



**University of  
Zurich<sup>UZH</sup>**

# Solidarische Landwirtschaft in der Deutschschweiz - Entwicklungen, Herausforderungen und Rolle der Mitglieder

GEO 511 Master's Thesis

**Author**

Lucas Schümperlin  
13-721-311

**Supervised by**

Dr. Johanna Herrigel

**Faculty representative**

Prof. Dr. Christian Berndt

30.01.2020

Department of Geography, University of Zurich



## Danke euch allen!

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Personen herzlich bedanken, welche diese Arbeit möglich gemacht haben.

Als erstes möchte ich meine Betreuerin Dr. Johanna Herrigel erwähnen. Mit den sehr hilfreichen Feedbacks, den stets motivierenden Worten und ihrem grossem Interesse am Thema sorgte sie dafür, dass ich immer motiviert blieb und nie die Lust an diesem Forschungsprojekt verloren habe. Ausserdem wäre ich ohne das von ihr und Prof. Dr. Christian Berndt geleitete Modul und der dazugehörigen Exkursion im Masterstudium gar nie zum Thema solidarische Landwirtschaft gekommen.

Ebenfalls sehr dankbar bin ich allen Interviewpartnerinnen und Interviewpartnern. Ich habe bei den Interviews viele tolle Menschen kennengelernt, welche jeweils an meiner Arbeit sehr interessiert waren und mit ihren spannenden Aussagen diese Arbeit ermöglichten.

Weiter möchte ich meinen Dank Tina Siegenthaler von der *Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft* aussprechen, welche mir besonders zu Beginn des Forschungsprozesses mit ihrem breiten Wissen zu solidarischer Landwirtschaft geholfen hatte, mein Forschungsprojekt zu definieren.

Abschliessend will ich mich natürlich auch noch ganz besonders bei meinem Umfeld bedanken, welches mich während der Masterarbeit immer motivierte und unterstützte. Dazu gehören meine Mitstudentinnen und Mitstudenten, welche mir mit hilfreichen Tipps und gemütlichen Pausen geholfen haben und meine Familie, welche mir in allen Situationen zur Seite steht. Danke!



## Abstract

*Die solidarische Landwirtschaft (Solawi) oder in Englisch Community Supported Agriculture (CSA) schlägt mit Hilfe von Direktvermarktung, längerfristigen Abnahmeverträgen zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen und umweltbewusstem Landwirten einen neuen Weg im Nahrungsmittelsektor ein. Dabei starten viele CSAs mit der Gemüseproduktion und entwickeln sich anschliessend weiter. Im Hinblick auf die Deutschschweiz, dem Forschungsgebiet dieser Arbeit, liest man in der Literatur aber oft, dass sich die Solawis nur in geringem Masse verändern. Dies bedeutet aber nicht, dass alle Solawis in der Deutschschweiz stehen bleiben. In der vorliegenden Masterarbeit wurde mittels problemzentrierten Interviews untersucht, welche Entwicklungen sich bei den deutschschweizerischen Solawis identifizieren lassen und wie die Entwicklungsprozesse erfolgen. Die Analyse der Interviews hat gezeigt, dass bei den untersuchten Solawis durchaus Weiterentwicklungen geplant sind und zum Teil bereits umgesetzt wurden. Besonders zu erwähnen sind (1) die Entwicklungen von neuen Produkten, (2) die gesamtbetriebliche Umsetzung einer Solawi und (3) die gewerbliche Solawi, welche die solidarische Landwirtschaft auf Zusammenarbeiten zwischen ProduzentInnen und Betrieben anwendet. Diese Entwicklungen bringen aber auch Herausforderungen für die Solawis mit sich. Dazu zählt der erschwerte Zugang zu einer grösseren Landfläche für den Anbau von weiteren Produkten, die zusätzlich benötigte Infrastruktur, der entstehende Mehraufwand und die Unberechenbarkeit der Ernte. Die Analyse der Interviews hat weiter gezeigt, dass die Mitglieder einer Solawi bei den Entwicklungsprozessen nur schwach eingebunden werden. In den meisten Fällen kommen die Mitglieder erst an der Generalversammlung mit den Weiterentwicklungsplänen in Kontakt. Die beobachtbaren Entwicklungen führen dazu, dass die solidarische Landwirtschaft in der Deutschschweiz, aufgrund der höheren Produktvielfalt und der Partnerschaften mit Betrieben, mehr KonsumentInnen erreichen kann. Gleichzeitig bedeuten diese Veränderungen auch, dass die solidarische Landwirtschaft ihre Prinzipien lockert, da die Mitglieder weniger stark in die Prozesse eingebunden werden und für einige neue Produkte ein definierter Preis bezahlt wird, anstelle von einem bei Solawis üblichen Betriebsbeitrag.*



# Inhalt

<b>Abbildungen</b>	<b>viii</b>
<b>Tabellen</b>	<b>viii</b>
<b>Abkürzungen</b>	<b>viii</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2 Forschungsstand und Forschungsfrage</b>	<b>5</b>
2.1 Übersicht über bestehende Literatur	5
2.2 Forschungsgegenstand und Forschungsfrage	8
<b>3 Solidarische Landwirtschaft</b>	<b>10</b>
3.1 Geschichtlicher Kontext	10
3.2 Definitionen und Begriffe	12
3.3 Entwicklungen weltweit	14
3.4 Solidarische Landwirtschaft in der Schweiz	18
<b>4 Theoretischer Zugang</b>	<b>22</b>
4.1 Diverse Economy	22
4.2 Community Economy	26
4.3 Diverse Economy im Nahrungsmittelsektor	27
4.4 Globale Entwicklung der solidarischen Landwirtschaft aus der Perspektive der Diverse Economy	29
<b>5 Methodik</b>	<b>32</b>
5.1 Zugang zum Forschungsobjekt	32
5.2 Datenerhebung	33
5.2.1 Problemzentriertes Interview	33
5.2.2 Sampling	35
5.2.3 Durchführung der Interviews	37
5.3 Datenauswertung	37
5.4 Reflexion der methodischen Vorgehensweise	39

<b>6</b>	<b>Entwicklungen in der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz</b>	<b>41</b>
6.1	Übersicht der befragten Solawis	41
6.2	Entwicklungen und Motivation	43
6.2.1	Produkte	43
6.2.2	Gesamtbetriebliche Umsetzung	55
6.2.3	Gewerbliche solidarische Landwirtschaft	59
6.3	Herausforderungen	63
6.3.1	Land	63
6.3.2	Infrastruktur	65
6.3.3	Arbeitsaufwand	66
6.3.4	Unberechenbarkeit	68
6.4	Rolle der Mitglieder im Entwicklungsprozess	70
6.4.1	Nachfrage	70
6.4.2	Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht	72
6.4.3	Mitarbeit	75
<b>7</b>	<b>Einfluss der Entwicklungen auf die 3 Kernprinzipien</b>	<b>77</b>
7.1	Betriebsbeitrag statt Produktpreis	77
7.2	Kontinuität und Verbindlichkeit	80
7.3	Partizipation	81
<b>8</b>	<b>Schlussfolgerung</b>	<b>84</b>
8.1	Kritische Reflexion	88
8.2	Ausblick	88
	<b>Literatur</b>	<b>90</b>
	<b>Anhang A: Produktetabelle Solawis</b>	<b>96</b>
	<b>Anhang B: Beispiel eines Interviewleitfadens</b>	<b>98</b>
	<b>Persönliche Erklärung</b>	<b>100</b>



## Abbildungen

Abbildung 1: Eisbergmodell Diverse Economy	23
Abbildung 2: Inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz	38

## Tabellen

Tabelle 1: Diverse Economy nach Gibson-Graham	24
Tabelle 2: Übersicht InterviewpartnerInnen	36

## Abkürzungen

BG	Betriebsgruppe
CSA	Community Supported Agriculture
FAO	Food and Agriculture Organization
FRACP	Fédération Romande d'Agriculture Contractuelle de Proximité
GV	Generalversammlung
NPO	Nicht-Profit-Organisation
PZI	Problemzentriertes Interview
RVL	Regionale Vertragslandwirtschaft
Solawi	Solidarische Landwirtschaft

# 1 Einleitung

Die Entwicklung der Nahrungsmittelproduktion in den vergangenen 60 Jahren wurde stark von der Industrialisierung und der Globalisierung geprägt (FAO 2018: 24). Folgen dieser Entwicklung sind unter anderem verstärkter Anbau von Monokulturen, intensiveres Einsetzen von Düngern und Pestiziden und wachsender internationaler Handel von Nahrungsmitteln (IPES-Food 2018: 8ff.). Dahinter stand die Absicht, den Nahrungsmittelsektor effizienter zu gestalten, um höhere Erträge zu erzielen. Dies gelang auch zweifelslos. So hat sich zwischen 1970 und 2017 die Produktion vom Grundnahrungsmittel Reis von 316 Mio. Tonnen auf 769 Mio. Tonnen erhöht. Bei der Weizenproduktion, einem weiteren wichtigen Grundnahrungsmittel, sehen die Wachstumswerte sehr ähnlich aus (FAOSTAT 2019).

Doch die intensivierte Nahrungsmittelproduktion hat längst nicht nur Vorteile gebracht. Neben den erhöhten Erträgen haben die erwähnten Entwicklungen auch zu vielen negativen Auswirkungen geführt. Eine negative Entwicklung, welche an dieser Stelle angesprochen werden muss, ist der Einfluss auf das globale Klima. Mittlerweile beträgt der Anteil des globalen Nahrungsmittelsektors an den menschlich verursachten Treibhausgasemissionen laut IPCC 21-37% (2019: 2-7). Der Nahrungsmittelsektor trägt somit in hohem Masse zu den klimatischen Änderungen bei. Aber nicht nur die Umwelt spürt die negativen Folgen des globalen Nahrungsmittelsektors, sondern auch der Mensch. Ein Beispiel dafür ist die finanzielle Unsicherheit, mit welcher ein Grossteil der Produzentenseite zu kämpfen hat. Diese Unsicherheit kann für die Betroffenen sehr belastend sein. Ein Bericht von Agroscope (2017) zeigt eine mögliche Folge dieser finanziellen Unsicherheit in der Schweizer Landwirtschaft auf. In ihrem Bericht heisst es, dass Personen, welche in der Landwirtschaft tätig sind, mit einem erhöhten Burnout-Risiko zu kämpfen haben. Ein Hauptauslöser dafür ist laut Agroscope die finanzielle Unsicherheit. Der Einfluss des Nahrungsmittelsektors auf das Klima und auf die finanzielle Situation der ProduzentInnen zeigen Probleme auf globaler und nationaler Ebene auf und sind nur zwei ausgewählte Beispiele. Weitere negative Folgen des Nahrungsmittelsektors sind u.a. das ungesunde Essverhalten (Unter- und Überernährung), der hohe Anteil an verschwendeten Lebensmitteln oder auch die negativen Auswirkungen auf die Ökosysteme (Cameron & Gordon 2010: 1f.; FAO 2018: 3ff.; Godfray & Garnett 2014: 1ff.).

Die *Food and Agriculture Organization* (FAO) der Vereinten Nationen macht in ihrem Bericht von 2018 zur Zukunft des Nahrungsmittelsektors klar, dass der bisherige globale Weg, Landwirtschaft zu betreiben, aufgrund der dadurch entstehenden Probleme, keine Option für die Zukunft ist. Die FAO weist darauf hin, dass neue Wege in Bezug auf die Lebensmittelproduktion eingeschlagen werden müssen, um die oben genannten negativen Folgen der industriellen Landwirtschaft bekämpfen zu können (FAO 2018). Auch in der Schweiz ist diese Problematik in der öffentlichen Debatte angekommen. Dies zeigt zum Beispiel die Volksabstimmung zu den beiden Initiativen *Fair Food* und

*Ernährungssouveränität* aus dem Jahr 2018. Zwar wurden beide Initiativen abgelehnt, jedoch ist daran zu erkennen, dass zumindest ein Teil der Bevölkerung mit dem aktuellen Nahrungsmittelsektor unzufrieden ist und nach Alternativen sucht.

Eine dieser alternativen Landwirtschaftsformen, welche nicht den industriellen Landwirtschaftsregeln folgt, ist die *solidarische Landwirtschaft* (Solawi) oder im englischen *Community Supported Agriculture* (CSA) genannt (Cameron 2015: 2-6; Henderson & Van En 2007: 1)<sup>1</sup>. Das Hauptziel einer Solawi ist das Näherbringen von ProduzentInnen und KonsumentInnen, wodurch die Solawis versuchen, so einen sozialeren und ökologischeren Weg für die Landwirtschaft einzuschlagen (URGENCEI 2016a: 9). Umgesetzt wird dies, indem die ProduzentInnen und die AbnehmerInnen der Produkte direkten Kontakt miteinander haben und die Produkte in den meisten Fällen direkt vom Produzierenden zum Konsumierenden gelangen. Dadurch werden ebenfalls die Transportwege verkürzt und gleichzeitig regionale Strukturen gefördert (Dyttrich & Hösli 2015: 12-22; SOLAWI 2019d).

Ein weiterer Kerngedanke der solidarischen Landwirtschaft ist die Teilung des Risikos. Im globalen Nahrungsmittelsektor sind die Nahrungsmittelpreise extrem volatil. Da die Produzentenseite von diesen Preisen abhängig ist, hat dies zur Folge, dass die ProduzentInnen einem grossen Risiko ausgesetzt sind und dieses Risiko in den meisten Fällen alleine tragen müssen (Godfray & Garnett 2014: 1ff.; URGENCEI 2013: 8). Um diesem Problem entgegenzuwirken, wird beim Grossteil der Solawis die Risikoteilung folgendermassen gehandhabt: Die Beziehungen zwischen den ProduzentInnen und den KonsumentInnen werden in Form eines Abos abgeschlossen. Dieses Abo entspricht einem bindenden Vertrag, welcher für beide Parteien einzuhalten ist. Zu Beginn eines Jahres werden durch die Solawis die Produktionskosten für ein Jahr berechnet und anschliessend als Anteile zum Kauf angeboten. KonsumentInnen können solche Ernteanteile kaufen und erhalten im Gegenzug dafür regelmässig einen Anteil an der Ernte. Dieser Ernteanteil wird meist wöchentlich in sogenannte Depots geliefert, wo die Mitglieder anschliessend ihre Produkte abholen können. Im Falle eines Ernteausfalls sind die ProduzentInnen jetzt abgesichert, da die berechneten Produktionskosten bereits durch die KonsumentInnen gedeckt wurden, unabhängig vom Ernteertrag. Die ProduzentInnen sind dadurch auch nicht mehr den stark schwankenden Marktpreisen ausgeliefert, da die Produkte nicht mehr am Markt, sondern direkt vertrieben werden (URGENCEI 2016a: 9).

Ein ebenfalls wesentlicher Aspekt der solidarischen Landwirtschaft ist die ökologische Bewirtschaftung des Landes. Das internationale Netzwerk für solidarische Landwirtschaft URGENCEI hat in ihrer Deklaration festgehalten, dass die «*Verantwortungsvolle Pflege von Boden, Wasser, Saatgut und anderen Gemeingütern mit agrarökologischen Prinzipien und Praktiken*» als Basis für Solawi-Projekte gelten soll (URGENCEI 2016c: 1).

---

<sup>1</sup> Die beiden Begriffe beschreiben das gleiche Prinzip und werden im deutschsprachigen Raum häufig synonym verwendet. Im Folgenden werden die beiden Begriffe ebenfalls sinngleich verwendet. Auf die Begriffsdefinition wird in 3.2 noch genauer eingegangen.

Basierend auf diesen Grundsätzen versucht die Solawi, eine Alternative zur industriellen Landwirtschaft zu sein und so den zu Beginn genannten negativen Nebeneffekten des Landwirtschaftssektors entgegenzuwirken. Jedoch ist es wichtig zu verstehen, dass es keine einheitliche Form der Solawi gibt. Die Positionierung innerhalb der oben genannten Grundsätze kann sehr unterschiedlich sein und führt folglich, trotz gleicher Basis, zu einer grossen Vielfalt an unterschiedlichen Projekten in der solidarischen Landwirtschaft.

Aufgrund der hohen Vielfalt in der solidarischen Landwirtschaft lohnt es sich für eine Forschungsarbeit, eine Region zu definieren und diese genauer zu betrachten. Für die vorliegende Arbeit habe ich mich entschieden, die Schweiz, genauer gesagt den deutschsprachigen Teil der Schweiz, zu untersuchen. In der Schweiz betrifft die solidarische Landwirtschaft immer noch sehr wenige Menschen, es handelt sich jedoch um deutlich mehr als nur ein Zusammenschluss von HobbygärtnerInnen. Die Zahl der Mitglieder steigt stetig und es entstehen laufend neue Projekte (URGENCEI 2016b: 104ff.) Neben den Solawis selbst gibt es inzwischen auch bereits Kooperationsstellen, Verbände und Zusammenarbeiten mit der öffentlichen Hand, welche die Solawis in ihrer Arbeit unterstützt.

Trotz den positiven Anzeichen in der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz gibt es auch offene Fragen und Schwierigkeiten. Ein Thema, welches in der Literatur und auch in Gesprächen mit beteiligten Personen immer wieder aufkommt, ist der Fokus der Solawis auf die Gemüseproduktion. So schreibt Bettina Dyttrich, Autorin des Buches «Gemeinsam auf dem Acker»: «*Mir fällt immer mehr auf, dass wir in der Schweiz sehr auf Gemüse fixiert sind*» (Dyttrich 2015: 7). Und auch der Mitgründer der ersten Solawi der Schweiz (*Jardins de Cogne*) Reto Cadotsch betont die Wichtigkeit einer Weiterentwicklung. Er befürchtet, dass "*sich das Model der Gemüseabos totläuft*" und folglich die Idee hinter der solidarischen Landwirtschaft verloren gehen könnte (Dyttrich & Hösli 2015: 60). Ein Blick auf die Namen und Beschreibungen von Solawis weist ebenfalls auf die Dominanz der Gemüseproduktion hin: *Genossenschaft gmüesabo*, *Gemüsegenossenschaft biocò*, *Gmüeserei Sissach*, *selbstverwaltete Gemüsekooperative ortoloco*. Gemüse ist ganz klar die Nummer Eins in der Schweizer solidarischen Landwirtschaft.

Trotzdem wäre es aber falsch, wenn man nun denken würde, dass alle Solawi-Projekte in der Schweiz stehen bleiben und einzig Gemüse produzieren und anbieten. Sowohl bei einer kurzen Internet-Recherche, wie auch im Austausch mit beteiligten Akteuren erfährt man schnell, dass Entwicklungen geplant und auch aktuell im Gange sind. Unter anderem werden neue Formen von Solawis und neue Produkte entwickelt. Nach Ansicht der amerikanischen Autorin Ostrom lohnt es sich auch, Solawis weiterzuentwickeln, denn das Potenzial für die Weiterentwicklung der solidarischen Landwirtschaft sei eindeutig vorhanden. Bereits 2007 schreibt Ostrom: «*There is tremendous potential to expand the amounts and types of food that can be supplied through a CSA model*» (Ostrom 2007: 23).

Genau hier setzt die vorliegende Masterarbeit an. Ich befasse mich mit der Frage, welche Weiterentwicklungsprozesse in der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz beobachtbar

sind. Dabei liegt der Hauptfokus auf neuen Produkten, es werden gleichzeitig aber auch konsequentere Umsetzungen von solidarischer Landwirtschaft auf einzelnen Höfen und neue Partnerschaften erforscht. Zusätzlich wird beleuchtet, welche Motivationen für die Solawis hinter diesen Entwicklungen stecken und welche Herausforderungen für sie dadurch entstehen können. In Absprache mit der Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft<sup>2</sup> wurde entschieden, dass zum Schluss auch noch die Auswirkungen der Entwicklungen auf die Kernprinzipien der solidarischen Landwirtschaft erörtert werden. Um diese Fragen zu beantworten, wurden problemzentrierte Interviews mit beteiligten Akteuren in der Deutschschweiz durchgeführt.

Im folgenden Kapitel wird eine Übersicht der bereits bestehenden Literatur zu solidarischer Landwirtschaft präsentiert. Dadurch soll gezeigt werden, welche Aspekte der solidarischen Landwirtschaft bereits gut erforscht wurden und wo allenfalls noch Forschungsbedarf besteht. Anschliessend wird meine Forschungsfrage mit den vier Unterfragen näher vorgestellt. Im darauffolgenden Kapitel wird der lesenden Person ein vertiefter Einblick in das Phänomen solidarische Landwirtschaft gegeben. Dabei wird zu Beginn die historische Entstehung der solidarischen Landwirtschaft genauer vorgestellt. Danach werden die wichtigsten Begriffe erklärt und unterschiedliche Definitionen von solidarischer Landwirtschaft vorgestellt. Anschliessend wird angeschaut, wie sich die solidarische Landwirtschaft weltweit entwickelt hat, gefolgt von dem abschliessenden Unterkapitel zur aktuellen Situation in der Schweiz. In Kapitel 4 wird der theoretische Rahmen für meine Masterarbeit gelegt. Dabei wird die Theorie *Diverse Economy* von Gibson-Graham vorgestellt und es wird näher auf den Teilaspekt *Community Economy* eingegangen. Anschliessend wird die Theorie mit dem Nahrungsmittelsektor in Verbindung gebracht, wobei ab 4.4 bereits eigens aufgestellte Zusammenhänge zwischen Entwicklungen in der solidarischen Landwirtschaft weltweit und der *Diverse Economy* präsentiert werden. Im 5. Kapitel erkläre ich meine methodische Vorgehensweise des empirischen Teiles dieser Arbeit. Zum einen werde ich die Datenerhebung inklusive Sampling und Interviewform näher vorstellen, zum anderen wird die Datenauswertung genauer angeschaut. Kapitel 6 und 7 widmen sich der Analyse der empirisch erhobenen Daten. In Kapitel 6 werden die unterschiedlichen Entwicklungen der Solawis aufgezeigt. Dabei werden auch die Hintergründe und Herausforderungen genauer untersucht. Zusätzlich wird die Rolle der Mitglieder auf die Entwicklungen näher erforscht. Kapitel 7 befasst sich mit den Auswirkungen der Entwicklungen auf die Kernprinzipien der solidarischen Landwirtschaft. In Kapitel 8 werden die wichtigsten Erkenntnisse dieser Forschung zusammengetragen und im Hinblick auf die Forschungsfragen präsentiert. Abschliessend wird ein Ausblick bezüglich zukünftiger Forschung gegeben und die vorliegende Forschungsarbeit kritisch reflektiert.

---

<sup>2</sup> Institution, welche sich für die Entwicklung der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz einsetzt. Wird in 3.4 näher vorgestellt.

## 2 Forschungsstand und Forschungsfrage

### 2.1 Übersicht über bestehende Literatur

Seit Ende der 90er-Jahren wird die solidarische Landwirtschaft regelmässig in wissenschaftlichen Publikationen und Büchern als Phänomen diskutiert. Dabei werden immer mehr unterschiedliche Aspekte der solidarischen Landwirtschaft näher betrachtet. In den folgenden Abschnitten werden relevante Werke aus der Literatur zu solidarischer Landwirtschaft präsentiert, um der Leserin oder dem Leser einen Überblick zu verschaffen. Es handelt sich dabei um keine vollständige Aufzählung, vielmehr soll die Bandbreite der bereits existierenden Forschung aufgezeigt werden.

Viele Werke zum Thema solidarische Landwirtschaft befassen sich mit einer ausgewählten Region und präsentieren einen Überblick über die CSAs in diesem Gebiet. Dabei stehen nicht einzelne spezifische Aspekte der CSAs im Vordergrund, vielmehr geben die AutorInnen der Leserin oder dem Leser einen Gesamteindruck über die solidarische Landwirtschaft in einer bestimmter Region. Adam (2006) zum Beispiel präsentiert in ihrem Bericht einen Überblick über die Geschichte der solidarischen Landwirtschaft in Amerika, vergleicht unterschiedliche Arten von Solawis und gibt einen kurzen Ausblick. Ähnlich tun dies Wellner und Theuvsen (2016) wie auch Kraiss und Van Elsen (2008) in ihren Artikeln über CSAs in Deutschland und Österreich. Dabei wird jeweils aufgezeigt, wie sich die solidarische Landwirtschaft in diesen Ländern verbreitet hat und kurz angeschnitten, wie sich die Projekte entwickeln könnten. Weitere vergleichbare Werke mit regionalem Fokus sind u.a. die Publikation von Nilsson und Wejåker (2016) bezüglich Schweden oder von Scharrer und Rist (2017) über Mitteleuropa. Einen übersichtlicheren Vergleich bietet der Bericht des internationalen Netzwerkes für Solidarische Landwirtschaft *URGENCI* (2016b). Darin sind zu fast allen europäischen Ländern (inklusive der Schweiz) Informationen über die aktuelle Situation in der solidarischen Landwirtschaft zu finden. Für die meisten europäischen Länder wird die Anzahl an bestehenden Solawis präsentiert, es werden regionale Besonderheiten aufgezeigt und falls vorhanden, nationale Organisationen vorgestellt. Ein gemeinsames Resultat aller dieser Übersichts-Forschungen ist die Erkenntnis, dass sich Solawis untereinander sehr stark unterscheiden können. Besonders die Form der Organisation, die Rolle der Mitglieder und die Motivation der ProduzentInnen sind häufig ganz unterschiedlich. Es fällt aber auf, dass es sich trotz den unterschiedlichen Formen um eine globale Bewegung handelt, welche ähnliche Werte und Grundlagen teilt und vor allem global vernetzt ist. Im Grossteil der in der Literatur beschriebenen Ländern ist die solidarische Landwirtschaft eine aufstrebende Bewegung, welche kontinuierlich wächst. Eine Ausnahme stellt Japan dar. Aufgrund des grösser werdenden Angebots von organischen Produkten in der Mainstream-Lebensmittelbranche nimmt die Mitgliederanzahl bei CSAs ab (Hatano 2008).

Jedoch gibt es bei weitem nicht nur Publikationen, welche einen allgemeinen Überblick geben, sondern es existiert auch reichlich spezifische Forschung zu ausgewählten Faktoren des Phänomens CSA. Ein

viel thematisierter Aspekt der solidarischen Landwirtschaft ist das Potenzial von CSAs, den Nahrungsmittelsektor nachhaltiger zu gestalten. Ostrom (2007) erforscht in ihrem Artikel «Community Supported Agriculture as an Agent of Change: Is it working?», wie die solidarische Landwirtschaft Einfluss auf einen Wandel zu nachhaltigerem Handeln nehmen kann. Die Autorin kommt in ihrer Forschung zum Schluss, dass solidarische Landwirtschaft an sich nicht als Lösung für die Probleme im Nahrungsmittelsektor fungieren kann, da ihrer Meinung nach CSAs nicht die Möglichkeit besitzen, denn Grossteil der Lebensmittel zu produzieren. Ostrom betont aber, dass die solidarische Landwirtschaft neue Wege aufzeigt und als Grundlage für neue Ideen in der Landwirtschaft dienen kann. So schreibt sie: «*Regardless of whether CSA persists in its current configurations, its lasting legacy may turn out to be the ideas it has set in motion*» (Ostrom 2007: 23). Cone und Myhre (2000) haben sich ebenfalls mit dem Potenzial der solidarischen Landwirtschaft bezüglich einer nachhaltigen Entwicklung befasst. Im Vergleich zu Ostrom sehen die beiden Autorinnen in der solidarischen Landwirtschaft selbst eine Chance für nachhaltige Entwicklung in der Landwirtschaft, betonen aber die Wichtigkeit der aktiven Partizipation seitens der Mitglieder: «*In the future, the success of the CSA movement may depend on the willingness of shareholders to participate more actively in their farms or to pay a higher price for their share*» (Cone & Myhre 2000: 196). Die Autorinnen stellen also die soziale Nachhaltigkeit in den Vordergrund und machen die Wirksamkeit der solidarischen Landwirtschaft davon abhängig. Bei der Forschung von Paul (2019) bezüglich des Potenzials von CSA werden die nicht-monetären Vorteile für die Bäuerinnen und Bauern aufgezeigt und als möglicher Vorteil und Anreiz der CSA gegenüber industrieller Landwirtschaft erwähnt. Als nicht-monetäre Aspekte werden u.a. Gemeinschaftsgefühl, gesunde Lebensmittel und Bildung genannt. Der Autor lässt sich aber nicht darauf ein, die Bedeutung der solidarischen Landwirtschaft für die Zukunft zu beurteilen und betont, dass noch viel Forschung benötigt wird (Paul 2019).

Ebenfalls Bestandteil der Forschung ist der ökonomische Aspekt der solidarischen Landwirtschaft. Cooley und Lass haben bereits 1998 mit Hilfe von Fallstudien gezeigt, dass sich eine Beteiligung an einer Solawi für Konsumenten und Konsumentinnen durchaus ökonomisch lohnen kann, betonen jedoch, dass sie für die Forschung nur ein Jahr betrachtet haben und dadurch das Risiko eines Ernteausfalls nicht genug berücksichtigt wurde. Galt et al. (2011; 2013; 2016) untersuchten die ökonomischen Aspekte im Bereich von Solawis in Kalifornien in mehreren Publikationen. Dabei wurde unter anderem gezeigt, dass der finanzielle Profit für die ProduzentInnen im Bereich der solidarischen Landwirtschaft nicht entscheidend höher ist gegenüber ProduzentInnen in der industriellen Landwirtschaft, die Arbeitsbedingungen jedoch häufig besser sind. Paul (2019) bestätigt mit seiner Forschung diese Ergebnisse. Mundler (2013) streicht in ihrer Arbeit die Relevanz einer einwandfreien finanziellen Planung heraus und hält fest, dass am Anfang zu tief kalkulierte Kosten gravierende Folgen für eine CSA haben können.

Verschiedene Autoren befassen sich in ihrer Forschung mit der Bedeutung der Mitglieder und der Gemeinschaft innerhalb der solidarischen Landwirtschaft. Da eine Solawi auch von den Mitgliedern

getragen wird und, wie oben bereits erwähnt, die Partizipation der Mitglieder ein wichtiger Bestandteil des Erfolges einer CSA sein kann, ist die Erforschung der Gemeinschaft meiner Meinung nach ein sehr wichtiger Forschungsaspekt. Pole und Gray (2013) sehen die Rolle der Gemeinschaft sehr kritisch und weisen darauf hin, dass bei den amerikanischen CSAs die Produzentenseite häufig auf sich alleine gestellt ist und das Gemeinschaftsgefühl nur selten vorhanden ist. Damit werden die Resultate von Perez et al. (2003), welche bereits 2003 nur eine geringe Verbundenheit der Mitglieder mit der CSA feststellten, auch zehn Jahre später noch von Pole und Gray (2013) bestätigt. Andere Autoren (Wellner 2018; Lang 2005; Janssen 2010), welche sich mit der Zufriedenheit und Verbundenheit der Mitglieder befassen haben, konnten zeigen, dass die aktive Mitarbeit auf dem Feld und die Einbeziehung in die Entscheidungsfindung der CSA positiv mit der Zufriedenheit der Mitglieder und dem Gemeinschaftsgefühl korrelieren und bestätigen somit die von Cone und Myhre (2000) betonte Relevanz der Partizipation.

