

Alexander Gerber und Werner Konold (Hrsg.)

Nachhaltige Regionalentwicklung

durch Kooperation-

Wissenschaft und Praxis im Dialog

Culterra

Schriftenreihe

des Instituts für Landespflege der
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg

29

2002

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Alexander Gerber und Werner Konold

Nachhaltige Regionalentwicklung durch Kooperation-Wissenschaft und Praxis im Dialog /
Alexander Gerber und Werner Konold.-

Freiburg i.Br.: Institut für Landespflege, 2002

(Culterra 29)

ISBN 3-933390-16-8

ISSN 1435-8506

ISBN 3-933390-16-8

Bezugsadresse:
Institut für Landespflege
Albert-Ludwigs-Universität
Sekretariat
79085 Freiburg

© Verlag des Instituts für Landespflege der Universität Freiburg,
Prof. Dr. Werner Konold
Tennenbacher Str. 4, 79106 Freiburg im Breisgau

Alle Rechte vorbehalten; dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen,
Übersetzungen, Mikroverfilmungen und Einspeicherung in elektronische
Datenverarbeitungssysteme.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Inhaltsverzeichnis.....	III
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	IX

Regionalentwicklung aus politischer Sicht

Die Modellvorhaben Kulturlandschaft Hohenlohe und GRANO in der Forschungsförderung des Bundesforschungsministeriums <i>Rainer Dlaske</i>	3
Nachhaltige Regionalentwicklung in der Landespolitik Baden-Württembergs <i>Jürgen Maier</i>	8
Nachhaltige Regionalentwicklung im Hohenlohekreis <i>Helmut M. Jahn</i>	14
Globalisierung und Regionalentwicklung: Gegensatz oder Ergänzung? <i>Rezzo Schlauch</i>	18

Forschungs- und Umsetzungsstrategien für eine nachhaltige Entwicklung

Transdisziplinäre Fallstudien zur Regionalentwicklung <i>Roland W. Scholz und Arnim Wiek</i>	31
---	----

Die Projektgruppe Kulturlandschaft Hohenlohe

Transdisziplinäre Umweltforschung: Ihre Methodik und Organisation im Modellvorhaben Kulturlandschaft Hohenlohe <i>Alexander Gerber</i>	45
Die Ausgangssituation in Hohenlohe <i>Ralf Kirchner-Heßler</i>	53
Bœuf de Hohenlohe <i>Thomas Wehinger</i>	57
Streuobst <i>Thomas Wehinger</i>	59
Schafhaltung <i>Frank Henssler</i>	61
Rötelbachtal <i>Ralf Kirchner-Heßler</i>	63
Konservierende Bodenbearbeitung <i>Beate Arman und Norbert Billen</i>	65
Ökobilanz Mulfingen <i>Angelika Beuttler</i>	67
Regionales Informationssystem <i>Dieter Lehmann</i>	69

Gewässerentwicklung <i>Berthold Kappus</i>	71
Lokale Agenda 21 in Dörzbach <i>Angelika Thomas</i>	73
Panoramakarte <i>Kirsten Schübel</i>	77
Teilprojekt Themenhefte <i>Gabriele Barišić-Fast</i>	79
„eigenArt“ <i>Birgit Feucht</i>	81
Die Evaluierung des Modellvorhabens Kulturlandschaft Hohenlohe <i>Alexander Gerber</i>	83
 Ansätze für eine dauerhaft-umweltgerechte landwirtschaftliche Produktion: Modellgebiet Nordost-Deutschland (GRANO)	
Ziele, Organisation und Methodik bei GRANO <i>Verena Toussaint</i>	89
Die Ausgangssituation in den Modellregionen Nordostdeutschlands <i>Verena Toussaint und Albert Wotke</i>	96
Regionalentwicklung – Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte und Tourismus <i>Tina Boeckmann, Klaus Müller und Jürgen Peters</i>	100
Flächenkataster für Sekundärrohstoffdünger <i>Bettina Over</i>	104
Landwirtschaftliche Beratung zu Umweltthemen <i>Claudia Sattler, Kirsten von der Heiden, Katrin Prager, Rosemarie Siebert und Uwe Jens Nagel</i>	108
 Projektbeispiele	
Modellprojekt Konstanz - Kooperationen, Kommunikation und Koordination <i>Thomas N. Schumacher</i>	117
Naturschutz und Landwirtschaft (k)eine Chance – das Modellprojekt PLENUM <i>Andreas Morlock</i>	122
Auf dem Wege zu mehr Natur - Stand der ökologischen Verbesserungsmaßnahmen an Jagst, Kocher und Tauber <i>Helmut Schwab</i>	126
Der Beitrag der Flurneuordnung und Landentwicklung in der Region Hohenlohe <i>Klaus Drotleff</i>	131
 Regionalvermarktung	
Vom Landschaftspfleger zum Regionalmanager – Landschaftspflegeverbände in der Regionalvermarktung <i>Bernd Blümlein</i>	137
proRegion – Regionale Handelsstrukturen für landwirtschaftliche Produkte - ein Stadt-Land- Kooperationsprojekt <i>Hartwig Dannemann</i>	141

