

# ALTERNATIVE NETZWERKE ZUR NAHRUNGS- MITTELVERSORGUNG

Handlungsfelder  
für Erzeuger,  
Verbraucher, Politik  
und Verwaltung





# EINFÜHRUNG

Alternative Netzwerke zur Nahrungsmittelversorgung (ANN), wie Food Coops (Einkaufsgemeinschaften), solidarische Landwirtschaft (SoLaWi) und Selbsterntegärten, finden in Deutschland eine zunehmende Verbreitung. In den Netzwerken kooperieren zumeist städtische Verbraucherinnen und Verbraucher<sup>1</sup> direkt mit Erzeugerinnen und Erzeugern im Umland und versorgen sich so mit ökologischen, regional produzierten Nahrungsmitteln. Ziel ist unter anderem eine nachhaltigere, ressourcenschonende Produktion und eine größere Transparenz entlang der Wertschöpfungskette. Gleichzeitig führt die direkte persönliche Interaktion zwischen Verbrauchern und Erzeugern zu Veränderungen auf sozialer, ökonomischer und ökologischer Ebene. Die Netzwerke gelten daher als Impulsgeber zum nachhaltigeren Umgang mit gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen, wie Städtewachstum, Klimawandel, Ressourcenverbrauch oder dem Verlust der Artenvielfalt.

Trotz steigender Zahlen sind ANN aktuell als Innovationen in einer Nische zu betrachten. Ihr Fortbestand bzw. eine zunehmende Verbreitung der Modelle in Deutschland ist abhängig von verschiedenen äußeren Rahmenbedingungen und der internen Organisation der Netzwerke bzw. ihrer Fähigkeit, sich in die bestehenden Verhältnisse zu integrieren. Vor allem aus hemmenden äußeren Einflussfaktoren ergibt sich ein Handlungsbedarf für die Politik. Handlungsbedarfe können aber auch für die Akteure in alternativen Versorgungsnetzwerken selbst bestehen.

In der vorliegenden Broschüre werden die zehn wichtigsten Handlungsfelder zum Abbau von Hemmnissen und die Stärkung der Potentiale für eine zunehmende Verbreitung von alternativen Versorgungsnetzwerken in Deutschland beschrieben. Die Handlungsfelder wurden auf Basis von Interviews und Literatur identifiziert. Sie wurden nach ihrer Wichtigkeit angeordnet (siehe Abbildung 1). Jedes Handlungsfeld ist anhand der Herausforderungen für die Netzwerke sowie mit entsprechenden möglichen Handlungsansätzen für die verschiedenen Akteure dargestellt. Als relevante Akteure wurden Politik und Verwaltung, Erzeuger und Verbraucher in den Projekten, Zivilgesellschaft/Bürger, Unternehmen, Verbände, Medien, Bildungssektor und Wissenschaft identifiziert.

<sup>1</sup> Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird im Folgenden auf den Gebrauch von geschlechtsneutralen Formulierungen oder Paarformeln größtenteils verzichtet. Es ist aber grundsätzlich jedes Geschlecht gemeint.

# 1 LAND

Die Ergebnisse wurden in dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Forschungsprojekt Future|Food|Commons<sup>2</sup> (2015-2017) erarbeitet. In die Broschüre sind Ergebnisse einer Literaturstudie, einer Reihe von 26 leitfadengestützten Interviews mit Erzeugern und Verbrauchern aus ANN in drei Metropolregionen in Deutschland (Berlin, Hamburg, München) sowie aus drei Workshops eingeflossen. Wir danken den Teilnehmern für ihr Engagement und die Unterstützung bei der Durchführung der Studien.

HANDLUNGSFELDER	WICHTIGKEIT	
<b>LAND</b>	● ● ●	HOCH
<b>POLITIK</b>	● ● ●	
<b>WAHRNEHMUNG UND AKZEPTANZ</b>	● ● ●	
<b>KONSUM</b>	● ● ●	
<b>WERTE, IDENTITÄT UND PROFIL</b>	● ● ●	
<b>PROFESSIONALISIERUNG</b>	● ● ●	
<b>MARKT</b>	● ●	MITTEL
<b>RECHT</b>	●	GERING
<b>KLIMAWANDEL</b>	●	
<b>KOOPERATION</b>	●	

**Abbildung 1** Übersicht über die identifizierten Handlungsfelder und ihre Wichtigkeit. Die Handlungsfelder wurden auf Basis von Interviews und Literatur identifiziert und in einem Workshop gemeinsam mit Experten gewichtet.

<sup>2</sup> Volltitel: Sharing Economy in der Lebensmittelversorgung – Neue Modelle der Konsumenten-Produzenten-Interaktionen, Trends und Folgenabschätzung, Laufzeit: August 2015 – Juli 2017, Förderbereich: Innovations- und Technikanalysen (ITA), Förderkennzeichen 1611661, Verbundkoordination: Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e.V., Verbundpartner: Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI Fraunhofer), Unterauftragnehmer: agrathaeer GmbH, www.fufoco.net

## DEFINITION

Das Handlungsfeld Land bezieht sich zum einen auf die Verfügbarkeit und den Zugang zu landwirtschaftlich nutzbaren Flächen, zum anderen auf Räume in der Stadt, die von Verbrauchergruppen als Treffpunkt und Lager verwendet werden können.

