



Wirkungen und Zukunftsperspektiven des Modellprojektes „Wir bündeln Bio“

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

FONA
Forschung für Nachhaltigkeit

STADT
LAND
PLUS



Autoren

Peter Volz, Forschungsgesellschaft Die Agronauten

Sebastian Rogga, Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e.V.

Im Rahmen des KOPOS-Projektes arbeiten im Handlungsfeld „kurze Wertschöpfungskette“ in der Region Freiburg i. Breisgau Vertreter*innen folgender Institutionen zusammen: Forschungsgesellschaft Die Agronauten, Ernährungsrat Freiburg und Region, Stadt Freiburg i. Breisgau (Umweltschutzamt).

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben Stadt-Land-Plus – Verbundvorhaben: KOPOS – Neue Kooperations- und Poolingmodelle für nachhaltige Landnutzung und Nahrungsversorgung im Stadt-Land-Verbund“ wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 033L221 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autor*innen.

Druckvorlage fertiggestellt im April 2025

Dieses Dokument steht online zur Verfügung unter: <https://www.kopos-projekt.de/de/region-freiburg>

Zitierhinweis

Rogga, S.; Volz, P. (2025): Wirkungen und Zukunftsperspektiven des Modellprojektes „Wir bündeln Bio“. KOPOS Arbeitspapier. Forschungsgesellschaft Die Agronauten & ZALF e.V. [Hrsg.]; Berlin.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Beschreibung des Nachhaltigkeitsexperimentes „Wir bündeln Bio“.....	3
3	Abgeleitete Fragen für die Wirkungserhebung	6
4	Analytischer Rahmen und Erhebungsmethodik.....	6
4.1	Analyserahmen für die Wirkungserfassung	6
4.2	Erhebungsmethodik	7
5	Ergebnisse und Wirkungen.....	8
5.1	Inbetriebnahme eines Warenumschlagspunkts	8
5.2	Aktivierung und Sensibilisierung regionaler Akteure.....	9
5.3	Wirkungen auf unterschiedliche Akteursgruppen	9
5.4	Gesamteinschätzung zu beobachteten Wirkungen.....	11
6	Interpretation der beobachteten Wirkungen und Ableiten von Zukunftsperspektiven des Modellprojektes	12
7	Fazit und Ausblick	15

Abbildungsverzeichnis

<i>Abb. 1: Der Marktplatz "Wir bündeln Bio" am Großmarkt Freiburg (Foto: S. Rogga).....</i>	<i>4</i>
<i>Abb. 2: Modellhafte Repräsentation des regionalen Food-Systems Freiburg als Wertschöpfungskette zwischen Produktion und Konsumption VOR dem Start von "Wir bündeln Bio"</i>	<i>5</i>
<i>Abb. 3: Modellhafte Repräsentation des regionalen Food-Systems Freiburg als Wertschöpfungs-kette zwischen Produktion und Konsumption NACH dem Start von "Wir bündeln Bio"</i>	<i>5</i>
<i>Abb. 4: Analysekategorien sozialräumlicher Wechselwirkungen lokaler Nachhaltigkeitsexperimente und entsprechende analytische Fragen (von Wirth und Levin-Keitel 2020)</i>	<i>7</i>
<i>Abb. 5: Methodische Bausteine der Wirkungsanalyse</i>	<i>7</i>



1 Einleitung

Das Nachhaltigkeitsexperiment "Wir bündeln Bio" (WbB) hatte das Ziel, bio-regionale Lebensmittel entlang der Wertschöpfungskette zu bündeln und effizienter zu vermarkten. Im Fokus stand dabei die Zusammenarbeit zwischen regional ansässigen Produzenten von Lebensmitteln, Groß- und Einzelhändlern sowie der Außer-Haus-Verpflegung (AHV). Der folgende Meilensteinbericht fasst die wesentlichen Ergebnisse, Wirkungen und Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung des Projekts zusammen.

2 Beschreibung des Nachhaltigkeitsexperimentes „Wir bündeln Bio“

„Wir bündeln Bio“ ist Träger einer Bündelungs- und Vermartungsstruktur für bio-regionale Lebensmittel in der Region Freiburg. Sie hat ihren Sitz auf dem Gelände des Lebensmittelgroßmarktes der Stadt Freiburg, wo acht weitere (alteingesessene) Lebensmittelhändler Waren kommissionieren und verkaufen. Die Hauptzielgruppe des Großmarktes Freiburg sind gewerbliche Kunden, die über den Großmarkt Waren beziehen. Bis zur Etablierung von „Wir bündeln Bio“ bezog der Großmarkt zu einem überwiegenden Teil Waren aus globalen Lieferketten, die zudem konventionell produziert wurden. Mit der Etablierung der Infrastruktur von „Wir bündeln Bio“ (konkret: ein Kühlcontainer und entsprechende Warenauslageflächen; siehe Bild) sollten Impulse gesetzt werden, den Anteil der bio-regionalen Lebensmittel, die von der Zielgruppe der Außer-Haus-Versorger (Kantinen, Kindertagesstätten u.a.) gekauft werden, zu erhöhen.

Die besondere Herausforderung für das Gelingen des Experimentes bestand darin, ein Produkt unter laufenden Marktbedingungen in den Markt einzuführen und soweit tragfähig zu machen, dass WbB über das Ende der Modellprojektphase hinaus Bestand haben sollte. Der Lebensmittelmarkt gilt als besonders umkämpft, seitdem marktdominierende Großisten einen Großteil des Marktanteils unter sich aufgeteilt haben und den Preisdruck auf alle Glieder der Wertschöpfungskette ausgedehnt haben. Aufgrund von Effekten der Skalenökonomie sind Akteure des Großhandels in der Lage Ware preiswerter anzubieten als Akteure, die kleinere Volumina umsetzen. Darüber hinaus bestehen für regionale Versorgungsstrukturen in aller Regel Wettbewerbsnachteile durch höhere Stückpreise an den produzierten Waren, weil Regionalität oft mit höheren ökologischen und sozialen Standards einhergehen. Kleinskalige und auf Nachhaltigkeit orientierte Anbieter haben somit einen doppelten Marktnachteil, der sich v.a. in einem höheren Stückpreis für die angebotenen Lebensmittel ausdrückt.



