



Ulrich Ermann

Regionalprodukte

Vernetzungen und
Grenzziehungen
bei der Regionalisierung
von Nahrungsmitteln

Geographie

Sozialgeographische Bibliothek - Band 3

Franz Steiner Verlag

Ulrich Ermann
Regionalprodukte

SOZIALGEOGRAPHISCHE
BIBLIOTHEK

Herausgegeben von
Benno Werlen

Wissenschaftlicher Beirat:
Matthew Hannah
Peter Meusbürger
Peter Weichhart

Band 3

Ulrich Ermann

Regionalprodukte

Vernetzungen und Grenzziehungen
bei der Regionalisierung
von Nahrungsmitteln



Franz Steiner Verlag 2005

Umschlagfoto: Bernd Böhner
Layout: Sonja Hock

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

ISBN 3-515-08699-4



ISO 9706

Jede Verwertung des Werkes außerhalb der
Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist unzulässig
und strafbar. Dies gilt insbesondere für Übersetzung,
Nachdruck, Mikroverfilmung oder vergleichbare
Verfahren sowie für die Speicherung in Datenver-
arbeitungsanlagen. © 2005 by Franz Steiner Verlag
Wiesbaden GmbH, Sitz Stuttgart. Gedruckt auf
säurefreiem, alterungsbeständigem Papier.
Druck: Printservice Decker & Bokor, München
Printed in Germany

Vorwort

Die Geographie meines Dankes reicht von der Milchbäuerin, die mich in einem fränkischen Dorf durch ihren Kuhstall führte, bis nach Paris, wo Bruno Latour meine naiven E-Mails beantwortete. Am Institut für Geographie in Erlangen fand ich ein sehr angenehmes Arbeitsumfeld, hilfsbereite Kollegen und in Werner Bätzing einen stets gesprächsbereiten Doktorvater. Dem Zweitgutachter Horst Kopp danke ich auch dafür, dass er mir in der schwierigen Zeit gegen Ende meiner Arbeit sein Vertrauen geschenkt und mich am Institut beschäftigt hat. Die vielen Gesprächspartner aus der Ernährungswirtschaft in Nürnberg oder Westmittelfranken sowie in Bonn oder Berlin haben genauso ihre Spuren in meinem Produkt hinterlassen wie Kollegen aus der deutsch- und englischsprachigen Geographie und „food research“, die ich auf Konferenzen kennen gelernt habe. Bei meinen Großeltern in Kufstein fand ich einen inspirierenden Ort für längere Phasen des Schreibens. Ein besonderer Dank geht auch in das westfälische Villigst, wo mir die Evangelische Studienstiftung (nicht nur) die materiellen Ressourcen für meine Arbeit zur Verfügung gestellt hat.

Folgenden Personen, die mir geholfen haben, mein Produkt nicht für mich zu behalten, sondern potenziellen Lesern zur Kost anzubieten, möchte ich – stellvertretend für viele andere – namentlich danken. Martin Ermann, Peter Lindner, Linda Best und Uwe Singer haben als Vorkoster wertvolle Dienste geleistet und beim Abschmecken geholfen. Sonja Hock hat darüber hinaus für eine optisch ansprechende Darreichung des Gerichts gesorgt und vor allem auch dafür, dass der Koch nicht mangels Selbstvertrauen, Motivation und organisatorischem Geschick das ganze Essen in den Ausguss schüttete. Maître Benno Werlen und den von ihm bestellten Testessern danke ich für die Aufnahme meiner Regionalprodukte in seine Menüekarte. Einen Zuschuss zu den Verköstigungskosten erhielt ich dankenswerterweise von der „Dorothea und Dr. Dr. Richard Zantner-Busch-Stiftung“.

Wer es nicht gleich verschlingen möchte, dem sei empfohlen, das Gericht häppchenweise zu sich zu nehmen. Es fiel mir nicht leicht, es im vorliegenden Zustand zum Verzehr anzubieten und damit etwas zum Endprodukt zu machen, das eigentlich noch immer ein Zwischen- oder Halbfertigprodukt ist. Manches hätte sicherlich etwas länger reifen sollen, aber es enthält auch Stoffe, bei denen man auf das Verfallsdatum achten muss. Ich würde es durchaus begrüßen, wenn andere Köche das Produkt nachwürzen oder es mit anderen kombinieren. Ob es sich lohnt, es später wieder aufzuwärmen, bleibt skeptisch abzuwarten. Bedanken möchte ich mich zuletzt bei allen, die mir Mut zugesprochen haben, als es nötig war, und ihren Teil dazu beigetragen haben, dass – so hoffe ich zumindest – nicht nur meine Regionalprodukte gereift sind.

Leipzig, im Mai 2005
Ulrich Ermann

Technische Vorbemerkungen

Die Auszüge aus Interviews in den Kapiteln 5, 6 und 7 werden in anonymisierter Form wiedergegeben. Die Interviews wurden nummeriert, so dass eine Zuordnung der Zitate zu den jeweiligen Gesprächen durch den Verfasser gewährleistet ist. Die Zitation erfolgt größtenteils wörtlich. Allerdings wurden Dialekt-Ausdrücke ins Hochdeutsche übertragen und die Sätze sprachlich geglättet. Einige Zitate wurden sinngemäß wiedergegeben, da sie persönlichen oder telefonischen Interviews entnommen wurden, bei denen kein Aufnahmegerät verwendet werden konnte und die Aussagen sich auf Mitschriften und Gedächtnisprotokolle stützen. Diese Zitate sind im Text mit einem Sternchen (*) gekennzeichnet.

Zeitungsartikel ohne Autorennamen, Texte aus Broschüren und Werbematerial aller Art sowie Texte aus Internetauftritten sind nicht im Literaturverzeichnis aufgeführt, sondern direkt an der Stelle der jeweiligen Zitate oder Hinweise mit Erscheinungsdatum (bei Internet: Datum des Aufrufs) und Fundstelle gekennzeichnet. Im Internet publizierte wissenschaftliche Aufsätze sind im Literaturverzeichnis mit Webadresse und Datum des letzten Aufrufs verzeichnet.

Bei Buchpublikationen, die nicht in der ersten Auflage verwendet wurden, ist im Literaturverzeichnis die Auflage als hochgestellte Ziffer vor der jeweiligen Jahreszahl angegeben. Die Jahreszahl der Erstauflage steht in eckigen Klammern dahinter. Im Text wurde auf die hochgestellte Ziffer verzichtet, und das Jahr der Erstauflage wurde nur dann in eckigen Klammern angegeben, wenn dem Verfasser die Differenz zum Erscheinungsdatum der verwendeten Auflage relevant erschien.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Technische Vorbemerkungen	6
Inhaltsverzeichnis	7
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	10
1 Regionen im Bauch.....	11
1.1 Die Regionalität von Nahrungsmitteln als Forschungsthema	11
1.2 Forschungsverlauf.....	16
2 Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe	20
2.1 Eigenständige und nachhaltige Regionalentwicklung	20
2.2 Weite Wege als Problem und der Ruf nach Regionalisierung	23
2.3 Hintergrund: Land- und Ernährungswirtschaft im Wandel	28
2.3.1 Nahrungsmittelproduktion: Ökonomie, Politik und gesellschaftlicher Stellenwert	28
2.3.2 Perspektiven für eine Neuorientierung: Nachhaltiges Wirtschaften durch eine Politik der Regionalisierung?	35
3 Produkte und Regionen zwischen Produktion und Konsumtion	40
3.1 Produkte – Waren – Güter	40
3.2 Akteure und Aktanten: Produkte als Subjekte und Objekte wirtschaftlichen Handelns	42
3.3 Der Markt als Akteur-Netzwerk: ‚Framing‘ und ‚Overflowing‘	46
3.4 Region, Regionalisierung und Regionalität	52
3.4.1 Raum, Region und Produkt in geographischen Forschungsansätzen	52
3.4.2 Wider die Tyrannei der Geographen?	57
3.4.3 Folgerungen für die Regionalisierung und die Regionalität von Produkten	61
3.5 Warenwert – Wahrer Wert?	69
3.5.1 Wertbegriffe, Wertschöpfung und Wertverzehr	69
3.5.2 Kommodifizierung und Warenfetischismus	73
3.5.3 Qualität, Authentizität und Authentifizierung	76
3.5.4 Implementierung von Bewertungssystemen	86
3.6 Allokation und Arbeitsteilung	88
3.7 Produktketten und Produktnetzwerke	96
3.7.1 Die vertikale Perspektive.....	96
3.7.2 Betriebswirtschaftliche und stoffliche Produktkettenkonzepte	98
3.7.3 Commodity chain und systems of provision	102
3.7.4 Geographien des Konsums und die Biographie der Dinge	105
3.7.5 Von der Produktkette zum Produktnetzwerk	107
3.7.6 Regionale Wirtschaftskreisläufe und Produktketten	109

4	Forschungskonzeption und empirisches Forschungsdesign	111
4.1	Forschungsansatz und forschungsleitende Thesen	111
4.2	Positionsbestimmung des Forschenden: Nachvollziehendes Verstehen durch Dialog und Teilnahme	113
4.3	Positionsbestimmung der/des zu Erforschenden: Experten des Alltags und Alltagsprodukte	114
4.4	Produkt-Fallstudien	116
4.5	Erhebungstechniken und empirische Basis	118
5	Produktketten als Spiegelbild arbeitsteiliger Märkte	124
5.1	„Das Produkt sucht sich seinen Markt“? – Produktketten als spontane Assoziationen von Produktionsfaktoren	124
5.1.1	Gestaltung von Produktketten durch die ‚unsichtbare Hand‘	124
5.1.2	Produktketten als Resultate unterschiedlicher Standortgunst	126
5.1.3	Skaleneffekte entlang von Produktketten	131
5.1.4	Verzehrgewohnheiten und Konsumpräferenzen	134
5.1.5	Der Selbstversorgungsgrad der Region	135
5.1.6	Transportkosten	137
5.1.7	Länge, Stabilität und Flexibilität von Produktketten	143
5.1.8	Globalisierung von physischen Produktketten	148
5.2	„Effizienz durch Umwege“? – Unternehmerische Planung von Produktketten	150
5.2.1	Beschaffungs- und Distributionslogistik des Lebensmittelhandels	150
5.2.2	Salat aus dem Nürnberger Knoblauchsland	155
5.2.3	Die Logik der Getränkelogistik	157
5.2.4	De-Regionalisierung und Re-Regionalisierung in der Großküchenbelieferung	159
5.3	„Wachsen oder Weichen“? – Konzentration und Verdrängungswettbewerb	166
5.4	„Kilometerfresser“? – Produktketten, Transport und Umwelt	169
6	Regionalprodukte und der Wert der Regionalität	172
6.1	„Aus der Region für die Region“? – Abgrenzung von Regionalprodukten und ihrem Wert	172
6.1.1	Wertbestimmung als Netzwerkbildung	172
6.1.2	Der Schutz der Nürnberger Bratwurst	174
6.1.3	Regionalität und Rückverfolgbarkeit: Rindfleisch in Zeiten des Rinderwahns	179
6.1.4	Heimat im Brot	184
6.2	„Klasse statt Masse“? – Qualität, Quantität und der Wert der Vielfalt	191
6.2.1	Zwischen Standardisierung und Diversifizierung	191
6.2.2	Massenprodukt Milch?	196
6.2.3	Gut Kirschen essen? – Kirschenorten, Kirschenbauern und die Kirschfruchtfliege	199
6.3	„Landschaft schmeckt“? – Kommodifizierung des Regionalen	204
6.3.1	Bier braucht Heimat?	204

