

Das ‚Mapping‘ regionaler Wertschöpfung

Analytische Zugänge zu einem populären Begriff

Die regionale Wertschöpfung im Bereich der Lebensmittelproduktion wird in der medialen Debatte aktuell breit diskutiert. Oft als Synonym zu Regionalität ist hiermit eine Produktion der kurzen Wege und im näheren Umfeld gemeint. Dabei wird dieser Begriff häufig sehr unscharf verwendet: In konzeptioneller Hinsicht werden ökonomische Begriffe mit Fragen der ökologischen und sozialen Implikationen verknüpft. In normativer Hinsicht werden sehr unterschiedliche Prioritäten gesetzt, die von Konzepten der lokalen Eigenversorgung bis zur Exportförderung reichen. Der vorliegende Beitrag zielt – erstens – auf eine Systematisierung der normativen Debatte ab, indem die unterschiedlichen Zugänge ausgeleuchtet werden. Vor diesem Hintergrund wird – zweitens – aus Sicht der Wirtschaftsgeographie ein Tool vorgeschlagen, das eine Analyse unterschiedlicher räumlicher und ökonomischer Bezüge erlaubt (sog. Wertschöpfungs-Mapping). Illustriert wird dies anhand von Analysen von fränkischem Bier und der fränkischen Kirsche, die im Rahmen des BMBF-Projektes ReProLa durchgeführt wurden.

Schlagwörter: **regionale Wertschöpfung, Wertschöpfungsketten, Regionalprodukte, Bier, Süßkirsche**

1 Einführung

Regionale Wertschöpfung und Regionalität im Nahrungsmittel-Bereich sind Themen, die seit etlichen Jahren diskutiert werden, aber in jüngster Zeit weiter an Popularität gewonnen haben. Zwei Beispiele illustrieren die praktische, politisch verankerte Relevanz:

- Die Farm-to-fork-Strategie der EU betont explizit die Relevanz regionaler Wertschöpfung und bezieht sich dabei insbesondere auch auf den europäischen Herkunftsschutz (*European Commission* 2020).
- Auf regionaler Ebene finden sich eine hohe Anzahl an Siegeln und Labeln, die bestimmte Arten räumlicher Herkunft bestätigen und im Marketing verwenden. Genannt seien für Bayern das Siegel „Geprüfte Qualität Bayern (GQ)“ und die Kampagne „Original Regional“ der Metropolregion Nürnberg, wobei sich inzwischen europaweit eine Vielzahl an vergleichbaren Aktivitäten findet (MEYERDING et al. 2019).
- Im Zuge der Corona-Pandemie und der Sorge um unterbrochene Lieferbeziehungen hat das Thema der regionalen Wertschöpfungsketten weiter an Aufmerksamkeit gewonnen, was auch unter dem Begriff der ‚Ernährungssouveränität‘ diskutiert wird (u.a. HOLTkamp/STAFFLER 2020, MATAcENA/CORVO 2019, LOKER/FRANCIS 2020). Es wird davon ausgegangen, dass auch in Bayern Lebensmittelsicherheit und Regionalität in der Ernährungswirtschaft künftig weiterhin großen Einfluss auf die Lebensmittelproduktion nehmen und somit regionale

Wertschöpfungsketten weiter an Bedeutung gewinnen (vgl. *Cluster Ernährung* 2020).

Die wissenschaftliche Reflexion des Themas erfolgt ebenfalls seit geraumer Zeit und bringt unterschiedliche methodische Herangehensweisen hervor (s. z.B. BÄTZING/ERMANN 2001, KAMMLOTT et al. 2020, FARMERY et al. 2021). Diesen stehen empirisch allerdings zwei grundsätzlichen Herausforderungen gegenüber, die eine umfassende Bearbeitung erheblich erschweren: Zum einen werden in konzeptioneller Hinsicht unter dem Begriff der regionalen Wertschöpfung sehr unterschiedliche und z.T. entgegenstehende Konzepte subsummiert, was eine Operationalisierung erschwert. Zum anderen ist in empirischer Hinsicht die Datenverfügbarkeit bzw. -erhebung ein erhebliches Problem. Der Untersuchungsgegenstand adressiert automatisch einen kleinräumigen Fokus und möglichst kleinteilige Untersuchungseinheiten. Diese sind unter anderem aus Gründen des Datenschutzes in der amtlichen Sekundärstatistik nicht konsistent abzubilden und aufgrund von Geschäftsgeheimnissen ein schwieriges Objekt der Primärdatenerhebung.

Im Ergebnis steht regionale Wertschöpfung als ein medial und politisch sehr populärer Begriff einem wenig präzise gefassten Forschungsstand gegenüber. Dies ist gerade aus wirtschaftsgeographischer Sicht zu bedauern, da es hier um einen Kernbereich der Raumentwicklung geht.

Seit 2018 fördert das Bundesforschungsministerium (BMBF) ein Projekt, das in der Metropolregion Nürnberg die Verflechtungen zwischen städtischen und ländlichen Teilräumen zum Gegenstand hat. Dabei kommt der räumlichen Konfiguration

von Wertschöpfungsflüssen zentrale Bedeutung zu (BERTRAM et al. 2021). Ausgewählte Ergebnisse des Projektes stellen die Argumentationsbasis des folgenden Beitrages. Dieser zielt auf die Beantwortung der Frage ab, wie angesichts der skizzierten Herausforderungen dennoch eine transparente Analyse von regionalem Wertschöpfungsgeschehen im Nahrungsmittelbereich erfolgen kann.

2 Konzeptioneller Rahmen

2.1 Betriebs- und volkswirtschaftliche Zugänge

Wertschöpfung ist ein Schlüsselbegriff des Wirtschaftsgeschehens und repräsentiert den „durch Produktions-, Verarbeitungs- und Veredelungsprozesse oder durch andere ökonomische Aktivitäten geschaffenen Wertzuwachs“ der Wirtschaftseinheiten (HALLER 1997: 31f.). Dabei kann die Wertschöpfung aus makroökonomischer Sicht als Leistung einer Nationalökonomie oder aus mikroökonomischer Sicht als Leistungsbeitrag einer einzelnen Wirtschaftseinheit (z.B. Unternehmen, Haushalt) oder eines Wirtschaftsbereichs (z.B. Branche, Wirtschaftssektor) zur Volkswirtschaft analysiert werden. Quantitativ lässt sich die Wertschöpfung anhand der von einer Wirtschaftseinheit erzeugten Gesamtleistung abzüglich der von anderen Wirtschaftseinheiten bezogenen Vorleistungen ermitteln (ebd.: 42f.). Nach dem betriebswirtschaftlichen Verständnis bezieht sich der Wertschöpfungsbegriff auf den im betrieblichen Transformationsprozess geschaffenen Wert, der auf der Herstellung von Gütern und Dienstleistungen beruht (vgl. WEBER et al. 2018: 11).

In den makroökonomischen, quantitativen Analysen erfolgt jedoch kaum eine räumlich differenzierte Zuordnung von Wertschöpfung jenseits von volkswirtschaftlichen Zugehörigkeiten. Aus regionalökonomischer Perspektive fungiert die Wertschöpfung hingegen als Maßzahl zur Beurteilung der Relevanz einzelner Branchen bzw. Wirtschaftsbereiche in einer bestimmten Raumeinheit (z.B. Wertschöpfungsanteil einer Branche an der Gesamtwertschöpfung). Im Fokus regionalökonomischer Studien (u.a. KOSFELD/GÜCKELHORN 2012, MUSIL/EDER 2013, GLÜCKLER et al. 2015) stehen dabei auch (in-)direkte bzw. einkommensinduzierte Wertschöpfungseffekte für die Region infolge der wirtschaftlichen Aktivitäten regionaler Akteure, wie bspw. deren Einfluss auf die regionale Beschäftigung oder das regionale Einkommen (vgl. LAHNER 2017: 36f.).

2.2 Regionalität aus wirtschaftsgeographischer Sicht

Aus wirtschaftsgeographischer Perspektive ist die (räumlich und ökonomisch ungleiche) Verteilung von Wertschöpfungsschritten über verschiedene Unternehmen und Regionen ein hoch relevanter Untersuchungsgegenstand. Letztlich möchte jedes Unternehmen und jede Region diejenigen Abschnitte der Wertschöpfungskette abdecken, die attraktiv sind im Sinne einer möglichst hohen Wertschöpfung und möglichst wenig negativen Implikationen (z.B. ökologische Folgewirkungen). Dies ist insgesamt vor dem Hintergrund einer globalisierten Weltwirtschaft zu sehen, die auf arbeitsteilige Skalengewinne setzt und zu komplexen globalen Verflechtungen geführt hat.

Gerade die ‚food geography‘ ist ein prominentes Objekt der wirtschaftsgeographischen Debatte, wobei diese meist auf internationaler, globaler Ebene argumentiert. Prominent sind die Arbeiten, die ungerechte Machtverhältnisse entlang globaler Lebensmittelproduktion beklagen und ein ‚Upgrading‘ fordern. Dies wird oft als Chance für Produzenten in Entwicklungsländern gesehen, um ihre Position in der globalen Wertschöpfungskette zu verbessern (u.a. HUMPHREY/SCHMITZ 2002: 1020). Die wissenschaftliche Reflexion nimmt in der Regel bestimmte Agrarprodukte in den Fokus, deren Organisation entlang der Wertschöpfungskette analysiert wird (z.B. NEILSON/Pritchard 2010 zu Tee und Kaffee, DIETSCHKE 2011 zu Garnelen aus Bangladesch, DANNENBERG/KULKE 2015 zu frischem Gemüse aus Afrika, FRANZ/HASSLER 2008 zu indischem Pfeffer).

