



## Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen mit Aktionär\*innen der Regionalwert AG Berlin-Brandenburg

### Ziel der Gruppendiskussionen und Methodik

Am 15. und 16. März 2022 fanden jeweils zwei Online-Gruppendiskussionen mit Aktionär\*innen der Regionalwert AG Berlin-Brandenburg statt. Sie dienten der Vertiefung von Forschungsergebnissen aus der Online-Befragung von Aktionär\*innen der Regionalwert AG Berlin-Brandenburg, die zwischen Mai und Juni 2021 durchgeführt wurde.

Vorrangig wurden bei den Gruppendiskussionen zwei zentrale Themen behandelt. Zum einen sollte ein besserer Eindruck davon gewonnen werden, woraus sich die Verbundenheit der Aktionär\*innen untereinander aber auch mit der Regionalwert AG und seinen Partnerbetrieben speist und wie dieser Zusammenhalt zukünftig gestärkt werden kann. Ausgehend vom Ergebnis, dass nur ein Drittel der Aktionär\*innen weiblich ist, sollte zum anderen danach gefragt werden, ob dem Engagement von Frauen und Männern unterschiedliche Motive beim Aktienkauf zugrunde liegen und ob ggf. eine unterschiedliche Ansprache sinnvoll ist.

Es wurde daher eine Gruppe ausschließlich mit Frauen (9 Teilnehmerinnen) und eine mit Männern (8 Teilnehmer) durchgeführt. Die Diskussion wurde mit Hilfe eines teil-strukturierten Leitfadens in digitaler Form durchgeführt. Die Gespräche wurden per Audioaufnahmen festgehalten und anschließend verschriftlicht.

### Warum haben sich die Aktionär\*innen dazu entschieden, Aktien zu kaufen?

In den Gruppendiskussionen wurde eine Vielzahl von *ökologischen, sozialen und ökonomischen* Beweggründen angesprochen, die für die finanzielle Beteiligung von Aktionär\*innen bei der Regionalwert AG ausschlaggebend waren. Genannt wurden beispielsweise Ziele wie die Förderung ökologisch nachhaltiger Lebensmittelerzeugung, die Stärkung strukturschwacher Räume, die Revitalisierung von regionaler Wertschöpfung sowie mehr Bildung zur Solidarität mit den Landwirtschaftsbetrieben.

Gleichzeitig wurden in den beiden Gruppendiskussionen unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt: Die Aktionärinnen betonten vor allem, dass für sie *soziale Werte* wie ein demokratisches Miteinander, mehr Toleranz, Extremismusprävention und Möglichkeiten der Teilhabe wichtig sind. Außerdem spielte aus Sicht der Aktionärinnen die Stärkung der lokalen Versorgungs- und Vermarktungsstrukturen in der Peripherie von Berlin eine größere Rolle:

*„Ja, als ich angefangen habe bei der RWAG habe ich mich ganz sicher unter das Schlagwort *ökologisch einsortiert*, mittlerweile ist mir auch das Schlagwort *solidarisch* wichtig geworden und nach dem ich einige Berichte gesehen habe, muss ich sagen, dass regional nur noch im Zusammenhang mit *ökologisch* für mich einen Sinn macht und nicht wie es oft in den Großmärkten gegeneinander ausgespielt wird,*

daher ist mir das auch besonders wichtig.“ (Aktionärin, persönliche Kommunikation, 15.05.2022, Z. 164-169).

„Natürlich war es zu Anfang das Ökologische, der Wunsch eben, dass nicht nur der Mensch im Mittelpunkt steht, immer mehr Fläche versiegelt, man nur noch nachwachsende Rohstoffe für die Biogasanlage sieht, sondern ich möchte auch auf dem Land für ein demokratisches Miteinander sein, gesellschaftliche Teilhabe und ich möchte auf keinen Fall, dass sich völkisches Gedankengut in strukturschwachen Ecken breit macht [...].“ (Aktionärin, persönliche Kommunikation, 15.05.2022, Z. 228-233).

„Also eigentlich ist alles weitestgehend auch schon gesagt worden: Ökologie, Solidarität, Wortschöpfung, Regionalität; Alles Dinge mit denen ich sowieso tagtäglich beschäftigt bin.“ (Aktionärin, persönliche Kommunikation, 15.05.2022, Z. 196-197).

Bei den männlichen Aktionären hingegen waren neben dem Umweltschutzgedanken die Kritik an agrarindustriellen Verhältnissen und deren Profitlogik zentrale Gründe für eine Beteiligung bei der Regionalwert AG, womit sie eine nachhaltige Geldanlage verbinden:

„Das erste ist mein Unbehagen hinsichtlich intensiver industrieller Landwirtschaft, die unsere Umwelt ruiniert in Teilen und dem ich gerne etwas entgegensetze.“ (Aktionär, persönliche Kommunikation, Z.91-92).