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Die Verfügbarkeit und der Zugang zu Agrar- und Freiflächen gestaltet sich für die untersuchten ANN zunehmend schwieriger. Durch den steigenden Siedlungsdruck in den meisten deutschen Großstädten gehen durch Umwidmung und Bebauung Landwirtschafts- und Freiflächen verloren. Dies sind z. T. innerstädtische oder stadtnahe Flächen mit guter verkehrlicher Erreichbarkeit, welche vor allem für Selbsterntegärten eine wichtige Voraussetzung ist. Steigende Land- und Pachtpreise sowie Flächenkonkurrenzen durch Siedlungswachstum und dem Anbau von Energiepflanzen erschweren das Wachstum oder die Neugründung von Landwirtschaftsbetrieben im stadtnahen und ländlichen Raum. Hinzu kommt, dass die Flächen häufig nicht in der Größe oder Lage verfügbar sind, wie sie die meist kleinstrukturierten Betriebe benötigen. In der Stadt haben Food Coops und SoLaWis Probleme, kostenlose oder preisgünstige Räume zu finden, die für die Verteilung von Lebensmitteln geeignet sind.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Politik/Verwaltung

- Stärkere Berücksichtigung sozialer, ökologischer und ökonomischer Kriterien (z. B. Beitrag zur regionalen Lebensmittelversorgung, Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze) bei der Vergabe bzw. dem Verkauf öffentlicher Flächen (Bund, Kommunen),
- Bereitstellung von Flächen, Räumen und Infrastruktur (z. B. Küchen, Seminarräume) durch die Kommunen, die als Food-Hubs<sup>3</sup> oder der Gemeinwesenarbeit zum Thema Ernährung und Lebensmittelproduktion dienen können,
- Schaffung kommunaler Informationsplattformen („Flächenkataster“) für ungenutzte Räume und verfügbare Brachflächen.

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- bessere Vernetzung der Initiativen mit anderen Nutzergruppen, um eine gemeinschaftliche oder multi-funktionale Nutzung von Räumen zu ermöglichen,
- langfristige Flächensicherung (z. B. durch Genossenschaften),
- Ankauf von Flächen.

### Zivilgesellschaft/Bürger

- Bereitstellung von Finanzmitteln (z. B. Kredite, Genossenschaftsanteile) zum Ankauf von Land.

### Unternehmen

- Bereitstellung von Räumen.

<sup>3</sup> Food Hubs sind zentral gelegene Zentren für die Lagerung, Verarbeitung und Verteilung von regional erzeugten Lebensmitteln, die von Erzeugern und Verbrauchern genutzt werden.

## 2 POLITIK

Wichtigkeit

### DEFINITION

Das Handlungsfeld Politik betrifft vor allem die politischen Rahmenbedingungen für die ANN, das heißt sektorale Politiken und deren Förderinstrumente (z. B. die Agrarpolitik).

### HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Förderpolitik im Kontext von Ernährung bedeutet zumeist Agrarpolitik, die auf europäischer Ebene entworfen und verabschiedet wird und auf Bundes- und Länderebene umgesetzt wird. Agrarpolitische Maßnahmen sind zum einen von der Produktion entkoppelte Direktzahlungen an Landwirte, die sich auf die Fläche der landwirtschaftlichen Betriebe beziehen und damit vor allem große Betriebe begünstigen. Zum anderen sind das Maßnahmen zur Stärkung ländlicher Räume, durch die Landwirte Förderung für Agrarumweltmaßnahmen und Investitionen erhalten können. Beide Instrumente sind für die meist kleinstrukturierten Betriebe der ANN, die sich an der Schnittstelle zwischen Stadt und Land etablieren, nur bedingt geeignet. Die Fördermaßnahmen für den Ökolandbau (Ökoförderung/ Umstellungsprämie) stellen hingegen ein geeignetes Förderinstrument dar, das teilweise schon genutzt wird. Kritisch wird dagegen die noch andauernde Förderung von Biogasanlagen durch die Energiepolitik und der Anbau von Energiepflanzen gesehen, weil dies die Flächenkonkurrenz (Nahrungsmittel vs. Energiepflanzen) und Preissteigerungen für Ackerland befördert. Die vielfältigen Fördermöglichkeiten des Bundes, der Länder und Kommunen sind den Akteuren in den Initiativen teilweise nicht bekannt oder werden nicht in Anspruch genommen, weil der bürokratische Aufwand von den meist kleinen Betrieben gescheut wird oder die Förderfähigkeit für die Projekte nicht gegeben ist (z. B. Food Coops).

### MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

#### Politik/Verwaltung

- Flächenvergabe nach transparenten sozialen, ökologischen und ökonomischen Kriterien,
- Verstärkte Förderung von Existenzgründern, Bildungs- und Netzwerkarbeit der Projekte (z. B. durch Junglandwirteförderung, Bereitstellung von Informationen, kommunale Programme),
- Überprüfung der Agrar- und Energiepolitik in Hinblick auf Effekte im Ernährungssystem (Folgenabschätzung),
- Initiierung von Förderprogrammen, die auf eine ressourcenschonende, regionale Ernährung abzielen (z. B. an Schulen oder in kommunalen Einrichtungen),
- Vereinfachung von Förderprogrammen.

## 3 WAHRNEHMUNG UND AKZEPTANZ

Wichtigkeit

### DEFINITION

Dieses Handlungsfeld befasst sich mit der Wahrnehmung und Akzeptanz alternativer Netzwerke zur Nahrungsmittelversorgung durch Politik und Verwaltung, Gesellschaft und Berufsverbände.

### HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Bislang sind die verschiedenen Netzwerke zur alternativen Nahrungsmittelversorgung in der breiten Öffentlichkeit wenig bekannt. Sie erfahren aber zunehmend Interesse z. B. durch Medienbeiträge oder Informationsbroschüren der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) sowie öffentliche Anerkennung durch Förderpreise. Die Vielfalt und Komplexität der Modelle kann aber auch hinderlich für die Akzeptanz und Verbreitung sein. Vor allem Verbraucher und Medien kennen oft die Unterschiede zwischen den Modellen nicht; teilweise bestehen Vorurteile oder falsche Erwartungen. In den großen Berufsverbänden (z. B. Bauernverband) sind die Ideen und Ziele einer alternativen Nahrungsmittelversorgung und von Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften kaum reflektiert. „Gleichgesinnte“ Betriebe und Initiativen sind gut vernetzt und betreiben Öffentlichkeitsarbeit. So existieren offizielle Netzwerke für Food Coops und SoLaWis. Das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft bietet eine Interessensvertretung und Kontaktstelle für agrarpolitische Organisationen und die Wissenschaft an. Die Digitalisierung (Internet und soziale Medien) befördert die Kommunikation und Vernetzung der Initiativen.

### MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

#### Politik / Gesellschaft

- Anerkennung des gesellschaftlichen Nutzens von ANN,
- Förderung der Wahrnehmung durch z. B. kommunale Programme, Öffentlichkeitsarbeit und Bildungsangebote,
- Unterstützung von Ernährungsräten (Food Policy Councils),
- Erarbeitung von Leitbildern und Strategien zur Stadternährung unter Beteiligung der Initiativen und anderer gesellschaftlichen Gruppen,
- Umsetzung von Modellprojekten.

#### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- Profilierung und Verbesserung der Außendarstellung der verschiedenen Modelle alternativer Nahrungsmittelversorgung.

#### Berufs- und Wirtschaftsverbände

- Anerkennung der Vielfalt und Professionalität der Modelle.

#### Medien

- Differenzierte Medienberichte.

# 4 KONSUM

## DEFINITION

Das Handlungsfeld schließt Aspekte der Konsum- und Esskultur sowie des Umwelt- und Gesundheitsbewusstseins ein. Dazu gehört auch die Bereitschaft der Verbraucher, zeitliche und finanzielle Ressourcen in die Ernährung zu investieren.

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Einerseits gibt es in der Gesellschaft ein zunehmendes Gesundheits- und Umweltbewusstsein, das u. a. mit neuen gesellschaftlichen Anforderungen (z. B. Tierwohl, ökologische Wirtschaftsweise) an die Landwirtschaft verbunden ist. Andererseits ändern nur wenige Konsumenten ihr eigenes Verhalten, wie die Zunahme des Außer-Haus-Verzehrs und der Verbrauch von Fertiggerichten („Convenience Food“) zeigen. Auch bei der Bereitschaft, für regionale oder ökologische Lebensmittel mehr zu bezahlen und ihrem tatsächlichen Kauf gibt es Diskrepanzen. Insgesamt wird der Wert von Lebensmitteln durch Verbraucher oft über den Preis wahrgenommen. In Deutschland sind die Lebensmittelpreise im Vergleich zu anderen Ländern verhältnismäßig gering. Dennoch gelten regional und ökologisch erzeugte Lebensmittel als Produkte, die sich vor allem einkommensstärkere und gut ausgebildete Bevölkerungsgruppen leisten können und wollen. Auch die Wertschätzung von Lebensmitteln und die Akzeptanz von Saisonalität und verschiedenen Produktqualitäten sind in der Bevölkerung wie auch bei Mitgliedern in den Netzwerken unterschiedlich ausgeprägt.

Die Rahmenbedingungen für die Lebensgestaltung der Konsumenten und das gestiegene Lebenstempo der Gesellschaft (z. B. die Vereinbarkeit von Arbeit, Familie und Freizeit) sowie die zunehmende Flexibilisierung bzw. Unverbindlichkeit sind eher hinderlich für die weitere Verbreitung der Netzwerke. Um gemeinschaftsbasierte Konzepte wie ANN umzusetzen, braucht es Zeit und Muße. Vielen Konsumenten fehlen die Bereitschaft und die Möglichkeit, Zeit und Geld zu investieren sowie sich längerfristig an ein Projekt zu binden.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Politik/ Verwaltung

- Bereitstellung von Räumen in öffentlichen Gebäuden, um soziale Zugänglichkeit und räumliche Erreichbarkeit für verschiedene Konsumentengruppen zu ermöglichen,
- Förderung der Akzeptanz und des Konsums regionaler und ökologischer Lebensmittel durch ihre Verwendung in der öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung (Kantinen, Schulen, Kitas, Krankenhäuser etc.),
- Förderung der Umwelt- und Ernährungsbildung,
- Umsetzung von Maßnahmen, die die Vereinbarkeit von Beruf, Familie, Freizeit und gesellschaftliches Engagement stärken.

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- Abbau der sozialen Hürden, z. B. Bieterverfahren und nach Einkommen gestaffelten Mitgliedsbeiträge oder Preise,
- Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Tage der offenen Tür), um neue Zielgruppen anzusprechen.

### Bildungssektor

- Stärkung der Selbstorganisationsfähigkeit der Verbraucher,
- Vermittlung und Verbreitung kultureller Praktiken (z. B. Kochen, Gärtnern).

### Unternehmen

- Bereitstellung von Räumen, um Zugänglichkeit für verschiedene Konsumentengruppen zu ermöglichen,
- Betriebskantinen als neue Teilnehmer in den Netzwerken,
- Veränderungen in der Unternehmenskultur: Unterstützung von Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Anerkennung von Teilzeit- und Ehrenamtsarbeit.

### Medien

- Erstellung und Präsentation von Informations- und Wissensangeboten zu den Themen Landwirtschaft und Ernährung für verschiedene Zielgruppen,
- Differenzierte Vorstellung der verschiedenen ANN Modelle.

