

Literaturtipps

Ecopreneurship, Nahversorgung und Resilienz

Im Buch „Ecopreneurship“ zeigt Niels Robert Schneider von der Uni Bristol das Potenzial von Wirtschaftsbetrieben mit ökologischer und sozialer Orientierung.

Eines der Themen, die uns Corona nachdrücklich in den Blick gerückt hat, ist die Wichtigkeit verlässlicher Grundversorgung mit essenziellen Gütern, die heute auffällig zu deren tatsächlicher „preislicher Wertschätzung“ kontrastiert. Damit verknüpft ist die Frage, was denn wirklich wichtig und wert ist, erzeugt und promotet zu werden, oder ob es nicht „resilienter“ wäre, oder: Wäre es nicht „resilienter“, Dinge, die in der eigenen Region ausgezeichnete Produktionsbedingungen vorfinden, zu bevorzugen, anstatt zuzuschauen, wie unsere nachhaltigeren sozialen und ökologischen Standards in weiter Ferne unterlaufen werden und die dann importierten Produkte mangels Information und Preiswahrheit die hiesige Grundversorgungswirtschaft, Produzenten und Arbeitsplätze ruinieren?

Kleine Unternehmen, die fürs Ganze stehen

In dieser Nachdenkstimmung kommt es gerade recht, wenn sich Niels Robert Schneider, ein junger Wissenschaftler am Management-Institut der Universität von Bristol, eingehend mit der Geschäftspraxis von elf kleinen, sehr unterschiedlichen Unternehmen der Nahrungsmittelwirtschaft befasst: nahversorgenden Bio-Lieferdiensten, einer Bäckerei, Kooperativen zur Direktvermarktung, vernetzt oder kombiniert mit Landwirtschaftsbetrieben, Gärtnereien oder Aquaponik (Verknüpfung von Fisch- und Gemüseerzeugung), mit Internet-Bestellsystemen oder mit kleinen Filialen, Café/Verkaufslokal-Kombinationen, meist auch verbunden mit Event- und Demonstrationsangeboten im Sinne nachhaltiger Bewusstseinsbildung oder mit Sozialprojekten zur Erreichung und Integration Arbeitsuchender oder Benachteiligter.

Der gemeinsame Nenner der allesamt innerhalb von 50 Meilen Umkreis um Bristol befindlichen, gewerblichen wie auch landwirtschaftlichen, teils sehr

komplexen „betrieblichen Konstrukte“ liegt in zweierlei: Sie alle versorgen die lokale Bevölkerung mit gesunden, ökologisch erzeugten Lebensmitteln. Und sie bekennen sich dazu, soziale, ökologische und ökonomische Ziele ausbalanciert zu verfolgen.

Musterbeispiel einer unabhängigen, erkenntnisorientierten wissenschaftlichen Arbeit

Die über einen Zeitraum von drei Jahren durchgeführte Studie ist ein Musterbeispiel einer unabhängigen, erkenntnisorientierten wissenschaftlichen Arbeit, methodisch induktiv, qualitativ und praktisch ausgerichtet. Auf die methodische Einleitung folgt im ersten Hauptabschnitt eine erste Analyse und Beschreibung des jeweiligen Systems der Wertschöpfung, der Kernaktivitäten, Partner- und Konsumentenbeziehungen, Umsatzströme und Preisstrategien, visualisiert als „Business Model Canvas“.

Betriebsziel ist am Beispiel der Bäckerei die Produktion hochwertiger Backwaren für die ansässige Bevölkerung und Betriebe in einem für die Mitarbeitenden erfüllenden Arbeitsumfeld, was sich wiederum in der Produktqualität und der positiven Haltung gegenüber den Kunden niederschlägt. Mit dem Direktverkauf verbunden ist ein Café, in dem auf eine gemeinschaftliche Atmosphäre Wert gelegt wird. Die Bäckerei verfügt über ein eigenes Lieferservice mit speziell entwickeltem E-Bike und kooperiert zusätzlich auch mit externen Lieferdiensten. Das E-Bike wurde von einem ansässigen Ingenieur entwickelt. In jedem der Fallbeispiele werden komplexe Strukturen und spezifische Besonderheiten zu Tage gebracht.

Zwischen Anspruch und Realität

Anschließend wird im Detail auf die Geschäftspraxis eingegangen, auf das Ringen um die Realisierung der nachhaltigen „Mission“ im geschäftlichen Alltag:

- die jeweiligen Einnahmenströme: aus Produktverkauf und Events, kostensenkender Abfallvermeidung und -verwertung, Ausgleichszahlungen und Förderungen für (auch finanziell messbare) soziale und ökologische Leistungen an die Gesellschaft etc;
- Re-Investition der Gewinne in Mitarbeitermotivation und -wohl, in soziale Projekte und in Kommunikation und Bewusstseinsarbeit für eine naturverträgliche Produktion in Richtung der Konsumenten;
- eine möglichst faire Preis- und Kostenpolitik, die nicht auf Kosten der Erzeuger und Bio-Anforderungen geht, und – bei einigen der Betriebe – eine Politik erschwinglicher Preise, um weitere Kundengruppen zu erreichen;
- Engagement für eine als überlebensnotwendig betrachtete „Transformation“ der Wirtschaft, eine auf Nachhaltigkeit adaptierte Variante der Schumpeter'schen Entrepreneurs-Mission der „kreativen



Foto: Pop Zehra via unsplash

Bio-Lieferdienste, Kooperativen zur Direktvermarktung und andere Unternehmen mit ökologischem Schwerpunkt werden im Buch untersucht. Alle haben auch einen sozialen Schwerpunkt, wie die Integration von Arbeitssuchenden.

