

TOPTHEMA

Weder Museum noch Himmelsgeschenk

Heimat ist Gestaltungsaufgabe. Dazu tragen auch die 1.260 genossenschaftlichen Unternehmen in Bayern bei. Was macht sie zu Heimatunternehmen?

Autor: Florian Christner, Redaktion „Profil“

Foto: „Ein Dorf wird Wirt“ eG



Bayern ist der Wachstumsmotor Deutschlands. Mit einer Zuwachsrate des realen Bruttoinlandsprodukts von 2010 bis 2017 in Höhe von 18,3 Prozent belegt der Freistaat die Spitzenposition im Ländervergleich. Im vergangenen Jahr zahlte die Staatsregierung außerdem über 5 Milliarden Euro in den Länderfinanzausgleich ein – so viel wie kein anderes Bundesland. Auch beim Überschuss der öffentlichen

Haushalte schneidet Bayern aktuell am besten ab.

Die Unternehmen im Freistaat – 99,7 Prozent davon zählen zum Mittelstand – haben einen großen Anteil an dieser wirtschaftlichen Erfolgsgeschichte. Sie zahlen Steuern und Abgaben, sichern Arbeitsplätze und halten das Land im nationalen und internationalen Innovationswettbewerb auf den vorderen Rängen. Darunter sind zahllose kleine und mittelständische Unternehmen, die sich zu ihrer Heimat bekennen und teilweise abseits der Metropolen für regionale Wertschöpfung sorgen. Dazu gehören auch die 1.260 genossenschaftlichen Unternehmen in Bayern. Sie sind überall im Freistaat vertreten, in mehr als 30 Branchen aktiv und machen wie viele andere Betriebe ihre Heimatregion lebenswert – sie sind also im wahrsten Sinne des Wortes Heimatunternehmen. Was zeichnet sie aus? Und warum sind sie gefragt?

Menschen schaffen regionale Werte

Einer, der es wissen muss, ist Martin Wölmüller. Er ist Geschäftsführer des Bayerischen Landesvereins für Heimatpflege, der zusammen mit der Bayerischen Verwaltung für Ländliche Entwicklung die Initiative HeimatUnternehmen gegründet hat. Auf deren Webseite werden Projekte und Unternehmer vorgestellt, die in ihrer Heimat etwas bewegen und regionale Werte schaffen wollen. „Heimat ist kein Himmelsgeschenk und kein weiches Sofa, auf dem man sich ausruhen kann“, sagt Wölmüller. Heimat sei vielmehr ein Aufgabenfeld, das viel Engagement und Mühe erfordere.

Die Initiative HeimatUnternehmen des Bayerischen Landesvereins für Heimatpflege steht unter dem Motto „Menschen schaffen regionale Werte“ – ein Motto, das auch zu Genossenschaften passt, findet Wölmüller. „Die Mitglieder können bei der Geschäftspolitik mitreden. Nachdem die Kundenbedürfnisse vor Ort entstehen, sollten auch die Geschäftsentscheidungen vor Ort fallen.“ Bei Großkonzernen seien die Kunden dagegen Strukturen ausgeliefert, die sie nicht kontrollieren können.

„Heimatunternehmen wie zum Beispiel Genossenschaften gestalten die Heimat und übernehmen Verantwortung in ihrem direkten Umfeld. Sie sind für ihre Kunden und Mitglieder direkt erreichbar und nicht nur virtuell. Damit folgen sie einem wichtigen Prinzip der Heimatpflege“, sagt Wölmüller. „Ich persönlich schätze es sehr, wenn ich in meiner Bank immer die gleichen Ansprechpartner habe.“

Dabei spielt die Rechtsform von Heimatunternehmen für Wölmüller erst einmal keine Rolle. „Sie alle eint das Bestreben, vor Ort für wirtschaftliche, soziale und kulturelle Teilhabe zu sorgen.“ Manchmal sei ein Verein der passende Rahmen, manchmal eine Bürgerinitiative und manchmal eben eine Genossenschaft. „Sie bietet sich an, wenn bei einem bürgerlichen Engagement die wirtschaftliche Tätigkeit überwiegt“, sagt Wölmüller.

