

## **Region: Vorteil für alle**

**Regionale Waren- und Wirtschaftskreisläufe – gut für Arbeit und Umwelt, Landwirtschaft und Mittelstand.** Das ist der Untertitel dieser Veranstaltung.

Wie richtig der Titel dieser Veranstaltung „Region: Vorteil für alle“ ist, das beweisen die beiden Abgeordneten, die diese Veranstaltung eröffnet haben.

**Klaus Dieter Breitschwert, unser Landtagsabgeordneter**, zählt zu den profiliertesten und erfolgreichsten Mittelstandspolitikern in Deutschland. Bei der Landesversammlung MU vom November in Memmingen wurde er als „**Mister Mittelstand**“ gefeiert.

Zu den Dingen, die man von ihm lernen kann, gehört **die Verbindung von sozialer Gemeinwohlorientierung und mittelständischer Interessenvertretung**. Genau darum geht es heute abend.

Was Klaus Dieter Breitschwert für die Mittelstandspolitik der CSU ist, das ist unser **Bundestagsabgeordneter Josef Göppel** für die Umweltpolitik dieser Partei. Es passt zum Grundwesen dieser Volkspartei – und es passt zum Thema des heutigen Abends – wenn nach dem „Mister Mittelstand“ das **personalisierte „grüne Gewissen der CSU“** zu uns gesprochen hat. Das Anliegen der regionalen Waren- und Wirtschaftskreisläufe war und ist von Anfang an ein zentrales Thema von Josef Göppel.

Das ist heute Abend **eine Veranstaltung der CSU-Mittelstandsunion**. Ich verstehe die CSU-Mittelstandsunion nicht als **bloße Mittelstands-Interessenvertretung; nicht als die Abteilung „Klientelpolitik“ der CSU**. Sondern die CSU-Mittelstandsunion ist ein Miteinander von wirtschaftlich kompetenten Leuten (die nicht unbedingt CSU-Mitglied sein müssen), welche die soziale und die ökologische Frage stets gleichermaßen im Blick haben.

Wir wollen daher auch das Thema „Region“ nicht nur wirtschaftspolitisch sondern in seiner ganzen Vielschichtigkeit betrachten.

## Vorteil Arbeitsplätze

**Bäuerliche, handwerkliche und mittelständische Anbieter in der Region schaffen deutlich mehr Arbeitsplätze als großindustrielle Konzerne.**

Der Beweis dieser Aussage liegt in der **unterschiedlichen Arbeits- und Wirtschaftsweise**. Ich nehme ein fleischwirtschaftliches Beispiel: Landwirtschaftliche Urproduktion, Verarbeitung und Vertrieb von einer Tonne Fleisch schafft in bäuerlich-handwerklichen regionalen Kreisläufen mehr und zusätzliche Arbeitsplätze.

- ***Bei der landwirtschaftlichen Produktion.** Die Arbeitsplätze in der Landwirtschaft werden nicht mehr, wenn die Betriebe immer weniger aber größer werden. Es ist die Vielzahl bäuerlicher Betriebe, die Familienexistenzen und Arbeitsplätze sichert.*
- ***Beim Tiertransport.** Bäuerlich-handwerkliche Strukturen sind da gut für Arbeitsplätze und Tierschutz.*
- ***Bei der Bearbeitung der Lebensmittel.** Aber auch hier sichern mittelständische Strukturen ein deutliches Mehr an Arbeits- und Ausbildungsplätzen.*
- ***Vertrieb.** Die Grafik stellt das Fleischerhandwerk der Metro Group gegenüber. Alle Zahlen, die es dazu gibt, beweisen: Den arbeits- und ausbildungsintensivsten Vertrieb leisten bei Lebensmitteln das Nahrungsmittelhandwerk und der Lebensmitteleinzelhandel über die Bedientheken.*

**Also: Krisenstabile und langfristig sichere Arbeits- und Ausbildungsplätze brauchen möglichst viele kleine und mittlere Unternehmen.**

## Vorteil Mittelstand

**Wirtschaftliche Stabilität in der Region entsteht durch möglichst viele Unternehmerinnen und Unternehmer aus verschiedenen Branchen.**

Mittelstand bedeutet Familienunternehmen. Inhabergeführte Familienunternehmen bedeuten Stabilität und Sicherheit für die Region.