Die Relevanz des Themas beschränkt sich aber nicht auf den globalen Süden: Der Bereich der Lebensmittelproduktion und -verarbeitung ist insgesamt stark von den Imperativen des spätindustriellen Zeitalters geprägt. Dabei gilt auf der einen Seite ein erheblicher Kostendruck durch globalen Wettbewerb, der vor allem durch die Nutzung von Skalengewinnen abgefangen werden kann. Dies hat zu hochgradig spezialisierten Betrieben und zu globalen Lebensmittelkonzernen geführt (u.a. ILBERY/MAYE 2005, WATTS et al. 2005). Zugleich werden die Nachfragemuster komplexer, indem gerade in Wohlstandsländern der Preis als dominantes Argument erweitert wird um einen verstärkten Fokus auf ethische, gesundheitliche und lebensstilbezogene Fragen (ebd.). Hier spielt auch das Thema der Regionalität hinein, das seit etwa einem Vierteljahrhundert an Bedeutung gewinnt. Dabei ist aus heutiger Sicht allerdings zu konstatieren, dass das Konzept der Regionalprodukte zwar prominent, jedoch bislang wenig systematisch gefasst ist.

Nur punktuell wird eine Stärkung regionaler Wertschöpfung in den Fokus empirischer Arbeiten gestellt. Regional geschlossene Kreisläufe und

Wertschöpfungsvertiefungen auf lokaler Ebene sind hierbei oft zugleich ein normativ gefasstes Ziel der Arbeiten (u.a. GOTHE/HAHNE 2005, KÖGL/TIETZE 2010, KOSFELD/GLÜCKELHORN 2012). In der englischsprachigen Literatur wird weniger explizit Bezug auf Wertschöpfung genommen, stattdessen mehr auf ‚local economies‘ – aber mehr oder weniger ausgeprägt spielt die räumliche Organisation der Wertschöpfung auch hierbei eine Rolle (für den Food-Bereich, s. z.B. MENDES DOS REIS et al. 2019, ERIKSEN 2013).

Es ist darauf hinzuweisen, dass der Begriff der ‚Kette‘ nicht dahingehend misszuverstehen ist, dass es sich hier um streng lineare, chronologische Abläufe handelt. Im Gegenteil, die komplexe und mehrdimensionale Verflechtung verschiedenster Akteure und Prozesse ist ein entscheidender Bestandteil des Geschehens. Insofern ist der Begriff der globalen Produktionsnetzwerke (global production networks, GPN) zweifellos treffender. Nichtsdestotrotz lässt sich Wertschöpfung aus analytischer Sicht in sukzessive Schritte aufgliedern, auch wenn dies in der Realität nicht zwingend Linearität und Chronologie bedeuten muss.

2.3 Normative Perspektiven

Der Diskurs um Regionalität in Praxis und Wissenschaft gewinnt seit etwa einem Vierteljahrhundert an Bedeutung. Dabei lassen sich die vielfältigen Argumentationen in zumindest drei Orientierungen zusammenfassen:

Spezialitäten-Orientierung

Im Fokus liegt zunächst das Verständnis regionaler Produkte als ‚Spezialitäten‘, die nur in bestimmten (Teil-)Regionen vorkommen (z.B. Bamberger Hörnla, Bayerisches Bier). Der europäische Herkunftsschutz ist hier ein prominentes Beispiel, der darauf abzielt, bestimmte regionaltypische Produkte unter Schutz zu stellen. Dies erfolgt insbesondere mit den Labels ‚geschützte geographische Angabe‘ (g.g.A.) und ‚geschützte Ursprungsbezeichnung‘ (g.U.). Die Begründung für den Schutzstatus lautet, dass diese Produkte nur in bestimmten Regionen mit der gewünschten Produktqualität herstellbar sind (PARROTT et al. 2002). Sowohl innerhalb von Schutzregimen als auch außerhalb ist dabei nicht automatisch festgelegt, welcher Anteil an regionaler und an überregionaler Wertschöpfung erwartet wird. Hier sind die Ausprägungen sehr unterschiedlich. Die (europäisch geschützte) Nürnberger Bratwurst ist ein Beispiel dafür, dass sowohl Vorprodukte als auch Absatzmarkt mit dem Herstellungsort wenig zu tun haben. Der ebenfalls geschützte Aischgründer

Karpfen hingegen ist weitgehend lokal organisiert (CHILLA et al. 2020).

Regionale Spezialitäten sind in der bayerischen Ernährungswirtschaft von großer Bedeutung. Seit den 1990er Jahren wurden in der Spezialitätendatenbank des Bayerischen Landwirtschaftsministeriums mehr als 250 regionaltypische Produkte aus ganz Bayern eingetragen (StMELF 2017). Regionale Lebensmittel vermitteln ein wichtiges Kulturgut und haben nicht unerhebliche ökonomische Effekte.

Die ökonomische Relevanz der herkunftsgeschützten Produkte zeigt sich an einem Umsatzanteil von etwa sieben Prozent an der Gesamtproduktion im Lebensmittelbereich (bezogen auf g.g.A. und g.U.; *Cluster Ernährung* 2017: 18). Die ökonomischen Effekte des Herkunftsschutzes fallen somit stark ins Gewicht, sind jedoch differenziert zu betrachten. Zum einen variieren die Preis- und Absatzeffekte stark und zum anderen sind die räumlichen Dimensionen der ökonomischen Effekte sehr unterschiedlich (s. CHILLA et al. 2020).

Export-Orientierung

Die Export-Orientierung erweitert das Konzept der regionalen Wertschöpfung über unmittelbar regionale Märkte hinaus. Die klassisch-ökonomische Orientierung auf Exporte wird besonders in der Export-Basistheorie zugrunde gelegt. Demnach ist solche Produktion ökonomisch besonders positiv, die den Export unterstützt und damit Wohlstand und Kaufkraft innerhalb der Region stärkt. So kann es durchaus Ziel sein, die Lebensmittelbranche als solche oder Teile davon als regionale Leit- und Schwerpunktbranchen auszubauen. Eine ‚Hopfenregion‘ Hallertau oder die ‚Bierregion Oberfranken‘ sind nur vor dem Hintergrund einer gewissen Export- (und Tourismus-) Orientierung denkbar. Dabei ist darauf zu verweisen, dass eine Exportorientierung in Richtung Massenproduktion mit Skaleneffekten gehen kann, die nicht immer mit den Zielen der kulinarischen Vielfalt und Qualitätsorientierung im Einklang ist. Dies ist aber nicht als zwangsläufig anzusehen. Wiederum ist hier der europäische Herkunftsschutz als Beispiel zu nennen, der seit 1992 regionale Wirtschaftsketten forciert und letztlich auf Exportmärkten einen Schutz vor außerregionalen Wettbewerbern (Nachahmern) darstellt, wobei hier die Exportfunktion regional hergestellter Produkte eine nicht unwichtige Rolle spielt (z.B. LEUFKENS/SCHRÖCK 2014 m.w.N., SCHÖBER 2020).

In Bayern wird beispielsweise jährlich eine Bruttowertschöpfung (BWS) von circa sieben Milliarden Euro in der Lebensmittelverarbeitung generiert (Abt. 10 & 11 der Wirtschaftszweig-Systematik WZ2008). Dies entspricht 1,6 Prozent der gesamten BWS in

Bayern und knapp sechs Prozent der BWS im verarbeitenden Gewerbe. Leicht steigende Umsatztrends der (bayerischen) Lebensmittelwirtschaft sind dabei stark exportbedingt, jedoch nicht gleichmäßig auf die verschiedenen Produkttypen umzulegen. Sowohl auf Bundesebene als auch auf bayerischer Ebene gilt insgesamt, dass die Exporte deutlich schneller wachsen als innerstaatlicher Konsum oder auch Unternehmensgründungen (*Cluster Ernährung* 2017).

Autarkie-/Subsistenz-Orientierung

Sowohl ökologische Argumente (z.B. Transportaufwand, Überintensivierung durch Massenproduktion) als auch ökonomische Argumente (oft findet die entscheidende Wert- und Gewinnabschöpfung weit entfernt von Orten der Agrarproduktion statt) betonen die Potenziale kleinräumig und kleinteilig organisierter Systeme. Im Extrem kann dies auf Subsistenz oder Autarkie zielen, wobei dies in der Reinform selten postuliert wird. Im Vordergrund steht aber der Hinweis auf eine „Notwendigkeit der lokalen Verankerung der regionalen Ökonomien und einer Regionalisierung bestimmter Wirtschaftszweige und Leistungen“ (ERMANN 2005: 21, s.a. HAHNE 2001: 190, BÄTZING 1998). Pointiert auf den Punkt gebracht: „[Ö]konomisch vorteilhaft sind (...) alle direkten Wertschöpfungsbeiträge, die nicht mehr in ferne Staaten und Konzerne fließen, sondern in der Region verbleiben“ (HAHNE 2010: 73). Die politische Leitlinie ist die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe, durch stärkere innerregionale Produktions- und Lieferverflechtungen, spezielles Know-how in personenbezogenen Netzwerken und regionalen Konsum (HAHNE 2001: 191).

Etwas umfassendere Untersuchungen sind zu Wirtschaftsbereichen außerhalb der Nahrungsmittel erstellt worden, insbesondere der Bereich der dezentralen Energieversorgung (z.B. HOFFMANN 2007) oder der Holzindustrie (GOTHE/HAHNE 2005; OBEREGGER et al. 2013, LEHMANN et al. 2021). In beiden Bereichen wird ein erhebliches regionales Wertschöpfungspotenzial konstatiert, wobei die Produktkomplexität in diesen Bereich geringer ist als im Lebensmittelbereich. Im landwirtschaftlichen Bereich haben BÄTZING und ERMANN (2001) auf Landkreisebene einiges Potenzial postuliert und festgestellt, dass dieses kaum genutzt wurde, da das unternehmerische Handeln einen stark überregionalen Fokus hatte (s.a. ERMANN 2005).

Die praktische Relevanz schlägt sich insbesondere auch in den derzeit prosperierenden Vertriebsformen der Direktvermarktung wieder, wie Hofläden und Abo-Kisten. Die Nutzung kurzer Lebensmittelwertschöpfungsketten (short food supply chains) liegt für viele Konsumenten im Trend (s.a. MASTRONARDI et al. 2015; WILLE et al. 2018). In der Primärerzeugung spielt

derzeit insbesondere die solidarische Landwirtschaft (SoLaWi) als eine Form der kleinräumig organisierten Herstellung und Direktvermarktung in Deutschland eine wichtige Rolle.