Dieser Meinung ist auch Bayerns Heimatminister Albert Füracker: „Zum Erhalt unserer bayerischen Heimat tragen maßgeblich die vielen kleinen Projekte vor Ort bei, die von den Bürgerinnen und Bürgern mit viel Idealismus und Engagement angestoßen und durchgeführt werden. Bei Genossenschaften steht der langfristige Nutzen der Mitglieder im Vordergrund und keine riskante Gewinnmaximierung. Zudem ist die Gründung einer Genossenschaft vergleichsweise unkompliziert.“

Genossenschaften als Heimatunternehmen – einige Beispiele in Bildern

Heimat zum Anfassen

An Genossenschaften gefällt Martin Wölmüller, dass Menschen gemeinsam etwas bewegen wollen. „Wo sich Leute zusammentun und etwas schaffen wollen, entsteht eine Gemeinschaft. Das ist Heimat zum Anfassen“, sagt Wölmüller. Es sei schade,

wenn sich Menschen hinter der eigenen Thujahecke verschanzen, anstatt gemeinsam aktiv zu werden. So entstehe kein soziales Leben. Genossenschaften seien auch dafür geeignet, Veränderungen zu bewältigen, die den Einzelnen überfordern, etwa bei der Energiewende. „Gemeinsam lassen sich viele Probleme besser lösen. Diese Rechtsform wurzelt ja in der Idee, dass viele Menschen ihr Schicksal und ihre wirtschaftlichen Interessen miteinander verknüpfen und so einen Ausgleich schaffen“, sagt Wölmüller.

Zwei Dinge zeichnen Heimatunternehmen im Wesentlichen aus, so der Heimatpfleger: „Sie schöpfen ihre Ressourcen aus der unmittelbaren Umgebung und geben den Mehrwert wieder an sie ab. Die Kräfte wirken dort, wo sie entstanden sind.“ Das gelte auch für den Mittelstand. Wer vor Ort Talente, Fähigkeiten und Gegebenheiten einbindet und angemessen honoriert, dürfe seinen Nutzen daraus ziehen, weil auch die Region profitiert. So seien aus kleinen Dorfschmieden schon Weltmarktführer geworden. Von diesen „Hidden Champions“ gibt es in Bayern viele. Und das zeigt, dass es ohne wirtschaftliche Grundlage nicht geht. „Wo nur Kultur und Tradition zur Heimat zählen, entsteht ein Museum und die Menschen werden zu Ausstellungsstücken degradiert. Deswegen können diese Dinge nur Teil eines umfassenden Heimatkonzepts sein“, sagt Wölmüller.

Heimat darf nicht museal sein

Das fordert auch Norbert Göttler, Bezirksheimatpfleger von Oberbayern. „Heimat darf nicht museal sein“, sagt der Schriftsteller. Ebenso sei Heimat kein Sonntagsthema, sondern müsse auch im Alltag funktionieren. Er schätzt an Genossenschaften den „Wert der kleinen Einheit“. Bei ihnen stehe das Mitglied im Mittelpunkt. „Die Aufnahme der Genossenschaftsidee in das immaterielle Kulturerbe der Menschheit durch die Unesco hat gezeigt, dass es genossenschaftliche Eigeninitiativen braucht, um die wirtschaftlichen Grundlagen für eine auskömmliche

Heimat zu schaffen“, sagt Göttler.

Die verschiedenen Bedeutungen von „Heimat“

Woher kommt der Begriff Heimat? Und welche Bedeutungswechsel hat er im Laufe der Zeit erfahren? Norbert Göttler, Bezirksheimatpfleger von Oberbayern, nennt die wesentlichen Auffassungen von Heimat, die sich über die Zeit entwickelt haben.

Heimat als juristischer Begriff

„Bis in das 19. Jahrhundert hinein war Heimat in Deutschland ein knallharter juristischer Begriff, der an den Besitz von Grund und Boden gekoppelt war“, erklärt der Historiker. Wer eine „Heimat“ vorweisen konnte, zum Beispiel das elterliche Haus, konnte sich glücklich schätzen. Wer dagegen besitzlos oder fremd war, galt als „heimatlos“. Solchen Menschen wurde der Zugang zu öffentlicher Fürsorge und sozialer Absicherung verwehrt. Sie durften auch nicht heiraten und keine öffentlichen Ämter ausüben. Das Recht auf Heimat ließ sich zwar kaufen, aber die meisten Menschen konnten sich das nicht leisten. Göttler schätzt, dass dafür nach heutigem Standard mindestens ein paar Tausend Euro fällig geworden wären. „Das Heimatrecht war ein Privileg für Grundbesitzer und gegen das Proletariat gerichtet. Zwei Dritteln der Bevölkerung blieb dieses Recht verwehrt. Durch das Heiratsverbot wollte die Obrigkeit verhindern, dass sich die sozialen Probleme durch kinderreiche mittellose Familien verschärfen. Das hat aber nur sehr begrenzt funktioniert“, erklärt der Historiker.

