

Die Region als Wertschöpfungsraum

Über die neue Rolle der Verbraucherinnen und Verbraucher bei der regionalen Versorgung mit Lebensmitteln

von Stefan Gothe

Regionale Wertschöpfungsketten wie auch Kooperationen zwischen Produzenten und Verbrauchern – das ist heute nichts Neues mehr. Wie aber ganze Regionen nachhaltiger und sicherer mit Lebensmitteln versorgen? Das Konzept regionaler Wertschöpfungsräume hat sich eine solch übergreifende regionale Versorgung zum Ziel gemacht und nimmt sich die bäuerliche Ökonomie als Vorbild. Gesetzt wird nicht nur auf Zusammenarbeit der regionalen Akteure entlang der Wertschöpfungsketten, sondern auch auf aktive Beteiligung der Verbraucherinnen und Verbraucher über den Aufbau regionaler Kapitalbeteiligungen. Nachfolgender Beitrag beschreibt diese neuere Entwicklung entlang der Suchbewegungen hin zu einer sichereren und nachhaltigeren Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln.

»Anders wirtschaften« ist eine schon Jahrzehnte alte Forderung,¹ die aktuell angesichts der vielfältigen ökologischen und politischen Probleme an Fahrt aufnimmt. So gibt die Kritik an der Qualität der industriell hergestellten Nahrungsmittel und an den mit der derzeitigen Wirtschaftsweise verbundenen ökologischen Schäden schon längere Zeit Anlass, sich anderen Anbaumethoden, wie den ökologischen, zuzuwenden. Der Wunsch der Verbraucherinnen und Verbraucher nach Authentizität des Essens stimuliert zusätzlich die Hinwendung zum Lokalen und Regionalen. Aber auch die schleichende Entleerung der ländlichen Räume und die sozialen Folgen der industriellen Landwirtschaft werden immer deutlicher erkannt und benannt. Laut *Ernährungsreport 2016* des Bundeslandwirtschaftsministeriums legen drei Viertel der Verbraucher Wert auf die regionale Herkunft von Lebensmitteln, fast 90 Prozent auf eine größere Beachtung artgerechter Tierhaltung und 70 Prozent auf eine bessere Umweltverträglichkeit der landwirtschaftlichen Lebensmittelproduktion.²

Gemeinsames Ziel vieler Ansätze und Konzepte heute ist es, mehr Sicherheit, Nähe und Transparenz bei der Nahrungsmittelversorgung herbeizuführen. Kooperationen zwischen Produzenten und Konsumenten, Solidarische Landwirtschaft, Regionalwert AGs, Regionalmarken, Regionalbewegungen, Regionalwährungen und die Slow Food-Bewegung zählen

ebenso dazu wie die vielen Hofläden und Lieferdienste für Lebensmittel von Höfen der Umgebung. Der Einkauf regionaler Produkte ist Trend, das zeigen Umfragen und das immer stärker auf Regionalität setzende Marketing des Einzelhandels. Unabhängig von den praktischen Ansätzen zu mehr lokaler Ernährungssouveränität gibt es zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten und Fakten, die eine Umkehr in landwirtschaftlicher Produktion und bei den Konsum- und Ernährungsgewohnheiten einfordern. Denn nur so könnten die Folgen der vergangenen Wirtschaftsweisen auf Klimawandel, Bodendegradation, Nitratbelastung und Rückgang der Biodiversität im ökologischen Bereich künftig reduziert werden und zugleich globale Gerechtigkeit und Fairness beachtet werden.

Von der Wertschöpfungskette zum Wertschöpfungsraum

Das Wirtschaften in regionalen Wertschöpfungsräumen stellt eine Weiterentwicklung des Ansatzes dar, regionale Wertschöpfungsketten aufzubauen. Es steht in Zusammenhang mit der Suche nach einer möglichst sicheren Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln. Denn das Vertrauen in die Stabilität und Sicherheit globaler oder zumindest überregionaler Nahrungsmittelmärkte schwindet. Selbst der wissenschaftliche Beirat des Bundeslandwirtschaftsminis-

teriums konstatierte eine Abhängigkeit von intransparenten und internationalen Wirtschaftsstrukturen und die zunehmende gesellschaftliche Ablehnung der negativen Folgen der industrialisierten Tier- und Pflanzenproduktion.³