# 5 WERTE, IDENTITÄT UND PROFIL

Wichtigkeit

## DEFINITION

Das Handlungsfeld befasst sich mit den zwischen Erzeugern und Verbrauchern geteilten Werten sowie der Identität und dem Profil der jeweiligen Projekte. Diese gelten als Voraussetzungen für die Entstehung, Stabilität und Weiterentwicklung von ANN.

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Die Netzwerke zur alternativen Nahrungsmittelversorgung basieren auf sozialer Interaktion, Vertrauen und geteilten Werten der beteiligten Verbraucher und Erzeuger. So fördern sie die Transparenz der Produktion sowie die Auseinandersetzung mit Zielen und Werten des Biolandbaus. Durch den Wettbewerb mit konventionellen Erzeugern und mit Nachahmern (v. a. bei Selbsterntegärten) besteht das Risiko, dass ihre ursprünglichen Werte aufweichen und sie ihre Potentiale in Hinblick auf Nachhaltigkeit und Suffizienz im Ernährungssystem weniger gut ausschöpfen können (siehe Handlungsfeld Markt).

Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass einige Betriebe verschiedene Absatzwege nutzen und neben ihren SoLaWi-Mitgliedern auch Märkte, Restaurants oder Food Coops beliefern. Dadurch steigt nicht nur der Arbeitsaufwand, auch das Profil wird für die meist ideell motivierten Verbraucher unscharf. Wenn sich die Mitglieder dann auch noch als Hauptabnehmer für Produkte zweiter Wahl fühlen, kann dies zu Konflikten führen und die Tragfähigkeit des Modells beeinträchtigen.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- Überprüfung, Entwicklung und Außendarstellung der gemeinsamen Wertebasis (z. B. Leitbild, Statute, Nachhaltigkeitsberichterstattung) im kontinuierlichen Prozess,
- Leitbildformulierung als Grundlage der unternehmerischen Entscheidungen,
- offene Kommunikation über die betrieblichen Ziele und Strukturen,
- Erschließung neuer Zielgruppen und Wertevermittlung in andere Zielgruppen,
- Austausch über gute Praxisbeispiele mit anderen Initiativen und Betrieben.

# 6 PROFESSIONALISIERUNG

Wichtigkeit

## DEFINITION

Das Handlungsfeld Professionalisierung beinhaltet a) die individuelle Professionalisierung von Erzeugern, die zu einer systematischen, effizienten Arbeitsweise und einer ausreichend entlohnten Berufstätigkeit führt sowie b) die gemeinsame innerhalb eines Netzwerks und zwischen Netzwerken betriebene Systematisierung und Institutionalisierung der Wissensbasis (z. B. spezialisierte Aus- und Weiterbildung, Beratung).

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Die Betriebe und Initiativen, die in ANN eingebunden sind, weisen einen unterschiedlichen Grad an ökonomischer Orientierung und Professionalität auf. Ein Risiko für manche SoLaWi-Betriebe ist, dass sie ihre Kosten nicht aus den Mitgliedsbeiträgen und anderen Einnahmen decken können und dies zu einer prekären Arbeits- und Einkommenssituation führen kann. Hinzu kommt, dass es in den Modellen viele Quereinsteiger und Junglandwirte gibt, die sich praktisches Wissen noch erarbeiten müssen. Auch für etablierte Landwirte erfordert die Umstellung auf die Modelle eine spezielle Beratung. Die Beratung zu Themen wie Steuer, Rechtsformen, Betriebsplanung, Selbstorganisation existiert in Ansätzen für SoLaWi, ist aber nicht immer ausreichend. Zumeist lernen die Beteiligten der Modelle voneinander. Kritisch ist, dass betriebsrelevante Informationen (z. B. wissenschaftliche Studien, Betriebsdaten und Erfahrungsberichte zu Anbau, Effizienz, Technikeinsatz) kaum vorhanden bzw. zugänglich sind.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Politik/Verwaltung

- finanzielle Förderung von Beratungsdienstleistungen (Offizialberatung und privatwirtschaftliche Beratung),
- Angebot von speziellen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, die sich an aktuellen Erfordernissen von ANN orientieren.

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- Einbringen von Wissen und Kompetenzen durch die Verbraucher und Unterstützung der Erzeuger (z. B. Kommunikation über soziale Medien, Softwarelösungen, Organisation von Gruppenprozessen),
- Wissens- und Informationsaustausch zwischen Betrieben z. B. durch Veröffentlichung von Betriebsspiegeln, Anbauplänen (Best Practice), durch Handbücher oder durch Workshops und Seminare,
- Gemeinsame Entscheidung von Erzeugern und Verbrauchern über Ziele des Betriebes / der Initiative und kritische Reflexion der zur Verfügung stehenden Ressourcen (Arbeit, Kapital, Wissen etc.).

### Wissenschaft

- Erstellung von Studien z. B. zu Wirtschaftlichkeit und Technikeinsatz in kleinstrukturierten Betrieben und spezifisch für ANN.

# 7 MARKT

Wichtigkeit

## DEFINITION

Das Handlungsfeld Markt bezieht sich auf Angebot und Nachfrage von Lebensmitteln sowie die Wettbewerbsbedingungen in der Land- und Ernährungswirtschaft.

