

Zusammenfassung

Zusammenfassung



SOZIALE LANDWIRTSCHAFT IN BAYERN

- praxisorientierte Bestandsaufnahme -

Auftraggeber

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF)
Referat A3
Ludwigsstraße 2
80539 München

Nürnberg, 12. Dezember 2014



Autoren

Alfons Limbrunner
Stefan Löwenhaupt (xit GmbH)
Marcus Sambale (xit GmbH)
Katharina Heider (xit GmbH)

Kooperationsgemeinschaft

Alfons Limbrunner
Entwicklungsberatung (DGSv)
Ebrardstraße 17
91054 Erlangen

Telefon: 09131 24877
E-Mail: alfons.limbrunner@web.de

xit GmbH
forschen. planen. beraten.
Frauentorgraben 73
90443 Nürnberg

Telefon: 0911 20227-0
Telefax: 0911 20227-77
E-Mail: info@xit-online.de
www.xit-online.de

Unter Mitarbeit von

Dr. Thomas van Elsen
Petrarca - Europäische Akademie für Landschaftskultur e.V.
c/o Universität Kassel, FÖL,
Nordbahnhofstr. 1a, 37213 Witzenhausen

Tel: +49 (0)5542 981655
Telefax: +49 (0)5542 981670
E-Mail: Thomas.vanElsen@petrarca.info

Auftraggeber

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF)
Referat A3
Ludwigsstraße 2
80539 München

Summary

1. Unter dem Begriff Soziale Landwirtschaft versteht man eine Kombination von sozialen Angeboten mit land- und forstwirtschaftlichen Produktionsformen. Die Wurzeln der Sozialen Landwirtschaft reichen zwar schon viele Jahre zurück, eine systematische Beschäftigung mit diesem Forschungsgegenstand hat allerdings erst in den letzten Jahren eingesetzt. Hintergrund hierfür ist, dass erstens insbesondere kleinere landwirtschaftliche Betriebe zunehmend nach neuen Erwerbsmöglichkeiten (Multifunktionalität und Diversifizierung) suchen, zweitens Formen sozialen Unternehmertums an Bedeutung gewinnen, so dass bei der Erbringung sozialer Dienstleistungen neue Akteure in den Markt eintreten und drittens der Faktor „Natur“ nicht nur in der in der Technik und Wirtschaft bei der Suche nach neuen Wirk- und Werkstoffen, sondern auch im Erziehungs-, Bildungs-, Gesundheits- und Sozialbereich verstärkt Aufmerksamkeit erfährt.
2. Aktuell ist die Zahl sozialer Organisationen und landwirtschaftlicher Betriebe, die Angebote Sozialer Landwirtschaft vorhalten, noch überschaubar: insgesamt konnten in Bayern 191 Adressen von sozialen Einrichtungen bzw. landwirtschaftlichen Betrieben identifiziert werden (soziale Organisationen: 69 %, n=130; land-, forstwirtschaftliche oder Gartenbau-Betriebe (inkl. Integrationsbetriebe): 31 %, n=61), davon fast 60% in Oberbayern, Niederbayern und Mittelfranken.
3. Soziale Landwirtschaft, dies ergab die Befragung, konzentriert sich nicht auf einen bestimmten Produktionsbereich; es lassen sich nahezu alle land- und forstwirtschaftlichen Produktionsbereiche mit sozialen Angeboten kombinieren. Dabei gibt es offensichtlich eine gewisse Affinität zwischen Sozialer Landwirtschaft und ökologischen Produktions- und Anbauformen – etwas mehr als die Hälfte der sozialen Organisationen und landwirtschaftlichen Betriebe arbeiten nach Richtlinien des Ökologischen Landbaus. Diese Kombination ist jedoch kein Muss.
4. Landwirtschaftliche Betriebe mit sozialen Angeboten liegen in Bezug auf die Betriebsgrößen etwas über dem Durchschnitt aller landwirtschaftlichen Betriebe in Bayern (35 ha), während soziale Organisationen im Durchschnitt etwas weniger landwirtschaftliche Nutzfläche zur Verfügung haben (25 ha). Insgesamt handelt es sich aber um typische Betriebsgrößen (Durchschnitt in Bayern: 32 ha). Nimmt man soziale Organisationen und landwirtschaftliche Betriebe zusammen, so gibt es in der Sozialen Landwirtschaft insgesamt 947 Vollzeitstellen oder: 1.207 Arbeitsplätze (im Durchschnitt: 1,88 Stellenanteile in landwirtschaftlichen Betrieben und 6,4 Stellenanteile in sozialen Organisationen). Auffällig ist, dass mindestens die Hälfte der Mitarbeiter landwirtschaftlicher Betriebe in der Sozialen Landwirtschaft eine päd-