Zwei Werke, welche hier ebenfalls erwähnt werden müssen, sind «Sharing the harvest: a citizen's guide to Community Supported Agriculture» von Henderson und Van En (2007), wie auch das bereits in der Einleitung erwähnte Buch «Gemeinsam auf dem Acker» von Dyttrich und Hösli (2015). Die beiden Bücher befassen sich jeweils im ersten Teil mit der Geschichte der solidarischen Landwirtschaft und sind im zweiten Teil eine Art Anleitung respektive Handbuch für die Gründung einer Solawi. Dabei werden alle relevanten Aspekte einer Solawi, wie zum Beispiel die Organisation (Genossenschaft, Verein etc.), die Finanzstrukturen oder das ökologische Bewirtschaften einer Landfläche, vorgestellt. «Sharing the harvest: a citizen's guide to Community Supported Agriculture» kann als Grundstein für die CSA-Bewegung weltweit angeschaut werden, während «Gemeinsam auf dem Acker» speziell für die Schweiz ein relevantes Werk ist. Auch die internationale Organisation URGENCI publizierte Werke, welche sinnvolle Ratschläge für die Gründung einer Solawi beinhalten, um so die bereits gewonnenen Erfahrungen an zukünftige Solawis weiterzugeben (URGENCI 2016a; URGENCI 2013). Für den konkreten Fall Schweiz ist nur wenig Literatur zu finden. Neben dem oben erwähnten Buch von Dyttrich und Hösli gibt es noch das grossangelegte Forschungsprojekt der Uni Bern mit dem Namen «Solidarökonomie und ökologischer Landbau». Dafür wurden über 50 solidarische Landwirtschaftsprojekte in der Schweiz und in den Nachbarländern befragt. Ziel dieser Forschung ist es, «die Verbindung zwischen Biolandbau und Solidarökonomie als neues, zukunftsweisendes Modell besser [zu verstehen]» (Universität Bern 2019). Das Projekt ist zur Zeit noch im Gange und folglich wurden bis jetzt noch keine Resultate publiziert. Weiter sind noch wenige kurze Artikel bezüglich der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz in Fachzeitschriften zu finden (Egloff et al. 2014; Siegenthaler 2016; Rebholz 2015).

Ebenfalls kaum Literatur ist bezüglich der konkreten Entwicklungsmöglichkeiten und der Zukunftspläne der Solawi zu finden. Einer der wenigen Berichte wurde 2017 vom Landwirtschaftsministerium der Vereinigten Staaten USDA publiziert und befasst sich mit Trends und Entwicklungen von verschiedenen Solawis in den USA. Dabei werden u.a. konkrete



Produkterweiterungen und neue Verteilsysteme, welche in den USA beobachtbar sind, vorgestellt (USDA 2017). Amerikanische Solawis unterscheiden sich aber deutlich von den schweizerischen Solawis<sup>3</sup> und der Bericht behandelt die Trends nur kurz, sodass der Bericht nicht für eine Beurteilung der Entwicklungen in der Deutschschweiz verwendet werden kann. Rommel (2018) behandelt in seiner Arbeit das Potenzial von einer solidarischen Wirtschaft in unterschiedlichen Wirtschaftsbranchen und erforscht demzufolge die Entwicklung von solidarischer Landwirtschaft in ganz anderen Branchen. Er nennt dies CSX<sup>4</sup>. Rommel (2018) kommt zum Schluss, dass sich das Prinzip auf andere Wirtschaftssektoren übertragen lässt, die Form sich jedoch durch die Übertragung verändern wird und es wird schwierig zu definieren sein, ob ein Projekt noch immer den ursprünglichen solidarischen Landwirtschaftsprinzipien entspricht oder nicht.

Zusammenfassend halte ich fest, dass die Anzahl an Literatur zu solidarischer Landwirtschaft in den vergangenen Jahren stetig zugenommen hat und einen breiteren Anklang in der Wissenschaft findet. Besonders in den USA wird diese Form der Landwirtschaft immer stärker erforscht und man findet mittlerweile Literatur zu diversen Aspekten. Gleichzeitig ist aber auch deutlich erkennbar, dass die solidarische Landwirtschaft immer noch ein junges Phänomen ist, welches noch nicht sehr vertieft untersucht wurde. Bei vielen Werken handelt sich um Übersichts-Berichte zu spezifischen Regionen, welche von solidarischen Landwirtschafts-Verbänden oder von staatlichen Institutionen veröffentlicht wurden. Auffallend ist aber, dass besonders bei studentischen Arbeiten neue Aspekte erforscht werden. Dieser Trend weist darauf hin, dass die solidarische Landwirtschaft in der akademischen Forschung an Relevanz gewinnt. Werke bezüglich konkreten Entwicklungen von CSAs, wie zum Beispiel der Ausbau des Produkteangebots, und besonders auch zu den Hintergründen und Herausforderungen dieser Entwicklungen sind aber praktisch nicht zu finden. Demzufolge kann dies als Forschungslücke bezeichnet werden, welche ich durch meine Masterarbeit versuche zu verkleinern.

## 2.2 Forschungsgegenstand und Forschungsfrage

Für das Erstellen der Forschungsfrage waren für mich besonders zwei Aspekte relevant. Zum einen habe ich bereits ganz zu Beginn meines Forschungsprojektes erkannt, dass sich die in der Einleitung aufgezeigte Situation im Bereich der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz sehr interessant präsentiert. Der starke Fokus auf die Gemüseproduktion bei den Solawis und die Frage, wie es mit diesen Projekten weiter gehen wird, hat mich sehr interessiert und folglich die Basis für meine Forschungsfrage gelegt. Zusätzlich hat mich der in 2.1 präsentierte Forschungsstand in meinem Vorhaben gestützt, konkrete Entwicklungen bei solidarischen Landwirtschaftsprojekten zu untersuchen, da dies bisher noch nicht vertieft erforscht wurde. Natürlich ist der regionale Aspekt in meiner Arbeit sehr wichtig, da ich mich mit der Situation in der Schweiz auseinandersetze und in 2.1 die starken

---

<sup>3</sup> Wird in 3.3 behandelt.

<sup>4</sup> Eine Begriffsbildung, welche sich am englischen Begriff *Community Supported Agriculture* anlehnt, jedoch *Agriculture* durch ein *X* für die unterschiedlichen Wirtschaftssektoren ersetzt.

regionalen Unterschiede bereits angesprochen habe. Trotzdem glaube ich, dass die Resultate meiner Masterarbeit auch für andere Regionen wertvoll sein können, da auch regional unterschiedliche CSA-Bewegungen die gleichen Kernprinzipien als Grundlage haben. so einen Beitrag zur Forschung bezüglich der solidarischen Landwirtschaft leisten können.

Auch mit Hilfe der Unterstützung der Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft, welche mich in Bezug auf die Relevanz der Forschungsfrage gut beraten konnte, wurde schlussendlich folgende Forschungsfrage mit den vier dazugehörigen Unterfragen definiert:

***Welche Weiterentwicklungen und Ideen in Bezug auf Produktvielfalt und Vertrieb der Produkte sind in der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz geplant oder bereits umgesetzt?***

- *Welche Motivationen stecken hinter allfälligen Änderungen im Bereich der solidarischen Landwirtschaft?*
- *Welche Herausforderungen entstehen durch die Weiterentwicklungsprozesse für die Solawis?*
- *Wie nehmen jetzige Mitglieder Entwicklungspläne und Änderungen der Solawis wahr?*
- *Wie wirken sich Weiterentwicklungen auf die Grundprinzipien der solidarischen Landwirtschaft aus?*

## 3 Solidarische Landwirtschaft

Um die empirische Forschung dieser Arbeit verstehen zu können, muss zuerst das Forschungsobjekt *Solidarische Landwirtschaft* näher beleuchtet werden. In diesem Kapitel wird deshalb ein fachlicher Rahmen für meine Forschungsarbeit geschaffen. Zu Beginn wird die Entstehung der solidarischen Landwirtschaft präsentiert. Anschliessend zeige ich auf, was unter solidarischer Landwirtschaft zu verstehen ist und welche anderen Begriffe für gleiche oder ähnliche Formen der Landwirtschaft existieren. Im Anschluss daran wird die Entwicklung der solidarischen Landwirtschaft weltweit näher beleuchtet, gefolgt von einem Überblick über die Situation der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz.

### 3.1 Geschichtlicher Kontext

Der Grundstein für die solidarische Landwirtschaft wurde 1971 in Japan gelegt. Der Anstoss dafür waren in der industriellen Landwirtschaft gebrauchte Chemikalien, welche eine Gefahr für den Menschen und die Umwelt darstellten. Das Quecksilber im Abwasser gelangte über die Fische in den Körper der lokalen Bevölkerung und führte zu ca. 3000 Todesfällen (Dyttrich & Hösli 2015: 23). Als Reaktion auf den Gebrauch dieser Chemikalien schlossen sich mehrere Hausfrauen mit einem Bauern zusammen und gründeten eine Konsumenten-Produzenten Beziehung. Dabei wurden Nahrungsmittel gegen Geld und Mithilfe auf dem Feld eingetauscht. Diese Zusammenarbeit ermöglichte es den KonsumentInnen, direkt einen Einfluss auf die Produktion ihrer Nahrungsmittel zu nehmen und die KonsumentInnen konnten folglich auf die mit Chemikalien bearbeiteten Nahrungsmittel aus der industriellen Landwirtschaft verzichten. Diese Form der Landwirtschaft wird in Japan *Teikei* genannt und wird als erste Form der CSA angesehen (Henderson 2010: 1f.; Schnell 2007: 552; Scharrer & Rist 2017: 6).

Wenige Jahre später wurde in der Schweiz ein sehr ähnliches Projekt gestartet. 1978 wurde in Genf die erste europäische CSA *Les Jardins de Cocagne* gegründet (Dyttrich & Hösli 2015: 23). Wie im Buch von Dyttrich und Hösli (2015: 23) zu lesen ist, war die Unzufriedenheit der GründerInnen mit der aktuellen Wirtschaftsform ausschlaggebend für die Entwicklung der ersten solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz. Da aus der Perspektive der GründerInnen weder der Markt, noch der Staat für eine funktionierende Wirtschaft sorgen konnten, wurde eine eigene Alternative geschaffen. Unter der Leitung von Reto Cadotsch haben sich mehrere Privatgärten zusammengeschlossen und starteten damit, Gemüse zu produzieren. Daraus entwickelte sich *Les Jardins de Cocagne* (Dyttrich & Hösli 2015: 23). Spannend zu sehen ist, dass die Gründung völlig unabhängig von der Entwicklung der *Teikeis* in Japan geschah (Henderson 2010: 2). Die Inspiration für die Gründung von *Les Jardins de Cocagne* kam zum einen aus Frankreich, zum anderen aus Chile. So lernte Reto Cadotsch in der Bretagne ein Modell im Bereich der Tiermedizin kennen, bei welchem die Kunden einen Fixpreis für ein Jahr bezahlten und dafür das ganze Jahr medizinische Leistungen in Anspruch nehmen konnten. Man kann es als eine Art

Tierarztabo anschauen (Dyttrich & Hösli 2015: 23f.). Zusätzlich inspirierten die Bauern-Zusammenschlüsse in Chile die jungen Genfer GründerInnen, eine Gemeinschaft zu gründen, welche gemeinsam Nahrungsmittel füreinander produziert (Henderson 2010: 2).

Es entwickelten sich also unabhängig voneinander innerhalb wenigen Jahren in Japan und in der Schweiz solidarische Landwirtschaftsprojekte, welche fast komplett losgelöst vom Markt und Staat agieren konnten. Bei beiden Projekten war der Zusammenschluss von Menschen mit einem gemeinsamen Bedürfnis zentral. Die dadurch gebildeten Gemeinschaften waren für die jeweiligen Projekte eine notwendige Basis. So hätte die erste Teikei nicht funktioniert, wenn es keine Gruppe gegeben hätte, welche nicht-verseuchte Nahrungsmittel erhalten wollte. Und auch Les Jardins de Cocagne wäre nie zustande gekommen, wenn sich nicht mehrere Personen bereit erklärt hätten, ihren Garten für die Gemüseproduktion anzubieten und selbst mitzuarbeiten.

Neben Les Jardins de Cocagne bildeten sich in der Schweiz relativ schnell drei weitere CSAs. Eine davon war *Topinambur* aus der Region Zürich. Diese Gemüse-Genossenschaft war ein wichtiger Faktor für die globale Verbreitung der solidarischen Landwirtschaftsform. So zog in den 80er Jahren ein junger Amerikaner namens Jan Vandertuin, welcher für einige Jahre in Zürich wohnte und mit Topinambur in Kontakt kam, zurück nach Nordamerika. In Nordamerika, genauer gesagt in den USA startete Vandertuin zusammen mit einer Freundin, Robyn Van En, ein solidarisches Landwirtschaftsprojekt. Sie arbeitete bereits auf einer Farm, wollte aber die Nähe der ProduzentInnen und KonsumentInnen stärker in den Vordergrund stellen. Also wurden die Ideen der solidarischen Landwirtschaft, welche Vandertuin aus der Schweiz importierte, genutzt, um diese Nähe zwischen den beiden Akteursgruppen in der Landwirtschaft zu schaffen. Robyn Van En war dann später auch für die simple Definition einer CSA, welche auf Seite 12 gezeigt wird, verantwortlich (Cooley & Lass 1998: 227; Dyttrich & Hösli 2015: 23-27). An dieser Definition ist auch zu erkennen, dass die Beziehung zwischen ProduzentIn und KonsumentIn für Van En im Zentrum stand, wobei die ökologische Landnutzung noch kein Hauptkriterium für solidarische Landwirtschaft war.

Die solidarische Landwirtschaft ist in den 1970er Jahren entstanden und basiert auf unterschiedlichen Bedürfnissen. Sei es die Loslösung vom kapitalistischen Markt, die Kontrolle über die Nahrungsmittelproduktion oder das Erschaffen einer stärkeren ProduzentInnen/KonsumentInnen-Beziehung. Trotzdem sind oder waren sich die unterschiedlichen Projekte sehr ähnlich und es können alle als CSA bezeichnet werden. Geographisch sind Japan, Europa und Nordamerika zentrale Regionen für die Verbreitung von solidarischer Landwirtschaft.

## 3.2 Definitionen und Begriffe

Als ich mit dieser Forschungsarbeit begonnen hatte, waren mir die Grundprinzipien der solidarischen Landwirtschaft und deren übergeordneten Ziele bereits bekannt. Trotzdem war es für mich extrem schwierig, mich zwischen all diesen unterschiedlichen Definitionen von solidarischer Landwirtschaft oder ähnlichem zurechtzufinden. Betrachtet man diese spezielle Form der Landwirtschaft auf einer globalen Ebenen, so trifft man unzählige Begriffe an. Wie im vorangegangenen Kapitel bereits erwähnt, wird diese Form der Landwirtschaft in Japan zum Beispiel Teikei genannt. Weitere Begriffe sind u.a. CSA, Solawi oder ASC. Das amerikanische Landwirtschaftsministerium USDA verweist ebenfalls auf diese Problematik und schreibt in einem ihrer Berichte bezüglich ihrem Versuch, die Anzahl an solidarischen Landwirtschaftsinitiativen zu bestimmen: «*The CSA definition and counting has only become more difficult*» (USDA 2017: 2). Für mich war es folglich die logische Konsequenz, dass diese Forschungsarbeit eine Übersicht über die gängigsten Definitionen beinhalten muss. Diese werden im Folgenden präsentiert.

Der Begriff, welchen man in der Literatur ganz klar am meisten antrifft, lautet *Community Supported Agriculture*, kurz *CSA*. Dieser Begriff ist weltweit verständlich und wird in unterschiedlichen Publikationen als Überbegriff für ähnliche Projekte verwendet. In der Einleitung wurde bereits kurz das Buch «*Sharing the harvest: a citizen's guide to Community Supported Agriculture*» von Henderson und Van En (2007) erwähnt. Das Buch ist eine wichtige Grundlage für solidarische Landwirtschaft weltweit und wird in sehr vielen Artikeln oder Büchern zitiert (u.a. in Moellers & Birhala 2014; Adam 2006 oder Galt et al. 2017). Die in 2.1 erwähnte Gründerin der ersten amerikanischen CSA, Robyn Van En, ist Mitautorin dieses Buches und stellte in diesem Buch eine ganz simple Definition für *Community Supported Agriculture* auf:

**«*Food producers + food consumers + annual commitment to one another = CSA and untold possibilities*» (Henderson & Van En 2007: 3)**

Auch URGENCI, das internationale Netzwerk für CSA, bezieht sich auf die Grundsätze dieser simplen Definition von Van En (URGENCI 2016a: 16). Dies ist zweifellos kein Zufall, denn Van Ens Autorenkollegin Elisabeth Henderson ist die Ehrenpräsidentin dieses Netzwerkes. Die oben präsentierte Definition beinhaltet die bindende Beziehung zwischen Produzenten und Konsumenten und ist sehr kurz gehalten. Da diese Definition noch sehr viel Spielraum offen lässt, präsentiert URGENCI in einem Übersichtsbericht über CSAs in Europa aus dem Jahre 2016 eine zusätzliche und ausführlichere Definition:

*«CSA is a direct partnership between a group of consumers and producer(s) whereby the risks, responsibilities and rewards of farming activities are shared through long-term*

*agreements. Generally operating on a small and local scale, CSA aims at providing quality food produced in an agroecological way.» (URGENCI 2016b: 8)*

Auffallend beim Vergleich von Van Ens kurzgehaltener Definition auf der vorherigen Seite und der URGENCI-Definition sind die zusätzlichen Aspekte Risikoteilung, lokale Ebene und ökologische Nahrungsmittelproduktion. Diese Definition des Netzwerkes URGENCI beinhaltet meiner Meinung nach alle wichtigen Aspekte und beschreibt eine Community Supported Agriculture prägnant. Dennoch fällt auf, dass nicht einmal das Netzwerk URGENCI immer die gleichen Definitionen verwendet: So werden in einem Bericht von 2013 (URGENCI 2013: 6) und in der Europäischen CSA-Deklaration von 2016 (URGENCI 2016c: 1) Definitionen präsentiert, welche die ökologische Nahrungsmittelproduktion nicht direkt beinhalten. In beiden Berichten spricht man lediglich von der «*Verantwortung (...) der Landwirtschaft*». Diese Divergenz von Definitionen verweist auf die grosse Spannweite von den unter CSA zusammengefassten Projekten. Es ist zentral zu verstehen, dass sich die einzelnen Projekte, trotz ähnlichen Grundprinzipien, in der Ausführung stark unterscheiden können und keine streng definierte Form dieser Art von Landwirtschaft existiert (URGENCI 2016b: 8).

Da sich diese Forschungsarbeit mit dem deutschsprachigen Teil der Schweiz befasst, ist es wichtig, die gängigen Begriffe für den deutschsprachigen Raum aufzuzeigen. In der deutschsprachigen Literatur zum Thema CSA trifft man zwei Bezeichnungen regelmässig an. Dies ist zum einen (1) *solidarische Landwirtschaft*, kurz Solawi, zum anderen (2) *regionale Vertragslandwirtschaft*, kurz RVL. Doch welcher Begriff ist nun sinnvoller? Während in Deutschland solidarische Landwirtschaft der dominante Begriff ist (URGENCI 2016b: 38), werden in der Schweiz beide Begriffe parallel verwendet und akzeptiert. So gibt es in der Schweiz den Verband für regionale Vertragslandwirtschaft (RVL), wie auch die Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft. Dies sind keinesfalls gegeneinander arbeitende Institutionen, sondern Institutionen, welche sich gegenseitig ergänzen. Bettina Dyttrichs bekanntes Buch für die Schweiz hat den Titel «Gemeinsam auf dem Acker - Solidarische Landwirtschaft in der Schweiz». Die Autorin verwendet also den Begriff solidarische Landwirtschaft für den Titel, schreibt in der Einleitung aber Folgendes: «*Ich verwende in diesem Buch die Begriffe solidarische Landwirtschaft, regionale Vertragslandwirtschaft und den international gängigen Ausdruck CSA (Community Supported Agriculture). Sie stehen alle für das Gleiche*» (Dyttrich & Hösli 2015: 9). Diese Aussage macht klar, dass alle Begriffe synonym verwendet werden können. An dieser Stelle muss ich aber auch erwähnen, dass ich von einer zum Thema forschenden Person in der Schweiz darauf aufmerksam gemacht wurde, dass ihrer Meinung nach unterschiedliche Begriffe für unterschiedliche Formen von Projekten stehen. Die beteiligten Akteure in der Schweiz sind sich in der Begriffsfrage also nicht vollkommen einig. Ich halte mich aber an die Aussage von Bettina Dyttrich und betrachte die Begriffe als sinngleich. Zur Vollständigkeit erwähne ich hier auch noch den im französischsprachigen Teil der Schweiz verwendeten Begriff: In der Westschweiz wird von *Agriculture Contractuelle de Proximité*, kurz ASC gesprochen.

Nach einigen Gesprächen und nach der Recherche in der Literatur bin ich zum Schluss gekommen, dass es keine grosse Rolle spielt, für welchen Begriff man sich entscheidet. So schreibt Henderson (2010: 1) in einem ihrer Artikel: «*The names may be different but the essence is the same*». Vielmehr steht die klare Deklaration im Vordergrund, welchen Begriff man selbst braucht. Für meine Forschungsarbeit lehne ich mich an die auf Seite 12/13 gezeigte übergeordnete Definition einer CSA von URGENCI. Als deutschen Begriff verwende ich den Begriff *solidarische Landwirtschaft* (Solawi). Zum einen aufgrund des Buches «Gemeinsam auf dem Acker» von Bettina Dyttrich und zum anderen, weil mir persönlich die Beschreibung *solidarisch* sehr passend für die Risikoteilung zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen erscheint. Als übergeordneten Begriff verwende ich die Bezeichnung CSA. CSA beinhaltet alle Projekte weltweit, welche ähnlichen Prinzipien folgen und ist der international gängigste Begriff.

### 3.3 Entwicklungen weltweit

Da in Kapitel sechs und sieben die empirisch erhobenen Daten bezüglich den Entwicklungen im Bereich der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz besprochen werden, ist es wichtig, in diesem Kapitel hier zuerst aufzuzeigen, wie sich die solidarische Landwirtschaft seit dem Beginn der Bewegung in den 1970er Jahren global entwickelt hat. Damit sollen die verschiedenen Richtungen aufgezeigt werden, in die sich eine regionale, solidarische Landwirtschaft entwickeln kann. Infolgedessen wird in den folgenden Abschnitten sowohl auf die globale Verbreitung von CSAs, wie auch auf regionale Trends und Entwicklung eingegangen. Da bisher vor allem Literatur für die USA und Europa zu finden ist, werden diese beiden Regionen im Folgenden genauer vorgestellt.

Weltweit sind immer mehr solidarische Landwirtschaftsprojekte entstanden. Es ist schwierig zu sagen, wie viele CSAs global tatsächlich existieren, da keine exakten Zahlen dafür vorliegen. Doch Berichte aus Europa oder den USA weisen auf einen konstanten Zuwachs an neuen Projekten hin (Galt et al. 2011; URGENCI 2016b; USDA 2017). Auch in anderen Regionen, wie zum Beispiel in China, sind neue CSA Projekte am Entstehen (IPES-Food 2018: 56). Einzig für Japan gibt es Berichte von einer Stagnierung oder sogar einer Abnahme der Mitgliederzahlen (Hatano 2008: 23). Die Vernetzung zwischen den einzelnen Projekten auf regionaler Ebene, wie auch die globale Vernetzung zwischen unterschiedlichen Regionen wurde ebenfalls kontinuierlich intensiviert. Viele Länder besitzen mittlerweile einen eigenen nationalen Verband oder ein Netzwerk, welcher oder welches sich für die solidarischen Landwirtschaftsprojekte einsetzt und den Austausch zwischen den Projekten fördert (URGENCI 2016b). Zusätzlich gibt es übergeordnete Zusammenschlüsse. Der grösste und wichtigste Zusammenschluss ist URGENCI. Dabei handelt es sich um ein globales Netzwerk, welches sich *International Network for Community Supported Agriculture* nennt und regelmässig Konferenzen veranstaltet, an welchen sich beteiligte Akteure von der ganzen Welt treffen und den Austausch untereinander fördern können. An diesen Treffen sind nicht nur Repräsentanten aus Ländern mit einer

ausgeprägten CSA-Bewegung anzutreffen. So nehmen zum Beispiel auch Teilnehmer aus Lateinamerika, Afrika oder Australien an den Zusammenkünften von URGENCI teil (Henderson 2010: 7ff.). An den internationalen Versammlungen wird auch jeweils für jeden Kontinent ein Vorgehen für die Zukunft präsentiert. Im «Geographical Plan» der internationalen URGENCI Konferenz aus dem Jahr 2015 heisst es beispielsweise unter Punkt eins für Lateinamerika: «*Find out what CSA values are shared and practised in LA*» (URGENCI 2015: 8). Besonders für neu entstehende Projekte kann ein solcher Wissensaustausch von grossem Nutzen sein, da Erfahrungen aus unterschiedlichsten Regionen und Projekten zusammengetragen werden.

## **USA**

In den USA sind 1985 die beiden ersten CSA Projekte entstanden. Seit der Gründung dieser beiden Projekte ist in den USA bezüglich solidarischer Landwirtschaft viel passiert. So ist die Anzahl an CSAs zwischen 2009 und 2015 von 2'250 auf 7'398 gestiegen und es existiert mittlerweile in jedem Bundesstaat mindestens eine CSA (Paul 2019: 164; USDA 2019a). Nicht nur die Anzahl der Projekte hat zugenommen, auch die durchschnittliche Mitgliederanzahl der solidarischen Landwirtschaftsprojekte ist gestiegen und weist auf ein Wachstum der einzelnen CSAs hin (USDA 2017: 3-16). Interessant ist auch die Entwicklung der angebotenen Produkte. Es fällt auf, dass die solidarische Landwirtschaft eine grosse Bandbreite an Produkten abdeckt. Dazu gehören unter anderem Käse, Fleisch, Wein oder auch Blumen und Seifen (USDA 2017: 7; Paul 2019: 163; Schnell 2007: 559). Ganz allgemein kann man festhalten, dass die CSA-Bewegung in den USA sehr innovativ ist. Neben der grossen Produktpalette gibt es auch neu entstehende Kooperationen zwischen CSAs und Krankenkassen, welche gesunde Nahrungsmittel fördern wollen und dadurch die Idee der Direktvermarktung und der Risikoteilung an ein breiteres Publikum bringen können (USDA 2017: 4). Die aufgezeigten Entwicklungen haben aber auch nicht zu vernachlässigende Konsequenzen auf die Grundwerte des solidarischen Landwirtschafts-Konzeptes. Besonders zu betonen sind die Konsequenzen auf (1) die Produktionsbedingungen und (2) die Rolle der Gemeinschaft. (1) Bei der Produktion in der amerikanischen solidarischen Landwirtschaft stehen die ökologischen Aspekte nicht mehr im Vordergrund. Im Jahre 2017 waren es nur noch 27% der CSAs, welche das Label «USDA Organic»<sup>5</sup> vorweisen konnten. 2001 lag dieser Wert noch bei 46% (USDA 2017: 4). Damit distanzieren sich die CSAs immer stärker vom verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt, welcher vom internationalen Netzwerk URGENCI gefordert wird. (2) Die Bedeutung der Gemeinschaft hat ebenfalls abgenommen. Während in der Gründungsphase der ersten CSAs die Beziehung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen eine zentrale Rolle eingenommen und die Projekte angetrieben hatte, wird die solidarische Landwirtschaft heute seitens der ProduzentInnen immer mehr als Marketing-Tool verwendet, um einen neuen Absatzmarkt in der Landwirtschaft zu kreieren (Adam 2006: 2; USDA

---

<sup>5</sup> «USDA Organic» ist das dominante Bio-Label in den USA und wird vom staatlichen Landwirtschaftsdepartement ausgestellt (USDA 2019b).



2017: 3ff.). Galt et al. (2016: 506f.) untersuchten den Staat Kalifornien, den Staat mit den meisten CSAs, auf allfällige Konkurrenz zwischen den einzelnen CSAs. Das Resultat ihrer quantitativen Forschung zeigt, dass durch die grosse Anzahl an Initiativen tatsächlich eine Konkurrenz untereinander wahrgenommen wird. Diese Konkurrenz hat laut den Autoren einen negativen Einfluss auf die Produzenten-Konsumenten-Beziehung und folglich auf die ganze Gemeinschaft, da sich KonsumentInnen in Folge des grösser werdenden Angebotes weniger stark mit einer CSA verbunden fühlen. Die Folge davon ist eine Erosion der Grundwerte der solidarischen Landwirtschaft (Galt et al. 2016: 506f.). Pole und Gray (2013: 97f.) erkennen ebenfalls Probleme bei der Gemeinschaft in der amerikanischen solidarischen Landwirtschaft und betonen, dass häufig gar keine tatsächliche Gemeinschaft vorhanden ist und die Produzentenseite alleine den Betrieb führt. Adam (2006: 2) nennt diese Form von CSA *farmer-driven*, da die ganze Organisation und Umsetzung durch die ProduzentInnenseite bestimmt und durchgeführt wird. Die KonsumentInnen nehmen dabei nur eine passive Rolle ein. Mittlerweile sind 75% aller CSAs in den USA *farmer-driven* oder auch *Subscription CSA* genannt (Adam 2006: 2). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die solidarische Landwirtschaft in den USA auf Kosten einer Lockerung der gemeinsamen Prinzipien für eine breitere Masse geöffnet hat.

## **Europa**

2016 veröffentlichte das Netzwerk URGENCI einen umfassenden Bericht mit den wichtigsten Eckdaten der solidarischen Landwirtschaft für fast alle europäischen Länder. Dieser Bericht ermöglichte es mir, einen vertieften Einblick in die solidarische Landwirtschaft in Europa zu erhalten. Betrachtet man Europa im Ganzen, zählt man ca. 2'800 CSAs, welche für knapp eine halbe Million Menschen Nahrungsmittel produzieren<sup>6</sup> (URGENCI 2016b: 9). Die beiden europäischen Länder, auf welche ich hier näher eingehen werde, sind Deutschland und Frankreich. Zum einen spielen beide Länder als Nachbarn eine wichtige Rolle für die solidarische Landwirtschaft in der Schweiz, zum anderen sind in beiden Ländern spannende solidarische Landwirtschaftsprojekte aktiv.

Frankreich ist das Land in Europa, welches mit Abstand die grösste CSA-Bewegung besitzt. So sind ca. 2'000 der 2'800 europäischen CSAs in Frankreich stationiert. Die Projekte werden *AMAP* genannt. Die Abkürzung steht für *Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne* und ist eine eingetragene Marke, welche nur beim Einhalten der Charta verwendet werden darf. Im Zentrum der meisten Projekte steht die Risikoteilung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen (URGENCI 2016b: 32ff.). So ist es üblich, dass sich bestehende Höfe mit KonsumentInnen zusammenschliessen und so eine Partnerschaft bilden, welche beiden Akteursgruppen helfen soll. Nur selten sind es die KonsumentInnen, welche selber einen Hof suchen und eine Initiative starten (Dyttrich & Hösli 2015: 41). Die Produktvielfalt in Frankreich ist sehr hoch. So kann man von Gemüse über Brot und Käse bis hin zu Fleisch alles von solidarischen Landwirtschaftsprojekten beziehen (Mundler 2013: 10ff.). Es ist

---

<sup>6</sup> Stand 2015.

schwierig zu sagen, wieso es zu dieser grossen Produktvielfalt gekommen ist. Die grosse Anzahl an CSAs in Frankreich kann natürlich zu einem starken Wissensaustausch führen und die Diversifizierung der einzelnen Projekte antreiben. Meiner Meinung nach könnte aber auch die Entstehungsform der CSAs in Frankreich ein zentraler Grund sein. Dadurch, dass sich KonsumentInnen jeweils mit bestehenden Höfen zusammengeschlossen haben, war das Wissen und die Infrastruktur bei der Produzentenseite für unterschiedliche Produkte bereits vorhanden. Dies ist anders, wenn die KonsumentInnen selbst ein Projekt lancieren, und praktisch von Null anfangen müssen. Ob dieser Zusammenhang tatsächlich vorhanden ist, lässt sich aber ohne Untersuchungen nicht definitiv feststellen.