„Keine Betriebe sind vor Ort, eigentlich nur noch ganz wenige Menschen, sage ich mal beschäftigt. Ja irgendwie, dass man so ein bisschen Wertschöpfung in der Region behält, eine gute Qualität der Produkte hat [...] und auch nachhaltige Geldanlagen, finde ich sehr wichtig. Dass das Geld irgendwo sinnvoll angelegt ist.“ (Aktionär, persönliche Kommunikation, Z. 107-111).

„Mein Interesse an Regionalwert liegt darin begründet, dass ich diesen Ansatz, regionale Kreisläufe zu schließen und ich sage mal Landwirtschaft resistent zu machen gegenüber Globalisierungseffekten und damit der, ich sage mal, dem grünen Anbau, dem nachhaltigen Anbau [unterstütze] [...]“ (Aktionär, 16.05.2022, Z. 141-143).

## Welche Rolle spielt die finanzielle Rendite?

In den beiden Gruppendiskussionen wurde deutlich, dass eine finanzielle Rendite bei den Investitionsentscheidungen einen *untergeordneten Stellenwert* hat. Den Aktionär\*innen war es demgegenüber wichtiger, sinnvolle Vorhaben wie beispielsweise die sozial-ökologische Wertschöpfung im Agrarbereich oder die Schaffung neuer Arbeitsplätze mit ihrem Geld zu unterstützen. Die Erzeugung eines sozial-ökologischen Mehrwerts wird dann als *ideelle Rendite* jenseits von „finanziellen Bereichen“ Aktionär, 16.05.2022, Z.185) empfunden. Aus Sicht einer befragten Aktionärin, kann somit auch die nachhaltige Nutzung von Boden [...] als eine Form der Rendite [angesehen werden, auch] weil man letzten Endes Geld ja nicht essen kann.“ Aktionärin, 15.05.2022, Z. 399-400).

Gleichzeitig verstehen einige der Aktionär\*innen ihre finanzielle Unterstützung explizit nicht als Spende, „[...] die irgendwann verbraucht wird, sondern es muss wirtschaftlich tragfähig sein.“ (Aktionär, 16.05.2022, Z. 195-196). Mittelfristig wird daher mit einer wirtschaftlichen Rentabilität der Regionalwert AG und ihrer Partnerbetriebe gerechnet. Fehlende Renditenauszahlungen sowie Kosten für den Aktienkauf wurden zudem von einzelnen Diskussionsteilnehmerinnen als problematisch angesehen, da es sich viele Menschen nicht leisten können und auf finanzielle Sicherheiten angewiesen sind.

## Warum gibt es deutlich weniger weibliche Aktionärinnen bei der Regionalwert AG Berlin-Brandenburg?

In beiden Gruppen wurde intensiv über die möglichen Gründe für das ungleiche Geschlechterverhältnis bei den Aktionär\*innen der Regionalwert AG Berlin-Brandenburg diskutiert. Als erster Grund wurden „*traditionelle Geschlechterrollen*“ genannt, die in den Partnerschaften dafür sorgen, dass (noch immer) eher Männer das gemeinsame Geld verwalten und für langfristige Finanzentscheidungen verantwortlich sind:

*„Also ich könnte mir vorstellen, dass das eher den Grund hat, weil grundsätzlich Männer Gelder verwalten und Frauen in der Regel nicht unbedingt damit beschäftigt sind, die familiären Gelder oder ihre eigenen Gelder zu verwalten, sondern sich dann schlimmstenfalls noch irgendwelche Berater an die Seite holen, die das Geld dann verzocken.“* (Aktionärin, 15.05.2022, Z.430-433).

Diese Rollenverteilung wird auch von den männlichen Aktionären reflektiert:

*„Ich kümmere mich halt um die finanziellen Sachen bei uns, das ist vielleicht nicht so eine unübliche Verteilung. [...] Also es liegt vielleicht mehr daran, wie die Aufgabenverteilung innerhalb der Familie ist.“* (Aktionär, 16.05.2022, Z.283-285).

Gleichzeitig scheinen aus Sicht der Diskussionsteilnehmer\*innen Frauen in Bezug auf ihre Finanzen eher als *risikoscheu* zu gelten. Dies ließe sich auch auf die *Sozialisation* zurückführen, da Frauen im Allgemeinen mit Investitions- und Finanzthemen weniger in Berührung kommen würden:

*„[...] dass Frauen tendenziell auch eher dazu erzogen werden, vorsichtig zu sein und bei Aktien vorsichtig zu sein. [...] Aber trotzdem glaube ich, dass viel in der Sozialisation gerade von uns etwas Älteren darin liegt, dass wir das so zuhause mitbekommen haben: Sei vorsichtig mit deinem Geld, mach nicht was, wovon du keine Ahnung von hast“* (Aktionärin, 15.05.2022, Z. 467-477).