6.3.2	Der Aischgründer Karpfen: Eine regionale Spezialität	210
6.3.3	Regionale Wertschöpfung und Wertschöpfung des Regionalen	217
6.4	„Die Herkunft honorieren“? – Internalisierungen und Externalisierungen	225
7	Wissen über Regionalität und Verantwortung gegenüber ‚der Region‘	229
7.1	„Original Regional“? – Authentifizierung der Regionalität von Produkten	229
7.1.1	Vermittlungen zwischen Produzenten- und Konsumentenwissen	229
7.1.2	Transparenz entlang der Produktkette	231
7.1.3	Zertifizierung und Inszenierung der Regionalität	237
7.1.4	Vermarktung von ‚ursprünglichem‘ Bier – Aufwertung oder Inszenierung?	243
7.1.5	Was draufsteht, ist auch drin?	245
7.2	„Die Region als natürlicher Wirtschaftsraum“? – Produktion von Regionen durch Regionalisierung von Produkten	250
7.2.1	Regionalisierung als Regionen-Machen	250
7.2.2	Karpfenland Aischgrund	252
7.2.3	Bierland Franken	255
7.2.4	Region Nürnberg	257
7.2.5	Hersbrucker Land und Slow-City Hersbruck	259
7.2.6	Weitere Beispiele und Folgerungen	260
7.3	„Abstimmen mit dem Einkaufskorb“? – Regionsbezogene Produktions- und Konsumethik	262
7.3.1	Vom homo oeconomicus zum homo regionalis?	262
7.3.2	Berufsethos in der Ernährungswirtschaft	266
7.3.3	„Geiz ist geil“: Schnäppchenjäger auf dem Vormarsch?	268
7.3.4	Die Politik des Einkaufens und des Essens	271
7.3.5	Internalisierung und Externalisierung durch staatliche Institutionen	273
7.3.6	Ein Parlament der Produkte?	277
7.4	„Nähe schafft Vertrauen“? – Die Konstruktion soziomaterieller Nähe	278
8	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	281
8.1	Produkte aus einer neuen Perspektive	281
8.2	Regionalität als Konzept der Nähe und der Kontextualisierung	284
8.3	Regionalisierung als Strategie für eine nachhaltige Wirtschaftsweise?	286
8.3.1	Region als Netzwerk-Raum und Regionalität als Nachhaltigkeit?	286
8.3.2	Regionalität als kleinräumige Organisation von Produktnetzwerken	288
8.3.3	Regionalisierung als Netzwerkbildung zur Durchsetzung von Interessen	290
8.3.4	Intersubjektive Wissensproduktion und moralisches Wirtschaften	292

8.4	Konsequenzen für ein regionales Wirtschaften	294
8.4.1	Anmerkungen zum Praxisbezug	294
8.4.2	Neubestimmung der Qualität und des Wertes von (Regional-)Produkten	295
8.4.3	Dezentrale und problembezogene Politik	296
8.4.4	Produktpolitik als Konsumpolitik	297
8.4.5	Problembezogene Grenzziehung von Regionen	299
8.5	Produktbezogene Geographien aus Akteur-Netzwerk-Perspektive	300
	Literatur	305

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Plakat des Bund Naturschutz in Bayern e.V.	12
Abb. 2:	Schematische Darstellung verschiedener Regionalitätskonzepte	65
Abb. 3:	Die geschützte Bratwurst auf einer Plakatwand in Nürnberg	176
Abb. 4:	Werbung für Brot „aus der Region“	188
Abb. 5:	Werbung für das „Kreislaiherl“	190
Abb. 6:	Etiketten des „Landbieres“ einer Großbrauerei	206
Abb. 7:	Inszenierung und Zertifizierung von Regionalität auf einer Eierverpackung	242
Abb. 8:	Kennzeichnung von Nahrungsmitteln mit der EWG-Nummer	247
Abb. 9:	Siegel zum Schutz von „geographischen Angaben“ und „Ursprungsbezeichnungen“	247
Abb. 10:	Logos von Regionalvermarktungsprogrammen	248
Abb. 11:	Beispiele für Logos mit unterschiedlich ‚realem‘ Herkunftsbezug	248
Abb. 12:	Werbung für „Original Regional“	249
Abb. 13:	Einweihung des Autobahnschildes „Karpfenland Aischgrund“	255
Abb. 14:	Werbematerialien mit ‚hybriden‘ Regionalitätsbotschaften	280
Abb. 15:	„Nürnberger Trichter“	303

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Regionalisierung als Lösungsstrategie für Probleme des Strukturwandels: Angestrebte und unerwünschte Effekte	27
Tab. 2:	Das „Effizienz-Modell“ der Nahrungsproduktion und das „Nachhaltigkeits-Modell“ als Gegenentwurf	37
Tab. 3:	Regionsdefinitionen: Woher kommt ein ‚regionales Produkt‘?	64
Tab. 4:	Regionalität als Kenntnis und Nähe der Produktherkunft	67
Tab. 5:	Kommodifizierung und Authentifizierung des Nutzens von Regionalität	83
Tab. 6:	Interview-Leitfaden für Betriebe der Nahrungsmittelindustrie	120
Tab. 7:	Regionalisierung als zielgerichtete Netzwerkbildung	173
Tab. 8:	Kostenstruktur und Preisbildung einer mittelständischen Brauerei	221
Tab. 9:	Kostenstruktur und Preisbildung eines Milch verarbeitenden Betriebs... ..	221

1 Regionen im Bauch

„I often ask beginning geography students to consider where their last meal came from. Tracing back all the items used in the production of that meal reveals a relation of dependence upon a whole world of social relations and conditions of production.“

David HARVEY (1990a: 422)

1.1 Die Regionalität von Nahrungsmitteln als Forschungsthema

Kann man Regionen essen? Betrachtet man die Werbung für Nahrungsmittel, die mit Bezug zu ihrer ‚regionalen‘ Herkunft vermarktet werden, kann man durchaus den Eindruck gewinnen. Da ist von Landschaften die Rede, die man schmecken kann, und von Produkten, die ein Teil ihrer Region sind. Die Besonderheit vieler Produkte scheinen räumliche Bezüge wie eine ‚gesicherte Herkunft‘, ‚Herkunftsgarantie‘ oder die Assoziation mit einer bestimmten Region zu sein. Bei der Vermarktung von Produkten ‚aus der Region‘ wird zudem räumliche Nähe zum Politikum, indem Regionalität nicht nur mit der Qualität der Produkte in Verbindung gebracht wird, sondern die Produktion und der Konsum von regionalen Nahrungsmitteln als etwas moralisch Gebotenes dargestellt werden.

Auf einem Plakat mit dem Titel *Regionalität* wirbt der Bund Naturschutz in Bayern e.V. dafür, beim Nahrungsmittelkonsum auf die Herkunft der Produkte zu achten und Produkte aus der Ferne durch Produkte aus der Nähe zu ersetzen (siehe Abbildung 1). Auf einem Frühstückstisch sind jeweils ein regionales und ein nicht-regionales Produkt gegenübergestellt. Als räumlicher Bezugspunkt wurde die Stadt Nürnberg gewählt, die Regionalität der Produkte wird vereinfacht durch die Kilometerdistanz zum Produktionsort repräsentiert. „Der Bund Naturschutz setzt sich – so der Postertext – „für die regionale Kreislaufwirtschaft ein, weil sie Arbeitsplätze vor Ort sichert und neu schafft, Transportwege verkürzt und damit Lärm und Abgase verringert, die regionale Wertschöpfung erhält, eine Perspektive für den ländlichen Raum bietet und ein Gegengewicht zur Globalisierung der Wirtschaft ist“. An diese plakativen Erwartungen an die Regionalität alltäglicher Nahrungsprodukte knüpfen die Forschungsfragen der vorliegenden Arbeit an. Wann ist ein Produkt regional? Was ist in diesem Zusammenhang unter der Region zu verstehen? Was hat die Herkunft von Nahrungsmitteln mit deren Qualität und Wert zu tun? Wann ist Regionalität authentisch? Lässt sich von Herkunft und Nähe auf Produktionsbedingungen schließen? Werden regionale Produkte und regionale Wirtschaftskreisläufe den hohen Erwartungen gerecht? Kann regionales Wirtschaften wirklich einen Beitrag zu einer nachhaltigen Nahrungsmittelproduktion und Regionalentwicklung leisten?

Regionalität

– Genüsse aus dem Umland

Frühstück



Das Verkehrsaufkommen für Gütertransporte auf der Straße hat sich in der EU seit 1970 mehr als verdoppelt: auf insgesamt 1.200 Mrd. Tonnenkilometer

Kiwis oder Äpfel aus Neuseeland brauchen 23.000 km bis sie bei uns auf dem Tisch landen. Orangen aus Florida haben 11.000 km zurückgelegt.

Der Transport von Importgemüse nach Deutschland verbraucht dreimal soviel Energie (170 Mio. Liter Diesel) wie der gesamte heimische Gemüseanbau. Dabei entstehen 500.000 Tonnen CO₂ und eine Vielzahl weiterer Schadstoffe.

Der **Bund Naturschutz** setzt sich für die regionale Kreislaufwirtschaft ein, weil sie

- Arbeitsplätze vor Ort sichert und neu schafft
- Transportwege verkürzt und damit Lärm und Abgase verringert
- die regionale Wertschöpfung erhält
- eine Perspektive für den ländlichen Raum bietet
- ein Gegengewicht zur Globalisierung der Wirtschaft ist.

Der **Bund Naturschutz** ist sich mit Wirtschaftsexperten einig, dass der Anteil der regionalen Kreislaufwirtschaft bei konsequenter Regionalförderung auf mindestens 25% erhöht werden kann, und hat sich dies zum Ziel gesetzt.

Für einen Becher Erdbeerejoghurt machen alle Bestandteile zusammen eine 7.695 km lange Rundreise durch Europa: Die Erdbeeren kommen z.B. aus Polen, die Folie für den Becher aus Frankreich, der Karton von einem norddeutschen Hersteller ...


Bund
Naturschutz
in Bayern e.V.

Abb. 1: Plakat des Bund Naturschutz in Bayern e.V.

Das von der deutschen Verbraucherministerin ausgegebene Motto „Global denken, lokal essen“¹ – steht stellvertretend für eine Bedeutungszunahme räumlicher Kategorien in der Diskussion um eine Neuorientierung der Produktion und des Konsums von Nahrungsmitteln. Die Verbraucher werden aufgefordert, sich möglichst ‚lokal‘ bzw. ‚regional‘ zu ernähren, um einen Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Das öffentliche Interesse an Fragen der Regionalität von Nahrungsmitteln entstand in dieser Form in den 90er Jahren. Zahlreiche Bemühungen um eine ‚Regionalisierung‘ der Nahrungsmittelversorgung erhielten durch die Lebensmittelkandale der vergangenen Jahre weiteren Auftrieb.

Die *Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe* hat sich mittlerweile im Jargon von Politik und Verwaltung auf allen Ebenen etabliert, und mit entsprechenden Förderprogrammen wird versucht, die Erzeugung, die Vermarktung und den Konsum von regionalen Produkten zu realisieren. Als Argumente für ein *regionales Wirtschaften* werden Beispiele für großräumige Produktions- und Versorgungsstrukturen wie die weite Reise eines Erdbeerjoghurtbechers quer durch Europa herangezogen und mit Entwicklungsproblemen ländlicher Räume infolge des Rückgangs dezentraler und kleinbetrieblicher wirtschaftlicher Aktivitäten in Verbindung gebracht.

Die Diskussion über regionale Wirtschaftskreisläufe und eine Regionalisierung der Ernährungswirtschaft wird vorwiegend auf der Ebene der praktischen Umsetzung entsprechender Ideen geführt. Zwar hat dieses Thema längst auch Eingang in die Wissenschaft gefunden, jedoch fast ausschließlich in Form von praxisorientierten Studien vorwiegend privater Forschungseinrichtungen, meist (ko-)finanziert von öffentlichen Auftraggebern (z.B. KINDERMANN 1997; SCHERER et al. 1997; NISCHWITZ & MOLITOR 1998; NISCHWITZ 1999; *ecom*. AG 1998; *CaF* 1999; *DVL & NABU* 1999; GÄRTNER & MOLL 2000; HENSCHKE, ULLRICH & WILTRAUT 2000; *FH Weihenstephan & IMU* 2002; *ICLEI* 2003; KLUGE & SCHRAMM 2003a; SAUTER & MEYER 2003). Die Diskussion krankt meines Erachtens an zwei Defiziten.

Erstens fehlen Anhaltspunkte hinsichtlich der Frage, was überhaupt unter einem ‚regionalen Produkt‘ zu verstehen sei. Es entsteht leicht der Eindruck, es gebe gleichsam per se zwei Arten von Produkten, regionale und nicht-regionale. Es wird mit den Begriffen Region, regional und Regionalität jongliert, ohne dass die – ohnehin stark variierenden – Bedeutungen dieser Begriffe reflektiert werden. Um aber adäquate Aussagen über die Regionalität von Produkten und Nahrungsmitteln treffen zu können, ist als konzeptionelle Basis zumindest eine vorläufige Definition dieser Regionalität unumgänglich.