Im Vergleich zu Frankreich beträgt die Anzahl der CSAs in Deutschland nur ca. 150-200 (URGENCEI 2016b: 38ff.). Die Projekte werden, wie in 3.2 bereits erwähnt, unter dem Namen Solawi zusammengefasst. Im Vergleich zum Durchschnitt der amerikanischen CSAs spielt bei der Entstehung von Solawis in Deutschland der ökologische Aspekt eine wichtige Rolle. In vielen Fällen ist die umweltschonende Nahrungsmittelproduktion sogar ein Hauptgrund für die Gründung einer Solawi (Kraiss & Van Elsen 2008: 45; URGENCEI 2013: 14f.; Wellner & Theuvsen 2016: 68f.). Obwohl viele Solawis in Deutschland erst nach 2010 entstanden sind, ist das solidarische Landwirtschaftskonzept in Deutschland schon länger bekannt. Bereits 1988 wurde die erste CSA namens *Buschberghof* gegründet. Dieser CSA-Hof in der Nähe von Hamburg existiert noch heute und liegt am Ursprung der solidarischen Landwirtschaftsbewegung in Deutschland. Interessant für mein Forschungsthema ist die Tatsache, dass der Buschberghof den ganzen Hof auf solidarische Landwirtschaft umgestellt hat. Fleisch- und Milchprodukte, Gemüse und sogar Brot werden angeboten, alles nach dem Konzept der solidarischen Landwirtschaft produziert und vertrieben (Kraiss & Van Elsen 2008: 44f.). Betrachtet man die interaktive Karte vom *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft*, fällt auf, dass der Buschberghof kein Einzelfall ist. Viele der dort ersichtlichen Solawis bieten eine breite Produktpalette an und haben das solidarische Landwirtschaftskonzept auf den ganzen Hof angewendet (Solidarische Landwirtschaft 2019; Dyttrich 2015: 7). Die in Deutschland dominante Form der solidarischen Landwirtschaft versucht also das Prinzip der solidarischen Landwirtschaft konsequent durchzusetzen und bleibt ihren Werten treu. Aber im Vergleich zu den USA und Frankreich besteht die Bewegung immer noch aus nur wenigen Menschen.

Betrachtet man Deutschland, Frankreich und die USA, so stellt man fest, dass die CSAs stark variieren können und die Anzahl an Projekten auch von den regionalen Definitionen abhängig ist. Während einige Projekte von den ProduzentInnen hauptsächlich aus wirtschaftlichen Gründen angetrieben werden, versuchen andere CSAs einen fairen Umgang mit unserer Umwelt zu stärken und bestehen aus einer Gemeinschaft, welche sowohl die ProduzentInnenseite, wie auch die KonsumentInnenseite beinhaltet. Diese unterschiedlichen Motivationen können auch die regionalen Entwicklungen erklären. In den USA entstehen laufend viele neue Projekte, welche das Konzept der solidarischen Landwirtschaft als neuen

Absatzmarkt sehen, während die Rücksicht auf die Umwelt und das Bestreben nach einer Gemeinschaft immer stärker abnimmt. In Frankreich spielen die fairen Bedingungen für die ProduzentInnen eine wichtige Rolle und viele Projekte entstehen aus dem Bedürfnis nach Risikoteilung. Die KonsumentInnen sind sich ihrer Verantwortung gegenüber der ProduzentInnen bewusst und nehmen diese auch ernst. Die konsequente Umsetzung einer nicht-markt-orientierten Wirtschaft und ein schonender Umgang mit der Umwelt treiben in Deutschland die Weiterentwicklungen der Solawis an. Spannend zu sehen wird sein, welche Entwicklungen in der Schweiz beobachtbar sind und welche Motivation dahinter stecken. Diese Punkte werden ab Kapitel 6 mit Hilfe der erhobenen Daten behandelt.

### 3.4 Solidarische Landwirtschaft in der Schweiz

Damit in Kapitel 6 und 7 die empirisch erhobenen Daten in den passenden Kontext gesetzt werden können, wird an dieser Stelle die Situation der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz genauer erörtert. Dabei gebe ich einen Überblick über den Verlauf der solidarischen Landwirtschaftsprojekte in den vergangenen knapp 40 Jahren in der Schweiz und anschliessend werden regionale Differenzen innerhalb der Schweiz aufgezeigt. Im Anschluss werden die wichtigsten drei Institutionen bezüglich solidarischer Landwirtschaft in der Schweiz vorgestellt.

Wie in 3.1 bereits kurz angetönt, hat sich die solidarische Landwirtschaft in der Schweiz bereits in den 80er Jahren entwickelt. Les Jardins de Cocagne war die erste ASC respektive Solawi in der Schweiz. Auf die Hintergründe der Entstehung wird hier nicht noch einmal eingegangen<sup>7</sup>. Im deutschsprachigen Teil der Schweiz war Agrico die erste Genossenschaft, welche nach den solidarischen Landwirtschaftsprinzipien Gemüse produziert und vertrieben hatte. Sie wurde 1983 gegründet. Agrico ist im Raum Basel verortet und ist mittlerweile die grösste Solawi der Schweiz mit über 2'000 AbonnentInnen (Dyttrich & Hösli 2015: 173ff.). In den darauffolgenden Jahren sind vor allem im französischen Teil der Schweiz vermehrt solidarische Landwirtschaftsprojekte entstanden, während die Entstehung von neuen Projekten in der Deutschschweiz nicht vorankam. So schreibt Dyttrich in einem Zeitungsartikel Anfangs 2009, dass man sich in der Deutschschweiz nicht viel unter dem solidarischen Landwirtschaftsprinzip vorstellen könne (Dyttrich 2009: 4). Die Ursachen dafür sind unklar, aber es scheint so, als ob das Projekt Les Jardins de Cocagne einen grossen Einfluss auf die Entwicklung der solidarischen Landwirtschaft in der Westschweiz genommen hatte und andere dazu inspirierte, neue Projekte auf die Beine zu stellen, während Agrico in der Deutschschweiz nicht die gleiche Wirkung hatte. Richtig gestartet hat die solidarische Landwirtschaftsbewegung in der Deutschschweiz erst ab ca. 2009 (Scharrer & Rist 2017: 7). Besonders die Gartenkooperative *ortoloco*, welche 2010 gegründet wurde, nahm für die in den folgenden Jahren entstandenen Projekte eine wichtige Vorreiterrolle ein (Dyttrich 2015: 7). Seit 2010 sind in der Deutschschweiz über zehn neue Projekte entstanden (SOLAWI

---

<sup>7</sup> Siehe 3.1 Geschichtlicher Kontext.

2019c). Inzwischen existieren ca. 40 bis 60 unterschiedliche Projekte in der ganzen Schweiz<sup>8</sup>, der Grossteil davon in der französischen und deutschen Schweiz. Im Tessin findet man einzig die Genossenschaft *ConProbio*, welche eine solidarische Form von Landwirtschaft betreibt (Scharrer & Rist 2017: 7).

Die Sprache ist aber nicht der einzige Unterschied zwischen der französischsprachigen und der deutschsprachigen solidarischen Landwirtschaft. Die räumliche Verteilung hat auch einen Einfluss auf die Form der solidarischen Landwirtschaftsprojekte genommen. Bei einer Internetrecherche bezüglich den existierenden Solawis in der Westschweiz hat sich gezeigt, dass verschiedene Projekte bestehen, bei welchen mehrere bereits zuvor existierende ProduzentInnen gemeinsam eine solidarische Landwirtschaft betreiben. Das bedeutet, dass Bäuerinnen und Bauern, welche bereits seit Jahren in der Landwirtschaft tätig sind, sich zusammengeschlossen haben und zumindest einen Teil ihrer Produktion und des Vertriebes auf solidarische Landwirtschaft umstellten. Ein Beispiel für ein solches Projekt ist der Verein *croQu'terre* aus dem Kanton Fribourg (CroQu'terre 2019). Diese Form der Entstehung macht es für eine Solawi einfacher, spezialisierte Produkte anzubieten, da die Infrastruktur bei den Höfen häufig bereits vorhanden ist. Es überrascht daher auch nicht, dass in der Westschweiz bereits eine deutlich höhere Produktvielfalt wahrgenommen werden kann, als es in der Deutschschweiz der Fall ist (Egloff et al. 2014: 6).

Im Vergleich zum französischen Teil wird in der Deutschschweiz die solidarische Landwirtschaft stärker von Konsumenten-Bewegungen dominiert. Üblicherweise schliesst sich eine Gruppe von KonsumentInnen, welche meist mit den vorgefundenen landwirtschaftlichen Umständen unzufrieden sind, zusammen und gründet eine Solawi. Diese Personen bilden dann die Betriebsgruppe (BG) der Solawi und starten dann mit der Suche nach potentiellen Mitglieder, welche ebenfalls gerne ihre Produkte von diesem Projekt beziehen wollen. Bei dieser Art der Solawi ist zu Beginn häufig noch kein Land und nur wenig landwirtschaftliche Erfahrung vorhanden, jedoch eine starke Motivation seitens der BG. Dadurch entstehen vielfach Gemeinschaften mit starkem sozialen Zusammenhalt (Dyttrich & Hösli 2015: 7f.). Teil dieser Gemeinschaft zu sein, heisst bei den meisten Solawis in der Deutschschweiz aber auch, dass man als KonsumentIn beim Hofbetrieb mitarbeitet. In den meisten Fällen ist klar definiert, wie viele Einsätze für ein bestimmtes Abo geleistet werden müssen. Bei der Berner Solawi *radiesli* sollten zum Beispiel acht Halbtage für ein Gemüseabo geleistet werden. Die Aufgaben werden von der BG zugeteilt und koordiniert (*radiesli* 2019). Auch das Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht bei Entscheidungen bezüglich der Solawi seitens KonsumentInnen ist ein Kernpunkt bei den Solawis. Da die meisten Solawis in der Schweiz als Genossenschaften oder Vereine organisiert sind, werden regelmässig Generalversammlungen organisiert, an welchem die KonsumentInnen mitsprechen können und so einen direkten Einfluss auf die Produktion der Nahrungsmittel nehmen können (URGENCE

---

<sup>8</sup> Die Anzahl CSAs in der Schweiz hängt von der Definition ab. So wird im europäischen Übersichtsbericht von URGENCE (2016b: 105) von 60 existierenden Projekten gesprochen, Scharrer und Rist (Scharrer & Rist 2017: 7) zählen 53 CSAs und die Kooperationsstelle spricht sogar nur von ca. 40 (SOLAWI 2019b).

2016b: 106f.; Siegenthaler 2016: 18). Ich wurde während meiner Forschungsarbeit mehrere Male darauf hingewiesen, dass man aufgrund der Organisationsform und dem Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht nicht von *KonsumentInnen* sprechen soll, sondern den Begriff *Mitglieder* verwenden soll. Infolgedessen wird ab hier im deutschschweizerischen Kontext nur noch von Mitgliedern gesprochen.

Nachdem es in der französischen Schweiz schon seit vielen Jahren eine starke solidarische Landwirtschaftsbewegung gegeben hatte, haben sich in den vergangenen zehn Jahren auch in der Deutschschweiz Projekte gebildet. Als Folge dieser immer grösser werdenden Solawi-Bewegung haben sich in der Schweiz Zusammenschlüsse gebildet, welche sich für die solidarische Landwirtschaft einsetzen und deren Förderung vorantreiben wollen. Im Folgenden werden die drei zentralen Organisationen FRACP, Verband RVL und die Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft vorgestellt:

### **FRACP (Fédération Romande d’Agriculture Contractuelle de Proximité)**

Der erste in der Schweiz gegründete Verband für solidarische Landwirtschaft ist FRACP aus der Westschweiz. Er wurde 2008 gegründet und ist für den ganzen französischsprachigen Teil der Schweiz zuständig. Der Fokus von FRACP liegt auf dem Wissensaustausch zwischen den einzelnen CSAs und der gegenseitigen Unterstützung bei der Verfolgung der gleichen Ziele. Dies gilt sowohl für bestehende, wie auch entstehende Initiativen. Bei der Gründung wurde eine für alle Mitglieder verpflichtende Charta erstellt, welche auf die Grundprinzipien der Ernährungssouveränität verweist<sup>9</sup> (FRACP 2019a). Die Anzahl der Mitglieder hat sich seit der Gründung von 13 auf 28 CSA erhöht (FRACP 2019b).

### **Verband regionale Vertragslandwirtschaft**

Der Verband regionale Vertragslandwirtschaft RVL ist das Gegenstück zum FRACP in der deutschsprachigen Schweiz. 2011 wurde der Verband durch fünf solidarische Landwirtschaftsinitiativen gegründet. Wie beim FRACP wurde 2012 vom Verband regionale Vertragslandwirtschaft eine Charta verabschiedet, welche die Werte des Verbandes vertritt und als Grundlage für den Beitritt zum Verband dient. Die Grundsätze sind identisch mit denen von FRACP, so ist der Kerngedanke ebenfalls die Förderung von regionaler Vertragslandwirtschaft mittels Wissensaustausch und Zusammenarbeit untereinander (Verband RVL 2019b). Die Mitgliederzahl steigt langsam aber kontinuierlich. Mittlerweile sind es 15 Initiativen, welche dem Verband angehören (Verband RVL 2019a).

---

<sup>9</sup> Der Begriff *Ernährungssouveränität* wurde durch Via Campesina 1996 geprägt und wird folgendermassen definiert: «*Food sovereignty is the peoples', Countries' or State Unions' RIGHT to define their agricultural and food policy, without any dumping vis-à-vis third countries*» (Via Campesina 2019).

### **Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft**

Die zweite wichtige Organisation in der Deutschschweiz ist die Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft. Es handelt sich hierbei um die jüngste der hier präsentierten Organisationen. Die Kooperationsstelle startete 2014. Die Entwicklung der Kooperationsstelle wurde stark von den GründerInnen von ortoloco vorangetrieben, was die Rolle von ortoloco für die solidarische Landwirtschaft in der Deutschschweiz nochmals verdeutlicht (Loconomie 2015). Zu den Kernaufgaben der Kooperationsstelle gehören Öffentlichkeitsarbeit, ein Lehrgang für solidarische Landwirtschaft und die Beratung bei Neugründungen von CSAs. Ein Aspekt, welcher ebenfalls stark von der Kooperationsstelle gefördert wird, ist die gesamtbetriebliche Umsetzung der solidarischen Landwirtschaft. Konkret bedeutet das, dass alle Produkte eines Hofes nach den solidarischen Landwirtschaftsprinzipien produziert und vertrieben werden (SOLAWI 2019a). Ausserdem hat die Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft drei Kernprinzipien definiert, welche für alle Solawis gelten sollen (SOLAWI 2019d):

1. Betriebsbeitrag statt Produktpreise
2. Kontinuität und Verbindlichkeit
3. Partizipation

Diese Kernprinzipien fassen prägnant zusammen, was die meisten CSAs weltweit umsetzen. In Kapitel 7 werde ich mich wieder auf diese Kernprinzipien beziehen und anschauen, welche Auswirkungen Weiterentwicklungen von Solawis auf die drei Kernprinzipien haben können.

Die Situation der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz ist an einem spannenden Punkt angekommen. Es haben sich in den vergangenen Jahren verschiedene Solawi-Projekte und Koordinationsverbände gebildet und haben damit eine gute Basis für ein längerfristiges Bestehen von solidarischer Landwirtschaft in der Schweiz geschaffen. Es wird nun interessant sein zu sehen, in welche Richtung sich die Projekte der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz entwickeln werden.

## 4 Theoretischer Zugang

Um die erhobenen Daten besser verstehen und einordnen zu können, habe ich mich dafür entschieden, die Diverse Economy-Theorie von Gibson-Graham zu verwenden. Die zentralen Aspekte dieser Theorie werden in den folgenden Abschnitten besprochen. In 4.1 wird der Diverse Economy-Ansatz von Gibson-Graham näher vorgestellt. Anschliessend wird in 4.2 ein Teilaspekt der Diverse Economy, die sogenannte Community Economy präsentiert und in 4.3 wird die Diverse Economy-Theorie im Kontext des Nahrungsmittelsektors beleuchtet. Dabei wird auch aufgezeigt, welche Vorteile diese Theorie für meine Forschungsarbeit zum Thema solidarische Landwirtschaft birgt. Zum Schluss dieses Kapitels verknüpfe ich die in 3.3 behandelten globalen Entwicklungen mit der Theorie von Gibson-Graham.

### 4.1 Diverse Economy

In einem 2008 publizierten Artikel sprechen Gibson-Graham von einer *Kapitalistischen Hegemonie*, welche seit den späten 1980er Jahren herrscht und lange Zeit keine Alternativen zulies (Gibson-Graham 2008: 613f.). Damit wollen die Autorinnen darauf hinweisen, dass der Kapitalismus häufig als gegeben angeschaut wird und man von einem globalen kapitalistischen System und einem kapitalistischen Markt ausgeht, welcher sich selbst regulieren soll. Die Wirtschaft wird in der Gesellschaft also häufig als homogenes Gebilde wahrgenommen, welches mit dem Kapitalismus gleichgesetzt wird (Gibson-Graham et al. 2013: 10). Dabei werden aber mögliche andere Wirtschaftsformen komplett ausgeblendet und die Komplexität der Wirtschaft nicht wahrgenommen und berücksichtigt. Gibson-Graham fragen folglich in ihrem Buch «The End of Capitalism» durchaus berechtigt, wieso man zum Beispiel die Vereinigten Staaten von Amerika ein kapitalistisches Land nennt, während man das Land sinnvollerweise auch nicht als heterosexuell bezeichnet, begründet dadurch, dass die Mehrheit der Bevölkerung heterosexuell ist (Gibson-Graham 2006b: 2). Dieser einseitigen Perspektive wollen die Autorinnen der Diverse Economy-Theorie entgegenwirken und sie versuchen, die Perspektive zu öffnen, um so die in der Ökonomie vorhandene Diversität aufzuzeigen. Dafür verwenden Gibson-Graham das Eisbergmodell (siehe Seite 23). Das Modell soll helfen, die Wirtschaft allumfassend abzubilden.

Abbildung 1: Eisbergmodell Diverse Economy



Quelle: Gibson-Graham (2006a: 70)

Mit Hilfe der Abbildung 1 soll verbildlicht werden, dass neben den kapitalistischen Wirtschaftsformen (entsprechen dem sichtbaren Teil des Eisbergs) auch eine grosse Anzahl an nicht-kapitalistischen Wirtschaftsformen existieren, welche aber ebenso für die Gesellschaft, sowie auch für den Wohlstand unverzichtbar sind (entspricht dem grossen Teil des Eisbergs, welcher sich unter der Wasseroberfläche befindet). In Abbildung 1 würde der Eisberg zusammenbrechen, gäbe es die Basis unter der Wasseroberfläche nicht. Gibson-Graham wollen mit der Grafik zeigen, dass auch die Wirtschaft nicht funktionieren würde, gäbe es die nicht-kapitalistischen Wirtschaftsformen, welche das gesamte System stützen (Gibson-Graham 2006a: 70). Um diese Beziehung zwischen kapitalistischen und nicht-kapitalistischen Wirtschaftsformen aufzuzeigen, reicht ein simples Beispiel: Nehmen wir als Beispiel eine Familie mit zwei Kindern und zwei vollbeschäftigten Elternteilen. Abgesehen von der Kindertagesstätte werden die Kinder an gewissen Tagen auch von deren Grosseltern betreut. Würden die Grosseltern plötzlich aufhören, die Kinder zu betreuen, könnten die Eltern nicht mehr im gleichen Umfange ihrer Arbeit nachgehen oder müssten die Kinder jeden Tag in die Kindertagesstätte geben und hätten folglich höhere Ausgaben. Die freiwillige unbezahlte Betreuung der Grosseltern stützt somit die bezahlte Arbeit der Eltern, welche den Prinzipien des Kapitalismus entspricht. Die Bedeutung der nicht-kapitalistischen Wirtschaft ist also unerlässlich für unsere Gesellschaft, wird aber häufig nicht als solche erkannt.

Damit die nicht-kapitalistischen Wirtschaftsformen eine stärkere Aufmerksamkeit erhalten, schlagen Gibson-Graham die **Sprache der Diverse Economy** vor. Das Ziel dessen ist es, dass durch die Benennung der unterschiedlichen Wirtschaftsformen ein Diskurs entstehen kann und dadurch die kapitalistische Hegemonie geschwächt wird. So soll nicht mehr von Alternativen gesprochen werden, welche alle unter dem Begriff *Alternativen* zum Kapitalismus zusammengefasst werden, sondern die einzelnen Wirtschaftsformen sollten beim Namen genannt werden und als eigenständige Wirtschaftsformen wahrgenommen werden (Gibson-Graham 2006a: 53-57). Die Autorinnen nennen



dies *Reframing* der Ökonomie (Gibson-Graham et al. 2013: 6-10). Gibson-Graham erhoffen sich dadurch auch, dass die Bedeutung dieser gesellschaftlich sehr relevanten nicht-kapitalistischen Wirtschaftsformen stärker anerkannt wird. Für die Etablierung der Sprache wurden zu Beginn drei Wirtschaftspraktiken definiert, welche laut Gibson-Graham in ganz unterschiedlichen Formen in der Wirtschaft vorkommen: (1) Transaktionen, (2) Arbeit, (3) Unternehmen. Anschliessend wurden zu den jeweiligen Wirtschaftspraktiken kapitalistische und nicht-kapitalistische Beispiele gesammelt und in einer Tabelle dargestellt. Im Laufe der Zeit wurde die Auflistung durch die Wirtschaftspraktiken (4) Eigentum und (5) Finanzen ergänzt (Gibson-Graham 2006a: 53–71). Nachfolgend wird eine solche Tabelle mit den Wirtschaftspraktiken Eigentum und Finanzen mit Daten von Gibson-Graham (2011: 15) abgebildet. Die Autorinnen betonen, dass diese Tabelle nicht vollständig ist. Vielmehr schaffen sie mit dieser Tabelle einen Raum für Diversität und wollen damit aufzeigen, welche unterschiedlichen Formen in der Ökonomie existieren und infolgedessen auch wahrgenommen werden sollten (Gibson-Graham 2006a: 59-77). Die Tabelle wird von oben nach unten gelesen und zeigt jeweils in einer Spalte die unterschiedlichen Formen der entsprechenden Wirtschaftspraktik.

**Tabelle 1: Diverse Economy nach Gibson-Graham**

<b>ENTERPRISE</b>	<b>LABOR</b>	<b>PROPERTY</b>	<b>TRANSACTIONS</b>	<b>FINANCE</b>
CAPITALIST	WAGE	PRIVATE	MARKET	MAINSTREAM MARKET
ALTERNATIVE CAPITALIST	ALTERNATIVE PAID	ALTERNATIVE PRIVATE	ALTERNATIVE MARKET	ALTERNATIVE MARKET
State owned	Self-employed	State-managed assets	Fair trade	Cooperative Banks
Environmentally responsible	Reciprocal labor	Customary (clan) land	Alternative currencies	Credit unions
Socially responsible	In-kind	Community land trusts	Underground market	Community-based financial institutions
Non-profit	Work for welfare	Indigenous knowledge	Barter	Micro-finance
NON-CAPITALIST	UNPAID	OPEN ACCESS	NON-MARKET	NON-MARKET
Worker cooperatives Sole proprietorships	Housework Volunteer Self-provisioning	Atmosphere International Waters	Household sharing Gift giving	Sweat equity Family lending
Community enterprise Feudal Slave	Slave labor	Open source IP Outer Space	Hunting, fishing, gathering Theft, piracy, poaching	Donations Interest-free loans

eigene Darstellung, Daten: Gibson-Graham (2011: 15)

In Tabelle 1 ist zu sehen, dass tatsächlich eine Vielzahl an sehr unterschiedlichen Wirtschaftsformen existieren, welche aber häufig nicht in den Begriff Ökonomie eingebunden werden. So kann zum Beispiel der Besitz von privat, über staatlich oder gemeinschaftlich bis hin zu freizugänglich sein. Gibson-Graham et al. (2013: 12f.) betonen, dass zwischen den unterschiedlichen Wirtschaftspraktiken keine klar definierten Beziehungen existieren. So kann ein Wirtschaftsakteur in unterschiedlichen Bereichen gleichzeitig tätig sein und diese Wirtschaftspraktiken beliebig miteinander verbinden. Die Diverse Economy-Theorie ermöglicht dadurch eine umfassendere Analyse der Wirtschaft, als es eine kapitalistische Perspektive erlaubt, indem die vorhandene Diversität und Komplexität in der ökonomischen Landschaft berücksichtigt wird.

Der Diverse Economy-Ansatz ist in der geographischen Forschung mittlerweile weit anerkannt (Gritzas & Kavoulakos 2016: 918). Es gibt eine steigende Anzahl an Forschenden in diesem Bereich und auch ausserhalb der geographischen Gemeinde steigt die Aufmerksamkeit (Gibson-Graham 2008: 613f.). Trotzdem gibt es auch kritische Stimmen. So äussert Samers (2005: 876f.) seine Bedenken, dass laut der Diverse Economy-Theorie Wirtschaftsformen, welche nicht den kapitalistischen Normen folgen, automatisch als positiv angeschaut werden, nur weil sie nicht kapitalistisch sind. Dabei verweist Samers darauf, dass besonders im informellen Sektor die Gefahr von Ausbeutung ebenfalls sehr hoch sei und genau das sei einer der Aspekte, welchen Gibson-Graham am Kapitalismus stark kritisieren würden. Curry (2005) kritisiert ebenfalls die stark anti-kapitalistische Sichtweise von Gibson-Graham und schreibt: *«It leads to the inappropriate and theoretically inconsistent relabeling of economic practices to discursively cast them as 'good' or 'bad'»* (Curry 2005:127). Gibson-Graham (2008: 618ff.) reagieren auf die Kritik, indem sie ihre eigene Theorie als *Weak Theory* bezeichnen. Damit wollen die Autorinnen klar machen, dass die Diverse Economy-Theorie einzig helfen soll, die Vielfalt in der Ökonomie zu erkennen, nicht aber die unterschiedlichen Wirtschaftsformen in gut und schlecht zu unterteilen. So soll ihre Perspektive nicht eine dominante und einseitige Lösung darstellen, sondern vielmehr die Möglichkeit bieten, neue Sichtweisen auszuprobieren und offen gegenüber neuen Ansätzen zu sein. Bereits der offene Diskurs zu den unterschiedlichen Wirtschaftspraktiken durch die Forschenden sei ein Erfolg (Gibson-Graham 2008: 618ff.).

Obwohl Gibson-Graham betonen, dass ihre Theorie keine allgemeingültige Lösung darstellen soll und sie unterschiedliche Perspektiven fördern wollen, wird in ihren Texten deutlich eine eigene Haltung sichtbar. Die Autorinnen sehen ein grosses Potenzial in ökonomischen Praktiken, welche auf Gemeinschaften basieren. So schreiben sie in einem Artikel von 2008: *„We are not interested in performing difference per se, nor are we necessarily interested only in the growth of 'alternative' economic activities. Our political and strategic concern is to build community economies»* (Gibson-Graham 2008: 630). Diese angesprochene Community Economy wird im folgenden Kapitel näher vorgestellt.

## 4.2 Community Economy

In Tabelle 1 (siehe 24) sind verschiedene Wirtschaftspraktiken zu finden, welche auf Gemeinschaften beruhen. Dazu gehören das Gemeinschaftsunternehmen, der gemeinschaftliche Besitz von Land oder auch die auf einer Gemeinschaft basierende Finanzierung von Projekten. Genau diese Wirtschaftsstrukturen wollen Gibson-Graham stärken und festigen. Die beiden Autorinnen wollen dadurch erreichen, dass die kapitalistische Hegemonie geschwächt und sogar beendet werden kann und die Community Economy in der Wirtschaft eine wichtige Rolle übernehmen kann (Gibson-Graham 2006a: 79). Ganz grundsätzlich wird die Community Economy als etwas beschrieben, bei welcher nicht der ökonomische Profit im Vordergrund steht, sondern die Beziehungen zwischen den einzelnen Akteuren, aber auch die Beziehung zwischen dem Menschen und der Natur. Gibson-Graham beschreiben die Community Economy als *«simply economic spaces or networks in which relations of interdependence are democratically negotiated by participating individuals and organizations»* (Gibson-Graham 2008:627). Diese Überlegung ist nicht neu, wie Gibson-Graham selber schreiben. Die Wiedereinbettung der Ökonomie in gesellschaftliche Strukturen ist im Gebiet der alternativen Wirtschaftsmodellen ein weit verbreiteter Ansatz. Es existieren weltweit bereits verschiedenste Projekte, welchen das Wohle der Gemeinschaft und seiner Umwelt zugrunde liegt. Jedoch werden diese Projekte häufig nicht als Teil der Wirtschaft angesehen (Gibson-Graham 2006a: 79ff.). Genau hier setzt die Sprache der Diverse Economy an. Indem Tabellen erstellt werden, welche diese Community Economy-Projekte beinhalten, Forschung dazu betrieben wird und so ein Diskurs darüber entstehen kann, können diese Projekte verstärkt als relevanter Teil der Ökonomie wahrgenommen werden. Die Hoffnung ist, dass dadurch mehr solche Projekte entstehen können und folglich der Einfluss dieser Community Economies zunehmen kann (Gibson-Graham 2006a: 79ff.). Fragt man sich nun, wieso Gibson-Graham die Diverse Economy und die Community Economy in ihren Werken erwähnen, kann dies ganz simpel und kurz erklärt werden: Die Diverse Economy ist das Instrument, welches genutzt wird, um die Diversität der Wirtschaft aufzuzeigen. Gibson-Graham verwendet das Instrument, um die Community Economy zu stärken.

Die Idee der Community Economy wird nicht von allen voll und ganz unterstützt. Eine meiner Meinung nach berechnete Kritik an der Community Economy ist die fehlende Definition des Begriffes Community. So sagt dieser Begriff nichts darüber aus, wie diese Gemeinschaften strukturiert sind und folglich auch nicht, wie Entscheidungsprozesse innerhalb der Gemeinschaften ablaufen. Somit könnten auch ausbeuterische und streng hierarchische Strukturen im Begriff Community Economy enthalten sein (Gritzas & Kavoulakos 2016: 923f.). Gibson-Graham erwähnen zwar die demokratischen Strukturen (siehe Zitat vorangegangener Abschnitt), nur wird der Begriff Community nicht eindeutig definiert. Für mein Forschungsobjekt Solidarische Landwirtschaft in der Deutschschweiz kann man aber davon ausgehen, dass die Entscheidungen demokratisch getroffen werden und keine, respektive nur flache

Hierarchien herrschen. Dementsprechend muss die Kritik für die vorliegende Forschungsarbeit nicht berücksichtigt werden.

Ein zweiter verbreiteter Kritikpunkt ist, dass die Community Economy nur eine wirtschaftliche Alternative auf der lokalen Ebene sei und so die kapitalistische Hegemonie nicht nachhaltig beeinflussen könnte (Smith 2012: 270; Jonas 2010: 19f.). Diese Kritik teile ich nicht, da es meiner Meinung nach durchaus möglich ist, dass Gemeinschaften auf der globalen Ebene existieren können. So gibt es zum Beispiel Dachorganisation oder Verbände, welche global miteinander kommunizieren und vernetzt sind, jedoch aus einzelnen lokalen Gemeinschaften bestehen. So ist dies auch im Falle der solidarischen Landwirtschaft beobachtbar (siehe 3.3). Und auch Gibson-Graham antworten auf die Kritik, dass Gemeinschaften ganz einfach auf jeder Ebene vorkommen können (Gibson-Graham 2008: 627).

In der vorliegenden Arbeit wird die solidarische Landwirtschaft empirisch näher beleuchtet. Diese Form der Landwirtschaft kann unterschiedliche Wirtschaftspraktiken verschieden kombinieren, basiert in den meisten Fällen aber auf dem Gemeinschaftsgedanken. So schreibt Cameron (2015: 4): «*CSA initiatives make explicit the interdependencies between rural producers and urban consumers and highlight how urban consumers have a role to play in maintaining and caring for the agricultural commons (...)*». Die solidarische Landwirtschaft entspricht demzufolge den von Gibson-Graham beschriebenen Prinzipien der Community Economy.

