

Roman Spies, Michael Kopatz | Januar 2019

Unter Mitarbeit von: Isabel Drissen, Mona Treude

Wirtschaftsförderung 4.0

Arbeitsbericht »Produktion«

Teilbericht im Rahmen des Projektes
»Wirtschaftsförderung 4.0: Entwicklung
und Umsetzung von Konzepten zur Stär-
kung kollaborativer Resilienzinitiativen in
Kommunen«

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Wuppertal
Institut

Dieser Bericht ist Ergebnis des BMBF-Projektes »Wirtschaftsförderung 4.0: Entwicklung und Umsetzung von Konzepten zur Stärkung kollaborativer Resilienzinitiativen in Kommunen«

Das diesem Bericht zugrunde liegende Forschungsvorhaben wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung durchgeführt. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

Bitte den Bericht folgendermaßen zitieren:

Wuppertal Institut (2019): Wirtschaftsförderung 4.0 – Arbeitsbericht »Produktion«. Wuppertal

Projektlaufzeit: 9/2016 – 9/2019

Projektkoordination:

Dr. Michael Kopatz

michael.kopatz@wupperinst.org - 0202 2492 - 148

Projektpartner:

Stadt Osnabrück

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH (WI):

Michael Kopatz, Roman Spies, Isabel Drissen, Mona Treude

Impressum

Herausgeber

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH

Döppersberg 19

42103 Wuppertal

www.wupperinst.org

Ansprechpartner/-in

Dr. Michael Kopatz

Energie-, Verkehrs- und Klimapolitik

michael.kopatz@wupperinst.org

Stand

Januar 2019

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
1 Einführung	6
2 Ernährungsrat	9
2.1 Ernährungsrat Köln und Umgebung	10
2.1.1 <i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	10
2.1.2 <i>Entstehungsgeschichte</i>	10
2.1.3 <i>formelle Informationen</i>	11
2.1.4 <i>informelle Informationen</i>	11
2.1.5 <i>Ergebnisse</i>	12
2.2 Ernährungsrat Frankfurt	13
2.2.1 <i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	13
2.2.2 <i>Entstehungsgeschichte</i>	13
2.2.3 <i>formelle Informationen</i>	14
2.2.4 <i>informelle Informationen</i>	14
2.2.5 <i>Ergebnisse</i>	15
3 Schuhe, Kleidung, Möbel	16
3.1 Carl Klostermann Söhne	18
3.1.1 <i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	18
3.1.2 <i>Entstehungsgeschichte</i>	18
3.1.3 <i>formelle Informationen</i>	18
3.1.4 <i>informelle Informationen</i>	19
3.1.5 <i>Ergebnisse</i>	19
3.2 Manomama	20
3.2.1 <i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	20
3.2.2 <i>Entstehungsgeschichte</i>	20
3.2.3 <i>formelle Informationen</i>	20
3.2.4 <i>informelle Informationen</i>	21
3.2.5 <i>Ergebnisse</i>	21
4 Upcycling	23
4.1 SWANE-Café	24
4.1.1 <i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	24
4.1.2 <i>Entstehungsgeschichte</i>	24
4.1.3 <i>formelle Informationen</i>	24
4.1.4 <i>informelle Informationen</i>	25
4.1.5 <i>Ergebnisse</i>	25
4.2 Oelberger Taschenmanufaktur	26
4.2.1 <i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	26
4.2.2 <i>Entstehungsgeschichte</i>	27
4.2.3 <i>formelle Informationen</i>	27
4.2.4 <i>informelle Informationen</i>	27
4.2.5 <i>Ergebnisse</i>	28

4.3	PLUP – Planet Upcycling	29
4.3.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	29
4.3.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	29
4.3.3	<i>formelle Informationen</i>	30
4.3.4	<i>informelle Informationen und vertiefende Analyse</i>	31
4.3.5	<i>Ergebnisse</i>	32
5	Stadt- und Regionalgärten	34
5.1	Prinzessinnengärten Berlin	35
5.1.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	35
5.1.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	35
5.1.3	<i>formelle Informationen</i>	35
5.1.4	<i>informelle Informationen</i>	36
5.1.5	<i>Ergebnisse</i>	36
5.2	Garteln in Wien	37
5.2.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	37
5.2.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	37
5.2.3	<i>formelle Informationen</i>	37
5.2.4	<i>informelle Informationen und vertiefende Analyse</i>	38
5.2.5	<i>Ergebnisse</i>	40
6	Solidarische Landwirtschaft, Regionalvermarktung	42
6.1	Hof zur Hellen	43
6.1.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	43
6.1.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	43
6.1.3	<i>formelle Informationen</i>	43
6.1.4	<i>informelle Informationen</i>	44
6.1.5	<i>Ergebnisse</i>	44
6.2	Kartoffelkombinat München	45
6.2.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	45
6.2.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	45
6.2.3	<i>formelle Informationen</i>	46
6.2.4	<i>informelle Informationen</i>	46
6.2.5	<i>Ergebnisse</i>	47
6.3	Kattendorfer Hof	48
6.3.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	48
6.3.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	48
6.3.3	<i>formelle Informationen</i>	48
6.3.4	<i>informelle Informationen</i>	49
6.3.5	<i>Ergebnisse</i>	49
6.4	Erzeugermarkt Konstablerwache	50
6.4.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	50
6.4.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	50

6.4.3	<i>formelle Informationen</i>	50
6.4.4	<i>informelle Informationen</i>	50
6.4.5	<i>Ergebnisse</i>	51
6.5	Unikum – Der Regionalladen	52
6.5.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	52
6.5.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	52
6.5.3	<i>formelle Informationen</i>	53
6.5.4	<i>informelle Informationen</i>	53
6.5.5	<i>Ergebnisse</i>	54
7	Regionale Energieerzeugung	55
7.1	Bürgerwerke eG	56
7.1.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	57
7.1.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	57
7.1.3	<i>formelle Informationen</i>	57
7.1.4	<i>informelle Informationen</i>	58
7.1.5	<i>Ergebnisse</i>	58
7.2	Energiegenossenschaft Starkenburg	59
7.2.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	59
7.2.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	59
7.2.3	<i>formelle Informationen</i>	60
7.2.4	<i>informelle Informationen</i>	61
7.2.5	<i>Ergebnisse</i>	62
7.3	Solar-Bürger-Genossenschaft eG	63
7.3.1	<i>Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt</i>	63
7.3.2	<i>Entstehungsgeschichte</i>	63
7.3.3	<i>formelle Informationen</i>	64
7.3.4	<i>informelle Informationen</i>	64
7.3.5	<i>Ergebnisse</i>	65
8	Literaturhinweise zum Thema »Urbane Produktion«:	67

1 Einführung

Zu den zentralen Herausforderungen einer Wirtschaftsförderung, die die Stadt als lebendigen Wirtschaftsraum vor Ort entwickeln möchte, gehört die Aufgabe, die lokale Produktion von Waren und Lebensmitteln auszubauen und zu sichern. Dieses Anliegen begegnet der Abwanderung und Verlagerung von Produktion in »Billiglohnländer«, die als »Trend« der vergangenen Jahrzehnte, die strukturellen Probleme in Kommunen in Deutschland mitbestimmt hat. Neuere Entwicklungen lassen vermuten, dass sich in Zukunft aber verstärkt gegenläufige bzw. alternative Entwicklungstendenzen ausbilden. So wandeln etwa die zunehmende Technisierung und Digitalisierung von Produktionsprozessen die Bedingungen, unter denen produziert wird erheblich. Auch die Frage, wo zukünftig produziert wird – ob in der Stadt, in Randlagen »vor der Stadt« etc. – wird in Praxis und praxisbezogener Forschung zu stellen sein. Produktionsprozesse in kleinteiliger Form werden möglicherweise zunehmend in die Städte zurückverlagert.

Eine Wirtschaftsförderung 4.0 setzt dabei nicht allein auf einen gegebenenfalls mittelfristig und langfristig einsetzenden Umwandlungsprozess, sondern fördert gezielt das Potenzial, dass für die lokale Produktion in der Stadt angelegt ist, ablesbar an vielen erfolgreichen Initiativen bzw. Unternehmen, die in diesem Bereich tätig sind und mit ihrer Arbeit eine weit verbreitete Ansicht widerlegen, die regionale Produktion bestimmter Waren in Deutschland sei unter den globalisierten Wettbewerbsbedingungen generell praktisch nicht oder kaum möglich.

Insgesamt setzt die Wirtschaftsförderung 4.0 auf vier Hauptpotenziale, die die systematische Förderung der regionalen Produktion birgt. Zunächst sichert bzw. schafft die Produktion Arbeitsplätze vor Ort. Darüber hinaus kann eine verstärkte lokale Produktion die Städte resilienter, also krisenfester und belastbarer, gegenüber äußeren Einflüssen machen. Wenn Rohprodukte aus der Region bezogen werden, Lieferketten überschaubar bleiben und die Fertigung vor Ort stattfindet, sind Unternehmen und Kunden potenziell weniger abhängig und anfällig für globale Krisenereignisse. Auch positive ökologische Effekte lassen sich erwarten, wenn lange Transportwege entfallen und in der Landwirtschaft vor Ort bspw. nach ökologischen Kriterien bewirtschaftet wird. Schlussendlich bergen viele Initiativen in diesem Bereich große Potenziale der Eigenbetätigung der Menschen, die so zu einem aktiven Teil des Produktionsprozesses werden, womit potenziell auch sehr gezielt das produziert werden kann, was nachgefragt wird.

Zu den Aktionsfeldern im Geschäftsfeld Produktion zählt das Upcycling, die Herstellung von Schuhen, Kleidung und Möbeln, die regionale Energieerzeugung sowie die landwirtschaftliche bzw. Lebensmittel-Produktion mit den Bereichen solidarische Landwirtschaft, Direktvermarktung, Urban Gardening und Ernährungsräte. Die Unternehmen und Initiativen in diesen Bereichen haben unterschiedliche Organisations- und Arbeitsformen für sich entdeckt. Ihre Förderung muss daher auf unterschiedliche Bedürfnisse und Problemlagen eingehen. Der Förderbedarf erstreckt sich von der einfachen Bekanntmachung einer Initiative bis hin zu einer möglichen finanziellen Bezuschussung bspw. für Urban-Gardening-Projekte, wie sie die Stadt Wien seit Jahren herausgibt.

Schwierigkeiten von Initiativen in diesem Bereich sind zu berücksichtigen und müssen bearbeitet werden. Dies birgt sowohl Herausforderungen für die Initiative selbst als auch für die Wirtschaftsförderung als förderndem Akteur. Beispielhaft ist hier zu erwähnen, dass es einige Initiativen geben wird, die sich (noch) in einer Form fast keiner formalen Organisation befin-

den und die nach ihrem Selbstverständnis teilweise bewusst einen solchen Status geringer formaler Strukturen und Hierarchien praktizieren wollen, da sie diesen mit einer besonders großen Partizipationsoffenheit und Zugänglichkeit für alle Menschen assoziieren.

Die zu fördernden Initiativen müssen allerdings einen gewissen Grad an Organisation mitbringen und sind von der Wirtschaftsförderung im Sinne professioneller Arbeitsstrukturen auch in Richtung einem ausreichend hohen Organisationsgrad zu fördern. Hierfür ist der entsprechende Wille und eine Offenheit bei der jeweiligen Initiative nötig. Wichtig hierbei ist zu betonen, dass die Einführung bzw. Stärkung formaler Strukturen in keinsten Weise die demokratische Qualität des Initiativen-Akteurs verringert, sondern ganz im Gegenteil diese erst ermöglicht.

Demokratie zeichnet sich ganz wesentlich über die Einhaltung bestimmter Grundprinzipien und Regeln, bspw. dem Gleichheits- und Mehrheitsprinzip aus. Eine Initiative, die ihre Arbeit und eigene Verfassung an demokratischen Werten ausrichten bzw. anlehnen will, sollte sich daher in jedem Fall einer gewissen Grundstruktur unterwerfen und einen ausreichend formalen Organisationsgrad für sich finden. Weitere wichtige spezifische Herausforderungen und Probleme sind sowohl von der Initiative als auch von der Wirtschaftsförderung zu beachten, im Falle des Urban Gardenings etwa die Frage, wie der Gemüseanbau vor schädlichen Umwelteinflüssen in der Stadt (bspw. Autoabgase) am besten geschützt werden kann. Der Erfolg vieler Initiativen in vielen verschiedenen Städten zeigt aber, dass solche Herausforderungen erfolgreich gelöst werden können.

Wirtschaftsförderung 4.0 unterstützt im Geschäftsfeld Produktion die Stadt dabei, sich stärker selbst zu versorgen, in den Bereichen, in denen dies sinnvoll und möglich ist. Die Förderung soll hier stärker tatsächlich auch ihren Nutzen in der Region und bei den Akteuren vor Ort entfalten.

Konzepte wie die Solidarische Landwirtschaft und die Direktvermarktung zeigen beispielhaft alternative Absatzwege für die bäuerliche Landwirtschaft auf. Eine nachhaltige Ausgestaltung der Lebensmittelproduktion und -versorgung – hier wollen auch Ernährungsräte einen maßgeblichen Beitrag auf städtischer Ebene leisten – gehört angesichts zahlreicher ökologischer Probleme, die zum Teil vom Agrarsektor im erheblichen Maße mit verursacht werden und andererseits auf diesen auch wieder zurückwirken, zu den zentralen Zukunftsaufgaben und gesellschaftlichen Herausforderungen überhaupt.

Wirtschaftsförderung 4.0 setzt hier auf unterer Ebene »vor Ort« an und hat zum Anliegen einerseits ökologisch nachhaltige Wirtschaftsweisen zu fördern und andererseits damit gleichzeitig auch einen Beitrag zur Stärkung der Resilienz der Kommune zu leisten. Initiativen wie Urban-Gardening-Projekte oder Aquaponik-Anlagen tragen neue Formen der Nahrungsmittelproduktion in die Stadt. Die regionale Energieerzeugung stellt einen weiteren Baustein einer solchen auf nachhaltige wirtschaftliche wie ökologische Erfolge zielende Konzeption dar.

Gerade in Deutschland als dem Land, das sich politisch und gesellschaftlich einer »Energie- wende« verschrieben hat, kommt regionalen und von Bürgern getragenen Erneuerbare-Energien-Projekten eine wichtige Bedeutung zu. Auch die nachhaltige lokale Produktion bspw. von Möbeln oder Kleidung, bei der Stoffe möglichst aus der Region bezogen werden und lokale Wertschöpfungsketten entstehen, ist besonders zu fördern. Innovative Upcycling-Start-Ups können als kreative Unternehmer in den Städten nicht nur zu einer besseren Res-

sourcesverwertung beitragen, sie können mit qualitativ hochwertigen Produkten auch konkret dazu beitragen, dass Image und das Stadtbild eines Quartiers aufzuwerten und (junge) Menschen anziehen, die besonderen Wert auf Design und ökologische Nachhaltigkeit legen. Letztendlich leistet das Geschäftsfeld Produktion genau wie alle anderen Bereiche der Wirtschaftsförderung 4.0 neben zu erzielenden direkten wirtschaftlichen Effekten einen Beitrag dazu, die Lebensqualität einer Stadt zu verbessern; mit Förderung der »weichen Standortfaktoren« wird die Stadt wiederum zunehmend attraktiv für weitere wirtschaftliche Aktivität.

Ein Akteur, der sich auf Bundesebene für eine Stärkung der regionalen Wirtschaft einsetzt und in diesem Bereich bspw. Vernetzungsarbeit sowie politische Arbeit betreibt ist der Bundesverband der Regionalbewegung, in dem sich verschiedene Wirtschafts- und gesellschaftliche Akteure aus unterschiedlichen Regionen zusammengeschlossen haben und der sich bspw. mit Aspekten wie regionalen Wirtschaftskreisläufen, Nachhaltigkeit und der Stärkung ländlicher Räume auseinandersetzt.¹

In diesem Arbeitsbericht finden sich im Folgenden Einführungen in die verschiedenen Zweige des Geschäftsfelds Produktion der »Wirtschaftsförderung 4.0« sowie einige gute Fallbeispiele, d. h. Initiativen und Unternehmen, die in diesen Bereichen tätig sind. Sie zeigen gute Ansätze des Wirtschaftens im Sinne einer WF4.0 auf. Gleichzeitig stellen die hier dargestellten Fallbeispiele nur einen kleinen Ausschnitt aus dem Spektrum von Initiativen dar, die bereits heute existieren.

Jedes Fallbeispiel wird mit einer Ampel im Hinblick auf die beschriebenen Kriterien bewertet.

Tabelle 1: Ampel-Bewertung der Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Grau	Kein direkter Einfluss feststellbar
Grün	Kriterium ist erfüllt
Gelb	Kriterium nur abhängig von der individuellen Ausgestaltung der Initiative erfüllt (bzw. Kriterium teilweise/annähernd erfüllt)
Rot	Kriterium ist nicht erfüllt

¹ vgl. Bundesverband der Regionalbewegung e. V. o. J. Internetpräsenz des Bundesverbands der Regionalbewegung. Feuchtwangen.

<https://www.regionalbewegung.de> (13.11.2018)

2 Ernährungsrat

Ernährungsräte setzen sich kritisch mit dem Ernährungssystem auseinander und wollen (auf politischem Weg) auf eine Änderung der städtischen Nahrungsmittelversorgung hinwirken. Hauptziel ist hier in der Regel ein Mehr an regionaler und saisonaler Lebensmittelversorgung sowie gesunder und nachhaltiger Ernährung. Entsprechende Initiativen bringen verschieden Akteure aus dem Ernährungssektor, also bspw. Verbraucher, Bauern, Händler und Kommunalpolitiker, zusammen. Gearbeitet wird z.B. in Gremienstrukturen bzw. Arbeitsgruppen, die sich mit verschiedenen Unterthemen beschäftigen (siehe auch Fallbeispiele).

International gesehen liegt der Ursprung der Ernährungsräte in den USA, in denen 1981 in Knoxville/Tennessee ein sogenanntes »Food Policy Council« gegründet wurde, in den Vereinigten Staaten und Kanada wurden dann ab den 1990er-Jahren weitere solcher Organisationen ins Leben gerufen. Galda unterscheidet drei mögliche Organisationsformen von Ernährungsräten. Zum einen den Ernährungsrat als Beirat bzw. Kommission der Kommune mit Einbettung in die Verwaltungsstrukturen, die Organisation als NGO, die als Akteur neben der Kommune steht sowie eine Mischform als unabhängiges Gremium, dass eine kommunale Einbindung erfährt und durch die Kommune bspw. finanziell unterstützt wird.²

Ernährungsräte wollen die Städte wieder zu relevanten Entscheidungsakteuren der Ernährungspolitik machen. Die unterschiedlichen Mitglieder bzw. Teilnehmer in einem Ernährungsrat, bspw. Bürger, aktive Verbraucher, Politiker, Landwirtschaft, Ernährungsaktivisten, können gemeinsam Wissen um das Ernährungssystem generieren und bündeln. Auf dieser Basis können Diskussionen angestoßen, Projekte ins Leben gerufen und Handlungsprogramme entworfen werden.³

Die Zielrichtung der Ernährungsräte bedingt, dass bei diesen Initiativen in der Regel gleich mehrere Kriterien als gegeben gelten können, die sie förderungswürdig im Sinne einer Wirtschaftsförderung 4.0 machen. Mit ihrem **Ziel einer weitgehend regionalen Versorgung mit Lebensmitteln** setzen Ernährungsräte auf eine Stärkung der regionalen Wirtschaft und auf kurze Wertschöpfungsketten. **Mit der Reduzierung weiter (internationaler) Lieferwege kann die Krisenfestigkeit durch ein höheres Maß der Selbstversorgung der Region gestärkt werden.** Positive ökologische Wirkungen werden erreicht, wenn der Ernährungsrat es schafft, sein Ziel einer **nachhaltigen, regionalen Lebensmittelversorgung der Stadt und des verstärkten biologischen Anbaus durch- bzw. umsetzen kann.** Ein Ernährungsrat in der Stadt kann zu einem Netzwerkakteur im Lebensmittelsektor werden. Das Zusammentreffen der verschiedenen Akteure kann mögliche **neue Wirtschaftsbeziehungen unter den lokalen Unternehmern fördern.**

² vgl. Galda, Anna. 2017. Ernährungssystemplanung in Deutschland. Eine qualitative Spurensuche in der deutschen Planung. Berlin., S. 34-36

³ vgl. Speiseräume (Stierand, Philipp). o. J. Ernährungsräte. Beitrag auf der Internetpräsenz speiseraeume.de/ernaehrungsraete.de. Dortmund.

<http://ernaehrungsraete.de/ernaehrungsrat-idee-ueberblick/> (02.10.2018)

Wie andere Initiativen auch müssen sich Ernährungsräte für eine erfolgreiche Arbeit ausreichend feste Strukturen und Regeln geben. Auch und gerade für Akteure, die sich selbst als möglichst offen und partizipationsfreundlich verstehen, ist eine gewisse Festigkeit der Grundstrukturen wichtig. Basisregeln und Organisationsstrukturen ermöglichen Arbeitsweisen und Entscheidungsfindungen, die sich an demokratischen Prinzipien orientieren. Auch die Wirtschaftsförderung findet so bessere Anknüpfungsmöglichkeiten, um die Initiativen zu unterstützen und einen Ernährungsrat ggf. auch in seiner weiteren Professionalisierung zu unterstützen.

2.1 Ernährungsrat Köln und Umgebung

Der Kölner Ernährungsrat setzt sich für eine nachhaltige, regionale Versorgung mit Lebensmitteln ein und engagiert sich dafür als politisches Gremium, vernetzt unterschiedliche Akteure und will zu einem Berater der Stadt Köln in Ernährungsfragen werden.

2.1.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Der Ernährungsrat Köln zeigt beispielhaft, wie die Stadt in das Konzept eines Ernährungsrates eingebunden werden kann. In Köln war die Stadt von Anfang an Partner und Unterstützer der Initiative, die Initiative richtet sich wiederum auf die Beratung der Stadt in Ernährungsfragen. In einem Ernährungsrat kann unter Einbindung vieler relevanter Akteure an der Erarbeitung einer stärker regional orientierten Lebensmittelversorgung der Stadt gearbeitet werden. Mit solchen Konzepten kann die regionale Wirtschaft gezielt gestärkt werden, ökologische Vorteile durch den Wegfall langer Bezugswege erzielt und die Selbstversorgung ausgebaut werden.

2.1.2 Entstehungsgeschichte

Der Ernährungsrat Köln und Umgebung wurde im Frühjahr 2016 gegründet. Bereits ab Beginn des Jahres 2015 wurde die Arbeit für das Projekt aufgenommen, maßgeblich dafür war der Verein »Taste of Heimat«, der in dem Entwicklungsprozess von der Stadt Köln begleitet und unterstützt wurde.⁴

Während »Taste of Heimat« vor einigen Jahren als Verein gegründet wurde, hat der Kölner Ernährungsrat selbst keine rechtsverbindliche Form. Dem Entschluss einen Ernährungsrat zu gründen ging bereits die Existenz vieler kleinerer Projekte voraus. Die Gründungsakteure haben für ihr Anliegen Ansprechpartner im Umweltamt gefunden, bei dem Interesse für das Projekt vorhanden war. Gestützt werden konnte das Vorhaben auch auf die zuvor erfolgte Zeichnung des Urban Food Policy Pact durch den Oberbürgermeister der Stadt, wodurch ein konkreter politischer Anknüpfungspunkt für die Initiative vorhanden war. Der Kontakt zur Stadt wurde aktiv gesucht und persönliche Gespräche geführt. Im März 2015 gab es ein Netzwerktreffen mit vielen Initiativen im Stadthaus Köln, bei dem sich verschiedene Akteure der Sze-

⁴ vgl. Stadt Köln. 2017. Zuschuss für Ernährungsrat Köln und Umgebung. Gemeinnütziger Verein »Taste of Heimat« erhält jährlich 50.000 Euro. Presse-Information 12.07. 2017 - 1032. Köln.