Abbildung 1: Der Marktplatz "Wir bündeln Bio" am Großmarkt Freiburg (Foto: S. Rogga)



Eine der Hauptaufgaben von „Wir bündeln Bio“ war es somit Wege zu identifizieren und Maßnahmen zu entwickeln, die die benannten Marktdefizite ausgleicht. Folgende Strategien wurden dafür verfolgt:

- 1 Mit der Ansiedlung am Großmarkt Freiburg wollte „Wir bündeln Bio“/KOPOS bewusst kleinere und mittlere AHV-Kunden ansprechen, die für den in der Region dominierenden Großhandel unattraktiv waren (z.B., weil der Großhandel mit Mindestwarenmengen operiert, die für die kleinere Kunden zu hoch sind).
- 2 Um die hohen Kosten für die Logistik zu minimieren, wollte KOPOS die auf dem Großmarkt agierenden Händler gewinnen, Waren von WbB in deren Sortiment aufzunehmen, das bis zum Start von WbB fast ausschließlich auf konventioneller Ware beruhte. Den antizipierten Bedarf der AHV-Kunden nach Bioware (was durch politische Vorgaben über „Bioquoten“ in stadteigenen Kantinen gestützt wurde) wollte man durch das Angebot von WbB decken.
- 3 Eine Bündelung des bio-regionalen Angebots vor Ort sollte bewirken, dass die Kunden die gewünschten Waren „aus einer Hand“ erhalten und den gesamten Einkauf über einen Akteur abwickeln können. Dies sollte Kosten bei Einkäufern sparen und dabei helfen, die höheren Stückkosten aufzufangen.
- 4 Mit der Vernetzung regionaler Akteure entlang der Wertschöpfungskette sollte Vertrauen und gegenseitiges Verständnis aufgebaut werden, die die Bereitschaft, höhere Warenpreise für bioregionale Ware zu bezahlen, erhöhen sollte. Darüber hinaus sollte das oft in Wertschöpfungsketten identifizierte „Henne-Ei-Problem“ überwunden werden, dass Akteure reaktiv auf Signale anderer Akteure warten, bevor sie selbst aktiv werden, was letztlich dazu führt, dass kein Akteur proaktiv handelt.
- 5 Der Großmarkt Freiburg selbst sollte als Marktakteur stärker in den Fokus der (Fach-)Öffentlichkeit gerückt werden, um die Wichtigkeit seiner Funktion für das regionale Ernährungssystem bzw. die Potenziale, die mit einer Stärkung für regionale Food-Systeme einhergehen, hervorzuheben. Darüber sollten zusätzliche, aber auch neue Kundengruppen angesprochen werden.

Die Abbildung 2 und 3 zeigen nochmals modellhaft im Vergleich, an welcher Stelle des Systems „Regionale Wertschöpfungsketten“ im Food System der Region Freiburg das

4 Beschreibung des Nachhaltigkeitsexperimentes „Wir bündeln Bio“

Nachhaltigkeitsexperiment „Wir Bündeln Bio“ installiert wurde (in Abb. 3 markiert durch den roten Punkt). Ziel war es somit die Warenströme, die über den Großmarkt Freiburg laufen, zu stärken, ohne die bestehenden Verbindungen im Markt (Direktvermarktung und Großhandel) komplett zu ersetzen, sondern diese zu komplementieren, in dem man bewusst das Marktsegment der kleineren AHV-Akteure in den Blick nehmen wollte. Auf diese Weise wollten die Betreiber von WbB einen ruinösen Verdrängungswettbewerb mit den Großhandelsakteuren für Biowaren aus dem Weg gehen.

Abbildung 2: Modellhafte Repräsentation des regionalen Food-Systems Freiburg als Wertschöpfungskette zwischen Produktion und Konsumtion VOR dem Start von "Wir bündeln Bio"