Zerstörung bestehender Strukturen“, auch in Form von Forschung und Entwicklung bodenschonender bio-intensiver Methoden, die mit einem intelligenten Minimum von Technologie, Energie und Chemieeinsatz ausreichende Erträge hervorbringen.

Dabei wird sowohl auf gelungene Beispiele als auch auf Zielkonflikte, Herausforderungen und Entwicklungsbedarf eingegangen, etwa durch konsequentere Evaluierung und Monitorings.

Geschäftspraktiken im Netzwerk und Empfehlungen

Die Herausforderungen eines ehrlich um die drei Nachhaltigkeitsdimensionen bemühten Managements in einem hochkomplexen Netzwerk („Alternative Food Networks“) werden dann im zweiten Hauptabschnitt untersucht.

Die Untersuchung der Entscheidungskriterien bei der Auswahl von Lieferanten und Abnehmern zeigt gegenüber Ersteren die hohe Wertigkeit von Qualität (Bio), Regionalität, eine gemeinsame Wertebasis und Zuverlässigkeit. Plausibel höhere Lieferpreise werden weitgehend akzeptiert und weitergegeben, weil man ja die nachhaltige Idee mit den eigenen Aktivitäten ermöglichen und fördern möchte. Differenzierter ist die Situation absatzseitig: Hier tun sich vor allem jene Betriebe schwer, die auch mit dem Großhandel verhandeln müssen, denn dort spielen Preis- und Profiterkriterien eine wichtigere Rolle, auf die man, unter heutigen Bedingungen, wenig Einfluss hat.

Information, Know-how und Ressourcen gemeinsam nutzen

Ein interessanter Aspekt, dem Schneider nachging, ist auch die Frage, wie das mehr kooperative als kompetitive Spiel der Kräfte und die freiwillige Selbstbegrenzung tatsächlich als Triebkraft der Nachhaltigkeit wirksam werden kann und wie die Entwicklungschancen für die Zukunft sind. Förderlich für die Transformationskraft in Richtung Nachhaltigkeit sind jedenfalls der großzügige Informations- und Know-how-Austausch, z. B. über Diskussionsgruppen, Blogs, Praktika, sowie gemeinsame Ressourcen (Maschinen, Fahrzeuge, Werkzeuge, Webplattformen etc.) und Labels bzw. Marketingkooperationen.

Entwicklungen in Österreich

Alternativ Food Networks (AFN) sind kein rein britisches Phänomen sondern ein globales. Gerade in Österreich ist seit Jahren eine vergleichbare, aufstrebende „Szene der Nahrungsversorgungs-Netzwerke“ in Entwicklung, unschwer online zu finden unter Stichworten wie „Market Gardening“, „Urban Gardening“ „Bio-Zustelldienste“ u. Ä. Sie besteht aus zahlreichen, vielgestaltigen Akteuren aus dem Gewerbe, der Landwirtschaft und Vereinen, die sich vielfach, vor allem im ländlichen Raum, vernetzen und allmählich in Richtung Interessengemeinschaft formieren. Ein interessanter Denkanstoß in diesem Zusammenhang sind die Überlegungen eines Market-Gardening-Aktivisten, des Biobauern Alfred Grand aus Absdorf in Niederösterreich. Er ist auch in EU-Strukturen strategisch aktiv und kooperiert mit zahlreichen Forschungseinrichtungen im In- und Ausland. Nach seiner Hochrechnung könnten durch den Ausbau dieses Bereichs der Wirtschaft „EU-weit etwa eine Million hochwertiger Nahversorgungs-Arbeitsplätze geschaffen werden“.

Dr. W. Andreas Scherlofsky MA, MSc

andreas.scherlofsky@univie.ac.at

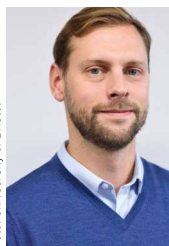


Foto: University of Bristol

Niels Schneider ist Teaching Associate am Department of Management der University of Bristol. In seinem Buch beschäftigt er sich mit der Geschäftspraxis kleiner Unternehmen der Nahrungsmittelwirtschaft.



Niels Robert Schneider:
Ecopreneurship. Business practices for a sustainable future (in engl. Sprache)
 215 Seiten, Berlin/Boston (De Gruyter) 2020, erhältlich auch als E-Book/PDF
 Preis: 60 Euro