<http://ernährungsrat-köln.de/wp-content/uploads/2017/07/Stadtratsbeschluss-Ern%C3%A4hrungsrat.pdf> (02.05.2018)

ne trafen. Die offizielle Gründung im März des folgenden Jahres wurde als Event organisiert.⁵

2.1.3 formelle Informationen

Der Ernährungsrat Köln wird von dem gemeinnützigen Verein »Taste of Heimat« getragen. Den Vorsitz hat Valentin Thurn inne. Die 30 festen Mitglieder setzen sich gleichmäßig verteilt aus den Bereichen Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Verwaltung zusammen, wobei die Vertreter aus Politik und Verwaltung nicht als Einzelpersonen, sondern in ihrer Funktion als Vertreter der jeweiligen Stelle Mitglied sind. Bei der Ausschussarbeit, die prinzipiell allen Bürgerinnen und Bürgern zur Mitwirkung offensteht, wird thematisch gearbeitet. Laut Geschäftsordnung von November 2016 bestehen die Ausschüsse regionale Direktvermarktung, Events und Veranstaltungen, urbane Landwirtschaft/essbare Stadt und Ernährungsbildung und Schulverpflegung. Die Ausschüsse setzen sich aus einer Vielzahl von Personen aus unterschiedlichen Bereichen zusammen, etwa aus der regionalen Gastronomie, der Wissenschaft, regionalen Lebensmittelhändlern, Verbrauchern, Politik, Verwaltung und Verbänden. Hier beteiligen sich rund 100 Menschen. Jeder Ausschuss wählt zwei Sprecher, die als Vertreter des Ausschusses Mitglied des Ernährungsrats sind. Einzig bezahlte Stelle in der Initiative ist die des Koordinators. Das Projekt wurde von Beginn an durch die Stadt Köln unterstützt, die 2017 auch entschied, für drei Jahre einen festen jährlichen Zuschuss von 50.000 Euro zu gewähren. Die Stadt stellt Logistik und Räumlichkeiten und finanziert die Stelle des Koordinators. Der Ernährungsrat setzt sich zum Ziel eine Ernährungsstrategie für die Stadt zu entwickeln, im Vordergrund steht dabei die Ermöglichung einer gesunden, nachhaltigen und regionalen Ernährung für die Bürgerinnen und Bürger, die Sicherung bäuerlicher Landwirtschaft in der Region und das Bestreben, möglichst auf frische, saisonal-regionale und ressourcensparend hergestellte Lebensmittel zurückzugreifen.⁶

Der Ernährungsrat sieht sich als beratende Institution für die Politik vor Ort: »Ein Ernährungsrat **formuliert Ziele für eine lokale Ernährungspolitik** und berät die jeweilige Kommune in allen relevanten Fragen. Damit sollen die Stadt und die Region wieder Kontrolle über die Gestaltung ihres eigenen Ernährungssystems zurückerhalten.«⁷

2.1.4 informelle Informationen

In den kommenden Jahren sollen vielfältige Projekte, vor allem auch in Vernetzung und Kooperation mit anderen Akteuren realisiert werden. So hat der Ausschuss für Ernährungsbildung eine Kooperation mit Trägern von Kindertagesstätten vor Ort

⁵ vgl. Telefongespräch mit Mitarbeiter des Ernährungsrats für Köln und Umgebung am 24.10.2018

⁶ vgl. Ernährungsrat Köln und Umgebung. 2016. Geschäftsordnung des Ernährungsrates für Köln und Umgebung. Köln. <https://ratsinformation.stadt-koeln.de/getfile.asp?id=600884&type=do&> (02.05.2018),

Stadt Köln. 2017. Zuschuss für Ernährungsrat Köln und Umgebung. Gemeinnütziger Verein »Taste of Heimat« erhält jährlich 50.000 Euro. Presse-Information 12.07. 2017 - 1032. Köln.

<http://ernaehrungsrat-koeln.de/wp-content/uploads/2017/07/Stadtratsbeschluss-Ern%C3%A4hrungsrat.pdf> (02.05.2018),

Telefongespräch mit Mitarbeiter des Ernährungsrats für Köln und Umgebung am 24.10.2018

⁷ Ernährungsrat Köln und Umgebung. o. J. Die Arbeit des Ernährungsrats. Beitrag auf der Internetpräsenz des Ernährungsrat Köln und Umgebung. Köln., Hervorhebung im Original

<http://ernaehrungsrat-koeln.de/die-arbeit-des-ernaehrungsrats/> (02.05.2018)

aufgenommen, der Ausschuss für regionale Direktvermarktung will eine Bestandsanalyse dazu erstellen, welche regionalen Landwirte welche Produkte liefern können, da eine solche Datenbank bisher nicht existiert und die Bürgerinnen und Bürger der Stadt sollen in ihren Stadtvierteln in Zukunftswerkstätten an der Erstellung eines Konzepts für eine »Essbare Stadt« beteiligt werden. In der praktischen Arbeit zeigen sich ein aktiver Kern von Personen, der sich engagiert, ein erweiterter Kern von Engagierten sowie ein erweiterter Pool von Menschen, die die Informationen lesen und zu Events kommen. Da viele Stellen von den gleichen Leuten besetzt werden ergibt sich für die Einzelpersonen eine Mehrfachbelastung; mit einer Position geht wiederum auch Position in anderem Gremium einher. Der Umweltdezernent der Stadt Köln Dr. Harald Rau ist eines der Mitglieder des Ernährungsrats.⁸

2.1.5 Ergebnisse

Der Ernährungsrat Köln erreicht mit seiner Arbeit eine Vielzahl von Menschen. Nach Angaben der Initiative werden mit dem Verteiler eines Ausschusses etwa 40 bis 120 Personen erreicht, zur Sitzung kommen etwa 20 bis 30 Leute. Gleichzeitig ist die Ehrenamtlichkeit auch eine Herausforderung für die Initiative, hier stellt sich etwa die Frage, wie die Menschen motiviert werden können, dauerhaft dabei zu bleiben. Nach Möglichkeit sollen in der Initiative weitere Arbeitsplätze entstehen. Die Initiative geht davon aus, dass durch die Schaffung von Mitarbeiterstellen sich für die Ausschussarbeit ein deutlich höheres Potenzial entfalten würde und die Möglichkeiten dafür, was gemacht werden kann, deutlich steigen. Als Vorteil für die Arbeit heute wird die Einbindung der Stadt gesehen.⁹

Im Bereich Ernährungsbildung wurden bisher Kooperationen angebahnt, Bestandsaufnahmen dazu durchgeführt, wie gegessen wird und ein Projektantrag geschrieben. Für den Bereich »Essbare Stadt« ist eine größere Projektmittelförderung vorhanden, hier arbeiten zwei Mitarbeiter zu je 60 Prozent. Eine Ernährungsstrategie soll für und mit der Stadt entwickelt werden und etwa gegen Mitte 2019 Vorstellbereit sein. Der Kontakt zur Politik wird als gut wahrgenommen.¹⁰

⁸ vgl. Stadt Köln. 2017. Projektkoordination für den »Ernährungsrat Köln und Umgebung«. Tätigkeitsfeld, Finanzierung und geplante Aktivitäten. Köln.

<https://ratsinformation.stadt-koeln.de/getfile.asp?id=608673&type=do&> (02.05.2018),

Stadt Köln. 2017. Zuschuss für Ernährungsrat Köln und Umgebung. Gemeinnütziger Verein »Taste of Heimat« erhält jährlich 50.000 Euro. Presse-Information 12.07. 2017 - 1032. Köln.

<http://ernaehrungsrat-koeln.de/wp-content/uploads/2017/07/Stadtratsbeschluss-Ern%C3%A4hrungsrat.pdf> (02.05.2018),

Telefongespräch mit Mitarbeiter des Ernährungsrats für Köln und Umgebung am 24.10.2018

⁹ vgl. Telefongespräch mit Mitarbeiter des Ernährungsrats für Köln und Umgebung am 24.10.2018

¹⁰ vgl. Telefongespräch mit Mitarbeiter des Ernährungsrats für Köln und Umgebung am 24.10.2018

Tabelle 2: Ampel-Bewertung der Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die Initiative zielt auf den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten im Lebensmittelbereich.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängigkeit von Wachstum		Mit dem Ziel einer stärkeren Versorgung der Region über vor Ort angebaute, regionale Lebensmittel steht eine stärkere Selbstversorgung im Fokus der Initiative.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		Mit ihrem Engagement leistet die Initiative einen Beitrag zu einer umweltschonenderen Ernährungspolitik.
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Wenn die Initiative ihre Ziele verwirklichen kann bzw. zur Verwirklichung einer stärker regional, saisonal und kleingliedriger orientierten Lebensmittelversorgung beitragen kann, sind hieraus positive ökologische Wirkungen, etwa durch geringer ausfallende Lieferketten zu erwarten.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Die Mitwirkung im Ernährungsrat steht allen offen.

2.2 Ernährungsrat Frankfurt

Der Ernährungsrat Frankfurt setzt sich zum Ziel eine nachhaltige, umweltschonende und regionale Lebensmittelversorgung der Stadt zu etablieren, in dem er Aufklärungsarbeit leistet und Akteure berät und vernetzt.

2.2.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

An dem Beispiel zeigt sich, wie eine Initiative aus bereits vorhandenen Akteuren bzw. deren Vernetzung entstehen kann und das Potenzial hat zu einem politischen Akteur der Stadt beim Thema Ernährungsversorgung zu werden.

2.2.2 Entstehungsgeschichte

Der Ernährungsrat in Frankfurt wurde am 30. August 2017 gegründet und ist maßgeblich auf die Initiatoren Bürger für regionale Landwirtschaft und Ernährung e. V., Slow Food Frankfurt, Echt hessisch!, Solawi Frankfurt und Transition Town Frankfurt zurückzuführen. Die Umweltdezernentin der Stadt Frankfurt hat die Schirmherrschaft übernommen.¹¹

¹¹ vgl. Bürger für regionale Landwirtschaft und Ernährung e. V. o. J. Internetpräsenz des Ernährungsrat Frankfurt. Beitrag »Gründung Ernährungsrat Frankfurt«. Frankfurt.

Viele Gruppen hatten sich schon zuvor mit dem Thema Ernährungswende auseinandergesetzt, sodass es für die Initiatoren Sinn machte, den Frankfurter Ernährungsrat zu gründen.¹²

2.2.3 formelle Informationen

Träger des Ernährungsrates ist der Frankfurter Verein »Bürger für regionale Landwirtschaft und Ernährung e. V.«, der Ernährungsrat stellt ein Projekt innerhalb des Vereins dar. In Arbeitskreisen wird inhaltlich zu verschiedenen Themen gearbeitet, ein Lenkungskreis ist für die operationale Arbeit und Medienwirksamkeit der Tätigkeiten zuständig. Eine Vollversammlung findet ein- bis zweimal im Jahr statt. Es ist vorgesehen, dass insgesamt sechs Arbeitskreise zu den Themen »Ernährungsbildung«, »Lokale Angebotsstrukturen und Produktionsbasis«, »Kommunikation und Praxistipps im Internet«, »Ernährungsqualität in öffentlichen Einrichtungen«, »Unterstützung von anderen Formen des Konsums« und »Plastikfreie Lebensmittel – müllfreier Lieferservice« arbeiten. Der Ernährungsrat Frankfurt zielt auf die Aktivierung von Akteuren für eine regionale und saisonale Lebensmittelversorgung der Stadt. Die nachhaltige Vermarktung von Erzeugnissen der Bauern der angrenzenden Regionen in der Stadt soll ermöglicht werden. Das Thema regionale Ernährung soll verbreitet und Institutionen über den Ernährungsrat beraten werden. Eine dreistellige Zahl von Menschen besuchte die letzte Vollversammlung des Ernährungsrats, etwa 40 Aktive bringen sich in die Arbeitskreise ein und der Lenkungskreis besteht aus sechs Personen, die Geschäftsstelle ist mit einer halben Stelle besetzt.¹³

2.2.4 informelle Informationen

Der Ernährungsrat Frankfurt knüpft in seiner Arbeit an bereits bestehende Strukturen und Initiativen an und will unter anderem Vernetzungsarbeit leisten. Die Initiatoren haben bewusst darauf verzichtet, für den Ernährungsrat selbst die Rechtsform des Vereins zu wählen, Ziel war es, möglichst viele Menschen flexibel mitarbeiten lassen zu können. Der Fokus der Initiative liegt explizit auf der praktischen Arbeit, es sollen möglichst schnell Veränderungen erreicht werden und die Arbeit ist weniger stark theoretisch geprägt. Als wünschenswert für Initiativen in diesem Bereich sieht die Initiative allgemein die Unterstützung durch finanzielle Förderung über Städte und Länder, aber auch die Unterstützung aus der Wirtschaft und Politik. Beispielhaft

<http://ernaehrungsrat-frankfurt.de/aktuelles-presse/gruendung-am-30-08-2017/> (11.04.2018)

¹² vgl. E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter des Ernährungsrat Frankfurt am 25.07.2018 und 30.07.2018

¹³ vgl. Bürger für regionale Landwirtschaft und Ernährung e. V. o. J. Internetpräsenz des Ernährungsrat Frankfurt. Beitrag »Arbeitskreise«. Frankfurt.

<http://ernaehrungsrat-frankfurt.de/arbeitskreise/> (11.04.2018),

Bürger für regionale Landwirtschaft und Ernährung e. V. o. J. Internetpräsenz des Ernährungsrat Frankfurt. Beitrag »Über uns«. Frankfurt.

<http://ernaehrungsrat-frankfurt.de/ueber-uns/> (11.04.2018),

Bürger für regionale Ernährung e. V. o. J. Internetpräsenz des Ernährungsrat Frankfurt. Beitrag »Unsere Struktur«. Frankfurt.

<http://ernaehrungsrat-frankfurt.de/ueber-uns/struktur/> (11.04.2018),

Bürger für regionale Ernährung e. V. o. J. Internetpräsenz des Ernährungsrat Frankfurt. Beitrag »Unsere Ziele«. Frankfurt.

<http://ernaehrungsrat-frankfurt.de/ueber-uns/ziele/> (11.04.2018),

E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter des Ernährungsrat Frankfurt am 25.07.2018 und 30.07.2018

führt die Initiative hier die Schirmherrschaft der Umweltdezernentin für den Ernährungsrat Frankfurt an, die offenbar als wertvoll erachtet wird.¹⁴

Als großes Projekt plant der Ernährungsrat die Reaktivierung des Frankfurter Schulgartens, wofür die Stadt Flächen zur Verfügung stellt.¹⁵

2.2.5 Ergebnisse

Die Initiative befindet sich in der Aufbauphase. Der Ernährungsrat ist inzwischen offizieller Partner des Schuldezernats der Stadt Frankfurt und berät die Stadt. Die Initiative selbst sieht es als großen Erfolg an, dass sie bereits als Berater der Stadt akzeptiert wird und in der Stadt etabliert und bekannt ist.¹⁶

Tabelle 3: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die Initiative will die Ernährungsversorgung der Stadt an die regionalen Versorgung durch ansässige Bauern binden.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Die Initiative hat das Potenzial Strukturen zu fördern, die für eine stärkere Nahversorgung der städtischen Ernährung sorgen.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Wenn es gelingt die Bezüge von Lebensmitteln stärker an das regionale Versorgungsangebot rückzubinden bzw. ein solches weiter aufzubauen, wird auch Rendite wieder stärker in der Region gebunden.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Die angestrebte Etablierung kürzerer Lieferwege sorgt für eine Entlastung der Umwelt.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Jedem steht die Mitwirkung im Ernährungsrat offen.

¹⁴ vgl. Bürger für regionale Landwirtschaft und Ernährung e. V. o. J. Internetpräsenz des Ernährungsrat Frankfurt. Beitrag »Arbeitskreise«. Frankfurt.

<http://ernaehrungsrat-frankfurt.de/arbeitskreise/> (11.04.2018),

E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter des Ernährungsrat Frankfurt am 25.07.2018 und 30.07.2018

¹⁵ vgl. E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter des Ernährungsrat Frankfurt am 25.07.2018 und 30.07.2018

¹⁶ vgl. E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter des Ernährungsrat Frankfurt am 25.07.2018 und 30.07.2018

3 Schuhe, Kleidung, Möbel

Die Hervorhebung der *lokalen* Produktion von Kleidung, Schuhen und Möbeln und die offensive Bewerbung dieses Produktionsmerkmals als besonderer Qualitätsauszeichnung für Produkte stellt einen Gegenpunkt zu dem seit langem diskutierten »Trend« einer Abwanderung und Verlagerung der Produktion ins Ausland (Stichwort »Billiglohnländer«) dar. Aus Perspektive der Wirtschaftsförderung 4.0 sind nachhaltige und vor Ort produzierende Unternehmen in besonderer Weise förderungswürdig. Der Nutzen einer Produktion »vor Ort« für die Stadt liegt dabei auf der Hand. Zum einen schafft bzw. erhält lokale Produktion Arbeitsplätze. Die Qualität der Produkte kann von den Unternehmen vor Ort gesichert werden, Label wie »Made in Germany« bzw. »Made in Osnabrück« werden damit – wenn authentisch und für den Verbraucher nachvollziehbar verwendet – zu einem besonderen Qualitätsmerkmal. Die Unternehmen und letztendlich auch die Stadt sind darüber hinaus potenziell geringer abhängig von globalen Krisenereignissen, die bspw. auch die Bezugswege und Lieferketten betreffen können und werden dadurch resilienter. Auch in ökologischer Hinsicht verspricht lokale Produktion Chancen für eine nachhaltige Wirtschaftsweise. Die Sicherung angemessener Produktionsbedingungen und die Einhaltung von Umweltschutzstandards geschieht vor Ort in Deutschland, globale Lieferketten entfallen. Der Unternehmer hat die Produktion stärker bzw. voll selbst »in der Hand«, sie wird für ihn kontrollierbarer.

Unternehmen mit besonders hohen Qualitäts- und Umweltansprüchen können im Sinne der Transparenz ihre Produktionsweise offenlegen und für den Kunden in besonderer Weise nachvollziehbar machen und sich von (internationaler) Konkurrenz abheben. Explizit regionale Produkte können den Bezug der Menschen zu ihrer Region stärken, im Idealfall können so starke nachhaltige Unternehmen von der Region und umgekehrt profitieren. Ein Kernanliegen von Wirtschaftsförderung wie Stadtmarketing wird hier angesprochen.

Lokale Produkte können die regionale Wirtschaft stärken. Wenn regionale Wirtschaftskreisläufe ausgebaut werden, können eine Vielzahl von Akteuren vor Ort profitieren. Gleichzeitig können Krisensfestigkeit der Region und die Selbstversorgung ausgebaut werden.

Im Kontext lokaler Produktion sind auch neue Entwicklungen städtischer Raumordnung zu diskutieren. Urbane Produktion löst die strikte räumliche Trennung von Wohnen und Arbeiten auf. Urbane Produktion als Produktion in den Städten wird von Brandt, Gärtner und Meyer wie folgt gefasst: »Urbane Produktion bezeichnet die Herstellung und Bearbeitung materieller Güter in dicht besiedelten Gebieten, die häufig lokale Ressourcen und lokal eingebettete Wertschöpfungsketten nutzt. Die Nähe zum Lebensraum verlangt emissionsarme und ressourceneffiziente Produktions- und Transportweisen um Nutzungskonflikte mit den Anwohnerinnen und Anwohnern zu vermeiden. Die eigenwirtschaftlich agierenden Betriebe weisen dabei vielfach Synergieeffekte mit kreativen Milieus und Dienstleistungen auf«¹⁷. Ökologische Erfordernisse, die Einbettung in die lokale (Kreativ-)Wirtschaft und das An-

¹⁷ Brandt, Martina/Gärtner, Stefan/Meyer, Kerstin. 2017. Urbane Produktion – ein Versuch einer Begriffsdefinition. Gelsenkirchen., S. 4

sprechen eines Kundenkreises, der auf qualitativ hochwertige Produkte setzt gehen hier eine enge Verbindung ein.¹⁸

Wirtschaftsförderung 4.0 stärkt die Kommune als Produktionsstandort für nachhaltige und hochwertige Produkte und unterstützt Unternehmen – von kleinen Start-Ups und urbanen Manufakturen bis zu größeren Akteuren – bei der regionalen Produktion.

¹⁸ vgl. Brandt, Martina/Gärtner, Stefan/Meyer, Kerstin. 2017. Urbane Produktion – ein Versuch einer Begriffsdefinition. Gelsenkirchen.

3.1 Carl Klostermann Söhne¹⁹

Ein Beitrag von Isabel Drissen

Die Firma Carl Klostermann Söhne ist im Bandwebe- und -flechtgewerbe tätig. Das Wuppertaler Unternehmen produziert vor allem Schnürsenkel, Kordeln und Gummilitzen für die deutsche und europäische Schuhindustrie. Während andere Unternehmen der Branche ihre Produktion nach Osteuropa und Asien ausgelagert haben, fertigt das Familienunternehmen in vierter Generation nach wie vor in Wuppertal. Dort beschäftigt der Betrieb 33 Mitarbeiter.

3.1.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die verarbeiteten Garne lässt CKS bei Unternehmen aus dem regionalen Umfeld färben und veredeln. Außerdem setzt die Geschäftsführung auf die Werte Qualität, Nachhaltigkeit und Zuverlässigkeit. Der verwendete Strom stammt beispielsweise zu 100% aus regenerativen Quellen. Zudem bemüht sich das Unternehmen, die verwendeten Garne möglichst von regionalen Zulieferern färben zu lassen. Damit kann es sich gegenüber globalen Konkurrenten erfolgreich behaupten.

3.1.2 Entstehungsgeschichte

Der Familienbetrieb wurde in 1891 von Carl Klostermann gegründet. Dessen Betrieb stellte erfolgreich vielfältige Flechtartikel her. Nach dem Eintritt seiner Söhne in die Firma spezialisierte sich der Betrieb 1922 auf die Produktion von Schnürsenkeln. Carl Klostermann Söhne wurde dann noch ein weiteres Mal an die Folgegeneration übergeben, bis 1991 und 1998 der heutige Urenkel des Gründers gemeinsam mit seiner Ehefrau den Betrieb übernahm.

3.1.3 formelle Informationen

Die Geschäftsführung, die sich bewusst vom Wachstumstrend in der Wirtschaft abkehrt, umgeht den Preisdruck des Weltmarktes durch ihre alternative Unternehmensstrategie. Statt einer möglichst günstigen Herstellung der Produkte setzt Carl Klostermann Söhne auf eine hohe Qualität der verwendeten Materialien, einen umfangreichen Service und eine hohe Lieferzulässigkeit. Die gleichbleibend geringe Größe des Unternehmens kommt dieser Strategie entgegen: Da die Prozesse relativ übersichtlich bleiben, kann das Unternehmen eine bestmögliche Betreuung der Kundinnen und Kunden durch die schnelle Handlungsfähigkeit und den direkten und persönlichen Kontakt gewährleisten.