Beim Wertschöpfungsraum kommen die in der Region lebenden Menschen, die Unternehmer und Unternehmerinnen und die Konsumentinnen und Konsumenten, ins Spiel: Beide Seiten, Anbieter und Nachfrager, gehören zu den aktiven Gestaltern des Wirtschaftens. Im Zentrum steht die nachhaltige Versorgung der in einer Region lebenden Menschen mit Blick auf die jeweiligen ökologischen, ökonomischen, sozialen und geographischen Bedingungen der Region. Das Motiv der regionalen Wertschöpfungsketten setzt vor allem auf die angebotsseitige Verbesserung der Zusammenarbeit an den Schnittstellen der Lieferbeziehungen und innerhalb der Ketten. Dabei geht es darum, dass innerhalb der Kette die Möglichkeiten erkannt werden, an welchen Stellen der Produktionsprozesse die unterschiedlichen Betriebe – Planung, Vorleistungsbezug, Produktion, Vertrieb, Logistik oder Vermarktung – besser zusammenarbeiten können.

Der einzelne Wertschöpfungsraum ist zudem kein geschlossenes System, sondern hat durchlässige Grenzen, um einen Warenfluss auch zwischen verschiedenen Räumen zu ermöglichen; er ist nicht autark, aber souverän. Im Unterschied zur Wertschöpfungskette werden beim Wertschöpfungsraum die innere Wertentwicklung, der Ressourceneinsatz und die Versorgungsleistung genau nachvollzogen und gesteuert. Ausgehend von der immer stärker eingeforderten Nachhaltigkeitsberichterstattung wird zukünftig im Wertschöpfungsraum auch das natürliche und soziale Vermögen erfasst, bilanziert und bewertet, um transparent nachvollziehen und steuern zu können, wie sich der regionale Wirtschaftswert entwickelt.

Es geht also darum, den gesellschaftlichen Wert des Wirtschaftens wieder in den Vordergrund zu rücken. Wenn die soziale und ökologische Verantwortung des Wirtschaftens einen Wert bei den Konsumenten darstellt, werden Unternehmen sehr viel mehr Wert auf die lokale und regionale Verankerung ihrer Basis legen. Setzt man die Forderung nach Stärkung lokaler und regionaler Cluster um und ergänzt sie um die Konsumentenseite, so erweitert sich der Clusteransatz zum regionalen Wertschöpfungsraum. In diesem Raum muss eine genügende Anzahl von Netzwerkpartnern zusammenwirken, also von Produzenten, Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Dienstleistern, öffentlichen Institutionen und Konsumenten. Durch die räumliche Nähe lassen sich Interaktionskosten sparen und Vertrauensdividenden aufbauen, so dass die beteiligten Unternehmen von Synergieeffekten profitieren und diese in Wettbewerbsvorteile umsetzen können.

Vorbild bäuerliche Ökonomie

Ein Vorbild für die Gestaltung der regionalen Wertschöpfungsräume ist die bäuerliche Ökonomie, wie sie in Deutschland bis in die Mitte des vergangenen Jahrhunderts noch bestand. Ihr Hauptmerkmal war nicht die Marktorientierung, sondern primär die Versorgung einer Familie oder eines Haushaltes mit Essen und Wohnen. Daran orientierten sich alle Ziele des Wirtschaftens. Sie war eine Subsistenz- oder Bedarfswirtschaft, die aus den vorhandenen sozialen und ökologischen Ressourcen innerhalb ihrer Grenzen und Möglichkeiten das Bestmögliche für die Selbstversorgung der Menschen ihres Haushaltes beschaffte – und erst in zweiter Linie auch für den regionalen Markt produzierte. Auch die Produktionsmittel Dünger, Saatgut, Arbeitskraft und Energie wurden selbst erwirtschaftet, die sozio-ökonomische Unabhängigkeit war eines der stärksten und hart erkämpften Prinzipien der Bauern. Der Hof glied sich einem sinnvoll auf sich abgestimmten Organismus, der alle Organe besaß, um aus sich heraus funktions- und lebensfähig zu sein. Er war eine ökonomische Einheit, ein Haushalt der mit den vorhandenen und geschaffenen Mitteln wirtschaftete. Das Vieh war fester und unabdingbarer Bestandteil dieses Betriebsgefüges und bildete die Grundlage der auf sich aufbauenden Kreislaufwirtschaft. Die Kreislaufwirtschaft war aber kein Selbstzweck, sondern Folge der Intention, wirtschaftlich souverän zu sein.