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Die Akteure der ANN versuchen sich vom globalen Marktgeschehen unabhängiger zu machen. Im Modell SoLaWi wird dies z. B. durch feste Vorauszahlungen der Mitglieder geregelt, die die Betriebe unabhängiger von schwankenden Weltmarktpreisen machen. Aktuell sind die Preise für Lebensmittel in Deutschland verhältnismäßig gering (z. B. im Vergleich zu Frankreich). Gründe hierfür sind die internationale Handels- und Agrarpolitik (siehe Handlungsfeld Politik), die Marktmacht weniger Verarbeitungs- und Handelsunternehmen, aber auch die Externalisierung von Kosten z. B. für Umweltfolgen, die von der Gesellschaft und nicht von den Verursachern getragen werden. Auf eine weitere Verbreitung der Netzwerke haben die Preise (siehe Handlungsfeld Konsum) und das Angebot im Lebensmittel-einzelhandel einen großen Einfluss. Derzeit wird die steigende Nachfrage nach regionalen und ökologischen Lebensmitteln in Deutschland größtenteils in Supermärkten befriedigt. Sie äußert sich aber auch in einem wachsenden Interesse der Verbraucher an ANN. Vielfältige anderen Formen der Direktvermarktung (z. B. Abokisten, Hofläden, Onlinehandel) sowie neue Konzepte von Selbsterntegärten adressieren die Nachfrage ebenfalls und schaffen Zugänge für unterschiedliche Konsumentengruppen. Allerdings kann die Ausweitung des Angebots zu einer stärkeren Konkurrenz der ANN untereinander und mit anderen Formen der regionalen Lebensmittelversorgung führen. Dadurch können auch ursprüngliche Ideen und Ziele der ANN (z. B. direkte Interaktionen zwischen Landwirt und Verbraucher, sichere und direkte Einnahmen für den Landwirt) verloren gehen.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Politik/Verwaltung

- Förderung der Vielfalt in der Lebensmittelproduktion, -verarbeitung und -vermarktung (vielfältige Marktstrukturen- und Teilnehmer),
- Maßnahmen zur Internalisierung ökologischer Kosten (Verursacherprinzip).

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- behutsames Wachstum, ggf. Stabilisierung der Projekte,
- Eingehen von Kooperationen, z. B. um Wettbewerbsintensität zu verringern oder das Produktsortiment zu erweitern (siehe Handlungsfeld Kooperation),
- Entwicklung eines klaren, unterscheidbaren Profils (siehe Handlungsfeld Werte, Identität und Profil).

# 8 RECHT

Wichtigkeit

## DEFINITION

Das Handlungsfeld Recht umfasst die bestehenden rechtlichen Rahmenbedingungen (z. B. Gesetze, Auflagen, Standards), an die sich Erzeuger und Verbraucher in alternativen Netzwerken zur Nahrungsmittelversorgung halten müssen.

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Während sich die traditionelle professionelle Landwirtschaft in einem komplexen, institutionellen, räumlichen und marktbezogenen Umfeld bewegt, das durch rechtliche, politische und planerische Regulation beeinflusst wird, etablieren sich die neuen Modelle in einer Grauzone, in der sie sich Regelungsspielräume temporär oder dauerhaft zu Nutzen machen und dadurch an Flexibilität gewinnen. Gleichzeitig müssen die innovativen Lösungen in den Bereichen Finanzierung, Arbeit und Ernte (z. B. Genuss- und Anteilsscheine, Crowdfunding, Tausch- und Naturalienhandel) kompatibel mit dem bestehenden rechtlichen Rahmen sein. Durch die Neuartigkeit bestehen häufig wenige Erfahrungen damit und die Akteure in den Netzwerken sehen sich großen Herausforderungen gegenüber. Bei der SoLaWi betrifft es v. a. die Wahl einer geeigneten Rechtsform und Fragen der Besteuerung, Versicherung und Haftung. Dies erfordert zusätzliches Know-how und ggf. spezialisierte Beratung. Die Einhaltung von Verordnungen stellt wie für andere kleine landwirtschaftliche Betriebe auch für einige Betriebe der ANN Anforderungen an die Infrastruktur und Investitionen, z. B. technische und bauliche Anforderungen zur hofeigenen Milchverarbeitung.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Politik/Verwaltung

- Unterstützung der Kleinerzeuger in der Lebensmittelproduktion und -verarbeitung bei der Anpassung an die Anforderungen der Lebensmittelsicherheit und des Verbraucherschutzes.

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- Nutzung und Ausbau vorhandener (Rechts-)Beratung,
- Austausch über gute Praxisbeispiele.

# 9 KLIMAWANDEL

## DEFINITION

Das Handlungsfeld umfasst die Bedingungen der Nahrungsmittelproduktion, die sich durch den Klimawandel verändern.

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

Die Folgen des Klimawandels, wie Ertragsausfälle durch Dürre, Starkregen und Schädlingsbefall, sind schon heute in der deutschen Landwirtschaft sichtbar. Trockenheit und Hitzewellen stellen zum Beispiel ein Risiko für Selbsterntegärten dar, da sie zu Ernteausschlägen und dadurch zu höheren Kosten für die erforderliche Beregnung und Nachsaat/Nachpflanzung führen können. Es ist unklar, ob die Verbraucher diese Ausfälle und gestiegenen Kosten akzeptieren. Eine Herausforderung für die verschiedenen Formen von ANN besteht daher in der Auswahl und ggf. Zucht klimangepasster Sorten und der Neuplanung von Fruchtfolgen.

Die meist kleinbäuerlichen Bio-Betriebe, die sich auch in den alternativen Netzwerken zur Nahrungsmittelversorgung wiederfinden, pflegen lokales Wissen, wirtschaften regional angepasst und ressourcenschonend und reduzieren damit negative Umwelt- und Klimawirkungen der Landwirtschaft bzw. erproben Lösungen zur Anpassung an den Klimawandel. So kann die räumliche und soziale Nähe der Erzeuger und Verbraucher die transportbedingte Klimabelastung sowie ökonomische Risiken für die Landwirte durch Ernteausschläge verringern helfen.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung,
- Kommunikation der Folgen des Klimawandels an Verbraucher.