Aber auch in Sachen Klimaschutz engagiert sich das Unternehmen zum Beispiel durch die weitestgehend schadstofffreie Produktion und Weiterverarbeitung der Materialien. Dementsprechend sind die Kundinnen und Kunden auch dazu bereit, vergleichsweise höhere Preise der Produkte in Kauf zu nehmen.

¹⁹ Literatur/ Quellen und weitere Berichterstattung:

<http://cks-schuhsenkel.de>,

IÖW (2015): Wir sind so frei. Elf Unternehmen lösen sich vom Wachstumspfad, S. 12f.

3.1.4 informelle Informationen

Da das Kerngeschäft des Unternehmens saisonalen Schwankungen unterliegt, werden Arbeitsplätze über flexible Arbeitszeitmodelle, die sich an der schwankenden Nachfrage innerhalb eines Geschäftsjahres orientieren, gesichert. Die Zusammenarbeit von Carl Klostermann & Söhne mit Kooperationspartnern ermöglicht es zudem, sich in Zeiten extrem hoher Auslastung gegenseitig zu unterstützen.

3.1.5 Ergebnisse

Carl Klostermann Söhne ist ein regional verankertes Unternehmen, das sich – entgegen der globalen Trends und einer einhergehenden Abwanderung von Textilfirmen nach Asien – bewusst für einen Standort in Deutschland entschieden hat. Dabei bestehen geringe Abhängigkeiten von Importen sowie stabile und kurze Lieferbeziehungen, da das Unternehmen Arbeitsschritte wie die Färbung und Veredlung der Garne an Betriebe in der Region vergibt.

Tabelle 4: Ampel-Bewertung der Initiative²⁰ als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Über die Zusammenarbeit bzw. das Vorziehen regionaler Partner werden regionale Wertschöpfungsketten gestärkt.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Durch die Produktion vor Ort und die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern kann die Krisenfestigkeit gestärkt werden.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Die Beachtung von Nachhaltigkeitsaspekten (Strom aus regenerativen Quellen, weitestgehend schadstofffreie Produktion u. Weiterverarbeitung der Materialien) bietet ökologische Vorteile gegenüber der Nichtbeachtung.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		

²⁰ von Roman Spies

3.2 Manomama²¹

Ein Beitrag von Isabel Drissen

Bei der Öko-Modemanufaktur manomama geht es weniger um die Verwirklichung einer innovativen Produkt- oder Dienstleistungsidee, sondern vielmehr darum, Menschen, die auf dem Arbeitsmarkt benachteiligt sind, eine Erwerbstätigkeit und damit gesellschaftliche Partizipation zu ermöglichen. Dementsprechend beschäftigt die Gründerin des Unternehmens ausschließlich Arbeitnehmer, die zum Beispiel aufgrund ihres Migrationshintergrundes, ihrer Familiensituation (alleinerziehend o. ä.) oder ihres Alters für Arbeitsagenturen als »schwer vermittelbar« gelten.

3.2.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

In einer Branche, die regelmäßig durch katastrophale Produktionsbedingungen in anderen Ländern Aufsehen erregt zeigt die Unternehmerin, wie Kleidung vor Ort unter Beachtung sozialer und ökologischer Aspekte hergestellt werden kann.

3.2.2 Entstehungsgeschichte

Bereits mit 24 Jahren gründete Sina Trinkwalder gemeinsam mit ihrem Ehemann eine Werbeagentur. Obwohl sie finanziell mit der Werbeagentur erfolgreich war, stellte sie fest, dass ihr etwas in ihrem Leben und in ihrer Arbeit fehlte. Nach der Geburt ihres Sohnes wurde ihr klar: Ihr Unternehmen sollte nicht Produkte vermarkten. Im Fokus des Unternehmens sollten Menschen anstatt der Gewinnmaximierung stehen. Daher gründete sie 2010 neben ihrer Werbeagentur noch eine weitere Firma: den «sozialen» Textilherstellungsbetrieb manomama.

3.2.3 formelle Informationen

Die Beschäftigungsverhältnisse bestehen auf unbefristeter Basis und sichern den Beschäftigten neben einem Lohn von minimal 10 Euro pro Stunde auch familienverträgliche und flexible Arbeitszeiten zu.

Die Produkte von manomama erstrecken sich von Damen- und Herrenmode über Accessoires und Schmuck bis zu eigens verfassten Büchern der Gründerin. Vertrieben werden sie sowohl über das Internet, als auch im eigenen manomama-Laden in Augsburg und über Einzelpersonen, die die Waren in ihren eigenen Geschäften und Boutiquen anbieten oder als »Mobile Herzen« die Kunden zuhause besuchen und

²¹ Literatur/ Quellen und weitere Berichterstattung:

<https://manomama.de>,

Die Welt (2012): Eine Unternehmerin bricht mit allen Regeln. Online verfügbar unter:

<https://www.welt.de/wirtschaft/article13804136/Eine-Unternehmerin-bricht-mit-allen-Regeln.html> (Abgerufen am 05.05.2017),

Blank, Oliver (2004): Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland. Der Beitrag des Gebietsmarketings zur Verwirklichung einzelhandelsbezogener Ziele der Raumordnungspolitik. Wiesbaden.,

General Anzeiger Bonn (2017): Der Wegwerfwahnsinn in der Textilindustrie. Online verfügbar unter: <http://www.general-anzeiger-bonn.de/news/panorama/Der-Wegwerfenwahnsinn-in-der-Textilindustrie-article3468381.html> (Abgerufen am 05.05.2017),

Goethe Institut (2014): Manomama. Ein textiler Gegenentwurf. Im Internet verfügbar unter:

<https://www.goethe.de/de/kul/des/20384351.html> (Abgerufen am 05.05.2017),

Spiegel (2012): Textilunternehmerin. Hoffnungslose Fälle, dringend gesucht. Beitrag vom 21.08.2012. Im Internet verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/karriere/manomama-sozialunternehmerin-gibt-arbeitslosen-eine-chance-a-850235.html> (Abgerufen am 05.05.2017)

beraten. Die Herstellung dieser Waren ist dabei nicht nur in sozialen Sinne fair: manomama berücksichtigt auch die Umwelt indem strenge ökologische Standards wie der Verzicht auf den Einsatz von bestimmten Chemikalien eingehalten und verwendete Stoffe, wie zum Beispiel die Wolle aus Augsburg, regional bezogen werden.

3.2.4 informelle Informationen

Die Arbeitsbeziehungen sind durch faire Löhne und Orientierung an den Bedürfnissen der Mitarbeiter gekennzeichnet – ein Zustand, der sich deutlich von den typischen Arbeitsbedingungen der Branche in Schwellen- und Entwicklungsländern abhebt. Somit wird deutlich, dass das Unternehmen nicht Profit und Wachstum als zentrales Ziel fokussiert, sondern stattdessen auf fair produzierte und qualitativ hochwertige Produkte setzt. Außerdem legt Gründerin Trinkwalder darauf wert, dass möglichst viel Wertschöpfung in der Region stattfindet. So lässt sie vor Ort produzieren und auch die Materialien werden, wenn möglich, aus dem regionalen Umfeld bezogen. Damit trägt manomama auch zur Stärkung anderer Betriebe in der Region bei und minimiert die Anfälligkeit der regionalen Branche gegenüber Störungen durch Schwankungen am Weltmarkt.

3.2.5 Ergebnisse

Dieses junge Geschäftsmodell wurde bereits vielfach ausgezeichnet, u.a. mit dem Barbara-Künkelin-Preis für couragierte Frauen (2014), dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie «Social Entrepreneur der Nachhaltigkeit» (2011) und dem Bayerischen Bürgerkulturpreis.

Tabelle 5: Ampel-Bewertung der Initiative²² als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Regionaler Bezug von Stoffen/Materialien trägt zur Stärkung Betriebe Region bei.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Die Produktion findet vor Ort statt.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Das Unternehmen legt Wert auf faire Löhne.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		Das Unternehmen legt Wert darauf sozial schwächere Menschen in den Arbeitsmarkt zu integrieren.
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu er-		Beachtung ökologischer Aspekte (regionaler Bezug von Stoffen, Verzicht auf Einsatz be-

²² von Roman Spies

warten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		stimmter Chemikalien) bietet ökologische Vorteile gegenüber Nichtbeachtung.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		

4 Upcycling

Zu den zentralen Herausforderungen einer ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsweise gehört der möglichst schonende und sparsame Umgang mit Ressourcen bei der Produktion. Das Upcycling nimmt in diesem Zusammenhang eine besondere Stellung ein. Der Begriff des Upcyclings bezieht sich auf die Abwandlung/Aufwertung und Wiederverwendung von Materialien bzw. Produkten in einem neuen Nutzungskomplex, die in ihrem ursprünglich vorgesehenen Verwendungszusammenhang bereits ausgemustert sind und sonst ggf. der Müllverwertung zulaufen würden oder vollständig aus dem Materialzyklus entfallen. Alte aber – in einem anderen Zusammenhang – noch nutzbare Materialien werden so wiederverwendet und zwar im Sinne einer Höherstufung, sodass aus einem zunächst nicht mehr nutzbaren Teil wieder ein höherwertiger Gegenstand wird. Die Bandbreite des Upcyclings reicht von der Bearbeitung von alten Elektronikkomponenten hin zu Schmuck bis hin zur Herstellung von Möbeln oder Wohnaccessoires aus altem Holz, beispielsweise ausgemusterten Holzpaletten.

Durch Upcyclings werden neue Produkte geschaffen. Mit dem Ansatz in der Regel auch die politische und gesellschaftliche Botschaft verbunden, dem Wegwerftrend und der Ressourcenverschwendung etwas entgegen zu setzen. Es geht hier konkret darum die Menschen zum Nachdenken über den Umgang mit Ressourcen zu bringen, indem gezeigt wird, was sich noch aus vermeintlichem Abfall herstellen lässt. Viele Upcycling-Akteure betätigen sich nicht nur selbst in der Produktion, in Workshops können Privatpersonen lebensnah erlernen, was sich aus alten Materialien herstellen lässt und werden so befähigt in ihrem eigenen Nahraum alternativen zum Wegwerfen zu entwickeln.

Einzelne Upcycling-Produkte, wie etwa Schmuckaccessoires lassen keinen direkten Umweltnutzen erwarten. Zumindest kann aber das In-Berührung-Kommen mit dem Thema eine differenziertere Betrachtung der Ressourcenproblematik auslösen. Ob tatsächlich alte und in ihrem früheren Nutzungszusammenhang tatsächlich nicht mehr brauchbare Materialien zum Einsatz kommen ist entscheidend für die Frage, ob es sich um Upcycling handelt. Produkte und Konzepte die mit Upcycling beworben werden sind daher auch kritisch zu hinterfragen. Insgesamt bewegt sich der Ansatz sowohl im Bereich einer bewussten ökologischen Agenda, als auch des Lifestyles, wobei genau hieran auch das Potenzial des Upcyclings liegt.

Upcycling als Betätigungsfeld einer Wirtschaftsförderung 4.0 zeichnet sich durch die besonderen Bedingungen des Produktionsprozesses aus. Die ausrangierten Materialien werden vielfach bereits in der Stadt zu finden sein, bezogen wird idealerweise dort, wo auch produziert wird. Kleine Upcycling-Start-Ups wird es vor allem im kreativen Bereich geben. Wirtschaftsförderung 4.0 fördert in diesem Aktionsfeld sowohl die Unternehmen als auch mögliche Upcycling-Initiativen, die etwa Workshops anbieten oder Zusammenschlüsse, in denen gemeinsam Upcycling betrieben wird.

4.1 SWANE-Café

Im Café Swane werden im Senegal hergestellte Upcycling-Objekte zum Verkauf angeboten. Gleichzeitig ist das Café Ort von Kultur- und Musikveranstaltungen.

4.1.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die Initiative zeigt exemplarisch, wie Upcycling als Geschäftsmodell in Form einer Integration in ein Café bzw. einen Veranstaltungsort funktionieren kann. Durch dieses Engagement leistet das Unternehmen einen Beitrag zum achtsamen Umgang mit Ressourcen.

4.1.2 Entstehungsgeschichte

Die Inhaberin Selly Wane hat schon Jahre vor Eröffnung des Cafés mit Upcycling-Produkten aus Afrika gehandelt. Im September 2014 rief die Unternehmerin dann das Café auf der Luisenstraße, inmitten des Wuppertaler Szenequartiers Luisenviertel, ins Leben.²³

Die Idee zu dem Konzept entwickelte sich entlang der Auseinandersetzung mit den Themen Armut und Abfall, insbesondere deshalb, weil in Senegal keine Beseitigung des Abfalls stattfindet. **Die Unternehmerin wendete sich in dem Entwicklungsprozess mit einer Skizze an die IHK und erhielt auch Hilfe durch die Wirtschaftsförderung in Wuppertal.** Für die Bewerbung für einen Kredit fielen aufgrund fehlender Garantien die konventionellen Banken aus. Basis für die Zusammenarbeit mit den Menschen im Senegal waren bereits bestehende Kontakte in das Land, noch aus Studienzeiten.²⁴

4.1.3 formelle Informationen

Im Café-Swane bietet die Inhaberin Selly Wane seit 2014 Werkstoffe an, die aufgewertet worden sind und in großen Teilen ihr Mobiliar im Café darstellen. Erwerben kann man diese ebenfalls. So können die Gegenstände, die nunmehr Tische, Stühle und Garderoben sind, angefasst und erprobt werden. Das Gesamtkonzept eines Upcycling »zum Anfassen« bringt den Menschen nicht nur die Idee des Upcyclings näher, sondern lässt diese umweltbewussten Einzelstücke aus dem Senegal auch gleich testen. Damit wird für etablierte und auch für neue Interessenten ein Ort der Begegnung geschaffen, indem sie erproben können, wie Upcycling funktioniert und was für individuelle Einzelstücke daraus entstehen können. Neben dem einzigartigen Mobiliar bietet das SWANE einen Ort für Kultur, Musik und das weitestgehend fair-trade und regional.

Handwerker und Künstler aus dem Senegal entwickeln Wohnaccessoires und Möbel aus recycelten Stoffen. Die Vision des Unternehmens *Swane* ist es, die Aufmerksamkeit der Unternehmen weg vom gewinnorientierten Handeln zu lenken hin zu einer

²³ Stadt Wuppertal. o. J. Swane Café – Wuppertals erstes Upcycling-Café! Wuppertal. <https://www.wuppertal.de/kultur-bildung/kulturbuero/rueckblick/102370100000702445.php> (04.04.2018)

²⁴ vgl. Gespräch mit Leitung des SWANE-Café am 30.07.2018

nachhaltigen, menschenwürdigen und zukunftsfähigen Arbeits- und Wirtschaftsweise. SWANE Design unterstützt junge Entrepreneurs durch faire Bezahlung und gesundheitsfreundliche Herstellung der Produkte.

Zudem fungiert SWANE als Berater bei der Unterstützung anderer Unternehmen, um deren Reststoffe gewinnbringend wiederzuverwerten.²⁵

Das Café selbst wird mit umgerechnet etwa 2,5-3 vollen Stellen betrieben, zehn Personen arbeiten hier mit maximal einer halben Stelle.²⁶

4.1.4 informelle Informationen

Für die Zusammenarbeit mit den Arbeitern im Senegal – hauptsächlich wird hier mit drei Personen zusammengearbeitet – stellt die räumliche Distanz durchaus eine Hürde dar. Das Café hat in der täglichen Arbeit den Upcycling-Ansatz in der Vergangenheit etwas ausgebremst, ursprünglich war das Café mehr als Showroom für die Upcycling-Produkte konzipiert. Heute besteht das Upcycling als ein Aspekt neben dem normalen Cafébetrieb und dessen sehr umfassenden Kulturprogramm und Veranstaltungen. Als Herausforderung beschreibt die Initiative das Thema Upcycling nachhaltig präsent zu machen. In Überlegung steht die Arbeit im Senegal zu intensivieren. An die Unternehmen, die die Produkte abnehmen, gelangte die Initiative vor allem durch Telefonakquise. Die Zahl der Kunden ist nicht gestiegen, es handelt sich um zehn bis 15 Unternehmen.²⁷

Als Ansatzpunkt für eine mögliche Förderung beschreibt die Initiative die Notwendigkeit, das Thema Upcycling insgesamt präsenter zu machen. Als entscheidender Faktor für den Erfolg wird die Verbindung von Professionalität und Langfristigkeit in der Herangehensweise gesehen. Wünschenswert aus Sicht der Initiative wäre eine Plattform für Upcycling-Akteure und die Organisation von Messen. Die Potenziale des Upcyclings für die Bereiche CSR und Marketing bei Unternehmen könnten, so die Überlegung der Initiative, mit Hilfe einer Koordinierung durch die Wirtschaftsförderung entfaltet werden, die Upcycling-Anbieter und Unternehmen zusammenbringt. Der Kontakt zu anderen Upcycling-Akteuren hingegen fällt bisher gering aus, insbesondere weil viele Unternehmen nur von einer Person getragen werden, sodass kaum Zeit für solche Kontakte zur Verfügung steht. Trotzdem kennt sich die Upcycling-Szene in NRW gut. Um ein breites Kundenpublikum anzusprechen sieht die Initiative es als erforderlich an, das Konzept Upcycling in Zukunft nicht mehr so stark in den Vordergrund zu stellen, sondern eher das Produkt und seine Ästhetik.²⁸

4.1.5 Ergebnisse

SWANE-Design zeigt ein erfolgreiches Business, das wirksam zu sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit beiträgt und in Form eines Cafés gleichzeitig einen Ort dafür schafft, dies zu präsentieren. Die Verbindung von sozialer Idee, in der aus nicht mehr

²⁵ vgl. SWANE-Design. o. J. Internetauftritt von SWANE-Design. Wuppertal.

<https://www.swane-fairecycledesign.com/> (04.04.2018)

²⁶ vgl. Gespräch mit Leitung des SWANE-Café am 30.07.2018

²⁷ vgl. Gespräch mit Leitung des SWANE-Café am 30.07.2018

²⁸ vgl. Gespräch mit Leitung des SWANE-Café am 30.07.2018

benötigten Materialien neue Dinge entstehen, dadurch faire Arbeitsplätze in Afrika geschaffen werden und den Menschen in Wuppertal die Idee des Upcyclings präsentiert wird, ist ein vielversprechendes Geschäftsmodell.

Tabelle 6: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Über die den Ansatz des Upcyclings wird es möglich Ressourcen zu sparen. Besucher werden zu Nachdenken über Konsumfragen und Ressourcenverschwendung angeregt.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Die Initiative schafft Arbeitsmöglichkeiten für Menschen im Senegal.

4.2 Oelberger Taschenmanufaktur

Das kleine Unternehmen »oelberger Taschenmanufaktur« ansässig im gleichnamigen Wuppertaler Stadtviertel produziert und verkauft Taschen aus upgecycleten Materialien in Handarbeit. Über sein Angebot bei der »Online City Wuppertal« ist es zusammen mit anderen lokalen Händlern Wuppertals auch im Internet präsent.

4.2.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Das Beispiel der Oelberger Taschenmanufaktur zeigt, wie der ökologische Ansatz des Upcyclings über eine Hobby- und Freizeittätigkeit hinaus auch als Geschäftsidee erfolgreich umgesetzt werden kann. Upcycling ist ein Konzept, das darauf setzt Ressourcen einzusparen. Umweltschonende Produktion vor Ort ist Ansatzpunkt für eine Wirtschaftsförderung 4.0, die es sich zur Aufgabe macht nachhaltige Wirtschaftsformen in der Kommune zu stärken. Die Wuppertaler Manufaktur ist lokal verankert und setzt innovative Designideen um.

4.2.2 Entstehungsgeschichte

Die Unternehmerin gründete das Start-Up im Jahr 2007 mit nur einer Nähmaschine auf dem Wuppertaler Ölberg von Zuhause aus. Sie hatte bereits zuvor mit Upcycling-Material gearbeitet und eine Faszination hierfür entwickelt: Die Designerin sieht die Arbeit mit dem Material als aufwendiger und gleichzeitig auch als spannender an, da man sich dabei den speziellen Gegebenheiten der Stoffe anpassen muss. In einem ersten Entwicklungsschritt musste Material gesucht und mit Leuten gesprochen werden, verschiedene Dinge wurden ausprobiert, eine gebrauchte Maschine erworben und die ersten Arbeiten gezeigt. Auch eine Auseinandersetzung mit dem Thema Recycling und der Frage, wie die Stoffe zu reinigen sind, war notwendig. Als es nach den ersten Schritten Zuhause zu voll wurde, mietete die Unternehmerin schließlich weitere Räume hinzu. Um Rückmeldungen zu erhalten und zu herauszufinden, wie ihre Ideen bzw. Arbeiten ankommen führte sie Veranstaltungen durch. Nach fünf Jahren wollte die Gründerin der »oelberger taschenmanufaktur« dann mehr unter Leute kommen, heute besteht ein Ladengeschäft.²⁹

4.2.3 formelle Informationen

Die angebotenen Taschen werden aus upgecycleten Industriematerialien, die zuvor mit einem biologisch abbaubaren Waschmittel gereinigt werden, in Handarbeit gefertigt. Neue Materialien werden nicht genutzt. Auch eine individuelle Fertigung wird angeboten. Etwa 25 bis 30 Prozent der Verkäufe sind individuelle Anfertigungen, der Großteil direkte Verkäufe fertiger Taschen im Laden. Da individuelle Anfertigungen sehr viel aufwendiger sind, sind diese Taschen auch entsprechend teurer. Die lokale Verwurzelung des Unternehmens zeigt sich auch über die Präsenz im Internetangebot »Online City Wuppertal« sowie in Aktionen wie der Fertigung von Taschen unter Nutzung von altem Boden aus dem Tanztheater Pina Bausch. Werner verfügt über eine Mitarbeiterin die auf Basis von ein paar Stunden arbeitet.³⁰

4.2.4 informelle Informationen

Die Unternehmerin erhebt den Anspruch modernes Design, Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein miteinander zu verbinden, auch die Langlebigkeit der Produkte wird als Pluspunkt im Sinne der Nachhaltigkeit beworben.³¹

Eine erste Kundengruppe der Taschenmanufaktur sind Personen mit besonderem ökologischen Anspruch, Vegetarier, für die Ledertaschen nicht in Frage kommen und insgesamt Personen, die einen gesamten Lebensstil pflegen, der nachhaltig und fair sein soll. Ein weiterer Kundekreis sind Menschen, die besonders »hippe« Modege-

²⁹ vgl. Oelberger Taschenmanufaktur. o. J. Über Uns. Beitrag auf der Internetpräsenz des Unternehmens. Wuppertal. <https://www.oelberger-taschenmanufaktur.com/ueber-uns/> (23.03.2018),
Telefongespräch mit Unternehmerin der oelberger taschenmanufaktur am 07.11.2018

³⁰ vgl. Oelberger Taschenmanufaktur. o. J. Internetpräsenz des Unternehmens. Wuppertal. <https://www.oelberger-taschenmanufaktur.com/> (23.03.2018),

Institut für Arbeit und Technik (IAT). 2017. Produktion zurück ins Quartier? Neue Arbeitsorte in der gemischten Stadt. Gelsenkirchen und Dortmund., S. 136,
Telefongespräch mit Unternehmerin der oelberger taschenmanufaktur am 07.11.2018

³¹ vgl. Oelberger Taschenmanufaktur. o. J. Über Uns. Beitrag auf der Internetpräsenz des Unternehmens. Wuppertal. <https://www.oelberger-taschenmanufaktur.com/ueber-uns/> (23.03.2018)

genstände haben möchten. Besonders wichtig für die Arbeit der Manufaktur ist der gute Kontakt zu den Firmen, von denen etwa Werbebanner bezogen werden. Hier wird bspw. auch angeboten, etwas für deren Mitarbeiter zu produzieren. Auch die Unternehmen in unmittelbarer Umgebung auf dem Ölberg sieht die Gründerin als wichtige Akteure an, mit denen bspw. gemeinsame Aktionen durchgeführt werden, statt zu versuchen sich als Einzelkämpfer durchzusetzen. Die gemeinsame große Herausforderung stellt aus Sicht der »oelberger taschenmanufaktur« das Internet dar. Besonders erwähnenswert ist hier, dass die Unternehmerin Gründungsmitglied der »Online City Wuppertal« war und damit Teil einer aktiven Online-Strategie für den lokalen Einzelhandel, der das Internet in sein Angebot mit einbaut und gleichzeitig eine Alternative zu übermächtigen Onlinehändlern bietet. Für die Taschenmanufaktur ist der Onlineshop ein Ladenabbild, ein nützliches Schaufenster, allerdings weniger zum direkten Verkauf.³²

Neben der Kooperation mit lokalen Unternehmen betätigt sich Werner auch in der Begleitung von Designstudenten.³³

4.2.5 Ergebnisse

Das Unternehmen hat ein breites Echo in der Lokalpresse hervorrufen können.³⁴ Die Produkte von Silvia Werner haben inzwischen einen überregionalen Kultstatus erreicht.³⁵

Das kleine Unternehmen hat heute enge Kontakte zu Akteuren (Bsp. Feuerwehr), von den Materialien abgenommen werden können. Als Problem bzw. Herausforderung sieht die Unternehmerin selbst die fehlenden zeitlichen Kapazitäten. Zwar kommt man im Ergebnis über die Runden, aber es läuft nicht so gut, wie es aus Sicht der Manufaktur wünschenswert wäre; weitere Kräfte wären nach Eigeneinschätzung wichtig. Aktuell im Jahr 2018 sucht die Unternehmerin daher auch einen Partner, der den kaufmännischen Teil der Arbeit übernimmt.³⁶

Insgesamt ist die »oelberger taschenmanufaktur« Beispiel für ein kleines Unternehmen, das einen innovativen ökologischen Produktionsansatz umsetzt und im Quartier verankert ist. Design und produziert wird vor Ort.

