



Regionale Netzwerk-Analyse

Dieses Tool soll euch dabei unterstützen, vor Gründung eures landwirtschaftlichen Betriebs eine fundierte regionale Netzwerkanalyse zu erstellen.

Der Text war ursprünglich Teil unseres Handbuchs.

Stand: 14.5.2024

Eine fundierte, regionale Netzwerk-Analyse zu erstellen ist eine gute Grundlage für eine Neugründung oder eine Betriebsumstrukturierung. Dementsprechend solltet ihr viel Zeit und Engagement in sie investieren. Es ist wichtig, dass ihr **eure Region im Umkreis von circa 20-50 Kilometern sehr gut kennenlernt** - auf dem "Papier", aber auch im persönlichen Kontakt.

Die **Analyse ist die Ausgangslage für alle weiteren Schritte**, um euren Betrieb zu starten. Ihr benötigt die Ergebnisse nicht nur für eine Marktanalyse, sondern zum Beispiel auch für potenzielle Maschinen- und Anbaukooperationen mit anderen Betrieben, für Crowdfunding- und/oder Kommunikations-Kampagnen oder wenn ihr für die Betriebsgründung möglichst viele Personen und potentielle Mitglieder erreichen wollt.

Die Netzwerk-Analyse kann außerdem ein erster Schritt für die **Flächensuche** oder für die passende Wahl von Abholorten und Lieferant:innen sein. Wenn ihr neu gründet, den Betrieb umstrukturiert oder eine neue Vermarktungsform startet, könnt ihr euch mit Hilfe der Analyse wichtige Fragen beantworten: Wo gibt es in der Region bereits bestehende Gemüsebaubetriebe und Gemüseangebote wie Wochenmarkt, Bioläden, Supermarkt und Discounter? Wo ist die nächste Solawi/Abokistenbetrieb/Dirketvermarkter? Wo befinden sich die nächstgelegenen Lieferant:innen für Kompost und Jungpflanzen? Oder: Wie ist die Medienlandschaft aus Zeitungen, Radiosendern, Magazinen, Fernsehen, Heften, Blogs in der Region aufgestellt?

Eine Region mit Potential? Die Bevölkerungszahl einer Region ermitteln.

Je nach Vermarktungsform kann es wichtig sein, sich das Einzugsgebiet eures potentiellen Standortes genauer anzuschauen. Für einen WirGarten sind wir damals

wegen der Zielbetriebsgröße von 1000 Ernteanteilen davon ausgegangen, dass nur Regionen interessant sind, die ein Einzugsgebiet von 100.000 Menschen im Umfeld von 50 km haben. Ob das der Fall ist, könnt ihr mit diesem Tool herausfinden, indem ihr einen Kreis um den Ort zieht, an dem euer Betrieb entstehen soll: <https://atlas.zensus2011.de/>

Kooperationen von Anfang an mitdenken!

Um den Betrieb mit ausreichend Mitgliedern, Kund:innen, Abos oder Ernteverträgen starten zu können, ist es wichtig, von Anfang an in Kooperationen zu denken. Gewinnt möglichst früh regionale Partner:innen, die euch mit Reichweite und Kontakten unterstützen und die z.B. ihre Mitglieder für euren Betrieb begeistern.

- Welche regionalen Genossenschaften, Stiftungen, Unternehmen und NGOs könnten Mit-Initiator:innen eurer Gärtnerei sein und ihre Reichweite für Infoveranstaltungen und Kampagnen einbringen?
- Gibt es Firmen/Organisationen, für die es attraktiv sein könnte, einen Abholort an ihrem Standort zu haben und/oder den Mitarbeitenden einen Ernteanteil/ein Abo zu schenken (z.B. als Teil der betrieblichen Gesundheitsvorsorge)?

Denkt breit und kreativ!

Denkt möglichst breit in dieser Anfangsphase, denn grundsätzlich können alle Initiativen, Vereine, Verbände oder Unternehmen Kooperationspartner:innen von eurem Betrieb werden, wenn es inhaltlich verwandte Anknüpfungsthemen wie Gemüse, Garten, Ernährung, Landwirtschaft, Sharing-Economy, Gesundheit, Ökologie, Nachhaltigkeit, bewusster Konsum, Natur- und Klimaschutz, Genossenschaft, lokale & solidarische Ökonomie, Bürgerinitiativen/-projekte, Dorf- & Regionalentwicklung gibt. Beispiele könnten z.B. Wohnprojekte, Natur- und Klimaschutz-Lokalgruppen, Carsharing, Regionalwährung, Coworking-Space, Krankenkassen, Volksbanken u.a. sein.