Kommunikations- und Lernprozesse für die Regionalvermarktung von Nahrungsmitteln: Erfahrungen aus dem Hunsrück <i>Regina Gaitsch und Angela Koch</i>	145
Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften in der Bewährungsprobe <i>Joachim Jaudas und Dieter Sauer</i>	150
Bemerkungen zur Regionalentwicklung am Beispiel der Fleischvermarktung <i>Rainer Luick</i>	153
Konturen lokaler Wettbewerbsvorteile im Lebensmittelmarketing <i>Helmut Hausladen</i>	160

Regionales Projektmanagement

Empfehlungen für die Initiierung und Implementierung von nachhaltigen Naturschutzprojekten <i>Karsten Borggräfe</i>	165
Prinzipien und Praktiken für ein nachhaltiges Management ländlicher Räume am Beispiel eines „Wasserkonflikts“ im Südkreis Aachen <i>Christian Ganzert und Bernhard Burdick</i>	169
Beteiligungsmethoden in der Regionalentwicklung <i>Karin Brechtel</i>	177
Miteinander reden: Das können doch alle ... Wie kommt Dialogqualität zustande? <i>Hubert Schübel</i>	181
Vom Messen zum Handeln - Messen und Bewerten in lokalen und regionalen Agenda- Prozessen <i>Martin Tischer</i>	185

Forschung zu nachhaltiger Entwicklung

Bedingungen für eine erfolgreiche Kooperation zwischen Wissenschaft und Praxis <i>Patricia Fry</i>	193
Institutionelle Arrangements für eine nachhaltige Regionalentwicklung – Beispiele kooperativer Naturschutzprojekte aus drei Bundesländern <i>Cord Petermann</i>	198
Zwischenbilanz hessischer Regionalentwicklung unter dem Einsatz des Hessischen Regionalprogrammes <i>Roswitha Rüschenndorf</i>	203
Regionale Arbeitsteilung nachhaltig ändern? <i>Horst Luley</i>	210
Flächendeckende Umstellung auf biologischen Landbau – Ziele und Methoden <i>Bernhard Freyer und Thomas Lindenthal</i>	214
Regionale Ökobilanzen – was hat die Praxis davon? <i>Roman Lenz</i>	226
Partizipative Landschaftsentwicklung im Ökologischen Landbau – Fallbeispiele und Entwicklungsperspektiven <i>Thomas van Eisen</i>	230

Ergebnisse der Workshops

Methoden transdisziplinären Forschens	237
Methoden der Evaluierung: Controlling, Prozessbegleitung	241
Transdisziplinäre Forschung aus Sicht der Akteure.....	243
Nachhaltige Landnutzung: Kriterien und Indikatoren	245
Strategien für eine nachhaltige Regionalentwicklung und förderliche Rahmenbedingungen	247

Abschlussstatements

Zukünftige Aufgaben der Wissenschaft in Prozessen nachhaltiger Regionalentwicklung: Ein Resumé zum Schöntaler Symposium <i>Werner Konold</i>	253
Kooperation zwischen Praxis und Wissenschaft: ein Resumé aus Sicht eines lokalen Akteurs <i>Willi Schmitt</i>	256