³² vgl. Telefongespräch mit Unternehmerin der oelberger taschenmanufaktur am 07.11.2018

³³ vgl. Institut für Arbeit und Technik (IAT). 2017. Produktion zurück ins Quartier? Neue Arbeitsorte in der gemischten Stadt. Gelsenkirchen und Dortmund., S. 136

³⁴ vgl. Oelberger Taschenmanufaktur. o. J. Über Uns. Beitrag auf der Internetpräsenz des Unternehmens. Wuppertal. <https://www.oelberger-taschenmanufaktur.com/ueber-uns/> (23.03.2018)

³⁵ vgl. Institut für Arbeit und Technik (IAT). 2017. Produktion zurück ins Quartier? Neue Arbeitsorte in der gemischten Stadt. Gelsenkirchen und Dortmund., S. 136

³⁶ vgl. Telefongespräch mit Unternehmerin der oelberger taschenmanufaktur am 07.11.2018

Tabelle 7: Ampel-Bewertung der Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Die Nutzung bereits gebrauchter Materialien spart Ressourcen. Der Bezug gebrauchter Materialien aus der Region verkürzt Transportwege.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Das Unternehmen geht sehr offen und damit transparent mit Herkunft und Bearbeitungsformen der gebrauchten Stoffe um.

4.3 PLUP – Planet Upcycling

Planet Upcycling ist ein kleines von einem Ehepaar geführtes Unternehmen in Düsseldorf-Flingern, das selbst Upcycling-Mode entwirft und produziert und in seinem Ladenlokal darüber hinaus auch weitere Upcycling-Produkte anderer Designer zum Kauf anbietet. Planet-Upcycling bietet auch verschiedene Dienstleistungen in dem Bereich Design und Upcycling an. In Workshops können Interessierte mehr über Upcycling erfahren und erlernen. Die Upcycling-Idee wird aktiv an die Menschen herangetragen, so etwa über das Angebot von Upcycling-Kursen für Schulen.

4.3.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die Initiative zeigt, wie Upcycling als nachhaltiges Produktionskonzept geschäftlich erfolgreich genutzt werden kann. Das kleine Unternehmen trägt mit seinen Aktivitäten auch dazu bei die Upcycling-Idee gesellschaftlich bekannt zu machen.

4.3.2 Entstehungsgeschichte

Das kleine Unternehmen wurde von einer verheirateten Modedesignerin und einem Grafikdesigner gestartet. Nach Jahren der durch die Geburt des Sohnes ausgelösten Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit wurde schließlich 2012 das Ladenlokal im Düsseldorfer Stadtteil Flingern eröffnet. Bei ihrer früheren Tätigkeit für verschiedene Unternehmen hatten die beiden Kreativen immer wieder das Gefühl be-

kommen, ihre besten Ideen für Unternehmen bzw. Produkte und Konzepte herzugeben, hinter denen man letztendlich nicht vollständig stand. Nach längeren Recherchen zum Thema Upcycling wurde Ende 2011 ein Business-Plan geschrieben, mit dem man bei verschiedenen Finanzinstituten vorstellig wurde, jedoch keine finanzielle Unterstützung erhielt. Das Unternehmen startete ohne jegliche Fremdfinanzierung vollständig selbstfinanziert. Zunächst ging es den Unternehmern darum, internationale Upcycling-Produkte nach Deutschland zu holen, um zu zeigen, welches Potenzial in diesem Kreativbereich angelegt ist. Die entsprechenden Designer sollten unterstützt werden und eine Absatzmöglichkeit bekommen. Zwar konnte das Ladenlokal zügig eine hohe Besucherzahl verzeichnen, da sich die Menschen aber hauptsächlich von dem gezeigten ausschließlich inspirieren ließen und nicht einkauften, kam es nicht zu den entsprechenden Umsätzen. Schließlich wurden Upcycling-Workshop-Programme entwickelt, die bedeutend zur finanziellen Sicherung des Unternehmens führten. Auch Aufträge von größeren Firmen bearbeitete und bearbeitet das kleine Unternehmen. PLUP ist in der Branche inzwischen ein bekannter Akteur geworden, auch wenn das Unternehmen klein geblieben ist.³⁷

4.3.3 formelle Informationen

Das Unternehmen produziert und verkauft Upcycling-Produkte, auch anderer Fertiger, und bietet gleichzeitig Dienstleistungen in diesem Bereich an. Damit richtet sich Planet Upcycling sowohl an Privat-, wie auch an Firmenkunden und Designer. Unterstützt werden soll nicht nur die Verwertung von nachhaltigen Materialien, sondern auch die lokale Produktion unter Berücksichtigung sozialer Kriterien. Privatkunden können Upcycling-Produkte erwerben, Designern wird eine Möglichkeit geboten ihre Produkte über Planet Upcycling abzusetzen und Firmen werden Beratungsmöglichkeiten angeboten.³⁸

Unter der Eigenmarke »Plup Fashion« werden neue Kleidungsstücke aus gebrauchten Materialien entworfen und gefertigt. Kunden können sich Kleidung auch auf individuellen Wunsch hin fertigen lassen. Eine Schnittmacherin und zwei Designerinnen arbeiten in diesem Bereich.³⁹

Zu den Angeboten des kleinen Unternehmens zählt für Privatkunden bspw. auf Basis einer Auswertung des Kleiderschranks alte, nicht mehr getragene Kleidung der Kundinnen und Kunden in neue, zum derzeitigen Stil der Person passende Stücke umzuwandeln. Für Schulen werden darüber hinaus Workshops angeboten, in denen die Schülerinnen und Schüler selbst mit alten Dingen arbeiten und diese umwandeln können.⁴⁰

³⁷ vgl. PLUP. o. J. Über Uns. Düsseldorf.

<https://www.planet-upcycling.de/uber-uns/> (07.05.2018),

Telefongespräch mit Unternehmer von Planet Upcycling am 04.07.2018

³⁸ vgl. PLUP. o. J. Inspiration und Konzept. Düsseldorf.

<https://www.planet-upcycling.de/uber-uns/konzept/> (08.05.2018)

³⁹ vgl. PLUP. o. J. PLUP Fashion. Düsseldorf.

<https://www.planet-upcycling.de/upcycling-laden/plup-fashion/> (08.05.2018)

⁴⁰ vgl. PLUP. o. J. Für Kunden. Düsseldorf.

<https://www.planet-upcycling.de/services/fuer-kunden/> (08.05.2018)

Kleinen Designern wird angeboten, ein Teil des Ladens für den Präsentation bzw. Verkauf der eigenen Produkte zu nutzen, wenn diese ökologischen Kriterien entsprechen bzw. Upcycling-Produkte sind.⁴¹

Mit den Partnern Diakonie und Caritas werden monatliche Workshop-Programme angeboten, in denen sich die Teilnehmer mit Upcycling beschäftigen. Unternehmen können die Fertigung von Produkten aus ausrangiertem Material in Auftrag geben, bei dem die Auftraggeber teils gar für die Entsorgung zahlen müssten und so bspw. für Kunden oder Mitarbeiter Geschenke wie Taschen aus alten Planen entwickeln lassen. Planet Upcycling bewältigt die Unternehmens-Aufträge, Workshop-Angebote und die Arbeit im Ladengeschäft weitestgehend immer noch ausschließlich über die beiden Gründer. Lediglich unterstützend verfügt das kleine Unternehmen regelmäßig über Praktikantinnen sowie ein kleines Netzwerk an freien Mitarbeitern z. B. für Ladendienste oder die Assistenz bei Workshops.⁴²

4.3.4 informelle Informationen und vertiefende Analyse

Planet Upcycling versteht das Upcycling als eine Idee des Querdenkens und der Kreativität und weniger technisch. Insbesondere die Upcycling-Workshops in Kooperation mit Diakonie und Caritas entwickelten sich für das kleine Unternehmen zu einem wichtigen Standbein, das zu einer höheren finanziellen (Planungs-)Sicherheit führte. Mit dem Verkauf von Upcycling-Produkten selbst ist nach Einschätzung von Planet Upcycling insgesamt schwieriger Geld zu erwirtschaften als mit konventionellen Produkten, da die Margen durch Kleinserien und Unikate deutlich kleiner sind. Das Ladengeschäft stellt daher im Gesamtkonzept des Unternehmens eine Komponente mit höherer Unsicherheit dar. Hilfreich ist inzwischen die Bekanntheit die das Unternehmen in der Branche erlangt hat. Designer kommen auch aktiv auf Planet Upcycling zu, Design- und Nachhaltigkeitsmessen werden aktiv als Kontaktpunkträume besucht. Bei den Privatkunden beschreibt das Unternehmen die Zielgruppe die erreicht wird selbst als »Lifestyle of Health an Saustanibilitly«, Menschen oft zwischen 35 und 55 mit Familie, gehobenem Einkommen und Interesse an Design.

Als Herausforderung während der Gründungsphase wurde die lange Zeit der Präsentation des Konzepts empfunden, die aufgrund des mangelnden Erfolgs einiges Frustrationspotenzial barg. Letztendlich scheiterten die Finanzierungsversuche am fehlendem Eigenkapital. Andererseits sieht das Unternehmen im Rückblick in dem letztlich beschrittenen Weg auch den Vorteil, das man gezwungen war sich schnell zu entwickeln. Seit dem zweiten Jahr arbeitet das Unternehmen profitabel, wenn die erwirtschafteten Gewinnen auch nicht reichen um allein von dieser Einkommensquelle zu leben. Insgesamt besteht für das Unternehmen vor allem Bedarf an zusätzlichem Personal, dass sich bspw. um den Bereich Social Media oder ein Crowdfunding-Projekt kümmern würde, sodass den beiden Unternehmern die Zeit für andere Dinge zur Verfügung steht. Derzeit fließt der allergrößte Teil der Arbeitszeit der beiden Kreativen in die Abarbeitung zu erledigender Dinge, sodass Zeit für die Entwick-

⁴¹ vgl. PLUP. o. J. Für Designer. Düsseldorf.

<https://www.planet-upcycling.de/services/fuer-designer/> (08.05.2018)

⁴² vgl. Telefongespräch mit Unternehmer von Planet Upcycling am 04.07.2018

lung von Zukunftsprojekten fehlt. Wäre darüber hinaus bereits zu Beginn Kapital vorhanden gewesen, um in teure Industrienähmaschinen zu investieren, hätte sich das Unternehmen nach eigener Einschätzung in eine noch andere Richtung entwickeln können, ggf. hätten auch Arbeitsplätze geschaffen werden können.⁴³

4.3.5 Ergebnisse

Die Situation des Unternehmens heute wird in Eigeneinschätzung als schuldfrei, profitabel, aber klein charakterisiert. Planet Upcycling hat dabei in der Vergangenheit mediale Aufmerksamkeit erfahren können. Dem Unternehmen ist darüber hinaus bereits der Nachhaltigkeitspreis der Stadt Düsseldorf verliehen worden. Reiseführer weisen Düsseldorf-Touristen inzwischen gezielt auf das Upcycling-Unternehmen hin.⁴⁴

Planet Upcycling ist Beispiel für ein Unternehmen, dass das nachhaltige Konzept des upcyclens über seine Kursangebote aktiv verbreitet und damit zur Etablierung des Konzepts des Umwandeln und Weiternutzens auch in Eigenproduktion beiträgt. Darüber hinaus betätigt sich das Unternehmen auch selbst in der Upcycling-Produktion und macht alte Materialien weiternutzbar und entfaltet damit potenziell einen erheblichen Nutzen für die Umwelt. Die Anziehungskraft des Kreativunternehmens verdeutlicht darüber hinaus die Potenziale, die attraktive und innovative Konzepte für einen kommunalen Wirtschaftsstandort entfalten können.

Tabelle 8: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Das Unternehmen setzt die Idee des Upcyclings u. a. über eigene Produktion, Verkauf entsprechender Produkte und das Anbieten von Dienstleistungen in die Praxis um. Damit wird eine ressourcenschonende Produktions-

⁴³ vgl. Telefongespräch mit Unternehmer von Planet Upcycling am 04.07.2018

⁴⁴ vgl. Telefongespräch mit Unternehmer von Planet Upcycling am 04.07.2018

		weise genutzt und die Upcycling-Idee als Teil nachhaltiger Lebensweise aktiv nach außen vertreten.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Das Unternehmen möchte die Idee des Upcyclings weitergeben. Über Workshops werden die Menschen dabei unterstützt, sich Wissen rund um das Thema Upcycling anzueignen und selbst aktiv zu werden. Damit weist das Konzept des Unternehmens deutlich über den reinen Verkauf produzierter Produkte hinaus und aktiviert dadurch die Eigentätigkeit der Menschen.

5 Stadt- und Regionalgärten

Gärtnerische Aktivitäten in der Stadt, insbesondere solche, die in (teil-)öffentlichen Räumen stattfinden und sich durch die gemeinschaftliche Unternehmung auszeichnen, können Städte und ihre Viertel bereichern und aufwerten. In unterschiedlichen Organisations- und Umsetzungsformen pflanzen und ernten Menschen hier an einem Ort gemeinschaftlich bspw. Gemüse und treten miteinander in Kontakt. Eine Reihe möglicher positiver Effekte lassen stadtgärtnerische Initiativen zu einem interessanten Ansatzpunkt der aktiven Stadtgestaltung und einer Wirtschaftsförderung 4.0 werden. Freie bzw. brachliegende Flächen können verschönert und in eine sinnvolle Nutzung überführt werden, grüne Flächen in der Stadt geschaffen werden. Gärten können als offene Orte des menschlichen Zusammenkommens fungieren und einen Beitrag zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts in der Kommune darstellen.

Das Gärtnern sich zu einem sinnvollen Betätigungsfeld für Menschen unterschiedlicher sozialer Hintergründe entwickeln. Die Attraktivität von Vierteln lässt sich anheben. Der Anbau von Gemüse und Kräutern vor Ort kann – auch wenn die ökologischen Effekte aufgrund der begrenzten Größe der Projekte (derzeit) wohl nur gering ausfallen werden – einen Beitrag zu einer stärker nachhaltigen Form der Lebensmittelversorgung leisten. Zumindest wird so das praktische Wissen um Pflanzen und das Gärtnern in der Bevölkerung verbreitert. Eine (Teil-)Versorgung mit Gemüse ist ebenfalls ein Beitrag zu einer höheren Resilienz der Kommune.

Zu den Herausforderungen und Problemen solcher Initiativen zählt unter anderem ihre räumliche Integration in ihr Umfeld dar. Mögliche Nutzungskonflikte sind umfassend zu klären, nicht nur im Eigeninteresse der jeweiligen Initiative, für die eine höhere Planungs- und Bestandssicherheit erhebliche Vorteile hat. Mögliche schädliche Belastungen von zu verspeisenden Gemüse (etwa durch städtische Umweltbelastungen wie Luftverschmutzung sowie mögliche Bodenbelastungen) sind auszuschließen. Ansatzpunkte für eine mögliche Förderung könnte bspw. das Aufmerksam-Machen auf bestehende Initiativen sein, die Unterstützung der Initiative bei der Suche nach Flächen sowie Hilfe bei der Klärung von Eigentums- und Nutzungsverhältnissen. Beispiel für eine umfassende Förderung des Gärtnerns in seinen verschiedenen Formen ist die Stadt Wien (siehe dazu Fallbeispiel »Garteln in Wien«).

Internet-Hinweis und Literatur-Hinweise zum Thema Stadtgärten:

- <https://anstiftung.de/urbane-gaerten/gaerten-im-ueberblick?view=map>
anstiftung. o. J. Die urbanen Gemeinschaftsgärten im Überblick. Informationsseite auf der Internetpräsenz der anstiftung. München. (25.09.2018)
Die »anstiftung« bietet einen Überblick zu urbanen Gemeinschaftsgärten in Deutschland mit Suchfunktion.
- von der Haide, Ella. 2014. Die neuen Gartenstädte. Urbane Gärten, Gemeinschaftsgärten und Urban Gardening in Stadt- und Freiraumplanung. Internationale Best Practice Beispiele für kommunale Strategien im Umgang mit Urbanen Gärten. o. O.
- Appel, Ilka/Grebe, Christina/Spitthöver, Maria. 2011. Aktuelle Garteninitiativen. Kleingärten und neue Gärten in deutschen Großstädten. Kassel.

5.1 Prinzessinnengärten Berlin

Die Prinzessinnengärten benutzen ein Gelände im Kern der Berliner Innenstadt um dort zu einer großen Zahl von Menschen gemeinschaftlich Gemüse anzubauen und zu ernten. Die Initiative steht allen Interessierten zur Mitwirkung offen, insbesondere an den Arbeitstagen in der Saison, donnerstags und samstags. Das Gemüse ist nach der Ernte zu zahlen.

5.1.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die Prinzessinnengärten Berlin stehen beispielhaft für die Nutzung leerstehender bzw. brachliegender Fläche in Innenstädten zur Umwandlung in Orte des gemeinsamen Gemüseanbaus und des zwischenmenschlichen Austauschs. Die Größe des Projekts und die Menge an engagierten Personen zeigt, welches Potenzial in Ansatz der Stadt- und Regionalgärten steckt.

5.1.2 Entstehungsgeschichte

2009 hat die Initiative das Gelände am Moritzplan von der Berliner Liegenschaftsfond gemietet. Ein Bericht im Magazin »zitty« sorgte dafür, dass die Initiatoren bei der Bereinigung der Fläche von über 1000 Freiwilligen, die so auf das Projekt aufmerksam wurden, unterstützt wurden. Eine geplante Privatisierung der Fläche konnte 2012 durch die Unterstützung von über 30.000 Personen verhindert werden.⁴⁵

5.1.3 formelle Informationen

Träger der Initiative sind die Nomadisch Grün gGmbH und der Verein Common Grounds. Das Gemüse in den Prinzessinnengärten bauen die Mitwirkenden in Kisten bzw. Säcken an, dies vermeidet das In-Kontakt-Kommen der Lebensmittel mit möglichen Bodenbelastungen und ermöglicht die mobile Handhabung der Beete. Es gilt ein ökologischer Anspruch, so sind etwa Samen und Erde biozertifiziert. Während der Saisonarbeit auf dem Gelände können alle Interessierten donnerstags und samstags bei der Pflege des Gartens mithelfen. Das zu kaufende Gemüse wird vorher selbst geerntet. Ein engeres Team von 20 bis 30 Personen, teilweise Angestellte des Gartens, arbeiten darüber hinaus kontinuierlich für das Projekt. Die vom Liegenschaftsfond Berlin angemietete Fläche für das Stadtgärtnernprojekt am Moritzplatz in Berlin besitzt eine Ausdehnung von 6000 Quadratmetern. Die Anlage steht während der Saison Besuchern offen. Neben einem Gastronomieangebot auf dem Gelände, das zur Finanzierung des Projektes beiträgt – daneben wirbt das Projekt auch für Spenden –, engagieren sich die Prinzessinnengärten auch beim Aufbau weiterer Gärten für andere Einrichtungen und verbreiten ihr Anliegen über Veranstaltungen.⁴⁶

⁴⁵ vgl. Prinzessinnengärten. o. J. FAQ. Berlin.
<http://prinzessinnengarten.net/de/faq/> (03.04.2018),

Prinzessinnengärten. o. J. Presse. Berlin.
<http://prinzessinnengarten.net/presse/> (03.04.2018)

⁴⁶ vgl. Prinzessinnengärten. o. J. FAQ. Berlin.
<http://prinzessinnengarten.net/de/faq/> (03.04.2018),

5.1.4 informelle Informationen

Der Gründer der Initiative wurde über einen Aufenthalt in Kuba auf entsprechende Anbaukonzepte aufmerksam, auch die Frage, wie er Familie und Beruf gut miteinander verbinden kann, war für Robert Shaw ein Auslöser, die Gründung der Initiative anzugehen. Die Arbeit in den Prinzessinnengärten ist darüber gekennzeichnet, dass viele fachfremde Personen, also ohne bspw. eine Gärtnerausbildung, in dem Projekt mithelfen und gärtnerisch aktiv sind. Dies hat auch zur Folge, dass beim Anbau der Pflanzen Fehler geschehen, die von der Initiative aber auch als nützlich bzw. lehrreich angesehen werden. Neben der gärtnerischen Arbeit besteht eine Küche die täglich Gerichte anbietet, womit zusammen mit externem Gartenbau, Beratungsangeboten und Spenden Einnahmen generiert werden, wobei der Verkauf des Gemüses bzw. der Kräuter nur einen sehr kleinen Teil ausmacht. In der Vergangenheit erwies sich die mangelnde Planungssicherheit, aufgrund der geringen Laufzeit der Mietverträge für die Fläche, als Problem für die Initiative.⁴⁷

5.1.5 Ergebnisse

Die Initiative hat national wie international Beachtung in den Medien gefunden. Über 1000 Freiwillige sind pro Saison in dem Garten tätig, 2500 Menschen nutzen die Chance sich durch Führungen zu informieren und das Projekt schätzt, dass es im Jahr von etwa 60.000 Menschen besucht wird.⁴⁸

Die Prinzessinnengärten Berlin haben eine brachliegende Innenstadtfläche wieder aktiviert und können mit dem Anbau von Gemüse vor Ort einen Beitrag zu einem ökologischen Bewusstseinswandel im Bezug auf die Produktion von Lebensmitteln leisten. Die Zahl der Mitarbeiter bzw. die Größe des Aktivenkreises zeigt das Nachfragepotenzial für solche Formen urbaner Produktion.