Wie bei der bäuerlichen Landwirtschaft würde die ökonomische Zielsetzung des regionalen Wertschöpfungsraums die nachhaltige und bedarfsorientierte Versorgung von Menschen sein. Dies aber nicht mehr auf eine Familie bezogen, sondern auf die Zahl von Menschen ganzer Städte und Regionen. Eine Studie der Hamburger Hafen City Universität von 2016 besagt, dass es möglich ist, selbst eine Metropole wie die Stadt Hamburg aus dem Umland zu ernähren.⁴ Die Berechnung wurde 2016 im Rahmen einer Masterarbeit erstellt.

Für mehr regionale Nahrungsversorgung braucht es geeignete Rahmenbedingungen und vor allem die dafür notwendige betriebliche und regionale Infrastruktur. Es wäre ein radikaler Schritt, wenn eine Stadt sich auf den Weg machen würde, die Versorgung ihrer Bewohner aus ihrem Umland zu bewerkstelligen. Dazu müssen die Menschen in dem Wertschöpfungsraum an diesem Schritt aktiv beteiligt werden. So organisiert die Regionalwert AG Rheinland als Bürgeraktiengesellschaft (siehe unten) Netzwerktreffen von Betrieben ihrer Partner und weiteren interessierten Betrieben sowie den Verbrauchern und Verbraucherinnen als Kunden. Gemeinsam wurde eine Vorstellung zur Zukunft des Ökologischen Landbaus im Rheinland ent-

wickelt. Des Weiteren wurden Bedarfe der Verbraucherinnen und Verbraucher abgefragt, so dass jetzt ein mobiler Schlachtbetrieb entsteht, damit die Tiere die Biohöfe nicht mehr verlassen müssen und ihnen so der Transportstress erspart bleibt. In Kombinationen mit Kuhpatenschaften, an denen sich die Verbraucher beteiligen können, ist damit viel für das Tierwohl getan. Die Kundenwünsche nach qualitativ hochwertigem Fleisch können nun zukünftig erfüllt werden.

Der einzelne Wertschöpfungsraum ist kein geschlossenes System, sondern hat durchlässige Grenzen, um einen Warenfluss auch zwischen verschiedenen Räumen zu ermöglichen, er ist nicht autark, aber souverän. Im Unterschied zum rein betriebswirtschaftlichen Ansatz der Wertschöpfungskette werden beim Wertschöpfungsraum auch die soziale und ökologische Nachhaltigkeitsbilanz erstellt, um nachvollziehen und steuern zu können, wie sich der regionale Wirtschaftswert entwickelt.

Ein besonderer Punkt für die Gestaltung der regionalen Wertschöpfungsräume ist die kleinräumige Führung der Wirtschaftskreisläufe, wobei auch die Produktion und Konsumtion des Eigenbedarfs einbezogen wird. Damit wird auf historische Vorbilder kleinräumiger Ökonomien Bezug genommen, die heute als Prosummentengemeinschaften eine wichtige Rolle einnehmen.

Im Bereich des Bedarfsfeldes Nahrung kommt hinzu, dass viele der Produktionsmittel auch in der Region selbst erwirtschaftet werden können. Auf diesem Weg lassen sich kleinräumigere wirtschaftliche Einheiten mit größerer Autonomie und Souveränität herstellen. Und schließlich lässt sich auch das Finanzkapital in der Region gewinnen – Verbraucher und Verbraucherinnen können sich an Bürgergenossenschaften und Bürgeraktiengesellschaften, welche in den Bereichen der Bedarfsfelder Nahrung, Wohnen, Energie zunehmend entstehen, aktiv beteiligen.

Initiativen entwickeln Wertschöpfungsräume

Eine der herausragenden Initiativen, die sich der Entwicklung ganzer Wertschöpfungsräume verschrieben haben, ist die Regionalwert AG Bürgeraktiengesellschaft. Sie ist aus dieser Vision heraus erst im Raum Freiburg im Breisgau entstanden; mittlerweile gibt es entsprechende Initiativen in München, Hamburg und Köln sowie eine Gründungsinitiative in Berlin/Brandenburg.