- gogische, soziale, pflegerische oder ähnliche Ausbildung vorweisen können. In vielen Fällen ist diese Qualifikation Voraussetzung für die Durchführung des Angebots. In dieser Hinsicht unterscheiden sich also landwirtschaftliche Betriebe in der Sozialen Landwirtschaft von den übrigen landwirtschaftlichen Betrieben.
5. Während Soziale Landwirtschaft bei den befragten sozialen Organisationen offensichtlich etwas länger Tradition hat (mehr als 50% der Betriebe halten entsprechende Angebote 10 Jahre und länger vor), ist bei den landwirtschaftlichen Betrieben vor allem in den letzten 5 Jahren eine stärkere Zunahme zu verzeichnen.
 6. Bei einem Großteil der befragten sozialen Organisationen (61 %) mit Sozialer Landwirtschaft handelt es sich um Werkstätten für Menschen mit Behinderung, Integrationsbetriebe oder Berufsbildungsstätten/Jugendberufshilfeeinrichtungen. Hier dominiert als fachliches Ziel des Angebots die berufliche Rehabilitation. Im Gegensatz dazu engagieren sich landwirtschaftliche Betriebe stärker im Bereich der „Bildung“, „Erziehung“, „Freizeitangebote“, „Tagesbetreuung“ sowie „medizinischer Rehabilitation“. Die Daten deuten darauf hin, dass landwirtschaftliche Betriebe und soziale Organisationen offensichtlich jeweils ein spezifisches Portfolio an fachlichen Zielen mit der Sozialen Landwirtschaft verfolgen. Bei den landwirtschaftlichen Betrieben finden sich vor allem niedrigschwelliger Angebote, während die Angebote der sozialen Organisationen noch stärker durch die sozialwirtschaftlichen Finanzierungsströme der Sozialgesetzbücher geprägt sind.
 7. Zum Erhebungszeitpunkt haben 1.380 Menschen an Angeboten der Sozialen Landwirtschaft in 53 Organisationen und Betrieben teilgenommen.¹ Zahlenmäßig stellen Menschen mit geistiger Behinderung (37 von 51 Organisationen und Betrieben halten Angebote für Menschen mit Behinderung vor) und Kinder die wichtigsten Gruppen dar (jeweils über 400 Personen, je ca. 32 %). Eine weitere wichtige Gruppe sind Menschen mit seelischer Behinderung (ca. 150 Personen). Die durchschnittliche Verweildauer der Teilnehmer der Angebote unterscheidet sich deutlich zwischen landwirtschaftlichen Betrieben und sozialen Organisationen. Während landwirtschaftliche Betriebe eine relativ kurze Maßnahmendauer aufweisen (31 % weniger als 1 Tag), nutzen die Teilnehmer bei sozialen Organisationen mehrere Jahre die Angebote in der Sozialen Landwirtschaft (mehr als die Hälfte der sozialen Organisationen weisen eine Verweildauer der Teilnehmer von 5 Jahren oder länger auf).

¹ Ein Schulbauernhof gab insgesamt 3.500 Teilnehmer (Kinder, Jugendliche, Sonstige) an. Dieser Betrieb wurde von der Analyse der Teilnehmerzahlen ausgeschlossen, da er mit diesen Angaben die Verteilung der Teilnehmer überproportional dominieren würde und davon auszugehen ist, dass es sich hierbei um die Jahressumme der Teilnehmer handelt und nicht, um die aktuell teilnehmenden Personen.