So findet ihr regionalen Vereine und Genossenschaften

Ein Blick ins Vereins- und Genossenschaftsregister verschafft euch auf einen Schlag einen Überblick über alle eingetragenen Vereine und Genossenschaften in eurer Region. Es lohnt sich unter www.handelsregister.de eine normale und/oder erweiterte Suche zu machen. Wählt dafür nacheinander die zwei Registerarten (VR= Vereinsregister oder GnR=Genossenschaftsregister) sowie euer nächstgelegenes Registergericht aus, um eine Gesamtübersicht zu erhalten. Diese kannst ihr euch als PDF herunterladen, um anschließend alle Vereine und Genossenschaften mit den Berührungsthemen: Gemüse, Garten, Ernährung, Landwirtschaft, Gesundheit, Ökologie, Nachhaltigkeit, bewusster Konsum, Naturschutz, Genossenschaft, lokale & solidarische Ökonomie, Bürgerinitiativen/-projekte, Dorf-/Regionalentwicklung in die eure regionale Netzwerk-Analyse mit aufzunehmen.

Erstellt eine Online-Karte mit allen Rechercheergebnissen

Um alle Ergebnisse eurer Recherche systematisch festzuhalten und aufzubereiten, speichert alles in einer benutzerdefinierten Online-Karte ab. Nur so können euer aktuelles und zukünftiges Team und ggf. auch Berater:innen sich schnell einen systematischen Überblick über eure Region verschaffen. Die Voraussetzung für eine professionelle Zusammenarbeit! Mit [Google my Maps](https://www.google.com/maps/d/edit?mid=12efjriro5BXY_YUfM3VZvWxQObU8i3c&usp=sharing) könnt ihr super einfach und differenziert die verschiedenen Akteure auf einer Online-Karte markieren, beschriften und auf verschiedenen Ebenen darstellen. So kann man mit einem Klick z.B. alle potentiellen Kooperationspartner:innen oder alle Supermärkte in der Region ein- und ausblenden. Markiert nicht nur eure Rechercheergebnisse in der Online-Karte, sondern erstellt zu jeder Markierung individuelle Notizen mit relevanten Informationen wie: Wer ist die Ansprechperson? Mit wem kooperiert dieser Akteur bereits? Wie ist diese Initiative aktuell aufgestellt? Werden Partner:innen oder Nachfolger:innen gesucht? Wäre der Betrieb ein möglicher Kooperationspartner für den Anbau von Gemüse, gemeinsame Nutzung von Maschinen oder bietet er landwirtschaftliche Dienstleistungen im Lohn an? Um so konkreter eure Informationen aufbereitet sind, um so effektiver könnt ihr euren Betrieb aufbauen. Orientiert euch in der Recherche an folgender Struktur und legt für jede Kategorie eine eigene Ebene in eurer Online-Karte an.

Hier findet ihr eine Vorlage:

https://www.google.com/maps/d/edit?mid=12efjriro5BXY_YUfM3VZvWxQObU8i3c&usp=sharing

Wonach ihr recherchieren solltet:

1. Primärproduzent:innen & Direktvermarkter

- a. Gemüsebaubetriebe/-gärtnereien mit Vermarktungsform
- b. Landwirtschaftsbetriebe mit Vermarktungsform
- c. Hofläden
- d. Gemüse-Lieferservices & Abokisten
- e. Solidarische Landwirtschaftsbetriebe inkl. Abholorte

2. Gemüsehandel

- a. Bio-Supermärkte und Bioläden
- b. Gemüseläden
- c. Unverpacktläden
- d. Reformhäuser
- e. Wochenmärkte & Marktschwärmer
- f. Food-Coops

- g. Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften
- h. ggf. Supermärkte und Discounter mit Gemüseangebot
- i. Gemüsegroßmarkt und -handel

3. Land, Flächen, Maschinenkooperationen, Lieferant:innen

- a. verlassene Hofstellen & Höfe zur Übergabe
- b. potenzielle landwirtschaftliche Standorte/Flächen
- c. landwirtschaftliche Betriebe inkl. mögliche Anbau-/Maschinenkooperation
- d. Kompostwerk
- e. Jungpflanzenlieferant:in
- f. Maschinenring
- g. Lohnunternehmen