... zur methodischen Vorgehensweise

Die Grundlage der Regionalisierung von Produktlinien bildet der Aufbau eines Netzwerkes von Wirtschafts- und Umfeldakteuren wie Verbrauchern entlang der Produktlinien. Im Rahmen von KuL-Prozessen dieser Akteure kann gemeinsam die regionale Zusammenarbeit entwickelt werden. Eine wesentliche Voraussetzung für die Aktivierung der Akteure ist das Erkennen der regionalen Kooperation als gemeinsames Ziel. Die Untersuchung der Akteurskonstellationen im regionalen Ernährungsbereich kann erste Erkenntnisse bezüglich einzubeziehender Schlüsselakteure sowie zu erwartender Konflikt- und Beschleunigungspotenziale innerhalb der Prozesse liefern. Die Organisation der KuL-Prozesse als Kombination von Gesprächskreisen und Arbeitsgruppen im Projekt hat sich bewährt, da auf diese Weise sowohl breite Beteiligungs- und Austauschmöglichkeiten für die Stabilisierung des Akteursnetzwerks bestehen als auch die Arbeitsfähigkeit innerhalb der Prozesse gegeben ist. Zu Beginn der KuL-Prozesse muss ein Zeitrahmen für den Aufbau eines Vertrauensverhältnisses der beteiligten Akteure eingeräumt werden. Erst auf dieser Basis werden vielfach Interessen und Handlungsbereitschaften offengelegt, deren Verbergen sich sonst als Hemmnis für die Weiterarbeit erweist. Besondere Bedeutsamkeit kommt dem neutralen Prozessmanagement zu. Das betrifft vor allem das Erkennen und Austragen von Konflikten wie auch die Eindämmung von Machtpotenzialen der Beteiligten. Darüber hinaus hat es sich als wichtig erwiesen, die unterschiedlichen Rollen der Mitarbeiter des Forschungsprojektes und der beteiligten Praxisakteure wiederholt zu thematisieren.

... zum Aufbau der Regionalvermarktung

Die Untersuchung der Motivationen und Handlungsbedingungen der Akteure bzw. Akteursgruppen entlang der Produktlinien zeigte eine Vielfalt der Interessenlagen und Bereitschaften bei den Wirtschafts- und Umfeldakteuren auf, die es im Rahmen der KuL-Prozesse abzustimmen gilt. Es konnte festgestellt werden, dass die Akteure über einen sehr unterschiedlichen Wissensstand zur Regionalvermarktung als Marketingstrategie, zum regionalen Ernährungsbereich und zur jeweiligen Produktlinie sowie zum Verbraucherverhalten verfügen. Da ein geringer Wissensstand zu den genannten Sachverhalten oftmals das hauptsächliche Hindernis für ein Engagement zur Regionalvermarktung darstellt, muss der gegenseitige Informationsaustausch der Akteure ein wesentliches Element der KuL-Prozesse sein.

Bei den Wirtschaftsakteuren – insbesondere bei Akteuren der bäuerlichen Landwirtschaft und des Ernährungshandwerks – sind bisher wenig Erfahrungen zur vertikalen Kooperationen mit vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen vorhanden. Da das Beharrungsverhalten hoch ist, werden regionale Kooperationen vielfach abgelehnt. Vor diesem Hintergrund bieten die KuL-Prozesse Möglichkeiten, erste Kooperationserfahrungen zu erwerben. Darüber hinaus hat der Erfahrungsaustausch mit Vertretern erfolgreicher Modellprojekte entscheidenden Einfluss auf das Engagement der Akteure. Die wesentlichen Bestimmungsfaktoren für die Entscheidung bezüglich einer regionalen Kooperation resultieren aus der persönlichen Situation und dem sozialen Umfeld der Wirtschaftsakteure. Die Einbindung von Umfeldakteuren neben den Wirtschaftsakteuren in die KuL-Prozesse hat sich als erfolgreich erwiesen. Da die Motivationen von Umfeldakteuren, sich für die Regionalvermarktung zu engagieren, vielfach deckungsgleich mit den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung sind (z.B. Umwelt- und Naturschutz, Sicherung von Arbeitsplätzen und regionaler Wertschöpfung), war es durch ihre Beteiligung möglich, diese Ziele in den Prozessen zu verankern. Darüber hinaus können von ihnen vielfach Aufgaben der Beratung und Unterstützung wahrgenommen werden.