8. Die Umsatzspanne in der Sozialen Landwirtschaft reicht bei den befragten Organisationen von unter 1.000 € bis zu mehr als 1,0 Mio. € Umsatz im Jahr 2013. Dabei haben soziale Organisationen tendenziell höhere Umsätze in der Sozialen Landwirtschaft als landwirtschaftliche Betriebe. Bei ihnen besteht ein mittlerer positiver Zusammenhang zwischen der Anzahl der gleichzeitig betreuten Teilnehmern und der Höhe des Umsatzes: je mehr Personen an Maßnahmen in der Sozialen Landwirtschaft teilnehmen, desto höher ist der Umsatz. Bei landwirtschaftlichen Betrieben konnte ein solcher Zusammenhang nicht nachgewiesen werden.
9. Die Bedeutung einzelner Finanzierungsquellen, wie z. B. Produktionserlöse, öffentliche Mittel, Spenden oder andere Quellen, ist für die befragten Organisationen mit Angeboten der Sozialen Landwirtschaft sehr unterschiedlich. Bei den landwirtschaftlichen Betrieben spielen Spenden und Selbstzahler eine zentrale Rolle: im Mittel stammen knapp 40 % der Umsätze aus Spenden oder Beiträgen von Selbstzahlern, während der Anteil öffentlicher Mittel hier bei lediglich 5 % liegt. Soziale Organisationen erhalten hingegen kaum Spenden oder Beiträge von Selbstzahlern, vielmehr sind hier öffentliche Mittel die wichtigste Einnahmequelle. Mehr als die Hälfte der befragten sozialen Organisationen erzielen zu mehr als 80 % Umsätze aus öffentlichen Mitteln. Dennoch gibt es auch soziale Organisationen, die sich nur zu einem geringen Teil aus öffentlichen Mitteln finanzieren und vor allem auf Erlöse aus Produktion und Produktvermarktung angewiesen sind. Ein Viertel der landwirtschaftlichen Betriebe kann durch die Produkte aus der Sozialen Landwirtschaft mehr als die Hälfte ihres Umsatzes erwirtschaften.
10. Eine wichtige Botschaft aus der Befragung ist: 53 % der Angebote der Sozialen Landwirtschaft sind für sich alleine stehend nicht wirtschaftlich tragfähig und müssen somit von anderen Bereichen des Betriebs oder der Organisation mit getragen werden. Ursache hierfür ist meist die unzureichende Refinanzierung der sozialen Angebote. Nur 11 % der befragten Betriebe und Organisationen gaben an, dass die Soziale Landwirtschaft sich wirtschaftlich selbst tragen kann. Die wirtschaftlich tragfähigen sozialen Angebote werden zu 57 % von landwirtschaftlichen Betrieben durchgeführt. Vollständig ohne öffentliche Mittel wären lediglich 8 % der Angebote der Sozialen Landwirtschaft wirtschaftlich tragfähig, weitere 8 % der Angebote könnten „vielleicht“ ohne öffentliche Mittel auskommen.
11. Für mehr als die Hälfte der Angebote der Sozialen Landwirtschaft waren Erstinvestitionen zur Etablierung in der sozialen Organisation bzw. dem landwirtschaftlichen Betrieb notwendig. Allerdings in sehr unterschiedlichem Umfang: 20 € bis 2.000.000 € (Median: mehr als 1.400 €). Lediglich bei etwas mehr als einem Viertel der Angebote wurden die Erstinvestitionen anteilig von öffentlichen Trägern refinanziert. In diesem Bereich wären mit überschaubaren Mitteln vermutlich große Hebelwirkungen möglich.