Heimat als topografischer Begriff

Erst im Verlauf des 19. Jahrhunderts veränderte sich die Wahrnehmung von Heimat. Die Romantiker empfanden Natur und Landschaft nicht mehr als Mühsal, der man seine Lebensgrundlage abringen musste, sondern als Idyll und Sehnsuchtsort. Zudem

wurden viele Menschen durch die Industrialisierung und die wirtschaftliche Not dazu gezwungen, ihre angestammte Umgebung zu verlassen, um anderswo Arbeit und ein Auskommen zu finden. „Damals erhielt der Begriff Heimat eine topografische Bedeutung. Die Menschen mussten lieb gewordene Dinge und Gewohnheiten aufgeben und empfanden das erste Mal so etwas wie Heimweh“, erklärt Göttler. Das galt nicht nur für Auswanderer nach Übersee, sondern auch für Menschen aus benachteiligten bayerischen Gebieten wie dem Oberland oder der Oberpfalz, die zur Jahrhundertwende in Scharen nach München zogen. „Damals hieß die Oberpfalz auch Steinpfalz, weil die Böden so steinig und wenig ertragreich waren“, erklärt Göttler. Auch bei den Vertriebenen, die nach dem Zweiten Weltkrieg unter anderem in Bayern ein neues Zuhause fanden, war die Interpretation von Heimat als Sehnsucht nach einem verlorenen Ort weit verbreitet.

Heimat als utopischer Begriff

Ab den 1960er Jahren erfuhr der Heimatbegriff dann eine dritte Ausprägung. Die Menschen wurden immer mobiler, die räumliche Distanz zwischen Arbeitsort und Wohnort nahm immer mehr zu. In den Vororten der Großstädte wurden anonyme Schlaforte mit S-Bahn-Anschluss hochgezogen, zu denen die Bewohner keine Bindung aufbauten. Die Folge war eine starke Fluktuation in der Bevölkerung. Im 21. Jahrhundert kommen die Globalisierung und die Digitalisierung hinzu, die das Arbeiten und die Kommunikation nachhaltig verändert haben. „Daraus entwickelte sich das sogenannte utopische oder soziale Heimatverständnis“, erklärt Göttler. „Für viele Menschen ist Heimat nicht mehr mit einem bestimmten Ort verbunden, sondern mit sozialer Vernetzung, mit guten Freunden in aller Welt oder mit Erinnerungen. Heimat ist zum Prozess geworden.“

Regionale Ausprägungen von Heimat

Das deutsche Verständnis von „Heimat“ ist nur schwer vergleichbar mit dem anderer europäischer Staaten. Während die Franzosen bei „la patrie“ eher an die Nation

denken, identifizieren sich die Deutschen weniger als deutsche Staatsangehörige, sondern vielmehr mit ihrer Region. Das hat historische Gründe: Jahrhundertlang war Deutschland stark zersplittert, erst 1871 wurde es unter der Vorherrschaft Preußens vereinigt. Die Regionalität in Deutschland ist bis heute stark ausgeprägt. Die 16 Bundesländer sind nicht nur Verwaltungseinheiten, sondern sie beherbergen bis heute teils jahrhundertealte Identitäten. Gleichwohl waren die bayerischen Herrscher aus dem Hause Wittelsbach im 19. Jahrhundert bestrebt, aus den verschiedenen Identitäten und Stämmen, die Napoleon mehr oder weniger willkürlich zum Königreich Bayern zusammengewürfelt hatte, so etwas wie eine bayerische Nation zu formen. Dazu zählte zum Beispiel die Förderung der Trachten, um ein gemeinsames bayerisches Nationalgefühl zu vermitteln. Aus dem gleichen Grund setzten sich die Wittelsbacher massiv für die Erforschung der bayerischen Volkskultur ein, um sie positiv darzustellen und dadurch den Zusammenhalt zu fördern.

Um die Lebensqualität im ländlichen Raum zu erhalten, braucht es Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur, in soziale Einrichtungen und in den Erhalt von Dorfkernen. Heimatunternehmen wie Genossenschaften leisten dazu ihren Beitrag. Sie schaffen die Basis dafür, dass Menschen aller Generationen an einem Ort zusammenleben können. Fremde Investoren hätten an ausgeglichener Lebensverhältnissen hingegen wenig Interesse, sagt Bezirksheimatpfleger Göttler. Sie würden das Gefälle zwischen Stadt und Land sogar noch verschärfen. „Konzerne investieren lieber im verdichteten Raum, weil sie dort von hochqualifizierten Arbeitskräften und anderen Ressourcen profitieren.“ Die Folgen: In den Großstädten wird der Lebensraum immer knapper, Normalverdiener können sich dort kaum noch eine Wohnung leisten. In Regionen abseits der Metropolen droht dagegen Leerstand. „Diese Probleme werden der Gesellschaft aufgebürdet“, ärgert sich Göttler.

Verbündete der Heimatpfleger

Im Ringen um gleichwertige Lebensverhältnisse in ganz Bayern sieht Göttler die Genossenschaften als wichtige Verbündete der Heimatpfleger. „Sie betreiben wie wir aktive Heimatpflege, indem sie die ökonomischen Grundlagen für Heimat legen. Wir ziehen am selben Strang.“

WEITERFÜHRENDE LINKS