Zweitens fehlt eine normative Reflexion. Das heißt, alles, was ‚regional‘ ist, wird automatisch als etwas Gutes und Erstrebenswertes angesehen. Politiker aller Couleur treten für die Regionalisierung der Ernährungswirtschaft und die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe ein, ohne Erklärungen zu liefern, aus welchem Grund die Regionalität das Mittel zu den anvisierten Zielen ist. Dabei wird ‚das Regionale‘ nicht selten auch selbst zu einem Ziel erhoben. Argumente für den Nutzen eines regionalen Wirt-

1 Vgl. den gleichnamigen Beitrag von Renate Künast in der FAZ (KÜNAST 2001a). Weitaus stärker verbreitet ist diese Verballhornung des Nachhaltigkeits-Slogans ‚Think globally, act locally‘ im angelsächsischen Sprachraum in der Form ‚Think globally, eat locally‘ (z.B. *SAFE Alliance* 1996).

schaftens werden meist wenig differenziert verwendet: Aufgelistet wird ein facettenreiches Spektrum der Vorteile regionaler Produkte, das von Umweltschutz über Verkehr, Landschaftsästhetik, Arbeitsplätze und Wertschöpfung bis hin zur kulturellen Identität reicht, ohne diese Vorteile jedoch zu hinterfragen. Es liegt auf der Hand, dass die Regionalität keinen Automatismus zur Erreichung all dieser Ziele bzw. kein Allheilmittel gegen entsprechende Probleme bieten kann. Daraus ergibt sich ein weites Forschungsfeld, zu dem ich mit der vorliegenden Arbeit einen Beitrag leisten möchte.

Empirische Forschungen, bei denen alltägliche Produkte nach dem Kriterium der Regionalität untersucht wurden, existieren bislang kaum. Es mag banal klingen, den Herkunftsort eines Produkts zu bestimmen; doch unweigerlich stellt sich das Problem, dass den meisten Produkten kein eindeutiger Entstehungsort zugeordnet werden kann. Wo entsteht ein Brötchen? Beim Kauf in der Bäckereifiliale? In der Großbäckerei? In der Mühle? Auf dem Acker? Oder bereits bei der Herstellung von Saatgut und dem Bau des Backofens? Oder wird das Brötchen in einem gewissen Sinne nicht erst in jenem Moment wirklich zum Brötchen, in dem man es verzehrt? Der Weg, auf dem physische Ausgangsmaterialien, menschliche Arbeit und Wissen mehrfach kombiniert und transformiert werden – im folgenden *Produktkette* genannt –, führt über eine schwer überschaubare Vielzahl von Orten und Distanzen. Betrachtet man nicht nur die Endproduktion eines Konsumgutes, sondern auch die Entstehung sämtlicher Vorleistungen, so ist auch der sinnbildliche Begriff der Produktkette irreführend, weil es sich eher um Kaskaden aus mehreren sich verzweigenden Ketten handelt. Komplexe Produktionsszusammenhänge, die sich nicht in das vereinfachte Bild einer Produktkette fügen lassen, möchte ich hier auch als *Produktnetzwerke* bezeichnen. Außerdem existieren nur wenige Erkenntnisse über die Einflussfaktoren der Regionalität von Produkten. Welche Gründe sind ausschlaggebend für den Bezug von Produkten und Vorleistungen aus einer größeren oder einer geringeren Entfernung? Ebenso ungeklärt ist die Frage nach dem individuellen und dem kollektiven Wert der Regionalität von Produkten. Welche Vorteile bringt es für das einzelne Wirtschaftssubjekt, und welchen Nutzen zieht die Gesellschaft daraus? Welche Nachteile gibt es?

Die Regionalität von Produktketten aus dem Blickwinkel neuerer humangeographischer Ansätze – unter Einbeziehung der *Akteur-Netzwerk-Theorie* (ANT) – heraus zu betrachten, ermöglicht es, Raum und Regionalität in einem der Fragestellung angemessenen nicht-objektivistischen Verständnis zu betrachten. Außerdem erlaubt ein solcher Ansatz ein mehrdimensionales Verständnis von Produktketten, das sich nicht auf physisch-materielle, subjektiv-mikroökonomische oder sozio-kulturelle Aspekte von Produkten beschränkt. Ausgehend von der Frage nach der Regionalität alltäglicher Produkte wurde für die hier vorgestellte Arbeit eine produktbezogene – vertikale – Perspektive gewählt. Die Notwendigkeit einer solchen Produktkettenanalyse ergibt sich aus der Zielsetzung, Produkte nicht als ‚fertige‘ Konsumgüter anzusehen, sondern den Schwerpunkt der Betrachtung gerade auf ihre Entstehungsgeschichte und ihren Wandel vom Gegenstand zum Produkt, zur Ware und zum Konsumgut zu setzen, gewissermaßen auf die „Biographie“ (KOPYTOFF 1986) und in räumlicher Hinsicht auf die „Geographie“ (COOK, CRANG & THORPE 1998) der Produkte. Derartige vertikale Perspektiven sind immer verbunden mit einer Vorstellung des Produktions- und Distributionssystems in Ketten, Strömen, Fließsystemen oder Kreisläufen. Die Analyse von

Produktketten ist keineswegs Geographen vorbehalten – ganz im Gegenteil: In anderen wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen hat die vertikale Analyse von wirtschaftlichen Verflechtungen schon seit längerer Zeit Konjunktur.

Nicht nur in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit ökonomischen Zusammenhängen, sondern auch in der betriebswirtschaftlichen und politischen Praxis wird die Wirtschaftswelt üblicherweise in horizontale Kategorien, in Sektoren und Branchen, unterteilt, innerhalb derer Bedingungen, Funktionsweisen und Folgen des Wettbewerbs thematisiert werden. Seit Mitte der 80er Jahre haben demgegenüber vertikale Perspektiven an Bedeutung gewonnen, was sich in den Wirtschaftswissenschaften am Konzept der *value chains* (PORTER 1985) und in den Sozialwissenschaften am Konzept der *commodity chains* (GEREFFI & KORZENIEWICZ 1994) ablesen lässt. Ebenso ist das *supply chain management* aus modernen Managementkonzepten nicht mehr wegzudenken (vgl. KLAUS 1998). Im angewandten *Umweltmanagement* haben sich produktbezogene Ökobilanzen (z.B. JUNGBLUTH 2000; UBA 1992) etabliert, und spätestens seit den Lebensmittel-Skandalen der vergangenen Jahre gibt es von politischer Seite aus Bemühungen, Produkte – insbesondere Nahrungsmittel – nach Kriterien ihres Herstellungsweges und insofern auch ihrer Produktkette zu zertifizieren. In jüngerer Zeit zeichnet sich in der anglophonen Humangeographie ebenfalls eine Hinwendung zu produktbezogenen Ansätzen im Sinn von „geographies of commodity chains“ (HUGHES & REIMER 2004) ab.

Produkte werden in der vorliegenden Arbeit nicht nur als physisches Ergebnis eines technischen Produktionsprozesses betrachtet, sondern gleichzeitig als Konsumgüter sowie als materielle Repräsentanten von Produktionszusammenhängen. Die Erforschung der Einflussfaktoren, der Bedeutung und der Wirkung dieser Regionalität soll einen Beitrag zu einem besseren Verständnis der Zusammenhänge zwischen Produktion und Konsumtion in geographischer Perspektive leisten. Zielsetzung ist es, den Blick für die Regionalität von Wirtschaftskreisläufen bzw. Produktketten zu schärfen und Anhaltspunkte zu liefern, wie diese Regionalität von Unternehmen, Verbrauchern und der Politik gestaltet werden kann, was eine solche Gestaltung der Regionalität leisten kann und nicht zuletzt auch, was sie nicht leisten kann.

Diese Beschränkung auf Produktketten aus der Ernährungswirtschaft folgt der öffentlichen Diskussion über die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe, die von Aspekten der Nahrungsmittelproduktion und -versorgung dominiert wird. Für die Auswahl von Fallstudien war ausschlaggebend, dass alle zu untersuchenden Produktgruppen in nennenswertem Umfang im Untersuchungsgebiet, der Region Nürnberg, sowohl produziert als auch konsumiert werden. Hinter diesem Kriterium verbirgt sich die Idee, dass die untersuchten Konsumgüter und deren Rohstoffe zumindest hypothetisch aus diesem Gebiet stammen könnten. Der Schwerpunkt der Betrachtung lag deswegen bei den wichtigsten Agrargütern der Region Nürnberg (Milch, Fleisch, Getreide, Gemüse), den wichtigsten in der Region Nürnberg produzierten Nahrungsmitteln (Molkereiprodukte, Fleisch- und Wurstwaren, Back- und Teigwaren, Bier) sowie bei regionsspezifischen Produkten (Karpfen, Kirschen).

1.2 Forschungsverlauf

Der Antrag auf Förderung meines Promotionsvorhabens, den ich 1999 stellte, enthielt einen Zeitplan, der sich am Modell eines linearen Forschungsverlaufs orientierte, wie es in zahlreichen Handbüchern zu Methoden der empirischen Sozialforschung zu finden ist. Die Phasen der Datenerhebung und -auswertung, Diskussion der Ergebnisse und Neuformulierung der Ausgangshypothesen sollten treppenförmig aufeinander aufbauen. Bereits wenige Monate nach Aufnahme der Forschungstätigkeit zeichnete sich aber ab, dass sich die Fragestellungen und die gewählten Theorieansätze ebenso der Einpassung in einen linearen Forschungsverlauf widersetzen wie die gewählten ‚Untersuchungsobjekte‘ und die Erhebungs- und Auswertungsmethoden. Kaum eine Forschungsphase ließ sich zeitlich und inhaltlich von einer anderen trennen, und der Forschungsansatz musste mehrmals revidiert werden. So entstanden etliche Kapitel und Fassungen einzelner Textabschnitte, die später nicht mehr verwendet werden konnten. Ich möchte vermeiden, einen linearen Hergang meiner Forschungstätigkeit nach den Grundsätzen eines positivistischen und kritisch-rationalistischen Wissenschaftsverständnisses zu konstruieren und damit die Momente der Revisionen des Forschungsvorhabens als ungeschehen erscheinen zu lassen. Stattdessen werde ich versuchen, einige Wendepunkte in der Entwicklung der Arbeit zu rekapitulieren, um die Nachvollziehbarkeit meiner Thesen und meiner Vorgehensweise zu erleichtern.

Wie der ursprüngliche Arbeitstitel „Regionale Wirtschaftskreisläufe und Gütertransporte (...)“ verrät, stand anfangs das Interesse an physischen Waren- und Verkehrsströmen deutlich im Vordergrund. Eng verbunden mit diesem Forschungsinteresse war die These, man könne durch eine Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe Verkehr vermeiden und somit die Umwelt entlasten. Schon kurze Zeit nach Aufnahme der empirischen Erhebungen stellte ich fest, dass die Verkürzung von Transportwegen und die Entlastung des Verkehrs nur eine von vielen normativen Zielsetzungen der Idee einer Regionalisierung der Nahrungsmittelversorgung ist. In Gesprächen mit Verfechtern dieser Regionalisierungsstrategie gewann ich sogar den Eindruck, die Transportproblematik sei nicht das eigentliche Anliegen der ‚Regional-Bewegung‘, sondern ein Nebenschauplatz. Wie die öffentlichkeitswirksame Studie über den Transport eines Erdbeerjoghurts (BÖGE 1995) gezeigt hat, eignet sich die Transportproblematik besonders gut zur Sensibilisierung der Verbraucher und wird dementsprechend gerne als Vorteil regionaler Produkte gesehen. Für keine der Regionalvermarkter, die ich kennen lernte, hatte jedoch die Verkehrsvermeidung eine Priorität hinsichtlich der Organisation ihrer Beschaffungs- und Absatzverflechtungen. Vielmehr wurde deutlich, dass sich das Anliegen, regionale Produkte zu etablieren, eindimensionalen Zielbestimmungen entzieht. Es geht um die Erhaltung und vorausschauende Gestaltung von Wirtschaftsverflechtungen im kleinräumigen – regionalen – Maßstab, ohne dass sich diese Zielsetzung in einzelne Bestandteile auflösen und klaren Wirkungsschemata zuordnen lässt.

Aus diesen Gründen habe ich die Transportkettenanalyse zunächst um die Untersuchung von Wertschöpfungsketten sowie kommunikativen und symbolischen Ketten erweitert, allerdings noch immer streng voneinander separiert. Erst in einer späteren Phase der Arbeit habe ich auch diese Trennung aufgegeben. Erstens wurde mir klar, dass es keinen Zweck hat, Produkte in ihre physischen, ökonomischen und sozialen Be-

standteile zu zerlegen, da dies den Praktiken der wirtschaftenden Menschen widerspricht und dadurch Produktketten konstruiert werden, die für den Alltag des Produzierens und Konsumierens keine Bedeutung haben. Zweitens wurde ich in dieser zunächst eher intuitiven Einschätzung durch meine Beschäftigung mit der ANT bestätigt. Eine Rekonstruktion von Netzworlbildungsprozessen schien mir für die Untersuchung meiner Probleme weitaus besser geeignet zu sein als die gewaltsame Trennung und Reinigung verschiedener Produktwelten (vgl. LATOUR 1998b). Vielen Warnungen zum Trotz („Man muss das trennen!“, „Wo bleibt denn dabei noch die Geographie?“)² habe ich den Versuch gewagt, Produktketten als Transformationsketten zwischen physisch-materiellen, sozio-kulturellen, ökonomischen und mentalen Prozessen aufzufassen. Während ich in einer ersten Phase ökonomische und sozio-kulturelle Faktoren ganz nach dem raumwissenschaftlichen Paradigma als Determinanten physischer Warenströme betrachtete und in einer zweiten Phase versuchte, die Wechselwirkungen zwischen diesen streng voneinander getrennten Welten zu untersuchen, wurden in einer dritten Phase die Wechselwirkungen zu Vermittlungen zwischen verwobenen und nicht trennbaren Welten.