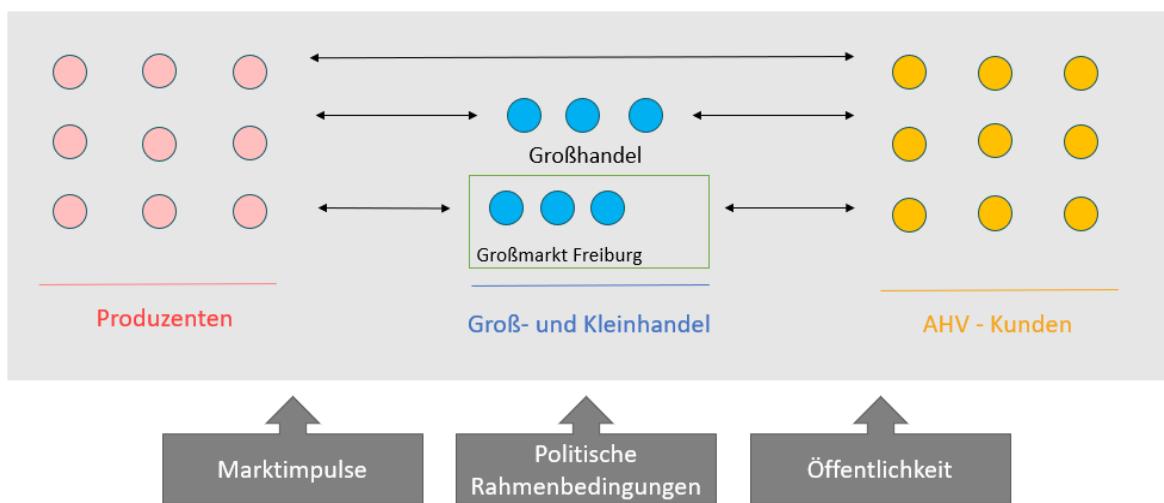
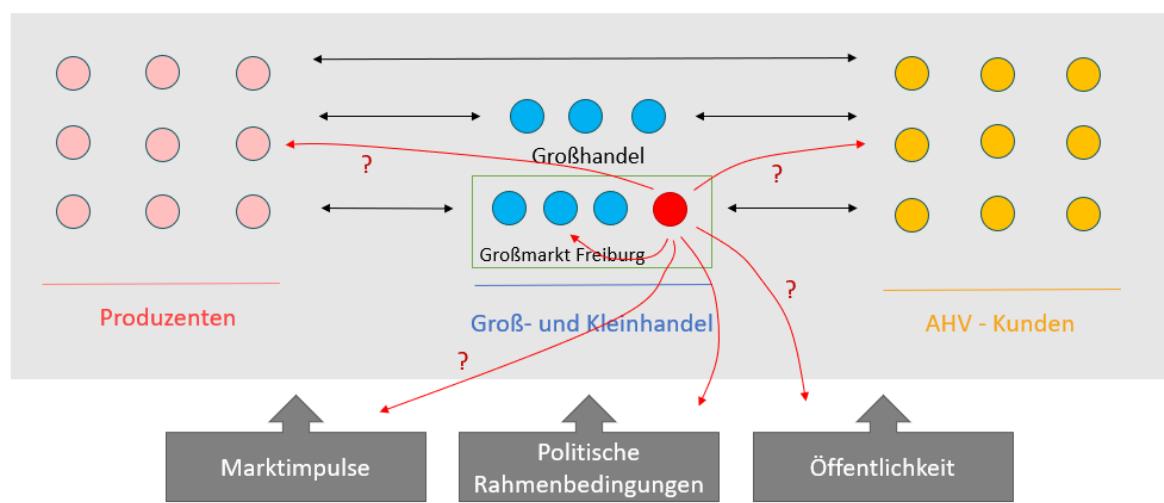


Abbildung 3: Modellhafte Repräsentation des regionalen Food-Systems Freiburg als Wertschöpfungs-kette zwischen Produktion und Konsumption NACH dem Start von "Wir bündeln Bio"



3 Abgeleitete Fragen für die Wirkungserhebung

Im transformativen Forschungsansatz, den auch KOPOS verfolgte, werden Interventionen in die Realwelt planvoll eingesetzt, um eine bestimmte intendierte Wirkung (in diesem Falle eine Nachhaltigkeitswirkung) zu erzielen. Die Frage(n), die sich aus dem Experiment „Wir bündeln Bio“ ergaben waren:

- Welche Wirkungen lassen sich von dem Nachhaltigkeitsexperiment „Wir bündeln Bio?“ entlang der Wertschöpfungskette überhaupt identifizieren?
- Was lässt sich aus den beobachteten Wirkungen für eine Analyse des Nachhaltigkeitsexperimentes ableiten?
- Welche Schlussfolgerungen lassen sich aus dem Nachhaltigkeitsexperiment für eine Transformation von Ernährungssystemen ableiten?

4 Analytischer Rahmen und Erhebungsmethodik

4.1 Analyserahmen für die Wirkungserfassung

In der Transformationsforschung gibt es verschiedene konzeptionelle Ansätze, um Wirkungen von realweltlichen Experimenten zu erfassen. Gemein ist ihnen die Vorstellung, dass verändertes Verhalten gesellschaftlicher Akteure in Richtung Nachhaltigkeit nicht-linear und durch komplexe Lernprozesse geschieht und dass einfache Kausalzusammenhänge zwischen Aktionen in Projekten und beobachteten Wirkungen schwer zu verknüpfen sind.

Für die vorliegende Wirkungsanalyse wurde ein Analyserahmen für sozial-räumliche Wechselwirkungen lokaler Nachhaltigkeitsexperimente herangezogen (von Wirth und Levin-Keitel 2020). Dieser bietet 4 Analysekategorien für die Erfassung von „Wirkungen“ an und geht davon aus, dass sich Wirkungen einerseits auf einer physisch-materiellen Ebene zeigen, also einer veränderten physisch erfahrbaren Umwelt. Eine weitere Wirkungsdimensionen fragt nach konkreten veränderten Handlungen mittelbarer und unmittelbar beteiligter Akteure. Eine dritte Dimension fragt, inwiefern Nachhaltigkeitsexperimente zur Veränderung von Regelsystemen und Institutionen beigetragen haben und eine vierte Dimension fragt nach kulturell-symbolischen Veränderungen, die die Beteiligten wahrgenommen haben.



Abbildung 4: Analysekategorien sozialräumlicher Wechselwirkungen lokaler Nachhaltigkeitsexperimente und entsprechende analytische Fragen (von Wirth und Levin-Keitel 2020)



4.2 Erhebungsmethodik

Zur Bewertung der Wirkungen von WbB wurden verschiedene Erhebungsmethoden eingesetzt. Dazu zählten die teilnehmende Beobachtung sowie die Analyse von Dokumenten aus dem Zeitraum 2023 bis 2024. Zudem fand zu Beginn und zum Ende des Untersuchungszeitraums März 2023 bis Oktober 2024 jeweils ein Workshop mit den Kernmitgliedern des Experiments statt. Hierzu zählten...