Zusammenspiel der normativen Orientierungen

Abbildung 1 zeigt, dass die drei aufgezeigten Verständnisse nicht im Widerspruch stehen müssen. Es ist offensichtlich, dass der Fokus auf Spezialitäten und eine starke Exportorientierung oft sehr eng zusammenhängen. Die Subsistenz- und Export-Orientierung stehen sich in konzeptioneller Hinsicht zunächst kontrastierend gegenüber. Entlang der Wertschöpfungskette hingegen können sich jedoch auch diese Perspektiven ergänzen – wie im Beispiel des Bieres, bei dem der stark exportorientierte Hopfen und die sehr regional organisierte Brauergeste zusammenkommen (vgl. BURKERT/CHILLA 2019). Die Wertschöpfung im Bereich von Spezialitäten kann sowohl in betont regionaler als auch in sehr exportorientierter Weise erfolgen.

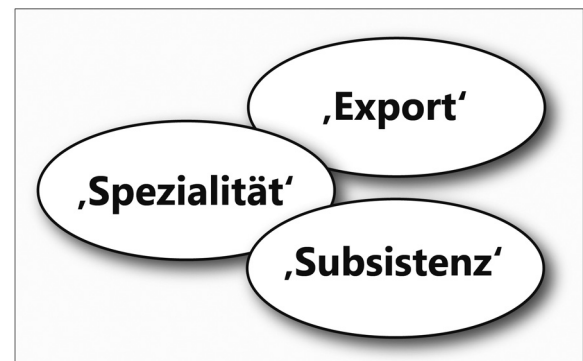


Abb. 1: Verständnisse von regionaler Wertschöpfung

2.4 Die Operationalisierung der Raumbezüge

Im Kern der Debatte um Regionalität steht das Verständnis von Region – konkret die Frage, wie eine Region zu definieren ist und in welcher Form und Intensität die Wertschöpfungsdynamik mit der Region verbunden zu sein hat. Dabei lassen sich wiederum drei Debattenstränge differenzieren:

Erstens – und an die normativen Diskussionen anknüpfend – werden definitorische Zugänge postuliert, die möglichst hohe regionale Anteile in recht kleinräumigen Zuschnitten zugrunde legen. Dies kann von einem Landkreis (BÄTZING/EHRMANN 2001) bis zu etwas größeren Raumeinheiten reichen. Hierbei wird betont, dass der innerregionale Austausch im Vordergrund steht und dabei möglichst eine Orientierung an den Postulaten der Nachhaltigkeit erfolgt (vgl. SPILLMANN 2010, HAHNE 2010, WEGMANN 2015).

Zweitens werden aus Sicht der Konsumforschung die Präferenzen und Wahrnehmungen der Kunden reflektiert, wobei regionalen Labels und Zertifikaten eine große Aufmerksamkeit zukommt (MEYERDING et al. 2019, ATTALAH et al. 2021). In der Tendenz ist dabei unstrittig, dass abnehmende Entfernung der Herstellungsorte und zunehmende Regionalitätsanteile von der Kundschaft grundsätzlich gewünscht sind. Zugleich ist durchaus auch eine hybride und widersprüchliche Konsumpraxis zu konstatieren.

Drittens hinterfragt die konstruktivistische Perspektive die Verständnisse der Regionalität insbesondere auch im Hinblick auf ethische und normative Elemente (ERMANN 2015). Regionalität wird hierbei als eine gesellschaftliche, mediale Konstruktion begriffen, die bestimmten Lebensstilen und Wertemustern entspricht.

3 Methodik: ‚Wertschöpfungs-Mapping‘

Räumliche Differenzierung von Wertschöpfung

Das Tool des Wertschöpfungs-Mappings, wie es im zugrundeliegenden ReProLa-Projekt entwickelt wurde, ermöglicht die Erfassung und Visualisierung räumlicher Wertschöpfungsbeziehungen bzw. -ströme einer Branche sowie eine Differenzierung über mehrere

räumliche Ebenen. Dies beinhaltet zunächst die Identifikation aller relevanten Wertschöpfungsstufen einer Branche entlang einer Wertschöpfungskette, d.h. von der Erzeugung der Rohstoffe bzw. Vorprodukte über die (Weiter-)Verarbeitung und Veredelung zum Handel. Aus Gründen der Operationalisierbarkeit wird hierbei zunächst das lineare Wertkettenverständnis zugrunde gelegt. Die Wertschöpfungskette ist wiederum aufgrund transnationaler bzw. globaler Wertschöpfungsbeziehungen infolge von Globalisierungsprozessen in verschiedene räumliche Maßstabsebenen, i.e.S. regional, national und global, eingebettet. Basierend auf dieser multiskalaren Betrachtung lassen sich in einem nächsten Schritt die räumlichen Bezüge der Wertschöpfung identifizieren (s. Abbildung 2).

Ausgehend von der regionalen Ebene (hier: Freistaat Bayern) als Analyseeinheit werden die räumlichen Bezüge der Wertschöpfungsbeziehungen betrachtet. Dies erfolgt in der vorliegenden Arbeit anhand der Zuliefer- und Distributionsströme von Waren und Dienstleistungen. Die Zulieferströme verkörpern die (über-)regional bezogenen Vorleistungen der vordefinierten Region, während die Distributionsströme die (über-)regionalen Absätze der Produkte und Dienstleistungen abbilden. Um die Relevanz der regionalen Wertschöpfung einer Branche zu betrachten, ist ferner eine räumliche Differenzierung der Zuliefer- und Distributionsströme erforderlich. Dies erfolgt anhand der

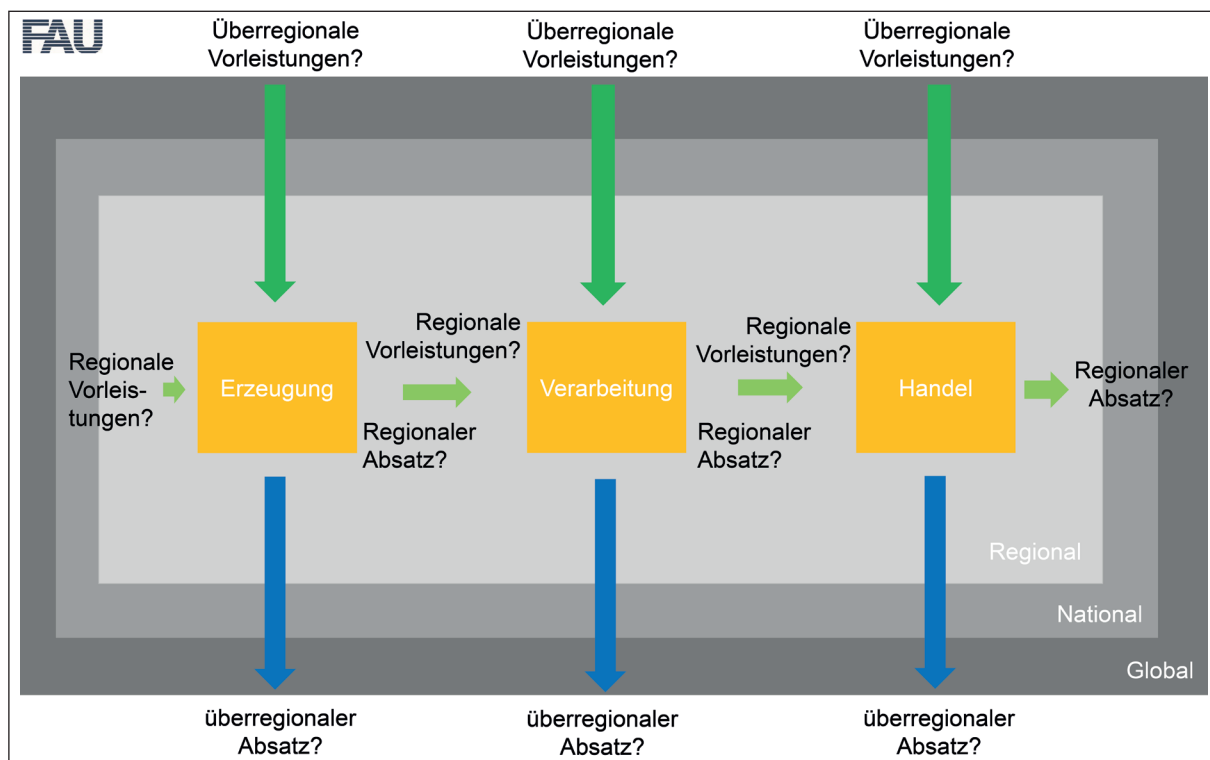


Abb. 2: Analysetool zur Erfassung (über-)regionaler Vorleistungen (Zulieferströme) und Absätze (Distributionsströme) entlang der Wertschöpfungskette im räumlichen Kontext

Dichotomie regionaler bzw. überregionaler Vorleistungen und Absätze. Regionale Vorleistungen und Absätze beschreiben aus der Region bezogene sowie innerhalb der Region abgesetzte Rohstoffe, (Vor-)Produkte oder Dienstleistungen. Überregionale Vorleistungen und Absätze zeigen hingegen aus anderen Regionen, Ländern oder Staaten importierte oder exportierte Rohstoffe, (Vor-)Produkte oder Dienstleistungen an.

In einem weiteren Schritt werden innerhalb des unteren Maßstabs kleinräumige Regionalisierungen vorgenommen, die sich nicht mehr im Tool selbst, sondern kartographisch darstellen lassen. Die Wertschöpfungsverflechtungen lassen sich auf kleinräumiger Ebene schwerlich weiter differenzieren, unter anderem aufgrund der angesprochenen Limitierungen des Datenschutzes. Dennoch lassen sich durch Verortungen der jeweiligen Tätigkeiten Erklärungsansätze ableiten, insbesondere durch Nähe-Beziehungen (BERTRAM et al. 2021). Im Rahmen dieses Artikels werden diese aber eher als Hintergrundfolie gesehen und nicht im Detail diskutiert.