Diese thematischen Neuorientierungen gingen einher mit einer Änderung der empirischen Methoden der Datenerhebung und -auswertung. Für die Verschiebung des Methoden-Mix zugunsten qualitativer, hermeneutischer Verfahren lassen sich rückblickend mehrere Gründe ausmachen. Das angepeilte Ziel, produktspezifische Transportketten (z.B. in Tonnenkilometern) zu berechnen oder gar die externen Kosten des damit verbundenen Güterverkehrs abzuschätzen, legte ich schon sehr früh ad acta. Keines der untersuchten Unternehmen war in der Lage bzw. willens, mir so detaillierte Zahlen über inner- und zwischenbetriebliche Abläufe zur Verfügung zu stellen, dass dies für quantitative Berechnungen ausgereicht hätte. Eine Methodenverschiebung ergab sich auch infolge einer Zwischenbilanz nach Durchführung eines ersten Interview-Blocks. Die qualitativen Elemente der Interviews schienen mir weitaus ergiebiger zu sein als die quantitativen Elemente, so dass die folgenden Interviews dementsprechend einen anderen methodischen Schwerpunkt bekamen. Außerdem reifte im Laufe der Beschäftigung mit Transportketten und Wertschöpfungsketten meine Überzeugung, dass eine quantitative ‚Berechnung‘ produktbezogener Ketten mit einem zu starken Reduktionismus verbunden ist. Die aus quantitativen Verfahren resultierenden Ergebnisse bilden ökonomische Vorgänge statisch und aus der Vogelperspektive eines allwissenden Beobachters ab und blenden systematisch jede Unsicherheit des Handelns wirtschaftlicher Akteure aus. So erscheint der räumliche Verlauf von Produktketten als ‚unsinnig‘ oder irrational, ohne dass die Bedingungen dieser Handlungen reflektiert werden können, aus denen sich die Produktketten zusammensetzen. Zudem wird durch die Art der vorgenommenen Reduktion – bewusst oder unbewusst –

2 Je nach Gesprächspartner(in) ist bei der letzteren Frage Geographie durch (Human-)Ökologie, Ökonomie oder Soziologie zu ersetzen. Ich wurde von Vertretern aller vier Disziplinen darauf aufmerksam gemacht, dass meine Arbeit bei ihnen nicht richtig aufgehoben und klar dem Reich einer der jeweils anderen genannten Fächer zuzuordnen sei. Meine Forschungen wurden einmal als „nur auf betriebswirtschaftlichen Erfolg ausgerichtete Marktforschung“ kritisiert, ein anderes Mal als „reine Philosophie“. Zudem wurde mir geraten, die „exakten Methoden der Wissenschaft“ und das Postulat der Wertfreiheit nicht zu missachten.

bereits das Ergebnis determiniert, und zwar nicht selten jenes Ergebnis, das die/der Forschende bereits im Voraus erwartet und/oder erwünscht. Angesichts des selbst gesteckten Ziels, etwas über die Bedeutung der Regionalität für die alltäglichen Praktiken des Produzierens und Konsumierens herauszufinden, musste ich erkennen, dass sich meine Fragestellung mit einem solchen Vorgehen nicht vereinbaren ließ.

Als ich ein Jahr nach Beginn der empirischen Arbeiten erstmals einen Werkstattbericht vorlegte, präsentierte ich ein Modell, mit dem ich die Interaktionen zwischen Regionalität/Nähe/Distanz, Produktwert, Produktinformation und stofflichen Effekten in ein logisch aufgebautes Analyseraster bringen wollte. Im Mittelpunkt standen dabei:

- distanzabhängige Wertveränderungen:
Wertschöpfung bzw. Wertverzehr (durch räumliche Unterschiede von Angebot und Nachfrage sowie von Faktor-, Transport- und Transaktionskosten);
- distanzabhängige Stoffströme/ökologische Effekte:
z.B. Energieverbrauch und Schadstoffemissionen beim Transport;
- distanzabhängige Kommunikationsbeziehungen und Vertrauensverhältnisse:
z.B. Face-to-face-Kontakte.

Werner Bätzing bremste – rückblickend möchte ich sagen, dankenswerterweise – meine Begeisterung für dieses Modell, das mir gerade wegen seines deterministischen Charakters gefiel. In der Fülle empirischer Materialsammlungen war ich auf der Suche nach Möglichkeiten der Abstraktion. Diese mussten für mich ganz selbstverständlich in der Komplexitätsreduktion durch vereinfachende Kausalbeziehungen bestehen. Mein Modell erlaubte es mir, einen Zusammenhang zwischen physischen, ökonomischen und kommunikativen Produktketten herzustellen, jeweils in Abhängigkeit von Distanz. Obwohl ich im Hinblick auf bereits vorhandene empirische Einsichten von einer ‚schwachen‘ Abhängigkeit ausgegangen war, das heißt, einer je nach Konstellation unterschiedlichen Intensität und Richtung der Determinierung, hatte ich genau das getan, wogegen sich die Kritik am raumwissenschaftlichen Ansatz der Geographie richtet, nämlich formale Lagebeziehungen als Einflussfaktoren menschlichen Handelns und sozialer Phänomene anzusehen.

Dank der Diskussion über diese Problematik ersetzte ich den Ausdruck „distanzabhängig“ zunächst durch „distanzbezogen“ und schwächte entsprechende Beziehungen als ‚mögliche Wirkungen‘ oder ‚vermutliche Korrelationen‘ ab. Doch es blieben Zweifel, ob das Problem so einfach behoben werden könne, indem man den strengen Determinismus durch eine lose Relation ersetzt. Angeregt durch das in meinen Interviews eingefangene Alltagsverständnis von Regionalität ging ich jedoch immer mehr dazu über, Nähe als eine Konstruktion anzusehen, die gerade durch ‚inhaltliche‘ Zusammenhänge definiert wird. Demgemäß bedeuten Nähe oder geringe Distanz z.B. nichts anderes als geringe Kosten, geringer Ressourcenverbrauch, geringer Zeitaufwand, geringe Kommunikationshindernisse oder auch einen höheren Grad an Vertrautheit. Natürlich wäre es eine Tautologie, diese inhaltliche Nähe (z.B. definiert durch geringe Kosten) als eine Determinante für Wertänderungen (also geringere Kosten) zu begreifen. Aber – zu diesem Schluss kam ich allerdings erst im dritten Jahr meiner Arbeit – wenn man sich die Bedeutung von Regionalität bzw. Herkunft und Nähe für die Erzeugung, den Handel und den Konsum von Produkten als Netzwerkbildungsprozess vorstellt, so kommt ‚dem Regionalen‘ eine wichtige und erklärende Rolle zu, ohne dass

dies deterministische Zusammenhänge erfordern würde. Wenn BAHRENBURG (2002: 59) schreibt, ‚räumliche Nähe‘ sei „für einen Einsatz in *theoretischen* Überlegungen völlig unbrauchbar“ (Hervorhebung im Original), so meint er mit theoretischen Überlegungen *Gesetzmäßigkeiten* zwischen räumlichen und sozialen Kategorien. Genau diesen Anspruch versuchte ich im Laufe meiner Arbeit abzulegen. Ich wollte aufzeigen, wie Produkte und Regionen in Netzwerkbildungsprozessen konstruiert werden, ohne dabei gesetzmäßige Zusammenhänge zu unterstellen. Dieses forschungsleitende Bild des Netzwerkbildungsprozesses entspricht nicht einem auf Kausalbeziehungen gründenden positivistischen Wissenschaftsverständnis und lässt sich insofern auch kaum mit diesem vereinbaren.

Wegen der starken Rezeption in der englischsprachigen ‚agrifood research‘ stolperte ich schon in der Anfangsphase meiner Arbeit immer wieder über die ‚actor network theory‘ und die Namen Latour, Callon und Law. Nachdem ich mich etwas in deren Werke eingelese hatte, befand ich diesen Ansatz zwar als interessant für meine Arbeit, wusste aber nicht so recht, wie ich ihn in mein Konzept einbauen sollte. So fand er relativ zusammenhangslos zwischen anderen Ansätzen wie den ‚commodity chains‘ und den ‚geographies of consumption‘ in meinem vorläufigen Theorieteil Platz. Das änderte sich erst durch die Lektüre von Michel Callons Aufsatz *Actor-network theory – the market test* (1999), in dem die Anwendbarkeit der ANT für ökonomische Interaktionen aufgezeigt und eine Verbindung mit sozialanthropologischen Überlegungen zur Kommodifizierung sowie mit ökonomischen Theorien über externe Effekte hergestellt wird. Callons Konzept des *Framing* und *Overflowing* bot eine Klammer, mit der ich die Probleme der Vermarktung (*Kommodifizierung*), der Kommunikation (*Authentifizierung*) der Regionalität von Produkten sowie Fragen nach einer Produktions- und Konsumethik in einen Zusammenhang bringen konnte. Damit konnte ich die bislang bruchstückhaft nebeneinander behandelten Theorieansätze in ein – so hoffe ich – konsistentes Gedankengebäude integrieren.

Anschließend an das einführende Kapitel 1 behandelt Kapitel 2 die Idee der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe als Hintergrund der Fragestellung sowie den Wandel der Ernährungswirtschaft als Hintergrund des empirischen Kontexts. In Kapitel 3 versuche ich, den theoretischen Rahmen meiner Arbeit aufzuspannen und dazu verschiedene Ansätze im Hinblick auf eine produktbezogene Forschung zu diskutieren. Die methodische Umsetzung dieser konzeptionellen Überlegungen wird in Kapitel 4 beschrieben. Die folgenden Kapitel geben anhand von Produktfallstudien sowie themengeleiteten Darstellungen einen empirischen Einblick in die Welt des Ernährungsgewerbes und den damit verbundenen produktiv-konsumtiven Regionalisierungen. Dabei stehen physische Warenströme (Kapitel 5), Kommodifizierungen (Kapitel 6) sowie Authentifizierungen und die Konstruktion von Produzenten- und Konsumentenmoral (Kapitel 7) im Mittelpunkt. In Kapitel 8 erfolgt eine resümierende Reflexion der Arbeitsergebnisse und ihrer praktischen und wissenschaftlichen Relevanz.³

3 Auf die Darstellung der Situation der Land- und Ernährungswirtschaft im Untersuchungsgebiet der Region Nürnberg und einen Überblick über die einzelnen Verarbeitungsbetriebe, wie sie die ursprünglich längere Fassung der Dissertation enthielt, wurde für die Buchpublikation vollständig verzichtet, genauso wie auf mehrere empirische Produktfallstudien.

2 Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe

„Die regionale Ebene stellt einen wesentlichen Schlüssel für nachhaltiges Wirtschaften dar. Die regionalisierte Wirtschaft kann umweltschonend und wirtschaftlich sein sowie soziale Beziehungen beleben. Nachbarschaft erleichtert erforderliche Absprachen und der Gewinn bleibt in der Region. Regionale Identität und gemeinsame Kultur sind ein guter Ausgangspunkt zur Stärkung der regionalen Wirtschaftsfähigkeit und ein nutzbares Potenzial im Nachhaltigkeitsprozess.“

Thomas KLUGE & Engelbert SCHRAMM (2003a: Umschlagtext)

2.1 Eigenständige und nachhaltige Regionalentwicklung

Das Sprechen über Regionen, Regionalisierung und Regionalität ist ein relativ junges Phänomen. Erst seit den 60er Jahren fand der von Geographen und Raumplanern verwendete Fachterminus „Region“ Eingang in den politischen Jargon und die Alltagssprache (WARDENGA & MIGGELBRINK 1998: 33), und erst in den 80er und 90er Jahren wurde er zu einem omnipräsenten Modewort in öffentlichen wie in wissenschaftlichen Diskursen (BLOTEVOGEL 2000: 491). Im Rahmen dieser „Konjunktur der Regionsdiskurse“ (ebd.) sind auch Ideen zu sehen, die auf eine Aktivierung oder Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe abzielen.