Tabelle 9: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschafts-		

Prinzessinnengärten. o. J. Kontakt. Berlin.

<http://prinzessinnengarten.net/kontakt/> (03.04.2018)

⁴⁷ vgl. Thomma, Norbert (Süddeutsche Zeitung Magazin). 2011. Robert Shaw: früher Regisseur und Videokünstler, heute Gärtner. München.

<https://sz-magazin.sueddeutsche.de/essen-und-trinken/robert-shaw-frueher-regisseur-und-videokuenstler-heute-gaertner-78645> (28.08.2018),

Robert Shaw im Interview, in: Stienen, Sven (tip Berlin). o. J. Interview über den Prinzessinnengarten in Kreuzberg. Berlin.

<https://www.tip-berlin.de/interview-uber-den-prinzessinnengarten-kreuzberg/> (28.08.2018)

⁴⁸ vgl. Prinzessinnengärten. o. J. Presse. Berlin.

<http://prinzessinnengarten.net/presse/> (03.04.2018),

Prinzessinnengärten. o. J. FAQ. Berlin.

<http://prinzessinnengarten.net/de/faq/> (03.04.2018)

kreisläufe?		
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Die Initiative kann einen ersten Schritt in Richtung einer stärkeren Selbstversorgung mit Lebensmitteln darstellen bzw. Wege hierzu aufzeigen.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientiere Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Die Initiative ermöglicht den Anbau von Gemüse vor Ort. Zusätzlich werden ökologische Prinzipien beim Anbau angewandt.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Das Projekt steht allen Menschen zum Mitmachen offen.

5.2 Garteln in Wien

»Garteln in Wien« ist ein Projekt, das den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt sowohl Beratung zum Bezug von regionalem Gemüse als auch für die Startphase von Garteninitiativen anbietet. Es ist eingebunden in vielfältige Aktivitäten der Stadt Wien, die Gemeinschaftsgärten und ähnliche Initiativen fördern und unterstützen.

5.2.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Das Projekt ist Beispiel dafür, wie die Stadt Initiativen im Bereich der Stadt- und Regionalgärten konkret fördern kann. Die beratenden Angebote sind Teil einer Stadtpolitik, die den gärtnerischen Initiativen auch eine finanzielle Unterstützung anbietet und Flächen zugänglich macht.

5.2.2 Entstehungsgeschichte

Die Informationsstelle für die Wienerinnen und Wiener wurde im Juni 2016 ins Leben gerufen. Sie ist Teil eines größeren Ansatzes, der aus dem Anliegen des rot-grünen Regierungsübereinkommens entstand, Urban Gardening im Allgemeinen zu fördern.⁴⁹

5.2.3 formelle Informationen

Das Projekt »Garteln in Wien« wird gemeinsam getragen von der Bio Forschung Austria und der Magistratsabteilung 49. Die gegründete Anlaufstelle soll den Wienerinnen und Wienern eine Informationsmöglichkeit bieten, wie in Wien gegärtnert bzw. regional produziertes (Bio-)Gemüse bezogen werden kann. Das Projekt bietet

⁴⁹ vgl. Bio Forschung Austria. o. J. Garteln in Wien. Wien. <http://bioforschung.at/projects/garteln-in-wien/> (09.05.2018), Telefongespräch mit Mitarbeiter von Garteln in Wien am 13.06.2018

auch Beratung für Garten-Initiativen in der Startphase an, etwa zu Wahl der Rechtsform und möglichen Flächen.⁵⁰

Dieses Informationsangebot ist eingebettet in vielfältige Aktivitäten der Stadt Wien im gärtnerischen Bereich. Unterschiedliche Magistratsabteilungen der Stadt sind eingebunden, so sind auf den Flächen der MA Forst- und Landwirtschaftsbetriebe Ökoparzellen und Gemeinschaftsgärten zu finden, die MA Wiener Stadtgärten fördert pro Bezirk einen Gemeinschaftsgarten und verpachtet Parkflächen an Gemeinschaftsgärten, die MA Straßenverwaltung und Stadtbau wiederum stellt Baumscheiben zum Gärtnern bereit. Weitere Stellen wie die Gebietsbetreuungen Stadterneuerung engagieren sich ebenfalls in dem Bereich. Des weiteren finden sich in Wien zahlreiche Gemüsepachtparzellen, die für eine Zeit von einem Landwirtschaftsbetrieb an Interessierte verpachtet werden und dann später wieder von dem Betrieb übernommen werden. Auch die Stadt bietet solche Gemüsepachtparzellen an, die günstiger als die der Bauern sind, wobei aber die Nachfrage so hoch ist, dass dies keine negativen Auswirkungen auf die Angebotsinanspruchnahme bei den Bauern hat. In den Gemeindebauten, bei denen die Sozialarbeit von den Wohnpartnern Wien erbracht wird, gibt es zahlreiche Urban-Gardening-Projekte, etwa mobile Hochbeete, die vor allem aufgrund ihrer flexiblen Einsatzmöglichkeit Vorteile bieten. Bei Errichtung eines Gemeinschaftsgartens in einer Siedlung muss die Hälfte der Bewohner hierfür unterschreiben.⁵¹

Die Wiener Stadtgärten bieten eine Einmalförderung für die Errichtung eines Gemeinschaftsgartens in Höhe von maximal 3.600 Euro an, die die Initiative nach Errichtung überwiesen bekommt. Der geplante Gemeinschaftsgarten, gefördert wird eine Initiative pro Bezirk, muss dafür als Verein organisiert sein, eine Genehmigung der Bezirksvorstehung muss eingeholt werden und mit dem Grundstücksbesitzer muss ein Vertrag geschlossen werden.⁵²

Eine Liste der verschiedenen Gemeinschafts- und Nachbarschaftsgärten in der Stadt wird auf der Internetseite »Garteln in Wien« für Interessierte zur Verfügung gestellt.⁵³

5.2.4 informelle Informationen und vertiefende Analyse

»Garteln in Wien« betont die lange Tradition von Urban-Gardening-Projekten, die es bereits nach dem 2. Weltkrieg gab, dann aus der Mode kamen und die heute wieder verstärkt nachgefragt werden. Die Angebote heute sollen möglichst gleichberechtigt nebeneinander stehen. Anstoß für die heutige Förderstruktur in Wien gab ein rot-grünes Regierungsübereinkommen, dass Urban Gardening fördern will.

⁵⁰ vgl. Bio Forschung Austria. o. J. Garteln in Wien. Wien.

<http://bioforschung.at/projects/garteln-in-wien/> (09.05.2018)

⁵¹ vgl. Bio Forschung Austria. o. J. Städtische, stadtnahe und private Organisationen. Wien.

<http://garteln-in-wien.at/organisationen/> (09.05.2018),

Telefongespräch mit Mitarbeiter von Garteln in Wien am 13.06.2018

⁵² vgl. Bio Forschung Austria. o. J. MA 42 – Wiener Stadtgärten. Wien.

<http://garteln-in-wien.at/ma-42-wiener-stadtgaerten/> (09.05.2018)

⁵³ vgl. Bio Forschung Austria. o. J. Gemeinschaftsgärten und Nachbarschaftsgärten. Wien.

<http://garteln-in-wien.at/gemeinschaftsgaerten-und-nachbarschaftsgaerten/?b=1> (09.05.2018)

»Garteln in Wien« ist die offizielle Anlaufstelle in dem komplexen Fördersystem, die den Gesamtüberblick behalten soll und mit 2,5 Mitarbeitern Anfragen zu Urban Gardening beantwortet und die Bürgerinnen und Bürger entsprechend weitervermittelt. Viermal pro Woche ist für jeweils zwei Stunden eine Infohotline geschaltet, die Bürgerinnen und Bürger können sich auch per E-Mail informieren. So melden sich dann Menschen und wollen bspw. wissen, wo sie sich mit einer bestimmten Tätigkeit einbringen können die ihnen vorschwebt und werden dann mit Informationen versorgt, wo in ihrem Umkreis eine solche Tätigkeit möglich ist.

Initiativen, die sich neu gründen möchten, werden über notwendige Voraussetzungen informiert und auf zu beachtende Punkte aufmerksam gemacht, etwa die Notwendigkeit einer Wasserentnahmestelle. Die Info-Stelle wird durch die Stadt finanziert und nutzt auch die Infrastruktur der Stadt, die Bioforschung Austria ist ein gemeinnütziges Forschungsinstitut. Angeboten werden Informationsveranstaltungen und Kurse für Konsumenten, Bauern und bspw. auch speziell für Kinder bzw. Schulklassen. Hier geht es bspw. darum, handwerkliche Dinge zu erlernen, sich mit dem Gartenbau zu beschäftigen oder sich mit der Frage auseinanderzusetzen, warum es wichtig ist, biologischen Anbau zu betreiben.

Die Wiener Erfahrungen zeigen insgesamt, dass die städtische Förderung eines Gemeinschaftsgartens mit 3.600 Euro nicht vollständig ausreicht. In Wien fördern die Bezirke die Gärten zusätzlich. Die Förderung eines Gartens pro Bezirk kann allerdings dazu führen, dass pro Bezirk ein »Vorzeigegarten« entsteht. Für den Erfolg einzelner Projekte ist vor allem auch deren Erreichbarkeit entscheidend. So müssen Gemüsepachtparzellen gut öffentlich erreichbar sein, genauso wie sonstige Projekte in Randbezirken, für deren Gelingen die öffentliche Anbindung etwa durch eine Buslinie entscheidend ist. Bei Gemeinschaftsgärten in der Stadt ist hingegen die fußläufige Erreichbarkeit wichtig. Außerdem muss bei Errichtung eines Gemeinschaftsgartens in einer Siedlung die vorherige Nutzung abgeklärt werden und die betroffenen Menschen sollten dann möglichst in den Prozess eingebunden werden. So können bspw. Jugendliche, die den Bereich vorher nutzten erfolgreich in das Projekt eingebunden werden, womit auch das Risiko von Vandalismus sinkt.

Die Erfahrung zeigt, dass Gemeinschaftsgärten einer Betreuung bedürfen. So sind monatliche Besprechungen wichtig und viele organisatorische Aufgaben, etwa die Organisation von Festen zu bewältigen. So wird in Wien ein Tag der offenen Gemeinschaftsgärten organisiert und es gibt Fahrradtouren zwischen den verschiedenen Gärten. Der Großteil der Gärten würde ohne eine Betreuung in der Startphase wohl nicht funktionieren. Positiv ist grundsätzlich, dass die unterschiedlichen Menschen unterschiedlichste Möglichkeiten haben sich einzubringen, da von dem Bau von Gartenmöbeln bis zum Mähen von Wiesen zahlreiche Dinge zu erledigen sind. Auch bei den kleinteiligeren Wiener Ansätzen wie der äußerst erfolgreichen Baumscheibepflege hat sich gezeigt, dass die Menschen Ansprechpartner brauchen, an die sie sich bei Problemen, etwa der Verstellung der Fläche durch Fahrräder, wenden können. Die Berücksichtigung von Kindern ist ebenso Bestandteil des Konzepts von »Garteln in Wien«. So werden etwa bei entsprechenden Kursen 5 Euro pro Kind verlangt, was nicht kostendeckend, aber gut fördermöglich ist.

Funktionierende Gemeinschaftsgärten bewirken, dass Menschen miteinander in Kontakt kommen und stärken die Gemeinschaft in einem Viertel. **Ein Wiener Fall zeigt auch, dass darüber hinaus für die Raumordnung positive Effekte entstehen.** So kann eine Befriedung und Aufwertung von Fläche erfolgen, so geschehen in einem Wiener Gemeinschaftsgarten, durch den es in der Umgebung in der Nacht deutlich leiser geworden ist.⁵⁴

5.2.5 Ergebnisse

In Wien bestehen heute zahlreiche Gemeinschaftsgärten und darüber hinaus viele weitere, kleinteiligere Angebote für die Bürgerinnen und Bürger gärtnerisch in der Stadt tätig zu werden. So werden bspw. inzwischen mehr als 800 Baumscheiben in ganz Wien von Bürgern gepflegt und sollen das Stadtbild verschönern. Die Anlaufstelle »Garteln in Wien« mit 2,5 Mitarbeitern, die zum Thema Urban Gardening arbeiten, fungiert in dem System als Lotse und erste Anlaufstelle für Interessierte, denen dann die verschiedenen Möglichkeiten des Urban Gardenings aufgezeigt werden können.⁵⁵

Der Wiener Ansatz Urban Gardening zu fördern zeigt Wege auf, die auch eine erfolgreiche Wirtschaftsförderung 4.0 beschreiten kann, um Stadt- und Regionalgärten umfassend zu unterstützen. Die Informations- und (Erst-)Anlaufstelle »Garteln in Wien« ist ein solches Beispiel innerhalb des komplexen Unterstützungssystems in Wien. Interessierte finden hier einen zentralen Ansprechpartner der sie beraten bzw. an die betreffende Stelle weitervermitteln kann. Mit dem Angebot kann erreicht werden, dass mehr Menschen von den Möglichkeiten des Urban Gardenings in ihrer Umgebung erfahren. Dies mindert für die Initiativen das Risiko, dass weitere Teilnehmer bloß aufgrund fehlender Informationen nicht zur Initiative hinzustoßen. Die Möglichkeit, regional und umweltschonend vor Ort Gemüse anzubauen wird gefördert, dieser ökologische Vorteil verbindet sich hier mit dem Schritt in Richtung einer stärkeren Selbstversorgung der Region, auch wenn diese durch die kleinen Initiativen nicht vollständig gewährleistet werden kann.

Tabelle 10: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		ja
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Die Anregung von Gärtner-Initiativen bzw. ihre Unterstützung kann im Erfolgsfall dafür sorgen, dass die Bürger einen Teil ihrer Lebensmittelversorgung selbst organisieren können.

⁵⁴ vgl. Telefongespräch mit Mitarbeiter von Garteln in Wien am 13.06.2018

⁵⁵ vgl. Telefongespräch mit Mitarbeiter von Garteln in Wien am 13.06.2018

Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Der Gewinn besteht in der Ernte und bleibt lokal.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Das Projekt will das Gärtnern in der Stadt und den Biogemüse-Anbau in der Region stärken, woraus entlastende Wirkungen auf die Umwelt zu erwarten sind.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Das Projekt zielt darauf Interessierte auf die bestehenden Möglichkeiten im Bereich des Gärtnerns in Wien aufmerksam zu machen.

6 Solidarische Landwirtschaft, Regionalvermarktung

Die Versorgung mit landwirtschaftlich erzeugten Produkten gehört zu den grundlegendsten Bedürfnissen der Bevölkerung. Eine starke und nachhaltige landwirtschaftliche Produktion ist dementsprechend ein entscheidender Beitrag zur lokalen bzw. regionalen Resilienz. Bauern stehen prinzipiell verschiedene Wirtschaftsweisen und Absatzwege zur Verfügung, unter ihnen auch der Ansatz der solidarischen Landwirtschaft und die Möglichkeit der Direktvermarktung.

Bei der solidarischen Landwirtschaft organisiert sich eine Gruppe, die sich in Zusammenarbeit mit einem Bauern bzw. mehreren Erzeugern – teils werden die Mitglieder auch selbst zu solchen – zu einer Abnahmegemeinschaft firmiert und durch feste (monatliche) Zahlungen der einzelnen Mitglieder an den Erzeuger, unabhängig der tatsächlichen Ernte, für eine höhere Planungssicherheit in der Landwirtschaft sorgt. Einbußen durch eine schlechte Ernte werden genauso gemeinschaftlich getragen wie ein über die Erwartungen hinausgehender Ertrag. Die Produkte werden den Mitgliedern bspw. in Gemüseboxen bereitgestellt. Das Konzept kann im Einzelnen unterschiedlich bzw. abweichend ausgestaltet sein, ebenso der rechtliche Rahmen. Bei der Direktvermarktung verkauft der Landwirt seine Produkte direkt an die Endkunden. Dies kann bspw. über einen eigenen Hofladen oder bzw. und die Auslieferung der Produkte an die Kunden geschehen; auch Marktstände sind hier eine Absatzmöglichkeit für die Erzeuger. Auch hier bestehen verschiedenste Ausgestaltungsmöglichkeiten.

Regionale Landwirtschaft sorgt für kürzere Lieferwege gegenüber weiten Transportwegen bei nationalen bzw. internationalen Bezügen, wenn auch beim regionalen Bezug im konkreten Fall darauf zu achten ist, Abholungswege bzw. Auslieferungsketten möglichst effizient zu gestalten. Mit dem Bezug der Produkte vor Ort verbleibt auch die wirtschaftliche Rendite verstärkt in der Region, im Vergleich zum Kauf der gleichen Lebensmittelprodukte aus bspw. dem Ausland. Vor allem bei einer ökologischen Produktion nach Bio-Richtlinien, insbesondere bei strengen Verbandsrichtlinien, fallen verstärkt positive ökologische Wirkungen an. Eine enge und im Idealfall verlässliche Beziehung zwischen Produzent und Konsument stabilisiert das Vertrauen zwischen Angebots- und Nachfrageseite, im Falle der solidarischen Landwirtschaft kann der zuvor eher passive Konsument zu einem entscheidenden Akteur bereits im Rahmen des Produktionsprozesses werden, etwa durch Hilfen der Mitglieder auf dem Hof, aber auch bereits bei der gemeinsamen Planung der Saison.

Wirtschaftsförderung 4.0 unterstützt Initiativen solidarischer Landwirtschaft etwa bei der Klärung logistischer Herausforderungen. Niedrigschwellige Hilfe kann die Wf4.0 auch (Bio-)Bauern bei der Direktvermarktung bieten. Denkbar wäre hier bspw. die Unterstützung bei der Bekanntmachung des Angebots, die ggf. Schritt in Richtung einer Stabilisierung und Professionalisierung des Angebots sein kann.

Internet-Hinweis zum Thema Solidarische Landwirtschaft:

- <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/>
Solidarische Landwirtschaft e. V. o. J. Internetauftritt Solidarische Landwirtschaft. Kattendorf. (19.09.2018)
Internetpräsenz des Netzwerks Solidarische Landwirtschaft. Stellt u. a. das Konzept vor, hält eine Liste von Initiativen bereit und gibt praktische Tipps zum Aufbau einer Solidarischen Landwirtschaft und zeigt Ausgestaltungsmöglichkeiten auf.

6.1 Hof zur Hellen

Der »Hof zu Hellen« im Windrather Tal wirtschaftet nach strengen verbandlichen Öko-Richtlinien und betätigt sich mit zahlreichen und umfangreichen Angeboten in der Direktvermarktung.⁵⁶

6.1.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Mit seinem Angebot von Gemüseboxen-Lieferungen, dem Hofladen und einem Bauerncafé zeigt der Demeter-Betrieb beispielhaft lokale Absatzwege für Bauern vor Ort auf.

6.1.2 Entstehungsgeschichte

Der Hof existiert seit 1985 als Demeterbetrieb und seit 2010 wird der Hof als Betriebsgemeinschaft zweier Familien geführt.

6.1.3 formelle Informationen

Der Bauernhof im Windrather Tal setzt als Gemischtbetrieb seinen Schwerpunkt auf die Milchviehhaltung und den Gemüseanbau, jeweils nach Biorichtlinien. Er arbeitet im Verbund mit anderen regionalen Erzeugern vor Ort zusammen. Kundinnen und Kunden können sowohl ein hofeigenes Café besuchen als auch eine Gemüseboxen-lieferdienst in Anspruch nehmen. Dieser Service ist weitreichend: Bestellt werden kann über verschiedene Wege, u.a. einen Webshop. Es gibt Gemüseboxen in verschiedenen Größen, Obstboxen, eine Kombination, ein spezielles Angebot ausgerichtet auf die Bedürfnisse von Familien mit Babys und eine Single-Box. Auch Fleisch aus eigener Schlachtung ist im Angebot des Biobetriebs enthalten. Das eigene Angebot wird dabei ergänzt über die Produkte der lokalen Partnerbetriebe sowie regionalen Bio-Anbietern.

Das Hofcafé öffnet an Wochenenden und Feiertagen ab 11 Uhr, angeboten werden Hofführungen als auch spezielle Aktivitäten im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit. Darüber hinaus ist es möglich seinen Bundesfreiwilligendienst auf dem Hof zu absolvieren.

⁵⁶ vgl. im Folgenden Hof zur Hellen. o. J. Internetpräsenz des Hof zur Hellen. Velbert. <https://www.hofzurhellen.de/> (14.02.2018)

6.1.4 informelle Informationen

Als Besonderheit der Arbeit des Bio-Hofes kann die intensive Arbeit mit Kindern bzw. das breite Angebot für Kinder gelten. So ist der Hof beispielsweise Partner der Sarah-Wiener-Stiftung und ist Ziel organisierter Bauernhoffahrten. Kinder aus der Stadt können im Rahmen dieser Fahrten die Arbeit in der Landwirtschaft miterleben und lernen wo und wie Lebensmittel produziert werden. Den Kindern wird der unmittelbare Kontakt zu den Tieren ermöglicht und sie werden aktiv in die Arbeit einbezogen.⁵⁷

Im Oktober 2016 konnte eine Kindergruppe das Arbeiten auf dem Bauernhof im Rahmen einer Hoffahrt auch über zwei Tage inklusive Übernachtung kennenlernen. Jungen und Mädchen zwischen sechs und elf Jahren konnten aktiv mitarbeiten, Kontakt zu Tieren aufbauen und Fragen zum Hofleben stellen.⁵⁸

6.1.5 Ergebnisse

Der Hof zur Hellen wurde von der Sarah Wiener Stiftung als Bio-Hof des Jahres 2012 ausgezeichnet. Die Preisverleiher betonten die besonders gute pädagogische Arbeit mit Kindern auf dem Hof, auf dem nach Sarah Wiener Stiftung »(...) Landwirtschaft, Naturschutz und Bildung als Einheit begriffen und gelebt (wird)«^{59,60}

Der Hof zur Hellen erfüllt gleich eine Reihe von Kriterien, die ihn beispielhaft zu einer zur fördernden Initiative im Rahmen einer Wirtschaftsförderung 4.0, einer zukunftsorientierten und nachhaltigen kommunalen Wirtschaftsförderung werden lassen. Unmittelbare ökologische Vorteile entspringen aus der ökologischen Bewirtschaftung des Betriebs im Vergleich zu einer konventionellen landwirtschaftlichen Produktion. Durch die vielfältigen Angebote, insbesondere der Direktvermarktung, werden die Konsumenten in der Region potenziell verstärkt angesprochen, Bio-Produkte aus der Region zu beziehen. Besonders hervorzuheben sind auch die Angebote für Kinder, die diesen die landwirtschaftliche Produktion von Lebensmitteln nahebringt und nachhaltige Wirtschaftsweisen so unmittelbar vermittelt und zur Bildung beiträgt.