- Die regionalen Koordinatoren des KOPOS-Handlungsfeldes „Kurze Kette“
- Der Betreiber von „Wir bündeln Bio“ sowie
- leitende Mitarbeiter des Großmarkt Freiburg (April 2023)

Ein leitfadengestütztes Interview mit assoziierten Partnern wurde im Oktober 2024 durchgeführt. Ergänzend dazu wurden Online- und analoge Fragebögen bei Akteuren entlang der Wertschöpfungskette ausgewertet. Diese Befragungen umfassten vier Produzenten, sieben Händler des Großmarktes und sieben AHV-Kunden, von denen fünf Bestellungen tätigten (siehe Details in Abbildung 4)

Abbildung 5: Methodische Bausteine der Wirkungsanalyse



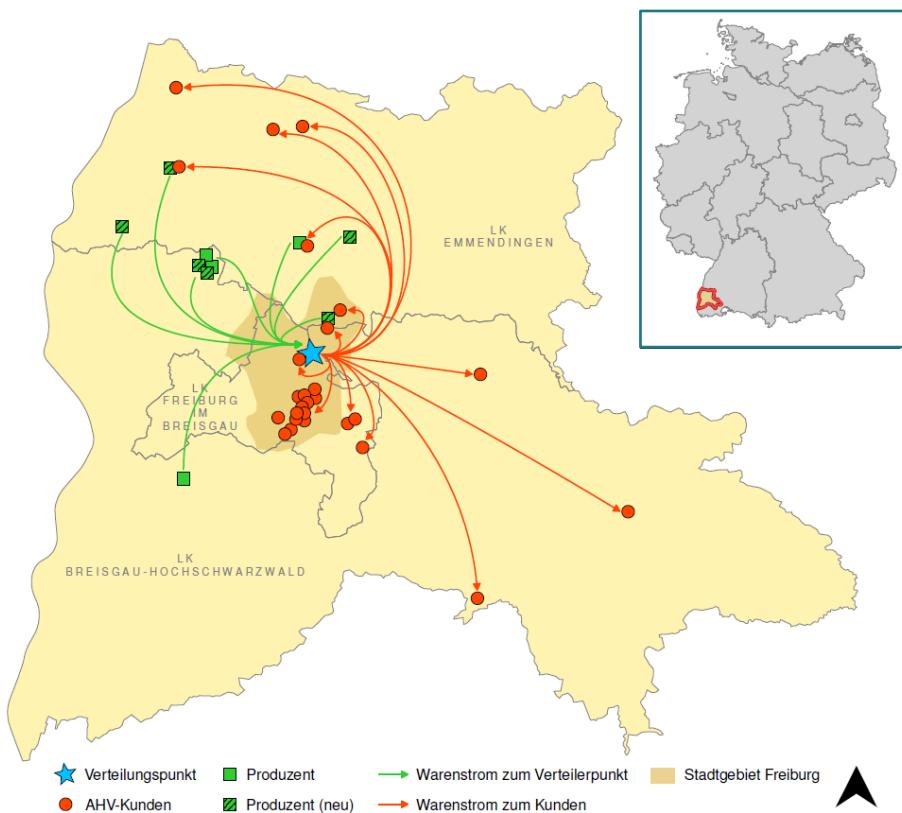
Das vorliegende Datenmaterial wurde mithilfe der o.g. Analysekategorien geclustert und nach klar identifizierbaren „Wirkungen“ der Aktivitäten von WbB sortiert und kritisch beurteilt, ob kausale Wirkungen zwischen dem KOPOS-Projekt und den beschriebenen Wirkungen bestehen. Aus der Vielzahl an „Wirkungen“ wurde letztlich eine Auswahl besonders signifikanter Wirkungen vorgenommen. Diese wurden abschließend auf zwei öffentlichen Veranstaltungen des KOPOS-Projektes vorgestellt und durch Praxisakteure verifiziert.

5 Ergebnisse und Wirkungen

Aus der beobachteten Vielfalt beobachteter Wirkungen, ist die folgende Auflistung eine Darstellung besonders prominenter:

5.1 Inbetriebnahme eines Warenumschlagspunkts

Eine zentrale Wirkung (und zugleich ein großer Erfolg des Projektes) auf der materiell-physischen Wirkungsebene war die konkrete Etablierung eines Warenumschlagspunkts für bio-regionale Lebensmittel am Großmarkt Freiburg und den Aufbau von Warenströmen für bio-regionale Lebensmittel in der Region Freiburg. In der Zeit von Oktober 2023 bis Oktober 2024 wurden Waren im Wert von insgesamt 38.659,50 € umgesetzt. An diesem Prozess beteiligten sich zehn regionale Produzenten sowie 27 AHV-Kunden. Wie Abbildung 5 zeigt, wurden v.a. Waren aus der näheren Umgebung der Stadt Freiburg bezogen und dann überwiegend an AHV-Kunden im Freiburger Stadtgebiet verkauft.