Die Idee der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe wurde schon seit Ende der 70er Jahre im Rahmen der *eigenständigen Regionalentwicklung* (auch: endogene, ökologische oder autozentrierte Regionalentwicklung) geführt (MOSE 1989), welche wiederum auf den entwicklungspolitischen Diskurs zurückgeht, insbesondere auf dependenztheoretische Überlegungen. Durch regionale Subsistenz wollte man die Außenabhängigkeit regionaler Ökonomien verringern, zunächst bezogen auf die Peripherie der Entwicklungsländer, später auch auf Regionen in westlichen Industrieländern. Regionen sind in diesem Zusammenhang periphere (abseits großer Agglomerationen gelegene) und strukturschwache Gebiete, deren Ausdehnung mindestens mehreren Gemeinden und höchstens einem (kleinen) deutschen Bundesland entspricht.⁴ Einen konzeptionellen Anstoß gaben z.B. die Arbeiten der heterodoxen Ökonomen KOHR (1983 [1962]) und SCHUMACHER (1995 [1977]) mit der Forderung nach einer Rückkehr zum „menschlichen Maß“ und einer Organisation von Wirtschaft und Gesellschaft in kleinen dezentralen Einheiten. Die Anhänger der eigenständigen Regionalentwicklung kamen vor allem aus der Bürgerbewegung, der Ökologie-Bewegung und der so genann-

⁴ PETERS et al. (1996: 37) und MÜLLER (1998: 189) definieren „Region“ in ‚realistischer‘ Manier, anlehnend an GLEICH et al. (1992) als einen Raum, der größer als ein einzelnes Dorf und kleiner als ein Bundesland ist.

ten Agraropposition.⁵ Sie propagierten die Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe als Gegenentwurf zu exportorientierten und auf großräumige Arbeitsteilung ausgerichteten Strategien der Regionalpolitik und zu einer auf Rationalisierung und den Weltmarkt ausgerichteten Agrarpolitik. Ländliche Räume sollten sich auf ihr eigenes – endogenes – Potenzial besinnen und sich ökonomisch, politisch wie auch kulturell weitgehend von der Zentrenabhängigkeit befreien (vgl. BRUGGER 1983; HAHNE 1985; BASSAND 1986; PONGRATZ & KREIL 1991; MOSE 1993; HEINTEL 1994; DUJMOVITS 1996).

Im Kontext der in den 80er Jahren gestellten regionalpolitischen Grundsatzfrage nach aktiver oder passiver Sanierung ländlicher Räume setzten sich die Protagonisten der eigenständigen Regionalentwicklung für eine aktive Sanierung ein. Man wollte strukturschwache ländliche Regionen nicht zu reinen Wohnstandorten für Auspendler mit Arbeitsplatz im nächsten Agglomerationsraum „gesund schrumpfen“ lassen, sondern ihnen durch Förderung dezentraler Erwerbsmöglichkeiten die Chance geben, auf eigenen Füßen zu stehen. Die Idee der Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe wird seitdem in diesem Kontext sehr unterschiedlich interpretiert. Die Vorstellungen reichen von einer Subsistenzwirtschaft als Gegenmodell zur als ausbeuterisch kritisierten kapitalistisch-industriellen Wirtschaftsweise (DOUTHWAITE 1996; MÜLLER 1998; ULLRICH 1999) bis hin zu einer komplementären Strategie zu exportorientierten polarisationstheoretischen Konzepten für periphere Räume (SCHÄTZL 1996: 151).

Die Vertreter der Subsistenzperspektive propagieren in einer kulturkritischen Argumentation, die Abhängigkeit von den Machtstrukturen des globalen Kapitalismus mithilfe kleinräumiger selbstbestimmter Ökonomien zu durchbrechen. Insofern ist diese Sichtweise immun gegen die ökonomische Argumentation der neoklassischen Außenhandelstheorie und der keynesianischen Exportbasistheorie, die das regionale Wirtschaftswachstum durch Aufnahme überregionaler Handelsbeziehungen erklären. Die der herrschenden ökonomischen Lehre konforme Variante stellt hingegen die kapitalistische Wirtschaftsweise und globale Wirtschaftsverflechtungen nicht infrage und betont sogar die Wichtigkeit überregionaler Wirtschaftsverflechtungen für die regionale Entwicklung. Zugleich wird aus dieser Perspektive jedoch eine Notwendigkeit der lokalen Verankerung der regionalen Ökonomie und einer Regionalisierung bestimmter Wirtschaftszweige und Leistungen gesehen. Regionale Wirtschaftskreisläufe sind demnach wichtig, um der globalen Ökonomie eine gute Verwurzelung zu bieten. Nach dieser Variante beschränkt sich die Forderung nach einer Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe auf bestimmte Branchen, die als ‚weiches‘ Komplement zur ‚harten‘ und globalen Hightech-Wirtschaft den sozialen Beziehungen im Nahraum der Arbeitsbevölkerung bzw. der Verbraucher zugerechnet werden. Dazu zählen insbesondere der Freizeit- und Kultursektor, aber eben auch der Ernährungssektor.

Diese beiden Interpretationen spiegeln die Ambivalenz des Konzeptes wider zwischen einem intraregionalen Verflechtungs- und einem regionsbezogenen Spezialisierungsansatz (HAHNE 1985: 34; BÄTZING 1998). Eine konsequente Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe führt zu einer autarken Ökonomie, in der die ganze Bandbreite der benötigten Leistungen und Güter in der Region erstellt wird. Aus einer konse-

5 Zur Bewegung der eigenständigen Regionalentwicklung siehe die Zeitschrift *Pro Regio*, zu Standpunkten der Agraropposition siehe die Zeitschrift *Kritische Bauernstimme* und den *Kritischen Agrarbericht*.

quenten Nutzung endogener Potenziale folgt hingegen die Tendenz zur großräumigen Arbeitsteilung mit einer Erhöhung interregionaler Verflechtungen. Diese Paradoxie ist auch bei den Aktivitäten und Zielsetzungen der in den 90er Jahren entstandenen Regionalinitiativen zu spüren. Beim Wunsch nach Vernetzung innerhalb einer überschaubaren räumlichen Umgebung überlagern sich oftmals Vorstellungen des Rückzugs und der Abschottung auf der einen Seite mit Vorstellungen der weltweiten Positionierung oder Vermarktung der regionalen Spezifika auf der anderen.

Die ursprünglich aus einem oppositionellen und alternativen Milieu stammenden Ideen der eigenständigen Regionalentwicklung fanden zumindest terminologisch starken Eingang in die offiziellen staatlichen Institutionen, sowohl auf Ebene der Raumplanung als auch in der Neuorientierung der Agrarpolitik als integrierte ländliche Entwicklung. Begriffe wie „Eigenständigkeit“ oder „Aktivierung endogener Potenziale“ gehören heute zum festen Sprachgebrauch in politischen Strategiepapieren (vgl. HEINTEL 2000: 9). Planer und Politiker sprechen von einer Professionalisierung der eigenständigen Regionalentwicklung, Kritiker werfen ihnen eine Verwässerung des Konzepts vor.

Während diese Strategien zur Emanzipation ländlicher Räume und zur Nutzung endogener Potenziale von Regionen nur von Insidern wahrgenommen wurden, rückte die Idee der Stärkung regionalwirtschaftlicher Verflechtungen seit Beginn der 90er Jahre mit dem Brundtlandbericht und der Agenda 21 der Rio-Konferenz 1992, dem Nachhaltigkeitsgedanken und dem Motto „Think globally, act locally“ ins Licht einer breiten Öffentlichkeit. Im Zuge der *nachhaltigen Regionalentwicklung* (z.B. PETERS, SAUERBORN & SPEHL 1996) erfuhr die Idee der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe in den 90er Jahren einen ungeahnten Auftrieb, wenngleich es eine Reihe von Unterschieden zur eigenständigen Regionalentwicklung gibt, die zum Teil nur graduell, zum Teil aber auch fundamental sind (HERRENKNECHT & WOHLFARTH 1997; HOCK & ERMANN 2000).

Die großen Entwürfe zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung in Deutschland (BUND & Misereor 1996; UBA 1997b; BBR 1998; BMU 1998) haben das Leitbild des *sustainable development* weiter bekannt gemacht und einen wichtigen Einfluss auf konkrete Handlungsempfehlungen ausgeübt, die für Haushalte, Unternehmen und Politik in Verbindung mit ‚nachhaltigem Wirtschaften‘ gebracht werden. Diesen Entwürfen ist gemeinsam, dass sie die Lösungsmöglichkeiten für eine nachhaltige Wirtschaftsweise in erster Linie in einer effizienteren Ressourcenverwertung durch Unternehmen und Haushalte sehen (‚Effizienzrevolution‘), die man durch ein kluges ‚Stoffstrommanagement‘ erreichen könne. In einer umweltökonomischen Argumentationslogik wird versucht, ‚Naturverbrauch‘ monetär zu bewerten und daraus zu folgern, mit welchen institutionellen Bedingungen Anreize für einen schonenden Umgang mit der ‚natürlichen Umwelt‘ gegeben werden können. Eine Differenzierung nach konkreten regionalen Voraussetzungen und Anforderungen findet bei diesen auf ganz Deutschland bezogenen Konzepten kaum Beachtung. Dementsprechend spielt der Handlungsansatz ‚Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe‘ keine herausragende Rolle und wird vor allem im Hinblick auf die Einsparung von Güterverkehr als ‚Nachhaltigkeits-Indikator‘ angesehen.

Bei den Bemühungen, die Nachhaltigkeitsidee auf regionaler Ebene als eine nachhaltige Regionalentwicklung zu operationalisieren – insbesondere durch Lokale-Agen-

da-21-Gruppen und Regionalinitiativen –, wird der Schaffung regionaler Kreisläufe hingegen eine wesentliche Bedeutung zugesprochen. Es wird davon ausgegangen, dass das Wirtschaften in einer Region nachhaltiger wird, wenn die regionsexternen Inputs möglichst verringert werden und die regionsinternen Outputs möglichst in dieser Region verbleiben (SAUERBORN 1996). Unklar bleibt oftmals, welche Art von Kreisläufen gemeint ist. Anders als bei der eigenständigen Regionalentwicklung, bei der die wirtschaftliche und politische Unabhängigkeit dezentraler Regionen sowie eine Identitätsbildung durch sozio-kulturelle Vernetzungen im Vordergrund stehen, werden bei der nachhaltigen Regionalentwicklung meist vorrangig stoffliche Verflechtungen und deren ökologische Implikationen betrachtet. Die meisten Umsetzungsprojekte sind im Bereich Landwirtschaft, Landschaftspflege und Naturschutz angesiedelt (vgl. JASPER & SCHIEVELBEIN 1997; DVL 1999), beispielsweise in Form der Gründung von Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften und der Vermarktung von Regionalprodukten. Die Diskussion im Kontext der nachhaltigen Regionalentwicklung durch Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe ist von praktischen Problemen auf Projektebene geprägt und nicht von konzeptionellen Grundsatzfragen.

2.2 Weite Wege als Problem und der Ruf nach Regionalisierung

Weite Wege zwischen Produktion und Konsumtion wurden seit Ende der 1980er Jahre mehr und mehr zu einem Politikum. Die ‚Regionalisierung‘ wird neben der ‚Ökologisierung‘ als probates Mittel angesehen, um negative Folgen des Strukturwandels abzumildern oder zu verhindern und ein nachhaltiges Wirtschaftsmodell als Kontrapunkt zur Weltmarktorientierung zu etablieren (SCHLEICHER, GLEICH & LUCAS 1989). Umwelt- und Naturschutzverbände sowie die neu gegründeten Landschaftspflegeverbände nahmen sich dieser Thematik genauso an wie Verbraucherverbände und diverse Interessengruppen aus Landwirtschaft, Handwerk und dem dörflichen Leben wie z.B. die katholische Landjugend (HOCK 2005).

Bei der Diskussion über regionale Wirtschaftskreisläufe besteht eine Vielzahl heterogener Vorstellungen davon, welche Vorteile mit einer höheren Regionalität wirtschaftlicher Verflechtungen verbunden seien. Wenn über regionale Wirtschaftskreisläufe geredet wird, schwingen implizit Zielsetzungen dieses Handlungsansatzes mit, die jedoch oftmals nicht ausgesprochen, sondern als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Genannt werden:

„Ökonomische“ Zielsetzungen:

- Erhöhung der Wertschöpfung in der Region, insbesondere in dezentralen ländlichen Teilräumen;
- Einkommens- und Arbeitsplatzsicherung für bestimmte Wirtschaftszweige.