Die Datenbasis

Für die räumlich differenzierte Wertschöpfungsanalyse innerhalb einer Branche ergeben sich hinsichtlich der räumlichen und inhaltlichen Tiefe der Datenbasis zweierlei Herausforderungen. Einerseits werden in amtlichen oder branchenspezifischen Sekundärstatistiken monetäre Wertschöpfungsgrößen zur Branche (u.a. Bruttowertschöpfung, Gesamtumsatz) meist auf höheren räumlichen Maßstabsebenen, wie z.B. NUTS-1 oder ggf. NUTS-2, ausgewiesen. Andererseits gewährleisten kleinräumige bzw. regionale Sekundärstatistiken oftmals nicht den gewünschten Spezialisierungsgrad bezüglich des betrachteten Wirtschaftszweiges. So sind bspw. monetäre Wertschöpfungsdaten für die Obergruppe Getränke-, aber nicht für die Untergruppe Bierherstellung verfügbar. Relevante regionalökonomische Sekundärdaten der Bierbranche, wie z.B. zu Beschäftigung, Betrieben oder (Anbau-)Flächen im Bereich der Rohstoffherzeugung sind demgegenüber oftmals auf kleinräumigen Maßstabsebenen verfügbar (z.B. NUTS-3, LAU). Aber auch innerhalb dieser Regionalstatistiken limitieren der Datenschutz, Erfassungsgrenzen und Dominanzfälle unter Umständen den vollständigen Zugang zu kleinräumigen, branchenspezifischen Werten. Zur Erstellung der vorliegenden Studie wurden verschiedene Branchenberichte und Sekundärstatistiken verwendet, u.a. Beschäftigungsstatistik (Bundesagentur für Arbeit), Steuerstatistik zur Brauwirtschaft (Statistisches Bundesamt) sowie Umsatzsteuerstatistiken (Bayerisches Landesamt für Statistik).

Die Ergänzung fehlender wertschöpfungsrelevanter Informationen aus den amtlichen

Sekundärstatistiken, insbesondere für das zuvor vorgestellte Wertschöpfungs-Mapping, wurden mithilfe von Experteninterviews mit Branchenvertretern, Unternehmen, Verbänden etc. ergänzt (z.B. näherungsweise Anteile regionaler oder überregionaler Vorleistungen und Absätze).

4 Regionale Wertschöpfung am Beispiel von Bier und Kirsche

4.1 Bier

Wertschöpfungs-Mapping

Abbildung 3 visualisiert die regionale Wertschöpfung von Bier in Bayern. Dabei wird von links nach rechts auf die Wertschöpfungsstufen Erzeugung, Verarbeitung und Handel eingegangen. Je höher die gelben Kacheln dargestellt sind, desto stärker ausgeprägt ist die Wertschöpfungsrelevanz (Bruttowertschöpfung in Tsd. EUR) für diese Stufe. Die ‚Herstellung von Bier‘ (Verarbeitungsstufe) sowie ‚Gastronomie‘ (Handelsstufe) generieren innerhalb der Wertschöpfungskette somit die höchste (absolute) Bruttowertschöpfung. Während in Bayern mit der Herstellung von Bier eine Bruttowertschöpfung von ca. einer Mrd. Euro hervorgebracht wird, erzielt die Gastronomie eine Bruttowertschöpfung von etwa vier Mrd. Euro.

Das Wertschöpfungs-Mapping deutet eine durchgängige Wertschöpfungskette auf regionaler Ebene an. Die Vorleistungen für nahezu alle Wertschöpfungsstufen sind zu großen Anteilen auf der regionalen Ebene verortet, was für eine hohe regionale Selbstversorgung spricht. Die Stufe der Erzeugung beinhaltet die Produktion der beiden Rohstoffe Hopfen und Braugerste. Die bayerischen Hopfen- und Sommergerstenerzeugerbetriebe beziehen mehr als zwei Drittel ihrer Vorleistungen (u.a. Saat- und Pflanzgut, Dünge- und Schädlingsbekämpfungsmittel, Instandhaltung von Maschinen und baulichen Anlagen) von regionalen bzw. bayerischen Zulieferern. Beim Hopfen handelt es sich um ein Produkt mit globaler Marktrelevanz, was sich in dem hohen überregionalen Exportanteil von etwa 90 Prozent widerspiegelt. Die Sommergerstenerzeugerbetriebe setzen ihr Produkt zu mehr als zwei Dritteln an regionale Mälzereien ab, nur knapp ein Drittel wird überregional in Deutschland oder der EU abgesetzt. Somit stellt der Hopfen ein weltweit gehandeltes Exportprodukt mit stark konzentrierter Marktmacht in Bayern dar, während die Sommergerste vorwiegend regional weiterverarbeitet wird.

Die Stufe der Verarbeitung umfasst die Produktionsschritte Mälzen und Brauen. Ein Großteil der bayerischen Wertschöpfung in der Herstellung von Malz wird im nordbayerischen Raum erzielt, da hier

mehrere Großunternehmen ansässig sind (z.B. IREKS in Kulmbach, Bamberger Mälzerei-Gruppe). Das Wertschöpfungs-Mapping weist auch hier daraufhin, dass die Mälzereien ihre Vorleistungen (u.a. Rohstoffe, Lohnarbeiten, Mieten und Pachten) zu einem überwiegenden Anteil (ca. 65%) regional beziehen. Parallel setzen die regionalen Mälzereien etwa 85 Prozent ihres hergestellten Malzes an regionale Brauereien ab.

Die bayerischen Brauereien beziehen ihre Vorleistungen – d.h. die Rohstoffe Braugerste, Hopfen und Wasser, Maschinen und Anlagen – zu 95 Prozent regional. Nur fünf Prozent der Vorleistungen werden überregional aus anderen Bundesländern und den USA bezogen. Vor allem spezielle Hopfensorten werden aus den Vereinigten Staaten Amerikas beschafft, deren Anbau in den bayerischen bzw. deutschen Hopfenanbaugebieten nicht erfolgt. Anhand der hohen Regionalanteile bei den Vorleistungen und Absätzen für die Wertschöpfungsstufe der Verarbeitung zeigt sich, dass die bayerischen Brauereien in großem Umfang auf regionale Angebote zurückgreifen können. Ein Großteil der Wertschöpfung wird von den absatzstarken Großbrauereien, die besonders im südbayerischen Raum liegen, generiert, wobei eine deutliche Export-Orientierung vorliegt. Derzeit werden etwa drei Viertel des gebrauten Bieres über den regionalen Handel und die Gastronomie abgesetzt.

Der Hauptteil (ca. 80%) des deutschen Bieres findet den Weg in den Lebensmitteleinzelhandel und in die Gastronomie über Getränkefachgroßhändler (sog. Zwischenhändler/Bierverleger). Somit nimmt der Großhandel eine tragende Rolle bei der Distribution von Bier in Deutschland ein. Im bayerischen

Lebensmitteleinzelhandel wird überwiegend regionales Bier angeboten, wobei deutliche Unterschiede zwischen Discountern und Supermärkten bestehen. So weisen Supermärkte einen deutlich höheren Anteil an regionalem Bier an ihrem Gesamtbiersortiment auf als Discounter. Innerhalb der Gastronomie sind Gaststätten wichtige Absatzmärkte für die bayerischen Brauereien. Mehr als zwei Drittel des Bieres in der Gastronomie wird regional bezogen. Über Brauerverträge zwischen Gastronomen und Brauereien sind damit die Absatzmärkte gesichert. Dagegen bezieht insbesondere die Systemgastronomie (z.B. Vapiano) ihr Bier von überregionalen, nicht bayerischen Brauereien.

Kleinräumige Differenzierung der Wertschöpfungskette

Eine Regionalisierung der Wertschöpfungsstufen vertieft das Mapping um eine kleinräumige Differenzierung (Abbildung 4). Dargestellt sind die Beschäftigungsrelevanz in der Herstellung von Bier auf Kreisebene (s. Abbildung unten, rechts), der Standortquotient zum Hopfenanbau auf Gemeindeebene (unten, links), die Anbaufläche von Sommergerste auf Kreisebene (oben, links) sowie räumliche Cluster der Herstellung von Malz (oben, rechts).

Hierbei werden räumliche Zusammenhänge zwischen den Stufen deutlich. Der Hopfenanbau zeigt eine starke räumliche Konzentration im weltweit größten zusammenhängenden Anbauggebiet Hallertau in Ober- bzw. Niederbayern (2018 insgesamt ca. 16.000 ha, v.a. in den Kreisen Eichstätt, Freising, Pfaffenhofen a. d.

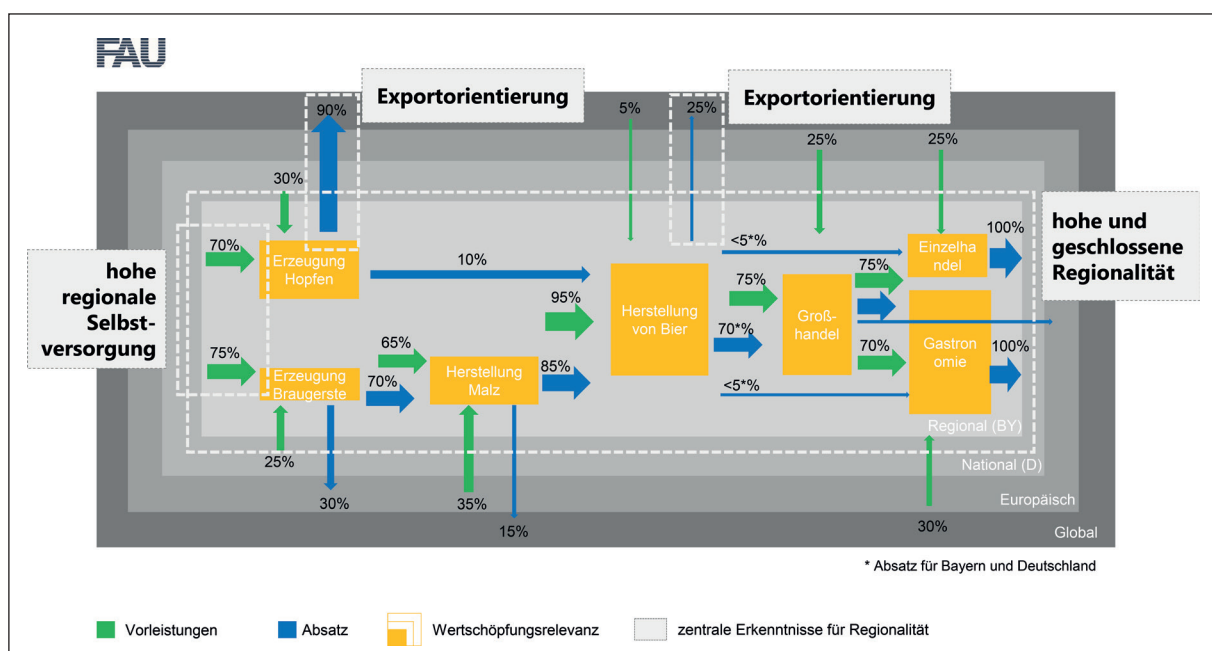


Abb. 3 Wertschöpfungs-Mapping zu Bier in Bayern

Ilm, Kelheim und Landshut), ergänzt um kleinere Anbauflächen wie z.B. in Spalt (Kreis Roth), Eckental (Kreis Erlangen-Höchstadt) und Hersbruck (Kreis Nürnberger Land) im fränkischen Raum.