5.2 Aktivierung und Sensibilisierung regionaler Akteure

Durch das Projekt wurde das Bewusstsein für die Bedeutung des Großmarktes in Freiburg gestärkt. Hierzu hat weniger das Kerngeschäft von „WbB“ beigetragen, das weitestgehend ohne Publikumsverkehr abgewickelt wurde, sondern die vielfältigen Veranstaltungsformate, die rund um das Thema „regionale Ernährung“ am Großmarkt vom KOPOS-Team initiiert wurden. Somit hat das Projekt eine Institution zugänglich für eine Reihe von AkteurInnen des Ernährungssystems gemacht, die ansonsten keinen Anlass gehabt hätten zum Großmarkt zu kommen. Demgemäß berichtete ein Projektpartner im Workshop:

„Das Thema Großmarkt kam auf die Agenda. (...) Das war vielen in Freiburg überhaupt kein Begriff vorher. Dass es überhaupt einen Großmarkt gibt. Selbst Leute, die an dem Thema sogar interessiert sind [kannten ihn nicht].“

Gleichzeitig wurden Impulse gesetzt, um die Verknüpfung von biologischen und regionalen Produkten weiter voranzutreiben. Die Stadt Freiburg sowie das Land Baden-Württemberg haben durch politische Vorgaben die Bioanteil in der AHV zwar gestärkt, jedoch dies nicht mit dem Kriterium der Regionalität verbunden. Dass „Bio“ nicht automatisch auch nachhaltig bedeutet, dazu haben die Publikumsaktivitäten von WbB/KOPOS maßgeblich beigetragen.

Obwohl eine große Bandbreite an Akteuren entlang der Wertschöpfungsketten erreicht werden konnte, so gering blieb die Resonanz bei Zielgruppen, die sich nicht häufig mit Themen der Gemeinschaftsversorgung beschäftigen. Hierzu können bspw. Akteure aus Verwaltung und Politik gezählt werden. Obwohl das Thema „Ernährung“ alle Bevölkerungsschichten betrifft, so sehr bleibt das Thema „Gestaltung von Ernährungssystemen“ weiterhin eines für SpezialistInnen und besonders am Thema Interessierte.

5.3 Wirkungen auf unterschiedliche Akteursgruppen

Von besonderem Interesse bei der Wirkungserhebung waren die beobachteten Wirkungen bei unterschiedlichen Akteuren entlang der Wertschöpfungskette. Die aus Sicht des Projekt wesentlichsten Akteursgruppen (regionale Produzenten, Händler am Großmarkt sowie AHV-Kunden) wurden separat mittels Fragebögen (analog auf dem Großmarkt; digital bei Produzenten und AHV-Kunden) angesprochen. Mit Ausnahme weniger Händler am Großmarkt sowie weniger AHV-Akteure waren alle Befragte mindestens ein Mal in eine Austauschbeziehung mit „Wir bündeln Bio“ getreten (d.h. sie haben Waren zu WbB geliefert oder haben bei WbB eingekauft).

Die Auswirkungen des Projekts auf die verschiedenen Akteursgruppen waren unterschiedlich ausgeprägt.

5.3.1 Produzenten

Der Rücklaufquote der Befragungen unter den Produzenten fiel mit 40% gut aus; allerdings waren es in Summe lediglich 10 Produzenten, die Waren an WbB auslieferten. Somit liegen für diese Akteursgruppe nur 4 ausgefüllte Fragebögen vor, was das Ableiten generalisierbarer Ergebnisse erschwert.



Auffällig ist, dass die Produzenten generell zufrieden mit WbB waren und dass sie insbesondere die Möglichkeit nutzten, Überschuss- und B-Ware über WbB zu vermarkten. Der Verkauf von Überschuss- und B-Ware wäre ohne WbB nicht oder nur mit hohem Aufwand möglich. Somit stellte der Vertrieb über WbB eine zusätzliche Einkommensquelle dar, wenngleich die Volumina eher gering blieben. Als größte Herausforderung stellte sich die Organisation der Logistik dar. Viele sahen daher das Aufwand-Nutzen-Verhältnis in einem ungünstigen Verhältnis.

Bezogen auf die handlungsorientierte-prozedurale Analyseebene (also der Frage, ob WbB eine Verhaltensänderung bei Produzenten bewirkt hat oder sie in Zukunft bewirken könnten) hat kein Produzent von entsprechenden (geplanten) Anpassungen berichtet (z.B. eine vergrößerte Anbaufläche für regionale Lebensmittel, die über WbB abgesetzt werden könnten). Ein fortgesetzter Betrieb von WbB wünschen sich alle Befragte.

5.3.2 AHV-Kunden

Die Rücklaufquote bei den AHV-Kunden fiel mit 6 von 27 geringer aus als bei den Produzenten. Auch hier sind generalisierende Aussagen kaum möglich. Generell fand das Angebot von WbB unter den AHV-Kunden eine recht hohe Zustimmung. Besonders hohe Zustimmungswerte erzielten die Aussagen

- „wir fühlten uns vom Projekt angesprochen“
- „wir wollen durch WbB mithelfen den bioregionalen Anteil von Lebensmitteln in der Region zu erhöhen“ sowie
- „Wir wollen mit „WbB“ kleinere Strukturen unterstützen.“

Der Großteil der Befragten hat WbB auch für mehrere Bestellungen und dabei auch das breite Warenpektrum von WbB genutzt (insb. bei Gemüse und Salat). Der höhere Warenpreis (im Vergleich zum Bio-Großhandel) und der teilweise Mehraufwand (z.B. für die Verarbeitung von B-Ware) wurde toleriert. Nach den Anreizen befragt, teilten die meisten Befragten mit, dass sie bei WbB v.a. aus werteorientierten Gründen gekauft haben und weniger aufgrund der politisch festgelegten „Bio-Quoten“. Das Projekt hat somit diejenigen angesprochen, die bereits vor WbB vom Mehrwert höherer bio-regionaler Lebensmittel überzeugt waren. Unklar geblieben ist, ob durch das Projekt auch AHV-Kunden neu überzeugt werden konnten, auf bio-regionale umzustellen. Das Argument könnte daher lauten, dass auf der „kulturell-symbolischen“ Wirkungsebene bei AHV-Kunden kaum Wirkungen erzeugt wurden, weil diese schon sensibilisiert waren für den Mehrwert bio-regionaler Erzeugnisse. Auf der anderen Seite könnte auch argumentiert werden, dass Wirkungen auch auf dieser Ebene erzeugt wurden, da es die Kundenbeziehungen vor Beginn des Projektes noch nicht gab. Es erscheint jedoch, dass WbB vor allem „die Überzeugungstäter“ unter den AHV-Kunden erreicht hat.

