

Kurzfassung der wissenschaftlichen Analyse

INTERREG-Projekt „Slow Life – Schaffung einer deutsch-polnischen Genussregion“

Ausgangspunkt und Zielsetzung

Der wissenschaftliche Bericht untersucht die Grundlagen für den Aufbau einer grenzüberschreitenden deutsch-polnischen Genussregion im Kontext des INTERREG-Projekts „Slow Life“. Projektpartner sind die Entwicklungsgesellschaft Niederschlesische Oberlausitz mbH, die Hochschule Zittau/Görlitz und der Landkreis Zgorzelec. Ziel ist es, den Slow-Life-Ansatz als praxisorientiertes Konzept für regionale Entwicklung, touristische Profilierung, kulinarische Wertschöpfung und grenzüberschreitende Zusammenarbeit nutzbar zu machen. Slow Life wird dabei nicht als bloße Verlangsamung verstanden, sondern als qualitätsorientierte Haltung, die bewussten Genuss, Nachhaltigkeit, regionale Identität, Authentizität und Erlebbarkeit verbindet.

Die Analyse dient als wissenschaftliche Entscheidungsgrundlage für die weitere Projektentwicklung. Sie soll klären, welche Potenziale, Strukturen, Akteursgruppen, Qualitätskriterien und strategischen Handlungsfelder für eine tragfähige Genussregion relevant sind. Methodisch verbindet der Bericht Literaturrecherche, qualitative Experteninterviews, historische Kontextualisierung, Benchmarking existierender Genussregionen, Qualitätskriterienentwicklung sowie SWOT- und PESTEL-Analyse.

Methodisches Vorgehen

Das Forschungsdesign ist partizipativ angelegt. Neben der systematischen Auswertung vorhandener Literatur und bestehender Initiativen wurden mehr als 30 qualitative, leitfadengestützte Interviews mit Akteuren aus Gastronomie, Landwirtschaft, Handwerk, Tourismus und regionalen Institutionen auf deutscher und polnischer Seite geführt. Die Auswertung erfolgte inhaltlich vergleichend mit Fokus auf gemeinsame Leitwerte, Unterschiede zwischen Akteursgruppen und Anforderungen an grenzüberschreitende Kooperation.

Ergänzend wurden 21 bestehende Genussregionen, Genussprojekte und Initiativen als Benchmarks analysiert. Untersucht wurden insbesondere Trägermodelle, Teilnahmekriterien, Qualitätslogiken, Auswahlverfahren, Anreizstrukturen und Erfolgsbedingungen. Damit orientiert sich die Untersuchung nicht nur an regionalen Selbstbeschreibungen, sondern auch an übertragbaren Erfahrungen anderer Qualitäts- und Regionalentwicklungsmodelle.

Zentrales Genussverständnis

Ein wichtiges Ergebnis ist die notwendige Fokussierung des Genussbegriffs. Zu Beginn wurde Genuss sehr breit verstanden und umfasste kulinarische, kulturelle, landschaftliche, spirituelle, aktive und erinnerungsbezogene Dimensionen. Für die Umsetzung innerhalb des Projekts erwies sich dieses Verständnis jedoch als zu weit. Die Projektpartner einigten sich daher auf einen klaren Kern: Genuss soll primär über kulinarische Erlebnisse definiert werden, die durch Kultur, Landschaft, Begegnung und Geschichte ergänzt werden können.

Für die künftige Genussregion wurden vier zentrale Werte herausgearbeitet:

- bewusst: reflektierter Konsum, Wertschätzung von Lebensmitteln, Achtsamkeit und Transparenz;
- authentisch/ehrlich: nachvollziehbare Herkunft, gelebte Tradition, reale Produzenten und glaubwürdige Geschichten;
- regional: Bezug zu Produzenten, Landschaft, Herkunft und regionaler Wertschöpfung;
- erlebbar: Genuss als sinnliches Erlebnis durch Orte, Begegnungen, Geschichten, Führungen, Verkostungen und Mitmachangebote.

Damit wird die Genussregion nicht nur als geografischer Raum verstanden, sondern als qualitätsorientiertes Netzwerk von Menschen, Produkten, Orten und Erlebnissen. Der räumliche Bezugsrahmen umfasst auf deutscher Seite die Landkreise Görlitz und Bautzen sowie auf polnischer Seite die Landkreise Zgorzelec, Żary, Lwówek und Bolesławiec.

Ausgangssituation der Region

Die Region Oberlausitz-Niederschlesien verfügt über ein starkes kulinarisches und handwerkliches Erbe. Dazu zählen traditionelle Spezialitäten, geschützte Herkunftsbezeichnungen, familiengeführte Betriebe, regionale Produzenten, Manufakturen, Brauereien, Märkte und etablierte kulinarische Veranstaltungen. Historisch ist die Region durch sorbische, böhmische, sächsische, schlesische, polnische, griechische und balkanische Einflüsse geprägt. Diese Vielfalt bildet eine tragfähige Grundlage für eine eigenständige kulinarische Identität.

Gleichzeitig zeigen sich deutliche strukturelle Herausforderungen. Die Gastronomie und die Erzeugerstruktur sind überwiegend klein- und mittelständisch geprägt. Viele Betriebe stehen unter Druck durch Fachkräftemangel,

Nachfolgeprobleme, steigende Betriebskosten, Saisonalität, bürokratische Anforderungen und begrenzte Lieferfähigkeit. Besonders im ländlichen Raum erschweren instabile Öffnungszeiten, geringe Sichtbarkeit und fragmentierte Informationsstrukturen die touristische Nutzung.