# 10 KOOPERATION

## DEFINITION

Das Handlungsfeld Kooperation befasst sich mit der regionalen und internationalen Zusammenarbeit und Vernetzung von Erzeugern und Verbrauchern, aber auch der Verbraucher und der Erzeuger untereinander.

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

In diesem Handlungsfeld sind die ANN gut aufgestellt. Zahlreiche Erzeuger z. B. in der SoLaWi arbeiten bezogen auf Produkte, Produktionsmittel und Verarbeitung zusammen und beraten einander. Dabei erhöht der Zukauf von Produkten die Produktmenge und -vielfalt, puffert Ernteausschläge ab und trägt so zur Akzeptanz bei den Mitgliedern bei. Die Akteure der Modelle sind untereinander meist gut vernetzt und kooperieren mit anderen Initiativen, wie Slow Food, Lokalen Agenda 21-Gruppen, und Bildungseinrichtungen, wie Schulen und Volkshochschulen. Es gibt eine bundesweite Arbeitsgemeinschaft der Food Coops und das SoLaWi-Netzwerk, welches auch international agiert.

## MÖGLICHE HANDLUNGSANSÄTZE FÜR DIE AKTEURE

### Politik/Verwaltung

- Förderung der Kooperation von Erzeugern untereinander und von Erzeugern mit Verbrauchern in Stadtregionen,
- Vernetzung der Kommunen, z. B. durch die Mitgliedschaft im Biostädtenetzwerk.

### Erzeuger und Verbraucher in den Projekten

- Stärkung und Stabilisierung der internen Vernetzung,
- Engagement auf kommunaler Ebene, z. B. in Ernährungsräten oder Agenda 21-Gruppen.

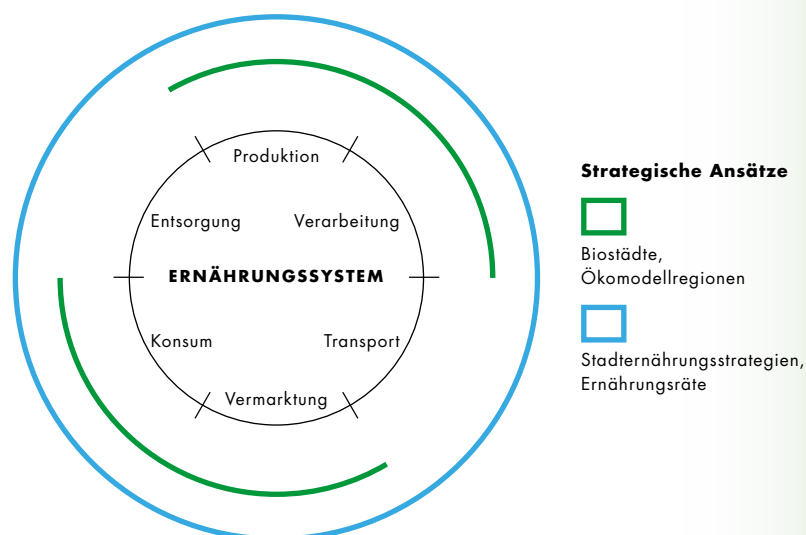


# STRATEGISCHE ANSÄTZE ZUR GESTALTUNG DES ERNÄHRUNGSSYSTEMS

Viele Städte und Regionen weltweit versuchen, ihr Ernährungssystem nachhaltiger zu gestalten. Stadternährungsstrategien (Food Strategies), wie es sie schon in New York, London oder Amsterdam gibt, umfassen Leitbilder und teilweise auch konkrete Fördermaßnahmen für die Gestaltung des städtischen Ernährungssystems von der landwirtschaftlichen Produktion, über Verarbeitung, Verteilung bis hin zum Konsum und der Entsorgung. Diese Strategien können sowohl als Vorgabe der Politik (top-down) als auch ausgehend von der Zivilgesellschaft (bottom-up) entwickelt werden. Eine ähnliche Zielsetzung haben sogenannte Ernährungsräte (Food Policy Councils), wie es sie bereits in Köln, Berlin und Hamburg (in Gründung) gibt. Diese Gruppen bzw. Netzwerke bestehen in erster Linie aus verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren (engagierte Bürger, Erzeuger, Wissenschaftler, etc.) und in einigen Fällen aus Vertretern der Verwaltung und Verbänden. Sie initiieren Projekte, stellen politische Forderungen auf und erproben innovative Lösungen für ein nachhaltiges Ernährungssystem. Die Maßnahmen und Projekte zielen z. B. auf Bildung und Verbraucherinformation, Gesundheit oder die Verwendung ökologischer und regionaler Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung ab. Ähnlich wie kommunale Ernährungsstrategien können sich auch andere Leitbild- und Vernetzungsprozesse positiv auf die untersuchten ANN auswirken. Aktuelle Beispiele sind das deutsche und internationale Biostädtenetzwerk (z. B. München, Nürnberg, Bremen) oder die Öko-Modellregionen in Bayern.

Die Erstellung von Leitbildern auf kommunaler Ebene und die damit einhergehende Zieldiskussion können schon auf der kleinsten Ebene von den ANN aufgenommen werden und der Reflexion eigener Werte dienen. Die Beteiligung an Stadternährungsstrategien und -räten bietet für die ANN die Chance, ihre Ziele und Werte in einen größeren gesellschaftlichen Prozess einzubringen und diesen mitzugestalten.