Ein weiterer interessanter Aspekt, den die Befragung ergeben hat, ist, dass viele der mit WbB an- tizipierten positiven Nebenwirkungen, die Indizien für mehr Nachhaltigkeit liefern, bei den befragten AHV-Kunden gar nicht zutrafen. So erfolgte durch die Bestellung bei WbB bspw. keine Verringerung von Lebensmittelabfällen oder eine Einsparung von Lagerkapazitäten.



5.3.3 Händler am Großmarkt

Von den acht am Großmarkt etablierten Händlern, haben sechs ein Stimmungsbild zu den Wirkungen abgegeben, das über einen analogen und strukturierten Fragebogen abgegeben wurde. Für diese Akteursgruppe ist also das Stimmungsbild verhältnismäßig robust. Die Händler wurden dabei auf zwei Ebenen befragt: einerseits sollten sie Wirkungen angeben, die WbB auf ihr eigenes Geschäft ausübt; andererseits sollten sie angeben, welche Wirkungen WbB auf den Großmarkt Freiburg beobachteten.

Bei den beobachteten Wirkungen auf das eigene Geschäft erwähnten lediglich zwei Händler positive Auswirkungen. So gab es hohe Zustimmung bei der Aussage, dass man mehr Kenntnisse über regionale Biobetriebe gewonnen habe und zu der Erkenntnis gekommen sei, stärker regionale Kanäle bespielen zu wollen. Diese zwei würden auch weiterhin Ware bei WbB bestellen. Die anderen Großhändler am Großmarkt sehen keine weiteren positiven Wirkungen, aber auch keine negativen Wirkungen vom Projekt WbB auf ihre eigenen Unternehmen. Kritisch erwähnt wurde v.a. der höhere Aufwand, den die Händler hätten, um Bioware in ihr Sortiment einzugliedern und auch der höhere Preis.

Ein ähnliches Stimmungsbild ergab auch die Frage nach beobachteten Wirkungen auf den Großmarkt selbst. Lediglich ein Händler sieht durch das Wirken von WbB/KOPOS bedeutende Effekte auf den Großmarkt als Institution. Alle anderen sehen keinerlei Wirkungen, wobei v.a. hinsichtlich einer kulturell-symbolischen Wirkungsebene die Einschätzungen auseinander gehen. Bei den Einschätzungen, ob das Projekt Impulse für die Weiterentwicklung des Großmarktes und dass mehr Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und der Politik generiert wurde, gehen die Meinungen auseinander.

5.4 Gesamteinschätzung zu beobachteten Wirkungen

Eine fundierte Einschätzung zu den erzielten Wirkungen ist durch die gewählten Methoden nur teilweise möglich, da manche Analysedimensionen (insb. die kulturell-symbolische) vertiefende Erhebungsmethoden benötigt. Dennoch lassen sich für jede der vier Analysedimensionen bestimmte Aussagen treffen:

Das Projekt WbB/KOPOS hat hinsichtlich der materiell-physischen Ebene sowie der kulturell-symbolischen Ebene die meisten Wirkungen erzielt. Dies macht sich an den etablierten Warenströmen und der in Betrieb genommenen Infrastruktur am Großmarkt fest. Das Nachhaltigkeitsexperiment konnte in das komplexe und stark regulierte System des Lebensmittelhandels integriert werden und Waren und Geldströme erzeugen.

Zum anderen sind von Wirkungen auf der kulturell-symbolischen Ebene auszugehen. Das Projekt hat es vermocht, einer Fachöffentlichkeit in der Region aufzuzeigen, dass Strukturen nachhaltiger Ernährungssysteme in den etablierten Strukturen gegenwärtig unterrepräsentiert sind, aber dass es möglich ist, entsprechende Strukturen aufzubauen. Somit wirkte die materiell-physische Ebene zusammen mit einer Vielzahl an interaktiven Formaten vor Ort vermutlich stark auf die kulturell-symbolische Ebene ein. Das Projekt hat durch sein Wirken dazu beigetragen, die Bedeutung einer etablierten Infrastruktur, deren Fortbestehen unter den aktuellen Marktbedingungen anzuzweifeln ist, hervorzuheben und mit zukunftsgerichteten Themen zu besetzen.



Der Großmarkt Freiburg hat das Potenzial eine Schlüsselrolle als Kristallisierungspunkt der Ernährungswende in der Region zu spielen, indem er sich strategisch neu aufstellt. Durch die Zusammenarbeit der Projektpartner im Rahmen des Modellprojektes konnte auf dieser Ebene Wirkungen erzielt werden.

Ob diese Wirkungszusammenhänge auch auf andere Dimensionen einzahlen, bleibt abzuwarten. Nach den Ergebnissen dieser Wirkungserhebung hat das Projekt kaum dazu beitragen können, auf regulativ-institutionalisierte Ebene (also der Veränderungen von Normen und Gesetzen) sowie auf einer handlungsbezogenen-prozeduralen (insb. hinsichtlich der Veränderungen von Praktiken in Richtung Nachhaltigkeit) bedeutende Wirkungen zu erzielen. AHV-Kunden und Produzenten, die mit WbB zusammengearbeitet haben, haben bereits zuvor mit biologischen und zum Teil regionalen Lebensmitteln gehandelt und WbB als einen zusätzlichen Kanal benutzt, ohne etablierte Strukturen aufzugeben.