Die Sommergerste, die zu 70% als Braugerste dient, hat ihre Anbauschwerpunkte in Oberfranken (v. a. Kreise Hof, Bayreuth und Kulmbach) und Oberpfalz (Kreise Neustadt a. d. Waldnaab, Neumarkt i. d. Opf.) sowie zu geringerem Maße in den westlichen Landkreisen der Europäischen Metropolregion Nürnberg (u.a. Kreis Nürnberger Land).

Die Herstellung von Braumalz findet in räumlicher Nähe zur Erzeugung von Sommergerste statt. Besonders im nordbayerischen Raum zeigt sich eine Konzentration von Mälzereien, insbesondere in den Kreisen und kreisfreien Städten Kulmbach und Bamberg (Ofr.) sowie im Städtedreieck Nürnberg-Fürth-Erlangen (Mfr.). Die bayerische Verarbeitung der Sommergerste findet in ca. 20 Mälzereien unterschiedlicher Betriebsgröße statt. Von etwa fünf bayerischen Großmälzereien (>40 Beschäftigte) und sechs Mälzereien mittlerer Größe (bis 20 Beschäftigte),

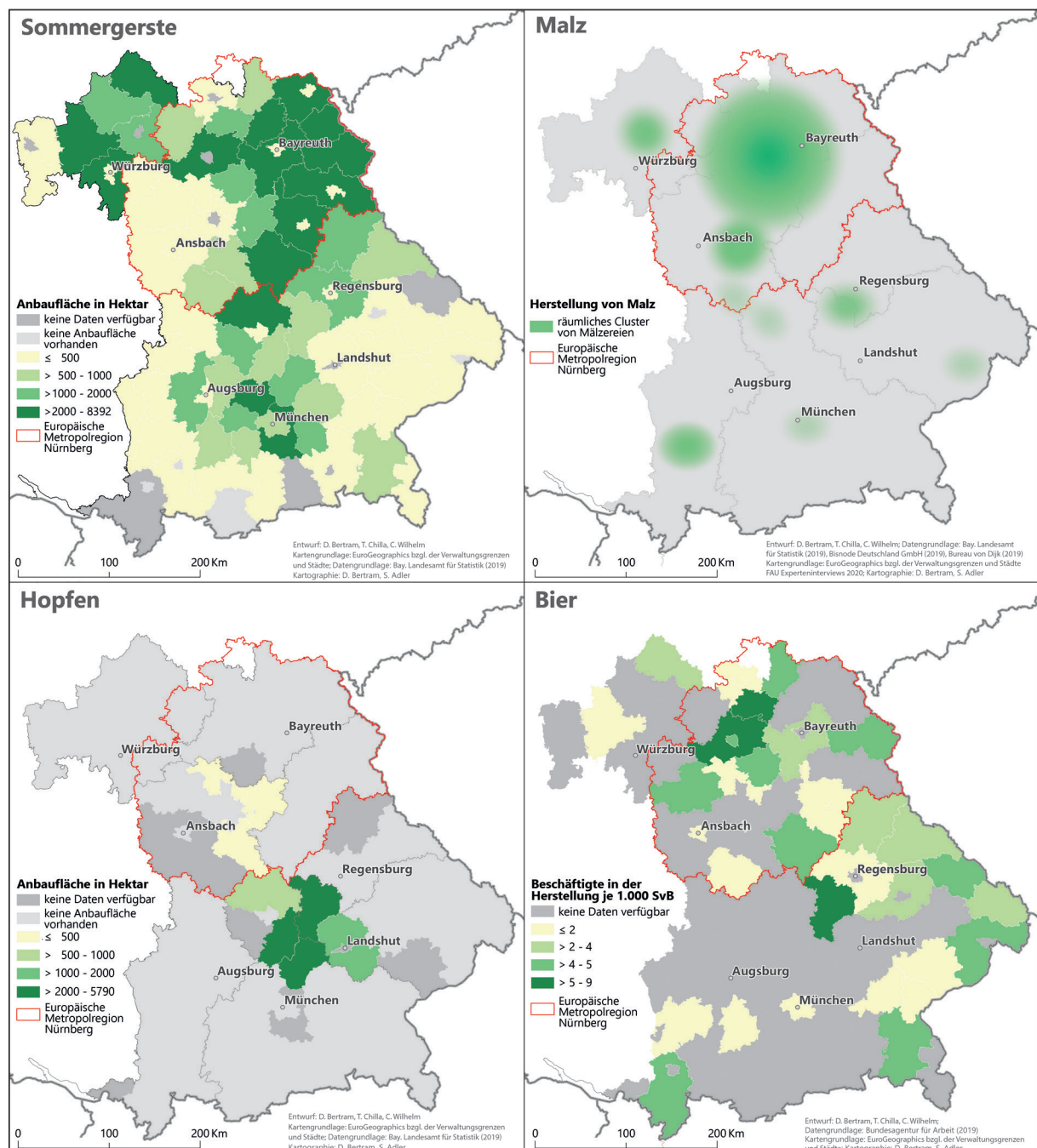


Abb. 4: Kleinräumige Regionalisierung entlang der Wertschöpfungs-Kette Bier

befinden sich vier große und zwei mittlere Mälzereien in der Metropolregion Nürnberg, darunter besonders produktionsstarke Unternehmen (z.B. IREKS in Kulmbach, Bamberger Mälzereigruppe).

Etwa 650 der bundesweit 1500 Braustätten liegen in Bayern, mit starken Konzentrationen in den Bezirken Oberfranken und Oberbayern (174 in Oberfranken, 147 in Oberbayern, 88 in Schwaben, 79 in Oberpfalz, 74 in Niederbayern, 69 in Mittelfranken, 66 in Unterfranken). Mehr als ein Drittel der bayerischen Brauereien sind in der Metropolregion Nürnberg verortet. Es ist hierbei ein räumlicher Zusammenhang zwischen den vorgelegerten Wertschöpfungsstufen und der Herstellung von Bier zu erkennen, da Erzeugerbetriebe für Hopfen und Braugerste sowie Mälzereien in räumlicher Nähe ansässig sind. So liegen zum Beispiel große Sommergerstenanbaugebiete in Oberfranken und Oberbayern, die gleichzeitig auch die Bezirke mit der höchsten Anzahl an Brauereien darstellen.

Aufgrund der starken kulturellen Verankerung des Bieres bei einer gleichzeitig deutlichen Exportorientierung sind in der Wertschöpfungskette parallel ablaufende Prozesse der Lokalisierung, Regionalisierung und Globalisierung erkennbar. Wenn regionale Wertschöpfung ein Ziel ist, dann gilt es bei Konzentrationsprozessen, die bestehende Regionalität zu sichern und punktuelle Lücken der Wertschöpfungskette auf kleinräumiger Ebene zu schließen. Auch stellen punktuelle Wertschöpfungsvertiefungen im Craft- und Bio-Bier-Bereich offene Potenziale dar, um die regionale Wertschöpfungsrelevanz in Bayern weiter zu steigern. Darüber hinaus sind im Logistikbereich weitere Potenziale in Form von Transportbündelungen

kleiner bis mittelständiger Brauereien und strategische Kooperationen mit dem Handel zu nennen.

4.2 Kirsche

Wertschöpfungs-Mapping

Abbildung 5 visualisiert die regionale Wertschöpfung der Süßkirsche in Bayern. Auch hier gilt, je höher die gelben Kacheln, desto größer ist die Wertschöpfungsrelevanz der jeweiligen Stufe (Bruttowertschöpfung in Tsd. EUR). Das Mapping zeigt, dass die Stufen Erzeugung und Einzelhandel innerhalb der Wertschöpfungskette die höchste (absolute) Bruttowertschöpfung hervorbringen. Während mit der Erzeugung von Tafelware der Süßkirsche in Bayern eine Bruttowertschöpfung von ca. drei Mio. Euro generiert wird, erzielt der Handel eine Bruttowertschöpfung von etwa sieben Mio. Euro. Darüber hinaus ist eine potenziell hohe regionale Wertschöpfung in der Herstellung von Süßkirschen-Spirituosen festzustellen, da deren Rohstoffe in der Region erzeugt und größtenteils innerhalb Bayerns abgesetzt werden. Bei einer Produktionsmenge von etwa 215 Hektoliter Spirituosen erzeugt diese Wertschöpfungsstufe eine Bruttowertschöpfung von ca. 0,2 Mio. Euro.