## Strategien zur Gestaltung des Ernährungssystems



**Abbildung 2** Mögliche strategische Ansätze, die auf die Veränderung des gesamten oder bestimmter Teile des Ernährungssystems abzielen.

## FAZIT

Damit die untersuchten alternativen Netzwerke zur Nahrungsmittelversorgung ihren Beitrag für ein nachhaltigeres Ernährungssystem besser entfalten und sich in ihrer Nische stabilisieren, bzw. darüber hinaus wachsen können, sollten die aufgezeigten Hindernisse abgebaut und die vorhandenen Chancen genutzt werden.

Die zehn auf Basis von Interviews mit Erzeugern und Verbrauchern in drei deutschen Metropolregionen identifizierten Handlungsfelder betreffen sowohl externe Rahmenbedingungen als auch die interne Organisation der alternativen Netzwerke zur Nahrungsmittelversorgung. Die Handlungsfelder im äußeren Umfeld sind v. a. gesamtgesellschaftliche Entwicklungen, die sich nur indirekt (z. B. Recht) und in langfristiger Perspektive verändern lassen (z. B. Konsumverhalten, Klimawandel). Von ihnen werden auch alle anderen Unternehmen im Landnutzungs- und Ernährungssektor beeinflusst. Andere Handlungsfelder (z. B. Professionalisierung, Werte) liegen im engeren Umfeld der spezifischen Projekte und können und müssen von den Akteuren in den Netzwerken (Erzeuger und Verbraucher) selbst gestaltet werden.

Insgesamt zeigt sich, dass sich die ANN in einem komplexen Umfeld bewegen, dass nicht allein durch die Initiativen oder die Politik und Verwaltung beeinflusst werden kann. Dafür ist das Zusammenspiel mit anderen relevanten Akteuren wie Unternehmen, Verbänden, Medien, Wissenschaft und engagierten Bürgern erforderlich.

Ihnen stehen dabei verschiedene Ansatzpunkte und Instrumente zur Gestaltung zur Verfügung. Diese reichen von klassischen politischen Instrumenten wie sektoralen Förderpolitiken (z. B. Agrar- und Existenzgründerförderung), über Bildungs- und Informationsmaßnahmen, die Bereitstellung von Räumen und Infrastrukturen bis hin zur Anerkennung und Akzeptanz alternativer Wirtschafts- und Lebensweisen.

Die verschiedenen Ansätze können auch Bestandteil einer lokalen Ernährungspolitik sein, die darauf abzielt, das Ernährungssystem als Ganzes an regionalen Erfordernissen zu orientieren.

## QUELLEN

**Antoni-Komar, I. (2016):** Urban Gardening, Food Coops, Community Supported Agriculture: Transformative Wirtschaftsformen – Konsumpraktiken – Marktbeziehungen, Haushalt in Bildung & Forschung, 5. Jahrgang, Heft 3, 82-96.

**Appel, I.; Grebe, C.; Spithöver, M. (2011):** Aktuelle Garteninitiativen. Kleingärten und neue Gärten in deutschen Großstädten. Kassel: Kassel Univ. Press. Verfügbar unter <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0002-31155>

**AT Kearney (2013):** Lebensmittel: Regional ist gefragter als bio. Düsseldorf. [www.atkearney.at/documents/856314/1214358/PM+Regionale+Lebensmittel.pdf/72175f62-100c-41b5-b6e8-e712ff78f846](http://www.atkearney.at/documents/856314/1214358/PM+Regionale+Lebensmittel.pdf/72175f62-100c-41b5-b6e8-e712ff78f846)

**Berges, R. et al. (2014):** Urbane Landwirtschaft - Innovationsfelder für die nachhaltige Stadt?, Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e. V., Müncheberg.

**Biostädtenetzwerk.** [www.biostaedte.de](http://www.biostaedte.de)

**BMEL (2013):** Ökobarometer 2013. Repräsentative Bevölkerungsbefragung im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV). Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

**BMEL (2015):** Umsetzung der EU-Agrarreform in Deutschland. Ausgabe 2015. Hrsg.: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Verfügbar unter: [www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/UmsetzungGAPinD.pdf](http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/UmsetzungGAPinD.pdf)

**Bock, S. et al. (2013):** Urbanes Landmanagement in Stadt und Region. Urbane Landwirtschaft, urbanes Gärtnern und Agrobusiness. Berlin: Dt. Inst. für Urbanistik (Difu-Impulse, 2013,2).

**Brown, C.; Miller, S. (2008):** Community Supported Agriculture. In: American Journal of Agricultural Economics, 90 (5), S. 1296–1302.

**Doernberg, A. et al. (2016):** Potentials and Limitations of Regional Organic Food Supply. A Qualitative Analysis of Two Food Chain Types in the Berlin Metropolitan Region. In: Sustainability 8 (11), S. 1125.

**Deutscher Bundestag/Wissenschaftliche Dienste (2017):** Förderung für Junglandwirte aus der zweiten Säule. Sachstand. Verfügbar unter: [www.junglandwirte.de/werkzeuge/materialkoffer/fachinformationen/doc\\_view/100-?tmpl=component&format=raw](http://www.junglandwirte.de/werkzeuge/materialkoffer/fachinformationen/doc_view/100-?tmpl=component&format=raw)

**Flieger, B. (2016):** Prosumentenkooperation. Geschichte, Struktur und Entwicklungschancen gemeinschaftsorientierten Wirtschaftens in der Ernährungswirtschaft am Beispiel der Erzeuger-Verbraucher-Genossenschaften (Theorie der Unternehmung).