Auch wurde darüber diskutiert, dass das ungleiche Geschlechterverhältnis auf eine *Generationenfrage* zurückgeführt werden könnte. Folglich sei zu erwarten, dass sich das Verhalten von jungen Frauen künftig an das von Männern angleicht:

*„Ich glaube, das wird dazu beitragen, weil dieser Trend ist sehr rückläufig, wie ich das so mitbekomme. Es gibt da jede zweite Frau, die gerade einen höheren Bildungsabschluss hat, die hat kein Kind mehr hat und dementsprechend haben die Frauen auch ein ganz anderes Interesse mit ihrem Geld umzugehen. [...] Und sie sind nicht so risikobereit wie Männer, aber ich glaube das ist dabei, sich zu wandeln“* (Aktionär, 16.05.2022, Z. 324-328).

Zuletzt wurde auch auf die geringe Repräsentation von Frauen in den Betrieben und im Vorstand der Regionalwert AG aufmerksam gemacht, welche vorwiegend von Männern geführt werden. Daraus könnte folgen, dass sich Frauen weniger angesprochen, bzw. nicht angemessen vertreten fühlen.

## Was verbindet die Aktionär\*innen mit der Regionalwert AG Berlin-Brandenburg?

Aus den Gesprächen geht hervor, dass sich die Aktionär\*innen mit der Regionalwert AG und den Betrieben aus unterschiedlichen Gründen verbunden fühlen. Viele berichteten darüber, dass sie sich nicht nur mit den *Partnerbetrieben*, bzw. mit den Leuten vor Ort identifizieren, „*die persönlich ansprechbar sind*“ (Aktionärin, 15.05.2022, Z. 679), sondern auch den *qualitativ hochwertigen Produkten* persönliche

Wertschätzung entgegenbringen. Einige können sich daher auch vorstellen, von einer „irgendwie gear- teten Produktvielfalt [...]“ zu profitieren, die man „[...] nutzen, genießen [...] und erwerben kann als Akti- onär“ (Aktionär, 16.05.2022, Z. 466-467).

Gleichermaßen wichtig für ein ausgeprägtes Verbundenheitsgefühl war für die Aktionär\*innen *ein ge- meinsames Ziel*, dem Aufbau einer solidarischen sowie nachhaltigen Form des Wirtschaftens:

*„Ich fühle mich verbunden mit denen, die dieses Land [...]“ vor Spekulationen schützen „[...] um damit eine Lebensgrundlage zu haben, die nachhaltig ist. Und die eben nicht das Feld den Spekulanten überlasst und ich denke eben, daran müssen wir arbeiten. Also ich habe eben jetzt keine so eine enge Verbindung individuell mit den einzelnen, sondern eher mit der Idee.“* (Aktionär, 16.05.2022, Z. 380-384).

In einem etwas geringeren Ausmaß spielte auch die *Verbundenheit mit der Region*, in der Aktionär\*in- nen sozial verankert sind, eine Rolle. Im Mittelpunkt stand dabei der Wunsch nach dem Erhalt von Kul- turlandschaften und der Schließung von Versorgungslücken in der Wertschöpfungskette. In diesem Zu- sammenhang wird auch der Begriff der Heimatverbundenheit genannt:

*„Mich hatte jetzt gerade nochmal die Heimatverbundenheit angesprochen. Ist auch wieder so biogra- fisch. Es gab ja vor der Wende kein Land Brandenburg, sondern nur Bezirke und ich kenne noch mein Heimatbezirk Potsdam und das ist nochmal so ein anderes Zusammenwachsen vom Land Brandenburg und der Region Berlin als gesamte, ja so als Einheit, das finde ich jetzt auch nochmal ganz schön.“* (Akti- onärin, 15.05.2022 Z. 864-688)

Mehrere Ideen zur Stärkung der Verbundenheit wurde diskutiert. Dazu zählt, das Angebot von Veran- staltungen und Lernangeboten auszuweiten und mehr Möglichkeiten für den persönlichen Austausch mit den Partnerbetrieben zu schaffen. Wichtig scheint es dabei zu sein, der Regionalwert-Gemeinschaft mehr Sichtbarkeit zu verleihen: *„Ob man jetzt zu den Betrieben, Höfen hinfährt oder Zusammenkünfte in welcher Form auch immer, also so eine Interessengemeinschaft sozusagen sichtbarer [wäre förder- lich]“* (Aktionärin, 15.05.2022 Z. 729-731).