Die Herstellung von Süßkirschen-Spirituosen sowie die Herstellung von Industrieobst sind in der Abbildung transparent dargestellt, da die Wertschöpfungsrelevanz im Vergleich zu den Wertschöpfungsstufen Erzeugung und Handel zu gering ist, um diese proportional anzeigen zu können. Die Herstellung von Industrieobst hat in Bayern keine relevante

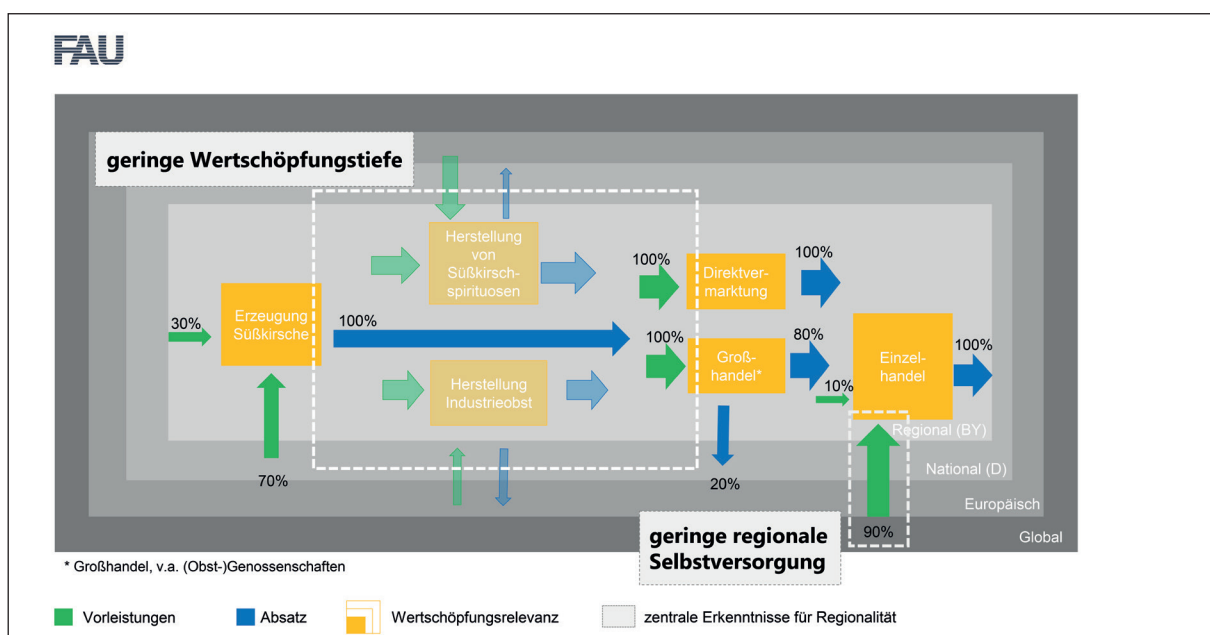


Abb. 5: Wertschöpfungs-Mapping zur Süßkirsche in Bayern

Marktbedeutung. Die Süßkirsche geht überwiegend als Tafelware ‚vom Baum in den Mund‘ und verfügt somit über eine geringe Wertschöpfungsvertiefung in der Verarbeitung.

Das Pflanzgut für die Erzeugung der Süßkirsche wird zu 30 Prozent von regionalen (u.a. Boxdorf, Effeltrich für Standardkirschensorten) und zu 70 Prozent von überregionalen Baumschulen (u.a. Italien/Südtirol, Niederlande, Koblenz, Rheinland) bezogen. Vor allem bauliche Anlagen wie beispielsweise Überdachungssysteme (u.a. Südtirol, Bodensee) und Maschinen (u.a. Italien) werden vorwiegend überregional zugekauft.

Der Vertrieb von Kirschen in Großhandel und Direktvermarktung ist in hohem Maße durch regionale Ware geprägt. Hingegen erfolgt im Lebensmittel Einzelhandel gegenwärtig ein überregionaler Kirschen-Zukauf im Umfang von ca. 90 Prozent. Nur jede zehnte im bayerischen Einzelhandel angebotene Süßkirsche wird in Bayern erzeugt.

Kleinräumige Differenzierung der Wertschöpfungskette

Auch für die Süßkirsche kann die Wertschöpfung auf kleinräumiger Ebene differenziert werden. Die Wertschöpfungsrechnung zeigt, dass die Rohstoffe primär in der Region erzeugt und größtenteils innerhalb Bayerns abgesetzt werden.

Abbildung 6 visualisiert die Anbaufläche von Süßkirschen auf Kreisebene (s. Abbildung, links) sowie räumliche Cluster von Süßkirschen-Spirituosen-Herstellern

(s. Abbildung, rechts). Die Darstellung lässt auf einen räumlichen Zusammenhang zwischen der Erzeugung von Süßkirschen und der Verarbeitung zu Spirituosen schließen.

Die linke Karte zeigt eine Konzentration des Süßkirschenanbaus vor allem im nordbayerischen Raum. Etwa 80 Prozent (457 ha) der bayerischen Anbaufläche von Süßkirschen liegen innerhalb der Metropolregion Nürnberg, darunter das bayernweit flächenstärkste Anbaugbiet im Landkreis Forchheim mit allein 341 Hektar. Gemäß amtlicher Statistik, die allerdings im Bereich des Privatanbaus nicht alle Flächen erfasst, verteilen sich rund 177.000 Süßkirschbäume (2012) auf ca. 560 Hektar Anbaufläche in Bayern. Hierbei liegen 349 ha in Oberfranken, 95 ha in Mittelfranken, 70 ha in Unterfranken, 30 ha in Schwaben und 16 ha in Oberbayern. Fränkische Anbaugbiete sind aufgrund guter klimatischer Bedingungen und günstiger Bodenbedingungen für den Anbau von Kirschen (Sauer- und Süßkirschen) besonders gut geeignet. Von 2012 bis 2017 hat sich der zuvor rückläufige Flächenbestand (2007–2012: –17%) etwas erholt und stabilisiert (+11%).

Bayern verfügt über insgesamt 579 Anbaubetriebe (2017), wovon allein 301 Betriebe im Landkreis Forchheim verortet sind. Die Erzeugung von Süßkirschen erfolgt überwiegend im Nebenerwerb (ca. 80%) sowie insbesondere in Schwerpunktgebieten überwiegend in Familienbetrieben mit kleinen Flächen. Größere Betriebe mit Arbeitskräften aus dem EU-Ausland sind in der Minderzahl (ca. 30%). Beschäftigungseffekte sind aufgrund von Saisonarbeit und dominierendem

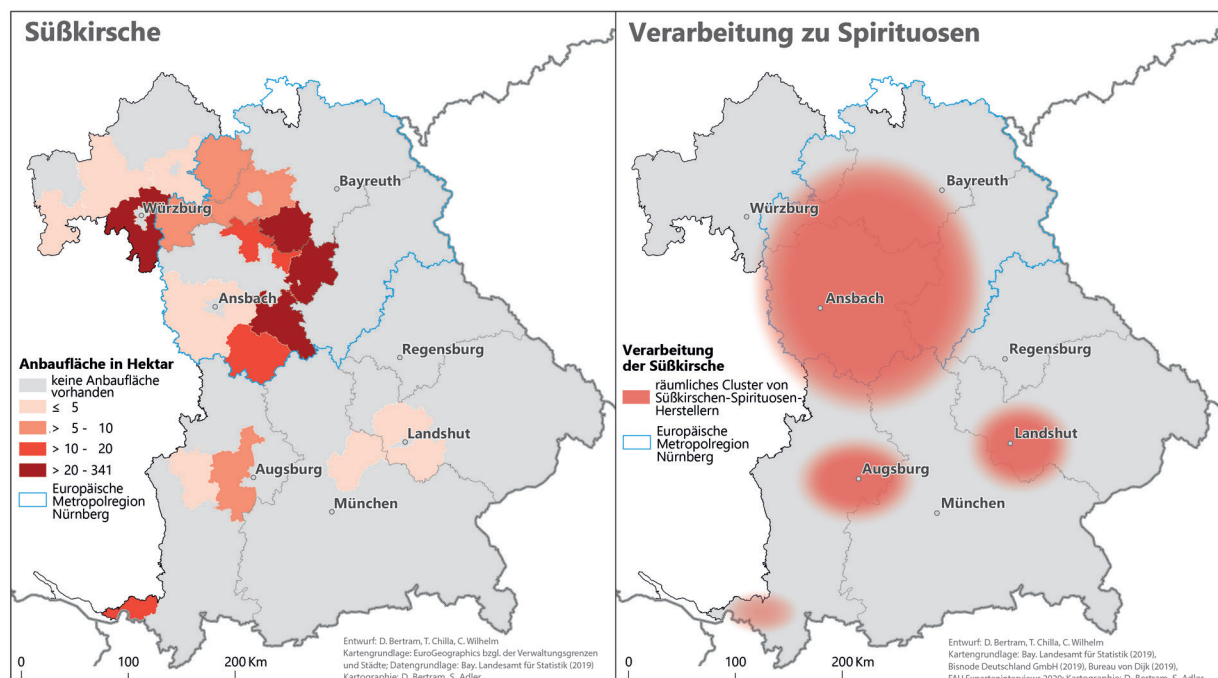


Abb. 6: Kleinräumige Regionalisierung entlang der Wertschöpfungs-Kette der Süßkirsche

Nebenerwerb schwer quantifizierbar. Es erscheint plausibel, dass mehrere hundert Vollzeitäquivalente in der Kirschproduktion tätig sind. Umsatz mit Tafelware der Süßkirsche liegt in etwa zwischen sechs bis zehn Millionen Euro. Bei einer Erntemenge von ca. 2430 Tonnen in Bayern liegt der durchschnittliche Erlös (netto) pro Kilogramm bei ca. 1,70 Euro.

Die Herstellung von Süßkirschen-Spirituosen findet in räumlicher Nähe zur Erzeugung statt. Dem Wertschöpfungsschritt der Erzeugung ähnlich, liegt der räumliche Schwerpunkt der Verarbeitung von Süßkirschen zu Spirituosen im nordbayerischen Raum. In Bezug auf die Beschäftigungsrelevanz ist anzuführen, dass in Franken ca. 2000 Brenner ansässig sind, vor allem in Würzburg, Bad Kissingen, Hammelburg, Kitzingen und der Fränkischen Schweiz. Die Verarbeitung der Süßkirsche zu Spirituosen erfolgt überwiegend im Nebenerwerb (mind. 90%), wobei die Brennereien unterschiedlich aktiv sind und teilweise nur einmal im Jahr brennen. Insofern sind die Beschäftigungseffekte und die Marktrelevanz in der Verarbeitung sehr gering.