„Ökologische“ Zielsetzungen:

- Verkehrsvermeidung durch kürzere Transportwege, dadurch Reduzierung von Energieverbrauch, Schadstoff- und Lärmemissionen;
- Umweltschutz durch Produktionsmethoden, die an die spezifischen kleinräumigen Verhältnisse angepasst sind;
- Landschaftspflege durch Erhaltung landwirtschaftlicher Produktionsstrukturen.

„Soziale“ Zielsetzungen:

- Transparenz: nachvollziehbare, überschaubare Produktionsketten;
- gegenseitiges Vertrauensverhältnis und Verantwortungsbewusstsein zwischen Produzenten und Konsumenten bei der Nahrungsmittelversorgung und der Ernährung;
- Stärkung der kulturellen Identität von Regionen
 - a) durch Vernetzung von Produzenten und Konsumenten;
 - b) durch Aktivierung und Nutzung endogener (regionsspezifischer) Potenziale;
 - c) durch Erhaltung von als kulturell wertvoll erachteten Produktionsstrukturen.

Autoren von Publikationen zur ‚regionalen‘ Produktion und Vermarktung konzentrieren sich meist auf eine der genannten Zielsetzungen, so z.B. HESSE (1996) und BÖGE (1999) auf die Verkehrsvermeidung, HAHNE (2000 u. 2001) auf die regionale Wertschöpfung, MÜLLER (1998) auf soziokulturelle Gesichtspunkte, SACHTELEBEN (2001) auf den Naturschutz, JASPER & SCHIEVELBEIN (1997) auf die Landschaftspflege oder HOFER & STALDER (2000) und STALDER (2001) auf Aspekte der Ernährung. Außerdem gibt es zahlreiche Untersuchungen, bei denen die Vorteilhaftigkeit der Regionalität implizit vorausgesetzt und die Zielsetzungen einer Regionalisierung nicht reflektiert werden. Dazu zählen vor allem Arbeiten über die Nachfrage nach regionalen Nahrungsmitteln (z.B. NISCHWITZ & MOLITOR 1998; WIRTHGEN et al. 1999; DORANDT & LEONHÄUSER 2000) und Erhebungen des Anteils regionaler Produkte innerhalb bestimmter Angebotspektren (z.B. MAINZ 1999) sowie über praktische Möglichkeiten des Marketings für Regionalprodukte (CaF 1999; DVL 2000; GÄRTNER & MOLL 2000; HAUSLADEN 2001). Entsprechend schwierig ist es, auf der Grundlage der vorhandenen wissenschaftlichen Literatur ein konsistentes Konzept nachzuzeichnen. Alle genannten Autoren sprechen sich für eine Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe aus, wenn auch mit ganz unterschiedlichen Argumentationen und teilweise mit Einschränkungen. Eher selten wird explizit gegen die Idee der Regionalisierung von Wirtschaftsverflechtungen argumentiert, dann meist vonseiten der ‚modernen‘ Agrarökonomie (z.B. ALVENSLEBEN 1999 u. 2001; SCHMITZ 2000). Die von PFISTER (1999) vertretene These, regionale Wirtschaftskreisläufe würden eine nachhaltige Entwicklung nicht fördern, sondern sogar hemmen, kann stellvertretend für die herrschende Meinung von volkswirtschaftlich argumentierenden Wissenschaftlern angesehen werden. SCHLICH & FLEISSNER (2003) schwächen insofern die Argumente für regionale Wirtschaftskreisläufe, als sie empirisch feststellen, dass die (in Energieverbrauch je Produkteinheit gemessene) Ökobilanz von regionalen Produkten weitaus schlechter sein kann als von Produkten aus großer Entfernung, aber mit hohen Skaleneffekten. Das Einhergehen von Skaleneffekten und Energieeffizienz beschreiben sie als „ecologies of scale“. Dass insgesamt von der Gegenposition wenig zu hören ist, muss nicht an deren Schwäche liegen, sondern kann daher rühren, dass potenzielle Vertreter der Gegenposition gar keine Notiz von dieser Diskussion nehmen.

Angesichts der konzeptionellen Defizite beim Nachweis von Vorteilen regionaler Wirtschaftskreisläufe ist es bemerkenswert, wie einhellig sich Politiker für ‚regionales Wirtschaften‘ aussprechen und wie viele entsprechende Projekte mit öffentlichen Mitteln gefördert werden. Die Strategie wird sowohl als konservatives Modell zu einer „neuen Form von Heimatverbundenheit“ und zu einem „zeitgemäßen Leben und Wirtschaften im Einklang mit den zeitlosen Gesetzen der Natur“ (GÖPPEL 1998: 9 u. 17)

als auch als „linke Reformperspektive“ (Crossover 2000) verstanden. Fast alle im deutschen Bundestag vertretenen Parteien greifen die Forderung nach einer Regionalisierung der Land- und Ernährungswirtschaft auf (siehe Seite 39). Neben Bündnis 90/Die Grünen freundenet sich im Wahlkampf zur Bundestagswahl 2002 vor allem die konservativen Unionsparteien mit den bewahrenden Elementen einer Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe an. Sozialdemokraten und Sozialisten versprachen in ihren Wahlprogrammen ebenfalls ein regionales Wirtschaften, allerdings mit einer stärkeren Betonung der Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe als Korrektiv zur ‚Entwurzelung‘ einer deregulierten Weltwirtschaft. Einzige Ausnahme ist die FDP, die zwar das bisherige Subventionssystem und jeglichen Protektionismus in der Agrarpolitik ablehnt, jedoch auch einer – als interventionistisch interpretierten – Förderung regionaler Strukturen skeptisch gegenübersteht.

Mittlerweile hat die Idee der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe auch Eingang in die Politik der Bundesregierung, der Landesregierungen und vieler Kommunen gefunden. Auf Bundesebene wurden z.B. vom Ministerium für Bildung und Forschung von 1998 bis 2002 „Modellprojekte für nachhaltiges Wirtschaften – innovative Ansätze zur Stärkung der regionalen Ökonomie“ gefördert (GSF 2001). Im Jahr 2002 startete das Programm *Regionen aktiv* des Verbraucherministeriums, bei dem Maßnahmen unterstützt werden, die „regionale Erzeugungs- und Verbrauchskreisläufe“ schaffen und damit „die wesentlichen Inhalte der neuen Verbraucher- und Agrarpolitik aufgreifen und zu einem integrierten Entwicklungskonzept zusammenführen“ – so der Wortlaut in der Ausschreibungsbroschüre des Ministeriums (BMVEL 2001: 2f). Die bayerische Staatsregierung hat die „regionale Vermarktung von Agrarprodukten und Lebensmitteln“ längst zum Ziel erklärt (BSIELF 1997) und z.B. mit der „Verbraucherinitiative Bayern 2001/2002“ ein Programm aufgelegt, dessen wesentlicher Bestandteil die Stärkung der regionalen Vermarktung von Agrargütern und Lebensmitteln ist.

Auch auf kommunaler Ebene wurde in den vergangenen Jahren die Strategie der Intensivierung regionaler Wirtschaftskreisläufe verfolgt. Viele Städte, Gemeinden, Landkreise und ‚kommunale Allianzen‘ entdeckten die Möglichkeiten einer „kommunalen Agrarwirtschaft“ (THOMAS 2001) und förderten beispielsweise Erzeugergemeinschaften, Bauernmärkte, lokale Verbraucherinformationssysteme oder gründeten eigene Regionalvermarktungsprogramme. Viele dieser Initiativen zur Herstellung und Vermarktung von Produkten auf lokaler bzw. regionaler Ebene wurden mit Mitteln aus dem Strukturfonds der EU im Rahmen der LEADER-Programme finanziert. Die Vergabe dieser Mittel war immer an einen Bottom-up-Ansatz lokaler Aktionsgruppen unter Beteiligung möglichst vieler Bevölkerungsgruppen gebunden.

Die Freude über den überparteilichen Konsens bei der ‚Besinnung auf das Regionale‘ wird schnell getrübt, wenn ausgesprochen wird, welche Implikationen damit jeweils verbunden sind. Insbesondere existieren je nach Weltanschauung und politischer Position sehr unterschiedliche Vorstellungen davon, inwiefern sich regionale Wirtschaftskreisläufe mit globalen Wirtschaftsverflechtungen vereinbaren lassen. Eine gewisse Schizophrenie zeigt sich in der parallelen Auflage staatlicher Förderprogramme, die sich an exportorientierte Unternehmen wenden (z.B. im Rahmen der *Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur*) und von Programmen, die explizit eine intraregionale Vernetzung erfordern bzw. zum Ziel haben (z.B. LEA-

DER+ oder die Förderung regionaler Vermarktungsstrukturen im Rahmen der *Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes*.⁶ Durch die sektorale Trennung von Politiken fällt die Gegenläufigkeit derartiger Förderungsstrategien nur bei offenen Kompetenzkonflikten auf. Dies geschieht dann, wenn staatlich unterstützte Regionalvermarktungsprogramme die politischen Bemühungen zur Homogenisierung des europäischen Binnenmarktes zu konterkarieren drohen. So hat beispielsweise der EU-Agrarkommissar Fischler im Jahr 2001 die Centrale Marketinggesellschaft der Agrarwirtschaft (CMA) wegen deren Förderung der Werbung für spezielle regional erzeugte Lebensmittel im Rahmen des „zentral-regionalen Marketings“ gerügt. Der Einsatz staatlicher Mittel zur herkunftsbezogenen Werbung von Produkten aus einer bestimmten Region (z.B. die Werbekampagne „Gutes aus Hessen“) wird als Diskriminierung von Produkten aus anderen Regionen aufgefasst. Bereits Anfang der 90er Jahre sah man bei der EU in dem CMA-Slogan „Markenqualität aus Deutschen Landen“ einen Verstoß gegen das Nichtdiskriminierungsgebot (BÖRNECKE 2001). Auf Druck des Agrarkommissariats der EU wurde auch das bayerische Siegel „Qualität und Herkunft aus Bayern“ (QHB) so umgestaltet, dass beim neuen Siegel („Geprüfte Qualität – Bayern“) weniger die Herkunft als die Qualität im Mittelpunkt stehen soll. Entgegen dem Homogenisierungsziel der europäischen Handels- und Agrarpolitik spricht jedoch wiederum der Ausschuss der Regionen der EU Empfehlungen zur Förderung regionsspezifischer Produktvermarktungs-Strategien aus.

Viele Regionalisierungsaktivitäten werden auch von unternehmerischer Seite aus initiiert: In Landwirtschaft und Verarbeitung wurden zahlreiche Regionalprodukte auf den Markt gebracht oder Vermarktungswege einschlagen, die auf den Nahraum ausgerichtet sind. Ebenso gibt es im Handel privatwirtschaftliche Initiativen zur regionalen Lebensmittelversorgung. Als Musterbeispiel gilt das Familienunternehmen *Feneberg* im Allgäu, das sein Sortiment gemäß dem Slogan „Von Hier“ von Produzenten bezieht, die nicht weiter als 100 km vom Unternehmensstandort in Kempten entfernt sind (vgl. DEMMELER 2001). Aus Sicht der Politik stellt sich hierbei die Frage, inwieweit man dem Markt die Entwicklung regionaler Produktion und Vermarktung überlassen möchte und inwieweit solche Aktivitäten staatlich gefördert – und damit der marktwirtschaftlichen Allokation teilweise entzogen – werden sollen.

Nachdem die Regionalisierung der Nahrungsmittelversorgung offensichtlich als agrar- und ernährungspolitische sowie als regionalpolitische Strategie einen bedeutenden Stellenwert erlangt hat (vgl. *BS/ELF* 1997; *DVL & NABU* 1999), stellt sich die Frage, in welche Richtung der Strukturwandel durch diese Maßnahmen umgelenkt werden soll und kann. Ausgehend von Problemen, die aus dem Strukturwandel der Land- und Ernährungswirtschaft der vergangenen Jahrzehnte resultieren, werden in Tabelle 1 die wichtigsten Argumentationslinien der Befürworter einer Regionalisierungsstrategie skizziert sowie – vorgreifend auf die Diskussion der empirischen Erhebungen in den Kapiteln 5-7 – Grenzen dieser Argumente (vgl. *ERMANN* 2001: 65ff).

6 Siehe den neu ausgerichteten Rahmenplan der Gemeinschaftsaufgabe für den Zeitraum 2003 bis 2006 (Bundestagsdrucksache 15/1201), in dem explizit „Grundsätze für die Förderung der Verarbeitung und Vermarktung regional erzeugter landwirtschaftlicher Produkte“ mit entsprechenden Definitionen von „regionalen Erzeugnissen“ festgelegt sind (S. 34ff).