Denn: Ein persönlich haftender Familienunternehmer entscheidet in der gleichen Situation häufig anders als ein angestellter Manager. **Die Entscheidungen, die der persönlich haftende Familienunternehmer trifft, sind stärker dem Gemeinwohl dienlich.** Lassen Sie mich diese Aussagen beweisen:

Mittelständische Familienunternehmen erwirtschaften zwar nur 42 % aller Umsätze, **schaffen dabei aber 57 % aller Arbeitsplätze!** Wenn wir also mehr Arbeits- und Ausbildungsplätze wollen, brauchen wir mehr Mittelstand, mehr Existenzgründungen!

Der **Vorteil Mittelstand** wird auch deutlich, wenn man die unterschiedlichen **Handlungsweisen und Entscheidungsmaximen** von Familienunternehmern und Konzernmanagern vergleicht:

Der Familienunternehmer fragt: „*Wie sichere ich dauerhaft die Existenz meiner Familie und meines Unternehmens?*“ –

Der Konzernmanager fragt: „*Wie erreiche ich so schnell wie möglich die maximale Rendite?*“

**Familienunternehmer** akzeptieren in Krisenzeiten eine geringere Rendite.

-

**Konzernmanager** liefern entweder Rendite oder ihr Standort wird abgewickelt.

Wenn Familienunternehmen Verlust machen, **haften die Inhaber mit ihrem gesamten persönlich Vermögen!**

Wenn große *Konzerne* Verlust machen, werden diese Verluste oft sozialisiert.

Zu den wesentlichen Alleinstellungsmerkmalen von inhabergeführten Familienunternehmen in der Region gehört weiterhin:

Die **bedingungslose persönliche Verantwortung** eines Familienunternehmens.

Das (oft gescholtene) „**dynastische Denken**“ von Familienunternehmern. Denn das ist das beste langfristige Existenzsicherungssystem.

**Weitere Vorteile von familiengeführten regionalen Unternehmen sind:**

- **Flache Hierarchien.** Diese schaffen kurze Wege, Transparenz und Eigenverantwortung.

- **familiäre Bindungen an Lieferanten und Kunden.** Diese Bindung gilt auch dem Standort und der Region.

**Unternehmenskultur und „Corporate Identity“.** Diese müssen nicht künstlich geschaffen werden, sondern sind oft über Generationen organisch gewachsen.

Mit diesen Alleinstellungsmerkmalen mittelständischer Familienunternehmen wird deutlich:

**Mittelstand, das sind nicht einfach die kleineren Unternehmen. Sondern: Mittelständische Familienunternehmen sind generell die Systemalternative zu weltweit tätigen Konzernen.**

## Vorteil Landwirtschaft

Bäuerliche Landwirtschaft ist die Basis für unser aller Lebensqualität! In regionalen Kreisläufen finden Landwirte faire Geschäftspartner.

Alles, was ich gerade grundsätzlich zu Familienunternehmen gesagt werden kann, gilt auch für **bäuerliche Familienunternehmen**.

Als Sinnbild für **die bäuerlich-handwerkliche Lebens-, Wirtschafts- und Arbeitsweise** habe ich die Fotos mit dem Handschlag gewählt: Der Handschlag zwischen beiden Partnern braucht keinen schriftlichen Vertrag – wenn „eingeschlagen“ ist, dann gilt das Geschäft. So kommen **faire Geschäfte** zustande – und Soziale Marktwirtschaft bedeutet auch, die **Rahmenbedingungen für faire Geschäfte** zu schaffen.