Hinsichtlich der Bestimmung der Beiträge regionaler Produktlinien zur nachhaltigen Entwicklung zeigten die Arbeiten im Streuobstbereich einen hohen Anteil an notwendigen primärstatistischen Erhebungen auf, so dass sich die Messung auf wenige Indikatoren beschränken muss und grundsätzlich als schwierig einzustufen ist. Andererseits scheinen die Koppelprodukte ein hohes Motivationspotenzial für jene Akteure zu besitzen, die in die Aufbauprozesse regionaler Produktlinien eingebunden sind.

Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften in der Bewährungsprobe

Joachim Jaudas und Dieter Sauer

ISF München, Jakob-Klar-Str. 9, 80796 München, zentrale@isf-muenchen.de

Einführung

Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften verstehen sich als Teil einer politisch-ökologischen Bewegung. Neben dem Warenvertrieb entwickelten sie von Anfang an politische Aktivitäten im Ernährungsbereich, im Bereich der Aufklärung über gesunde Lebensweisen. „Sie verstehen sich dabei als ökologische Entwicklungsprojekte, die das Ziel haben, sowohl bei der Produktion als auch beim Konsum die gegenwärtig herrschende Ausbeutungswirtschaft von Natur und Menschen zu beenden“, wie es im „Kritischen Agrarbericht“ 1993 (BRINK, 282) heißt.

Die Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften sehen als ein wesentliches Element ihres Selbstverständnisses die Vernetzung an, in der Erzeuger und Verbraucher und dazwischen stehende Stufen der Wertschöpfung verbunden werden. Diese Organisationsform steht für eine enge und transparente Verknüpfung von Produktion, Vermarktung und Konsum. Die in einer Marktwirtschaft normalerweise getrennten Pole von Produktion und Konsumtion werden durch organisatorische und soziale Beziehungsnetze wieder zusammengeführt. So wird die Vermittlung gesellschaftlicher Arbeitsteilung nicht nur dem anonymen Markt überlassen, sondern durch organisatorische und soziale Netzstrukturen ergänzt und modifiziert. Dabei ist ein wesentliches Kriterium die räumliche Nähe, d.h. die Beschränkung auf eine überschaubare Region. Überschaubarkeit und Transparenz der aufgebauten Organisationsformen in der Erzeugung und Vermarktung von Bioprodukten werden so zur wesentlichen Voraussetzung von Vertrauen als dem entscheidenden Funktionselement nachhaltigen Wirtschaftens in Netzwerken.

Ein weiteres Element ist die Partizipation der beteiligten Individuen und der einzelnen Organisationen im regionalen Netz. Miteigentum, demokratische Entscheidungsstrukturen (im Rahmen von genossenschaftlichen Grundsätzen) und das gemeinsame Tragen des wirtschaftlichen Risikos spielen innerhalb der Organisation und für die Kooperation im gesamten Netzwerk eine wesentliche Rolle. Der erfolgreiche Aufbau solcher Organisationsformen muss von Qualifizierungs- und Bewusstseinsprozessen begleitet werden, um Leitbilder und Kulturen zu schaffen, die wesentlich zur vertrauensvollen Kooperation in solchen Netzwerken beitragen.

Veränderte Rahmenbedingungen

Wenn es anfangs kleine alternative, regionale Initiativen waren, die erste Schritte in Richtung ökologischen Wirtschaftens im Bedürfnisfeld Ernährung gegangen sind, dann sind inzwischen in manchen Fällen die Grenzlinien zwischen „alternativen“ und „kommerziellen“ Wirtschaftsformen überschritten, wie wir das im folgenden am Beispiel der TAGWERK-Genossenschaft zeigen werden. Viele der kleineren alternativen Projekte sind inzwischen verschwunden, während sich andere weiterentwickelt und stabilisiert haben.