Tab. 1: Regionalisierung als Lösungsstrategie für Probleme des Strukturwandels: Angestrebte und unerwünschte Effekte

Probleme des Strukturwandels	Zielsetzungen	angestrebte Effekte der Regionalisierung	unerwünschte Effekte der Regionalisierung
Verkehrsbelastung durch Gütertransporte (Abgase, Lärm, Flächenverbrauch, Unfälle)	Verkehrsvermeidung	Verringerung des Güter- und Einkaufsverkehrs durch Verkürzung von Transportdistanzen	mehr Verkehr durch schlechtere Auslastung von Verkehrsmitteln und fehlende logistische Bündelungseffekte
Produktionsbedingte Umweltbelastungen	umweltschonende Produktionsverfahren	geringere Umweltprobleme durch dezentrale Rohstoff- und Abfallverwertung; standortangepasste Nutzung	höherer Rohstoff- und Energieverbrauch pro Output durch weniger effiziente Stoffverwertung kleiner Anlagen
„Ausräumung“ der Landschaft: landschaftliche Monotonie, Abnahme der Artenvielfalt, Verlust kulturell bedeutsamer Landschaftselemente	Landschaftspflege und Naturschutz	Erhaltung der kulturellen, ästhetischen und ökologischen Vielfalt europäischer Kulturlandschaften durch kleinbetriebliche und dezentrale Produktionsstrukturen	hohe Kosten der Erhaltung von Landschaftselementen, die durch Nutzungsformen in einem bestimmten Zeitraum entstanden waren und deren Fortführung keinen eigenen Nutzen mehr hat
Unsicherheit der Verbraucher im Hinblick auf gesundheitliche Risiken der Ernährung	Lebensmittelsicherheit	geringeres Risiko der großräumigen Ausbreitung von Gesundheitsgefahren durch kleine Kreisläufe und weniger Transporte von Tieren und Waren	schlechtere Implementierungsmöglichkeit von Qualitätsmanagement- und Kontrollsystemen bei wenig rationalisierten Betriebsabläufen kleiner Einheiten
geringe Produktqualität (Mangel an Geschmack, Nährstoffen, Frische, Einzigartigkeit)	Verbesserung der Produktqualität	hohe Qualität durch Frische, direkten Kontakt zwischen Erzeugern und Verbrauchern; hohe Vielfalt einzigartiger Produkte	geringere Produktvielfalt durch regionale Beschränkung; fehlende Einhaltung gewünschter Standards (z.B. bzgl. Aussehen, Geschmack)
Verlust des Anteils wertschöpfender Aktivitäten in der Region an den Konsumausgaben in der selben Region	Erhöhung der (regionalen) Wertschöpfung	Wertsteigerung durch Vermarktung der regionalen Produktherkunft; höheres „Bruttoregionsprodukt“ durch regionale Wertschöpfungsketten	geringe Wertschätzung der regionalen Produktherkunft; geringeres „Bruttoregionsprodukt“ durch komparative Kostennachteile
Verlust ökonomischer Aktivitäten an peripheren Standorten	Sicherung dezentraler Arbeitsplätze	Schaffung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten durch (Wieder-) Ansiedlung oder Ausbau dezentraler Verarbeitungs- und Vermarktungsbetriebe im ländlichen Raum	Verlust von Beschäftigungsmöglichkeiten in exportorientierten Unternehmen; „künstliche“ temporäre Arbeitsbeschaffung durch staatliche Regionalisierungsförderung
Auflösung kultureller Identität von Regionen durch Auflösung regionaler Wirtschaftsverflechtungen	kulturelle Identität	Abgrenzung und Identifizierung der Besonderheiten einer Region durch interne Wirtschaftsverflechtungen und Symbolisierung der Identität durch Regionalprodukte	Kirchturmdenken: Abwehraltung gegenüber Fremdem und Exogenem; Gefahr des Regionalismus mit dem Wunsch nach Abschottung und Autarkie
verantwortungsloser Umgang mit Mensch und Umwelt am anderen Ende der Produktkette aufgrund industrieller Entfremdung und Anonymität	sinnstiftendes Produzieren und Konsumieren	verantwortungsbewusstes Handeln durch direkte Erzeuger-Verbraucher-Beziehung; gegenseitige Wissensvermittlung über den individuellen und kollektiven Wert der Produkte	unzutreffende Vorstellungen über die Produktionszusammenhänge wegen fehlender Objektivität und Authentizität; Glorifizierung vorindustrieller Produktionsverhältnisse

Quelle: eigener Entwurf

2.3 Hintergrund: Land- und Ernährungswirtschaft im Wandel

2.3.1 Nahrungsmittelproduktion: Ökonomie, Politik und gesellschaftlicher Stellenwert

Angesichts der deutschen BSE-Krise fragte die Kanzlergattin Anfang 2001 in der Bild-Zeitung: „Was können wir jetzt noch essen?“. Der Kanzler selbst stellte die „Agrarfabriken“ an den Pranger, und seine neue Ministerin für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft forderte eine „Agrarwende“ nach dem Motto „Klasse statt Masse“.⁷ Diese Reaktionen zeigen, dass der bisherige Entwicklungspfad der Nahrungsmittelproduktion und -versorgung infrage oder gar zur Disposition gestellt wurde. Die Neuordnung von Ministerien gab Hinweise darauf, wo die Defizite im Ernährungssystem gesehen wurden, nämlich in der sektoralen Trennung der Interessen der Produzenten von den Interessen der Verbraucher. Die „industrielle Landwirtschaft“ wird plötzlich für einen Großteil der Gesellschaft zu einem negativ besetzten Begriff. Alternativen zum industriellen Paradigma der modernen Nahrungsmittelproduktion sind jedoch nur verschwommen erkennbar, und Erzeuger wie Verarbeiter, die sich ihr Leben lang durch Effizienzsteigerungen verdient gemacht haben, verstehen die Welt nicht mehr. Die Wende in der öffentlichen Meinung über die Produktion von Nahrungsmitteln ist nur vor dem Hintergrund der Entwicklung der Land- und Ernährungswirtschaft seit den 50er Jahren zu verstehen. Diese Entwicklung ist geprägt von technischen und betriebswirtschaftlichen Neuerungen, sozialen und kulturellen Veränderungen sowie von einem Wandel politischer Zielsetzungen. Wegen ihrer wechselseitigen Beziehungen lassen sich diese Faktoren kaum separat betrachten. So verändern z.B. neue Techniken des Landbaus oder der Tierhaltung nicht nur den Betriebsablauf, sondern auch die familiäre und dörfliche Sozialstruktur. Die Agrarpolitik nimmt sowohl Einfluss auf die Verbreitung neuer Techniken als auch auf die dadurch auftretenden sozio-ökonomischen Folgeerscheinungen.

Der Entwicklungspfad der deutschen und europäischen Agrarpolitik von den 50er Jahren bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts lässt sich an den ursprünglich angestrebten Zielen und deren Revision ablesen.⁸ Als höchstes Ziel galt zunächst die Sicherung der nationalen Selbstversorgung durch Produktionssteigerung. Dazu sollte durch Rationalisierungsmaßnahmen eine höhere Produktivität und eine effizientere Produktion von Nahrungsmitteln geschaffen werden, begleitet von einer protektionistischen Handelspolitik mit Importverboten und -zöllen sowie einer Preisstützung von Agrargütern in Form von produktbezogenen Subventionen weit über Weltmarktniveau (vgl. HOFREITHER 1999: 29f). Die erste Veränderung dieser Zielsetzungen ergab sich aus der Tatsache, dass nicht nur die nationale und europäische Versorgungssicherheit schneller hergestellt war als erwartet, sondern große Überschüsse an Agrargütern produziert wurden. Deshalb verabschiedete man sich in den 80er Jahren von dem Ziel, insgesamt möglichst große Mengen zu produzieren, und führte Angebotsbeschränkungen ein. Zu einem zweiten Umdenken kam es im Zuge des allgemein vorherrschenden Strebens

7 Vgl. *Politische Ökologie* (2001; Themenheft 73-74).

8 Einen Überblick über die deutsche Agrarpolitik in den vergangenen Jahrzehnten im europäischen und internationalen Kontext aus geographischer Sicht bieten WILSON & WILSON (2001).

nach einer Liberalisierung des Welthandels. Im Kontext der Implementierung einer weltweit konsistenten Handelspolitik durch die WTO (vormals GATT) ergab sich die Zielsetzung, sämtliche tarifären und nicht-tarifären Handelshemmnisse abzubauen. Nach der Abkehr von der Preisregulierung soll nach den jüngsten politischen Zielsetzungen auch die Politik der Mengenregulierung wieder langsam aufgegeben werden. Langfristig sollen produktbezogene Subventionen in Direktzahlungen an Erzeuger und Produzenten umgewandelt werden, mit denen „überbetriebliche Leistungen“ honoriert werden sollen. Als letztes unangetastetes Paradigma der Nachkriegszeit beginnt erst in jüngster Zeit das Leitbild der Effizienzsteigerung durch Rationalisierung, Technisierung und Zentralisierung zu wackeln. Mit dem Motto „Klasse statt Masse“ wurde in Deutschland die einseitige Orientierung an der Relation zwischen Produktionskosten und quantitativem Ertrag erstmals von Regierungsseite aus fundamental infrage gestellt.

Das Ziel der Versorgungssicherung wurde schneller erreicht als es Agrarwissenschaftler und Politiker für möglich gehalten hatten. Die Landwirtschaft erlebte seit den 50er Jahren bis heute einen enormen Produktivitätszuwachs, der vor allem durch hohen Kapitaleinsatz ermöglicht wurde. So ernährte ein Landwirt in Deutschland im Jahr 2000 durchschnittlich 137 Menschen, während es 1950 nur 10, 1970 32 und auch noch 1990 nur 77 Menschen waren. Die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe nahm in diesem halben Jahrhundert um mehr als 75 % ab, die durchschnittliche Betriebsgröße im früheren Bundesgebiet der BRD verdreifachte sich von ca. 10 auf ca. 30 Hektar, und die durchschnittliche Zahl der Arbeitskräfte pro Hektar Nutzfläche ging um 88 % von 29,3 auf 3,6 zurück (BML 2001; BMVEL 2002b; DBV 2001: 28). Die Produktivitätssteigerung betraf nicht nur die landwirtschaftliche Produktion selbst, sondern auch die nachgelagerten Wirtschaftszweige (Verarbeitung und Handel) sowie vorgelagerte Bereiche, zu denen neben der Produktion von Saatgut, Düngemitteln, Schädlingsbekämpfungsmitteln und Maschinen auch die Entwicklung rationeller und effizienter Anbau- und Haltungsmethoden, Pflanzen- und Tierzüchtungen usw. zählten. So konnten mithilfe der Züchtung ertragreicher Pflanzen, wie insbesondere kurzhalziger Getreidesorten, und ‚leistungsstärkerer‘ Tiere beachtliche Produktivitätssteigerungen erzielt werden. Es ist heute keine Seltenheit mehr, dass eine Milchkuh 10.000 kg Milch im Jahr gibt, vor 30 Jahren galt bereits die Hälfte als eine außergewöhnlich hohe Milchleistung, und vor 200 Jahren gab eine gute Milchkuh nur ein Zehntel. Die durchschnittliche Milchleistung einer Kuh stieg von 2.500 kg im Jahr 1950 auf über 6.000 kg im Jahr 2000 an, im gleichen Zeitraum wurde durch die Einführung intensiver Haltungs-, Fütterungs- und Züchtungsmethoden die durchschnittliche Zahl der Eier pro Henne von 120 auf 275 gesteigert (BML 2000a: 136ff; KLOHN & WINDHORST 2001: 31).

Technische Innovationen in der chemischen und pharmazeutischen Industrie wie auch im Maschinenbau, gepaart mit der Realisierung von Skaleneffekten, trugen ebenfalls zur Effizienzsteigerung der landwirtschaftlichen Produktion bei. Damit ging eine Konzentration dieser vorgelagerten Wirtschaftszweige auf wenige multinationale Firmen und ein entsprechender Machtzuwachs dieser Industrien über die Produktketten einher. Wenn davon gesprochen wird, dass die Produktketten von Nahrungsmitteln nur noch von der Konsumseite bzw. vom Marketing aus gesteuert werden, wird der immense Einfluss der Zulieferer der landwirtschaftlichen Betriebe unterschätzt.