### 4.3 Diverse Economy im Nahrungsmittelsektor

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, ist es zwingend notwendig, dass der Nahrungsmittelsektor einen neuen Weg einschlägt, um die negativen Nebeneffekte der Produktion, des Transportes und der Konsumation eindämmen zu können. Dieser Mainstream-Weg, welcher den Nahrungsmittelsektor dominiert, folgt ganz klar den kapitalistischen Prinzipien. Gleichzeitig existieren weltweit aber auch viele und sehr unterschiedliche alternative Bewegungen, welche durch eine andere Form des Wirtschaftens versuchen, einen für die Zukunft besseren Weg zu entwickeln. Um die Rollen dieser Initiativen innerhalb der Wirtschaft zu erkennen, eignet sich die Diverse Economy-Theorie sehr gut, da hierbei der Fokus nicht auf den kapitalistischen Wirtschaftsformen liegt, sondern auf der gesamten Bandbreite der Ökonomie. Cameron und Gordon (2010) greifen deshalb den Diverse Economy-Ansatz auf und wenden diesen konkret auf den Nahrungsmittelsektor an. Die AutorInnen schreiben dazu, dass es sehr sinnvoll sei, den Nahrungsmittelsektor als heterogene Landschaft anzuschauen und von Diverse Economy zu sprechen, da die Strukturen und Beziehungen viel komplexer sind, als dies aus einer kapitalistischen Sichtweise wahrgenommen wird. Dies gilt nicht nur für die stark alternativen Initiativen, welche komplett vom Mainstream und somit von der kapitalistischen Ökonomie losgelöst sind, sondern auch für vermeintlich kapitalistische Unternehmen (Cameron & Gordon 2010: 4-8). Betrachtet man zum Beispiel eine globale Supermarktkette, welche grösstenteils marktorientierte Transaktionen macht, parallel dazu aber auch noch ein Spendenprogramm für ein gemeinnütziges

Projekt betreibt, so vermischen sich dabei kapitalistische und nicht-kapitalistische Wirtschaftsformen. Auf der anderen Seite erwähnen Cameron und Gordon Gemeinschaftsgärten, welche bezahlte ArbeiterInnen einstellen und somit bezahlte Arbeit mit einer gemeinschaftlichen Initiative kombinieren (Cameron & Gordon 2010: 4-8). Diese beiden Beispiele zeigen, dass in vielen Fällen unterschiedliche Wirtschaftsformen gleichzeitig eine wichtige Rolle spielen. Oft nehmen wir auf den ersten Blick nur die kapitalistischen Handlungen wahr, aber auf den zweiten Blick können wir sehen, dass viele andere wirtschaftliche Handlungen beobachtet werden können, die nicht am Kapitalismus orientiert sind.

Dixon (2011) sieht ebenfalls Vorteile im Ansatz der Diverse Economy für den Nahrungsmittelsektor. Sie betont, dass es viele Initiativen gibt, welche nicht den klassisch-kapitalistischen Strukturen entsprechen, sondern z.B. ökologische oder gemeinschaftliche Aspekte ins Zentrum stellen. Um diese Vielfalt an Formen und Bewegungen im Nahrungsmittelsektor wahrzunehmen und zu berücksichtigen, ist der Diverse Economy-Ansatz äusserst geeignet (Dixon 2011: 32f.). Diese Komplexität zeigt meiner Meinung nach aber auch gleichzeitig die Grenzen der Diverse Economy-Theorie auf. Die unterschiedlichen Wirtschaftsformen sind nicht immer einfach in die Kategorien *kapitalistisch*, *alternativ-kapitalistisch* und *nicht-kapitalistisch* einzuteilen, da es häufig Mischformen sind. So ist zum Beispiel eine Wohltätigkeitsveranstaltung eines transnationalen Unternehmens, welche aber eigentlich für Marketingzwecke durchgeführt wird, schwierig den Kategorien zuzuordnen, da sowohl gemeinnützige, wie auch kapitalistische Aspekte eine Rolle spielen.

Meiner Meinung nach ein sehr spannender Aspekt ist, dass die Idee hinter der Diverse Economy in der Forschung bezüglich Nahrungsmittelsektor zum Teil auch bereits verwendet wird, ohne dass diese als solche erkannt beziehungsweise benannt wird. Polimeni et al. (2011: 57) beispielsweise kritisieren, dass bei den bisherigen ökonomischen Formeln zur Nachfrage nach CSAs jeweils nur die Kosten und der Wert des Gemüses berücksichtigt werden, obwohl Mitglieder keinesfalls nur aus finanziellen Gründen einer CSA beitreten, sondern auch von zusätzlichen Mehrwerten wie dem Gemeinschaftsgefühl oder der Partizipation profitieren. Die Autoren erkennen also, dass nicht nur die kapitalistischen Aspekte Teil der solidarischen Landwirtschaft sind, sondern viele weitere Faktoren zu dieser Wirtschaftsform gehören, verwenden aber nicht den Begriff *Diverse Economy* dafür.

Insgesamt betrachte ich es als angebracht, den Diverse Economy-Ansatz für die Analyse der im Rahmen dieser Masterarbeit empirisch erhobenen Daten zu verwenden. Dies, weil sich die solidarische Landwirtschaft grösstenteils klar von den kapitalistischen Strukturen lösen will und Wirtschaftsformen nutzt, bei welchen zum Beispiel die Gemeinschaft oder auch der verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt im Vordergrund stehen und nicht die monetären Aspekte.

#### 4.4 Globale Entwicklung der solidarischen Landwirtschaft aus der Perspektive der Diverse Economy

In 3.3 wurden unterschiedliche regionale Entwicklungen im Bereich der solidarischen Landwirtschaft angeschaut. Dabei wurden die Länder USA, Frankreich und Deutschland näher beleuchtet. Nun werden diese Entwicklungen aus der Perspektive der Diverse Economy betrachtet und geschaut, welche Wirtschaftspraktiken in den jeweiligen solidarischen Landwirtschaftsbewegungen dominant sind. Natürlich ist nur aufgrund von Literatur kein Einblick in einzelne Projekte möglich, es können aber regionale Trends bewertet werden.

Die CSA-Bewegung in den USA hat sich über die vergangenen Jahrzehnte stark entwickelt. Das beobachtbare Wachstum der einzelnen Projekte und die rasante Zunahme an solidarischen Landwirtschaftsprojekten hat zur Folge, dass mehr Menschen mit alternativ-kapitalistischen Wirtschaftspraktiken in Kontakt kommen, z.B. mit Transaktionen, welche nicht am Markt, sondern innerhalb der Gemeinschaft passieren. Dies kann dazu führen, dass sich mehr Menschen bewusst werden, dass nebst dem Kapitalismus weitere Wirtschaftsformen existieren, welche in unserer Gesellschaft eine wichtige Rolle einnehmen könnten oder bereits einnehmen. Nach Gibson-Graham ist dieses Bewusstsein ein wichtiger erster Schritt, um die Dominanz des Kapitalismus zu schwächen und die Vielfalt der Ökonomie aufzuzeigen (siehe 4.1).

Doch wie in 3.3 beschrieben, hat das Wachstum der CSA in den USA auch zur Folge, dass die Grundwerte der solidarischen Landwirtschaft abgeschwächt werden. Es zeichnet sich eine Tendenz weg von alternativen Wirtschaftsformen, hin zu wieder stärker kapitalistischen Wirtschaftsformen ab. Dies ist zum Beispiel daran zu erkennen, dass immer weniger CSAs ökologische Landwirtschaft betreiben und gleichzeitig immer mehr Landwirtschaftsbetriebe das CSA-Modell aus Marketing-Gründen anwenden, d.h. finanzielle Absichten als Motivation besitzen. Auch die Rolle der Gemeinschaft hat mit der steigenden Anzahl an CSAs abgenommen (siehe 3.3), wodurch die CSAs immer weniger einer Community Economy entsprechen und vielmehr einem kapitalistischen Betrieb, bei welchem die Konsumenten-Produzenten-Beziehung wieder geschwächt, der finanzielle Profit dafür gestärkt wird. Die CSAs in den USA folgen also insgesamt stärker kapitalistischen Anreizen und stellen andere Aspekte, wie zum Beispiel die ökologischen oder die gemeinschaftlichen, zurück. Natürlich ist die solidarische Landwirtschaft in den USA aber immer noch eine Landwirtschaftsform, welche neue Wege für die Wirtschaft aufzeigt, nur nicht mehr so stark, wie es zu Beginn der Fall war. Spannend ist die Erkenntnis, dass eine solche Bewegung wachsen und sich entwickeln muss, um mehr Einfluss auf die Wirtschaft nehmen zu können und so aufzeigen kann, dass neben dem Kapitalismus weitere Wirtschaftsformen existieren. Gleichzeitig birgt diese Entwicklung auch die Gefahr, dass die Grundwerte der alternativen Wirtschaftsform geschwächt werden und sich diese Wirtschaftsform dann nicht mehr stark vom Kapitalismus unterscheidet, da in vielen Fällen letztlich die finanziellen Aspekte

im Vordergrund stehen und die solidarische Landwirtschaft für die Bäuerinnen und Bauern nur noch als Mittel zum Zweck dient.

Anders kann die Situation in Frankreich bewertet werden. Dadurch, dass der französische Begriff für CSA *AMAP* ein eingetragener Name ist, sind die CSAs verpflichtet, die Auflagen der Charta zu erfüllen und folglich kann die solidarische Landwirtschaft nicht als reines Marketinginstrument verwendet werden. Dies hat zur Folge, dass die solidarischen Landwirtschaftsprojekte weiterhin den Anspruch haben, ökologische Landwirtschaft zu betreiben und sich ihrer gesellschaftlichen Rolle bewusst sind (URGENCI 2016b: 32ff.). Nach Gibson-Graham wird eine solche Unternehmensform aufgrund des verantwortungsvollen Umgangs mit Umwelt und Gesellschaft als alternativ-kapitalistisch eingestuft. Zusätzlich spielen in der französischen solidarischen Landwirtschaft die fairen Bedingungen für die Produktionsseite und die damit verbundene Risikoteilung eine wichtige Rolle (siehe 3.3). Dies bezweckt, dass die ProduzentInnen ihre Produkte losgelöst vom Markt absetzen können und so keinen volatilen Preisen ausgeliefert sind. Die Transaktionen passieren also nicht mehr am kapitalistischen Markt, sondern werden unabhängig von Marktpreisen innerhalb der Gemeinschaft getätigt. Trotz starker Zunahme an CSAs und steigender Produktvielfalt hat die solidarische Landwirtschaft in Frankreich ihre alternativ-kapitalistischen Werte beibehalten. Es handelt sich um eine Wirtschaftsform, welche sich nicht an den Märkten, sondern am Wohle der Umwelt, der Gemeinschaft und ganz besonders am Wohle der ProduzentInnen orientiert ist.

Die solidarische Landwirtschaft in Deutschland ist die am meisten vom Kapitalismus losgelöste Wirtschaftsform von den drei hier präsentierten Ländern. Dies fällt u.a. auf, wenn man die Arbeitsform anschaut. Bei vielen Solawis in Deutschland wird ein grosser Teil der Arbeit durch freiwillige Arbeit von Mitgliedern oder der BG erledigt. D.h. ein Grossteil der getätigten Arbeit passiert unbezahlt und wird in der Diverse Economy Tabelle in die unterste Zeile eingeteilt. Ebenfalls ist die Mitsprache aller Beteiligten zentral, wodurch sich die Unternehmensform von hierarchischen kapitalistischen Unternehmensformen stark unterscheidet und auf eine Community Economy nach Gibson-Graham hinweist. Wie bereits in 3.3 gezeigt, hat auch die Erweiterung des Produkteangebots keinen abschwächenden Einfluss auf die Grundwerte. Im Gegenteil, durch die gesamtbetriebliche Umsetzung der solidarischen Landwirtschaft werden die Solawis in Deutschland noch unabhängiger vom Markt, da zum Beispiel kein Dünger mehr zugekauft werden muss und die Mitglieder noch mehr Produkte über diesen Kanal beziehen können.

Der Blick auf die drei Länder zeigt, dass die von Cameron und Gordon beschriebene ökonomische Komplexität im Nahrungsmittelsektor (siehe 4.3) in der solidarischen Landwirtschaft erkennbar ist. Die solidarischen Landwirtschaftsbewegungen aus den USA, Frankreich und Deutschland bewegen sich zwischen kapitalistischen, alternativ-kapitalistischen und nicht-kapitalistischen ökonomischen Praktiken und vermischen diese. Am stärksten vom Kapitalismus entfernt sind die Solawis in Deutschland, die sich u.a. mit gesamtbetrieblichen Solawis fast komplett vom kapitalistischen Markt

lösen und die Gemeinschaft und Ökologie als zentrale Punkte ihrer Projekte sehen. Der Durchschnitt der CSAs in den USA hingegen wird durch kapitalistische Motivationen angetrieben und bewegt sich somit stärker im Bereich der kapitalistischen/alternativ-kapitalistischen Wirtschaftspraktiken. Es ist aber auch wichtig, dass man versteht, dass keine definitive Einteilung in kapitalistisch oder nicht-kapitalistisch möglich ist. Stattdessen kann man mit der Diverse Economy-Theorie die Wirtschaftspraktiken einzeln anschauen und bewerten und dadurch die Komplexität der solidarischen Landwirtschaft erkennen.



## 5 Methodik

Für die sinnvolle Bearbeitung der zu Beginn präsentierten Fragestellung habe ich mich dafür entschieden, eine qualitative Forschungsmethode anzuwenden. In den Sozialwissenschaften ist die Qualitative Forschung weitverbreitet und anerkannt (Flick et al. 2000: 13). Wie Helfferich (2009: 21) in ihrem Buch «Die Qualität qualitativer Daten» betont, steht bei der qualitativen Forschung das *Verstehen* im Zentrum, im Vergleich zur quantitativen Forschung, bei welcher das *Messen* im Vordergrund steht.

In diesem Kapitel wird der Forschungsprozess und die methodische Vorgehensweise dieser Arbeit näher vorgestellt. Dabei wird das problemzentrierte Interview vorgestellt, auf die Auswahl der interviewten Personen eingegangen und die Qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) für die Datenauswertung präsentiert. Da man in der Sozialforschung nicht von einer gemessenen und allgemeingültigen Wahrheit sprechen kann, ist die *reflektierte Subjektivität* ein zentraler Aspekt der Forschung (Helfferich 2009: 19). Aufgrund dessen wird zum Schluss des Kapitels eine kritische Reflexion des methodischen Vorgehens vorgenommen.

### 5.1 Zugang zum Forschungsobjekt

Damit ich zu Beginn meines Forschungsprozesses einen guten Überblick über mein Forschungsobjekt erhielt, befasste ich mich intensiv mit dem bereits in der Einleitung erwähnten Buch «Gemeinsam auf dem Acker» von Dyttrich und Hösli. Das 2015 publizierte Buch ist ein zentrales Werk für die solidarische Landwirtschaft in der Schweiz. Unter anderem werden darin verschiedene solidarische Landwirtschaftsprojekte aus der Schweiz vorgestellt. Zusätzlich zur Literatur hatte ich einen konstruktiven Austausch mit der Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft und ein Gespräch mit dem Gärtner eines Solawi-Projektes aus dem Raum Zürich. Dadurch erlangte ich bereits früh ein gutes Verständnis über die Vielfalt an solidarischen Landwirtschaftsprojekten in der Schweiz und konnte mir vom aktuellen Stand ein Bild machen. Während diesen Gesprächen wurde ich auch auf interessante Solawis aufmerksam gemacht, welche für meine Forschungsarbeit spannend sein könnten. Mit Hilfe einer Internetrecherche informierte ich mich anschliessend über die verschiedenen Projekte, von welchen ich zuvor in den Gesprächen und der Literatur gehört oder gelesen hatte. Besonders die Vernetzungsplattform der Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft war ein hilfreiches Tool, um die Projekte ausfindig zu machen und gleich auch zu sehen, welche Produkte bei diesen Solawis produziert respektive angeboten werden. Aufgrund dieser Informationen habe ich schliesslich eine Tabelle<sup>10</sup> mit verschiedenen und nach meiner Ansicht interessanten Solawis erstellt, in welcher ich für die jeweiligen Projekte die angebotenen Produkte auflistete. Diese Liste beinhaltet Solawis, welche befragt wurden, aber auch einige, welche sich im Verlauf der Forschung als nicht-relevant herausstellten und deshalb im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter berücksichtigt wurden.

---

<sup>10</sup> Tabelle in Anhang A zu finden.

## 5.2 Datenerhebung

Bevor die Daten für eine qualitative Forschung tatsächlich erhoben werden können, müssen zwei wichtige Entscheidungen getroffen werden: Zum einen spielt die Wahl der Interviewform eine wichtige Rolle, damit man brauchbare Resultate erhält. In der qualitativen Forschung gibt es eine grosse Anzahl an unterschiedlichen Methoden, welche Vor- und Nachteile mit sich bringen (Mattissek et al. 2013: 158f.). Zum anderen ist die Auswahl der befragten Personen ein wichtiges Kriterium, um informative Interviews durchführen zu können (Helfferich 2009: 26). Diese beiden Aspekte der Datenerhebung werden in den folgenden beiden Abschnitten thematisiert.

### 5.2.1 Problemzentriertes Interview

Da ich mich vor der empirischen Datenerhebung schon ausführlich mit meinem Forschungsthema befasst habe und mit Hilfe der Literatur und kurzen Gesprächen eine Problemstellung erkannt und definiert habe, erachtete ich das problemzentrierte Interview (PZI) als eine geeignete Interviewform für den empirischen Teil meiner Forschungsarbeit. Diese Interviewform wurde von Witzel in den 80er Jahren konzipiert und ist besonders geeignet, um konkrete Problemstellungen mit Hilfe der interviewten Personen zu behandeln. Witzel (1985: 230-236) unterscheidet dabei zwischen drei Kriterien des PZIs: (1) Problemzentrierung, (2) Gegenstandsorientierung und (3) Prozessorientierung.

(1) Die **Problemzentrierung** fokussiert auf die Erarbeitung einer für die Gesellschaft relevanten Problemstellung, welche im Rahmen der Forschungsarbeit behandelt wird. Dazu gehört die vorgängige Einarbeitung der forschenden Person in das Thema der Forschung, so dass bereits vor der empirischen Datenerhebung relevante Aspekte des Forschungsfeldes bekannt sind und so eine Problemstellung erkannt werden kann (Witzel 1985: 230ff.). Im Falle der vorliegenden Forschungsarbeit befasst sich die Problemstellung mit der bis anhin eher schleichend scheinenden Entwicklung im Bereich der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz. Mit Hilfe einer gründlichen Einarbeitung in das Forschungsthema habe ich mir das Wissen angeeignet, welches mir anschliessend ermöglichte, die PZIs sauber vorzubereiten und sinnvoll durchzuführen.

(2) Das zweite Kriterium, die **Gegenstandsorientierung**, zielt auf die Anpassungsfähigkeit gegenüber dem untersuchten Gegenstand ab (Witzel 1985: 232). Das PZI entspricht einer grösstenteils offenen Interviewform, welche einen Dialog zwischen Interviewer und interviewter Person erzeugen soll, lässt aber gleichzeitig Platz für narrative Abschnitte offen (Mattissek et al. 2013: 160f.). Zentral ist, dass die angewandte Gesprächsmethodik an die vorliegende Situation angepasst wird. Dafür ist es, wie oben erwähnt, unumgänglich, dass sich die forschende Person bereits ausführlich mit dem Thema befasst hat (Mattissek et al. 2013: 166f.). So ist es für die forschende Person möglich, im Verlaufe des Gesprächs erwähnte Aspekte der interviewten Person aufzugreifen und spontan darauf zu reagieren. Gleichzeitig kann die forschende Person aber auch auf ihr Grundwissen zurückgreifen, um das Gespräch aufrecht zu erhalten und so weitere Informationen vom Gegenüber zu erlangen. Die Freiheit der

Gesprächsmethoden ermöglicht der forschenden Person eine optimale Anpassungsfähigkeit, um jederzeit der Situation entsprechend auf die interviewte Person einzugehen (Witzel 1985: 232f.).

(3) Die **Prozessorientierung** als drittes Kriterium betont die Flexibilität während des Forschungsprozesses. So schreibt Witzel (1985: 233):

*«Es geht [bei der Prozessorientierung] um die flexible Analyse des wissenschaftlichen Problemfeldes, eine schrittweise Gewinnung und Prüfung von Daten, wobei Zusammenhang und Beschaffenheit der einzelnen Elemente sich erst langsam und in ständigem reflexiven Bezug auf die dabei verwandten Methoden herauschälen.»*

Für die vorliegende Forschungsarbeit wurden alle drei Kriterien nach Witzel (1985) berücksichtigt. Dies erlaubte eine flexible aber gleichzeitig präzise Datenerhebung.

Das PZI gehört in die Kategorie der Leitfadeninterviews. Das bedeutet, dass im Vorlauf des Interviews ein Leitfaden erstellt wird, welcher dann während dem Interview zum Einsatz kommt (Mattissek et al. 2013: 159). Dieser Leitfaden hat laut Witzel (1985: 236) *«nicht die Aufgabe, ein Skelett für einen strukturierten Fragebogen abzugeben, sondern soll das Hintergrundwissen des Forschers thematisch organisieren»*. Dies bedeutet für mich als Forscher, dass ich einen Leitfaden basierend auf meinem Vorwissen aufbaue, diesen während dem Interview jedoch nicht streng einhalten muss. Da es sich um einen halb-strukturierten Leitfaden handelt, bietet mir dies die Möglichkeit, spontan Anschlussfragen zu erwähnten Aspekten zu stellen. So ist es möglich, das Interview nach eigenem Ermessen flexibel zu gestalten und nachzufragen, falls gewisse Aspekte unklar sind oder ich diese weiter ausgeführt wünsche (Witzel 1985: 236f.).

Die Gestaltung des Leitfadens ist der forschenden Person überlassen. Zentral ist, dass der Interview-Leitfaden *«die Themen enthält, die im Interview angesprochen werden sollen»* (Mattissek et al. 2013: 168). Ich habe mich bei meinem Leitfaden für eine klassische Auflistung der Fragen, welche in Themenblöcke geordnet sind, entschieden. Dabei habe ich mich an der «SPSS»-Vorgehensweise von Helfferich (2009: 182-185) orientiert. Diese Vorgehensweise ist in die folgenden vier Punkte aufgeteilt: (1) Sammeln, (2) Prüfen, (3) Sortieren, (4) Subsumieren. Die vier Schritte haben mir sehr geholfen, mein Gemenge an Fragen zu sammeln und diese so zu ordnen, dass ich sie während dem Interview sinnvoll nutzen konnte. Der Leitfaden für diese Forschungsarbeit hat eine Grundstruktur, welche für alle Interviews praktisch identisch ist. Diese Struktur beinhaltet sechs Themenblöcke, in welche die Fragen eingeteilt wurden<sup>11</sup>. Zusätzlich wurde der Leitfaden jeweils noch auf die spezifischen InterviewpartnerInnen angepasst. Dies ermöglichte mir, konkrete Fragen zu stellen, welche speziell für diese InterviewpartnerIn in den Leitfaden eingebaut wurden.

---

<sup>11</sup> Beispiel des Interview-Leitfadens in Anhang B zu finden.

### 5.2.2 Sampling

Die zweite wichtige Entscheidung bei der Erhebung von qualitativen Daten ist die Auswahl der zu befragenden Personen, das sogenannte *Sampling*. So schreibt Kruse (2014: 242), dass das Sampling im Endeffekt «*massgeblich*» über die Aussagequalität der Daten entscheidet. Im Vergleich zu der quantitativen Datenerhebung, bei welcher die zufällige Stichprobe ein bewährtes Mittel ist, kann die Auswahl der befragten Personen bei der qualitativen Sozialforschung bewusst und gezielt durchgeführt werden. Diese Auswahl kann unterschiedlichen Prinzipien folgen (Flick et al. 2000:154-157; Patton 1990: 169-180). Im Folgenden wird die Sampling-Strategie für meine Forschungsarbeit präsentiert.

Zu Beginn der Auswahl meiner InterviewpartnerInnen habe ich mich dafür entschieden, dass ich zwei unterschiedliche Akteursgruppen befragen will. Zum einen sind das direktbeteiligte Akteure der solidarischen Landwirtschaftsprojekte. Damit sind Gärtner oder Personen aus der Betriebsgruppe (BG) gemeint. Zum anderen schien mir die Rolle der Mitglieder eines solchen Projektes ebenfalls sehr wichtig zu sein, besonders bezüglich der Entscheidungsfindung innerhalb eines solchen Projektes. Ich habe mich darum entschieden, folgende beiden Gruppen zu befragen:

- Direktbeteiligte einer Solawi (Gärtner oder Betriebsgruppe)
- Mitglieder einer Solawi

Ich habe mich dafür entschieden, zuerst Direktbeteiligte einer Solawi zu kontaktieren und anschliessend über diese Personen zu versuchen, Kontakt zu einem Mitglied des jeweiligen Projektes zu erhalten. Um die Solawi-Projekte auszuwählen, erstellte ich, wie in 5.1 bereits beschrieben, eine Auflistung mit meines Erachtens interessanten Solawi-Projekten. So hatte ich eine erste Zusammenstellung von potentiellen InterviewpartnerInnen erzeugt. Bei dieser Zusammenstellung habe ich mich an Pattons (1990: 172) «Maximum Variation Sampling» orientiert. Dabei habe ich versucht, innerhalb aller solidarischen Landwirtschaftsprojekte in der Deutschschweiz eine möglichst heterogene Auswahl zu treffen. Die Idee dahinter ist, eine möglichst grosse Spannweite an unterschiedlichen Projekten abzudecken und anschliessend innerhalb dieser heterogenen Gruppe Gemeinsamkeiten und Muster zu erkennen. Zusätzlich wandte ich das «Snowball Sampling» an, grösstenteils um den Kontakt zu den Mitgliedern herzustellen (Patton 1990: 176). Diese Strategie beschreibt den Prozess, bei welchem durch bereits befragte InterviewpartnerInnen weitere Kontakte generiert werden. In meinem Fall bedeutete das konkret, dass mir die befragte Person in einigen Fällen während, vor oder nach einem Interview Kontakte vermitteln konnte. So wurden mir im Verlaufe der Datenerhebung nicht nur Mitglieder vermittelt, ich wurde auch auf eine sogenannte *gewerbliche solidarische Landwirtschaft* aufmerksam, welche ich kurzfristig ebenfalls in mein Sampling einbezog. Bei der gewerblichen Solawi handelt es sich um eine spezielle Form der solidarischen Landwirtschaft, welche in 6.2.3 näher vorgestellt wird.

Zentral dabei ist, dass es sich auf der Konsumentenseite nicht um klassische Mitglieder handelt, sondern gewerbliche Abnehmer.

Die Solawis habe ich hauptsächlich über Kontaktdaten aus dem Internet kontaktiert. Insgesamt lässt sich sagen, dass diese Kontaktaufnahme relativ gut funktionierte, die kontaktierten Personen in den meisten Fällen an meiner Forschung interessiert waren und sich auch bereit erklärten, mit mir ein Interview zu führen. Dies war für mich doch ein wenig überraschend, da mich die Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft zu Beginn meiner empirischen Forschung darauf hinwies, dass die Solawis in den Sommermonaten am meisten Arbeit zu verrichten haben und es deshalb schwierig werden könnte, genügend InterviewpartnerInnen zu finden. Die Rekrutierung von Mitgliedern der Solawi erfolgte zur Hälfte über die Solawis (oben erwähntes Snowball Sampling) und zur Hälfte über private Kontakte. Die Kontaktaufnahme mit Mitgliedern von Solawis erwies sich für mich insgesamt schwieriger als erwartet. Trotzdem konnte ich vier Interviews mit Mitgliedern durchführen. Ergebnis dieser Sampling-Strategie und den Kontaktaufnahmen waren 13 Interviews, welche in Tabelle 2 aufgelistet sind.

**Tabelle 2: Übersicht InterviewpartnerInnen**

DATUM	BEZEICHNUNG	ORGANISATION	FUNKTION	DAUER
21.06.2019	IP #1	basimilch	Betriebsgruppe (BG)	1:08
24.06.2019	IP #2	TaPatate!	Betriebsgruppe (BG)	1:05
24.06.2019	IP #3	TaPatate!	Mitglied	0:23
24.06.2019	IP #4	radiesli	Betriebsgruppe (BG)	0:59
15.07.2019	IP #5	Nuglar Gärten	Betriebsgruppe (BG)	1:12
23.07.2019	IP #6	radiesli	Mitglied	0:58
25.07.2019	IP #7	BachserMärt	Verantwortlicher	0:32
31.07.2019	IP #8	ortoloco	Betriebsgruppe (BG)	0:53
06.08.2019	IP #9	basimilch	Mitglied	0:37
07.08.2019	IP #10	Agrico	Betriebsgruppe (BG)	0:53
08.08.2019	IP #11	ortoloco	Mitglied	0:26
17.08.2019	IP #12	Restaurant Jakob	Koch	1:11
23.08.2019	IP #13	SlowGrow	Gärtner und Verantwortlicher	Keine Angabe <sup>12</sup>

Insgesamt umfasst das Sample für diese Forschungsarbeit sechs Personen einer Betriebsgruppe, vier Mitglieder einer Solawi und drei Personen, welche bei einer gewerblichen Solawi involviert sind (ein Gärtner, zwei Abnehmer). Die Interviews mit den Mitgliedern dauerten jeweils deutlich kürzer als die Interviews mit direktbeteiligten Personen, was durch das geringere Wissen der Mitglieder erklärbar ist.

<sup>12</sup> Das Gespräch wurde nicht aufgenommen, da es während der Arbeit auf dem Feld und in der Pause stattgefunden hatte.

Da alle befragten Personen zustimmten, dass der Name des Projektes in dieser Arbeit genannt werden darf, wird auf eine Anonymisierung der Projekte verzichtet. Dies ist durchaus sinnvoll, da der Wiedererkennungswert der Projekte gross ist und es somit ohnehin schwierig geworden wäre, dafür zu sorgen, dass keine Rückschlüsse auf die konkreten Projekte hätten gemacht werden können. Namen der befragten Personen werden keine genannt.

### 5.2.3 Durchführung der Interviews

Die Durchführung der Interviews geschah über einen Zeitraum von ca. zweieinhalb Monaten und wurde an unterschiedlichen Orten vollzogen. Bei IP #1 und IP #13 fand das Treffen direkt auf dem Hof statt, die restlichen Interviews wurden an unterschiedlichen Orten durchgeführt (Büro, Park, Wohnung etc.). Da es sich bei den besprochenen Themen nicht um sehr persönliche respektive sensible Inhalte handelte, stand die Umgebung des Interviews nicht so stark im Vordergrund, wie es zum Beispiel bei biographischen Interviews der Fall sein kann. Trotzdem habe ich darauf geachtet, dass die Interviews in einem ungestörtem Rahmen stattfinden konnten, da es in der qualitativen Sozialforschung stets wichtig ist, der interviewten Personen einen offenen Raum anzubieten, in welchem sie sich wohl fühlen kann (Kruse 2014: 266ff.). Für die Durchführung eines PZI ist es nach Helfferich (2009: 50f.) von grosser Bedeutung, dass die interviewende Person der interviewten Person Raum für Erläuterung bietet und gleichzeitig als Stütze fungiert, um das Resultat gemeinsam zu erarbeiten. Deshalb habe ich während den Interviews stets darauf geachtet, dass ich den interviewten Personen diesen Freiraum geben konnte, aber gleichzeitig mit meinen gezielten Fragen das Gespräch lenkte. Wie in der qualitativen Forschung bewährt, wurden die Interviews akustisch aufgezeichnet (Kruse 2014: 270f.). Nur im Falle von IP #13 entstand keine akustische Aufnahme, da der Austausch mit der befragten Person über einen ganzen Morgen verteilt geschah. Die verwendeten Information von IP #13 basieren auf Notizen aus den Gesprächen.

Das Gespräch mit IP #13 war mit einem informativem Besuch inklusive Mithilfe auf einem bio-dynamisch bewirtschafteten Feld verbunden und rundete die Datenerhebung ab. Diese Erfahrung ermöglichte mir auch noch einen direkten Einblick in den Alltag der befragten Personen zu erhalten. So konnte ich den in der qualitativen Sozialforschung relevanten Kontext des Forschungsfeldes (u.a. Helfferich 2009: 22-25) besser kennenlernen.