Tabelle 11: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
----------------------	--------------------	--

⁵⁷ vgl. Sarah Wiener Stiftung. 2013. Sarah Wiener Stiftung kürt Hof zur Hellen zum »Bio-Hof des Jahres«. Presseinformation. Berlin.

https://www.demeter.de/sites/default/files/article/pdf/PM%20SWS-Preisverleihung_Preisträgerbekanntgabe.pdf (21.08.2018)

⁵⁸ vgl. Demeter e. V. 2016. Zeit für hautnahe Begegnungen zwischen Mensch und Tier. Zweitätige Hoffahrt der Sarah Wiener Stiftung auf den Demeter-Hof zur Hellen. Darmstadt.

<https://www.demeter.de/verbraucher/aktuell/sarah-wiener-stiftung-besucht-hof-hellen> (22.08.2018)

⁵⁹ Sarah Wiener Stiftung. 2013. Sarah Wiener Stiftung kürt Hof zur Hellen zum »Bio-Hof des Jahres«. Presseinformation. Berlin.

https://www.demeter.de/sites/default/files/article/pdf/PM%20SWS-Preisverleihung_Preisträgerbekanntgabe.pdf (21.08.2018)

⁶⁰ vgl. Sarah Wiener Stiftung. 2013. Sarah Wiener Stiftung kürt Hof zur Hellen zum »Bio-Hof des Jahres«. Presseinformation. Berlin.

https://www.demeter.de/sites/default/files/article/pdf/PM%20SWS-Preisverleihung_Preisträgerbekanntgabe.pdf (21.08.2018)

Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die Initiative betätigt sich in der Direktvermarktung. Darüber hinaus findet eine Zusammenarbeit mit anderen lokalen Erzeugern statt.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Ja, denn es gibt keine.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		Das breite Angebotsspektrum im Bereich der Bildungsarbeit für Kinder ist in besonderer Weise hervorzuheben und leistet letztendlich einen Beitrag zu einer Vermittlung nachhaltiger Produktions- bzw. Lebensweisen, die auch einen Beitrag zum Gemeinwohl darstellt.
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Insbesondere der Betrieb nach Biorichtlinien und die Vermarktung vor Ort lassen positive ökologische Wirkungen im Vergleich zu konventioneller Produktion und konventionellen Absatzwegen erwarten.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Die pädagogischen Angebote und Führungen können einen Beitrag zu einem breiteren Verständnis ökologischer Produktion in der Bevölkerung leisten.

6.2 Kartoffelkombinat München

Das Kartoffelkombinat München ist eine genossenschaftlich organisierte solidarische Landwirtschaft die gemeinsam angebautes Gemüse für die Genossen in wöchentlichen Gemüseboxen an bestimmten Abholpunkten zum Verzehr bereitstellt. Gezahlt wird ein fester Betrag. Die Genossenschaft ist in der Vergangenheit stark gewachsen und engagiert sich für einen umfassenden Wandel von Konsum- und Lebensstilen.

6.2.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Das Kartoffelkombinat München ist ein Beispiel für die Möglichkeit eine solidarische Landwirtschaft in der Struktur einer Genossenschaft zu organisieren und zeigt mit dem System der Abholpunkte für Gemüseboxen, wie eine SoLawi im Konkreten in einer Großstadt realisiert werden kann. Mit dem Ansatz der Selbstversorgung stellt die solidarische Landwirtschaft einen integralen Bestandteil einer resilienten Kommune dar, die weniger abhängig von überregionalen und internationalen Einflüssen ist.

6.2.2 Entstehungsgeschichte

Die Idee des Projekts geht auf zwei Personen zurück, die 2011 erste Aktivitäten für den Aufbau der Initiative unternahmen. Seit der Gründungsphase wurden verschiedene Investitions- und Kooperationsmöglichkeiten diskutiert bzw. erprobt und auch wieder verworfen bzw. beendet. Am 30. April 2011 fand die Gründungsversammlung der Genossenschaft statt. Wurden zuvor Einzellieferungen getätigt wurde das System

im Laufe der Zeit auf die Verteilung über Abholpunkte umgestellt. Eine eigene Anbaufläche wird erworben.⁶¹

6.2.3 formelle Informationen

Um Mitglied der Kartoffelkombinat eG werden zu können muss mindestens ein Genossenschaftsanteil in Höhe von 150 Euro erworben werden. Die Interessierten haben zwei Möglichkeiten an der Initiative teil zu nehmen: Zum einen lässt sich für 68 Euro monatlich eine Mitgliedschaft mit Ernteanteil beantragen die den Empfang einer wöchentlichen Gemüsebox mit einschließt. Zum anderen ist es für 30 Euro im Jahr auch möglich Mitglied zu werden ohne sich am Bezug des Gemüses zu beteiligen. Geplant bis 2020 wird darüber hinaus von den Mitgliedern eine Aufbau-Umlage in einem einstelligen monatlichen Bereich erhoben, um die Betriebskosten bis zu einer zu erreichenden ausreichenden Größe der Genossenschaft selbst tragen zu können.⁶²

Das Gemüse wird seit 2017 in einer von der Genossenschaft erworbenen Gärtnerei außerhalb des Münchener Stadtgebiets angebaut. Bewirtschaftet wird nach Ökokennen. Es wird wöchentlich an über ein bestimmtes Liefergebiet in München verteilten Ausgabepunkten für die Mitglieder deponiert.⁶³

Das weitere gesellschaftspolitische Engagement des Kartoffelkombinats wird über einen Verein organisiert.⁶⁴

6.2.4 informelle Informationen

Das Kartoffelkombinat betont die Bedeutung lokaler Grundversorgung und gesellschaftlicher Souveränität, die Unterstützung kleiner, regionaler Betriebe und eines aktiven Umweltschutzes.⁶⁵

Die Verteilerpunkte sind beispielsweise Bioläden und Gastronomiebetriebe. Die Inhaber dieser Geschäfte unterstützen das Kartoffelkombinat damit freiwillig und unentgeltlich. Damit ist von den Abholern eine gewisse Verlässlichkeit und Ordnung

⁶¹ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Was bisher geschah.... München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/wp-content/uploads/2016/12/Chronologie-des-Kartoffelkombinats.pdf> (29.03.2018)

⁶² vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Genossenschaftsgedanke. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/uber-uns/der-genossenschaftsgedanke/> (29.03.2018),

vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. So funktioniert's. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/mitmachen/so-funktioniert/> (29.03.2018)

⁶³ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Gärtnerei. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/uber-uns/die-gartnerei/> (29.03.2018),

Kartoffelkombinat eG. o. J. So funktioniert's. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/mitmachen/so-funktioniert/> (29.03.2018),

Kartoffelkombinat eG. o. J. Ziele und Werte. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/uber-uns/ziele-und-werte/> (29.03.2018)

⁶⁴ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Verein. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/akademie/> (29.03.2018),

⁶⁵ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Vorteile. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/vorteile/> (29.03.2018)

gefordert, damit sich die Läden auch weiterhin für das Projekt engagieren und nicht mit zusätzlicher Mehrarbeit konfrontiert werden.⁶⁶

6.2.5 Ergebnisse

Inzwischen sind über 1000 Haushalte Teil der Initiative.⁶⁷ Die Genossenschaft hat darüber hinaus in der Vergangenheit schon überregionale Medienaufmerksamkeit auf sich gezogen.⁶⁸ Der Erfolg der Initiative zeigt sich auch an der Entwicklung der Ernteanteile in den vergangenen Jahren: Wurden in der Kalenderwoche 19 im Jahr 2012 50 Ernteanteile ausgegeben, so betrug die Zahl im Kalenderwoche 25 2016 820 Ernteanteile.⁶⁹

Tabelle 12: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Durch die Initiative wird der Anbau von Gemüse in die Region rückverlagert. Die Bezieher und Mitglieder wohnen in München.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Der Anbau wird in Eigenverantwortung von den Genossenschaftsmitgliedern getragen. Damit wird eine Selbstversorgung mit saisonalem Gemüse möglich.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Die Initiative wirtschaftet im Rahmen des Genossenschaftsrechts.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		Über den Gemüseanbau, von dem die Genossenschaftsmitglieder profitieren, engagiert sich die Initiative auch allgemein für eine gemeinwohlorientierte Veränderung der Wirtschaftsweise.
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Von der Initiative sind positive ökologische Wirkungen vor allem durch den Bioanbau und durch die Vermeidung überregionaler Transportwege zu erwarten.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Die Genossenschaftsmitglieder sind gleichberechtigte Teilhaber der Initiative und können sich aktiv einbringen.

⁶⁶ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. FAQs. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/mitmachen/faqs/> (29.03.2018)

⁶⁷ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Ziele und Werte. München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/uber-uns/ziele-und-werte/> (29.03.2018)

⁶⁸ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Was bisher geschah.... München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/wp-content/uploads/2016/12/Chronologie-des-Kartoffelkombinats.pdf> (29.03.2018)

⁶⁹ vgl. Kartoffelkombinat eG. o. J. Was bisher geschah.... München.

<https://www.kartoffelkombinat.de/blog/wp-content/uploads/2016/12/Chronologie-des-Kartoffelkombinats.pdf> (29.03.2018)

6.3 Kattendorfer Hof

Der Kattendorfer Hof ist ein nach Bio-Demeter-Richtlinien wirtschaftender Betrieb, der die brandbreite landwirtschaftlicher Produktion, von Gemüse- und Getreideanbau über die Milch- bis zur Fleischproduktion abdeckt. Als solidarische Landwirtschaft wird der Betrieb über die Beiträge der Mitglieder gesichert. Diese beziehen über ihren Ernteanteil die Produkte des Hofes. Die Verteilung bzw. Abholmöglichkeit wird wiederum von einzelnen sich zusammenschließenden Beziehergruppen organisiert. Darüber hinaus werden mehreren Hofläden geführt und der Betrieb ist auch auf einem Markt vertreten, sodass Produkte auch so frei erworben werden können.

6.3.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die Kattendorfer Hof ist ein Beispiel für eine erfolgreiche, große solidarische Landwirtschaft. Die Mitglieder gewährleisten das Bestehen des Hofes und beziehen gleichzeitig die nach strengen Demeter-Richtlinien erzeugten Produkte. Die Organisation der Verteilerpunkte illustriert, wie die Frage der Ausgabe an die Mitglieder über ein gemeinschaftlich getragenes System funktionieren kann.

6.3.2 Entstehungsgeschichte

Die solidarische Landwirtschaft wurde im Dezember 1999 gegründet.⁷⁰

6.3.3 formelle Informationen

Als solidarische Landwirtschaft finanziert sich der Kattendorfer Hof über seine Mitglieder, die monatlich ihre Beiträge leisten und dafür wöchentlich die Produkte des Hofes erhalten. Damit wird es möglich vorausschauend zu wirtschaften. Die Mitglieder können wiederum entscheiden wie viele Ernteanteile sie benötigen bzw. auch nur einen halben Ernteanteil beziehen. Die Ernteanteile werden an Depos der sogenannten »FoodCoops« bzw. die hofeigenen Läden geliefert, wo diese von den einzelnen Beziehern abzuholen sind. In den »FoodCoops« haben sich einzelne Menschen zu Gruppen zusammengeschlossen, die ihre Ernteanteile zu einem Depot geliefert bekommen und die Verteilung bzw. Abholung dort selbst organisieren. Ein Ernteanteil kostet monatlich 192 Euro und enthält etwa 1,5-3 kg Gemüse 700g Fleisch und 7,5 Liter Milchprodukte. In mehreren Hofläden können Kundinnen und Kunden darüber hinaus die Produkte des Betriebs auch frei erwerben. Hier werden auch weitere Bioprodukte angeboten. Die Betriebsgemeinschaft setzt sich aus vier Familien zusammen. Ausgebildet wird in den Bereichen Landwirtschaft, Käserei und Gemüseanbau. Es handelt sich um einen Demeter-Betrieb. Der Hof arbeitet nach dem Konzept der Kreislaufwirtschaft, d. h. die einzelnen Wirtschaftsbereiche des Hofes sollen auf den jeweiligen Bedarf der anderen abgestimmt sein und ein funktionierendes Ganzes bilden.⁷¹

⁷⁰ vgl. Kattendorfer Hof. o. J. Hofläden Kattendorf. Kattendorf.

<https://kattendorfer-hof.de/hoflaeden/kattendorf/> (10.04.2018)

⁷¹ vgl. Kattendorfer Hof. o. J. Arbeiten auf dem Hof. Kattendorf.

<https://kattendorfer-hof.de/>

6.3.4 informelle Informationen

Die Mitglieder sind dazu aufgerufen freiwillig auf dem Hof mitzuhelfen, allerdings scheint diese Form der Unterstützung auf einem quantitativ eher geringen Niveau zu verbleiben. Die Abnahme der Produkte, organisiert über die einzelnen Abnahmegruppen, erfordert allerdings in ihrer jetzigen Ausgestaltung das gemeinschaftliche Mitarbeiten rund um die wöchentlichen Lieferannahmen und die Lagerung.⁷²

Im Laufe der Zeit hat sich eine feste Zusammenarbeit mit lokalen Partnern etabliert, mit einer einige Kilometer entfernten Schlachtereier besteht eine langjährige Wirtschaftsbeziehung, aus geerntetem Getreide produziert eine Bäckerei die Backwaren, die den Mitgliedern bereitgestellt werden, bzw. im Hofladen verkauft werden.⁷³

6.3.5 Ergebnisse

Die Initiative ist Beispiel für eine funktionierende, große solidarische Landwirtschaft. Zum Kundenstamm zählen rund 1200 Menschen, 600 Haushalte beziehen Ernteanteile.⁷⁴

Tabelle 13: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die Initiative stärkt die Nachfrage nach regional erzeugten Lebensmitteln.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Die regionale Erzeugung von Lebensmitteln wird durch die Initiative befördert. Durch die solidarische Landwirtschaft wird eine enge Beziehung zwischen Erzeugern und Konsumenten erzeugt.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Das System der solidarischen Landwirtschaft sorgt für eine verlässliche Beziehung zwischen Erzeugern und Abnehmern.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		ja
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und		Die Bewirtschaftung des Hofes nach strengen Bio-Kriterien sowie die Etablierung kurzer Abnahmeketten lässt positive ökologische Wir-

⁷² vgl. Kattendorfer Hof. o. J. Mitmachen auf dem Hof. Kattendorf. kattendorfer-hof.de (10.04.2018),

NDR. 2017. NaturNah: Der Pakt mit dem Bauern. Die Städter und ihr Bauernhof. Hamburg. www.ndr.de (22.08.2018), Demeter. 2012. Wirtschaftsgemeinschaft trägt Verantwortung für konkrete Lebensmittel. Kattendorfer Hof – alle in einem Boot; in: demeter Journal. Heft 16. Winter 2012. Darmstadt. 8-13., S. 12

⁷³ vgl. Demeter. 2012. Wirtschaftsgemeinschaft trägt Verantwortung für konkrete Lebensmittel. Kattendorfer Hof – alle in einem Boot; in: demeter Journal. Heft 16. Winter 2012. Darmstadt. 8-13., S. 10

⁷⁴ vgl. Welt. 2016. Das ist der neue Markt in der Landwirtschaft. Berlin. www.welt.de (10.04.2018)

regionalen Bereich zu verorten?		kungen erwarten.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		

6.4 Erzeugermarkt Konstablerwache

Auf dem Markt Konstablerwache bieten Erzeuger aus der Region zweimal wöchentlich ihr Produkte, mitten im Herzen Frankfurts, auf der belebten Einkaufsstraße »Zeil« an.

6.4.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Der Markt auf der Konstablerwache in Frankfurt zeigt, wie sich ein Erzeugermarkt regionaler Produzenten über Jahrzehnte hinweg erfolgreich und fest in das Stadtbild einfügen kann.

6.4.2 Entstehungsgeschichte

Eine kleine Gruppe engagierter Personen gründete den Markt Ende der 80er-Jahre. Dabei musste die Initiative gegen den Widerstand der Stadt errungen werden, die eine »Störung« des Stadtbildes befürchtete und beispielsweise bemängelte, dass die regionalen Anbieter tropische Früchte nicht anbieten könnten. Die Schwierigkeiten, mit denen die Marktmenschen im Alltag konfrontiert waren sorgte darüber hinaus dafür, dass rund 1/3 der Anbieter nach wenigen Monaten wieder ausstieg.⁷⁵

6.4.3 formelle Informationen

Auf dem donnerstags von 10 bis 20 Uhr und samstags von 8 bis 17 Uhr stattfindenden Markt finden sich u.a. Landwirte, Imker, Bäcker und Winzer, alle aus Hessen und Umgebung, jedoch nicht immer nach Biorichtlinien wirtschaftend. Neben der generellen Einkaufsmöglichkeit ist der Markt auch Platz für Begegnungen, viele Speisen und Getränke können vor Ort verzehrt werden. Zu den regionalen Spezialitäten zählen u. a. Apfelwein, Bratwurst und die Frankfurter Grüne Soße. Insgesamt existieren 52 Marktstände.⁷⁶

6.4.4 informelle Informationen

Als Problem zeigt sich die Tatsache, dass einige Erzeuger auch im größeren Stil waren hinzukaufen. Grundsätzlich müssen sich die Händler aber einer niedrigen Zu-

⁷⁵ vgl. Erzeugermarkt Konstablerwache. o. J. Internetpräsenz des Marktes. Frankfurt <http://erzeugermarkt-konstablerwache.de/2017/> (23.03.2018),

Hessischer Rundfunk. 2017. Erlebnis Hessen: Frankfurts Bauernmarkt. Frankfurt. <http://www.ardmediathek.de/tv/Erlebnis-Hessen/Erlebnis-Hessen-Frankfurts-Bauernmarkt/hr-fernsehen/Video?bcastId=30384088&documentId=47170936> (23.03.2018)

⁷⁶ vgl. Hessischer Rundfunk. 2017. Erlebnis Hessen: Frankfurts Bauernmarkt. Frankfurt. <http://www.ardmediathek.de/tv/Erlebnis-Hessen/Erlebnis-Hessen-Frankfurts-Bauernmarkt/hr-fernsehen/Video?bcastId=30384088&documentId=47170936> (23.03.2018),

Stadt Frankfurt am Main. o. J. Bauernmarkt Konstablerwache. Beitrag auf dem Internetportal frankfurt.de. Frankfurt. [https://frankfurt.de/sixcms/detail.php?id=4623&_ffmpar\[_id_inhalt\]=102203](https://frankfurt.de/sixcms/detail.php?id=4623&_ffmpar[_id_inhalt]=102203) (28.08.2018)

kaufsquote unterwerfen. Nach Angaben des Marktvereins ist der Anteil der Biobetriebe auf dem Markt, der der größte Frankfurts ist, vergleichsweise hoch.⁷⁷

6.4.5 Ergebnisse

Der Frankfurter Erzeugermarkt ist zu einer festen Institution und Anziehungspunkt in der Innenstadt der Metropole geworden. Auch in Reiseführern wird auf den Markt an der Konstablerwache hingewiesen.⁷⁸

Der Erzeugermarkt bietet den Frankfurtern eine Möglichkeit in zentraler Lage regional produzierte Lebensmittel direkt vom Erzeuger zu kaufen. Regionale Produktion rückt damit auch in das Herz der hochfrequentierten Einkaufsstraße Zeil. Der Markt zeigt alternative bzw. ergänzende Absatzwege für landwirtschaftliche Erzeugung vor Ort auf, die Verbraucher können andererseits direkt nachvollziehen, von wem und von wo sie ihre Lebensmittel beziehen. Aus der lokalen Lebensmittelproduktion können positive ökologische Wirkungen erwachsen. Diese würden weiter erhöht wenn mehr bzw. alle Direktvermarkter nach ökologischen Kriterien wirtschaften würden.

Tabelle 14: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die Initiative hat einen regionalen Erzeugermarkt fest in die Angebotsstruktur der Stadt Frankfurt etabliert. Regionale Produzenten finden einen (zusätzlichen) Absatzweg.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Die regionale Erzeugung vor Ort wird gesichert.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientiere Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der		Die Initiative kann dabei helfen ein Bewusst-

⁷⁷ vgl. Hessischer Rundfunk. 2017. Erlebnis Hessen: Frankfurts Bauernmarkt. Frankfurt.

<http://www.ardmediathek.de/tv/Erlebnis-Hessen/Erlebnis-Hessen-Frankfurts-Bauernmarkt/hr-fernsehen/Video?bcastId=30384088&documentId=47170936> (23.03.2018),

Scheuermann, Fabian (Frankfurter Rundschau). 2014. Wochenmarkt auf der Konstablerwache. Die Institution auf der Konsti. Frankfurt.

<http://www.fr.de/frankfurt/wochenmarkt-auf-der-konstablerwache-die-institution-auf-der-konsti-a-587196> (28.08.2018)

⁷⁸ vgl. Scheuermann, Fabian (Frankfurter Rundschau). 2014. Wochenmarkt auf der Konstablerwache. Die Institution auf der Konsti. Frankfurt.

<http://www.fr.de/frankfurt/wochenmarkt-auf-der-konstablerwache-die-institution-auf-der-konsti-a-587196> (28.08.2018)

Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		sein für die Bedeutung regional erzeugter Lebensmittel zu schaffen. Über die Region hinausgehende Transportwege entfallen. Allerdings würden die positiven ökologischen Wirkungen stärker ausfallen wenn (annähernd) vollständig ökologisch bewirtschaftet würde.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Für die Verbraucher sollte leicht erkennbar sein, welche Produkte regional und selbst erzeugt wurden und welche zugekauft werden.

6.5 Unikum – Der Regionalladen

Im Regionalladen »Unikum« in Altenkirchen können regionale Produzenten ihre Waren zum Kauf anbieten. In dem von einem Verein getragenen Laden kann der einzelne Anbieter aus der Region für einen bestimmten Preis ein Regalfach anmieten und dort seine Produkte auslegen. Den Verkaufspreis erhält der Einzelproduzent vollständig. Mit dem Konzept wird es für kleine Anbieter aus der Region möglich öffentlich präsent zu sein und über einen Verkaufsort zu verfügen. Das Warenangebot ist vielfältig und verläuft von Handwerk und Kunst über Mode und Lebensmittel.

6.5.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die Initiative ist Beispiel dafür, wie Lösungen aussehen können, um kleine regionale Produzenten zu unterstützen und in der Öffentlichkeit sichtbarer zu machen. Mit dem Regionalladen wurde ein Raum geschaffen, in dem Bürger und Besucher kompakt an einem Ort ein vielfältiges regionales Produktangebot kennenlernen können.

Mit einem solchen Laden, in dem regionale Anbieter die Möglichkeit haben, einen kleinen Raum (ein Fach) anzumieten und zusammen mit den anderen Anbietern Präsenz im Zentrum zu zeigen, werden nicht nur neue Absatzwege eröffnet, es kann so potenziell auch gelingen, das Bewusstsein der Verbraucher über das Vorhandensein regionaler Produzenten bzw. Einkaufsmöglichkeiten zu stärken.

6.5.2 Entstehungsgeschichte

Mitte des Jahres 2013 gab es bei den Bürgern erste Ideen für einen Regionalladen. Im Dezember 2013 wurde der »Förderverein für nachhaltiges regionales Wirtschaften e. V.« gegründet, der der Träger des Regionalladens »Unikum« ist. 2014 wurde der Laden von dem Verein aufgebaut. Dafür musste ein Ladengeschäft gemietet und Einrichtung sowie ein Warenwirtschaftssystem beschafft werden. Eine private Vorfinanzierung eines großen Teils der Anschaffungen beim Start der Initiative ermöglichte die Arbeit.⁷⁹

⁷⁹ vgl. Förderverein für nachhaltiges und regionales Wirtschaften e. V. o. J. Seite »Förderverein« auf der Internetpräsenz des Regionalladen Unikum. Altenkirchen.