In der vorletzten Ausgabe des Jahres 2009 kündigte die „Fränkische Landeszeitung“ die guten Nachrichten für das neue Jahr an. Darunter auch die Überschrift *„Verbraucher profitieren vom Konkurrenzkampf der Discounter“*. Bauernverbandspräsident Gerd Sonnleitner wurde dazu mit einem klugen Satz zitiert:

**„Langfristig kriegt dann der Verbraucher die Rechnung, wenn die Landwirtschaft stirbt, die Versorgungssicherheit nicht mehr gewährleistet ist und wir abhängig werden von Import und extremen Preisschwankungen“.**

**Es ist gut, dass sich der Bauernverband so zu Wort meldet.** Denn es ist falsch, dass die Verbraucher von den billigen Discountpreisen profitieren!

Wahr ist vielmehr, dass wir als Ganzes schon seit vielen Jahren einen **immer höheren Preis für eine Lebensmittelproduktion zahlen, die um jeden Preis billig sein will.**

Der Kampf um **bedingungslose Kostenminimierung** ist von den **Großkonzernen des Handels** initiiert. Er wird letztlich auf den Rücken von **Bäuerinnen und Bauern** ausgetragen.

**Das tatsächliche Marktgeschehen im Bereich Landwirtschaft und Lebensmittel ist inzwischen in Bezug auf die Regeln der Sozialen**

**Marktwirtschaft nicht mehr systemkonform** und bedarf dringend der Korrektur zugunsten mittelständischer Betriebe.

**Der Markt braucht, dort wo er aus dem Ruder läuft, einen starken Staat.** Wenn dieser starke Staat dann starke regionale Kreisläufe fördert, korrigiert er zugleich Fehlentwicklungen.

Es bleiben von dieser Analyse her zwei Handlungsmöglichkeiten: **Zum einen kann man abwarten**, bis immer mehr Verbraucher das erkennen und sich – obwohl die Bequemlichkeit dagegen steht – von den Discountern abwenden.

**Zum anderen kann die Politik die Signale** geben und Bauern und Handwerker besser fördern. Bauernförderung und Handwerkerförderung ist immer auch aktive Verbraucherpolitik. Oder modern gesagt: Die bäuerliche Landwirtschaft und das Handwerk und das Gewerbe in den Regionen sind **systemisch**.

## Vorteil Umwelt

### **Unternehmerisches Gewinnstreben und ökologisches Vernunftstreben fusionieren zu stabilen Lösungen für eine nachhaltige Zukunftswelt.**

Wir erkennen gegenwärtig, dass Umwelt für eine erfolgreiche Unternehmensführung zentral wird. Früher einmal war „Umwelt“, wenn du irgendetwas verkaufen wolltest „nice to have“. Heute ist die Umweltverträglichkeit zwingend, um überhaupt etwas verkaufen zu können!

*„Nicht das wirtschaftliche Wachstum ist die Bedingung für den Klimaschutz, sondern der Klimaschutz ist Bedingung für künftiges wirtschaftliches Wachstum“* – so hat das Bundesumweltminister Norbert Röttgen völlig richtig gesagt. Es ist ein Glück für uns alle, dass Norbert Röttgen das politische Erbe seines wohl erfolgreichsten Amtsvorgängers, nämlich Klaus Töpfer, übernommen hat.

Umweltpolitik bedeutet grundsätzlich immer zweierlei: **Zum einen Zurückhaltung und Vernunft** im Umgang mit natürlichen Lebensgrundlagen. Zurückhaltung und Vernunft sind Basis für eine **neue Lebensstilverantwortung**, die bei immer mehr modernen Menschen erkennbar wird.