Auch aus diesem Wertschöpfungs-Mapping lassen sich Wertschöpfungspotenziale ableiten. Besonders hervorzuheben ist eine Wertschöpfungs-Vertiefung durch Veredelung und Verarbeitung. Die Süßkirsche wird überwiegend als Tafelware abgesetzt und geht somit meist direkt aus der Erzeugung in den Handel. Eine Steigerung der Wertschöpfungstiefe in der Verarbeitung bietet das Potenzial durch weitere Produktinnovation (z.B. Pralinenkirsche) die Wertschöpfungsrelevanz der Süßkirsche in Bayern zu erweitern.

Darüber hinaus zeigt das Wertschöpfungs-Mapping eine geringe regionale Selbstversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. Nur jede zehnte im Einzelhandel angebotene Kirsche wurde tatsächlich in Bayern erzeugt. Ein besonders hohes Wertschöpfungspotenzial im Absatz der Süßkirsche liegt neben der Direktvermarktung im Vertrieb über Obstgenossenschaften.

Aktuelle Entwicklungen wie der Strukturwandel in der Landwirtschaft sowie die Marktsituation im Handel wirken sich auf die künftige Regionalität, insbesondere von Streuobst, aus. An dieser Stelle werden im Projekt aktuell verschiedene Ansätze entwickelt, um diese auch in Zukunft zu sichern (z.B. Dachmarke Streuobst). Des Weiteren wird in einem Lückenschluss zwischen der Erzeugung von Tafelware und regionalen Großabnehmern neben dem Lebensmitteleinzelhandel ein starkes Potenzial gesehen, um die Regionalität der Süßkirsche zu sichern und die Wertschöpfungsrelevanz zu erweitern. Der Aufbau strategischer Netzwerke zwischen den Obstgenossenschaften und regionalen Großküchen stellt eine perspektivische Erweiterung der Wertschöpfungsrelevanz von Tafelware neben

dem Einzelhandel dar und leistet somit einen großen Mehrwert zur Sicherung der Regionalität der Süßkirsche. Eng mit diesen Überlegungen verbunden sind auch Ansätze einer kleinräumig optimierten Logistik.

5 Fazit

Die Analysen von fränkischem Bier und der Süßkirsche zeigen einen empirischen Ansatz, der mit neuen Potenzialen, aber auch Limitierungen einhergeht. Dies lässt sich in dreierlei Hinsicht diskutieren:

Erstens ist die Entwicklung und Anwendung des Wertschöpfungs-Mappings ein wichtiger Schritt in *methodischer* Hinsicht. Es handelt sich hierbei um ein systematisches Instrument, das über die Berechnung von Regionalanteilen von Einzelprodukten hinausgeht. Es stellt einen wichtigen Analyseansatz auf der ‚mittleren‘ Ebene zwischen der einzelbetrieblichen Perspektive und der regionalökonomischen Gesamtbetrachtung dar. Auf der Ebene von Produktarten /-gruppen und Teilbranchen können die zentralen wirtschaftsgeographischen Aspekte erfasst werden. Die Herausforderungen der schwierigen Datenverfügbarkeit werden durch einen Methodenmix und durch die Inkaufnahme von leichten Unschärfen in den Quantifizierungen überwunden. Hervorzuheben ist hierbei, dass sich die Verlässlichkeit der Daten in erheblichem Maße aus der möglichst facettenreichen Überprüfung und Kalibrierung der Erkenntnisse ergibt. Im Ergebnis liegen damit intersubjektiv nachvollziehbare und räumlich differenzierte Quantifizierungen vor. Diese können prinzipiell in vielfältiger Hinsicht mit weiteren Fragestellungen verknüpft werden. In den dargestellten Beispielen hat die Diskussion von *Begründungen* für die jeweiligen Muster im Hintergrund gestanden. Allerdings sind Fragen der produktbezogenen Governance und der Pfadabhängigkeiten problemlos mit den Mappings zu kombinieren. Ähnliches gilt im Prinzip für die Verknüpfung mit nicht-ökonomischen Effekten (ökologisch, kulturell usw.). Angesichts der Komplexität allein der wirtschaftsgeographischen Fragen erscheint es aber angeraten, zumindest in einem ersten Schritt die wirtschaftsgeographischen Fakten isoliert zu analysieren.

Zweitens bietet der Ansatz des Wertschöpfungs-Mappings einen veränderten Zugang auch auf der *konzeptionellen* Ebene. Wie eingangs geschildert, ist die Debatte um Wertschöpfung gekennzeichnet durch eine gewisse Unverbundenheit zwischen normativen Debatten und eher technisch-methodischen Überlegungen auf der volkswirtschaftlichen und betrieblichen Ebene. Das Wertschöpfungs-Mapping bietet hier einen Ansatz, der unabhängig von normativen Orientierungen eine systematische Analyse ermöglicht.

Erst bei der Diskussion um mögliche Potenziale wird die normative Orientierung relevant: Es ist also nicht notwendig zu klären, ob der Fokus eher auf der Exportförderung von Spezialitäten oder auf zirkulärer Ökonomie liegt. Für jede Sichtweise können relevante und empirisch gefestigte Erkenntnisse gewonnen werden. Die Unterschiede sind erst bei der Ableitung von Handlungsoptionen relevant. Damit einher geht ein Verständnis von Regionalprodukten, das keine strenge Definition („ja“/„nein“) voraussetzt, sondern für diverse Verständnisse anschlussfähig ist.

Drittens sind die Erkenntnisse in *angewandter* Hinsicht relevant, wie dies für die dargestellten Beispiele zumindest angedeutet ist. Angesichts der starken politischen Bemühungen um die Stärkung von regionaler Wertschöpfung erscheint es bedeutend, einen systematisch analytischen Blick zu ermöglichen.

Zugleich ist auf die Limitierungen und offenen Fragen zu verweisen, die mit diesem analytischen Ansatz verbunden sind. Hier ist zunächst auf die kritische Frage der Produkt-Komplexität zu verweisen. Der Food-Bereich insgesamt und besonders auch die hier vorgestellten Produkte zeichnen sich durch eine sehr geringe Anzahl an Komponenten aus, die in der Wertschöpfung eine Rolle spielen. Sobald es in komplexere Produkte – gerade auch jenseits von Lebensmitteln – geht, wird die Datenerhebung, -analyse und -visualisierung erheblich schwerer.

Damit einher geht auch ein recht limitierter Blick auf die Dienstleistungskomponenten. Die Komponenten der Forschung und Entwicklung, des Marketings und der Logistik sind in den dargestellten Wertschöpfungsströmen enthalten, ohne eine dominierende Rolle zu spielen. Dies ist in anderen Produktbereichen häufig anders gelagert.

Einen gerade auch aktuell hoch relevanten Aspekt stellt die Digitalisierung dar: Gerade im Bereich der logistischen Last-Mile-Fragen von Regionalprodukten kommt digitalen Apps und Plattformen (z.B. Regiothek) einiges Potenzial zu. Zugleich ist aus anderen Wirtschaftsbereichen bekannt, dass digitale Elemente mit ihren Netzwerkeffekten zur Konzentration und zu monopolartigen Strukturen neigen (z.B. Amazon). Wie sich diese beiden Pole – Regionalisierung und Konzentration – in der Wertschöpfung auswirken, wird in Zukunft ein wichtiger Gegenstand der weiteren Analyse sein.

Literatur

- ATALLAH, S.S.; BAZZANI, C.; HA, K.A.; NAYGA, R.M. 2021: Does the origin of inputs and processing matter? Evidence from consumers' valuation for craft beer. *Food Quality and Preference* 89: Art. Nr. 104146.
- BÄTZING, W. 1998: Regionale Wirtschaftsverflechtungen im Alpenraum – Balance zwischen Autarkie und Globalisierung. *Politische Ökologie* 16/55: 26–32.
- BÄTZING, W.; ERMANN, U. 2001: Was bleibt in der „Region“? Analyse der regionalen Wirtschaftskreisläufe landwirtschaftlicher Erzeugnisse am Beispiel des Landkreises Neumarkt in der Oberpfalz. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 45/2: 117–133.
- BERTRAM, B.; CHILLA, T.; WILHELM, C. 2021: Short Value Chains in Food Production: The Role of Spatial Proximity for Economic and Land Use Dynamics. *Land* 10: 979. Online: <https://doi.org/10.3390/land10090979>.
- BURKERT, M.; CHILLA, T. 2019: Neue Erkenntnisse aus der Biergeographie. Regionale ökonomische Unterschiede in der Herstellung von Bier innerhalb Bayerns. *Mitteilungen der Fränkischen Geographischen Gesellschaft* 65: 1–7.
- CHILLA, T.; FINK, B.; BALLING, R.; REITMEIER, S.; SCHÖBER, K. 2020: The EU Food Label ‚Protected Geographical Indication‘: Economic Implications and Their Spatial Dimension. *Sustainability* 12: Art. Nr. 5503. Online: [doi:10.3390/su12145503](https://doi.org/10.3390/su12145503).
- Cluster Ernährung* (=Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung) (Hg.) 2017: Branchenreport Ernährungswirtschaft Bayern 2017. Online: https://www.kern.bayern.de/mam/cms03/wirtschaft/dateien/zukunftstage2017_branchenreport.pdf, (31.03.2021).
- Cluster Ernährung* (=Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung) (Hg.) 2020: Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Zukunft der Land- und Ernährungswirtschaft. Wie essen wir 2030? Online: https://www.kern.bayern.de/mam/cms03/wirtschaft/dateien/brosch%C3%BCre_corona-szenarien.pdf, (10.03.2021).
- DANNENBERG, P.; KULKE, E. 2015: Economic Development in Rural Areas: Functional und Multifunctional Approaches. Farnham.
- DIETSCHKE, C. 2011: Umweltgovernance in globalen Wertschöpfungsketten. Umweltschutz und Qualitätssicherung im Handel mit tropischen Garnelen und Ledererzeugnissen. *Wirtschaftsgeographie* 48. Münster.
- ERIKSEN, S.N. 2013: Defining local food: constructing a new taxonomy – three domains of proximity. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B. Soil & Plant Science* 63/1: 47–55.
- ERMANN, U. 2005: Regionalprodukte. Vernetzungen und Grenzziehungen bei der Regionalisierung von Nahrungsmitteln. München.
- ERMANN, U. 2015: „Wissen, wo's herkommt“ – Geographien des guten Essens, der Transparenz und der Moral der Herkunft von Lebensmitteln. In: STRÜVER, A. (Hg.): *Geographien der Ernährung – Zwischen Nachhaltigkeit, Unsicherheit und Verantwortung*, Hamburger Symposium Geographie, Band 7. Hamburg: 77–94.
- European Commission* 2020: Farm to Fork Strategy. For a fair, healthy and environmentally-friendly food system. Online: https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf, (10.03.2021).
- FARMERY, A.K.; BREWER, T.D.; FARRELL, P.; KOTTAGE, H.; REEVE, E.; THOW, A.M.; ANDREW, N.L. 2021: Conceptualising value chain research to integrate multiple food system elements. *Global Food Security* 28: Art. Nr. 100500. Online: <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2021.100500>.
- FRANZ, M.; HASSLER, M. 2008: Globale Produktionsnetzwerke in der Biobranche. Indischer Pfeffer für schwäbisches Biofleisch. *Geographische Rundschau* 60/9: 28–34.
- GLÜCKLER, J.; PANITZ, R.; WUTTKE, C. 2015: Die wirtschaftliche Wirkung der Universitäten im Land Baden-Württemberg. *Raumforschung und Raumordnung* 73/5: 327–342.
- GOTHE, D.; HAHNE, U. 2005: Regionale Wertschöpfung durch Holz-Cluster. Best-Practice-Beispiele regionaler