Im Vertrieb dominieren Direktvermarktung, Hofläden, Wochenmärkte, Automaten, Kooperationen mit Gastronomie und punktuelle Eventformate. Diese Kanäle schaffen Nähe und Vertrauen, reichen aber nicht aus, um ganzjährige Warenströme, B2B-Logistik und digitale Sichtbarkeit systematisch zu sichern. Eine zentrale Schwäche liegt daher in fehlender Bündelung: Produkte, Akteure und Angebote existieren, sind aber noch nicht ausreichend als gemeinsames System erkennbar.

Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken

Die SWOT-Analyse zeigt ein klares strategisches Spannungsfeld. Zu den zentralen Stärken zählen Authentizität, handwerkliche Qualität, kulinarische Vielfalt, regionale Identität, bestehende Events, engagierte Akteure und erste Netzwerke. Die polnische Seite bringt zusätzlich eine teilweise höhere Offenheit für moderne gastronomische Konzepte ein, während die deutsche Seite stärker über traditionelle Marken und gewachsene Spezialitäten verfügt.

Zu den Schwächen gehören fragmentierte Strukturen, fehlende gemeinsame Plattformen, geringe Digitalisierung vieler kleiner Betriebe, begrenzte Skalierbarkeit, Sprachbarrieren, Fachkräftemangel und eine bislang nicht ausreichend institutionalisierte grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Externe Chancen ergeben sich aus dem gesellschaftlichen Trend zu Regionalität, Nachhaltigkeit, authentischen Erlebnissen, Slow Food, Genuss tourismus und europäischen Förderprogrammen. Risiken bestehen vor allem in demografischem Wandel, Preisdruck durch Massenanbieter, administrativer Komplexität, saisonaler Nachfrage und unklarer Verstetigung nach Projektende.

Qualitäts- und Zugangskriterien

Für die künftige Genussregion werden transparente Qualitätskriterien empfohlen. Zentrale Kriterien sind Regionalität und Saisonalität, Erlebbarkeit, Sichtbarkeit, Erreichbarkeit und barrierearmer Zugang. Gastronomiebetriebe sollen regionale Zutaten nachvollziehbar kennzeichnen und perspektivisch mindestens einen Zulieferer aus dem Nachbarland einbinden. Produzenten sollen regionale Rohstoffe und regionalen Vertrieb glaubhaft dokumentieren. Ergänzend werden Verkostungen, Führungen, Workshops, Bildungsangebote, kulinarische Events und Storytelling-Elemente als erlebnisorientierte Qualitätsmerkmale vorgeschlagen.

Als Zugangskriterien werden ein Firmensitz im Projektgebiet, die Zugehörigkeit zu kleinen und mittleren Unternehmen, eine Selbstbewertung per Fragebogen sowie die Unterzeichnung einer Kooperationsvereinbarung genannt. Größere identitätsstiftende Unternehmen wie Stölzle oder Bautzener Senf können als Partner und Unterstützer eingebunden werden, ohne den KMU-orientierten Charakter der Genussregion zu überlagern.

Strategische Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Die Analyse empfiehlt, die Genussregion als grenzüberschreitende Slow-Life-Marke mit klarer Governance, verbindlichen Qualitätskriterien und professioneller Netzwerkstruktur aufzubauen. Auf strategischer Ebene braucht es eine gemeinsame Markenpositionierung mit den Leitwerten Nachhaltigkeit, Regionalität, Authentizität und Erlebbarkeit. Ebenso wichtig ist eine deutsch-polnische Steuerungsstruktur mit klaren Verantwortlichkeiten sowie eine Verstetigungsstrategie über die Projektlaufzeit hinaus, etwa über Mitgliedsmodelle, Public-Private-Partnerships oder institutionelle Trägerschaft.

Auf operativer Ebene sollte ein formelles Genussnetzwerk oder Cluster entstehen, das Produzenten, Gastronomie, Tourismus, Verwaltung und Bildungseinrichtungen verbindet. Leitbetriebe können als Best-Practice-Hubs fungieren. Eine zentrale digitale Plattform sollte sowohl B2C-Funktionen wie Genussrouten, Veranstaltungen und Buchungsmöglichkeiten als auch B2B-Funktionen wie Einkauf, Logistik und Kooperation unterstützen. Ergänzend sind Qualifizierungsangebote für digitale Kompetenzen, zweisprachige Kommunikation und gemeinsame Produktentwicklung notwendig.

Auf Unternehmensebene stehen kurze Lieferketten, Herkunftskennzeichnung, Qualitätszertifikate, Storytelling, Direktvermarktung und Fachkräftesicherung im Vordergrund. Die Region sollte keine austauschbare kulinarische Dachmarke entwickeln, sondern ein glaubwürdiges Netzwerk, das kleine Betriebe stärkt und die kulturelle Vielfalt der Grenzregion sichtbar macht. Entscheidend ist, dass Slow Life nicht nur kommunikativ behauptet, sondern organisatorisch, touristisch und wirtschaftlich erfahrbar gemacht wird.

Fazit

Die Untersuchung zeigt, dass die deutsch-polnische Genussregion über eine tragfähige Grundlage verfügt: kulinarische Vielfalt, historische Tiefe, handwerkliche Qualität, engagierte Akteure und ein wachsender Markt für authentische, nachhaltige Erlebnisse. Das größte Entwicklungspotenzial liegt jedoch nicht in weiteren Einzelangeboten, sondern in der systematischen Verbindung vorhandener Ressourcen. Die zentrale Aufgabe besteht darin, aus fragmentierten Betrieben, Veranstaltungen und Initiativen ein sichtbares, qualitätsgesichertes und langfristig tragfähiges grenzüberschreitendes Genussnetzwerk zu entwickeln. Wissenschaftlich betrachtet ist die Genussregion damit ein Instrument nachhaltiger Regionalentwicklung, touristischer Profilierung und kultureller Identitätsbildung zugleich.