Die Ziele der Regionalwert Bürgeraktiengesellschaften sind:

- biologische Land- und Ernährungswirtschaft fördern,
- regionale Versorgung stärken,

- Bürgerinnen und Bürger an der Entwicklung der Region beteiligen,
- nachhaltige Wirtschaftsweisen ausbauen,
- die Region zum Wertschöpfungsraum entwickeln,
- lokale und regionale Ernährungssouveränität als nachhaltiges Leitbild umsetzen,
- »versteckte« Leistungen der Betriebe sichtbar machen.

Dazu erhalten die Menschen im Wertschöpfungsraum die Möglichkeit, Finanzkapital bei der Gesellschaft anzulegen. Dieses Geld wird dann in Betriebe der regionalen Land- und Ernährungswirtschaft investiert. Das Besondere des Konzepts ist, dass die Regionalwert AG nicht nur in die Landwirtschaft, sondern in alle Stufen der Wertschöpfungsketten investiert.

Diese Bürgeraktiengesellschaften bieten somit intermediäre Strukturen, auf deren Basis regionale Wertschöpfungsräume aufgebaut werden können. In diesen regionalen Wertschöpfungsräumen kommt so eine Regionalwertökonomie zum Tragen, bei der die regionale Ökonomie die Grundlage für die Schaffung von regionalen ökologischen und sozialen Werten ist.

Die *Food-Assembly* ist ein weiterer, ähnlicher Ansatz; er kommt aus Frankreich: Als eigenständiger Teil des dort 2011 gegründeten, europäischen Food-Assembly-Netzwerks haben in Deutschland seit 2014 über 30 moderne Bauernmärkte, sog. Marktschwärmer, eröffnet. Lebensmittel werden vom Erzeuger zu fairen Preisen direkt an die Verbraucherinnen und Verbraucher geliefert. Über eine Onlineplattform können die Menschen Lebensmittel bestellen und bezahlen. Die Bestellungen liefern die Erzeuger einmal in der Woche in die »Schwärmereien«, die vor Ort stundenweise als Bauernmarkt von gastgebenden Personen organisiert werden. So lernen sich die Produzenten und Verbraucher persönlich kennen und kommen über Angebot und Nachfrage und Erzeugungsformen ins Gespräch.

Ein weiterer Ansatz ist die *Solidarische Landwirtschaft*. Erzeugerinnen und Verbraucher werden hier ganz direkt zusammengebracht. Die Verbraucher beteiligen sich an den Kosten eines landwirtschaftlichen Betriebes und erhalten im Gegenzug dessen Ernteertrag. So können landwirtschaftliche Betriebe unabhängig von Marktzwängen wirtschaften und die Verbraucher haben einen persönlichen Bezug zu den Betrieben und den Produkten.

Auch der Ansatz der »Essbaren Stadt« trägt zu einer regionalen Versorgung vor Ort bei. Mit dem Projekt »Essbare Stadt« hat die Stadt Andernach aus ihren Parkanlagen begehbarer Gärten gemacht und baut auf den städtischen Grünflächen leckere und dekorative Gemüsearten an, die von den Bewohnern geerntet werden können. Der Stadt gelingt ohne aufwendige

Baumaßnahmen eine Aufwertung ihrer Grünanlagen, und durch die Wahl von essbaren Pflanzen wurde dem öffentlichen Grün eine Multifunktionalität verliehen, die bei der Bevölkerung sehr gut ankommt. Inzwischen gibt es in vielen deutschen Städte Initiativen zur »Essbaren Stadt« und zur Gründung von kommunalen Ernährungsbeiräten.

»Versteckte Leistungen« sichtbar machen

Die Entwicklung einer Region zu einem gelebten Wertschöpfungsraum benötigt eine Zusammenarbeit aller in der Region wirtschaftenden Betriebe und aktiven Initiativen aus dem Lebensmittel- und Ernährungsbereich. Durch die oben beschriebenen Initiativen gelingt es zudem die Verbraucherinnen und Verbraucher als Prosumenten und durch Kapitalbeteiligungen an dieser Entwicklung aktiv zu beteiligen.