Außerdem kann aus Sicht der Aktionärinnen und Aktionäre Verbundenheit durch die Bereitstellung von transparenten Informationen zu aktuellen Projekten und Fortschritten der Regionalwert AG sowie durch den Einblick in den Arbeitsalltag der Partnerbetriebe gestärkt werden.

## Wie sehen die Aktionär\*innen in die Zukunft?

Die meisten der Teilnehmenden würden es positiv beurteilen, wenn sich die Regionalwert AG in Zukunft zu einer Bewegung entwickelt *„und einen breiteren Rahmen annimmt“* (Aktionär, 16.05.2022, Z. 526), auch wenn viele dieses Szenario für kaum realistisch halten. Die weitere Entwicklung der Regionalwert AG durch das Gewinnen neuer Unterstützer\*innen hängt aus Sicht der Aktionär\*innen vor allem von einer effektiven Kommunikation und Überzeugungsarbeit ab.

## Was könnten sich die Aktionäre\*innen vorstellen, um die Regionalwert AG zu unterstützen?

Die Teilnehmenden äußerten unterschiedliche Bedürfnisse im Hinblick auf ihr zukünftiges Engagement: Ein Teil der Aktionär\*innen zeigte u.a. auch aus zeitlichen Restriktionen, fehlender Ortansässigkeit oder wegen ihrem Engagement in anderen Bereichen weniger Interesse an einer aktiven Beteiligung. Bei anderen war durchaus die Bereitschaft vorhanden, die Regionalwert AG zukünftig mehr zu unterstützen. Hierzu wurden die folgenden Vorschläge unterbreitet:

- Angebot von kleinen Gesprächsrunden oder Stammtischen, um sich kennenzulernen, Ideen auszutauschen und gemeinsam Visionen zu entwickeln (einige Beteiligte konnten sich vorstellen, diese selbst zu initiieren)
- Mehr Kommunikation und Überzeugungsarbeit in der Familie und im privaten Umfeld
- Nutzung von Informationsmaterialien („Instrumentenkasten“), um sich aktiv einzubringen: Button, Banner, Sticker, Bändchen, Regionalwert-AG-Rucksack
- Als Aktionär\*in an Messeständen unterstützend teilnehmen und mitorganisieren
- Einladung von Bekannten, Freunden und Familienmitgliedern zu persönlichen Veranstaltungen oder Events
- Aktive Teilnahme an Austauschformaten, um eigenes (technisches) Know-how stärker einzubringen
- Aufbau von direkten Bindungen zu den Betrieben/Erwerb von Produkten
- Weitere Partnerschaften aufbauen durch das Knüpfen von Kontakten im Rahmen der eigenen beruflichen Tätigkeit
- Eigene Sichtbarkeit herstellen/vermehrt aus der Perspektive von Aktionär\*innen berichten, z.B. in Form von „Instagram-Statements“ oder kurzen Erfahrungsberichten

Einige Aktionär\*innen, die bereit wären, eine aktivere Rolle einzunehmen, wünschten sich dafür die Bereitstellung eines Foliensatzes. Andere lehnten das aktive „Missionieren“ im Freundes- und Bekanntenkreis ab:

*„Ich bin auch nicht so der Vertriebstyp, der Klinkenputzer, eher so Wirken durch Vorbild [...]. [Das hat] auch in unserem näheren Umfeld zu einer größeren Begeisterung geführt und das ist, glaube ich, die beste Werbung.“* (Aktionär, 16.05.2022, Z. 659-663).

*„Ich bin auch nicht so ein Mensch, also es würde für mich jetzt irgendwie bedeuten, aggressiv, also in Anführungsstrichen, aggressiv irgendwie Leute anzusprechen und da bin ich so gar nicht der Typ für.“* (Aktionärin, 15.05.2022, Z. 978-980).

Bei den Aktionärinnen konnten sich aber einige wiederum vorstellen, an ihren Rucksack oder ähnliches einen Sticker anzubringen, auf den sie angesprochen werden können – oder einen „Regionalwert-AG-Rucksack“ zu tragen.

Die Fokusgruppen wurden im Rahmen des Verbundprojekts „Social cohesion, food and health: Inclusive food system transitions (IFST)“ durchgeführt, das im Rahmen der Berlin University Alliance (BUA) gefördert wird. Weitere Informationen zum Projekt: <https://www.ifst-berlin.de/>

## Kontakt

Prof Dr. Dr. Martina Schäfer und Dr. Benjamin Hennchen  
 Zentrum Technik und Gesellschaft der Technischen Universität Berlin  
 Kaiserin-Augusta-Allee 104 10553 Berlin  
 Email: [hennchen@ztg.tu-berlin.de](mailto:hennchen@ztg.tu-berlin.de)