**Freistaat Bayern, Amt für Ländliche Entwicklung Oberbayern:** Öko-Modellregionen. [www.oekomodellregionen.bayern](http://www.oekomodellregionen.bayern)

**Galt, R. E. et al. (2016):** Eroding the Community in Community Supported Agriculture (CSA). Competition's Effects in Alternative Food Networks in California. In: Sociologia Ruralis 56 (4), S. 491–512.

**Heintz, V. (2014):** Solidarische Landwirtschaft. Betriebsgründung, Rechtsformen und Organisationsstrukturen. 1. Auflage. Berlin: Morano Verlag.

**Kraiß, K.; et al. (Hg.) (2016):** Solidarische Landwirtschaft. Gemeinschaftlich Lebensmittel produzieren. AID-Infodienst. Erstauflage. Bonn: aid infodienst Ernährung Landwirtschaft Verbraucherschutz e. V (AID, 1618).

**Krikser, T. et al. (2016):** Urban Agriculture Oriented towards Self-Supply, Social and Commercial Purpose. A Typology. In: Land 5 (3), S. 28.

**Lindenthal, T.; Darnhofer, I.; Bartel-Kratochvil, R. (2009):** Konventionalisierung im Biolandbau. Gefahren und Auswege. In: Zollltexte (14), S. 37–40.

**Netzwerk Solidarische Landwirtschaft:** [www.solidarische-landwirtschaft.org](http://www.solidarische-landwirtschaft.org)

**Schuler, J. et al. (2014):** Instrumente zur Stärkung von Synergien zwischen Natur- und Klimaschutz im Bereich Landbewirtschaftung. Hrsgs. vom Bundesamt für Naturschutz. (BfN-Skripten 382)

**Stierand, P. (2014):** Speiseräume. Die Ernährungswende beginnt in der Stadt. München: oekom Verlag.

**van Elsen, T.; Kraiß, K. (2012):** Solidarische Landwirtschaft. Community Supported Agriculture in Deutschland. In: AgrarBündnis e.V. (Hg.): Der Kritische Agrarbericht 2012. Konstanz, S. 59–64.

**Wascher, D.M. et al. (2015):** FOODMETRES – Metropolitan food planning connecting the local with the global. In: Urban Agriculture Magazine (29), S. 41 - 44.

**Wild, S. (2012):** Sich die Ernte teilen. Einführung in die Solidarische Landwirtschaft. 1. Aufl. Heimsheim: Printsystem.

## IMPRESSUM

Alternative Netzwerke zur Nahrungsmittelversorgung:  
Handlungsfelder für Erzeuger, Verbraucher, Politik und Verwaltung,  
Juli 2017  
1. Auflage,  
50 Exemplare

### Herausgegeben von

agrathaer GmbH,  
Eberswalder Straße 84,  
15374 Müncheberg  
und  
Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e. V.,  
Eberswalder Straße 84,  
15374 Müncheberg



**agrathaer**  
Strategische Landnutzung

FUTURE FOOD COMMONS



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

### Autor und Autorinnen

Alexandra Doernberg, Ina Opitz, Felix Zoll, Rosemarie Siebert, Annette Piorr (ZALF),  
Regine Berges (agrathaer)

### Abbildungsverzeichnis

Titelbild: ZALF e.V.;  
Umschlag innen: Regine Berges  
S. 2 und S.14: FuFoCo  
Umschlag außen: Solawi Almhof-Elspe

### Bestellung unter

agrathaer GmbH,  
Regine Berges,  
Eberswalder Straße 84,  
15374 Müncheberg,  
[regine.berges@agrathaer.de](mailto:regine.berges@agrathaer.de)  
oder  
Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung,  
Annette Piorr,  
Eberswalder Straße 84,  
15374 Müncheberg,  
[apiorr@zalf.de](mailto:apiorr@zalf.de) oder [fufoco@zalf.de](mailto:fufoco@zalf.de)

### Layout

[www.bildargumente.de](http://www.bildargumente.de)

### Haftungsausschluss

Die Autoren erklären hiermit ausdrücklich, dass empfohlenen Links zum Zeitpunkt der Texterstellung keine illegalen Inhalte enthalten haben. Die Autoren haben keinerlei Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung der empfohlenen Internetseiten. Die Autoren und Herausgeber sind nicht verantwortlich für den Inhalt, die Verfügbarkeit, die Richtigkeit und die Genauigkeit der empfohlenen Seiten, deren Angebote, Links oder Werbeanzeigen. Die Autoren und Herausgeber haften nicht für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere nicht für Schäden, die durch Nutzung oder Nichtnutzung der aufgeführten Links und angebotenen Informationen entstehen.

### Forschungsprojekt

Future | Food | Commons  
Volltitel: Sharing Economy in der Lebensmittelversorgung –  
Neue Modelle der Konsumenten-Produzenten-Interaktionen,  
Trends und Folgenabschätzung,  
Laufzeit: August 2015 – Juli 2017,  
Förderbereich: Innovations- und Technikanalysen (ITA), Förderkennzeichen 1611661,  
Verbandkoordination: Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e.V.,  
Verbundpartner: Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI Fraunhofer),  
Unterauftragnehmer: agrathaer GmbH,  
Projekträger: VDI|VDE|it  
[www.fufoco.net](http://www.fufoco.net)

A photograph of a person working in a field of green plants, overlaid with a semi-transparent green filter. The person is bent over, tending to the plants. The image is dominated by various shades of green, from dark forest green to bright lime green. The person is wearing a dark long-sleeved shirt and light-colored pants. The plants are dense and appear to be a mix of leafy greens and root vegetables. The overall mood is agricultural and focused.

**Herausgeber.:  
agrathaer GmbH und Leibniz-Zentrum für  
Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e.V.**