- Holz-Cluster aus den Bereichen Holzenergie, Holzhaus- und Holzmöbelbau. In: LEWARK, S.; KASTENHOLZ, E. (Hg.): Wald-Arbeitspapier Nr. 14. Institut für Forstbenutzung und forstliche Arbeitswissenschaft, Universität Freiburg. Online: <http://www.fobawi.uni-freiburg.de/pdf/wald-ap/wald-ap-14>, (10.03.2021).
- HAHNE, U. 2001: Regionale Wirtschaftskreisläufe – Auslaufmodell in einer globalen Welt? In: AGRAR-BÜNDNIS (Hg.): Der kritische Agrarbericht. Kassel, Rheda-Wiedenbrück, Bramsche: 188–193.
- HAHNE, U. 2010: Globale Krise – Chance für regionale Nachhaltigkeit? In: HAHNE U. (Hg.): Globale Krise – Regionale Nachhaltigkeit. Handlungsoptionen zukunftsorientierter Stadt- und Regionalentwicklung. Detmold: 63–88.
- HALLER, A. 1997: Wertschöpfungsrechnung. Ein Instrument zur Steigerung der Aussagefähigkeit von Unternehmensabschlüssen im internationalen Kontext. Schriftenreihe Finanzwirtschaftliche Führung von Unternehmen. Stuttgart.
- HOFFMANN, D. 2007: Regionale Wertschöpfung durch optimierte Nutzung endogener Bioenergiepotenziale als strategischer Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung. Dissertation. Universität des Saarlandes. Saarbrücken.
- HOLTKAMP, C.; STAFFLER, J. 2020: Ernährungssouveränität in Südtirol – Lokale Kontrolle und die Rolle der Konsumentinnen und Konsumenten. *Austrian Journal of Agricultural Economics and Rural Studies* 29/29: 251–258. Online: doi: 10.15203/OEGA_29.29.
- HUMPHREY, J.; SCHMITZ, H. 2002: How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies* 36/9: 1017–1027.
- ILBERY, B.; MAYE, D. 2005: Alternative (shorter) food supply chains and specialist livestock products in the Scottish-English borders. *Environment and Planning A* 37/5: 823–844.
- KAMMLOTT, C.; ENGEL, A.; SCHIERECK, D.; GAAR, E. 2020: Ein buchhaltungsbasiertes Konzept zur Quantifizierung regionaler Wertschöpfung in der Lebensmittelwirtschaft. Die künftige Rolle des Lebensmitteleinzelhandels in der Wertschöpfungskette – Chancen, Perspektiven, Risiken. Schriftenreihe der Rentenbank 36. Frankfurt am Main: 67–94.
- KÖGL, H.; TIETZE, J. 2010: Regionale Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung von Lebensmitteln. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Verbraucherschutz. Universität Rostock. Rostock.
- KOSFELD, R.; GÜCKELHORN, F. 2012: Ökonomische Effekte erneuerbarer Energien auf regionaler Ebene. *Raumforschung und Raumordnung* 70/5: 437–449.
- LAHNER, J. 2017: Entwicklung und Regionalökonomie in der Wirtschaftsförderung. Grundlagen für die Praxis. Wirtschaftsförderung in Lehre und Praxis. Wiesbaden.
- LEHMANN, N.; MÜLLER, J.; ARDONE, A.; KARNER, K.; FICHTNER, W. 2021: Regionalität aus Sicht von Energieversorgungsunternehmen – Eine qualitative Inhaltsanalyse zu Regionalstrom in Deutschland. *Zeitschrift für Energiewirtschaft* 45/1: 79–88.
- LEUFKENS, D.; SCHRÖCK, K. 2014: Regulierungspolitische Effekte geschützter geografischer Herkunftsangaben der EU in einer dynamischen und qualitätspolitischen Perspektive. In: KIRSCHKE, D.; BOKELMANN, W.; HAGEDORN, K.; HÜTTEL, S. (Hg.): Wie viel Markt und wie viel Regulierung braucht eine nachhaltige Agrarentwicklung? Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. 49. Münster-Hiltrup: 331–342.
- LOKER, A.; FRANCIS, C. 2020: Urban food sovereignty: urgent need for agroecology and systems thinking in a post-COVID-19 future. *Agroecology and Sustainable Food Systems* 44/9: 1118–1123.
- MASTRONARDI, L.; MARINO, D.; CAVALLO, A.; GIANNELLI, A. 2015: Exploring the Role of Farmers in Short Supply Chains: The Case of Italy. *International Food and Agribusiness Management Review* 18/2: 109–124.
- MATACENA, R.; CORVO, P. 2019: Practices of Food Sovereignty in Italy and England: Short Food Supply Chains and the Promise of De-Commodification. *Sociologia Ruralis* 60/2: 414–437.
- MENDES DOS REIS, J. G.; MAIELLARO, J. R.; MUÇOUÇA, F. J.; VENDRAMETTO, O.; DOS SANTOS, R. 2019: The role of local food production to reduce food losses and improve regional economy. *Independent Journal of Management & Production* 10/2: 380–396.
- MEYERDING, S.G.H.; TRAJER, N.; LEHBERGER, M. 2019: What is local food? The case of consumer preferences for local food labeling of tomatoes in Germany. *Journal of Cleaner Production* 207/10: 30–43.
- MUSIL, R.; EDER, J. 2013: 9 Regionalökonomische Wertschöpfungseffekte der Wiener Hochschulen. *ISR-Forschungsbericht* 40: 78–91.
- NEILSON, J.; B. PRITCHARD 2010: Fairness and ethicality in their place: the regional dynamics of fair trade and ethical sourcing agendas in the plantation districts of South India. *Environment and Planning A* 42/8: 1833–1851.
- OBeregger, P.; Hoffmann, C.; Niedermayr, J. 2013: Ermittlung der regionalen Wertschöpfung durch die energetische und stoffliche Nutzung von Holz in Südtirol. Studie durchgeführt von EURAC Research Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement. Bozen.
- PARROTT, N.; WILSON, N.; MURDOCH, J. 2002: Spatializing Quality: Regional Protection and the Alternative Geography of Food. *European Urban and Regional Studies* 9/3: 241–261.
- SCHÖBER, K. 2020: Zur Herkunft von Lebensmitteln. Die Rolle räumlicher Bezüge in länderspezifischer Lebensmittelpolitik. *Mitteilungen der Fränkischen Geographischen Gesellschaft* 66: 1–6.
- SPILLMANN, W. 2010: Globale Krisen – regionale Nachhaltigkeit. Eine Analyse aus umwelt- und politökonomischer Sicht. In: HAHNE, U. (Hg.): Globale Krise – Regionale Nachhaltigkeit. Handlungsoptionen zukunftsorientierter Stadt- und Regionalentwicklung. Detmold: 51–62.
- ST/MELF (=Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten) 2017: 100 bayerische Gerichte, die jeder kennen muss – Brunner präsentiert Spezialitäten-Kochbuch. Pressemitteilung. Online: <https://www.stmelf.bayern.de/service/presse/pm/2017/179332/>, (10.03.2021).
- WATTS, D.C.H.; ILBERY, B.; MAYE, D. 2005: Making reconnections in agro-food geography: alternative systems of food provision. *Progress in Human Geography* 29/1: 22–40.
- WEBER, W.; KABST, R.; BAUM, M. 2018: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 10., aktualisierte u. überarbeitete Auflage. Wiesbaden.
- WEGMANN, C. 2015: Regionalität von Lebensmitteln aus Marketingsicht. *Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit* 10/1: 57–63.
- WILLE, S.C.; SPILLER, A.; MEYER-HÖFER, M. 2018: Lage, Lage, Lage? Welche Rolle spielt der Standort für die landwirtschaftliche Direktvermarktung? Diskussionsbeitrag, Nr. 1808, Georg-August-Universität Göttingen. Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung (DARE). Göttingen.

Abstract: The ‘mapping’ of regional value creation: analytical approaches for a popular concept

Regional value creation in food production is currently widely discussed in media debates. Regionality refers to production within short distances. However, this term often has a rather fuzzy focus: Conceptually, economic meaning is linked with questions of ecological and social implications. Moreover, different normative priorities play a role, ranging from concepts of local self-sufficiency to export promotion. This article aims – first – to systematize the normative debate by illuminating the different approaches. Against this background, we propose an economic geography tool which allows analyses of different spatial and economic relations (so-called value-creation-mapping). We illustrate this by analyses of Franconian beer and the Franconian sweet cherry, which were carried out within the framework of the BMBF project ReProLa.

Keywords: **regional value creation, value chains, regional products, beer, sweet cherry**

Autor*innen: Dominik Bertram, dominik.db.bertram@fau.de; Prof. Dr. Tobias Chilla, tobias.chilla@fau.de; Carola Wilhelm, carola.wilhelm@fau.de; Institut für Geographie der FAU Erlangen-Nürnberg.