6 Interpretation der beobachteten Wirkungen und Ableiten von Zukunftsperspektiven des Modellprojektes

Das Nachhaltigkeitsexperiment "Wir bündeln Bio" (WbB) hatte das Ziel, bio-regionale Lebensmittel entlang der Wertschöpfungskette zu bündeln und effizienter zu vermarkten. Das Projektteam um WbB/KOPOS hat es in einer eineinhalbjährigen Zeitspanne geschafft, die Struktur handlungsfähig zu machen und zu bespielen, was auch durch die Budgetierung des KOPOS-Modellprojektes sowie des Einsatzes von Personalkapazitäten aus dem KOPOS-Projekt ermöglicht wurde.

Hinsichtlich der beobachteten Wirkungen lassen sich interessante Erkenntnisse interpretieren und für eine Transformation von Ernährungssystemen ableiten. In der Folge werden einzelne Punkte aufgeführt:

a) Warenpreise und Aufwand sind starke Wirkungshebel in den Wertschöpfungsketten

Die Untersuchungen in WbB/KOPOS haben gezeigt, dass der „ökonomische Imperativ“ unter den Akteuren im Teilsystem stark ausgeprägt ist. Das bedeutet, dass sich das Verhalten der Akteure stark an ökonomischen Kriterien ausrichtet und dieses sogar leitet. In kapitalistischen Marktkönomien stellt dieses Akteursverhalten keine Überraschung dar. Gleichwohl das Ernährungssystem stark über Preise geregelt wird, sind andere Faktoren nicht zu unterschätzen. So vermag eine wahrgenommene Reduzierung des Aufwands für bestimmte Arbeitsschritte durchaus, das ökonomische Kalkül zu überwiegen. Das kann möglicherweise durch die Digitalisierung von Arbeitsschritten erreicht werden, aber durchaus auch über sonstige Vereinfachungen und/oder Bündelungen.

Zukünftige Lösungsansätze, die zur Steigerung des bio-regionalen Lebensmittelanteils beitragen wollen, sollten sich auf den „Nutzenaspekt“ für die Zielgruppe fokussieren und diesen herausstellen. Denn in aller Regel werden (unter den gegenwärtigen Marktbedingungen) bioregionale Lebensmittel im Vergleich zu konventioneller aber auch zu global produzierter Bioware aus



ökonomischen Gesichtspunkten kaum wettbewerbsfähig sein. Es besteht aber eine Aussicht auf hohe Wirksamkeit eines Projektes, wenn für die Zielgruppen ein klarer Mehrwert erkennbar ist. Für die Produzenten hat sich die Vermarktung von B-Ware und v.a. Überschussware als klaren Mehrwert gezeigt. Sie konnten dadurch Waren vermarkten, die ansonsten nicht vermarktungsfähig gewesen wären. Für die anderen Akteursgruppen war der Mehrwert hingegen nicht ganz so deutlich. Für AHV-Kunden war die Bündelung unterschiedlicher Produktgruppen an einem Ort ein klarer Mehrwert, aber kein Alleinstellungsmerkmal, da der Großhandel dasselbe Angebot hat. Ein klarer Mehrwert könnte sich aus der Vorverarbeitung von Lebensmitteln für Kunden ergeben (z.B. Schälen, Vorportionieren u.a.), aber alle Bemühungen von „WbB“ mit Vorverarbeitungsunternehmen in der Region zu kooperieren waren aufgrund der kleinen Mengen nicht rentabel.

b) Handelsbeziehungen zwischen den Akteuren beruhen stark auf Vertrauen

Neben dem Preis als bestimmender Normgröße bilden Vertrauensverhältnisse der Marktteilnehmer eine wichtige Basis. Dies ist wenig überraschend, da viele Transaktionen, die die Akteure entlang der Lebensmittelwertschöpfungskette tätigen nicht durch feste Vertragswerke geregelt sind. Als neuer Marktauktor hatte „WbB“ in der Projektphase von eineinhalb Jahren kaum Zeit entsprechendes Vertrauen unter den Marktteilnehmern aufzubauen und sich zu etablieren. Es ist sogar anzunehmen, dass „WbB“ gerade aufgrund der zeitlich befristeten Projektfinanzierung mit der Reputation zu kämpfen hatte, dass man nach Projektende ohnehin wieder vom Markt verschwindet (...was zum gegenwärtigen Stand nicht der Fall ist). Dies hatte möglicherweise zur Folge, dass entsprechende Impulse aus der Wertschöpfungskette heraus gering bleiben, um WbB stärker zu stützen.

Bestehende Vertrauensverhältnisse stärken auch existierende Marktbeziehungen, was eine Integration neuer Akteure im Markt erschwert. Die Strategie von „WbB“ das Angebot komplementär zu entwickeln und nicht konfrontativ in den Markt zu gehen, wahr vermutlich richtig, aber die Marktnische zu klein, um ein tragfähig Umsatzvolumen zu entwickeln.

c) Das Verharrungsvermögen der Akteure entlang der Wertschöpfungskette ist unterschiedlich stark ausgeprägt

Die Erfahrungen von WbB haben gezeigt, dass das Verharrungsvermögen in nicht-nachhaltigen Systemstrukturen zu verbleiben, unterschiedlich stark ausgeprägt ist, je nachdem welches Glied der Kette betrachtet wird. Verallgemeinerbare Aussagen sind an dieser Stelle eigentlich nicht angebracht, aber AHV-Kunden und Produzenten schienen offen zu sein, auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren zu können und zu wollen. Die Handelsstrukturen hingegen haben sich als relativ beharrend gezeigt, was sich in Meinungen und Praktiken im Verhältnis zu „WbB“ zeigte.