## 5.3 Datenauswertung

Für die Datenauswertung habe ich die Software MaxQDA verwendet. In einem ersten Schritt wurden die akustischen Aufnahmen der Interviews transkribiert. Da die meisten Interviews auf Schweizerdeutsch durchgeführt wurden, mussten diese während dem transkribieren gleich möglichst sinngemäss ins Hochdeutsche übersetzt werden. Die Transkripte wurden anschliessend mit Hilfe der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) ausgewertet. Diese

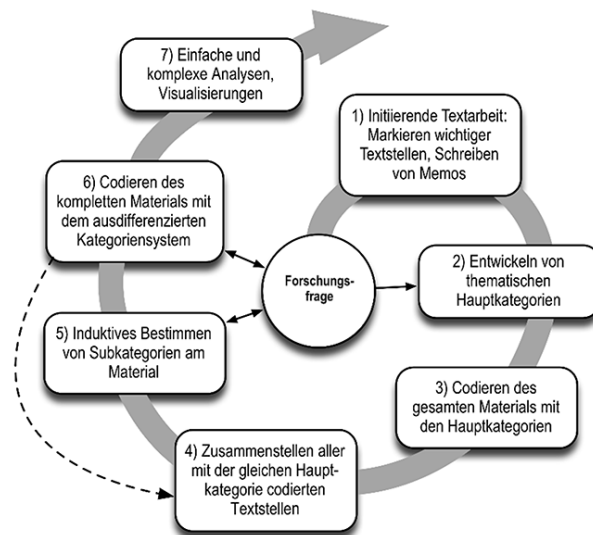
Auswertungsmethode überzeugt mit ihrer Kombination aus deduktivem und induktiven Forschungsansatz. Im Folgenden wird diese Auswertungsmethode vorgestellt.

Bei der qualitativen Inhaltsanalyse geht es darum, die grosse Menge an Informationen, welche während der Datenerhebung generiert wurde, zu reduzieren und so die Kerninformationen herauszufiltern. Früh (2004: 42) beschreibt diesen Prozess folgendermassen:

*«Der pragmatische Sinn jeder Inhaltsanalyse besteht letztlich darin, unter einer bestimmten forschungsgeleiteten Perspektive Komplexität zu reduzieren. Textmengen werden hinsichtlich theoretisch interessierender Merkmale klassifizierend beschrieben.»*

Wie von Früh schon erwähnt, werden relevante Textstellen nach Merkmalen eingeteilt. Dafür werden sogenannte *Kategorien* gebildet. Diese Kategorien helfen der forschenden Person, die Informationen zu ordnen und anschliessend daraus Rückschlüsse auf die Forschungsfrage zu ziehen. Der gesamte Prozess der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse wird von Kuckartz (2016: 100-121) in sieben Phasen unterteilt. Diese sind aus der Abbildung 2 ersichtlich.

**Abbildung 5: Ablauf der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016)**



Quelle: Kuckartz (2016: 100)

Im Folgenden werden die einzelnen Phasen aus Abbildung 2 näher erklärt. Dabei beziehe ich mich stets auf Kuckartz' Beschreibung des Vorgehens (Kuckartz 2016: 100-121):

**1. Phase** Zu Beginn der Analyse werden die Texte, in meinem Fall die Interviews, gründlich durchgelesen und relevante Passagen im Text angestrichen. Zusätzlich können erste

Notizen zu den relevanten Textpassagen erstellt werden. Dadurch soll die forschende Person einen Überblick über das gesamte Material erhalten.

- 2. Phase** In einem zweiten Schritt werden die Hauptkategorien für die Auswertung der Texte aufgestellt. Dies wird deduktiv auf der Forschungsfrage basierend durchgeführt.
- 3. Phase** In der dritten Phase werden die Texte ein erstes Mal codiert. Dafür geht man die Texte durch und ordnet den bereits angelegten Hauptkategorien relevante Textstellen zu.
- 4. / 5. Phase** Phase vier und fünf beschäftigen sich mit der Bildung von Subkategorien. Dafür werden zuerst die in die gleichen Hauptkategorien eingeteilten Textpassagen zusammengetragen (Phase vier). Anschliessend werden die Hauptkategorien ausdifferenziert und induktiv passende Subkategorien gebildet (Phase fünf). Nun sollte das Codiersystem komplett sein.
- 6. Phase** Phase sechs ist der aufwändigste Schritt im Verlaufe der Analyse. In dieser Phase werden die Texte nochmals codiert. Dieses Mal aber nicht nur mit den Hauptkategorien, sondern mit den in Phase fünf gebildeten Subkategorien. D.h. alle Texte werden von Anfang bis Schluss durchgearbeitet und relevante Textpassagen werden den jeweils passenden Subkategorien zugeteilt.
- 7. Phase** In der letzten Phase findet die eigentliche Analyse statt. Kuckartz erwähnt in seinem Buch sechs unterschiedliche Analysen. Für diese Arbeit sind die folgenden Analysen relevant: (1) Kategorienbasierte Auswertung der Hauptkategorien, (2) Zusammenhänge der Subkategorien innerhalb einer Hauptkategorie und (3) Zusammenhänge zwischen Hauptkategorien.

Die gesammelten Daten wurden mit Hilfe dieser sieben Phasen ausgewertet. Anschliessend wurden damit Rückschlüsse auf die zu Beginn präsentierte Forschungsfrage gezogen. Die Resultate werden ab Kapitel 6 präsentiert.

## 5.4 Reflexion der methodischen Vorgehensweise

Für eine vollumfängliche Dokumentierung der methodischen Vorgehensweise ist, wie zu Beginn dieses Kapitels erwähnt, eine kritische Reflexion des Vorgehens notwendig. Im Folgenden wird deshalb das empirische Vorgehen dieser Forschungsarbeit nochmals kritisch beleuchtet und dabei werden einzelne Aspekte hervorgehoben.



Wie zu Beginn dieses Kapitels erwähnt, darf die Positionalität der forschenden Person in der qualitativen Forschung nie vergessen werden. Ich musste mir stets bewusst sein, dass ich den interviewten Personen als Forscher entgegenrete. Ausserdem bin ich selbst nicht komplett unvoreingenommen bezüglich des Themas industrielle Landwirtschaft. Diese vorausgesetzten Charakteristiken meiner Person lassen sich nie ganz vermeiden, jedoch war es wichtig, dass ich mir dessen stets bewusst war und so weit wie möglich die Forschung davon nicht beeinflussen liess. Ganz besonders während den Interviews und bei der Datenauswertung musste ich mir dessen bewusst sein.

Insgesamt kann ich festhalten, dass die für diese Forschungsarbeit angewandte Methode sehr gut funktionierte und folglich die richtige Wahl war. Das PZI war eine optimale Interviewform für mein Forschungsgebiet. Die beim PZI typische Einarbeitung in das Thema im Vorfeld des Interviews zahlte sich jeweils aus und ermöglichte interessante Gespräche. Der Aufbau des Leitfadens war ebenfalls passend für die Gespräche und regte die interviewten Personen jeweils zu spannenden Aussagen an. Trotzdem wurde der Leitfaden im Verlaufe des Forschungsprozesses angepasst. Dies ist auch durchaus üblich und trägt zu einer Weiterentwicklung während der Forschung bei (Mattisek et al. 2013: 168). Besonders die offenen Einstiegsfragen bewirkten manchmal zu lange Antworten, welche aber für die Forschungsarbeit nicht von grosser Bedeutung waren. Aufgrund dessen wurden die Einstiegsfragen im Verlaufe der Datenerhebung angepasst.

Beim Sampling der Solawis lässt sich kritisieren, dass die Einbindung der gewerblichen Solawi für Verwirrung sorgen kann, da es sich nur um ein einzelnes Projekt dieser Art handelt und es sich von den restlichen sechs befragten Solawis stark unterscheidet. Vielleicht wäre es sinnvoller gewesen, dass die gewerbliche Solawi für die Befragung weggelassen worden wäre und anstelle dessen zwei, drei zusätzliche «klassische» Solawis in die Forschung eingebunden worden wären.

Bei der Auswahl der Mitglieder wurde ich korrekterweise zu Beginn darauf hingewiesen, dass die Gefahr bestehe, dass ich ausschliesslich sehr engagierte Mitglieder befragen werde, da sich diese am ehesten bei Anfragen durch die BG melden würden. Dadurch, dass ich aber zum einen durch persönliche Kontakte und zum anderen via BG die Mitglieder erreichte, zeigte sich für mich ein durchmisches Bild bei den vier Mitgliedern. Dadurch erhielt ich unterschiedliche Einblicke in eine Solawi aus der Mitglieder-Perspektive. Trotzdem war es schade, dass es nicht möglich war, mit einem Mitglied von Nuglar Gärten und Agrico ein Interview durchzuführen. Die Anzahl an befragten Mitglieder erwies sich als eher zu knapp.

Die durchgeführte Datenerhebung und Datenauswertung bewerte ich als positiv, da beides wie geplant funktionierte und auch zu den gewünschten Informationen führte. Insbesondere die Interviewform PZI und der halb-strukturierte Leitfaden können für die durchgeführte Untersuchung als geeignet angesehen werden. Das Sampling könnte durch die Befragung von mehr Mitgliedern und die Konzentration auf normale Solawis aber deutlich verbessert werden.

## 6 Entwicklungen in der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz

In Kapitel 3.3 wurden Trends in der solidarischen Landwirtschaft in Nordamerika, Deutschland und Frankreich kurz vorgestellt. Das Ziel dieser Arbeit und besonders dieses Kapitels ist es nun, die Entwicklungen und Trends in der Deutschschweiz detailliert zu untersuchen und zu besprechen. Wie im vorangegangenen Kapitel beschrieben, wurden im Rahmen dieser Masterarbeit PZIs durchgeführt, um die in 2.2 präsentierten Forschungsfragen zu beantworten. Im Folgenden wird die Analyse der 13 Interviews präsentiert. Die lesende Person sollte dadurch einen Überblick über Entwicklungen im Bereich der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz erhalten.

Zu Beginn dieses Kapitels werden die in dieser Arbeit befragten Solawis kurz vorgestellt, damit die lesende Person einen Überblick über die hier erwähnten Projekte erhält. Danach wird aufgezeigt, wie und wieso sich solidarische Landwirtschaftsprojekte in der Deutschschweiz entwickeln. Hierbei wird zum einen angeschaut, welche konkreten Entwicklungen und Trends im Bereich der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz existieren oder geplant sind. Zum anderen werden die Hintergründe und Motivationen für diese Entwicklungen näher beleuchtet. Im darauffolgenden Unterkapitel zeige ich auf, mit welchen Konsequenzen die Entwicklungen einhergehen. Dafür werden in den Interviews genannte Herausforderungen, welche für die Solawis durch die Entwicklungen entstehen oder befürchtet werden, präsentiert. Um den Entwicklungsprozess möglichst umfänglich zu besprechen, wird im dritten Teil dieses Kapitels auf die Rolle der Mitglieder im Entwicklungsprozess eingegangen. Hierfür sind besonders die Interviews, welche mit den Mitgliedern durchgeführt wurden, von grosser Bedeutung.

### 6.1 Übersicht der befragten Solawis

Im Folgenden werden alle Solawis, welche ein Bestandteil meiner empirischen Forschung waren, kurz und prägnant vorgestellt. Die Informationen dafür stammen zum grössten Teil aus den Interviews selbst. Die Reihenfolge entspricht dem chronologischen Ablauf meiner empirischen Datenerhebung.

#### **basimilch**

Bei basimilch werden ausschliesslich Milchprodukte angeboten. Dazu gehören sowohl Rohmilch als auch verarbeitete Milchprodukte. Es handelt sich um eine farmer-driven Solawi, welche aus einem Hof herausgegründet wurde, welcher bereits zuvor existiert und Milchwirtschaft betrieben hatte (IP #1).

#### **TaPatate!**

Die Solawi aus dem Raum Bern wurde erst 2017 gegründet und befindet sich noch in der Entwicklungsphase. Der Verein TaPatate! bewirtschaftet einen Teil des Landes auf einem Demeter-Hof

und pflegt eine enge Zusammenarbeit mit dem Besitzer des Hofes. Neben dem Gemüse liegt ein spezieller Fokus auf dem Obstanbau (IP #2; TaPatate! 2019).

### **radiesli**

Die erste gesamtbetriebliche Solawi in der Deutschschweiz verfügt über eine hohe Produktvielfalt und entwickelt sich kontinuierlich. Alle Produkte, welche auf dem Hof produziert werden, werden nach den solidarischen Landwirtschaftsprinzipien produziert und verteilt. radiesli gehört zu den erfahrensten Solawis in der Deutschschweiz und besitzt eine Vorreiterrolle (IP #4).

### **Nuglar Gärten**

Das solidarische Landwirtschaftsprojekt aus dem Raum Basel ist ein junges und experimentelles Projekt, bei welchem alle angepflanzten Produkte zusammen in nur einem Abo angeboten werden. Speziell ist auch, dass die Mitarbeit der Mitglieder nicht verpflichtend ist, sondern auf Freiwilligkeit basiert (IP #5).

### **ortoloco**

Bereits 2010 wurde ortoloco als Gemüsekooperative am Rande von Zürich gegründet. Die Gründung von ortoloco kann als Grundstein für die Entwicklung der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz angeschaut werden. Viele der später entstandenen Solawis haben sich von ortoloco inspirieren lassen und deren Erfahrungswerte für die eigenen Projekte genutzt. Lange Zeit hat man sich nur auf Gemüse konzentriert, aktuell existieren aber Pläne für eine Hof-Solawi (IP #8).

### **Agrico**

Die älteste noch bestehende Solawi der Deutschschweiz ist die Basler Solawi Agrico (Dyttrich & Hösli 2015: 173). Bereits in den 80er Jahren gegründet, öffnete sich die Genossenschaft gegen Ende des Jahrtausends aufgrund der finanziellen Schwierigkeiten auch für Nicht-GenossenschaftlerInnen. Mittlerweile hat die Genossenschaft über 2000 Abos und will weiter wachsen (IP #10). Aufgrund der Öffnung für Nicht-GenossenschaftlerInnen und der kurzen Kündigungsfrist von drei Monaten wird Agrico von einigen Akteuren aus der solidarischen Landwirtschaft nicht mehr als Solawi betrachtet. Ich habe mich trotzdem dafür entschieden, Agrico im Rahmen dieser Masterarbeit zu befragen, da Agrico meiner Meinung nach immer noch viele Aspekte der solidarischen Landwirtschaft abdeckt und es ist spannend zu sehen, wie sich Solawis unterschiedlich entwickeln können.

### **SlowGrow**

Als experimentelles Forschungsprojekt für nachhaltige Bewirtschaftung von Land gegründet, beliefert SlowGrow mittlerweile ein Restaurant und einen Lebensmittelladen mit Gemüse nach den solidarischen

Landwirtschaftsprinzipien. SlowGrow geht neue Wege im Bereich der solidarischen Landwirtschaft, indem das Projekt eine Solawi auf gewerblicher Ebene ausprobiert (IP #13).

## 6.2 Entwicklungen und Motivation

Wie zu Beginn dieser Masterarbeit in der Einleitung erwähnt, betonen verschiedene Akteure aus der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz die Wichtigkeit einer Weiterentwicklung und fordern diese von den Solawis in der Schweiz. Im Vergleich zu anderen Ländern seien die Solawis in der Schweiz und speziell in der Deutschschweiz noch immer sehr auf Gemüse konzentriert. Durch Weiterentwicklungen soll aber verhindert werden, dass die solidarische Landwirtschaftsbewegung in der Schweiz nicht stehen bleibt und im schlimmsten Fall daran scheitern würde. Doch wie sieht die Situation in der Schweiz tatsächlich aus? Während meiner empirischen Forschung konnte ich feststellen, dass durchaus neue Entwicklungen geplant sind oder bereits durchgeführt wurden. Das Thema Weiterentwicklung ist für die Solawis zweifelsfrei eine aktuelle Sache. Bei allen befragten Projekten sind Weiterentwicklungen geplant oder es wurden bereits solche durchgeführt.

Im Vorfeld der empirischen Datenerhebung wurden bereits deduktiv konkrete Weiterentwicklungsaspekte bestimmt, welche dann anschliessend in den Interviews durch mich angesprochen wurden. Diese Aspekte haben sich während der empirischen Datenerhebung mehrheitlich als tatsächlich auch für die betroffenen Akteure relevante Aspekte herausgestellt. Natürlich muss hier nochmals betont werden, dass die befragten Projekte so ausgewählt wurden, dass eine möglichst breite Varianz abgedeckt werden kann. Die Projekte unterscheiden sich stark und entwickeln sich in unterschiedliche Richtungen. Basierend auf meiner Recherche und den Interviews wurden die folgenden drei Weiterentwicklungsaspekte für Solawis in der Deutschschweiz definiert: **Entwicklungen bezüglich Produktvielfalt, gesamtbetriebliche Umsetzung von solidarischer Landwirtschaft und die solidarische Landwirtschaft auf gewerblicher Ebene**. Diese drei Aspekte werden im Folgenden besprochen.

### 6.2.1 Produkte

Schaut man sich die interaktive Karte der Kooperationsstelle<sup>13</sup> an, fällt auf, dass bis auf 2 Projekte<sup>14</sup> alle Solawis Gemüse anbieten (SOLAWI 2019c). Doch die Situation ändert sich schleichend. Verschiedene Solawis entwickeln neue Produktparten und versuchen, das solidarische Landwirtschaftskonzept darauf anzuwenden. Im Folgenden werden die verschiedenen Produktparten aufgezeigt, welche in den durchgeführten Interviews angesprochen wurden. Dabei wird auf die Charakteristiken der Produkte eingegangen und näher angeschaut, wieso sich Solawis für diese Produkte entschieden haben. Die Reihenfolge der präsentierten Produktparten folgt keiner Regel oder Wertung.

---

<sup>13</sup> Die Karte ist nicht vollständig, beinhaltet aber den Grossteil der Solawis.

<sup>14</sup> basimilch und Solawi Lenzburg (SOLAWI 2019c).

## **Eier**

Neben Gemüse werden auch Eier bei verschiedenen Solawis angeboten. Von den für diese Masterarbeit befragten Solawis bieten Agrico und radiesli bereits Eier-Abos an und bei ortoloco ist die Produktion und der Vertrieb von Eiern geplant. Die Nachfrage scheint aber nicht nur bei den Mitgliedern dieser Solawis da zu sein. Das befragte Mitglied von basimilch antwortete auf die Frage, welche weiteren Produkte er gerne von einer Solawi beziehen würde *«Eier, ja! Eier, das wäre super! Das steht fast jede Woche auf der Einkaufsliste und das wäre super, wäre das auch geliefert»* (IP #9).

Die Abos von den Anbietern von Eiern radiesli und Agrico werden aber nicht gleich gehandhabt. Bei Agrico bekommt man eine fixe Menge an Eiern. Das bedeutet, dass man eine Schachtel von vier oder sechs Eiern abonnieren kann und jeweils diese Anzahl an Eiern erhält (IP #10). Das BG-Mitglied von Agrico begründet dies folgendermassen: *«Wenn jemand eine 6er-Schachtel Eier bestellt, dann will er auch gerne 6 Eier in seiner Schachtel (...). Das musst du ja irgendwie auch in Rechnung stellen und kalkulieren»* (IP #10). Die Konsequenz davon ist, dass Agrico eine Partnerschaft mit einem in der Nähe gelegenen Hof besitzt, um gemeinsam die Nachfrage nach Eiern stillen zu können (IP #10). Einen anderen Ansatz verfolgt radiesli. Das BG-Mitglied von radiesli erklärte mir, dass man einige Dinge anders tun will, als dies in der industriellen Eier-Produktion üblich ist. Das angebotene Abo von radiesli heisst deshalb *Huhn und Ei*, weil sowohl die Hennen wie auch die Hähne eine Verwendung finden. In der industriellen Landwirtschaft ist es normal, dass jeweils nur eine Rasse genutzt wird, während die andere vergast oder geschreddert wird (IP #4). Da die Hühner-Haltung von radiesli jedoch deutlich aufwändiger und unberechenbarer ist, hat dies für die Mitglieder zur Folge, dass die Anzahl an gelieferten Eiern stark variieren kann (IP #4). Das BG-Mitglied von radiesli fügt an, dass diese Art von Eier-Abo in der Schweiz sehr fortschrittlich sei und radiesli damit bezwecken will, dass die Leute auf die Bedingungen in der industriellen Eier-Produktion aufmerksam gemacht werden. Auch bei Agrico spielt die Aufklärung zum Eier-Konsum eine wichtige Rolle. Jedoch erwähnt das BG-Mitglied auch, dass das Eier-Abo zu Beginn eingeführt wurde, um die Attraktivität ihres Angebots zu steigern, indem Agrico parallel zum Gemüse ein weiteres Abo anbieten konnte (IP #10). Mit ihrem Aufklärungsanspruch nehmen die beiden Solawis ihre Rolle als Unternehmen in der Gesellschaft wahr und wollen einen Beitrag zu einer tier- und umweltfreundlicheren Landwirtschaft leisten. Trotzdem unterscheiden sich die beiden Abos entscheidend. Das Eier-Abo von Agrico orientiert sich weiterhin an der Nachfrage der KonsumentInnen, während radiesli das Wohle des Tieres und der Umwelt an erster Stelle sieht.

## **Milchprodukte**

In der Schweiz lag 2018 der Konsum von Milchprodukten bei über 350 Kg pro Kopf (Swissmilk 2019), was im internationalen Vergleich ein extrem hoher Wert ist (FAO 2019). Der hohe Konsum der Bevölkerung sorgt dafür, dass die Milchwirtschaft der wichtigste Sektor der Schweizer Landwirtschaft ist (BLW 2019). Folglich sind Milchprodukte auch interessante Produkte für Solawis. Agrico hatte

bereits in den 80er Jahren Quark nach dem solidarischen Landwirtschaftsprinzip erzeugt und vertrieben. Doch die Milchwirtschaft bei Agrico hielt nicht lange an (IP #10). Auf die Frage, ob es Dinge gegeben hätte, welche nicht funktionierten, antwortete mir das BG-Mitglied von Agrico: *«Ja, ich würde sagen, der eigene Quark. Den haben wir dann aufgegeben aufgrund von den Anforderungen und vom Aufwand. Das ist sicher so eine Sache»* (IP #10). Mittlerweile bietet Agrico ein Quark-Abo von einem Partnerhof an. Selber hat man sich nicht mehr an die Milchwirtschaft gewagt, der Aufwand war zu gross. Man konzentrierte sich lieber auf die Gemüseproduktion (IP #10).

Anders sieht dies bei basimilch aus. Wie der Name bereits schon andeutet, sind bei basimilch Milchprodukte die zentrale Produktparte. Zum Sortiment gehören Quark, Käse, Joghurt und Rohmilch (IP #1). Doch zu Beginn war eine Solawi mit Milchprodukten nur eine Wunschvorstellung für die heutigen BetreiberInnen. Das BG-Mitglied von ortoloco erzählt:

*«Sie [die GründerInnen von basimilch] waren bei der Gründung von ortoloco bereits dabei, sie haben es eine super Sache gefunden, waren aber überzeugt, dass dieses Konzept nicht auf die Milchprodukte anwendbar ist, aber sie haben das einfach toll gefunden, sich mit uns zu vernetzen.»* (IP #8)

Aufgrund der ökonomischen Schwierigkeiten blieb die Idee der solidarischen Landwirtschaft aber weiterhin ein Thema bei den BetreiberInnen vom Hof Im Basi. Die tiefen Milchpreise führten dazu, dass die Kosten nicht durch die Einnahmen gedeckt werden konnten (IP #1). Die Milchwirtschaft ist besonders stark von volatilen Preisen betroffen, was zu grossen finanziellen Unsicherheiten bei den ErzeugerInnen führen kann (BMEL 2015: 3-15). Infolgedessen haben sich die BetreiberInnen schliesslich dazu entschieden, 2015 ein solidarisches Landwirtschaftsprojekt mit Milchwirtschaft zu starten (IP #1). Das BG-Mitglied von basimilch beschreibt die ökonomische Motivation folgendermassen:

*«Es heisst oft einfach, es funktioniert nicht, weil die Bedingungen nicht stimmen, eigentlich würde der Markt funktionieren, aber die Bedingungen sind nicht gegeben. (...) also Adam Smith sagt, die unsichtbare Hand reguliert die Wirtschaft, aber wir wollen das nicht, wir wollen die Wirtschaft in die eigenen Hände nehmen, wir wollen sie selber regulieren. Also diese Selbst-Regulierung wollen wir ernst nehmen und demokratisch machen und nicht irgendwelchen göttlichen Kräften überlassen.»* (IP #1)

Durch die Gründung der Solawi hat sich basimilch bis zu einem gewissen Masse von volatilen Milchpreisen lösen können, da sie ihre Produkte nicht mehr zu Preisen verkaufen müssen, welche durch den Markt bestimmt werden. Die Preise werden nun durch die entstehenden Kosten definiert und von der Gemeinschaft, also von den Genossenschaftsmitgliedern getragen (IP #1). Die von basimilch

getätigten Transaktionen haben sich also zum grössten Teil von markt-orientierten Transaktionen zu Transaktionen innerhalb einer Gemeinschaft gewandelt. Trotzdem muss hier erwähnt werden, dass die Mitglieder bei basimilch weiterhin Produktpreise bezahlen, wie es z.B. auch beim Eier-Abo von Agrico der Fall ist. Konkret bedeutet das, dass ein Mitglied immer die gleiche Menge für den bezahlten Preis erhält. Ein Mitglied erhält pro Woche entweder vier oder acht Liter Milch und nicht einen variierenden Anteil. Von diesen vier oder acht Litern ist jeweils ein Teil verarbeitet und ein Teil Rohmilch (IP #1). Dadurch ist die Risikoteilung zwischen Mitgliedern und ProduzentInnen nicht gleich gewährleistet, wie wenn die Ernteanteile schwankend wären. Auf die Hintergründe des Produktpreises wird in 7.1 näher eingegangen.

Eine Solawi mit Milchprodukten kreiert aber auch neue Schwierigkeiten. Das BG-Mitglied von basimilch spricht das Wissen der HelferInnen an, welches bei der Produktion und Verarbeitung von Milchprodukten vorhanden sein muss. Im Vergleich zum Anbau vom Gemüse sind die Anforderungen bei der Milchwirtschaft deutlich höher. Besonders die Hygiene-Standards sind extrem wichtig und müssen pflichtbewusst eingehalten werden (IP #1). Dies bestätigt die Ansicht vom Agrico BG-Mitglied bezüglich den hohen Anforderungen in der Milchwirtschaft. Folglich ist es schwierig, die Genossenschafts-Mitglieder eng in die Produktion einzubinden. Das BG-Mitglied von basimilch vergleicht: *«Wenn eine Karotte auf den Boden fällt, dann nimmt man sie wieder auf und putzt sie ein bisschen, aber bei einem Joghurt-Glas, da ist das halt dann ein bisschen doof»* (IP #1).

Neben den hohen Anforderungen an die HelferInnen gibt es bei einer Milch-Solawi auch höhere Anforderungen an die Infrastruktur, als dies bei einer Gemüse-Solawi der Fall ist. Dies wird durch die Aussage vom BG-Mitglied von basimilch klar:

*«Also so vom Technischen, um eine Käserei zu bauen und den Keller einzurichten, das ist halt schon relativ kapitalintensiv, das ist der Unterschied zum Gemüse. Du brauchst den Keller, du brauchst die Geräte, den Kühlschrank, es ist schon kapitalintensiv, dafür brauchst du weniger Leute, das sind so die Dinge.»* (IP #1)

Die benötigte Infrastruktur und das damit verbundene Kapital birgt ein grosses Risiko. Dies könnte auch ein Hinweis darauf sein, wieso es noch fast keine Solawis in der Schweiz gibt, welche Milchprodukte erzeugen. Besonders in der Deutschschweiz, wo Solawis häufig durch Konsumentenbewegungen entstehen, ist es schwierig, ein solches Projekt zu starten, da in diesen Fällen noch keine oder nur wenig Infrastruktur vorhanden ist. Für bestehende Käsereien sieht das BG-Mitglied von basimilch aber *«viel Möglichkeit»* für die Zukunft bezüglich der solidarischen Landwirtschaft (IP #1).

## **Getreide**

Im Vergleich zu Milchprodukten haben schon mehrere der untersuchten Projekte Erfahrungen mit Getreide gemacht oder planen, damit zu arbeiten. TaPatate!, radiesli und Nuglar Gärten haben bereits

Getreide an die Mitglieder vertrieben (IP #2, IP #4, IP #5). Bei ortoloco steht die Vermarktung von Getreide mit der Übernahme des Gastgeber-Hofs in Planung (IP #8). Die Art der Ernteverteilung unterscheidet sich aber stark. Bei radiesli gibt es das Abo *Mehl und Mehr*, welches wie auch die restlichen Angebote abonniert werden kann und viermal im Jahr ausgeteilt wird (IP #4). Nuglar Gärten haben kleine Mengen an Getreidesorten angepflanzt. Die Erträge wurden dann im normalen Abo – Nuglar Gärten bieten nur ein Abo an – beigelegt. Mittlerweile wurde die Getreideproduktion aufgrund des Aufwandes jedoch wieder eingestellt (IP #5). Das BG-Mitglied von Nuglar Gärten begründet den Entscheid folgendermassen:

*«Allerdings wurde Getreide nun gestrichen. Mit Getreide wollten wir auch ein bisschen experimentieren, Dinge wie Quinoa haben wir ausprobiert, Sachen, welche einfach immer importiert werden. Hat auch gut funktioniert, allerdings ist die Verarbeitung extrem aufwändig und die Mengen waren sehr klein, wir mussten sehr viel Handarbeit machen und dann haben wir uns entschieden, den Fokus auf das Gemüse zu legen und auch auf die Kirschbäume und noch ein bisschen auf die bereits vorhandenen Obstbäume.» (IP #5)*

Bei TaPatate! ist das Getreide noch nicht wirklich Bestandteil der solidarischen Landwirtschaft. Die Besitzer des Hofes, welche TaPatate! einen Teil ihrer Landfläche zur Benützung anbieten, pflanzen bereits Getreide an und haben einen Teil der Ernte an TaPatate! abgegeben. Per Mail werden die Mitglieder von TaPatate! über das Angebot informiert und können so Bestellungen tätigen (IP #2). Vergleicht man TaPatate! und Nuglar Gärten, ist schön zu erkennen, dass die gegebenen Umstände auf dem Hof eine wichtige Rolle für Entwicklungen spielen. Während Nuglar Gärten die Getreideproduktion von Grund auf selber lancieren musste und letztlich aufgrund des Aufwandes die Produktion wieder einstellte, konnte TaPatate! von der bereits bestehenden Getreideproduktion ihres Hofes profitieren. So erzählt das BG-Mitglied von TaPatate!:

*«Ich glaube, das grosse Glück ist, dass die Bauern, die auf dem Hof wohnen, sehr offen sind gegenüber diesen Ideen [solidarischer Landwirtschaft] und auch unabhängig von uns vieles machen, z.B. das Getreide würde auch ohne uns hergestellt. Dann ist es kein grosser Aufwand.» (IP #2)*

Man kann also feststellen, dass Getreide ein Produkt ist, welches bei den Solawis durchaus ein Thema ist und erste Umsetzungen zu erkennen sind. Jedoch scheint der Aufwand verglichen mit dem Ertrag relativ gross zu sein und dies hat zur Folge, dass Getreide noch kein fester Bestandteil der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz ist. Auch wenn der durchschnittliche Konsum von Getreide in der Schweiz in den vergangenen Jahren abgenommen hat, bleibt es weiterhin ein wichtiges Grundnahrungsmittel (BFS 2017). Deshalb wird sich die solidarische Landwirtschaft in der



Deutschschweiz in den kommenden Jahren mit dem Thema Getreide befassen müssen, will man eine Alternative zum Mainstream-Nahrungsmittelsektor sein.

