

# Schafft Social Entrepreneurship Raum für eine Postwachstumsökonomie? Die Veränderung von Raumbildern der Prosumenten bei "meine ernte" am Standort Münster

---

Haverkamp, Svenja (2011): *Schafft Social Entrepreneurship Raum für eine Postwachstumsökonomie? Die Veränderung von Raumbildern der Kunden bei "meine ernte" am Standort Münster* (Arbeitstitel). Diplomarbeit an der Westfälischen Wilhelms Universität Münster.

Fachbereich: Humangeographie

Die Raumwirkungen von Social Entrepreneurship wurden bisher in der soziologischen Raumwissenschaft kaum betrachtet. Ebenso wurden die räumlichen Konsequenzen und Voraussetzungen der Idee einer Postwachstumsökonomie noch nicht aus geographischer Sicht betrachtet. Diese Arbeit nimmt sich der Verbindung dieser beiden Themen an und will die Frage beantworten, welche Räume für eine Postwachstumsökonomie geschaffen werden müssten, und ob Social Entrepreneurship dies erfüllt.

Zunächst wird ein eigenes theoretisches Modell entwickelt, das die möglichen Raumwirkungen von Social Entrepreneurship strukturiert. Anschließend wird das Konzept der Postwachstumsökonomie und die Idee der Daseinsmächtigkeit vorgestellt und es werden Überlegungen angestellt, welche Räume für die Umsetzung dieser Konzepte geschaffen werden müssten. Die zentrale These lautet, dass Raum für Regionalisierung bei gleichzeitigem Wiedererlernen eigener Fähigkeiten geschaffen werden muss, um durch beides zusammen eine Resilienz der Regionen zu erreichen.

Als Untersuchungsgegenstand der Arbeit dient das Social Entrepreneurship "meine ernte", dessen Unternehmenstätigkeit darin besteht Gemüsegärten in Stadtnähe, in Kooperation mit örtlichen Landwirten, an Städter zu vermieten, die dort Gelegenheit bekommen, ihr eigenes Gemüse anzubauen. Es bewegt sich somit im Themenfeld „partielle Rückkehr zur Subsistenz“ und der Ansatz lässt sich als neuartiges, auf Handeln ausgerichtetes Bildungskonzept hin zu einer neuen alimentären Praxis verstehen. Der Gärtner wird zum Prosument, erlernt neue Fähigkeiten und kann, durch eigene leibliche Erfahrungen, ein anderes Verhältnis zu (regionalen) Lebensmitteln aufbauen.

Der Forschungsansatz der Arbeit nutzt einen Methoden-Mix, der aus einer quantitativen Erhebung, einer teilnehmenden Beobachtung und qualitativen Interviews besteht und sich auf den Aspekt der „Raumbilder“, welcher im eigenen Modell als eines der möglichen Felder der Raumwirkungen von Social Entrepreneurship herausgearbeitet wird, fokussiert.

Die Auswertung der empirischen Ergebnisse hat ergeben, dass sich durch "meine ernte" drei Aspekte mit Bezug auf die Raumbilder der Prosumenten verändert haben. Zum Einen gewann das „global-lokale Raumbild“ an Bedeutung, d.h. die Prosumenten treten verstärkt in einer Reflektion über global-lokale Zusammenhänge ein. Zweites wurde das Bewusstsein für

regionale Produkte gesteigert, das Raumbild der „eigenen Region“ wurde also bedeutungsvoller. Drittens entstand bei den Gärtnern ein „Raumbild des Gartens“, welches mit verschiedenen Aspekten aufgeladen wurde. So finden sich z.B. Aspekte der Wiedererlangung von eigenen Fähigkeiten, der Garten ist also ein „Ort der Bildung“. Der Garten gilt auch als „Ort der Sicherheit“, z.B. in Bezug auf Lebensmittelkrisen wobei hier vor allem EHEC genannt wurde. Es zeigen sich zudem „Raumbilder der Erinnerung“, z.B. aus der Kindheit, die deutliche Nähe zu Resilienz aufweisen. Es wird z.B. oft „der Garten der Großeltern“ als Ort der Sicherheit und Fülle genannt. Bei Prosumenten zeigen sich Ängste vor Krisen und es werden Andeutungen zu möglichen „gesellschaftlichen Rückschlägen“ gemacht, auf die man sich, durch Erlernen eigener Fähigkeiten, vorbereiten könne. Ein weiteres Ergebnis, neben den Veränderungen mit Bezug zu Raumbildern, ist, dass das Verschenken von Ernte-Überschuss an Familie und Bekannte als Handlungsroutine bei allen Prosumenten dazugekommen ist, bei einigen kam auch das Konservieren als Handlungsroutine hinzu. "meine ernte" wird ein Teil des Alltagslebens der Prosumenten. Sie werden zum Botschafter der Idee, binden ihr soziales Umfeld mit ein und sensibilisieren damit auch es für das Thema „Subsistenz“. Die Ergebnisse weisen also Verbindungen zum Konzept der Postwachstumsökonomie, bzw. zur Idee der Daseinsmächtigkeit auf und die Leitfrage der Arbeit, („Schafft Social Entrepreneurship Raum für eine Postwachstumsökonomie?“) lässt sich auf Basis dieser Ergebnisse vorläufig mit „Ja“ besntworten. Die Arbeit liefert damit neues Wissen über die Wirkung von Gärtnern und über die Potenziale von Social Entrepreneurship in Bezug auf die Idee einer Postwachstumsökonomie.

Autorin: Svenja Haverkamp, Kontakt: [s.haverkamp@gmx.net](mailto:s.haverkamp@gmx.net)