Zugleich sind große kommerzielle Unternehmen am Markt entstanden, die Ökoprodukte ausschließlich in Öko-Supermärkten oder Ökoprodukte als Bioschiene in normalen Supermärkten vertreiben. Damit sind aber neue Verhältnisse entstanden: Die Probleme in der Qualitäts- und Vertrauenssicherung von Bioprodukten sind gewachsen, und es besteht zudem die Gefahr, dass wesentliche innovative Merkmale der ursprünglichen Produktions- und Vermarktungsinitiative verlorengehen.

TAGWERK-Genossenschaft

Die TAGWERK-Genossenschaft sei nun als Beispiel einer Erzeuger-Verbraucher-Genossenschaft, die bereits eine hohe Professionalisierung erreicht hat, vorgestellt. TAGWERK ist in vier Landkreisen nordöstlich von München aktiv. Die Genossenschaft wurde 1984 gegründet von Leuten, die größtenteils aus der Umweltbewegung kamen. Heute zählen zu der Genossenschaft 600 Mitglieder; darunter sind etwa 100 Erzeuger und Verarbeiter.

Die Genossenschaft versteht sich als zentrale Institution des Netzwerks; sie organisiert den Großhandel und vermittelt damit zwischen den Erzeugern und den Verkaufsstellen, zu denen nicht nur die eigenen Lizenzläden gehören, sondern auch die Naturkostläden schlechthin. Zum Netzwerk gehört der Förderverein, der in dieser Region – in Absprache mit dem Bioland-Verband - die Funktion eines Anbauverbandes wahrnimmt. Alle Bioland-Bauern aus den vier Landkreisen, in denen TAGWERK aktiv ist, sind zugleich Mitglied im Förderverein. Über die Regeln von Bioland hinaus hat er für seine Mitglieder noch zusätzliche Richtlinien festgelegt, vor allem im Bereich der Landschaftspflege. So arbeitet ein Zivildienstleistender beim Förderverein, um Arbeiten wie Heckenpflanzungen oder Feuchtbiotoppflege durchzuführen.

Weiterhin nimmt der Förderverein Einfluss auf die Ausgestaltung der Lizenzverträge der Genossenschaft; er macht die Öffentlichkeitsarbeit von TAGWERK; er gibt eine Vierteljahreszeitschrift heraus; er organisiert Hoffeste, Felderbegehungen und Besuche auf den Höfen der Biobauern. Zusätzlich werden im Rahmen einer Service-Gesellschaft auch Reisen im Sinne eines sanften Tourismus organisiert, die meist zu Lieferanten der Genossenschaft führen. So stellt der Verein das kulturelle und soziale Bindeglied zwischen den im Netzwerk verbundenen Gruppierungen her.

Das Netzwerk in der Bewährungsprobe

Die TAGWERK-Genossenschaft hat schon sehr früh die Voraussetzungen geschaffen, um eine solche Vernetzung aufzubauen, wie sie oben beschrieben wurde. Sie hat sich damit den stabilen organisatorischen Rahmen gegeben, den sie für ihre Aufgaben benötigt. Zu Beginn fanden sich unter dem Dach der Genossenschaft im Vermarktungsbereich der Großhandel, die Läden und die Marktbeschickung. Hier zeigte sich zunehmend, dass es schwierig wurde, die Aufgaben von der Zentrale aus zu lösen. Steuerung, Gestaltung und Weiterentwicklung der Läden konnten von der Zentrale aus nicht mehr sinnvoll durchgeführt werden. Zudem hat sich gezeigt, dass sich in den Läden selbst nicht so viel Eigeninitiative entwickelt hat, dass die Weiterentwicklung und vor allem auch die Orientierung an den Kundenbedürfnissen vor Ort so funktioniert hätten, wie es not-

wendig gewesen wäre. Es ging nun darum, das Netzwerk umzugestalten, zu modernisieren. Dabei mussten die wesentlichen Elemente und Prinzipien der Organisation erhalten bleiben. Zugleich aber sollten größere Flexibilität, stärkere Kundenorientierung, weitergehende Selbständigkeit vor Ort erreicht werden. Ziel also war, die große, bürokratisch werdende Organisation umzubauen in ein Netzwerk von kleineren autonomen, orts- und kundenbezogenen Einheiten.