## **Obst**

In den durchgeführten Interviews wurde immer wieder Obst als wichtige Produktparte genannt. So betonen auch die Mitglieder von *radiesli* und *ortoloco* in den Interviews den Wunsch nach Obst (IP #6, IP #11). Die Nachfrage wird seitens der Solawis auch ernst genommen. Bei *TaPatate!*, *radiesli*, *Nuglar Gärten*, *ortoloco* und *Agrico* werden Früchte bereits jetzt oder in Zukunft angeboten (IP #2, IP #4, IP#5, IP #8, IP #10). Dabei wird auch der Wissensaustausch zwischen den einzelnen Solawis genutzt. Das BG-Mitglied von *TaPatate!* erwähnt im Interview, dass *TaPatate!* *radiesli* bei der Planung des Obstabos zur Hilfe stand (IP #2). Speziell bei der Produktion von Obst ist die langfristige Planung, welche nicht sofort zu einer Ernte führt. Alle fünf Solawis, welche Obst anbieten wollen, sprechen die lange Anlaufzeit an. So erzählt das BG-Mitglied von *Agrico*: *«Obst ist sicher ein Ding, wo man sich jetzt spezialisieren will und allenfalls in ein paar Jahren so etwas versucht, in die Wege zu leiten»* (IP #10). Bei *Nuglar Gärten* tönt dies ähnlich: *«Wir haben einige neue Bäume gepflanzt, mittlerweile etwa 400 Bäume. Aber das ist natürlich noch keine Ernte, so ein paar einzelne haben jetzt das erste Mal kleine Erträge gegeben»* (IP #5). Dies ist kein zu vernachlässigender Aspekt des Obstanbaus. Eine Solawi, welche Obst anbietet, muss folglich deutlich längerfristiger denken, als eine Gemüse-Solawi. Besonders in den ersten Jahren ist mit nur kleinen Erträgen zu rechnen. Vergleicht man Obst mit dem Gemüseanbau, fällt auch auf, dass der Obstanbau weniger dynamisch ist. Während im Gemüseanbau relativ kurzfristig auf Engpässe reagiert werden kann, da einzelne Sorten von Gemüse sehr schnell wachsen können, ist dies beim Obstanbau nicht möglich, wie die Aussage des BG-Mitglieds von *TaPatate!* zeigt:

*«Letzte Woche wollten wir eigentlich die Kirschen das erste Mal ins Abo einbinden und haben auch allen Obstabo-Besitzern ein Mail gemacht, dass es Kirschen gibt am Mittwoch und dann hat der Bauer am Sonntagabend geschrieben, die Krähen haben alles weggefressen und dann ist das schon so „aaaah“ (...). Oder auch, als der Frost im Frühling wieder kam, dann wird man einfach nervös, ob es klappt mit den Blüten oder ob es vielleicht alle nimmt und wir einfach nichts anbieten können und die Mitglieder trotzdem bezahlen. Aber ich glaube, das kommt schon gut. Es gibt Obst, aber nicht so viel, wie letztes Jahr. Aber das ist schon etwas, wovor ich viel Respekt habe. Beim Gemüse kann man immer noch sagen, ich kann noch etwas anpflanzen und das kommt dann einfach ein bisschen später. Aber bei einem Obstaussfall, meistens passiert nicht ein kompletter Ausfall, aber ja, dann musst du halt einfach auf das nächste Jahr warten.»* (IP #2)

Aufgrund der Aussagen in den Interviews wird klar, dass Obst eine Produktparte ist, welche eine Solawi nach und nach aufbauen muss und erst mit der Zeit in das Angebot einbinden kann. Gleich zu Beginn mit Obst zu starten, ist für eine Solawi sehr schwierig in Anbetracht der langen Wachstumszeit der Obstbäume. Obst hat aber trotz der langen Anlaufzeit einen wichtigen Stellenwert in der solidarischen Landwirtschaft. In der internationalen Literatur wird Obst häufig sogar als zweitwichtigstes Produkt in der solidarischen Landwirtschaft genannt (Galt et al. 2011: 17; Moellers & Birhala 2014: 143; USDA 2017: 4ff.; Ostrom 2007: 7). Und auch in der Deutschschweiz wird Obst in der Zukunft höchstwahrscheinlich eine grössere Rolle spielen. Die Nachfrage der Mitglieder ist vorhanden und die Mehrheit der befragten Solawis befasst sich bereits mit dem Obstanbau.

### **Fleisch**

Die Erzeugung und der Vertrieb von Fleisch nach den Prinzipien der solidarischen Landwirtschaft ist ein interessanter Untersuchungsaspekt, da sich die Rolle von Fleisch in der solidarischen Landwirtschaft von den anderen hier vorgestellten Produkten unterscheidet. Grundsätzlich war in den Interviews nämlich zu erkennen, dass Fleisch nicht als zentrales Nahrungsmittel angeschaut wird, sondern sowohl für die Betriebsgruppen wie auch für die Mitglieder der Solawis ein Luxusprodukt ist, welches nur selten konsumiert wird. So sagt das Mitglied von radiesli: *«Ich finde, Fleisch essen ist ein Luxus, den ich mir zwischendurch gönne, aber darauf kann ich auch gut verzichten»* (IP #6). Ein Grund für den bedachten Fleischkonsum könnte das umweltbewusste Handeln vieler Beteiligten in der solidarischen Landwirtschaft sein. Fleischkonsum trägt in der Schweiz entscheidend zu den CO<sub>2</sub>-Emissionen bei. Laut WWF Schweiz senkt sich der Nahrungsmittel-Fussabdruck des durchschnittlichen Schweizers und der durchschnittlichen Schweizerin um 25%, wenn er oder sie sich entscheidet, die Ernährung auf vegetarisch umzustellen (WWF Schweiz 2019). Das BG-Mitglied von ortoloco spricht diesen Aspekt im Interview an: *«Also Fleisch ist ja sowieso ein Thema der Nachhaltigkeit, da musst du dich fragen, ob du überhaupt Fleisch machen willst»* (IP #8). Auch die FAO (2018: 146) betont in ihrem Bericht immer wieder, dass der Fleischkonsum in Zukunft reduziert werden muss, damit eine nachhaltige Landwirtschaft erreicht werden kann. Abgesehen von der Frage, ob man aus umweltthematischen Beweggründen überhaupt Fleisch produzieren will, ist auch unklar, ob die Nachfrage seitens der Mitglieder von Solawis überhaupt gross genug ist, dass sich die Fleischproduktion für eine Solawi lohnt. Drei der vier befragten Mitglieder von Solawis haben in den Interviews erwähnt, dass ihr Fleischkonsum sehr tief sei und sich in ihrem Umfeld (MitbewohnerInnen oder LebenspartnerInnen) viele Personen vegetarisch ernähren würden (IP #6, IP #9, IP #11). Natürlich ist dies keine quantitativ aussagekräftige Statistik, trotzdem kann es aber als grober Einblick in das Konsumverhalten von Solawi-Mitglieder gewertet werden.

Trotz den oben genannten Gründen bietet radiesli Fleisch in Abo-Form an und bei TaPatate!, ortoloco und Agrico ist Fleisch ein aktuelles Thema. Welche Motivationen stecken dahinter? Dafür ist es wichtig, dass man zuerst zwischen Geflügel und Rind-/Schweinefleisch unterscheidet, da sich die Beweggründe

für die beiden Angebote deutlich unterscheiden. Fleisch, welches vom Geflügel stammt, ist bei den Solawis hauptsächlich ein Nebenprodukt der Eierproduktion. Wie bereits im Abschnitt Eier erwähnt, heisst das Abo bei radiesli *Huhn und Ei* und beinhaltet in unregelmässigen Abständen Suppenhühner und die Brüder der Legehennen (IP #4). Auch bei Agrico werden die Legehennen am Ende ihrer Legezeit als Suppenhühner verwendet. Sie sind jedoch kein Bestandteil des Abos, sondern werden nach Kilopreis verkauft (IP #10). Das Geflügel entsteht also durch die Verwertung der Tiere, doch eigentlich ist die Eierproduktion der Antrieb für die Hühnerhaltung.

Anders sieht es bei der Produktion von Rind- und Schweinefleisch aus. Offensichtlich ist die Nachfrage nach Fleischprodukten doch genügend gross, dass es sich lohnt Fleisch anzubieten. Das BG-Mitglied von radiesli erzählt, dass gewisse Mitglieder sogar nur wegen dem Fleischabo zu radiesli gestossen sind (IP #4). Die verteilten Mengen pro Jahr sind relativ klein und somit ist ein umweltbewusster Konsum möglich, auch ohne vollständig auf Fleischkonsum verzichten zu müssen. Der aber wohl wichtigere Grund für die Vieh- respektive Schweinehaltung ist ein anderer, erklärt mir das BG-Mitglied von radiesli. Durch die Haltung dieser Tiere ist es für die Solawi möglich, auf einem Hof einen geschlossenen Kreislauf zu entwickeln. Der Grundgedanke ist, dass der Nährstoffinput für den Boden durch den Kuhdung, welcher direkt vom Hof selbst stammt, bewältigt werden kann (IP #4). Die Schweine- und Viehhaltung kann demnach bis zu einem gewissen Teil als Mittel zum Zweck angesehen werden. Durch den geschlossenen Kreislauf sind die Solawis unabhängiger vom Markt, da sie ihren eigenen Dünger produzieren können und keine zusätzlichen Nährstoffinputs kaufen müssen.

Was mich persönlich überraschte, ist, dass die Kühlung und Verteilung des Fleisches kein Problem für die Solawis darstellt. In keinem Interview wurde dieser Aspekt als Herausforderung genannt. Dies könnte daran liegen, dass die Mengen relativ klein sind und die Mitglieder nur wenige Male pro Jahr Fleisch erhalten. Bei radiesli zum Beispiel wird das Fleisch von den Mitgliedern jeweils auf dem Hof abgeholt und muss deshalb nicht in die Depots transportiert werden, was die Lagerung erleichtert (IP #4). Das BG-Mitglied von ortoloco erwähnt die Lagerung des Fleisches sogar als Vorteil: *«Ja, beim Fleisch ist es ja so, das kann man gut einfrieren, solche Dinge kann man auch mit dem Gemüse machen, aber ja, beim Fleisch ist es ziemlich üblich»* (IP #8).

Fleischprodukte dürften in den kommenden Jahren weiterhin nur ein Nebenprodukt für die Solawis bleiben. Die meisten der betroffenen Akteure betrachten Fleisch als ein Luxusprodukt und nicht als ein notwendiges Nahrungsmittel, das produziert oder konsumiert werden muss. Die Vieh- und Schweinehaltung kann jedoch eine wichtige Rolle in der Kreislaufwirtschaft des Betriebes spielen und aufgrund dessen für die Solawis weiterhin spannend bleiben.

### **Verarbeitete Nahrungsmittel**

Im Frühling und Sommer können Mitglieder von Solawis meistens reichhaltige Ernteanteile erwarten. Anders sieht dies gegen Ende Herbst und vor allem in den Wintermonaten aus. Für die Solawis und ihre Mitglieder stellen diese Monate eine grosse Herausforderungen dar. Eine von vielen Solawis praktizierte

Methode, um den Mitgliedern auch in den Wintermonaten einen befriedigenden Anteil bieten zu können, ist die Einlagerung von Gemüse (Adam 2006: 7; Egloff et al. 2014: 3; Nost 2014: 154f.). Auch bei den interviewten Solawis Agrico, Nuglar Gärten, ortoloco, radiesli und TaPatate! wird in die Wintertasche Lagergemüse beigelegt. Das Problem ist, dass die Vielfalt beim Lagergemüse eher klein ist. Sax (2017: 65) hat bei den Mitgliedern von ortoloco erkannt, dass die *«Eintönigkeit des Lagergemüses»* dazu führen kann, dass die Mitglieder noch zusätzliche Produkte von anderen Quellen dazukaufen.

Um dieser Eintönigkeit entgegen zu halten, haben sich verschiedene Solawis dazu entschieden, Produkte zu verarbeiten und sie damit länger haltbar zu machen. Konkret bedeutet das, dass die Solawis zusätzlich zu ihrem Grundangebot z.B. auch noch eingemachtes Gemüse, Trockenfrüchte, Most oder Ähnliches herstellen und anbieten. Bei TaPatate!, Nuglar Gärten und ortoloco werden mit dieser Methode zusätzliche Produkte kreiert (IP #2, IP #5, IP #8). Die verarbeiteten Produkte werden aber nicht als eigene Abos respektive Produkte angeboten, vielmehr bilden sie in den Wintermonaten eine Ergänzung für das Gemüse- oder Obstabo (IP #2, IP #5). Besonders Nuglar Gärten bietet ein breites Spektrum an verarbeiteten Produkten an:

*«Die Einmachprodukte, die sind relativ speziell bei uns. Im Winter kommt bei uns abgesehen von Kartoffeln, Lauch, Kohl und Kürbis fast nichts, das kommt alles vom Eulenhof, aber was wir dazu geben, sind Konfitüren, Sirup, Sommergemüse eingemacht ... das ist ziemlich speziell bei uns und etwas, was viele Abonnenten schätzen bei uns (...). Wir haben die Ernte im Sommer und wir können das nicht alles verteilen, weil es zu viel wäre und dann machen wir sie halt ein und verteilen es im Winter, wenn es zu wenig frisches Gemüse gibt.» (IP #5)*

Für die Solawis macht es durchaus Sinn, solche Produkte herzustellen und den Mitgliedern anzubieten, da die Verarbeitung sowohl für die Solawi, wie auch für ihre Mitglieder von Vorteil sein kann. Die Solawi kann durch das Verarbeiten von Produkten Überschüsse sinnvoll verwerten und dadurch Verschwendung von Lebensmitteln verhindern. Das BG-Mitglied von TaPatate! gibt dazu ein Beispiel:

*«Dann haben wir auch noch Eingemachtes selber hergestellt, letztes Jahr waren es zum Beispiel tonnenweise Zucchini und Essiggurken. Das verkaufen wir aber nicht, sondern geben es ins [Gemüse] Abo rein. Z.B. im Winter, wenn man mal nicht so viel sonst anbieten kann.» (IP #2)*

Während die Solawi die Überschüsse verwerten kann, können die Mitglieder von einer höheren Vielfalt in den Wintermonaten profitieren. Wie die dadurch geschaffene Vielfalt von den Mitgliedern tatsächlich aufgenommen wird, ist für mich an dieser Stelle aber schwierig zu beantworten, da sich nur eine

interviewte Person dazu geäußert hatte. Das Mitglied von TaPatate! hat aber durchaus positiv über die eingemachten Produkte gesprochen (IP #3).

Ein weiterer Vorteil der Nutzung von Überschüssen ist die dadurch verstärkte Unabhängigkeit der Solawi. Kann die Solawi in den Wintermonaten grössere Mengen und eine grössere Vielfalt mit den eigenen Produkten abdecken, muss sie weniger von externen Höfen dazukaufen. So können sich die Solawis stärker von den marktorientierten Strukturen lösen. Das bedeutet, dass die Einkaufspreise, welche durch den Markt geregelt werden, weniger Einfluss auf die Solawis nehmen, da diese nun weniger einkaufen müssen.

Natürlich ist die Verarbeitung von Produkten mit einem gewissen Mehraufwand verbunden. Mir ist aber aufgefallen, dass dieser Mehraufwand von keiner interviewten Person als Herausforderung angesprochen wurde. Folglich gehe ich davon aus, dass dieser zusätzliche Aufwand keinesfalls ein Hindernis für die Solawis darstellt und verarbeitete Nahrungsmittel weiterhin eine wichtige Ergänzung zum regulären Abo bleiben werden.

### **Internationale Produkte**

Alle Produkte, welche bis hierhin beschrieben wurden, können in der Schweiz hergestellt werden. Es existieren aber auch diverse Nahrungsmittel respektive Pflanzen, für welche in der Schweiz nicht die richtigen Bedingungen herrschen. Doch müssen Mitglieder einer Solawi folglich auf diese Produkte verzichten? Im Gespräch mit der Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft wurde klargestellt, dass die Mitglieder nicht auf diese Nahrungsmittel verzichten müssen. Im Gegenteil, internationale Partnerschaften zwischen Solawis und ähnlichen Projekten im Ausland werden laut der Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft angestrebt und gefördert, sodass diese internationalen Produkte auch importiert werden können. Die Kooperationsstelle begründete diese Haltung im Mail-Austausch folgendermassen: *«Was die Solawi auf keinen Fall will, sind protektionistische und nationale Systeme fördern. Handel soll unbedingt Platz haben, da sinnvoll und notwendig. Aber halt eben nicht unter der Prämisse der Profitgenerierung und Machterweiterung»* (Mail Kooperationsstelle 24.02.2019).

Solche internationalen Partnerschaften sind tatsächlich bei Solawis in der Deutschschweiz beobachtbar. Gleich bei drei befragten Solawis wird importierter Kaffee für die Mitglieder angeboten oder das Angebot ist geplant. TaPatate! und radiesli haben Kaffee im Angebot und bei Nuglar Gärten wird Kaffee in naher Zukunft als Nebenprodukt angeboten (IP #2, IP #4, IP # 5). Dabei handelt es sich jeweils um den gleichen Kaffee namens *TEIKEI*<sup>15</sup>. TEIKEI ist eine deutsche Nicht-Profit-Organisation und bezeichnet das Projekt auf ihrer Webseite als Versuch, CSA global umzusetzen. Der Kaffee stammt von mexikanischen Bäuerinnen und Bauern. Die Produktionskosten werden bereits zu Beginn des Jahres durch die Mitglieder gedeckt, wodurch der Produzentenseite eine finanzielle Sicherheit geboten werden kann (TEIKEI 2019). Wichtig zu verstehen ist, dass die Schweizer Solawis keine direkte Partnerschaft

---

<sup>15</sup> TEIKEI = Japanischer Begriff für solidarische Landwirtschaft.

mit den Bäuerinnen und den Bauern in Mexiko haben, sondern via die NPO TEIKEI mit der Produzentenseite verbunden sind. Trotzdem können sich die Solawis bemühen, den direkten Kontakt zu suchen. Ein engagiertes Mitglied von radiesli beschreibt die Situation aus Erfahrung wie folgt:

*«Ich war an dem Treffen von radiesli mit Diego, dem Kaffeebauern, aber wer dort genau von wem abhängt, da ist das radiesli weit weit weg, wir können einfach signalisieren, wir schätzen das zu wissen, dass es von diesem Bauern kommt und wir garantieren dir so und so viel Kaffee, den wir abkaufen, aber dann noch weiter, das ist nicht mehr bei radiesli, das ist dann bei TEIKEI.» (IP #6)*

Eine spannende Frage, welche ich mir im Vorfeld der Interviews bereits gestellt habe, ist die Mitarbeit bei internationalen Produkten. Natürlich ist es nicht möglich, dass die Mitglieder der Schweizer Solawis in Mexiko auf dem Feld mitarbeiten, trotzdem wird aber auch beim Kaffee Mitarbeit geleistet. Zumindest bei radiesli ist dies der Fall und zeigt, dass auch bei importierten Produkten Mitarbeit möglich ist. Das Mitglied von radiesli sieht die Mitarbeit als eine Bereicherung:

*«Für den Kaffee kannst du einerseits, wenn er da ist, an die Mitglieder verteilen. Was ich nicht weiss, ob das radiesli den Kaffee selber abpackt, aber auf jeden Fall kann man nach Basel in die Rösterei und das ist schon toll, weil du machst nicht nur was für das radiesli, sondern lernst auch noch etwas zum Kaffee-Rösten. Aber wenn du dort bist, dann hilfst du wahrscheinlich nachher auch, das ganze Zeugs parat zu machen. Und es muss ja dann noch von Basel nach Bern kommen, einfach bei der ganzen Kette, was effektiv passiert, kann man helfen.» (IP #6)*

Ein weiteres importiertes Produkt, welches während den Interviews zur Sprache gekommen ist, ist das Olivenöl von TaPatate!. Die Solawi hat eine Partnerschaft mit einem Olivenöl-Produzenten in Griechenland aufgebaut und vermarktet das Produkt in der Schweiz an die eigenen Mitglieder. Die Solawi agiert sozusagen als Zwischenhändler, beschreibt das BG-Mitglied von TaPatate! die eigene Position (IP #2). Die Partnerschaft zwischen TaPatate! und dem Verkäufer aus Griechenland entspricht zwar nicht den CSA-Prinzipien, da keine Abnahmegarantie respektive keine längerfristige Zusammenarbeit definiert wurde. Jedoch wird eine solche Zusammenarbeit angestrebt: *«Seine Idee [die Idee des griechischen Produzenten] ist es schon auch, dass man eine Art Abo macht und zwar am liebsten auch Solawi-mässig» (IP #2).*

Grundsätzlich ist die internationale Partnerschaft durchaus eine gute Möglichkeit für Schweizer Solawis, um Produkte anbieten zu können, die in der Schweiz nicht verfügbar sind, aber trotzdem eine grosse Nachfrage dafür besteht. Dadurch kann man die Mitglieder mit einem breiteren Angebot überzeugen und gleichzeitig die globale Zusammenarbeit stärken. Spannend ist der Aspekt der

internationalen Zusammenarbeit von Solawis auch mit Blick auf die Kritik von Jonas (2010) und Smith (2012) an der Community Economy<sup>16</sup>. Beide Autoren schreiben, dass die Community Economy nur ein lokales Phänomen sei und somit nie die kapitalistische Hegemonie ablösen könnte, da diese lokalen Gemeinschaften allein zu wenig Einfluss haben können. Die oben beschriebenen Partnerschaften mit TEIKEI oder dem griechischen Olivenöl-Produzenten zeigen aber auf, dass die Community Economy nicht nur auf der lokalen Ebene bestehen kann, sondern Gemeinschaften über grosse Distanzen entstehen können und so gemeinsam die gleichen Werte vertreten. Diese Meinung vertreten auch Gibson-Graham (2008: 627).

Natürlich sind diese Zusammenarbeiten noch ein kleiner Teil der Solawis in der Schweiz und es bestehen noch viele Herausforderungen. Zum Beispiel erwähnt das BG-Mitglied von TaPatate! die Schwierigkeit der Mithilfe auf dem Feld:

*«Die Idee wäre auch, dass dann Leute kommen und die Ernte mitmachen können, aber das ist halt vielleicht ein bisschen schwieriger, Leute zu finden, welche bereit sind, nach Griechenland zu gehen. Und wenn du eigentlich als Ziel eine emissionslose Produktion hast, willst du ja nicht, dass alle nach Griechenland fliegen. Dann musst du irgendwie, ja ... es ist von verschiedenen Gesichtspunkten schwierig.» (IP #2)*

Im Vergleich zum Kaffee gibt es beim Olivenöl keine Verarbeitungsprozesse, welche in der Schweiz durchgeführt werden können und so gibt es auch keine Möglichkeiten für eine Mitarbeit durch die Mitglieder in der Schweiz. Aber trotz diesen Schwierigkeiten ist es möglich, global vernetzte Gemeinschaften zu bilden, welche sowohl für die Produzentenseite, wie auch für die Konsumentenseite einen Mehrwert generieren kann. Das Beispiel von TEIKEI zeigt dies gut auf. Man muss sich aber bewusst sein, dass diese Zusammenarbeit nicht so streng den CSA-Prinzipien entsprechen kann, wie es eine lokale Solawi kann.

Die Aussagen von den befragten Solawis haben klar gezeigt, dass Gemüse keinesfalls das einzige Produkt ist, welches von deutschschweizerischen Solawis angeboten wird. Die Diversität wird immer grösser und deckt unterschiedliche Nahrungsmittel ab. Von Milch über Fleisch bis hin zu Konfitüren und Sirup findet man die unterschiedlichsten Produkte bei den Solawis. Sogar internationale Produkte wie Kaffee oder Olivenöl sind mittlerweile Teil der solidarischen Landwirtschaft.

Trotzdem muss man festhalten, dass die Entwicklung dieser Produkte immer noch am Anfang steht. Mehrere dieser Produkte werden nur von einer oder zwei Solawis angeboten und folglich können nur Personen profitieren, welche in der Nähe dieser spezifischen Solawis leben. Zum Teil werden auch neue Produkte angeboten, welche zur Zeit noch nicht nach den solidarischen Landwirtschaftsprinzipien produziert und vertrieben werden, dies aber die Vision ist.

---

<sup>16</sup> Siehe 4.2.

Ersichtlich wird aber auch, weshalb viele Solawis nur Gemüse produzieren respektive mit Gemüse starten. Die Planung und die Umsetzung vom Gemüseanbau ist für die Solawis deutlich simpler, als bei praktisch allen anderen hier präsentierten Produkten. Für Gemüse brauchen die Solawis nahezu keine Infrastruktur, das benötigte Fachwissen ist leichter zu erlernen, als es zum Beispiel bei Fleisch- oder Milchprodukten ist und Mitarbeit durch Mitglieder ist verhältnismässig einfach umzusetzen.

Weshalb also entscheiden sich Solawis trotz dem Zusatzaufwand für neue Produkte? Die Gründe scheinen sich stark zu unterscheiden. So war zum Beispiel bei basimilch der finanzielle Aspekt ein Kernaspekt für die Gründung der Milchsolawi, die verarbeiteten Nahrungsmittel bei TaPatate! entstanden aufgrund von vorhandenen Überschüssen und die Eierproduktion von Agrico wurde genutzt, um das Gemüseabo durch das Zusatzabo Eier attraktiver zu gestalten. Trotz der Divergenz ist aber bei fast allen Produkten ein gemeinsamer Grundgedanke zu erkennen. Die Solawis versuchen, mit Hilfe von neuen Produkten die solidarische Landwirtschaft auf neue Bereiche der Nahrungsmittelproduktion anzuwenden, um so unabhängiger vom industriellen Nahrungsmittelsektor zu werden.

## 6.2.2 Gesamtbetriebliche Umsetzung

Im vorangegangenen Kapitel haben wir gesehen, dass das Angebot an Produkten zwischen den Solawis stark variieren kann. Folglich hat ein Mitglied jeweils nur die Produkte zur Auswahl, welche seine Solawi anbietet. Liegen mehrere Solawis räumlich beieinander, so besteht die Möglichkeit, bei mehreren Solawis gleichzeitig Mitglied zu sein und so unterschiedliche Produkte aus der solidarischen Landwirtschaft beziehen kann. Das Mitglied von basimilch sagte, dass seine Wohngemeinschaft beispielsweise ein Abo bei basimilch, wie auch ein Abo bei der Solawi mehalsgmües<sup>17</sup> hat. Zusätzlich besitzen sie auch noch eine Mitgliedschaft bei der Zürcher Food Coop *Comedor*<sup>18</sup> (IP #9). Dies ist eine mögliche Lösung, um verschiedene Produkte aus solidarischer Landwirtschaft oder ähnlichen Landwirtschaftsformen zu beziehen. Es wäre aber durchaus praktischer, wenn ein Mitglied alle Produkte von der gleichen Initiative beziehen könnte, wie das Mitglied von TaPatate! betont (IP #3). Dieses Prinzip wird zum Teil auch bereits umgesetzt. Werden alle unterschiedlichen Produkte, welche auf einem Hof produziert werden, nach den solidarischen Landwirtschaftsprinzipien produziert und vertrieben, so wird dies im deutschen Kontext *gesamtbetriebliche Umsetzung* von solidarischer Landwirtschaft genannt. Wie in 3.3 erwähnt, gibt es in Deutschland bereits einige solche gesamtbetriebliche Höfe. Für andere Länder konnte ich in der Literatur keine Informationen bezüglich gesamtbetrieblicher Umsetzung finden. Häufig werden Projekte erwähnt, bei welchen unterschiedliche Produkte vom gleichen Hof angeboten werden, das Konzept, dass der ganze Hof nach den CSA-Prinzipien bewirtschaftet wird, wird aber nicht explizit erwähnt. Folglich existieren in anderen Sprachen auch keine Bezeichnungen dafür. In diesem Kapitel beschäftige ich mich nun mit der

---

<sup>17</sup> mehalsgmües ist eine Gemüsegenossenschaft am Rande von Zürich, welche aber im Rahmen dieser Masterarbeit nicht befragt wurde.

<sup>18</sup> Laut der Webseite von Comedor handelt es sich dabei um eine Lebensmittelkooperative, welche Lebensmittel ohne Umweg über die Grossverteiler an die KonsumentInnen bringen will, um so mehr Bewusstsein und mehr Ernährungssouveränität zu schaffen (Comedor 2019).



gesamtbetrieblichen Umsetzung von solidarischer Landwirtschaft in der Deutschschweiz und analysiere die dadurch entstehenden Vor- und Nachteile.

Während meiner empirischen Datenerhebung ist mir schnell aufgefallen, dass die gesamtbetriebliche Umsetzung einer solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz noch nicht stark verbreitet ist. Nur in wenigen Interviews wurde dieses Thema angesprochen. Genau deshalb war es für mich sehr spannend herauszufinden, wieso sich einzelne Solawis trotzdem mit einer ganzbetrieblichen Umsetzung befassen und welche allfällige Motivationen aber auch welche Hindernisse dafür existieren.

Die Solawis, welche sich mit der gesamtbetrieblichen Umsetzung beschäftigten, sind zum einen radiesli und zum anderen ortoloco. Jedoch ist der Unterschied zwischen diesen beiden Solawis zur Zeit sehr gross. Während radiesli bereits seit 2016 den ganzen Hof auf solidarische Landwirtschaft umgestellt hat, handelt es sich bei ortoloco erst um Zukunftspläne. Bei radiesli können die Mitglieder Fleisch, Eier, Getreide, Gemüse, Kartoffeln, Kaffee und in Zukunft auch noch Obst beziehen (IP #4). Bei ortoloco gibt es zur Zeit nur Gemüse im Angebot, geplant sind aber zusätzlich Eier, Fleisch, Obst und Getreide (IP #8). Der Prozess, welcher zur Entscheidung für eine gesamtbetriebliche Umsetzung führte, ähnelt sich bei radiesli und ortoloco sehr. Bei beiden Solawis war diese Hof-Solawi, wie die gesamtbetriebliche Umsetzung auch genannt wird, zu Beginn nicht geplant (IP #4, IP #8). Als dann die Möglichkeit entstand, den ganzen Hof zu übernehmen, haben sich sowohl ortoloco als auch radiesli plötzlich intensiver mit dem Thema gesamtbetriebliche Solawi auseinandergesetzt. Während man zu Beginn jeweils einfach ein Stück Land zur Verfügung hatte, auf welchem Gemüseanbau betrieben werden konnte, eröffnete die Möglichkeit, den Hof zu übernehmen, ganz neue Perspektiven (IP #4, IP #8). Das BG-Mitglied von radiesli beschreibt diesen Prozess folgendermassen:

*«Dann war irgendwann klar, dass irgendwann der Senior [der Besitzer des Hofes] in Rente geht und dann war klar, dass für uns, wenn wir irgendwie können, gerne den ganzen Hof übernehmen und als der Senior dann sich dazu durchringen konnte, respektive sogar begeistert war, dass sich das radiesli entfalten kann, haben wir eine Gruppe gesucht [die die Umsetzung plante].» (IP #4)*

Auch bei ortoloco war ein Wechsel auf dem Hof ein zentraler Faktor für die Entscheidung, eine Hof-Solawi zu starten. Das BG-Mitglied von ortoloco sagte im Interview:

*«Ein wichtiger und naheliegender Aspekt ist, dass der Hof die Hand gewechselt hat und wir dort Gast sind und der Hof hätte gut zu jemanden gehen [können], der uns dann nicht mehr hätte haben wollen. Dass der Hof jetzt Leuten gehört, die uns nahe stehen, ist für ortoloco ein grosser Vorteil. Dadurch, dass diese Leute uns nahe stehen, sind sie ja auch vom Prinzip der Solawi sehr überzeugt und dann ist klar, du willst die Hofprodukte nicht*

*auf dem Markt verkaufen, wenn du weisst, dass es auch Solawi gibt und davon überzeugt bist, du hast dann keine Lust mehr, etwas normal zu verkaufen.» (IP #8)*

Es muss hier aber noch erwähnt werden, dass die Entscheidung von ortoloco, eine Hof-Solawi zu starten, zum Zeitpunkt dieser Forschung noch nicht definitiv gefällt wurde. Die Planung ist im Gange, die Umsetzung muss aber noch von der Genossenschaft angenommen werden (IP #8).