Umweltpolitik ist aber mehr als der Aufruf zum Verzicht. **Denn zum anderen bedeutet Umweltpolitik immer auch Wirtschaftsförderung und Technologieförderung.** Wir werden in den nächsten Jahren erleben, wie die Arbeit **an der Lösung des Klimaproblems zum Entstehen ganz neuer Wachstumsmärkte führen wird.**

In der Umweltpolitik gilt der Grundsatz: **Belastungen von vorneherein vermeiden ist besser als im nachhinein vermindern.** Wir kennen das beispielsweise aus dem Bereich der Energie- oder Abfallwirtschaft.

Regionale Waren- und Wirtschaftskreisläufe zeigen sich als hochwirksame Vermeidungsstrategie zu einer Vielzahl von Umweltbelastungen:

- Regionales Wirtschaften vermeidet **Landverbrauch**. Statt zentral in großen Hallen auf der grünen Wiese ist das Wirtschaften dezentral in kleinen Einheiten zuhause. **Bitte merken wir uns dazu den Satz: Shopping-Center töten Innenstädte!**

- Regionales Wirtschaften vermeidet viele **Transporte und die damit verbundenen Emissionen**. Die Waren müssen weniger weit und weniger oft transportiert werden. Die Menschen fahren weniger weit zu ihren Arbeitsplätzen. Und die Kunden fahren weniger weit zu ihren Einkaufsstätten.
- Regionales Wirtschaften vermeidet viele **Verpackungen**. Das Discountsystem bringt auch hier grundsätzlich eine weit höhere Umweltbelastung.

**Fazit:** Als Umwelt noch kein vorrangiges gesellschaftliches Anliegen war, **haben wir uns an Arbeits- und Wirtschaftsweisen gewöhnt, die vielleicht billig, aber gemeinwohlschädlich waren.**

Jetzt, **wo das Geld immer mehr an den Rädern kleben bleibt**, werden die Umweltvorteile regionalen Wirtschaftens auch zu Kostenvorteilen.

## Vorteil Ernährung

**Bauern, Metzger, Bäcker und Lebensmittelhändler in der Region schaffen Lebensmittelsicherheit statt „Lebensmittelskandale“.**

Schweinepest, Rinderwahnsinn, Vogelgrippe. So unterschiedlich diese Skandalnachrichten auch sind, **die größten Verbraucherrisiken der Ernährungswirtschaft ergeben sich aus folgendem Zwang:**

Die **wenigen mächtigen Konzerne des Lebensmitteleinzelhandels** üben einen immer härteren Preisdruck auf Ihre Lieferanten auf. Diese Lieferanten aus der Lebensmittelindustrie tun nun vieles, um Lebensmittel zum einen **billiger** und zum anderen **länger haltbar** zu machen. Gleichzeitig wälzen die Verarbeiter diesen Preisdruck auf die Landwirtschaft ab.

Neben der **Maxime der Kostenminimierung** ist es eine inzwischen geradezu **exzessive Arbeitsteilung**, die immer neue und **bisher unbekannte Risiken** entstehen lässt. Es wird dabei der **Zusammenhang von Arbeits- und Verantwortungsteilung** erkennbar.

Dann müssen Industrie und Handel die strukturellen **Risiken, die aus Kostenminimierung und Arbeitsteilung entstehen, natürlich irgendwie wieder im Griff kriegen:** Dann wird Qualitätssicherung zur Institution.

Im Handwerk steht dagegen besteht das zuverlässigste Qualitätssicherungssystem überhaupt: **der verantwortlich tätige Mensch!** Die Person des **persönlich verantwortlichen Handwerksmeisters** gibt bei Lebensmitteln mehr Sicherheit als alle DIN-ISO-Zertifizierungen zusammen.

Bauern, Handwerker und Kaufleute in der Region - **das ist auch ein Stück fairer Handel.** Denn: Wir brauchen das Prinzip „**fair trade**“ **nicht nur, wenn es um Kaffee aus Mittelamerika oder Kakao aus Afrika geht!**

Wir brauchen „**fair trade**“ **auch bei uns daheim!** Fairness entsteht, wenn gleichberechtigte und etwa gleich starke Partner im Markt aufeinander treffen. Ich kann mir ein **regionales „fair trade“ Label** jedenfalls sehr gut vorstellen.