4. Potentielle Abholorte (bei Solawi/Abokisten)

- a. nachhaltige Unternehmen in der Region
- b. Unverpackt-Läden
- c. Genossenschaften, z.B. Wohnungsgenossenschaften
- d. Kulturzentren
- e. Nachbarschaftstreffs
- f. Studentenwohnheime
- g. Familienbildungsstätten

5. Kooperationspartner, Multiplikator:innen

- a. Eingetragene Genossenschaften, z.B. Wohnungsbau, Bürgerenergie...
- b. Vereine, NGOs, Projekte mit inhaltlichem Bezug zu euch (z.B. Nabu, Bund, Greenpeace, regionale Kultur- und Bildungsvereine, Foodsharing,
- c. Ernährungsräte
- d. Fridays for Future-Gruppen
- e. Köche/Köchinnen, die mit regionalen Zutaten kochen, Food-Influencer:innen
- f. generell Multiplikator:innen und Netzwerke/Communities
- g. Lokalpolitiker:innen, die ihr für euer Projekt gewinnen könnt/wollt
- h. Kampagnen-Kooperationspartner (Auslageorte für Flyer & Plakate, Räume für Info-Veranstaltungen, Newsletterverteiler u.a.)
- i. Event-Kooperationspartner (Veranstaltungstechnik, Kulturvereine, Material)
- j. potenzielle Bildungs-Kooperationspartner (Schulen, Kitas, Bildungsträger, Hochschulen, Universitäten, Vereine, VHS, Naturerlebnisangebote etc.)
- k. Landwirtschaftliche Verbände, die in eurer Region aktiv sind und zu euch passen (z.B. AbL, Regionalgruppe Solawi, Landfrauen, Landjugend...)
- l. [Repair-Cafés](#) und [Offene Werkstätten](#)
- m. [Gemeinschaftsgartenprojekte](#)

6. Medienlandschaft

- a. Zeitung (Regional, Anzeigenblätter...), inkl. Online-Angebot und Veranstaltungskalender und der Möglichkeit, Stellenanzeigen aufzugeben
- b. Magazine (Stadtmagazine, Magazine für spezielle Zielgruppen wie Eltern, Senior:innen, junge Menschen usw.)
- c. Fachzeitschriften mit Regionalteil
- d. lokale Radiosender
- e. lokale Fernsehsender
- f. Blogs mit Regionalbezug
- g. (regionale) Social Media-Kanäle z.B. zu Food, Landwirtschaft, regionale Veranstaltungen...
- h. Gruppen auf Facebook (z.B. zum Thema Einkochen, Wildkräuter, Fermentation, Gemüseanbau usw.)
- i. nebenan.de und andere Nachbarschaftsportale
- j. Portale z.B. von Kommunen, Städten
- k. Veranstaltungsmagazine/-portale u.a.
- l. Analoge oder digitale Einkaufsführer

7. Optional

- a. Fördermittelgeber (lokale Stiftungen, kommunale Förderer, Sparkassen, Volksbanken, Lions Clubs...)

Hilfreiche Plattformen für die Recherche

Es gibt einige Plattformen, die bei der Recherche hilfreich sein können. Ihr könnt auch deren Newsletter bestellen, um immer aktuelle Informationen zu erhalten.

- Das Netzwerk für Solidarische Landwirtschaft in Deutschland: www.solidarische-landwirtschaft.org (mit Stellenanzeigen, Gesuchen/Angeboten von Land)
- Die Übersichtskarte von allen solidarischen Landwirtschaften im deutschsprachigen Raum: www.ernte-teilen.org/
- Plattform für Hofgesuche und -angebote und Flächen: www.hofsuchtbauer.de, <https://www.hof-gesucht-gefunden.de/>, <https://flaechenplattform.de/>,
- Die [Karte von Morgen](#) mit transformativen Projekten
- viele Regionen haben **Einkaufsführer** für regionale und/oder biologische Produkte, direktvermarktende Betriebe, Hofläden usw. erstellt - sucht die unbedingt vorher, denn oft enthalten sie wertvolle Informationen für eure Netzwerkanalyse
- Die **Bioanbauverbände** listen ihre Mitgliedsbetriebe, das hilft bei der Recherche nach Hofläden, Direktvermarktern und möglichen Kooperationsbetrieben: <https://www.bioland.de/karte> und <https://www.naturland.de/de/naturland/wo-wir-sind/hof-suche.html>.
- <https://mitmach-region.org/>
- <https://germanzero.de/mitmachen/localzero-teams>

- <https://www.send-ev.de/netzwerk/mitglieder/>
- <https://fridaysforfuture.de/regionalgruppen/>
- <https://www.bnw-bundesverband.de/mitglieder#close>
- <https://die-deutsche-wirtschaft.de/> In die Suche einfach Region oder Stadt eingeben für die größten Unternehmen in eurer Region.