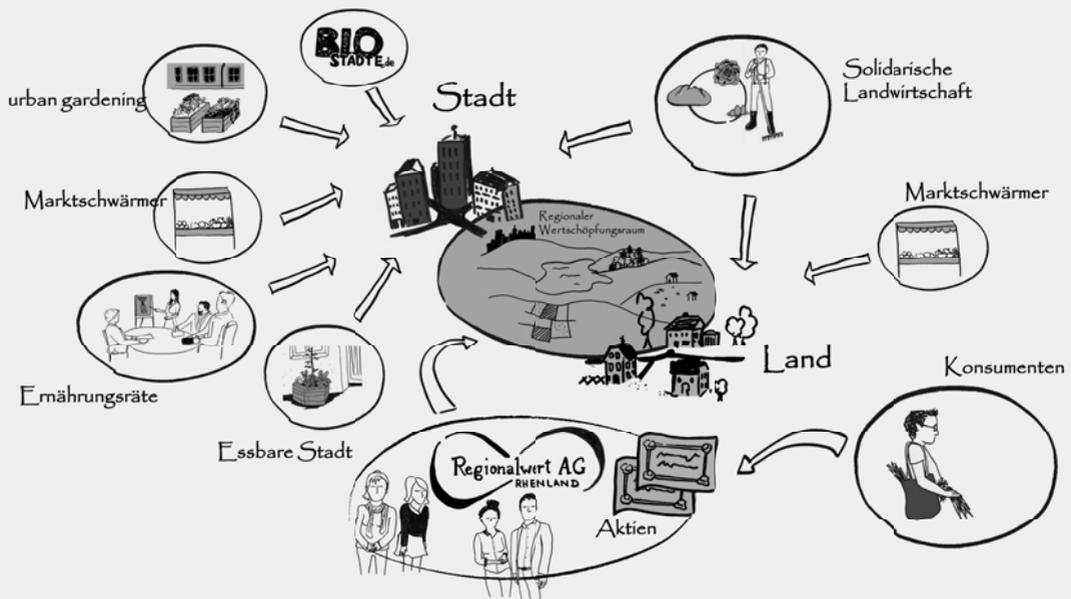
Die Sichtbarmachung von »versteckten Leistungen« der Betriebe und die damit verbundene Transparenz ist eine wichtige Voraussetzung für die Entstehung von regionalen Wertschöpfungsräumen. Dies bedeutet, dass es für den Aufbau und die Entwicklung gemeinsam entwickelte nachhaltige Kriterien braucht. Die Regionalwert Aktiengesellschaften haben dazu einen Katalog mit über 80 Kriterien entwickelt. Die Partnerbetriebe der Aktiengesellschaft berichten einmal im Jahr bei der Hauptversammlung anhand dieser Kriterien über ihre »versteckten« Leistungen.

Denn diese Leistungen tauchen in den üblichen Bilanzen der Betriebe nie auf: z. B. Zahlen zu der

Anzahl an Hofführungen und Seminaren, dem Einsatz von samenfesten Sorten sowie dem Verhältnis von Saisonarbeitern und Festangestellten. Mit dieser nachhaltigen Berichterstattung werden neben den wirtschaftlichen Komponenten (Umsatz, Rentabilität, Gewinn) auch die sozial-ökologischen Komponenten (soziale, ökologische und regionale Leistungen) sichtbar gemacht. Des Weiteren macht diese Art der Berichterstattung auch transparent, dass innerhalb der Wertschöpfungsketten es in der Land- und Ernährungswirtschaft unterschiedlich hohen Kapitalbedarf (pro Arbeitsplatz) gibt und dadurch die Ertragsfähigkeit verschieden ist.

Bei der landwirtschaftlichen Produktion ist der Kapitalbedarf im Vergleich zu der Verarbeitung bis zu fünffach höher. So kann ein landwirtschaftlicher Betrieb mit 400.000 Euro Kapitalbedarf (pro Arbeitsplatz) einen Umsatz von 80.000 Euro erzielen, während ein verarbeitender Betrieb (nächste Stufe in der Wertschöpfungskette) bei einem Kapitalbedarf (pro Arbeitsplatz) von 80.000 Euro einen Umsatz von 120.000 Euro erreichen kann. In den Stufen Handel und Dienstleistungen sind sogar niedrigere Kapitalbedarfe notwendig, um deutlich höhere Umsätze generieren zu können. Mit dem Ansatz »Richtig rechnen«⁵ von Christian Hiß, dem Gründer der ersten Regionalwert AG in Freiburg, sollen diese Informationen aus der Buchführung heraus sichtbar gemacht werden. Diese können dann für die Verbraucherinnen und Verbraucher eine Entscheidungsgrundlage sein, welche Produkte sie bei welchem Betrieb kaufen.