Die Möglichkeit einen ganzen Hof zu übernehmen spielt bei der Entstehung einer gesamtbetrieblichen Solawi eine grosse Rolle. Jedoch ist dies nur eine Rahmenbedingung, welche die Hof-Solawi ermöglicht. Die Motivationen, diesen Schritt zu machen, sind andere. Die beiden BG-Mitglieder von radiesli und ortoloco erwähnten in den Interviews beide das Interesse, diese solidarische Wirtschaftsform auf weitere Bereiche auszuweiten und zu sehen, wie dies funktioniert (IP #4, IP #8). Man kann also festhalten, dass die Ideologie hinter dieser Wirtschaft für beide Projekte eine wichtige Rolle spielt und auch die gesamtbetriebliche Entwicklung antreibt. Das BG-Mitglied von ortoloco sagte dazu: *«Dass man demokratisch wirtschaften kann, das soll nicht nur mit Gemüse funktionieren, sondern mit allen Hofprodukten»* (IP #8). Die Hof-Solawi ermöglicht es ortoloco, diese solidarische Wirtschaftsform nun in einem grösseren Stile auszuprobieren und durchzuführen. Diese Ansicht wird auch von den befragten Mitgliedern geteilt. Die Mitglieder von radiesli und ortoloco sehen beide Vorteile in der gesamtbetrieblichen Umsetzung (IP #6, IP #11). So betont beispielsweise das Mitglied von ortoloco den Anspruch, dass man ein solches Konzept ganzheitlich umsetzen sollte und sich nicht nur einzelne Bereiche, welche einfach umsetzbar sind, auswählt und die solidarische Wirtschaftsform nur darauf anwendet (IP #11).

Zusätzlich spielt der Aspekt des geschlossenen Kreislaufs bei beiden Projekten eine wichtige Rolle. Wie bereits in 6.2.1 beim Produkt Fleisch angesprochen, ermöglicht die gesamtbetriebliche Umsetzung eine grössere Unabhängigkeit für die Solawi. Das Mitglied von radiesli sagt über die Zeit vor der Hof-Solawi: *«Das war am Anfang schon auch so, dass wir extern z.B. Kuhdung auftreiben mussten»* (IP #4). Dank der Hof-Solawi ist dies nun nicht mehr der Fall (IP #4). Deshalb haben sich beide Projekte dafür entschieden, Viehhaltung zu betreiben, da man dadurch den Hofkreislauf schliessen kann (IP #4, IP #8). Dieser Anspruch zeigt, dass die Solawis mit Hilfe der gesamtbetrieblichen Umsetzung auch versuchen, sich selbst noch stärker vom kapitalistischen Markt zu lösen. In der Diverse Economy-Tabelle ermöglicht die gesamtbetriebliche Solawi im Vergleich zu einer Gemüsesolawi eine Verschiebung nach unten, d.h. hin zu einer weniger kapitalistischen Wirtschaftsform, da die Solawi nun keine oder weniger Produkte über den kapitalistischen Markt beziehen muss.

Wie wir gesehen haben, bietet die Hof-Solawi neue Vorteile für ein solidarisches Landwirtschaftsprojekt, gleichzeitig entstehen aber auch zusätzliche Schwierigkeiten. Eine grosse Herausforderung, welche sich in den Interviews mit ortoloco und radiesli gezeigt hat, ist die Koordination der unterschiedlichen Produkte. Für die Solawi stellt sich die Frage, wie man die verschiedenen Produkte anbieten will. Bei radiesli hat man sich für einzelne Abos entschieden, das heisst

ein Mitglied der Solawi kann selber bestimmen, welche Produkte sie oder er beziehen will und wählt dann die entsprechenden Abos. Das BG-Mitglied von radiesli betont aber, dass es eine grosse Herausforderung sei, mehrere Abos parallel zu planen, da jedes Abo eine umfängliche Vorbereitung benötigt, um den Preis und die geplanten Mengen korrekt zu kalkulieren (IP #4). Bei ortoloco steht man zur Zeit in dieser Planungsphase und sieht ähnliche Schwierigkeiten. Können die Mitglieder einzelne Abos auswählen, bestehe die Gefahr, dass keine lückenlose Abnahme aller Produkte durch die Mitglieder erreicht werden kann, da wahrscheinlich nicht alle Abos bei den Mitgliedern gleich gefragt sein werden, befürchtet das BG-Mitglied von ortoloco (IP #8). Doch genau diese lückenlose Abnahme wird angestrebt, denn das Ziel einer solidarischen Landwirtschaft ist klar: *«Die Konsumenten wissen, was sie erhalten und was sie dafür bezahlen und der Produzent weiss, was er produzieren muss und was er dafür erhält. Man muss nichts mehr vermarkten (...)*» (IP #8). Wie es bei radiesli der Fall war, wird auch ortoloco eine ausführliche Planung machen müssen, damit man für alle Produkte AbnehmerInnen findet.

Neben der Aufteilung der Produkte stellt auch die Mitarbeit der Mitglieder eine Herausforderung für die Solawis dar. Wie bereits in 6.2.1 gesehen, ist die Mitarbeit seitens der Mitglieder nicht bei allen Produkten gleich leicht umsetzbar. Bietet nun eine Hof-Solawi viele unterschiedliche Produkte gleichzeitig an und die Mitarbeit unterscheidet sich bei all diesen Produkten, so kann das logistisch herausfordernd werden für die Solawi. Bei ortoloco ahnt man, dass bei der Hof-Solawi mehr Aufgaben entstehen, bei welchen eine intensivere Einführung benötigt wird, als es beim Gemüse der Fall ist. Es ist deshalb geplant, dass interessierte Mitglieder dafür geschult werden und dann anschliessend für diese Aufgaben zuständig sein werden und es nicht mehr so sein wird, dass jedes Mitglied alle Arbeiten machen kann (IP #8). Bei radiesli hat man sich dafür entschieden, dass die Aufgaben nicht vom Abo abhängig sind, sondern dass die Mitglieder in allen Bereichen den Hof unterstützen können, unabhängig vom eigenen Abo. Man sei mit dieser Entscheidung sehr zufrieden (IP #4). Das BG-Mitglied von radiesli betont aber auch, dass man die Mitglieder eine Weile lang regelmässig daran erinnern musste, dass die Mitarbeit grundlegend ist und sich die Mitglieder dafür eintragen sollen. Dieser Aspekt wird bei radiesli sehr ernst genommen (IP #4). Grundsätzlich haben sowohl ortoloco in der Planungsphase, wie auch radiesli in der Umsetzung keine Bedenken, dass die Mitglieder bei der Hof-Solawi weniger mithelfen können, da auf einem ganzen Hof genügend Arbeiten anfallen, welche bis zu einem gewissen Masse an die Mitglieder delegiert werden können (IP #4, IP #8). Essenziell dafür ist aber auf jeden Fall eine gute Planung.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass die Umstellung von einer Solawi auf eine Hof-Solawi auch in der Deutschschweiz eine Möglichkeit für die solidarische Landwirtschaft darstellt. Besonders der Anspruch, die solidarische Wirtschaftsform auf einer grösseren Ebene umzusetzen und sich damit von kapitalistischen Mechanismen zu distanzieren, scheint dabei ein zentraler Ansporn zu sein. Die Voraussetzung für eine Hof-Solawi ist ganz klar die Möglichkeit, einen Hof übernehmen zu können.

Diese Voraussetzung ist zwingend. Anschliessend bedarf es einer guten Planung und Koordination der einzelnen Abos, um eine funktionierende Hof-Solawi zu gründen. Bei radiesli hat man festgestellt, dass diese Hof-Solawi sehr gut funktionieren kann, die Mitarbeit der Mitglieder aber dafür zentral ist. Bei ortoloco wird es spannend sein zu beobachten, wie sich das Projekt entwickeln wird.

### 6.2.3 Gewerbliche solidarische Landwirtschaft

In den beiden letzten Kapiteln wurde gezeigt, dass sich Solawis in der Deutschschweiz bezüglich neuen Produkten entwickeln und zum Teil sogar den ganzen Hof inklusive allen Produkten nach der solidarischen Landwirtschaft bewirtschaften. Dies ermöglicht es Solawis, eine grössere Produktvielfalt anzubieten und dadurch sowohl für bestehende als auch für neue Mitglieder attraktiver zu werden. Doch die Entwicklung der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz beschränkt sich nicht nur auf die Produktvielfalt. Ein neuartiger Aspekt, der zu beobachten ist, ist die Übertragung des solidarischen Landwirtschaftsprinzip auf eine gewerbliche Ebene. Konkret ist damit gemeint, dass nicht mehr eine direkte ProduzentInnen-KonsumentInnen-Beziehung besteht, sondern dass die Produzentenseite mit einem Gewerbe eine vertragliche Beziehung hat. Mit Gewerbe sind hauptsächlich Kantinen, Restaurants, Läden oder Märkte gemeint, welche die Produkte von der Produzentenseite abnehmen. In der Literatur findet man viele Hinweise dafür, dass in den USA bereits einige Projekte entstanden sind, bei welchen eine CSA ein Restaurant beliefert (USDA 2017: 3ff.; Nost 2014: 157ff.; Schnell 2007: 558). Dabei wird aber jeweils nicht ganz klar, ob die Produkte tatsächlich nach den CSA-Prinzipien vertrieben werden oder ob nur einzelne Überschüsse von CSAs zu normalen Produktpreisen an Restaurants verkauft werden. Für die Schweiz ist noch keine Literatur zu finden. Infolgedessen wird in diesem Kapitel die gewerbliche solidarische Landwirtschaft in der Deutschschweiz analysiert und es werden die Motivationen, Chancen und Schwierigkeiten aufgezeigt.

Um die gewerbliche solidarische Landwirtschaft analysieren zu können, habe ich mich dafür entschieden, das Projekt SlowGrow zu untersuchen. Dieses solidarische Landwirtschaftsprojekt beliefert hauptsächlich zwei gewerbliche Betriebe mit Gemüse. Zum einen handelt es sich dabei um das Restaurant Jakob und zum anderen um eine Lebensmittel-Filiale des BachserMärts<sup>19</sup> (IP #13). Diese beiden belieferten Akteure wurden ebenfalls befragt, um ein grösseres Verständnis zu erhalten. Bis anhin ist SlowGrow das einzige Projekt in der Deutschschweiz, welches in dieser Form gewerbliche solidarische Landwirtschaft betreibt. Jedoch habe ich bei der Datenerhebung weiter erfahren, dass die Solawi Nuglar Gärten ebenfalls eine ähnliche Partnerschaft besitzt. Zur Zeit wird ein Teil der Ernte von Nuglar Gärten an ein Heim mit Menschen mit Behinderungen vertrieben (IP #5). Leider war es aus zeitlichen Gründen nicht möglich, mit dem Heim ein Interview durchzuführen.

---

<sup>19</sup> BachserMärt ist ein Unternehmen mit fünf unterschiedlichen Lebensmittelläden im Kanton Zürich, welche alle zum Ziel haben, nachhaltig zu wirtschaften und die Beziehungen zu den ProduzentInnen intensiv zu pflegen (IP #7).

An dieser Stelle soll kurz erklärt werden, wie die gewerbliche Solawi bei SlowGrow und Nuglar Gärten konkret funktioniert. SlowGrow beliefert das Restaurant und den Lebensmittelladen. Dafür bezahlen die beiden einen monatlichen Fixpreis an SlowGrow und erhalten im Gegenzug einen Teil der Ernte. Das Restaurant verwendet diesen Teil für die Küche des Restaurants (IP #12). Beim Lebensmittelladen ist es so, dass ein Teil des im Laden angebotenen Gemüses von SlowGrow stammt und im Laden zu Produktpreisen an die KundInnen weiterverkauft wird (IP #7). Bei der Solawi Nuglar Gärten läuft die Partnerschaft mit dem Heim ähnlich wie mit einem normalen Mitglied ab. Nur entspricht der Ernteanteil, welcher an das Heim geliefert wird, zur Zeit nicht nur einem, sondern 15 Abos (IP #5). Wie bei der normalen Solawi ist die Mitarbeit auf dem Feld auch bei der gewerblichen Solawi ein Thema. So helfen bei Nuglar Gärten die BewohnerInnen des Heims auf dem Feld mit und auch SlowGrow erhält Mithilfe von den Angestellten des Restaurants Jakob und dem BachserMärt. Diese Mitarbeit ist aber nicht bindend mit einem Abo verbunden, sondern beruht auf Freiwilligkeit und Flexibilität (IP #5, IP #12). Die Motivation für die gewerbliche Form der solidarischen Landwirtschaft unterscheidet sich bei SlowGrow und Nuglar Gärten deutlich. Der Gründer von SlowGrow erzählt, dass sein Hauptziel von Beginn weg die erfolgreiche Entwicklung von neuen regenerativen Anbautechniken war. Was anschliessend mit der Ernte gemacht werden würde, war für ihn zu Beginn noch nicht klar. Als die Anbautechniken dann schliesslich für ertragreiche Ernten sorgten, wurden Gastronomen auf ihn aufmerksam und kontaktierten SlowGrow (IP #13). Die Beziehung zum Restaurant Jakob und zum BachserMärt entstand letztendlich durch eine Person, welche bei beiden Projekten involviert ist und dafür sorgte, dass die beiden Projekte SlowGrow eine genügend grosse Menge an Gemüse abnehmen konnten, so dass SlowGrow finanziell funktionieren kann (IP #12). Die genannten Hintergründe dieses solidarischen Landwirtschaftsprojektes zeigen auf, dass für SlowGrow die Bewirtschaftung des Landes im Vordergrund stand und die gewerbliche solidarische Landwirtschaft eher ein Mittel zum Zweck war, um die regenerative Landwirtschaft finanzieren zu können. Mit Hilfe des Diverse Economy-Ansatzes kann diese Entwicklung noch genauer analysiert werden. SlowGrow ist demnach ein Unternehmen, welches die umweltfreundliche Bewirtschaftung des Landes klar an erster Stelle sieht und somit als alternativ-kapitalistisches Unternehmen angesehen werden kann. Diese umweltfreundliche Bewirtschaftung des Landes wäre aber nicht umzusetzen, wenn die Transaktionen, konkret ist damit der Verkauf der Ernte gemeint, am Markt passieren würden, da die dort bezahlten Preise die Bewirtschaftung des Landes nicht decken könnten. Deshalb hat sich SlowGrow für den Vertrieb der Ernte nach den solidarischen Landwirtschaftsprinzipien entschieden, welcher nicht am Markt passiert und SlowGrow so ein gesichertes Einkommen verspricht.

Im Gegensatz zu SlowGrow war bei Nuglar Gärten von Anfang an klar, dass man eine Solawi gründet, welche wie üblich private Mitglieder mit Ernteanteilen beliefert. Die Frage, wie die Solawi den grossen Überschuss an Zucchetti verwerten soll, führte dann aber schliesslich dazu, dass Nuglar Gärten zusätzlich auch noch eine Partnerschaft mit einem Heim eingegangen ist (IP #5). Das Heim sei sehr

flexibel und kann für Nuglar Gärten als Puffer angesehen werden, beschreibt das BG-Mitglied von Nuglar Gärten:

*«Im Mai startet immer unser Abo und bis dann, du kannst 3 Monate vorher kündigen, und ja dann haben wir noch 2-3 Monate Zeit um Neue zu finden, um die gleiche Anzahl Abonnenten zu haben und wenn es dann nicht voll ist, dann werden wir einfach den Rest in Form von Abos an sie [das Heim] geben und sie sind da auch so offen und flexibel und das ist toll.» (IP #5)*

Obschon sich die Entstehungen der gewerblichen solidarischen Landwirtschaft bei den beiden Projekten wesentlich unterscheiden, ist sowohl bei SlowGrow, wie auch bei Nuglar Gärten ganz klar ein finanzieller Antrieb zu erkennen. Beide Projekte würden nach den kapitalistischen Marktmechanismen sehr wahrscheinlich nicht funktionieren, da die Produktionskosten zu hoch sind, um wettbewerbsfähig zu sein. Folglich haben SlowGrow und Nuglar Gärten direkte Partner gesucht, welche sich bereit erklären, diese Projekte zu unterstützen und finanziell zu ermöglichen (IP #5, IP #13). Auf diese Weise haben sie eine für diese Projekte geeignete Wirtschaftsform aufgebaut, die nicht dem Kapitalismus entspricht. Genau das wollen Gibson-Graham zeigen, wenn sie vom Eisbergmodell und *«the many ways that social wealth is produced, transacted, and distributed other than those traditionally associated with capitalism»* sprechen (Gibson-Graham 2006a: 70). Wirtschaft beinhaltet also viel mehr, als nur den Kapitalismus.

Ganz anders sieht dies bei den Abnehmern der Produkte von SlowGrow aus. Im Interview mit dem Restaurant Jakob wurde klar, dass das Restaurant den Anspruch hat, mit qualitativ hochwertigen und regionalen Produkten zu arbeiten. Der Gründer von SlowGrow hätte sich dann einmal selber bei ihnen im Restaurant vorgestellt und so entstand langsam eine Zusammenarbeit (IP #12). Die Partnerschaft ist seitens des Restaurants also aufgrund der hohen Qualität der Produkte und der umweltbewussten Landwirtschaft von SlowGrow entstanden. Bei der BachserMärt-Filiale war vor allem die Lust auf ein innovatives Projekt ausschlaggebend für die Partnerschaft mit SlowGrow. Dies zeigt die folgende Aussage: *«Wir wollten das „verstaubte“ Image ein Stück weit loswerden und ein bisschen frisch und neu anfangen und SlowGrow mit dem Gemüseangebot ist so eine Komponente von dieser Aufwertung»* (IP #7). Die Beweggründe des Restaurants und des Ladens, SlowGrow zu unterstützen, zeigen auch auf, dass die beiden Akteure Interesse daran haben, eine alternative Wirtschaftsform zu stärken. Der Koch des Restaurants Jakob erwähnte im Interview auch, dass das Restaurant und der BachserMärt sich zusammengetan und gleichzeitig eine Partnerschaft mit SlowGrow gegründet haben, um dem Gründer von SlowGrow ein Grundeinkommen zu ermöglichen (IP #12). Es ist spannend zu sehen, wie sich das Restaurant und der Laden durch die Partnerschaft mit SlowGrow hin zu alternativ-kapitalistischen Wirtschaftsformen bewegen, beide Unternehmen aber in den meisten Unternehmensbereichen weiterhin kapitalistisch orientiert sind. Diese Durchmischung der Wirtschaftsformen wird mit Hilfe des Diverse

Economy-Ansatzes gut aufgezeigt, da hierbei die unterschiedlichen Wirtschaftsfaktoren einzeln angeschaut werden und so neue, durchmischte Konstellationen erkannt werden können (siehe 4.1). So schreiben Cameron und Gordon (2010: 6): *«The food economy is therefore populated with practices and activities that go well beyond a simple mainstream-alternative binary»*.

In den Interviews hat sich gezeigt, dass die gewerbliche solidarische Landwirtschaft für die Produzentenseite fast nur Vorteile schafft. So sagte der Gründer von SlowGrow, dass die Zusammenarbeit mit dem Restaurant und dem Laden sein Projekt finanziell überhaupt erst möglich macht. Nachteile bei der Zusammenarbeit kann er keine erkennen (IP #13). Neben dem ermöglichten Einkommen betont er ebenfalls die Reichweite, die ein Restaurant besitzt. Es werden nicht nur ein paar wenige Personen regelmässig mit seinen Produkten beliefert, sondern die Produkte werden mit Hilfe des Restaurants vielen unterschiedlichen Menschen zugänglich gemacht (IP #13). Dies ist ein wichtiger Aspekt, bedenkt man, dass immer mehr Menschen unterwegs Nahrungsmittel konsumieren (FAO 2018: 97). Auch für die Solawi Nuglar Gärten besitzt die gewerbliche solidarische Landwirtschaft vor allem Vorteile. Besonders die Flexibilität des Heims, welche weiter oben erwähnt wurde, ist ein wichtiger Aspekt für die Solawi, um ihre Ernten jeweils komplett verteilen zu können.

Bei den Abnehmern sieht die Situation ein wenig anders aus. Die vertragliche Partnerschaft stellt das Restaurant und den Laden auch vor Herausforderungen. Eine genannte Herausforderung ist die Unberechenbarkeit der Ernte. Beim Interview mit dem BachserMärt wurden die variierenden Mengen angesprochen: *«Weil bei SlowGrow ist es halt so, dass es manchmal viel zu wenig gibt»* (IP #7). Die Solawi Nuglar Gärten versuchte auch schon mit einem Laden zusammenzuarbeiten, die unregelmässigen Ernten machten dies aber für den Lebensmittelladen finanziell unmöglich, so dass man dieses Projekt wieder beendete (IP #5). Auch der BachserMärt stellte im Interview klar, dass der Laden nicht überleben könnte, wenn man nur Gemüse von SlowGrow beziehen würde, da dies zu teuer sein würde (IP #7). Die Küche im Restaurant Jakob wird durch die Schwankungen ebenfalls vor Schwierigkeiten gestellt:

*«Nachteil ist, dass es manchmal einfach mühsam ist. Es ist zum Teil unglaublich anstrengend, es wäre viel einfacher, wenn ich einfach das Telefon in die Hand nehmen könnte und meine Wünsche äussern und wenn es nicht in der richtigen Qualität ist, könnte ich sagen, ihr sollt das wieder holen. Das ist manchmal schon eine Anstrengung.»* (IP #12)

Für beide Abnehmer haben diese Schwankungen zur Folge, dass ein grösserer Aufwand nötig ist, um genug Gemüse im Laden anbieten zu können, respektive qualitative Speisen für die Gäste kreieren zu können (IP #7, IP #12). Diese Schwankungen haben auch finanzielle Auswirkungen für die beiden Unternehmen. Der BachserMärt sagt ganz klar, dass sie für den bezahlten Preis nur eine kleine Menge erhalten und viel günstiger einkaufen könnten. Jedoch sieht man die Zusammenarbeit mit SlowGrow auch als Werbung, da es den Laden interessant und innovativ macht und folglich die Preise als «50%

*Einkauf und (...) 50% Werbung» einkalkuliert werden (IP #7). Auch beim Restaurant Jakob unterscheidet sich der finanzielle Aspekt im Vergleich zum normalen Einkauf nach Produktpreis: «Finanziell oder wirtschaftlich gesehen bin ich hin und her gerissen, ob es ein Pluspunkt ist. Also theoretisch ist es kalkulierbar, wir haben den Fixbetrag pro Monat. Aber das Problem ist, wir spüren jegliche Ernteaussfälle oder Witterungsänderung sehr direkt» (IP #12). Letztlich überwiegt jedoch beim Restaurant und beim Lebensmittelladen das Interesse, ein solches Projekt zu unterstützen und hochwertige Produkte erwerben zu können, die finanziellen Herausforderungen für die Unternehmen.*

Für Nuglar Gärten und SlowGrow ist eine gewerbliche Solawi auf jeden Fall sinnvoll. Durch die Partnerschaften können grössere Ernteanteile an einen Abnehmer vertrieben werden, wodurch sich die Planung für die Solawis vereinfacht. Trotzdem muss auch erkannt werden, dass sowohl beim Restaurant, wie auch beim Lebensmittelladen finanzielle Einbussen und zusätzlicher Aufwand beobachtbar sind und viel Eigeninteresse seitens der Abnehmer vorhanden sein muss, damit diese Partnerschaft zu Stande kommt. Für beide Abnehmer wäre es zur Zeit unmöglich, einen grösseren Teil der Produkte nach dem solidarischen Landwirtschaftsprinzip zu beziehen. Deshalb glaube ich, dass die gewerbliche solidarische Landwirtschaft in diesen konkreten Fällen ein spannendes Versuchsprojekt ist und neue Entwicklungen in der Landwirtschaft anstossen kann, jedoch in dieser Form aufgrund der finanziellen Auswirkungen für die Abnehmer nicht weiter ausbaubar ist. Weiter muss festgehalten werden, dass die direkte Beziehung der KonsumentInnen und ProduzentInnen durch diese Form der solidarischen Landwirtschaft abgeschwächt wird, dafür mit dem Lebensmittelladen und dem Restaurant eine breitere Gruppe von Menschen erreicht werden kann. Auch Wellner (2018: 272) erkannte in ihrer Dissertation bezüglich angepassten CSA-Konzepten diesen Trade-off zwischen Reichweite und Erhalt der Gemeinschaft. Für ein solidarisches Landwirtschaftsprojekt stellt sich folglich die Frage, ob man lieber mehr Leute erreichen will, dafür die CSA-Prinzipien lockert oder im kleinen Rahmen arbeiten will und dafür eine enge Beziehung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen pflegt.

## **6.3 Herausforderungen**

Bei den beobachtbaren Entwicklungen in der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz entstehen auch zahlreiche Herausforderungen für die Solawis. Diese wurden teilweise bereits im vorangegangenen Kapitel bei den einzelnen Entwicklungen angesprochen, werden aber in diesem Kapitel nochmals umfassend besprochen. Dabei analysiere ich, welche Probleme in der deutschschweizerischen solidarischen Landwirtschaft gehäuft vorkommen und wie die Solawis mit diesen umgehen.

### **6.3.1 Land**

Eine grundlegende Voraussetzung für jede Solawi ist der Zugang zu Land, da ohne Land nichts angebaut werden kann. Dieser Landzugang stellt jedoch für die Solawis häufig ein Problem dar und wurde in den



meisten Interviews mit BG-Mitgliedern angesprochen (IP #2, IP #4, IP #5, IP #8, IP #10). In einem Bericht von ACCESSTOLAND wird der erschwerte Landzugang in der Landwirtschaft im Allgemeinen und ganz besonders für CSAs ausdrücklich erwähnt (ACCESSTOLAND 2017: 8ff.). Da im Rahmen dieser Masterarbeit nur bereits existierende Solawis befragt wurden, ist logisch, dass alle untersuchten Solawis bereits ein Stück Land zur Verfügung haben und dementsprechend die initiale Landsuche keine aktuelle Herausforderung mehr darstellt. Jedoch ist eine genügend grosse Landfläche nicht nur für die Gründung einer Solawi, sondern auch für deren Weiterentwicklung relevant. Besonders wenn man bedenkt, dass tierische Produkte eine fünffache Anbaufläche von Gemüse benötigen (URGENCI 2013: 30) und in 6.2.1 zu sehen war, dass Solawis auch angefangen haben Eier, Milchprodukte oder Fleisch zu produzieren.

Die beiden Beispiele der gesamtbetrieblichen Solawi *radiesli* und *ortoloco* haben die Bedeutung des Landzugangs aufgezeigt. Bei beiden Fällen ist die Idee der Hof-Solawi erst durch die Möglichkeit, zusätzliches Land zu übernehmen, entstanden (IP #4, IP #8). Der ermöglichte Landzugang hat die Entwicklung der gesamtbetrieblichen Höfe somit direkt vorangetrieben. Bei *Agrico* spielte der Ausbau der Landfläche ebenfalls eine wichtige Rolle in der Weiterentwicklung. Die Solawi hat sich zum Ziel gesetzt, weiter zu wachsen und ca. 4'500 Abos zu erreichen. Dafür war es nötig, mehr Land bewirtschaften zu können. Als sich 2014 die Chance ergab, auf der deutschen Seite der Grenze einen zusätzlichen Hof zu pachten, hat sich *Agrico* dafür entschieden, den Hof zu übernehmen (IP #10). Der Zugang zu Land ist für die Solawis offensichtlich eine wichtige Voraussetzung für Weiterentwicklungen.

Nicht nur die Grösse des Landes, sondern auch dessen Lage spielt eine Rolle. Die Solawi *Nuglar Gärten* verfügt über ca. 22 einzelne Parzellen, welche vor allem im Dorf und teilweise ausserhalb verteilt sind. Das BG-Mitglied sagte, dass die einzelnen Parzellen für den Getreideanbau nicht optimal waren und dieser Aspekt auch zur Einstellung der Getreideproduktion beigetragen hatte, auch wenn der zusätzlich entstandene Aufwand der Hauptgrund war (IP #5). Es ist also für die Solawi auch wichtig, dass eine passende Landfläche für die geplanten Produkte gefunden wird.

Besonders in der Deutschschweiz ist der Aspekt des Landes von grosser Bedeutung, da es sich bei vielen Solawis um Konsumenten-Bewegungen handelt, welche nicht von Beginn an Zugang zu Landwirtschaftsland besitzen. Neben der allgemeinen Verknappung von Landwirtschaftsfläche in der Schweiz (BLW 2016), gestaltet sich der Landzugang für Solawis besonders schwierig. Aufgrund des *Bäuerlichen Bodenrechtes*<sup>20</sup> ist es in der Schweiz nur sehr schwer, als Gemeinschaft, Landwirtschaftsland zu erwerben. In erster Linie soll dieses Gesetz das Land vor internationalen Investoren und Firmen schützen, was grundsätzlich der Ideologie der Solawis entspricht, wie ich in den Interviews das Gefühl erhielt. Doch das Gesetz wurde in den Interviews auch als grosser Nachteil für die Solawis genannt, da diese meistens als Verein oder Genossenschaft organisiert sind und folglich nicht ohne Weiteres Land übernehmen können (IP #1, IP # 4). Infolgedessen sind die meisten Solawis

---

<sup>20</sup> 211.412.11. Schweizerisches Bundesgesetz über das Bäuerliche Bundesgesetz vom 04. Oktober 1991.

nur zu Gast auf dem Hof und nicht deren rechtliche Besitzer (URGENCI 2016b: 108) Das Bäuerliche Bodenrecht sorgt somit dafür, dass die Solawis nur schwer eigenes Land erwerben können. Aus der Diverse Economy-Perspektive verhindert dieses Gesetz in Bezug auf solidarische Landwirtschaft somit eine Verschiebung von privatem zu gemeinschaftlichem respektive alternativ-privatem Landbesitz. Für die Solawis bedeutet das, dass man weniger Unabhängigkeit erlangen kann und weiterhin von dem oder der eigentlichen LandbesitzerIn abhängig ist.

### 6.3.2 Infrastruktur

Im Bericht zur europäischen Situation der CSA von URGENCI heisst es ganz klar: *«It is easier to handle and distribute vegetables than other products»* (URGENCI 2016b: 108). Diese Aussage wird durch meine empirische Datenerhebung gestärkt. Die benötigte Infrastruktur beim Gemüse ist relativ gering. Die Lagerung ist bezüglich Infrastruktur die grösste Herausforderung für eine Gemüsesolawi, ansonsten reicht die Anbaufläche, da keine weiteren Verarbeitungsschritte nötig sind. Das BG-Mitglied von ortoloco sagt dazu: *«Wenn du das Feld richtig bepflanzt, dann sollte das richtig kommen und du kannst es verteilen, es ist eine kurze Wertschöpfungskette, sehr kurz»* (IP #8). Bei Obst ist es ähnlich wie beim Gemüse, es ist keine zusätzliche Infrastruktur nötig. Anders sieht das bei Produkten wie zum Beispiel Fleisch, Getreide oder Milch aus. Bei diesen Produkten sind immer auch noch Verarbeitungsschritte nötig, welche eine dafür passende Infrastruktur auf Seiten der ProduzentInnen verlangen.

Ganz klar am umfangreichsten ist die benötigte Infrastruktur bei der Milch-Solawi. Vom Stall über die Käserei bis hin zur Kühlung der Milch muss alles vorhanden sein (IP #1). Wenn eine Solawi diese Infrastruktur selbst aufbauen muss, entstehen erhebliche Kosten, wie das BG-Mitglied von basimilch betont: *«Also so vom technischen, um eine Käserei zu bauen und den Keller einzurichten, das ist halt schon relativ kapitalintensiv, das ist der Unterschied zum Gemüse»* (IP #1). Infolgedessen ist es naheliegend, dass basimilch aus einem Hof entstanden ist, auf welchem bereits die ganze Infrastruktur für die Milchprodukte vorhanden war (IP #1). Dadurch konnte basimilch ihre Produktion auf solidarische Landwirtschaft umstellen, ohne zuerst die ganze Infrastruktur finanzieren zu müssen.