- 12.** Unterstützung beim Aufbau der Angebote der Sozialen Landwirtschaft erhielten 80 % der Anbieter. Diese Unterstützung wurde mehrheitlich von Ämtern für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten geleistet (landwirtschaftliche Betriebe: 52 %, soziale Organisationen: 61 %). Auch andere soziale Organisationen und Träger fungierten als Berater und Unterstützung bei der Etablierung der Sozialen Landwirtschaft: von der Hälfte der sozialen Organisationen und von etwa einem Drittel der landwirtschaftlichen Betriebe wurden soziale Organisationen und Träger als Beratungsagenten genannt. Landwirtschaftliche Betriebe konnten außerdem auf landwirtschaftliche Verbände als Unterstützer zurückgreifen. Von untergeordneter Bedeutung waren das Integrationsamt und die Agentur für Arbeit bzw. die Fachzentren für Diversifizierung und Strukturentwicklung. Im Rahmen der Befragung waren die wichtigsten Themen (unabhängig davon, ob Beratung dazu stattfand oder nicht) Hinweise zu Fördermöglichkeiten sowie eine direkte finanzielle Unterstützung (jeweils knapp 80 %). Ein zentrales Thema für die Soziale Landwirtschaft ist zudem die fachliche Beratung (51 %) sowie Unterstützung beim Aufbau von Kooperationen (43%) und beim Marketing (41 %). Die Befragung zeigt jedoch, dass die Beratungs- und Unterstützungsbedarfe in vielen Bereichen nicht ausreichend gedeckt sind. Mehr als die Hälfte der Angebote der Sozialen Landwirtschaft wünscht sich zusätzliche bzw. weitere Beratung zu Fördermöglichkeiten und direkte finanzielle Unterstützung.
- 13.** Im Bereich Beratung zeigt sich ein gewisser Nachholbedarf in der Infrastruktur für Soziale Landwirtschaft, der auch von den befragten Experten benannt wurde. Weitere Probleme ergeben sich dadurch, dass die Zuständigkeiten für den Bereich Soziale Landwirtschaft fragmentiert und deshalb unübersichtlich sind. Zudem gibt es bürokratischen Hürden: Viele Landwirte/Landwirtinnen seien mit Antragstellungen oder Ähnlichem überfordert. Aufgrund der bürokratischen Hürden würden sich zudem einige Interessierte nicht an den Aufbau sozialer Angebote in ihrem Betrieb wagen. Darüber hinaus können formale Qualifikationsanforderungen für das Personal oder die vorzuhaltende Infrastruktur eine Herausforderung darstellen. Ein zentrales Problem stellt die Logik der sozialen Finanzierungssysteme dar: Sollen Personen aus therapeutischen Gründen auf Bauerhöfen arbeiten, kommen mehrere Finanzierungstöpfe in Frage, was dazu führen kann, dass Zuständigkeiten langwierig geklärt werden müssen und der Start in ein Projekt Sozialer Landwirtschaft dadurch behindert werden kann.
- 14.** Unklar ist derzeit noch, welche Geschäfts- und Dienstleistungsmodelle der Sozialen Landwirtschaft in Zukunft tragfähig sind. Auffällig ist zunächst, dass „echte“ Kooperationen zwischen den landwirtschaftlichen Unternehmen und sozialen Organisationen noch die Ausnahme sind; bislang integrieren soziale Organisationen den Bereich Landwirtschaft und landwirtschaftliche Betriebe die sozialen Aktivitäten überwiegend jeweils alleine in ihre Organisationen. In der Konsequenz haben soziale Organisationen und landwirtschaftliche Betriebe auch jeweils eigene Profile im Hin-

blick auf Angebote und Finanzierungsmöglichkeiten entwickelt. Bei Sozialen Organisationen und insbesondere bei landwirtschaftlichen Betrieben liegt der Einführung Sozialer Landwirtschaft häufig eine hohe persönliche Motivation der handelnden Personen zugrunde, die ein entsprechendes persönliches Engagement freisetzt. Dieses Engagement setzt dabei vielfach auf Doppelqualifikationen – landwirtschaftliche und soziale Ausbildung –, zumindest aber breiten Doppelerfahrungen auf. Doppelqualifikationen sind gerade bei landwirtschaftlichen Betrieben, dies hat die Analyse der Better-Practice-Beispiele gezeigt, ein wichtiger Erfolgs-, aber auch ein limitierender Faktor. Weitere Erfolgsfaktoren sind eine klare Strategie, ein gutes Konzept, Flexibilität und aufgrund ihrer spezifischen Angebotsstruktur (kurzfristige frei angebotene Maßnahmen in den Bereichen Freizeit, Erziehung und Bildung) auch ein sehr gutes Marketing (Internetauftritt, Flyer, Öffentlichkeitsarbeit).