Prozesse der Rationalisierung und Konzentration betrafen keineswegs nur die Landwirtschaft und deren vorgelagerte Wirtschaftszweige, sondern auch die gesamte nachgelagerte Produktkette der Nahrungsmittelproduktion. Nach dem Zweiten Weltkrieg kam es zu einer allmählichen Deregulierung der ernährungswirtschaftlichen Branchen, nachdem die nationalsozialistische Politik Produktionsmenge, Einzugs- und Absatzgebiete der Betriebe planwirtschaftlich festgelegt hatte. Die wirtschaftlichen Verflechtungen wurden wieder den Betrieben selbst überlassen, und mit staatlicher Unterstützung forcierte man eine Umstellung der Produktionsstruktur auf größere und effizientere Produktionsformen. Dementsprechend wirkte die Politik in den 50er und 60er Jahren auf eine ‚Strukturbereinigung‘ hin, sowohl in den vorgelagerten Branchen als auch in der Be- und Verarbeitung sowie im Groß- und Einzelhandel. Als Beispiel sei das Mühlenstrukturgesetz von 1957 angeführt, das Stilllegungsprämien und ein Verbot von Mühlenneubauten festlegte. Während es 1950 in Deutschland noch rund 15.000 Getreidemühlen gab, wurden im Jahr 2000 nur noch 361 Mühlen in den Statistiken geführt. Unter den verbliebenen Betrieben vereinen 26 Großmühlen 60 % der deutschen Brotgetreidevermahlung auf sich.⁹ Ähnlich verlief auch der Strukturwandel der Betriebe bei Mälzereien, Schlachthöfen und Molkereien. Die Schlachtbetriebe nahmen eine Sonderstellung ein, da sie lange Zeit von kommunalen Einrichtungen dominiert waren, die in den 80er und 90er Jahren zu einem großen Teil sukzessive stillgelegt oder privatisiert wurden. Die Milchverarbeitung wies ebenfalls eine spezifische Struktur auf, da bis Ende 1969 eng begrenzte Milcheinzugsgebiete der Molkereien gesetzlich festgelegt waren. Auch die Absatzgebiete für Milch, entrahmte Milch und Buttermilch waren staatlich reglementiert. Butter, Käse und sonstige Molkereiprodukte durften hingegen frei gehandelt werden (ECKART 1998: 263). Nach Aufhebung dieser Vorschriften kam es in der Milch verarbeitenden Branche zu einer rapiden Auflösung regionaler Produktionsketten (NUHN et al. 1999). Die Konzentration der Betriebe schritt in allen genannten Branchen in den vergangenen zehn Jahren noch einmal besonders schnell voran, und es deutet sich bislang kein Ende des Konzentrationsprozesses an. Noch immer gibt es im deutschen Ernährungsgewerbe – zumindest im süddeutschen Raum – eine im Vergleich zu anderen Nationen dezentrale und kleinbetriebliche Struktur, und die Förderung von Konzentration und Betriebsstilllegungen ist als staatliche Strukturpolitik weniger anerkannt als in anderen Teilen Europas.¹⁰

Etwas anders als bei der Primärverarbeitung verlief der Strukturwandel in der Sekundärverarbeitung bzw. Konsumgüterproduktion, wobei hier große Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen und Produktgruppen bestehen. Bei Bäckerei- und Metzgereibetrieben kommt wegen der Kombination von Produktion und Verkauf den absatzorientierten Standortfaktoren eine besondere Bedeutung zu. Daher gibt es noch immer ein dichtes und dezentrales Netz an relativ kleinen Verkaufsstellen für Backwaren sowie für Fleisch- und Wurstwaren. Trotz eines seit Jahrzehnten anhaltenden Verlusts von Marktanteilen an den filialisierten LEH konnten die Bäckereien und Metz-

9 Betriebe mit einer Jahresvermahlung unter 500 t werden allerdings nicht mehr in den amtlichen Statistiken erfasst. Quelle: schriftliche Auskunft des *Verbands Deutscher Mühlen*, Bonn.

10 In den Niederlanden war z.B. Ende der 90er Jahre ein Programm zur Sanierung der Schlachthofstruktur erfolgreich, bei dem sich die verbleibenden Betriebe an den Prämien für die stillzulegenden Betriebe beteiligten und damit ihre eigene Auslastung verbesserten.

gereien bis zum Jahr 2000 knapp die Hälfte des jeweiligen Marktvolumens behaupten. Die Zahl der Verkaufsstellen täuscht jedoch über die Konzentration auch in diesen Branchen hinweg. Kleine selbstständige Betriebe mit nur einer Verkaufsstelle werden immer seltener, und größere Unternehmen übernehmen – oft auch in Form des Franchise-Systems – die ehemals selbstständigen Betriebe, um möglichst engmaschige Filialnetze aufzubauen. Durch eine zunehmende Spezialisierung der Industriebetriebe und eine wachsende Bedeutung von Markenprodukten lösten sich immer mehr regionale Absatzverflechtungen auf und wurden durch überregionale bis internationale Distributionssysteme ersetzt. Die Absatzkanäle des Ernährungsgewerbes orientierten sich mehr und mehr am LEH, zum Teil schufen sich die Zentralen des LEH sogar eigene Verarbeitungsbetriebe wie z.B. Fleischwerke. Die Entwicklung der Nahrungsmittelindustrie ist ebenfalls von Konzentrationstendenzen und Betriebszahlverringerungen geprägt. Zahlreiche ehemals eigenständige Firmen wurden durch multinational agierende Konzerne übernommen. Firmengruppen wie *Nestlé* (Schweiz), *Unilever* (Niederlande), *Danone* (Frankreich), *Parmalat* (Italien), *Philip Morris/Kraft Foods* und *Kellogg's* (USA) oder *Oetker* (Deutschland) vereinen zunehmend den Großteil der weltweiten industriellen Nahrungsmittelproduktion auf sich, wenngleich häufig unter anderen Firmen- und Markennamen.

Ein ähnlicher Strukturwandel hat sich in den vergangenen 50 Jahren im Lebensmittelhandel vollzogen. Die Entwicklung ist geprägt von einer kontinuierlichen Filialisierung der Märkte und einer Zunahme der Verkaufsflächen. Bis Ende der 50er Jahre gab es ausschließlich kleine Bedienungsläden für Lebensmittel und Kolonialwaren – später Tante-Emma-Läden genannt – sowie Warenhäuser. Erst seit etwa 1960 hat sich allmählich die Innovation des Selbstbedienungsladens verbreitet, woraus sich die verschiedenen Handelsformen der SB-Läden, Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und Discounter entwickelten. Mit der Durchsetzung großflächiger Märkte nahm die Zahl der Verkaufsstellen stark ab – allein in den 20 Jahren von 1970 bis 1990 von 154.000 auf 60.000 um mehr als 60 % (KULKE 1998: 166). Begleitet war dies von einer ‚dezentralen Konzentration‘ des Einzelhandels, insbesondere im suburbanen Bereich, und einem damit verbundenen Verlust der Versorgungseinrichtungen in peripheren ländlichen Räumen (ebd. 172ff). Folgen dieser Konzentration sind eine Zentralisierung von Beschaffungs- und Distributionsstrukturen sowie eine Vereinheitlichung des Angebots. Im Jahr 2001 wurden 83 % der gesamten Umsätze im deutschen LEH unter der Regie der zehn größten LEH-Firmengruppen erwirtschaftet, 63 % des Marktes teilten sich die fünf größten untereinander auf (*M+M Eurodata* 2002).

Bis etwa 1990 organisierten sich die meisten LEH-Konzerne auf nationaler Ebene. Erst im Zuge der globalen Handelsliberalisierung der 90er Jahre bemühten sich die Firmengruppen um möglichst große Marktanteile auch im Ausland. So wurde 1997 die französische Handelsgruppe *Intermarché* über die schweizerische *Intercontessa AG* Mehrheitsaktionär der *SPAR Handels-AG*. Als im gleichen Jahr mit dem US-Konzern *Wal-Mart* der weltweit mit Abstand größte ‚Einzelhandelsriese‘ die deutschen *Wertkauf*-Märkte übernahm und auf diese Weise auf den europäischen Markt drängte, war die Furcht groß, dass ‚die Amerikaner‘ die deutsche Lebensmittelversorgung kontrollieren könnten. Während *Wal-Mart* in Deutschland jedoch große Verluste hinnehmen musste und sich nicht etablieren konnte, gelang es der deutschen Handelsfirma *Aldi*

Süd bis Anfang des Jahres 2002, in 21 Staaten der USA über 500 Filialen und in Großbritannien und Irland über 250 Filialen zu eröffnen. Der niederländische Konzern *Ahold* erwirtschaftete 2001 nur noch 13 % seines Umsatzes im eigenen Land, und auch bei *Tengelmann* (Deutschland) und *Carrefour* (Frankreich) liegt der Anteil des Auslandsumsatzes schon bei über 50 % (*M+M Eurodata* 2002).

Bedingt durch die Bedeutungszunahme der Wertschöpfung in Verarbeitung und Handel ist der relative Anteil der Wertschöpfung in der Landwirtschaft an den Ausgaben für Nahrungsmittel deutlich zurückgegangen. Während 1950 noch 64 % der Umsatzerlöse für den Kauf von Nahrungsmitteln als Einnahmen der landwirtschaftlichen Betriebe verbucht wurden, belief sich dieser Anteil 50 Jahre später auf nur noch 28 %. Zieht man davon noch die Vorleistungen der Landwirtschaft ab, betrug die Nettowertschöpfung der Landwirtschaft im Jahr 2000 nur 7,6 % des Verkaufswertes der Nahrungsmittel im Handel. Das heißt, von jedem Euro Verkaufswert von Nahrungsmitteln werden 7,6 Cent in der Landwirtschaft ‚geschöpft‘ und bleiben den landwirtschaftlichen Betrieben als Einkommen.¹¹ Dieser im Vergleich zu früheren Zeiten geringe Wert relativiert in einem gewissen Maße den Erfolg der Produktivitätssteigerungen in der Landwirtschaft. Um nämlich heute die gleiche Anzahl von Verbrauchern zu ernähren, sind zwar weniger Landwirte erforderlich, dafür jedoch anteilig mehr Bauingenieure, Chemiker, Logistiker und Werbestrategen. Da deren Betriebsabläufe eine weitaus größere Zentralität erfordern, liegt es auf der Hand, dass damit auch eine Auflösung kleinräumiger und dezentraler Produktionsstrukturen einhergeht.

Der Anteil der Konsumausgaben für Nahrungsmittel am Einkommen ist in den vergangenen 50 Jahren stetig zurückgegangen. 1950 wurden 46 % aller Ausgaben eines durchschnittlichen Haushalts für Nahrungsmittel verwendet, im Jahr 2000 wurden dafür nur noch knapp 14 % des Haushaltsbudgets ausgegeben.¹² Zudem machen sich der Wandel des Erwerbslebens sowie veränderte Lebensstile auch im Ernährungs- und Konsumverhalten bemerkbar. Eine wichtige Rolle spielen dabei die gestiegene Erwerbstätigkeit der Frauen und die entsprechend höhere Zahl an Doppelverdienerhaushalten sowie der hohe Anteil an Single-Haushalten. Während noch vor 50 Jahren der klassische Mehrpersonenhaushalt dominierte, bei dem nur der Familienvater einer Erwerbstätigkeit nachging und die Frau für den Einkauf und die Zubereitung von Nahrungsmitteln zuständig war, ist dies heute nur noch einer von mehreren Haushaltstypen. In Doppelverdienerhaushalten fehlt oft die Zeit zum Kochen, und in Singlehaushalten ist der Aufwand zu groß. Neben einer verstärkten Außer-Haus-Verpflegung ging die Entwicklung der vergangenen Jahrzehnte hin zu einer größeren Verarbeitungstiefe und zu Fertig- und Convenience-Produkten wie Tiefkühlkost, Konserven, vorgegarter Mikrowellengerichten usw. Der Trend zu mehr Convenience-Produkten soll laut Markteinschätzungen auch in Zukunft anhalten und zu einem immer größeren Marktsegment werden (*GfK Marktforschung* 2001). Aufgrund technischer und logistischer

11 Datenbasis: *BML* (2000a/2001); *BML* (2000b/2002b); *BMVEL* (2002a/2003); *DBV* (2001); *i.m.a.* (2002).

12 Quellen: *Statistisches Bundesamt* und *BMVEL* (2002a/b). Die Angaben gelten für Nahrungsmittel inklusive alkoholfreier und alkoholhaltiger Getränke, aber ohne Tabakwaren. 1950 wurden 43 % des verfügbaren Einkommens für Nahrungsmittel einschließlich alkoholfreier Getränke und 6 % für Genussmittel (alkoholische Getränke und Tabakerzeugnisse) ausgegeben. Im Jahr 2000 waren es 12 % für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke und 4 % für Genussmittel.