Gerade hinsichtlich der Ernährung wird deutlich, **dass regionales Wirtschaften zu besseren Ergebnissen führt.**

In der gehobenen Gastronomie wird das Steak vom japanischen Koberind durch das Schnitzel vom Bunten Bentheimer Schwein ersetzt. „**Think global, eat local**“ heißt die Devise. Und aus der „**Haute Cuisine**“ wird „**Haute Hausmannskost**“. Beim Essen läuft bereits die **Entglobalisierung.**

**Freuen wir uns: Nicht Scampi, sondern Rinderouladen sind das beliebteste Essen in Deutschland!**

## Vorteil Regionalentwicklung

**Regionale Waren- und Wirtschaftskreisläufe sind nicht Selbstzweck, sondern die wirtschaftliche Basis für eine gesunde, attraktive und lebenswerte Heimat.**

Es stellt sich eine übergeordnete Frage: Was werden wir insgesamt für **passive Menschen**, wenn wir uns um nichts mehr kümmern müssen und einfach nur noch uns **durch das Leben hindurchkonsumieren**?

Wie wird das aussehen, was **wir Kulturlandschaft oder auch Heimat** nennen, wenn es nicht mehr um die Arbeit der Bauern, sondern nur noch um Lebensmittelproduktion geht?

**In dieser globalisierten Welt sollten die regionalen Kreisläufe gestärkt werden.** Ohne eine solche aktive Stärkung der Regionen wäre auch vorhersehbar, was passiert: **Bauernsterben und Handwerkersterben** auf der einen Seite und die **Konzentration im Handel** auf der anderen Seite führten dann zu einer **Verarmung der Regionen.**

Meine persönlich Meinung: **Es ist die gleiche Passivität, welche die Leute bei Lidl und Aldi einkaufen lässt, die sie auch zu Nicht-Wählern macht, die sie zu entscheidungsunwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern oder zu passiven Hartz-IV-Empfängern werden lässt.**

Eine Stärkung regionaler Kreisläufe ist auch ein Anfang einer **aktiveren sozialeren und engagierten Gesellschaft!**

**Wir wollen nicht, dass die Bäuerin im Aldi die H-Milch einkauft!** Zu einem aktiven Dorf gehören Rathaus, Kirche, Gastwirtschaft, Bäcker und Metzger. Deshalb: **Unsere Dörfer brauchen keinen weiteren Lidl oder Aldi. Unsere Städte brauchen keine weiteren Shopping-Center. Und unsere Autobahnabfahrten brauchen keine weiteren Outlet-Center!**

Die Förderung der regionalen Waren- und Wirtschaftskreisläufe **ist nicht die Fortführung des Programms „Unser Dorf soll schöner werden“.** Es geht nicht nur ums Dorf, es geht gleichermaßen um das Wirtschaftsleben der Städte.

Mit attraktiven regionalen Produkten, die wir erfinden oder wieder erfinden müssen, **erobern gerade ländliche Regionen die Märkte der großen Städte.**

Dort ist **die Sehnsucht nach dem Heimatgefühl, das insbesondere regionale Lebensmittel transportieren**, am größten.

Das führt beispielsweise dazu, dass in Berlin selbst türkische Gastronomen damit werben, dass der **Dönerspieß nur mit Rindfleisch aus der Region** hergestellt wird.

