Projektskizzen. Im Anschluss wurden Bewerber zur Abgabe von Anträgen aufgefordert. In der Regel wurde die überwiegende Zahl der Anträge dann bewilligt. Die Vergabeentscheidung erfolgte nach Abstimmung mit dem BMVEL. Projekte im Umfang von über 75.000 Euro wurden durch das BMVEL bewilligt. In allen anderen Fällen entschied die GST und informierte das BMVEL mittels Prüfvermerk. Letztere Fälle konnten wesentlich zügiger bearbeitet werden, andererseits wurde so eine zusätzliche Kontrollstufe ausgespart.



*Bewertung der Abweichungen vor dem Hintergrund der Rahmenbedingungen*

Die Auswahl und Vergabe der Projekte erfolgte unter z.T. sehr ungünstigen Rahmenbedingungen, ganz besonders gilt dies für die Anfangszeit und die Vergabe der ersten Forschungsprojekte. Neben der Beschränkung der Programmlaufzeit und der Anforderung, sehr schnell mit der Vergabe zu beginnen, gab es anfangs nur die Möglichkeit, Forschungsprojekte zu fördern, die zur Deckung eines Beratungs- und Entscheidungshilfebedarfs im Ministerium beitrugen. Ein externer Gutachterkreis war zu diesem Zeitpunkt noch nicht aufgebaut und die Geschäftsstelle selbst befand sich noch mitten im Aufbau. Hinzu kommt, dass parallel zur Vergabe der ersten Forschungsprojekte eine Förderrichtlinie abgestimmt und erstellt werden musste, Dauer und Ausgang des anschließenden Notifizierungsverfahrens bei der EU waren unsicher. Wäre einige wenige Monate früher die Entscheidung zur Durchführung des BÖL gefallen und wäre mit gleicher Intensität an der Vorbereitung der Forschungsförderung gearbeitet worden, hätte die notifizierte Förderrichtlinie gleich zu Beginn des BÖL vorgelegen, wodurch eine Vergabe aller Projekte über ein allseits akzeptiertes Verfahren möglich gewesen wäre. In Anbetracht der knappen Vorlaufzeit zum Beginn des BÖL ist die Vergabe von Forschungsprojekten an Ressortforschungseinrichtungen ohne externen Wettbewerb zwar nachvollziehbar, aber nicht ideal. Was die fehlende externe Begutachtung anbelangt (die Projektskizzen und Anträge wurden nur intern, d.h. von der GST und dem Ministerium begutachtet), so war der Bereich Pflanzenschutz eine positive Ausnahme: Über das Forum Pflanzenschutz konnte zumindest eine vereinfachte externe Begutachtung realisiert werden. Ex post kann nicht mehr geklärt werden, ob und mit welchem auch zeitlichen Aufwand eine analoge externe Begutachtung für andere Themengebiete gleich zu Beginn des BÖL möglich gewesen wäre.

Eine Vergabe aller Projekte (im Rahmen des Beratungsbedarfs) über eine Ausschreibung sowie eine zumindest notdürftige, vereinfachte Begutachtung hätten natürlich eine zeitliche Verzögerung bedeutet. Allerdings wäre damit eine deutliche Verbesserung des Verfahrens verbun-

den gewesen, weshalb zumindest bei größeren Projekten (höheres Fördervolumen) ein solches Vorgehen angemessen gewesen wäre.

Das Vergabeverfahren nach Vorlage der Förderrichtlinie einschließlich Begutachtung und Entscheidung kann als adäquat bewertet werden. Die Mitbestimmung und der Einfluss des BMVEL auf Entscheidungen der GST sowie auf die Auswahl von Gutachtern müssen jedoch immer am Programmziel orientiert bzw. fachlich begründet sein.

Wenn Zeitmangel als Begründung für die Abweichung von allgemein akzeptierten Verfahren (d.h. Vergabe nach Wettbewerb und externer Begutachtung) gelten soll, dann muss auch besonderer Wert auf zügige Bearbeitung und Vermeidung unnötiger Verzögerungen gelegt werden. Die Evaluatoren haben den Eindruck gewonnen, dass dies von der GST im Rahmen ihrer Möglichkeiten so auch gehandhabt wurde. Die „75.000-Euro-Grenze“, die festlegt, welche Anträge durch das BMVEL zu entscheiden sind, bedeutet in der Praxis zum einen eine zusätzliche Kontrolle bei „größeren Projekten“ – was per se positiv zu bewerten ist, zum anderen aber auch eine geringere Bearbeitungsgeschwindigkeit größerer Projekte. Da diese tendenziell auch längere Laufzeiten benötigen, ist eine langsamere Bearbeitung besonders kritisch, da der Fertigstellungstermin nicht über den 31.12.2003 hinaus verschoben werden konnte. Eine im Durchschnitt noch schnellere Bearbeitung dieser Anträge durch das BMVEL bzw. eine Heraufsetzung der 75.000-Euro-Grenze (und damit einer Reduktion des Bearbeitungsaufwandes beim BMVEL) hätten hier signifikante Vorteile gebracht.

Insgesamt ist im zeitlichen Verlauf des BÖL (von 2002 bis 2003) eine deutliche Verbesserung in der Qualität der Vorgehensweise und Ergebnisse zu konstatieren. Dies liegt an der gesammelten praktischen Erfahrung im Laufe des Programms, aber vor allem am starken Zeitdruck zu Beginn des BÖL.