Lernt die Menschen, Initiativen, Projekte und Unternehmen vor Ort kennen

Im nächsten Schritt schaut euch ausführlich die Websites, Blogs und Medienartikel der einzelnen Akteure an und abonniert ggf. deren Blogs, Newsletter und Social Media Fanpages, um stets auf dem Laufenden ihrer Aktivitäten zu sein. Es ist immer hilfreich, die Menschen vor Ort zu kennen und einen offenen und ehrlichen Austausch zu pflegen. Im persönlichen Austausch solltet ihr im Sinne der Transparenz immer Wert darauf legen, euch persönlich vorzustellen und von eurer Idee/eurem Betrieb zu berichten. Gesprächspartner:innen, die im Nachhinein das Gefühl haben, von euch ausgefragt worden zu sein, könnt ihr wahrscheinlich nicht mehr für euch gewinnen.

Nutzt für das persönliche Kennenlernen Gelegenheiten wie Messen, Stammtische, Tage der offenen Tür, Hoffeste oder andere Veranstaltungen, denn die wichtigsten Akteure solltet ihr persönlich kontaktieren und treffen. Bevor ihr Kontakt aufnehmt, fragt euch vorher, wo konkrete Kooperationsmöglichkeiten wie z.B. Auslage von Flyern, Nachricht an ihre Netzwerke/Verteiler, gemeinsame Veranstaltung oder andere liegen und fragt diese konkret an. Und grundsätzlich gilt: Fragt lieber zu viele Menschen an als zu wenige, denn es kann sein, dass sich daraus spannenden Kontakte entwickeln, deren Nutzen zu Anfang vielleicht noch nicht absehbar war.

Testet regionale Angebote für saisonales Gemüse

So ihr bisher noch keine Erfahrung mit saisonaler Bio-Ernährung gemacht habt, solltet ihr auf jeden Fall damit so bald wie möglich anfangen, indem ihr z.B. eine saisonale Bio-Kiste abonniert oder bei Hofläden, Supermärkten, auf dem Wochenmarkt ausschließlich saisonale Gemüsevielfalt kauft. Am besten probiert ihr tatsächlich alles einmal aus, um ein Gefühl für die verschiedenen Akteur:innen und deren Angebote mit ihren Vor- und Nachteilen zu erhalten. So wurde uns z.B. klar, dass der Bio-Supermarkt kaum saisonales Gemüse aus der Region anbietet oder die "regionale Bio-Kiste" in Lüneburg (Niedersachsen) auch Gemüse aus NRW beinhaltet.

Besucht die landwirtschaftlichen Projekte und Betriebe in eurer Region

Es kann nicht schaden, sich im Vorfeld einer Neugründung mit der Geschichte und aktuellen Situation der Landwirtschaft in eurer Region zu beschäftigen. Vielleicht eignet sich eure Region ja, mit dem Fahrrad von Hof zu Hof zu fahren, um möglichst viele landwirtschaftliche Projekte und Betriebe in eurer Region persönlich kennenzulernen. Auch Regionalgruppen oder Stammtische der [Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft](#) können gute Orte sein, um mit Landwirt:innen in eurer Region in Austausch zu kommen.

Erfahrene Landwirt:innen vor Ort können häufig sehr viel über die Geschichte von Menschen, Kultur und Land erzählen: Wer bewirtschaftet welchen Hof? Wem gehört welche Fläche? Wer sucht eine:n Nachfolger:in und welcher Betrieb schließt bald die Tore? Und: Welcher Betrieb hat welche für den Gemüsebau relevante Maschinen, die nicht mehr genutzt werden, wie z.B. einen Traktor oder eine Maschinenhacke? Welche Betriebe stehen einer Anbau- und Maschinenkooperation offen gegenüber? Durch den persönlichen Austausch und das Abfahren der Höfe und Landschaften bekommt ihr schnell einen guten Überblick und Einschätzung für die landwirtschaftliche Szene in eurer Region.