## Herausforderung Vermarktungsstrukturen

**Die Vermarktung von Milch braucht eine Molkerei, die von Fleisch einen Schlachthof. Nur mit stabilen Vermarktungsstrukturen funktioniert „Region“.**

Wir haben uns in Deutschland in der Vergangenheit der **Förderung von „leistungsfähigen Einheiten“** verschrieben. Unter dieser Formel mussten in der Landwirtschaft kleine Betriebe weichen – in vielen anderen Branchen passierte ähnliches. **Wenn es nun nur darum geht, eine bestimmte Menge so kostengünstig wie möglich zu produzieren, dann sind „leistungsfähige Einheiten“ natürlich richtig.**

- Ein Schweinemäster mit 10.000 Mastplätzen mästet das Schwein kostengünstiger als Bauer mit nur 500 Mastplätzen.
- Isoliert wirtschaftlich betrachtet gilt auch: **Das Lebensmittelhandwerk ist das teuerste aller bestehenden Produktionsverfahren bei Lebensmitteln.** Und der anschließende Verkauf über die Bedientheke ist die teuerste aller bestehenden Vertriebsmöglichkeiten.

Man könnte hier so viele Beispiele aufführen. Und wer das mit den leistungsfähigen Einheiten zu Ende denkt, **der darf in diesem Modell geschätzte 40 % der arbeitenden Bevölkerung zuhause auf dem Sofa sitzen lassen** – denn die leistungsfähigen Einheiten brauchen nur wenige leistungsfähige Menschen!

Den ersten Schritt zur Korrektur, zur Umkehr, hat hier nicht die Politik gemacht – **es waren die Verbraucherinnen und Verbraucher!** Denn: „Die globalen Lebensmittelmarken haben ihren Zenit schon überschritten, die Zukunft gehört den regionalen Marken“.

Es macht schon Freude, zu sehen, dass in den angesagten Clubs in Berlin nicht etwa Heineken oder Becks Bier, sondern das **etwas altbacken wirkende Tannenzäpfle-Pils aus dem Schwarzwald getrunken wird!**

Damit diese regionalen Marken entstehen können, brauchen wir die **Förderung der wirtschaftlichen „Nadelöhre“**. Das sind bei Fleisch die Schlachthöfe, bei Milch die Molkereien, bei Brot und Backwaren die Mühlen.

## Herausforderung regionale Produkte

**Vom Fränkischen Karpfen bis zur Ansbacher Bratwurst: Manches war schon immer da, manches ist neu erfunden. Wir brauchen regionale Produktidentitäten.**

Wir finden diese regionalen Produkte, in dem wir uns gemeinsam Antworten auf die nachfolgenden Fragen geben. Hier im Raum sind die Richtigen, um die richtigen Antworten gemeinsam zu finden.

Die Fragen:

- Welche regionalen Produkte erfordert der Markt? Was kann gut verkauft werden?
- Welche regionalen Produkte sind schon da und brauchen ein neues Marketing?
- Welche regionalen Produkte waren früher mal da und sollten wiederbelebt werden?

Bei der Entwicklung neuer regionaler Produkte **müssen aber auch Produktidentitäten geschaffen werden, die über die geografische Herkunft hinausgehen:** Da muss dann beispielsweise beantwortet werden:

- Darf da **Gentechnik** im Spiel sein? Hier mal ein „Bravo“ an die Milchmarke „Landliebe“!
- Dürfen **Futtermittel aus Entwicklungsländern** verwendet werden?
- Welche **Umweltschutz- und Tierschutzstandards** werden definiert?
- Wird Regionalität mit bestimmten **sozialen Standards** verbunden (damit die regionalen Produkte nicht zu Dumpinglöhnen von Leiharbeitskräften aus Südosteuropa hergestellt werden)?