Abb. 1: Einbindung von Initiativen und Konsumenten in regionale Wertschöpfungsräume



Quelle: kommunare GbR

Folgerungen & Forderungen

- Für die praktische Umsetzung von Wertschöpfungsräumen braucht es einen Strukturwandel vom industriellen Paradigma der Land- und Ernährungswirtschaft zum ökonomischen Grundtyp der lokalen Versorgungswirtschaft, der zu einer Regionalwertökonomie weiterzuentwickeln ist.
- Zum Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten wird die Angebotsseite verbessert über eine Intensivierung der Zusammenarbeit an den Schnittstellen der Lieferbeziehungen.
- Verbraucher spielen als sog. Prosumentengemeinschaften eine große Rolle. Über Bürgeraktiengesellschaften kann Kapital auch in intermediäre Strukturen der Wertschöpfungsregion fließen.
- Das Sichtbarmachen versteckter – sozialer wie ökologischer und ökonomischer Leistungen – ist eine wichtige Voraussetzung für den Aufbau dieser Räume.

Fazit

Die bestehenden Initiativen zeigen, dass in durchaus größerem Umfang Lebensmittel in Regionen selbst erwirtschaftet werden können und die Regionen sich dabei zu einem Wertschöpfungsraum entwickeln, in dem verschiedene Partner – von Produzenten über Wissenschaft, Dienstleistern, Verwaltungen und Politik bis hin zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern – für eine Ernährungssouveränität von Stadt und Land zusammenarbeiten. Dafür benötigt es neben dem Engagement aller beteiligten Partner und der gemeinsamen Netzwerkarbeit auch das Finanzkapital der Bürgerinnen und Bürger sowie der Unternehmen und Stiftungen der Region. Denn nur so können gute Lebensmittel aus der Region in gemeinsamer Verantwortung vom Acker bis zum Teller erzeugt, verarbeitet und gehandelt werden.

Das Thema im Kritischen Agrarbericht

- ▶ Christian Hiß: Bäuerliche Landwirtschaft – ein Vorbild für regionale Versorgungswirtschaften? In: Der kritische Agrarbericht 2017, S. 279–284.
- ▶ Nicole Nefzger und Christina Well: Kreativität gefragt. Innovative Wege der Direktvermarktung in Zeiten des Internets. In: Der kritische Agrarbericht 2016, S. 182–187.
- ▶ Philipp Stierand: Urbane Landwirtschaft & Co. Die Rückkehr der Ernährungspolitik auf die lokale Ebene. In: Der kritische Agrarbericht 2016, S. 310–314.
- ▶ Thomas van Elsen und Katharina Kraiß: Solidarische Landwirtschaft. Community Supported Agriculture (CSA) in Deutschland. In: Der kritische Agrarbericht 2012, S. 59–64.
- ▶ Christian Hiß: Wertschöpfung durch Wertschätzung. Die Regionalwert AG – ein innovatives Netzwerk vom Acker bis zum Teller. In: Der kritische Agrarbericht 2012, S. 94–99.

Anmerkungen

- 1 D. H. Meadows, D. Meadows and J. Randers: The limits to growth: A report for the Club of Rome's project on the predicament of mankind. New York 1972.
- 2 Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): Ernährungsreport 2016. Berlin 2016, S. 24.
- 3 Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik beim BMEL: Wege zu einer gesellschaftlich akzeptieren Nutztierhaltung. Berlin 2015.
- 4 N. Kwasniewski: Wie sich eine Millionenstadt nur aus dem Umland ernähren kann. In: Spiegel online vom 11. Dezember 2016 (www.spiegel.de/wirtschaft/service/hamburg-koennte-sich-regional-und-oekologisch-ernaehren-a-1125233.html). – Vgl. hierzu auch den Beitrag von Heidrun Moschitz, Rebekka Frick und Bernadette Oehen in diesem Agrarbericht (S. 185–189).
- 5 C. Hiß: Richtig rechnen! Durch die Reform der Finanzbuchhaltung zur ökologisch-ökonomischen Wende. München 2015.



Stefan Gothe

Geschäftsführer kommunare GbR (Institut für die Nachhaltige Regional- und Organisationsentwicklung) und Aufsichtsratsvorsitzender der Regionalwert AG Rheinland.

kommunare, Sebastianstr. 24, 53115 Bonn
 stefan.gothe@kommunare.de
 www.kommunare.de