Zukünftige Projekte, die auf eine Verhaltensänderung entlang der Akteure der Wertschöpfungskette abzielen, sollten auf die beharrenden, systemstützenden Kräfte achten und entsprechende Rückschlüsse ziehen.



d) Der Gegensatz zwischen konventionellen und Bio ist real und erschwert eine Integration auf „regional“

Um ein nachhaltigeres und regionaleres Ernährungssystem zu unterstützen, ist ein Ausbau ökologischer Praktiken entlang der Lebensmittelwertschöpfungskette unumgänglich. Die Systemkomponenten des „etablierten“ Ernährungssystems sind jedoch stark auf die Produktion, Verarbeitung und Verteilung von konventioneller Ware ausgerichtet. Die Integration von Bioware in „konventionelle Strukturen“ ist mit vielen regulativen, aber zunehmend auch ideologischen Hürden verbunden. Dieser Gegensatz, der sich bspw. in unterschiedlichen Normen und Handelspraktiken zwischen „bio“ und „konventionell“ zeigt, erschwert eine Integration von Bioware.

Beim Projekt „WbB“ entstanden viele zusätzliche Hürden allein dadurch, dass Biopraktiken mit Handelspraktiken der etablierten Händler nicht kompatibel waren. So müssen Biowaren bspw. räumlich strikt getrennt von konventioneller Ware gelagert werden. Dies bot zwar einerseits eine Daseinsberechtigung und ein Alleinstellungsmerkmal für „WbB“ am Großmarkt Freiburg, weil Lagerkapazitäten für Bioware sonst nicht verfügbar waren; andererseits konnten Biowaren aber auch nicht so einfach in die Logistikstrukturen der „Konventionellen“ integriert werden. Hierzu hätte es einer größeren regulativen Flexibilität bedurft, dass Biowaren auch in einem Fahrzeug, das konventionelle Ware transportiert mit geringem Aufwand mitgenommen hätte werden können.

Eine Anpassung an das dominierende, konventionelle Regelsystem wurde implizit erwartet; der Anpassungsbedarf des bioregionalen „WbB“ an die dominanten Strukturen vor Ort war entsprechend hoch. Auch ein „ideologischer Graben“ zwischen „bio“ und „konventionell“ machte sich bemerkbar und erschwerte einen unvoreingenommenen Austausch auf dem Marktplatz.

Zukünftige Projekte, die im Ernährungssystem ökologische Waren in den etablierten Systemstrukturen verbreiten wollen, müssen mit einem hohen Anpassungsbedarf rechnen. Diese Systemstrukturen zu verändern, wird viel Zeit und vor allem eine sehr viel engere Zusammenarbeit zwischen den „Konventionellen“ und den „Bios“ benötigen.

e) Wirkungen im Kleinen sind nicht von Makroentwicklungen losgelöst zu betrachten

Das Ernährungssystem Freiburg und seine regionalen Akteure sind nicht losgelöst von den übrigen Marktakteuren zu betrachten. Zu Beginn des KOPOS-Projektes (und der Arbeit an kurzen Wertschöpfungsketten in der Region) waren die Rahmenbedingungen für eine Erhöhung der Bio-Quote in der Region sehr günstig: die Nachfrage nach (regionalen) Bioprodukten stieg stetig und erlebte im Zuge der Corona-Pandemie einen zusätzlichen Boom. Zudem gaben eine Reihe von politischen Entscheidungen berechtigten Anlass zu der Hoffnung, dass das zu entwickelnde Modellvorhaben einen konkreten Bedarf nach bio-regionalen Lebensmitteln decken und sich langfristig tragen könne.

Veränderungen wesentlicher Rahmenbedingungen, die durch die Invasion Russlands in die Ukraine im Jahr 2022 ihren Anfang nahmen, verschlechterten die Marktbedingungen für „regionales Bio“ jedoch erheblich. Der gesamte Biomarkt erlebte in den Jahren 2022-24 einen Einbruch, von dem auch die Akteure in Freiburg betroffen waren und die Perspektive für eine wirksame Intervention des Modellvorhabens deutlich eintrübte.



Bei der Beurteilung von Wirkungen (oder gar Erfolgen) solcher Projekte wie „Wir bündeln Bio“/KOPOS sind die Makrostrukturen (veränderte Gesetzeslage, Marktmpulse) immer mit zu berücksichtigen.

7 Fazit und Ausblick

Das Projekt WbB hat wertvolle Impulse zur Stärkung der bio-regionalen Wertschöpfungskette gesetzt und durch die Etablierung und dem Testen physischer Strukturen am Großmarkt Freiburg eine Vielzahl unterschiedlicher Wirkungen entlang der untersuchten Wertschöpfungskette entfaltet, die jedoch hinsichtlich ihrer langfristigen Wirkungskraft infrage gestellt werden müssen. Die auf eine befristete Dauer angelegte Förderung des Modellprojektes „Wir bündeln Bio“ könnte sich als zu kurzfristig herausstellen, da die Akteure in der Wertschöpfungskette (vor allem die Produzenten) langfristige Planungshorizonte benötigen. Die Weiterführung des Projekts benötigt gezielte Anpassungen, insbesondere im Bereich der Logistik und Preisgestaltung. Die Zusammenarbeit mit engagierten Händlern sowie eine verstärkte Digitalisierung der Bestellprozesse könnten zur Verfestigung des Projekts beitragen. Langfristig könnte auch die Entwicklung von Produzenten-Konsumenten-Kooperationen eine Möglichkeit sein, um die Planbarkeit und Verbindlichkeit in der Beschaffung zu verbessern.