- 15.** Die positiven fachlichen Wirkungen der Lern-, Arbeits- und Beschäftigungsmöglichkeiten in der Sozialen Landwirtschaft, sind vielfach beschrieben und letztlich unstrittig. In den letzten Jahren ist dazu eine ganze Reihe von wissenschaftlichen Untersuchungen entstanden, die den empirischen Nachweis der positiven Wirkungen für die verschiedenen Nutzergruppen in Erziehung, Bildung, Rehabilitation, Resozialisierung und Sozialtherapie erbringen. Der Aufenthalt an der frischen Luft, die körperliche Betätigung, das stressarme Milieu, das große Spektrum an geeigneten und nicht überfordernden Tätigkeiten, verbundenen mit einer entsprechend fachlichen Anleitung und Betreuung, tragen entscheidend dazu bei.
- 16.** Die Einnahmen in der Sozialen Landwirtschaft setzen sich aus verschiedenen Quellen zusammen. Der Anteil öffentlicher Mittel liegt im Median bei 50 %. Mit diesem Impuls der öffentlichen Hand wird ein Ertrag an nicht-öffentlichen Mitteln in gleicher Höhe erzielt. Dies entspricht einem Hebeleffekt der investierten Mittel der öffentlichen Hand von 100 % (Median). Dieser gehobene Betrag wird als Primäreffekt in der umliegenden Wirtschaft wirksam und sorgt somit für zusätzliche Arbeitsplätze, Nachfrage und Fiskalaufkommen.

Entwicklungsperspektiven

Das Potenzial der Sozialen Landwirtschaft zur Diversifizierung oder Multifunktionalität in landwirtschaftlichen Betrieben ist, das hat die Analyse gezeigt, nur in Ansätzen ausgeschöpft. Um dieses Potenzial heben zu können (etwa 100.000 landwirtschaftliche Betriebe in Bayern und mehrere tausend soziale Organisationen), braucht es

- mehr Öffentlichkeitsarbeit, um die Potenziale Sozialer Landwirtschaft zu kommunizieren,
- mehr Beratung und Information durch öffentliche Stellen und klassische Anlaufstellen für landwirtschaftliche Betriebe, um Anbieter und Interessenten der Sozialen Landwirtschaft kompetent beraten zu können,

- eine weitere Vernetzung von Beratungsstellen innerhalb der Landwirtschaft als auch zwischen der Land- und der Sozialwirtschaft (z. B. durch Modellprojekte), um deren Beratungskompetenz für Soziale Landwirtschaft zu erhöhen, Anfragen koordinieren zu können und somit eine passgenaue Beratung zu ermöglichen,
- mehr gemeinsame regionale Netzwerke für Landwirte und soziale Organisationen, um im Rahmen von Tagungen/Veranstaltungen und über Newsletter Kontaktflächen zu schaffen und Lern- und Entwicklungsprozesse anzustiften,
- mehr modellhafte Kooperation zwischen sozialen und landwirtschaftlichen Betrieben, um erfolgreiche Geschäftsmodelle zu entwickeln,
- eine intensivere Zusammenarbeit mit Organisationen in Grenzbereichen zur Sozialen Landwirtschaft, um hier für die Potenziale der Sozialen Landwirtschaft zu werben und ihnen die Möglichkeiten zur Erweiterung ihres Angebotsportfolios aufzuzeigen (z. B. Erlebnisbauernhöfe, die bislang keine Angebote der sozialen Landwirtschaft vorhalten),
- mehr Qualifizierungsangebote für Landwirtinnen und Landwirte, um eine Förderfähigkeit der sozialen Angebote zu ermöglichen bzw.
- eine Anpassung der Rahmenbedingungen bei der Refinanzierung, um Hürden bei der Ausweitung der Angebote Sozialer Landwirtschaft abzubauen und deren wirtschaftliche Tragfähigkeit zu verbessern (z. B. Persönliches Budget für den Bereich Arbeit, Anerkennung von Teilen der landwirtschaftlichen Ausbildung als fachliche Qualifikation für soziale Angebote).

Erforderlich ist zudem eine geeignete Interessenvertretung, um die Bedürfnisse der Sozialen Landwirtschaft in den politischen Prozess transportieren zu können. Derzeit gibt es lose Netzwerke, aber keine Strukturen und keine gemeinsame Interessenvertretung der Anbieter Sozialer Landwirtschaft. Letztlich braucht es legitimierte sprachfähige Ansprechpartner aus der Praxis, die Politik und Verwaltung auf verschiedenen staatlichen Ebenen in Bayern auf die Potenziale und Chancen Sozialer Landwirtschaft aufmerksam machen, aber auch die Hürden und Probleme aus erster Hand darlegen können.

Abkürzungsverzeichnis

AELF	Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
ASG	Agrarsozialen Gesellschaft
DASoL	Deutschen Arbeitsgemeinschaft Soziale Landwirtschaft
StMELF	Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
WfbM	Werkstatt für behinderte Menschen