<http://unikum-regionalladen.de/foerderverein-fuer-nachhaltigs-regionales-wirtschaften-e-v/> (14.11.2018),

Bundesverband der Regionalbewegung e. V. o. J. Bundespreis REGIOkommune. Projektdatenbank. Steckbrief. Regionalladen UNIKUM. Feuchtwangen.

https://www.regiokommune.de/projektdatenbank/?tx_fragebogen_datanbank%5Bprojekt_id%5D=89&tx_fragebogen_datanbank%5Baction%5D=detail&tx_fragebogen_datanbank%5Bcontroller%5D=Ausgabe (14.11.2018)

6.5.3 formelle Informationen

Im Unikum-Regionalladen in Altenkirchen können insgesamt 120 Regalmieter ihre Produkte anbieten. Der Mietzeitraum beträgt drei Monate, wobei sich der Preis nach Größe und Lage des Fachs unterscheidet. Mit den Mieteinnahmen werden die laufenden Ladenkosten, Versicherungen, Organisationstätigkeiten, das Warenwirtschaftssystem sowie Veranstaltungen und Werbung finanziert. Bei einem Produktverkauf erhält der Produzent den vollen Kaufpreis. Jeder Anbieter kann über ein Onlinekonto seinen Warenbestand bzw. den -verkauf in seinem Regal aktuell nachverfolgen und weiß so bspw., wann er Produkte nachlegen sollte. Angelieferte Waren werden in ein System eingebucht und eingescannt. Geöffnet ist der Regionalladen Montag bis Freitag von 14 bis 18 Uhr, mittwochs und freitags auch von 9 bis 12.30 Uhr, donnerstags bereits und ohne Unterbrechung ab 9 Uhr sowie samstags von 9 Uhr bis 13 Uhr. Das Ladenteam besteht aus einer Koordinatorin auf Mini-Job-Basis sowie etwa 30 Ehrenämtern, die zumeist selbst Regalmieter sind. Der Laden ist als Lösung gedacht, regional erzeugte landwirtschaftliche, handwerkliche und künstlerische Produkte bekannter zu machen bzw. deren Produzenten. Es geht der Initiative darum, diese aus ihrer »Unsichtbarkeit« durch ihre örtliche Verstreuung und dezentrale Lage zu holen. Sie ist Mitglied im Bundesverband der Regionalbewegung e. V.. Es geht explizit darum, die regionale Wirtschaft zu stärken und das Konzept bietet die Möglichkeit, Vertrauen zwischen Produzenten »um die Ecke« und Kunden aufzubauen. Gleichzeitig soll der Laden auch Touristen die Region näherbringen und hält touristische Informationen bereit. Die Produzenten können außerdem Veranstaltungen in dem Laden durchführen wie etwa Herstellungsvorführungen oder Produktverköstigungen. Unterstützt wird die Initiative von der Stadt, die auch Vereinsmitglied ist und der Verbandsgemeinde Altenkirchen.⁸⁰

6.5.4 informelle Informationen

Dem Verein, der hinter dem Unikum-Regionalladen steht, geht es u. a. darum, den Ansatz der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und nachhaltigen Wirtschaftens zu unterstützen, daher führt er zu diesen Themen auch Infoveranstaltungen durch. Man setzt auf Vernetzung und Kooperation mit anderen Akteuren vor Ort und betätigt sich bspw. auch im Kulturbereich. Durch den Regionalladen entsteht ein Austausch und auch Kooperationen zwischen den Produzenten.⁸¹

⁸⁰ vgl. Förderverein für nachhaltiges und regionales Wirtschaften e. V. o. J. Seite »Herzlich Willkommen« auf der Internetpräsenz des Regionalladen Unikum. Altenkirchen.

<http://unikum-regionalladen.de> (14.11.2018),

Förderverein für nachhaltiges und regionales Wirtschaften e. V. o. J. Seite »Regionalladen« auf der Internetpräsenz des Regionalladen Unikum. Altenkirchen.

<http://unikum-regionalladen.de/regionalladen/> (14.11.2018),

Förderverein für nachhaltiges und regionales Wirtschaften e. V. o. J. Seite »Mietregalsystem« auf der Internetpräsenz des Regionalladen Unikum. Altenkirchen.

<http://unikum-regionalladen.de/wie-funktioniert-das-mietregalsystem/> (14.11.2018),

Förderverein für nachhaltiges und regionales Wirtschaften e. V. o. J. Seite »Ladenteam« auf der Internetpräsenz des Regionalladen Unikum. Altenkirchen.

<http://unikum-regionalladen.de/das-ladenteam/> (14.11.2018),

Psczolia, Agneta. 2016. Regale zu vermieten: Regionalladen UNIKUM in Altenkirchen; in: Gemeinde- und Städtebund Rheinland-Pfalz (Hrsg.): Gemeinde und Stadt. 8/2016. 243/244., S. 243

⁸¹ vgl. Förderverein für nachhaltiges und regionales Wirtschaften e. V. o. J. Seite »Förderverein« auf der Internetpräsenz des Regionalladen Unikum. Altenkirchen.

<http://unikum-regionalladen.de/foerdereverein-fuer-nachhaltigs-regionales-wirtschaften-e-v/> (14.11.2018),

6.5.5 Ergebnisse

2015 erhielt die Initiative eine Sonderauszeichnung beim Wettbewerb »Land und Leute« der Wüstenrot Stiftung. Im Jahr 2016 gewann der Regionalladen Unikum den 1. Preis beim »Bundespreis REGIOkommune«. Als wichtige Punkte für die Zukunftsfähigkeit bzw. Stabilität der Initiative wurde die starke ehrenamtliche Arbeit, eine gute Vernetzung und die Schaffung des als breit aufgestellt charakterisierten Fördervereins herausgehoben, auf deren Basis die Initiative in den ersten Jahren stehen bzw. entstehen konnte.⁸²

Tabelle 15: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die Initiative möchte regionale Produzenten stärken.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Der Gewinn fließt an die regionalen Produzenten, die mit den Regalfächern in dem Laden eine (zusätzliche) Absatzmöglichkeit haben.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Aus der Initiative können potenziell positive ökologische Wirkungen entstehen. Wenn statt längerer Bezugswege stärker von regionalen Produzenten eingekauft wird, können bspw. längere Transportwege wegfallen.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		

Bundesverband der Regionalbewegung e. V. o. J. Bundespreis REGIOkommune. Projektdatenbank. Steckbrief. Regionalladen UNIKUM. Feuchtwangen.

https://www.regiokommune.de/projektdatenbank/?tx_fragebogen_datanbank%5Bprojekt_id%5D=89&tx_fragebogen_datanbank%5Baction%5D=detail&tx_fragebogen_datanbank%5Bcontroller%5D=Ausgabe (14.11.2018)

⁸² vgl. Bundesverband der Regionalbewegung e. V. o. J. Bundespreis REGIOkommune. Die Gewinner 2016. Feuchtwangen.

https://www.regiokommune.de/fileadmin/user_upload/laudationes_gewinner_regiokommune_2016.pdf (14.11.2018),

Bundesverband der Regionalbewegung e. V. o. J. Bundespreis REGIOkommune. Projektdatenbank. Steckbrief. Regionalladen UNIKUM. Feuchtwangen.

https://www.regiokommune.de/projektdatenbank/?tx_fragebogen_datanbank%5Bprojekt_id%5D=89&tx_fragebogen_datanbank%5Baction%5D=detail&tx_fragebogen_datanbank%5Bcontroller%5D=Ausgabe (14.11.2018)

7 Regionale Energieerzeugung

Eines der zentralen Zukunftsthemen ist die Gestaltung und Umstrukturierung des Energiesektors, der Energiegewinnung und -versorgung. Verschiedenste Akteure sind heute in der regionalen Energieerzeugung aktiv, investieren in und betreiben Anlagen regenerativer Energieerzeugung (Solarenergie, Windkraft, Biomasseanlagen) und sind Teil einer stärker dezentralen Ausrichtung innerhalb des Energiesektors. Der Wechsel zu erneuerbaren Energien kann langfristig den Co₂-Ausstoß bei der Energieerzeugung verringern und gilt als zentraler Baustein des Klimaschutzes. Verstärkte umweltschonende Effekte sind in erster Linie dann zu erwarten, wenn man gleichzeitig eine (Politik der) Einsparung von Energie, also Handlungen und Konzepte zur Senkung des Energieverbrauchs verfolgt.

Wirtschaftsakteure, die in der regionalen Energieerzeugung aktiv sind, firmieren oft auch als Genossenschaften. Bürger vor Ort investieren hier ihr Geld in den Bau etwa von Photovoltaikanlagen oder Windrädern bzw. betreiben diese Anlagen anschließend selbst. Energiegenossenschaften sind dabei in verschiedenen Bereichen aktiv. Die Bürger, die sich in die Projekte einbringen profitieren im Erfolgsfall und bei Ausschüttung einer Dividende unmittelbar finanziell. Gleichzeitig stellen Energiegenossenschaften für viele Menschen, die die Energiewende vorantrieben wollen, einen Ort konkreter persönlicher Einflussnahme und Engagements dar. Im weiteren Kontext der Transformation des Energiesektors stellen solche Ansätze, bei denen die Menschen vor Ort unmittelbar selbst an »Energiewende«-Projekten beteiligt werden, einen interessanten Ansatz dar, um die Akzeptanz für die Energiewende in der Bevölkerung zu erhöhen.

Wirtschaftsförderung 4.0 unterstützt Wirtschaftsakteure im Bereich der regionalen Energieerzeugung, die in regenerative Energieprojekte investieren und Angebote im Kontext eines umweltschonenden Umgangs mit Energie bereitstellen. So können Energiegenossenschaften etwa neben ihrer Aktivität bei Aufbau und Betrieb entsprechender Anlagen Serviceangebote zum Thema Energieeinsparung vorhalten. WF4.0 will die Rendite wirtschaftlicher Aktivität an die Region binden: Erfolgreiche Energiegenossenschaften zeigen beispielhaft, wie Bürger vor Ort neben ihrer Rolle als Konsumenten selbst zu Akteuren der Energiewirtschaft werden und von entsprechenden Projekten vor Ort profitieren können. Für die Kommunen bietet sich ggf. eine Zusammenarbeit mit der Energiegenossenschaft vor Ort an. Für zentrale Herausforderungen haben die Energiegenossenschaften bereits heute Lösungen erarbeitet: So wurde es über einen bundesweiten Zusammenschluss möglich, dass die (kleinen) regionalen Energiegenossenschaften in den Stromvertrieb einsteigen konnten (siehe hierzu Fallbeispiel der Bürgerwerke eG).

Eine praktikable Definition von Energiegenossenschaften, die insbesondere auf den partizipativen Moment dieser Akteure sowie auf den Bezug zur Energiewende eingeht findet sich bei Klemisch: »Energiegenossenschaften sind Akteure der Energiewirtschaft in der Rechtsform der Genossenschaft mit dem Ziel einer dezentralen, konzernunabhängigen und ökologischen Energiegewinnung. Sie sind eine Form der

Bürgerbeteiligung vorwiegend auf kommunaler Ebene und bieten den Bürgern die Möglichkeit, zur Energiewende und zum Klimaschutz beizutragen«. ⁸³

Für die Aktivitäten von Energiegenossenschaften im Allgemeinen zeigen sich Rahmenbedingungen wie rechtliche Vorgaben als entscheidend. So ist bspw. der Rückgang an Neugründungen nach einer Gründungswelle zu Beginn der 2010er-Jahre auch im Kontext der durchgeführten EEG-Novellen zu sehen. ⁸⁴

Zu den Herausforderungen der Energiegenossenschaften gehört neben der EEG-Novelle 2014 und den aus Perspektive der Energiegenossenschaften zu geringen Einspeisevergütungen ⁸⁵ der Aufbau eines funktionierenden Verhältnisses von ehrenamtlichen Engagement und Hauptamtlichkeit und damit einem Mehr an hauptamtlichen Mitarbeitern. ⁸⁶

Für eine Wirtschaftsförderung 4.0 zeigt sich hier ein erster Ansatzpunkt für die Unterstützung von Energiegenossenschaften. Die Schaffung von hauptamtlichen Stellen trägt zur Professionalisierung und zur Handlungsfähigkeit der Akteure bei, wie sie die Wf4.0 forciert.

Die Potenziale zur Entfaltung bzw. Steigerung lokaler Wertschöpfung, die Energiegenossenschaften potenziell bieten und positiven Einfluss auf eine Reihe lokaler Akteure haben kann, ⁸⁷ können durch eine gezielte Förderung aktiviert werden.

Literaturhinweise zum Thema Energiegenossenschaften:

- Kahla, Franziska/Holstenkamp, Lars/Müller, Jakob R., Degenhart, Heinrich. 2017. Entwicklung und Stand von Bürgerenergiegesellschaften und Energiegenossenschaften in Deutschland. Lüneburg.
https://mpira.ub.uni-muenchen.de/81261/1/wpbl27_BEG-Stand_Entwicklungen.pdf (18.09.2018)
- Müller, Jakob R./Dorniok, Daniel/Flieger, Burghard/Holstenkamp, Lars/Mey, Franziska/Radtke, Jörg. 2015. Energiegenossenschaften – das Erfolgsmodell braucht neue Dynamik; in: GAIA. 24/2 (2015). 96-101.

7.1 Bürgerwerke eG

Die Bürgerwerke eG sind eine Dachvereinigung regionaler Bürgerenergiegenossenschaften in Deutschland, die es ihren Mitgliedsgenossenschaft erlaubt im Stromvertrieb tätig zu sein. Die Genossenschaft steht im Dienst ihrer regionalen Mitgliedsgenossenschaften, fährt selbst keine Gewinne ein und ermöglicht es Privatkunden

⁸³ Klemisch, Herbert. 2014. Die Transformation der Energiewirtschaft. Die Rolle von Genossenschaften in der Energiewende; in: ÖkologischesWirtschaften. 1.2014 (29). 22/23., S. 22

⁸⁴ vgl. Kahla, Franziska/Holstenkamp, Lars/Müller, Jakob R./Degenhart, Heinrich. 2017. Entwicklung und Stand von Bürgerenergiegesellschaften und Energiegenossenschaften in Deutschland. Lüneburg., insbesondere S. 26/27
https://mpira.ub.uni-muenchen.de/81261/1/wpbl27_BEG-Stand_Entwicklungen.pdf (18.09.2018)

⁸⁵ Der Aufstieg der Energieproduktionsgenossenschaften war zuvor maßgeblich auf die intensive Förderung von Photovoltaikanlagen zurückzuführen

⁸⁶ vgl. Müller, Jakob R./Dorniok, Daniel/Flieger, Burghard/Holstenkamp, Lars/Mey, Franziska/Radtke, Jörg. 2015. Energiegenossenschaften – das Erfolgsmodell braucht neue Dynamik; in: GAIA. 24/2 (2015). 96-101., S. 99/100

⁸⁷ vgl. Klemisch, Herbert. 2014. Die Transformation der Energiewirtschaft. Die Rolle von Genossenschaften in der Energiewende; in: ÖkologischesWirtschaften. 1.2014 (29). 22/23., S. 22

Ökostrom von den Anlagen der Energiegenossenschaften in Deutschland zu beziehen.

7.1.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die national Initiative ist ein gutes Beispiel dafür, wie sich lokale Initiativen vor Ort überregional zusammenschließen können um gegenüber Wettbewerbern besser zu bestehen und den Einstieg in ein Geschäftsfeld wie etwa den Stromvertrieb überhaupt erst zu schaffen, ohne dass dadurch die Wertschöpfung der einzelnen Initiativen aus den jeweiligen Regionen abwandert.

7.1.2 Entstehungsgeschichte

Die Bürgerwerke eG wurden Ende 2013 gegründet mit damals neun Mitgliedsgenossenschaften, hauptsächlich aus dem Südwesten Deutschlands. Ziel der Gründung war es, einen eigenen Absatzmarkt aufzubauen. Durch den Zusammenschluss begegnete man dem Problem, dass als Energieversorger zu fungieren aus Sicht der Initiative mit erheblichen finanziellen Aufwendungen und rechtlichen Schwierigkeiten verbunden ist. Hintergrund der Gründung war, dass in den Jahren 2011 und 2012 von den einzelnen Energiegenossenschaften praktisch kaum noch neue Projekte umgesetzt, sondern lediglich der Bestand erhalten wurde.⁸⁸

7.1.3 formelle Informationen

Mitglieder der Bürgerwerke eG sind einzelne regionale Energiegenossenschaften, die Bürgerwerke fungieren als Dienstleister und übernehmen den Stromvertrieb. Der Strom wird zu einem kleinen Teil aus den Anlagen der Mitgliedsgenossenschaften bezogen und zu einem weit überwiegenden Teil von einem deutschen Wasserkraftwerk. Die Bürgerwerke als Dachorganisation arbeiten dabei nicht gewinnorientiert, erwirtschaftete Gewinne aus der Stromvermarktung fließen den lokalen Energiegenossenschaften zu. Zu mehreren anderen Organisationen bestehen Partnerschaften, so etwa zur GLS Bank die der genossenschaftliche Finanzierungspartner ist.⁸⁹

Die Bürgerwerke definieren sich selbst über ihre Unterstützungsleistung für die Energiegenossenschaften vor Ort, in deren Dienst sich die Dachorganisation versteht: »Die Bürgerwerke sind ein Zusammenschluss von Energiegenossenschaften, die es sich zum Ziel gesetzt haben, ihre Mitglieder und Bürger aus ganz Deutschland mit Strom aus der Region zu versorgen. Im Verbund der Bürgerwerke sind die einzelnen Genossenschaften in der Lage, Strom zu liefern. Durch die Bündelung der notwendigen Kompetenzen und Kapazitäten werden Kosten eingespart und Risiken gestreut. (...) Sie streben keinen Gewinn an und arbeiten zu Selbstkosten. Damit verbleibt die gesamte Wertschöpfung bei den Energiegenossenschaften vor Ort, die da-

⁸⁸ vgl. EnergieAgentur.NRW. 2016. TOP Unternehmen & Geschäftsmodelle. Bürgerwerke eG: Kooperation als Schlüssel zur Geschäftsfeldentwicklung. Düsseldorf.

http://www.energieagentur.nrw/content/anlagen/Datenblatt_TOP-Geschaeftsmodell_Buergerwerke.pdf (09.05.2018),
Telefongespräch mit einem Mitarbeiter der Bürgerwerke eG am 25.07.2018

⁸⁹ vgl. EnergieAgentur.NRW. 2016. TOP Unternehmen & Geschäftsmodelle. Bürgerwerke eG: Kooperation als Schlüssel zur Geschäftsfeldentwicklung. Düsseldorf.

http://www.energieagentur.nrw/content/anlagen/Datenblatt_TOP-Geschaeftsmodell_Buergerwerke.pdf (09.05.2018)

mit neue Erneuerbare-Energien-Anlagen bauen und weitere Energiewende-Projekte umsetzen können.«⁹⁰

Aktuell haben die Bürgerwerke 12 Mitarbeiter, umgerechnet handelt es sich um acht Vollzeitstellen.⁹¹

7.1.4 informelle Informationen

Die Bürgerwerke haben für die Erhöhung der Zahl ihrer Mitgliedsgenossenschaften in den vergangenen Jahren aktive Akquise betrieben und tun dies bis heute. Ziel ist es, weitere Energiegenossenschaften für die Bürgerwerke zu gewinnen. Genossenschaften kommen andererseits auch auf die Bürgerwerke zu. Zwar ist die Stromlieferung das Kerngeschäft der Dachgenossenschaft, ein weiteres Unternehmensanliegen ist es aber auch, den Mitgliedsgenossenschaften über das Netzwerk neue Geschäftsmodelle zu ermöglichen. Entwickelt eine Genossenschaft ein erfolgreiches Konzept, so kann dieses auf die anderen Genossenschaften übertragen werden, ggf. erhält sie hierfür dann eine Gewinnbeteiligung. In der Vergangenheit hat eine Energiegenossenschaft bspw. ein Konzept für ein Ladenetz für Elektroautos entwickelt, bei dem sich die Übertragung auf andere Genossenschaften anbot.⁹²

Nur der geringere Teil der Stromkunden sind gleichzeitig auch Mitglieder einer der Einzelgenossenschaften. Insgesamt werden zwei Vertriebskanäle betrieben. Neben dem regionalen Vertrieb über die Genossenschaften vor Ort wurde ein zentraler Online-Vertrieb aufgebaut. Die Einzelgenossenschaften selbst haben nach Einschätzung der Bürgerwerke nur wenig richtige Stellen schaffen können, häufig fehlt es den kleinen Unternehmen an Kapazitäten.⁹³

7.1.5 Ergebnisse

Die Bürgerwerke haben in der Vergangenheit bereits zahlreiche Preise erhalten, die Fachzeitschrift Ökotest hat den Bürgerstrom darüber hinaus 2017 mit der Note »sehr gut« ausgezeichnet.⁹⁴

Tabelle 16: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die überregionale Initiative ermöglicht es ihren Mitgliedern, den einzelnen regionalen Energiegenossenschaften, im Stromvertrieb tätig zu werden.

⁹⁰ Bürgerwerke eG. o. J. Über die Bürgerwerke. Heidelberg.

<https://buergenwerke.de/strom-beziehen/die-buergenwerke/ueber-uns/> (22.05.2018)

⁹¹ vgl. Telefongespräch mit einem Mitarbeiter der Bürgerwerke eG am 25.07.2018

⁹² vgl. Telefongespräch mit einem Mitarbeiter der Bürgerwerke eG am 25.07.2018

⁹³ vgl. Telefongespräch mit einem Mitarbeiter der Bürgerwerke eG am 25.07.2018

⁹⁴ vgl. Bürgerwerke eG. o. J. Gütesiegel und Auszeichnungen. Heidelberg.

<https://buergenwerke.de/strom-beziehen/die-buergenwerke/auszeichnungen/> (22.05.2018)

Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Mit ihrem Engagement für eine dezentrale und auf erneuerbaren Energien aufbauende Energieversorgung leistet die Initiative einen Beitrag zu einer insgesamt stärkeren Krisenfestigkeit im Energiesektor.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Die Bürgerwerke als Dachorganisation erwirtschaften selbst keine Gewinne sondern arbeiten für die Mitgliedgenossenschaften. Der Gewinn verbleibt in den Regionen.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Die Initiative unterstützt regionale Bürgerenergiegenossenschaften und leistet damit einen Beitrag zu einer klimafreundlicheren und ökologisch nachhaltigen Energieversorgung.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Mitglieder der nationalen Initiative sind lokale Initiativen im Sinne der WF4.0, die genossenschaftlich organisiert sind.

7.2 Energiegenossenschaft Starkenburg

Über die Energiegenossenschaft Starkenburg beteiligen sich Bürgerinnen und Bürger der Region an Erneuerbare-Energien-Projekten vor Ort. Dabei realisiert die Bürgerenergiegenossenschaft Projekte u. a. in den Bereichen Windkraft und Photovoltaik und betreibt darüber hinaus eine Biogasanlage. Über ihre Beteiligung an den Bürgerwerken eG ist sie auch als Stromanbieter aktiv.