## Herausforderung Finanzierung

**Nachhaltiges Wirtschaften ist das Gegenteil vom „schnellen Geld“. Bauern, Handwerker und Gewerbetreibende müssen sich ihr Kapital leihen können!**

Damit das erforderliche Kapital in die zu stärkenden regionalen Waren- und Wirtschaftskreisläufe fließt, brauchen wir **zunächst überzeugende Ideen. Überzeugende Ideen finden meist auch Geldgeber.**

Die Businesspläne zu diesen neuen Geschäfts- und Produktideen müssen darstellen, **dass es bei regionalen Kreisläufen um eine strukturelle Innovation geht. Dass Region nicht einfach „klein“ bedeutet, sondern „anders“**

Ich will das Kapitel „Herausforderung Finanzierung“ bewusst kurz halten, **denn über Geld spricht nach mir einer, der davon mehr hat und mehr versteht, nämlich Direktor Meckler von den Raiffeisen- und Volksbanken.**

Aber, gerade weil mit Herrn Meckler der Vertreter der Genossenschaftsbanken spricht, gebe ich zu bedenken, dass gerade in der Region **die genossenschaftliche Idee nicht nur zur richtigen Bank führt.** Die genossenschaftliche Idee ist als solche zukunftsweisend für die Region!

Denn: Sei es Buchschwabach bei Nürnberg oder im niedersächsischen Ötersen: Es sind immer mehr Dörfer, die früher einmal einen Bäcker, einen Metzger und einen Lebensmittelladen hatten und diese Versorgungsstruktur heute vermissen. Dann gründen sich Genossenschaften, die einen Dorfladen betreiben. **Genossenschaftliche Dorfläden sind ein guter Trend.**

Genossenschaft heißt für mich: **Viele kleine helfen zusammen, damit etwas Großes entsteht.**

## Herausforderung regionales Marketing

Nähe, Vertrautheit und Echtheit heißen die Argumente. Kleine und mittlere Unternehmen brauchen auch in der Kommunikation die Region als „Dach“.

Schauen wir uns an dieser Stelle den werblichen Auftritt einiger regionaler Marken an, die ich persönlich gut kenne:

- Unser Land
- Gläserne Kette Norderfleisch
- Markenfleischprogramm Neuland
- Metzgerei Häfele
- das Aachtalrind vom Bauern Burgmeyer

Lassen wir heute Abend für die Diskussion beim anschließenden Empfang die Idee einer **regionalen Dachmarke „Ansbacher Land“** einfach einmal im Raum stehen.

Die inhaltliche Marketingaufgabe dabei wäre: **Präzise darstellen**, welche Inhalte, welche Produkte und welche Dienstleistungen in einer wie genau definierten Region geboten werden.

## **Herausforderung regionale Solidarität**

**Die Basis von neuen stabilen Kreisläufen ist ein neues regional-solidarisches Denken. Die Devise lautet „Das Geld bleibt in der Region“.**

Deshalb geht von dieser Veranstaltung ein **Appell zu regionaler Solidarität** aus:

**Dieser Appell richtet sich an die Bäuerinnen und Bauern und die Unternehmerinnen und Unternehmer.**

**Kauft selbst regional!** Und zwar für **den geschäftlichen, wie auch für den privaten Bedarf!** Bei den kleinen Dingen des Alltags, und auch bei Auftragsvergaben im Bereich Bau und Modernisierung.

Denn: **Regionale Kreisläufe, das heißt Geben und Nehmen!** Das Thema dieses Abends sind eben regionale Kreisläufe – es gibt keine regionalen Einbahnstraßen!

**Dieser Appell zur regionalen Solidarität richtet sich an die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer:**

Kauft regional und erhaltet so die Arbeits- und Ausbildungsplätze in eurer Heimat!

Denn: Es geht einfach nicht zusammen, **seine Lebensmittel bei Aldi einzukaufen, aber beim ortsansässigen Einzelhandel nach einem Ausbildungsplatz für den Sohn oder die Tochter nachzufragen!**

**Meine Damen und Herren, manche Idee, über die ich hier sprechen durfte, muss vielleicht beraten und geprüft werden.**

**Aber mit der regionalen Solidarität beim Einkaufen und Investieren können wir alle morgen früh beginnen.**