Tagwerk versuchte, mit dieser Dezentralisierung und Verselbständigung klarere betriebswirtschaftliche Zuordnungen zu definieren und vor allem Raum für die Eigeninitiative vor Ort zu schaffen. Als ideales Modell galt, dass die Läden von den dort tätigen MitarbeiterInnen in eigener Regie übernommen werden, um sie dann über einen Lizenzvertrag mit der Genossenschaft zu verbinden. Dabei wurden z.T. auch Erzeuger und Verbraucher mit ins Boot genommen, indem sie sich an der Finanzierung der Läden beteiligten. Der Lizenzvertrag regelt insbesondere die Beschaffung der Lebensmittel, das Erscheinungsbild der Läden sowie die Qualifizierung des Personals. Die Verselbständigung der Läden ist inzwischen abgeschlossen. Die Entwicklung wurde über einen gewissen Zeitraum hinweg beobachtet. Sie wird als voller wirtschaftlicher Erfolg angesehen: Die Verantwortlichkeit ist dort, wo Entscheidungen getroffen werden müssen; die Umgestaltung der Läden und die Ausrichtung auf neue Kundenbedürfnisse und neue Kundenkreise konnten vollzogen werden; das Risiko für die Genossenschaft ist weggefallen.

Zugleich muss aber auch gesehen werden, welche weiteren Konsequenzen diese Umgestaltung hatte. Nachdem mit der Privatisierung der Läden nicht mehr die Genossenschaft Arbeitgeber ist, hat sich der Status der Beschäftigten im Laden geändert: auf der einen Seite die Besitzer, auf der anderen Seite die Angestellten, die in einem Verhältnis der Lohnabhängigkeit zu ihrem Arbeitgeber stehen. Zugleich ist damit auch das Prinzip des Einheitslohns, das in der Genossenschaft gilt, aufgegeben worden, indem nun durchaus differenziert Gehälter bezahlt werden. Das wirtschaftliche Risiko, das vorher im Rahmen einer demokratischen Organisation, der Genossenschaft, gemeinsam getragen wurde, ist nun auf private Schultern gelegt worden. So ist diese Umgestaltung als sehr ambivalent anzusehen:

- Einerseits hat sie das Netzwerk der Tagwerk-Organisation an die aktuellen Erfordernisse angepasst, andererseits mussten dazu Prinzipien aufgegeben werden, die in der Genossenschaft nach wie vor gelten.
- Einerseits konnte die Autonomie der einzelnen Läden erhöht werden, andererseits ging das nur über die Trennung der Beschäftigten in Besitzer und Angestellte.
- Einerseits können die Läden nun stärker auf die Kundenbedürfnisse eingehen und neue Kundensegmente erschließen, andererseits ist damit die regionale Orientierung schwächer geworden.

Offensichtlich ist eine Organisation wie Tagwerk in der Lage, sich dem Zwang der Verhältnisse folgend so umzugestalten, dass sie wirtschaftlich lebensfähig bleibt. Die Frage allerdings bleibt, inwieweit dabei fundamentale Ziele aufgegeben werden müssen, die ursprünglich die Besonderheit der Tagwerk-Organisation bzw. einer Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft ausmachten.

Als Fazit lässt sich ziehen: Noch scheint das regionale ökologische Netzwerk intakt. Die Basis für Transparenz und Vertrauen ist noch vorhanden. Offensichtlich haben die Verbraucher ebenfalls noch Vertrauen in diese alternative Form der Erzeugung und Vermarktung ökologischer Produkte, denn zur Zeit rennen sie den TAGWERK-Läden die Türen ein. Das ist bei der tiefgreifenden Krise der konventionellen Landwirtschaft und der Lebensmittelindustrie nicht verwunderlich. Aber die Skandale werden wieder in Vergessenheit geraten. Dass trotzdem das Vertrauen in diese alternative Form der Erzeugung und Vermarktung ökologischer Produkte bleibt, hängt davon ab, ob es TAGWERK und ähnlichen Organisationsformen gelingt, nicht nur regional und ökologisch zu wirtschaften, sondern die sozialen Seiten der Netzwerkorganisation, die demokratische und partizipative, zu erhalten, die für das Vertrauen und die Transparenz wesentlich sind.