7.2.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die Energiegenossenschaft Starkenburg ist in besonderer Weise Beispiel für eine erfolgreiche Initiative im Sinne der WF 4.0. Vor allem über ihr Engagement in gleich mehreren Bereichen der Erneuerbaren Energien – Windkraft, Solarenergie, Bioenergie – sticht sie auch unter anderen Energiegenossenschaften hervor und ist besonders breit aufgestellt. Das Beispiel zeigt, dass selbst große Energieprojekte wie etwa Windräder erfolgreich von einer regionalen Genossenschaft und damit Bürgerinnen und Bürgern vor Ort umgesetzt werden können. Über die Wirtschaftsförderung 4.0 hinaus weist der Ansatz die Menschen vor Ort finanziell von der Errichtung von Windenergieanlagen profitieren zu lassen den Weg für eine für die Betroffenen akzeptable und auf einen breiteren Konsens gestellte deutsche Energiewende.

7.2.2 Entstehungsgeschichte

Die Gründungsversammlung der Energiegenossenschaft fand im Dezember 2010 statt. Anstoß des Vorhabens gaben Aktivitäten und Überlegungen in einer südhessischen Kleinstadt. Deren Umweltbeauftragter begleitete einen Agendaprozess und runde Tische mit Bürgern zum Thema Energie. Hier kam es im Laufe der Zeit zu einem Impuls aus der Runde als ein Teilnehmer von einer nordbayerischen Energiegenossenschaft berichtete und in der Folge ein Vortrag von einer Person aus Bayern hierzu gehalten wurde. Nachdem die Gründung einer Genossenschaft in der Stadt

nicht in Gang kam, da niemand die Federführung übernehmen wollte, gelang die Gründung der Energiegenossenschaft Starkenburg, die explizit in der Region Starkenburg und nicht beschränkt auf eine Stadt aktiv ist, schließlich aus einem Netzwerk von 13 Menschen, die sich in ihrer Freizeit hierfür engagierten. Ausschlaggebend für den Erfolg der Gründung war, dass viele regionale Experten aus unterschiedlichen Bereichen beteiligt waren u. a. ein Windprojektierer und Steuerberater. Seit 2015 verfügt die Initiative über einen hauptamtlichen Mitarbeiter. Als Graswurzelorganisation entstanden waren die Energiegenossenschaft Starkenburg schließlich einer der Gründungsmitglieder der bundesweit im Stromvertrieb tätigen Bürgerwerke eG.⁹⁵

7.2.3 formelle Informationen

Die Energiegenossenschaft Starkenburg setzt sich zum Ziel die Erzeugung und Nutzung der erneuerbaren Energien in der Region auszubauen und engagiert sich darüber hinaus in dem Bereich Energieeinsparung und Effizienz. Die Energieprojekte in der Region sollen dabei unter Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger vorangetrieben werden, außerdem wird eine enge Zusammenarbeit u. a. mit den Kommunen angestrebt. Mit ihrer Beteiligung an der deutschlandweiten Dachgenossenschaft Bürgerwerke eG ist es der Genossenschaft darüber hinaus gelungen, in den Stromvertrieb einzusteigen.⁹⁶

Auffällig ist das umfangreiche Engagement der Genossenschaft im Windenergiebereich. Hier wurden bereits mehrere Projekte realisiert bzw. erfolgten Beteiligungen an Projekten, einige Windräder werden von der Genossenschaft selbst betrieben. **Mit dem Ansatz die Menschen, bei denen das Windrad gebaut wird von diesem auch profitieren zu lassen kann auch die Akzeptanz für Energieprojekte vor Ort erhöht werden.** Bis Mai 2018 hat die Genossenschaft darüber hinaus bereits 16 Photovoltaik-Projekte realisiert, entsprechende Module finden sich u. a. auf Sporthallen, einer Schule und einem Kindergarten, einem Rathaus, einem Getränkemarkt und landwirtschaftlichen Betrieben.

Die Gebäudebesitzer können dabei von einer Pacht profitieren. In den Bereich Biogas stieg die Initiative im September 2014 durch die Übernahme einer bereits bestehenden Biogasanlage ein, die Finanzierung erfolgte vollständig aus Eigenkapital. Hier entsteht Strom und thermische Energie. Bauern aus der Region sind direkt in das Projekt eingebunden.⁹⁷

⁹⁵ vgl. Energiegenossenschaft Starkenburg. 2010. ES Leitbild. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/leitbild.html> (29.05.2018),

Telefongespräch mit Mitarbeiter der Energiegenossenschaft Starkenburg eG am 19.06.2018

⁹⁶ vgl. Energiegenossenschaft Starkenburg. o. J. ES Genossenschaftsstrom. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/strom.html> (29.05.2018),

Energiegenossenschaft Starkenburg. 2010. ES Leitbild. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/leitbild.html> (23.05.2018)

⁹⁷ vgl. Energiegenossenschaft Starkenburg. o. J. ES Biogas. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/biogas.html> (29.05.2018),

Energiegenossenschaft Starkenburg. o. J. ES Photovoltaik. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/photovoltaik.html> (29.05.2018),

Energiegenossenschaft Starkenburg. o. J. ES Windenergie. Heppenheim.

Voraussetzung für den Eintritt in die Energiegenossenschaft ist der Erwerb von zwei Genossenschaftsanteilen á 100 Euro, jedoch ist zusätzlich vorgesehen, dass der Bürger ein projektbezogenes Nachrangdarlehen von 1800 zur Verfügung stellt, womit sich ein finanzieller Beteiligungsaufwand von 2000 Euro ergibt.⁹⁸

Für die Realisierung der Projekte hat die Initiative mehrere Einzelbetriebe gegründet. Insgesamt gibt es vier Betreibergesellschaften für die Großprojekte, insgesamt drei für jeweils ein Windradprojekt sowie eine für die Biogasanlage. Die Genossenschaft ist Mehrheitseigner dieser Gesellschaften, die Energiestark GmbH ist deren Komplementär, die selbst zu 100 Prozent der Genossenschaft, die ehrenamtlich arbeitet, gehört. Diese Mischung der Unternehmensformen wird als erforderlich und erfolgreich angesehen.⁹⁹

Integraler Bestandteil des Ansatzes ist es, bei der Verwirklichung der Energieprojekte die Bürgerinnen und Bürger vor Ort einzubinden und zu beteiligen und regionale Firmen bei der Projektrealisierung zu bevorzugen, womit möglichst ein System regionaler Wertschöpfungskreisläufe realisiert werden soll. Bei der Projektrealisierung strebt die Genossenschaft einen möglichst hohen Eigenkapitalanteil an, der bisher zwischen 55 Prozent und der vollständigen Finanzierung der Projekte lag. Die erwirtschaftete Dividende fließt an die Mitglieder der Genossenschaft zurück.¹⁰⁰

7.2.4 informelle Informationen

In der Genossenschaft beteiligen sich unterschiedliche Menschen, wobei sich drei Haupttypen unterscheiden lassen. Zum einen engagieren sich viele, die die Energiewende aufgrund der Fukushima-Erfahrung persönlich voranbringen wollen. Hier ließ sich tatsächlich eine starke Betroffenheit der Menschen nach dem Unglück spüren. Zum anderen sind viele Menschen in Starkenburg aktiv, die die Selbstwirksamkeit des speziellen Unternehmenstypus Genossenschaft mögen und sich gern in Netzwerke einbringen und die Kontaktmöglichkeiten nutzen möchten.

Eine weitere Gruppe möchte ihr Geld mit gutem Gewissen anlegen möchten und wollen gleichzeitig die Möglichkeit haben, ihre Investitionen anzuschauen und anzufassen, also auf eine »handfeste« Geldanlage setzen. Jedes neue Genossenschaftsmitglied muss auch Geld für ein konkretes Projekt zur Verfügung stellen. Diese Bedingung hat man festgelegt, um möglichst organisch zu wachsen. Viele neue Leute stoßen zu der Genossenschaft, wenn konkrete Projekte angegangen werden.

Wird beispielsweise eine neue Photovoltaikanlage auf einem Kindergartendach geplant, wird ein Informationsabend für Erzieher und Eltern organisiert. Die Menschen sollen möglichst immer zu den späteren Standorten der Anlagen eingeladen

<http://www.energiestark.de/html/windenergie.html> (29.05.2018)

⁹⁸ vgl. Energiegenossenschaft Starkenburg. o. J. ES Mitmachen. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/mitmachen.html> (29.05.2018)

⁹⁹ vgl. Telefongespräch mit einem Mitarbeiter der Energiegenossenschaft Starkenburg eG am 19.06.2018

¹⁰⁰ vgl. Energiegenossenschaft Starkenburg. o. J. ES Mitmachen. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/mitmachen.html> (29.05.2018),

Energiegenossenschaft Starkenburg. o. J. ES Projekte. Heppenheim.

<http://www.energiestark.de/html/projekte.html> (29.05.2018)

werden. Zu solchen Infoveranstaltungen erscheinen dann Artikel in der Zeitung, wodurch man ein Medienecho erzeugen kann. Als besonders nützlich empfindet es die Initiative, dass sie inzwischen die Projekte auch vorfinanzieren kann, was es deutlich einfacher macht Unterstützung für die Projekte einzuwerben, da die Menschen den Bau bereits sehen können. Als Problem zeigt sich aber, dass viele Alt-Mitglieder sich gerne immer wieder finanziell beteiligen, aber auch neue Menschen herangeholt und eingebunden werden müssen.

Die Genossenschaft musste sich im Bereich Photovoltaik noch nie Geld von einer Bank leihen; fast immer reichte das Eigenkapital immer aus, um die Projekte zu realisieren. Für die Vernetzung mit anderen Genossenschaften ist neben den Bürgerwerken vor allem die LaNEG Hessen für den Austausch mit anderen Genossenschaften entscheidend. Von der Initiative bemängelt wird, dass die Politik ihnen vergleichsweise wenig Beachtung schenken würde.

Im Vergleich zu Energiegenossenschaften, die an Volksbanken-Raiffeisenbanken angeschlossen sind, nimmt sich die Initiative eher als politischer »outlaw« war und sieht sich auch von der Wirtschaftsförderung wenig beachtet. Die finanziellen Potenziale, die die Genossenschaft bieten würde, können so nach eigenen Angaben gar nicht ausgeschöpft werden. Der Umgang mit den kommunalen Liegenschaften wird von der Initiative als insgesamt besonders wichtiger Aspekt der kommunalen Politik betont. Die Energiegenossenschaft Starkenburg würde sich wünschen, dass die Kommunen und Landkreise stärker darauf achten, **welches Potenzial bei ihnen vor Ort durch die Energiegenossenschaft vorhanden ist. Es fehlt aus Sicht der Initiative an einem Kontaktpartner, um in einen Dialogprozess einsteigen zu können.**¹⁰¹

7.2.5 Ergebnisse

Die Genossenschaft hat Stand Juni 2018 870 Mitglieder. Als besonderer Erfolg können die Realisierung der Windkraftprojekte und die umfangreiche Beschaffung von Eigenkapital, das eine starke Unabhängigkeit von Banken schafft, gelten. Die Initiative selbst betont nicht zuletzt glückliche Fügungen aber auch die Bedeutung von Kontakten und Netzwerken, die zu einer erfolgreichen Realisierung von Projekten geführt haben. Das Aufeinandertreffen der Genossenschaft mit den Landwirten zu einem Zeitpunkt, als eine Nachfolgeoption zum Weiterbetrieb der Biogasanlage gesucht wurde, führte bspw. zum Engagement der Initiative in diesem Bereich.¹⁰²

Tabelle 17: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschafts-		Die Initiative führt zum Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten und beteiligt unterschiedliche Akteure vor Ort bei der Realisie-

¹⁰¹ vgl. Telefongespräch mit einem Mitarbeiter der Energiegenossenschaft Starkenburg eG am 19.06.2018

¹⁰² vgl. Telefongespräch mit einem Mitarbeiter der Energiegenossenschaft Starkenburg eG am 19.06.2018

kreisläufe?		rung ihrer Projekte.
Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Die Initiative leistet einen Beitrag dazu, dass die Energieversorgung langfristig dezentraler ausgestaltet wird.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientiere Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Die erwirtschaftete Rendite fließt an die Genossenschaftsmitglieder und damit an Bürgerinnen und Bürger vor Ort zurück.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Mit dem Ausbaue erneuerbarer Energien erwachsen aus der Initiative positive ökologische Wirkungen.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Grundsätzlich kann jeder Mitglied der Genossenschaft werden und sich beteiligen. Mit einem notwendig einzubringenden Kapital von insgesamt 2000 Euro ist die Schwelle für einige Menschen jedoch als relativ hoch einzuschätzen.

7.3 Solar-Bürger-Genossenschaft eG

Die Solar-Bürger-Genossenschaft engagiert sich für eine dezentrale und ökologisch nachhaltige Energiewirtschaft in Bürgerhand. Dafür werden konkrete Projekte zum Ausbau regenerativer Energien vor Ort angestoßen. Jeder Person ist es möglich Genossenschaftsmitglied zu werden, wenn ein Anteil á 100 Euro gezeichnet wird.

7.3.1 Warum wurde die Initiative für die WF4.0 ausgewählt

Die Initiative ist Beispiel für bürgerschaftliches Engagement im Rahmen der Energiewende bei dem konkrete Projekte über die gegründete Genossenschaft ermöglicht werden und der Einzelne die Möglichkeit hat im Rahmen der Genossenschaft gleichberechtigt am Aufbau der Projekte zu partizipieren.

7.3.2 Entstehungsgeschichte

Die Initiative entstand aus einem Kreis von Gruppen, die sich schon längere Zeit mit nachhaltiger regionaler Energieversorgung auseinandergesetzt haben. Ein Initiatorenkreis bildete sich 2005 heraus und ein Jahr später gründete sich die Genossenschaft über das Engagement von Bürgern und Fachleuten. Als Schlüsselmoment der Initiierungsphase nennt die Initiative das Zusammenkommen von zwei Personen, namentlich Erhard Renz und Burghard Flieger.

Die Anlaufphase der Initiative bis zur Umsetzung des ersten Projekts dauerte für die Initiatoren länger als gedacht, da das Wissen zur konzeptionellen Planung von Photovoltaikanlagen nicht ausreichend vorhanden war und es darüber hinaus zu ethischen Diskussionen zur Bezugsquelle der Photovoltaik-Elemente kam. Von Anfang

an lag der Fokus auf der Realisierung von Anlagen auf Schuldächern bzw. öffentlichen Einrichtungen.

Inzwischen wurden bereits mehrere Energieanlagen realisiert, so 2013 das erste BHKW-Projekt. 2014 ist die Genossenschaft mit Hilfe einer Kooperation in den Stromvertrieb eingestiegen. Die Initiative durchlief dabei auch eine Phase der Neuaufstellung, Professionalisierung, Umzüge des Sitzes und Neubesetzung des Vorstands, wozu erheblicher Aufwand von Nöten war. Als besonders entscheidender Faktor in ihrer Entwicklung sieht die Genossenschaft die Inbetriebnahme der größten Solaranlage in Landau 2011, die noch vor den EEG-Kürzungen umgesetzt wurde.

Auch die mit dem Umzug der Genossenschaft nach Freiburg einhergehenden Veränderungen werden von der Initiative als wichtiger Stabilisierungsfaktor eingeschätzt. Zwei neue Vorstandsmitglieder brachten wichtige Expertise in die Genossenschaft ein, ebenso ergab sich ein Wissensfluss durch die Einbindung von Aufsichtsratsmitgliedern aus entsprechenden Bereichen, die Vernetzung und Zusammenarbeit mit fesa e. V. als regional treibender Akteur der Energiewende im Raum Freiburg und eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit und Kooperation mit Unternehmen, die zu einer höheren Beachtung und Nachfrage der Tätigkeiten der Genossenschaft führte.¹⁰³

7.3.3 formelle Informationen

Mitglied der Genossenschaft kann werden wer mindestens einen Genossenschaftsanteil á 100 Euro erwirbt. Die Genossenschaft hat derzeit 173 Mitglieder und es bestehen 1815 Genossenschaftsanteile. Neben dem Erwerb von Genossenschaftsanteilen ist es auch möglich in konkrete Projekte der Genossenschaft über ein Nachrangdarlehen zu investieren. Durch eine Kooperation mit dem Verbund der »Bürgerwerke« kann auch Strom über die Genossenschaft bezogen werden. Sieben Solarstromanlagen und ein Blockheizkraftwerk werden betrieben. Anliegen ist es, einen Beitrag für eine ökologisch nachhaltige wie auch eine dezentrale und soziale Energiewirtschaft zu leisten.¹⁰⁴

7.3.4 informelle Informationen

Zu dem Konzept der Solar-Bürger-Genossenschaft gehörte es von Beginn an, möglichst vielen Menschen die Teilnahme und Investition in Erneuerbare Energie zu ermöglichen. 100 Euro sind für den Erwerb eines Genossenschaftsanteils erforderlich, mit dem man dann zum Genossenschaftsmitglied wird. Die Initiative betont dabei den vorrangigen Aspekt, sich an der Realisierung der Energiewende zu beteiligen

¹⁰³ vgl. Solar-Bürger-Genossenschaft eG. o. J. Chronik der Solar-Bürger-Genossenschaft. Freiburg.

<https://www.solarbuergergenossenschaft.de/ueber-uns/zahlen-und-daten-der-solar-buerger-genossenschaft.html> (10.04.2018),

Solar-Bürger-Genossenschaft. o. J. Kurzportrait. Freiburg.

<https://www.solarbuergergenossenschaft.de/images/downloads/flyer/pdf/solargeno-infolyer-genossenschaft-kurzportrait-201711.pdf> (10.04.2018),

E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter der Solar-Bürger-Genossenschaft eG am 12.06. und 19.06.2018

¹⁰⁴ vgl. Solar-Bürger-Genossenschaft eG. o. J. Beteiligen und Mitgestalten. Freiburg.

<https://www.solarbuergergenossenschaft.de/beteiligen-und-mitmachen.html> (10.04.2018),

Solar-Bürger-Genossenschaft eG. o. J. Chronik der Solar-Bürger-Genossenschaft. Freiburg.

<https://www.solarbuergergenossenschaft.de/ueber-uns/zahlen-und-daten-der-solar-buerger-genossenschaft.html> (10.04.2018)

und sich für den Klimaschutz engagieren zu wollen. Die erwirtschafteten wirtschaftlichen Vorteile für die Genossenschaftsmitglieder werden als eine gewollte Begleitscheinung verstanden.

Die Initiative ist bisher nicht in den Genuss von Förderungen gekommen, dafür werden insbesondere auch strukturelle Gründe von Seiten der Initiatoren ausgemacht, etwa **der Umgang mit der Unternehmensform Genossenschaft bei vielen staatlichen Förderprogrammen. Genossenschaften, so die Initiative, würden bei vielen Förderungen generell durch das Raster fallen und passen nicht in gängige Förderkonzepte.** Ihre Entwicklung gemessen am Größenumfang schätzt die Solar-Bürger-Genossenschaft selbst als eher mäßig ein, sieht gleichzeitig aber mehrere Erfolge ihrer Arbeit und stellt dabei unter anderem ihren Beitrag zur Gründung der Bürgerwerke eG sowie ihre allgemeine Bedeutung als Orientierungspunkt für die Entwicklung von Energiegenossenschaftskonzepten heraus.¹⁰⁵

7.3.5 Ergebnisse

Die knapp 200 Mitglieder besitzen durchschnittlich 12 Anteile an der Genossenschaft. 2016 konnte die Genossenschaft einen Gewinn von drei Prozent auf die Genossenschaftsanteile herausgeben. Sieben Solarstromanlagen und ein Blockheizkraftwerk konnten realisiert werden. Etwa die Hälfte der Solarstromanlagen wurde komplett eigenfinanziert, auch alle anderen Anlagen wurden aber mindestens mit 20 Prozent Eigenkapital, Genossenschaftsanteilen und Nachrangdarlehen, finanziert.¹⁰⁶

Die Solar-Bürger-Genossenschaft trägt zur Realisierung einer regionalen Energieproduktion bei und setzt dabei auf die weitgehende Finanzierung durch ihre Mitglieder, die ggf. von den Gewinnen profitieren. Die Rendite bleibt damit vor Ort, gleichzeitig sind durch den Beitrag zum Wandel des Energiesystems positive ökologische Wirkungen zu erwarten.

Tabelle 18: Ampel-Bewertung des Initiative als Bestandteil eines Portfolios der WF 4.0.

Leitfragen/Kriterien	Einschätzung Ampel	
Stärkung der regionalen Wirtschaft, kurze/kürzere Wertschöpfungsketten. Geht es in der Initiative um den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe?		Die Energieversorgung soll dezentralisiert werden.

¹⁰⁵ vgl. E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter der Solar-Bürger-Genossenschaft eG am 12.06. und 19.06.2018

¹⁰⁶ vgl. Solar-Bürger-Genossenschaft eG. o. J. Beteiligen und Mitgestalten. Freiburg.

<https://www.solarbuergergenossenschaft.de/beteiligen-und-mitmachen.html> (10.04.2018),

E-Mail-Kontakt mit einem Mitarbeiter der Solar-Bürger-Genossenschaft eG am 12.06. und 19.06.2018

Förderung der Krisenfestigkeit/Selbstversorgung, Verringerung der Abhängig von Wachstum		Bürger sind weniger abhängig von einzelnen Energieversorgern und können als Genossenschaftsmitglieder selbst über Energieprojekte mitbestimmen.
Maßvolle Renditen – gemeinwohlorientierte Verwendung des Gewinns und/oder Bindung der Rendite innerhalb der Region. Ist die Gewinnverwendung der Rendite gemeinwohlorientiert und/oder bleibt die Rendite in der Region? Ist die Orientierung mehr nutzenorientiert denn gewinnorientiert?		Die Genossenschaftsmitglieder erhalten ggf. einen Gewinn auf ihre Anteile.
Gemeinwohlorientierung. Hat die Initiative das Ziel der Erhöhung des Gemeinwohls? Was trägt sie dazu bei?		
Positive ökologische Wirkungen. Sind aus der Initiative positive ökologische Wirkungen zu erwarten? Sind diese insbesondere im lokalen und regionalen Bereich zu verorten?		Über das Engagement für den Ausbau dezentraler und regenerativer Energieerzeugung erwachsen positive ökologische Wirkungen.
Teilhabe und Transparenz. Verfügt die Initiative über partizipative Elemente, Möglichkeiten der Teilhabe?		Jede Person kann Mitglied der Genossenschaft werden und gleichberechtigt mitbestimmen.

8 Literaturhinweise zum Thema »Urbane Produktion«:

- Brandt, Martina/Gärtner, Stefan/Meyer, Kerstin. 2017. Urbane Produktion: Ein Versuch einer Begriffsdefinition. Gelsenkirchen.
Der Beitrag beschäftigt sich u. a. grundlegend mit der Entwicklung »urbaner Produktion« als Aufbrechung einer strikten räumlichen Trennung, bspw. zwischen Wohnen und Arbeiten, zeigt die sich daraus ergebenden Anforderungen an das Produzieren und die Verbindung zur Etablierung lokaler Wertschöpfungsketten auf.
- Gärtner, Stefan/Stegmann, Tim. 2015. Neue Arbeit und Produktion im Quartier: Beobachtungen und Wishful Thinking. Gelsenkirchen.