Auch bei Fleischprodukten und Getreide beinhaltet die Produktionskette mehrere Schritte. Das Fleisch muss bei einem Metzger verarbeitet werden und das Getreide muss für den Gebrauch gemahlen werden (IP #2, IP #4). Ohne diese beiden Verarbeitungsprozesse, können die Produkte nicht für den Konsum bereit an die Mitglieder verteilt werden. Der entscheidende Unterschied zu den Milchprodukten ist bei den befragten Solawis, dass die Verarbeitungsschritte bei Fleisch und Getreide jeweils extern durchgeführt werden, wie verschiedene BG-Mitglieder erklärten (IP #2, IP #4, IP #5). Konkret ist damit gemeint, dass die Solawis eine Zusammenarbeit mit einer Mühle oder einem Metzger haben, welche die Verarbeitung für die Solawis durchführen. Diese Auslagerung ist meiner Meinung dadurch zu erklären, dass die Solawis, welche Fleisch oder Getreide anbieten, parallel auch noch diverse andere Produkte im Angebot haben und folglich nicht die Infrastruktur für alle Produkte auf einem Hof haben können. Bei

basimilch werden nur Milchprodukte hergestellt und somit kann sich die Solawi vollständig auf diese Produkte spezialisieren.

Die externe Verarbeitung von Fleisch und Getreide hat für die Solawis Vor- und Nachteile. Dadurch, dass die Verarbeitung ausserhalb der Solawi passiert, müssen keine Investitionen in die Infrastruktur getätigt werden und die Solawis gehen dadurch kein finanzielles Risiko ein. Auf der anderen Seite entsteht für die Solawis die Schwierigkeit, geeignete Partner zu finden, insbesondere da die Mengen an Fleisch und Getreide relativ klein sind und die Partner deshalb nur wenige Male pro Jahr Arbeit von der Solawi erhalten (IP #2, IP #4, IP #5). Bei TaPatate! profitieren sie von den vorhandenen Partnerschaften des Besitzers des Hofes: *«Ich glaube, das grosse Glück ist, dass die Bauern, die auf dem Hof wohnen, (...) auch unabhängig von uns vieles machen, z.B. das Getreide würde auch ohne uns hergestellt. Dann ist es kein grosser Aufwand»* (IP #2). So muss die Berner Solawi weder selber Partnerschaften suchen, noch die eigene Infrastruktur aufstocken. Eine längerfristige Lösung ist das zwar eher nicht, da die Solawi sehr abhängig vom Hof-Besitzer ist. Die Solawi kann aber die gegebenen Umstände nutzen, um unterschiedliche Produkte auszuprobieren und so Erfahrungen für die Zukunft zu sammeln.

Für die Weiterentwicklung bezüglich Produktvielfalt ist die Infrastruktur ein zu berücksichtigender Aspekt. Wellner (2018: 173) bestätigt diese Beobachtung und schreibt, dass *«die Umsetzung einer Innovation durch die vorhandene betriebliche Infrastruktur erleichtert oder auch erschwert werden kann»*. Besonders bei den oben erwähnten Produkten Milch, Getreide und Fleisch muss sich die Solawi bewusst sein, dass zusätzliche Verarbeitungsschritte nötig sind. Eine Solawi kann entweder die Infrastruktur auf dem eigenen Hof ausbauen, was mit einem finanziellen Risiko verbunden ist, aber Unabhängigkeit schafft. Oder die Verarbeitungsschritte werden extern durchgeführt, wodurch die Solawi grosse Investitionen verhindern kann, aber von einer Metzgerei, Käserei oder Müllerei abhängig wird.

### 6.3.3 Arbeitsaufwand

In den Interviews zeigte sich, dass grundsätzlich alle Solawis ein Interesse an einer Weiterentwicklung und neuen Ideen haben. Diese Entwicklung ist aber immer mit einem zusätzlichen Arbeitsaufwand verbunden, welcher für die Solawis häufig nicht tragbar ist. Bei Agrico hat man aufgrund des hohen Aufwandes die Quarkproduktion stillgelegt (IP#10), für Nuglar Gärten war die Getreideproduktion unter anderem zu wenig effektiv und infolgedessen wurde die Produktion gestrichen (IP #5) und bei basimilch kann die Entwicklung von neuen Käsesorten nicht so schnell wie gewünscht angegangen werden, da der Aufwand für die Käserinnen und Käser einfach zu gross werden würde (IP #1). Es ist augenscheinlich, dass die Solawis häufig so gegründet wurden, dass sie mit einer bestimmten Anzahl an Mitgliedern und mehrheitlich (ausser basimilch) Gemüse funktionieren. Wollen sich die Solawis nun weiterentwickeln und parallel zum Solawi-Alltag Weiterentwicklungen planen und durchführen, stellt der Mehraufwand für die Solawis häufig eine ziemliche Herausforderung dar.

Auffällig war in den Interviews mit den BG-Mitgliedern der Solawis, dass nur selten davon gesprochen wurde, dass man zusätzliche Arbeitskräfte einstellen will, um den entstehenden Mehraufwand decken zu können. Die zusätzliche Arbeit wird in der Regel durch Freiwilligenarbeit gedeckt. So antwortete das BG-Mitglied von ortoloco auf die Frage, wer jeweils die neuen Ideen plant und umsetzen würde: *«Also für die neuen Projekte [neue Produkte] werden keine zusätzlichen Leute angestellt. Der grösste Teil der Entwicklungsplanung wird von ehrenamtlich engagierten Mitgliedern geleistet»* (IP #8). Nicht nur die Mitglieder engagieren sich stärker bei Weiterentwicklungen, sondern auch die Betriebsgruppe ist häufig mehr gefordert. Das BG-Mitglied von radiesli stellte fest: *«Das [Entwicklung des Kaffee-Abos] war dann wirklich viel Arbeit, wir haben auch manche Veranstaltung organisiert mit dem Gründer aus Deutschland und auch den mexikanischen Landwirten (...). Dann ist es halt recht viel Arbeit»* (IP #4). Betrachtet man den Umgang mit dem zusätzlichen Aufwand aus der Diverse Economy-Perspektive, fällt einem auf, dass sich die deutschschweizerischen Solawis mehrheitlich weg von kapitalistischer bezahlter Arbeitskraft, hin zu unbezahlter Freiwilligenarbeit bewegen. Die Tatsache, dass die BG und die Mitglieder einen grossen Teil der anfallenden Arbeiten selbst bewältigen, stärkt ausserdem die Rolle der Gemeinschaft. Die unbezahlte Arbeit ist somit Teil der Community Economy und leistet einen Beitrag zur Festigung dieser ökonomischen Form. Eine Ausnahme zu diesen Entwicklungen bildet Agrico: Die Basler Solawi hat mittlerweile bereits über 30 bezahlte MitarbeiterInnen und setzt stärker auf bezahlte Arbeitskräfte (Agrico 2019).

Bei der gewerblichen solidarischen Landwirtschaft entsteht besonders auf der Abnehmerseite zusätzlicher Aufwand. Der Koch vom Restaurant Jakob spricht den grossen Aufwand an:

*«Wenn man denkt, etwas ist sicher und man kann beginnen zu arbeiten, so wie geplant und dann stellst du fest, dass zwei Wochen gereicht haben, dass die Menge von dem Produkt nicht die Qualität hat, welche erhofft wurde, das ist einfach mühsam und anstrengend. Es ist auch zeitintensiv, dieser Austausch, auf das Feld zu gehen.»* (IP #12)

Und auch der BachserMärt spürt einen Mehraufwand aufgrund der unterschiedlichen Lieferungen, welche von SlowGrow geliefert werden (IP #7). Dieser zusätzliche Arbeitsaufwand ist bei den Abnehmern einer gewerblichen Solawi stark mit der Unberechenbarkeit der Lieferung verbunden, welche gleich anschliessend in 6.3.4 beleuchtet wird.

Es kann festgehalten werden, dass die Weiterentwicklungen praktisch immer mit Mehraufwand für die beteiligten Akteure einer Solawi einhergehen. Davon ist vor allem die BG betroffen, aber auch Mitglieder beteiligen sich an den Entwicklungen. Bei der Produkteentwicklung kann man aber davon ausgehen, dass der Zusatzaufwand mit der Zeit nachlässt, sofern die Planung sinnvoll gestaltet wurde. Bei der gewerblichen Solawi fällt auf, dass auf Seiten der Abnehmer ein Mehraufwand entsteht, da die Planung des Restaurants und des Ladens durch die schwankenden Lieferungen beeinflusst werden.

#### 6.3.4 Unberechenbarkeit

Die Unberechenbarkeit stellt in der Landwirtschaft immer eine Herausforderung dar. Gründe dafür sind zum Beispiel das Wetter oder auch das variierende Verhalten von Tieren. In der industriellen Landwirtschaft werden solche Unberechenbarkeiten u.a. mit Hilfe von Pestiziden, geheizten Treibhäusern oder gezielter Mästung umgangen. Da diese Mittel in der solidarischen Landwirtschaft in den allermeisten Fällen nicht eingesetzt werden, versucht die solidarische Landwirtschaft die Unberechenbarkeit zu akzeptieren und die KonsumentInnen dafür zu sensibilisieren (siehe Einleitung und Kapitel 3). Sei es bei neuen Produkten oder bei der gewerblichen Solawi, auch bei den in 6.2 besprochenen Entwicklungen in der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz bleibt die Unberechenbarkeit weiterhin eine Herausforderung für die Solawis.

In 6.2.1 wurde gezeigt, dass sich die Unberechenbarkeit in der Landwirtschaft auf keinen Fall auf das Gemüse beschränkt. Besonders extrem zeigte sich die Unberechenbarkeit beim Obstanbau. Da viele der befragten Solawis Obst anbieten oder planen, lohnt es sich, die damit verbundene Schwierigkeit hier nochmals näher zu behandeln. Der Grund für die Unberechenbarkeit ist die in 6.2.1 beschriebene Trägheit des Obstes, d.h., die Früchte brauchen eine gewisse Zeit, bis sie reif sind, müssen dann aber genau zum richtigen Zeitpunkt geerntet werden und es ist fast nicht möglich, schnell auf Ernteausfälle zu reagieren (IP #2). Dies kann zur Folge haben, dass die wöchentlichen Anteile für die Mitglieder sehr dünn ausfallen. Bei TaPatate! hat man die Folgen davon bereits zu spüren bekommen:

*«Ja, ok das bedeutet dann für die Mitglieder, dass sie wieder in die Migros gehen müssen, wenn es weniger wird. Vor kurzem habe ich mit jemandem gesprochen, der gesagt hat, er finde das Projekt immer noch toll, aber wenn das längerfristig so ist, dann sieht er es eher als Luxusprodukt an.» (IP #2)*

Und auch bei Nuglar Gärten wurde das Obst immer mehr zum Zusatzprodukt, da die Solawi realisierte, dass die Ernte bei Obst sehr stark variieren kann (IP #5). Beide Solawis betonen aber, dass man die Obstproduktion weiter verfolgen wird und durch die grösser werdende Erfahrung in den kommenden Jahren stabilere Ernten erzielen will (IP #2, IP #5). Ostrom (2007: 15) hat gezeigt, dass ausbleibende Ernten und unbefriedigende Produkte aufgrund von *«farmer inexperience»* durchaus zu Austritten von Mitgliedern führen können. Deshalb ist es für die Solawis unumgänglich, die benötigte Erfahrung zu sammeln und in den nächsten Saisons mehr Stabilität in den Anbau und die Ernte zu bringen.

An dieser Stelle muss auch noch erwähnt werden, dass die Unberechenbarkeit nicht nur zu geringen Ernten, sondern auch zu Überschüssen führen kann (IP #2, IP #4, IP #5). Genauso wie die ausbleibende Ernte kann eine sehr gut ausfallende Ernte eine Solawi vor Herausforderungen stellen, da sich die Frage stellt, wie der Überschuss sinnvoll verwertet wird. Doch auf diese Frage haben die Solawis eine gute Antwort gefunden: Verarbeitete Produkte. Mit eingemachtem Gemüse, Konfitüren oder Säften nutzen die Solawis die Überschüsse sinnvoll und können damit sogar die eher schwierigen Wintermonate

attraktiver gestalten, indem die verarbeiteten Produkte beigelegt werden (IP #2, IP #5). Beim Fleisch, Getreide und den Milchprodukten wurde keine besonders starke Unberechenbarkeit wahrgenommen, einzig beim Eierabo von radiesli treten ebenfalls starke Schwankungen bei der Produktion auf, jedoch sind diese Schwankungen einkalkuliert und werden über das Jahr hinweg in den Preis eingebunden (IP #4).

Ebenfalls mit unregelmässigen Ernten zu kämpfen haben die beiden Abnehmer von der gewerblichen Solawi SlowGrow. Auch wenn die Schwankungen beim Gemüse nicht so stark sind, wie dies beim Obst der Fall sein kann, stellen die variierenden Lieferungen das Restaurant und den Lebensmittelladen immer wieder vor Herausforderungen. Beim Restaurant erschweren die Schwankungen besonders die Menuplanung, da die Küche erst planen kann, was gekocht wird, wenn die Lieferung angekommen ist (IP #12). Ähnlich schwierig ist es für den Lebensmittelladen BachserMärt, die Bestellungen zu planen, denn der Laden hat trotz der Zusammenarbeit mit der Solawi ein ganz klares Ziel: «*Wir müssen ein schönes Gemüseangebot haben*» (IP #7). Damit dieses Ziel stets erreicht werden kann, kauft die Filiale immer wieder kurzfristig von anderen LieferantInnen Produkte ein, um schlechte Ernten von SlowGrow kompensieren zu können (IP #7). Die befragten Akteure betonen, dass eine gute Kommunikation untereinander essenziell ist, damit die gewerbliche Solawi trotz der Unberechenbarkeit für alle funktioniert und sinnvoll ist. Sowohl der Laden, wie auch das Restaurant werden bei der Anbauplanung von SlowGrow involviert und durch den regelmässigen Austausch zwischen SlowGrow und den Abnehmern können Probleme oder Änderungswünsche frühzeitig angesprochen werden (IP #7, IP #12). Die Wichtigkeit von gut funktionierender Kommunikation wird auch von der internationalen Organisation URGENCI betont, jedoch ist diese Aussage nicht auf gewerbliche Solawis, sondern auf solidarische Landwirtschaft im Allgemeinen bezogen (URGENCI 2016a: 40). Die hier aufgezeigten Aussagen der Akteure zeigen, dass eine funktionierende Kommunikation bei der gewerblichen Solawi besonders wichtig ist, da ein Restaurant oder ein Laden weniger flexibel ist, als es eine Privatperson sein kann.

Die Unberechenbarkeit ist und bleibt eine der grössten Herausforderungen in der solidarischen Landwirtschaft. Nicht bei allen Produkten ist es gleich schwierig, die Menge zu planen, doch besonders beim Obst müssen die Solawis Lösungen finden, um damit besser umzugehen. Natürlich ist die Risikoteilung ein wichtiger Bestandteil der solidarischen Landwirtschaft und die Schwankungen sollen von den ProduzentInnen und den KonsumentInnen getragen werden, doch in den Interviews wurde klar, dass eine gewisse Stabilität bei den Ernten eine Voraussetzung sein muss, um längerfristig funktionieren zu können, da ansonsten die Zufriedenheit der Mitglieder leiden könnte. Bei der gewerblichen Solawi ist gute Kommunikation zwischen den ProduzentInnen und den Abnehmern ein zentrales Instrument, um mit der Unberechenbarkeit umzugehen und so Engpässe frühzeitig erkennen oder verhindern zu können.

## 6.4 Rolle der Mitglieder im Entwicklungsprozess

Bis anhin wurden die Entwicklungen der Solawis in dieser Masterarbeit praktisch ausschliesslich aus der Perspektive der Solawis, also aus der Perspektive der BG betrachtet. Doch bei einer Solawi spielen auch die Mitglieder eine ganz zentrale Rolle, da sie eine deutlich engere Beziehung zu den ProduzentInnen haben, als es bei einem normalen Käufer-Verkäufer-Verhältnis der Fall ist. Bei vielen Solawis arbeiten die Mitglieder selbst auf dem Hof mit, besitzen ein Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht bei Entscheidungen und spüren die Folgen einer schlechten Ernte direkt (URGENCI 2016a: 38ff.). Die Solawi wird also von den Mitgliedern mitgetragen. Somit ist die Untersuchung der Mitglieder ebenfalls ein wesentlicher Bestandteil der Forschung, will man eine umfassende Beurteilung aufstellen können (Pole & Gray 2013: 87f.). Im Folgenden wird deshalb die Rolle der Mitglieder bei den beschriebenen Weiterentwicklungsprozessen der Solawis erörtert. Zu Beginn wird ermittelt, welchen Einfluss die Nachfrage der Mitglieder auf die Entwicklungen nimmt, anschliessend wird das Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht der Mitglieder näher untersucht und abschliessend werden die Auswirkungen der Entwicklungen auf die Mitarbeit der Mitglieder betrachtet. Die gewerbliche Solawi wird in diesem Unterkapitel nicht berücksichtigt, da sie keine klassischen Mitglieder besitzt, sondern gewerbliche Abnehmer.

### 6.4.1 Nachfrage

In 6.2 wurden die Entwicklungen der Solawis und die dazugehörigen Motivation aufgezeigt. Die Nachfrage seitens der Mitglieder gehörte dabei nicht zu den genannten Motivationen, da ich sie nicht als Hauptauslöser für spezifische Entwicklungen erkannt habe. Aber auch wenn die Nachfrage der Mitglieder für die Weiterentwicklungen nicht ausschlaggebend ist, werden die Bedürfnisse und Wünsche der Mitglieder von der BG erkannt und berücksichtigt. In den folgenden Abschnitten wird näher erläutert, wie sich diese Nachfrage der Mitglieder äussert und wie die Solawis damit umgehen.

In den Interviews wurde klar, dass die Bedürfnisse der Mitglieder von den Solawis aktiv erfragt werden. So werden bei den meisten Solawis mindestens einmal pro Jahr die Mitglieder per Umfrage nach ihren Wünschen und Bedürfnissen befragt (IP #1, IP #2, IP #4, IP #5, IP #10). Dadurch erhalten die Solawis ein Gefühl dafür, welche Bedürfnisse unter den Mitgliedern stark verbreitet sind und tatsächlich berücksichtigt werden sollen. Bei diesen Umfragen werden aber hauptsächlich Fragen zu bereits existierenden Produkten gestellt. Zum Beispiel wird bei TaPatate! nach einzelnen Gemüsesorten gefragt: *«Wir haben z.B. auch eine Liste herausgeschickt, auf welcher sie sagen können, welche Gemüse sie gerne hätten und welche nicht und das probieren wir dann schon auch reinzunehmen»* (IP #2). Und auch bei radiesli liegt der Fokus bei den Umfragen auf einzelnen Gemüsesorten, was laut dem radiesli Mitglied aber nicht die grossen Änderungen herbeiführt:

*«Weil eigentlich kommt immer das Gleiche dabei raus. Die einen finden gewisse Dinge völlig daneben und finden, diese braucht es nicht, andere schätzen diese Dinge fast am meisten, das ist bei uns auf dem Hof auch so, Kardy ist zum Beispiel so eine Sache, die einen mögen es gar nicht und andere lieben es heiss und dann gibt es noch die Gruppe, denen es gleich ist - sprich, man macht weiter wie bisher.» (IP #6)*

Diese Umfragen haben also keinen Einfluss auf die grossen Weiterentwicklungen, welche bei den Solawis geschehen, da sie nur existierende Produkte behandeln. Doch haben die Mitglieder auch Wünsche nach ganz neuen Produktparten oder z.B. nach einer Hof-Solawi? Ja, diese Bedürfnisse sind bei den Mitgliedern vereinzelt auch zu finden. So sagt das BG-Mitglied von ortoloco: *«Ja, also, so in Einzelgesprächen habe ich schon einige Male festgestellt, dass man ja noch das oder das machen könnte»* (IP #8). Bei Nuglar Gärten und bei ortoloco werden solche Ideen auch immer wieder in kleinen Gruppen umgesetzt, welche neue Produkte ausprobieren wollen und von der Solawi dann auch die Möglichkeit dazu erhalten. Dabei handelte es sich bis jetzt vor allem um Pilze, Beeren und Brote (IP #5, IP #8). Diese Projekte bleiben aber im kleinen Rahmen und ändern die Struktur und das Angebot der Solawi nicht grundlegend, wie die BG-Mitglieder sagen. Ein anderer Wunsch von Mitgliedern, welcher in den Interviews aufgetaucht ist und im grösseren Stil umgesetzt wird, ist der Wunsch nach Obst. Das Mitglied von ortoloco sagte, dass schon seit einer Weile einige Mitglieder den Wunsch nach Obst geäussert haben (IP #11) und auch das Mitglied von radiesli betont diesen Wunsch: *«Also Früchte sind sicher ein Thema, da sind sie [radiesli] ja aber schon dran. Das finde ich sinnvoll»* (IP #6). Bei beiden Solawis ist der Obstanbau auch aktuell in der Planung, was zumindest teilweise auch mit der Nachfrage der Mitglieder zu tun haben könnte.

Insgesamt ist aber aufgefallen, dass die Nachfrage nach komplett neuen Produktparten oder sonstigen Ideen seitens der Solawi-Mitglieder eher rar ist. So haben die Mitglieder auf die Frage, welche Produkte sie auch noch gerne von ihrer Solawi beziehen würden, jeweils lange überlegen müssen und schliesslich vage Aussagen gemacht, wie zum Beispiel das folgende Zitat des ortoloco Mitgliedes zeigt:

*«Ich weiss nicht, ich persönlich esse fast kein Fleisch, aber vielleicht wäre es auch toll für Leute, die regelmässig und gerne Fleisch essen, dass es so etwas geben würde für Fleisch ... aber vielleicht wäre das auch ein bisschen übertrieben ... Also nein, eigentlich bin ich voll happy so.» (IP #11)*

Oder es wurden sehr spezifische und individuelle Bedürfnisse bezüglich den bereits vorhandenen Produkten der Solawi erwähnt: *«Es gibt auch noch ein Milchprodukt, es ist eine andere Art von Quark, also ich kenne diesen körnigen Quark von Ungarn und der wird halt allgemein in Westeuropa nicht produziert und bei basimilch auch nicht, die Nachfrage ist wahrscheinlich auch nicht so gross»* (IP #9).



Solche Wünsche werden aber logischerweise auch keine grundlegenden Änderungen herbeiführen, da es sich nur um ein Nischenprodukt handelt.

Aufgrund der Aussagen der Mitglieder habe ich das Gefühl erhalten, dass sich die Mitglieder einer Solawi genau auf die gewählte Solawi und deren Produkte einlassen und deshalb auch mit dem Angebot zufrieden sind. Diese Beobachtung bestätigt auch das BG-Mitglied von ortoloco: *«Der Punkt ist halt, die Mitglieder von ortoloco sind zu einer Gemüsesolawi beigetreten, das war es, was sie wollten. Wenn sie immer noch dabei sind, sind sie auch zufrieden, von dem muss man ausgehen»* (IP #8). Für die Mitglieder ist es wahrscheinlich auch schwierig vorzustellen, welche Möglichkeiten überhaupt existieren würden, da sie sich selbst meistens nicht so intensiv mit Solawis auseinandersetzen, wie es die BG tut.

Zusammenfassend kann ich sagen, dass im Rahmen dieser Forschung keine besonders starke Nachfrage für neue Entwicklungen seitens der Mitglieder festgestellt werden konnte. Es fällt auf, dass die Mitglieder einzelne Wünsche haben, diese dann aber häufig sehr individuell sind und folglich nicht von der Solawi berücksichtigt werden können oder gar nicht erst übermittelt werden, da die Mitglieder sich bewusst sind, dass diese Ideen nicht für die ganze Solawi umsetzbar sind.

#### 6.4.2 Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht

Auch wenn wir zuvor gesehen haben, dass die Nachfrage der Mitglieder keinen entscheidenden Einfluss auf die Entwicklungen der Solawis nimmt, nehmen die Mitglieder bei den Weiterentwicklungsplänen trotzdem eine wichtige Position ein. Das Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht der Mitglieder ermöglicht es den Mitgliedern, Entscheidungen an- respektive abzulehnen und ist ein wichtiger Teil der solidarischen Landwirtschaft, welcher durch die Organisationsform der Solawis ermöglicht wird (Siegenthaler 2016: 18; Wellner 2018: 28). Wie in 3.4 beschrieben, sind die meisten Solawis in der Deutschschweiz als Vereine oder Genossenschaften organisiert, wodurch die Mitglieder automatisch ein Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht erhalten. Wie das Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht seitens der Mitglieder genutzt wird und die Weiterentwicklungen der Solawis beeinflusst, wird in den kommenden Abschnitten erläutert.

Die Mitglieder besitzen bei den meisten Solawis zwei Möglichkeiten, ihre Meinung der BG kundzutun. Zum einen wird dies über die in 6.4.1 erwähnten Umfragen gemacht, zum anderen an der Generalversammlung (GV) der Solawi. Da ich zuvor festgestellt habe, dass in den Umfragen nicht die ganz grossen Entscheidungen angesprochen werden, bleibt die GV als wichtiges Entscheidungsmedium übrig. Die BG-Mitglieder haben bestätigt, dass die wichtigen Entscheidungen immer an den GVs vorgelegt werden und dort darüber entschieden wird, wie es weiter geht. Das BG-Mitglied von Agrico beschreibt diesen Prozess folgendermassen:

*«Ja, also da wird immer wieder abgestimmt, es gibt die GV. Die Betriebsgruppe plant ein Projekt und dann wird, einfach gesagt, an der GV im April die Hand hoch gehalten. Wenn es ja ist, ist es ja, wenn es nein ist, gibt es Diskussionen und man versucht es nochmals neu aufzugleisen. Das ist so der Weg von allen grösseren Projekten.» (IP #10)*

Das Mitglied von radiesli erwähnt bezüglich der GV, dass jeweils viele Mitglieder an der Versammlung erscheinen und die Möglichkeit nutzen, sich mit der BG auszutauschen und Inputs zu geben. Ausserdem fügt sie an, dass sie von der BG das Gefühl erhalte, ernst genommen zu werden (IP #6). Die Mitglieder von basimilch und ortoloco betonen ebenfalls, dass die BG ihnen das Gefühl gibt, dass ihre Meinung gleichwertig mit derjenigen der BG ist (IP #9, IP #11). Basierend auf den Aussagen der Mitglieder gehe ich davon aus, dass die Entscheidungen bei den Solawis demokratisch und gemeinschaftlich getroffen werden und die Meinung aller Beteiligten berücksichtigt wird. Diese flache Hierarchie und die demokratische Entscheidungsfindung sind auch Gibson-Graham bei der solidarischen Ökonomie aufgefallen und werden als besonders positive Aspekte hervorgehoben. Die Autorinnen sehen diese Punkte deshalb auch für die Community Economy als wichtige Grundlage. So schreiben sie:

*«But one movement that particularly speaks to us, (...) is that of the “solidarity economy”. Principles espoused by exponents of solidarity economies include the use of resources based on needs, management strategies involving democratic processes of cooperation and participation (...).» (Gibson-Graham 2006a: 97)*

Ich habe also herausgefunden, dass die Mitglieder bei den Entscheidungen ein Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht besitzen, welches von der Solawi respektiert wird und von welchem viele Mitglieder Gebrauch machen. Doch wie stark ist der Einfluss der Mitglieder auf die Entscheidungen tatsächlich? Werden die Entscheidungen von den Mitgliedern «nur» abgesegnet respektive abgelehnt oder sind die Inputs der Mitglieder eine treibende Kraft für einzelne Entwicklungspläne? Aufgrund der Interviews zeigten die befragten Solawis eine klare Tendenz, dass die Mitglieder erst in der letzten Entscheidungsphase direkt Einfluss auf die Entwicklung nehmen, indem sie dafür oder dagegen stimmen können. Die Entwicklungspläne selbst werden bereits im Vorfeld von der BG entworfen. Dies zeigt u.a. die Aussage des BG-Mitglieds von Agrico: *«Die Projekte kommen meistens aus der Betriebsgruppe selbst hinaus, wenn man sieht, da braucht es was Neues»* (IP #10). Auch bei radiesli wird klar gesagt, dass die Pläne für die Hof-Solawi und die Hofübernahme von der BG ausgehen (IP #4). Noch stärker zeigt sich dieser Ablauf bei Nuglar Gärten:

*«Die relevanten Entwicklungen werden im Vorfeld bereits ausgearbeitet, natürlich kannst du dich noch als Mitglied an der GV einbringen, aber es ist schon vieles vorbereitet worden*

*an den Kernsitzungen. Also die Kernsitzungen, die alle zwei Wochen stattfinden, dort kann jedes Mitglied kommen und dort auf die grossen Entwicklungen Einfluss nehmen.» (IP #5)*

Bei den meisten Solawis stammen die Ideen für Entwicklungen also von der BG und werden bereits intensiv ausgearbeitet, bevor sie den Mitgliedern vorgelegt werden. Dass es aber auch anders geht, zeigt das gesamtbetriebliche Projekt von ortoloco. Die Hof-Übernahme wurde zu Beginn nicht von der Solawi ortoloco selber durchgeführt, sondern von Mitgliedern von ortoloco, welche die gesamtbetriebliche Umsetzung ausgearbeitet haben. Mittlerweile hat ortoloco diese Planung aber offiziell in die Organisation eingebunden (IP #8). Dieser Verlauf stellt aber insgesamt eine Ausnahme dar.

Für die befragten Mitglieder der Solawis stellt diese starke Rolle der BG kein Problem dar. Es ist ein allgemeines Vertrauen und eine Zufriedenheit auf Seiten der Solawi-Mitglieder gegenüber der BG wahrzunehmen. Das ortoloco Mitglied sagte:

*«Ich habe einfach ein starkes Vertrauen in die Leute, die diese solidarische Landwirtschaft betreiben. Ich glaube, das ist ein sehr wichtiger Grundpfeiler, also halt auch dadurch, dass man die Leute und den Hof kennt. Ich bin da sehr offen, was für Bedürfnisse sie haben oder Anforderungen stellen.» (IP # 11)*

Und das Mitglied von radiesli betont, dass sich die Mitglieder jederzeit in die Planungen einbringen können, wenn man das Interesse hat, ansonsten würde die Planung und Umsetzung von der BG und der zugehörigen Gruppe durchgeführt werden (IP #6).

Einzig beim Interview mit der Solawi Agrico wurde Unzufriedenheit seitens der Mitglieder angesprochen. Der Konflikt entstand in den 90er Jahren bei der Frage, ob die Solawi ein Gewächshaus bauen sollte oder nicht. Schlussendlich hat die Genossenschaft den Antrag angenommen, als Reaktion verliessen aber einige GenossenschaftlerInnen die Solawi (IP #10). Das BG-Mitglied beschreibt den Prozess: *«Ja, es war so. Bei der ersten GV wurde es abgelehnt und bei der folgenden ausserordentlichen GV musste man auf die Leute zugehen, die Leute einbeziehen und die Strategie genauer erklären und dann wurde es schon angenommen» (IP #10)*. Es ist interessant zu sehen, dass sich bei diesem Konflikt trotz der ersten negativen Abstimmung schlussendlich die BG durchsetzen konnte. Ob dies tatsächlich die Meinung der Solawi repräsentiert, ist schwierig zu beurteilen, die Entscheidung wurde aber auf jeden Fall demokratisch getroffen.

Abschliessend kann man festhalten, dass die Mitglieder grundsätzlich bei allen untersuchten Solawis ein Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht haben, mit welchem sie Einfluss auf die Entwicklungen nehmen können. Trotzdem ist ganz klar aufgefallen, dass die Einführung von neuen Produkten oder Hofübernahmen vor allem durch die BG geplant und umgesetzt werden. Nichtsdestotrotz verfügen die Mitglieder über eine Stimme, mit welcher sie an der GV geplante Weiterentwicklungen der BG ablehnen

können. Abgesehen vom Gewächshausbau bei Agrico wurde in den Interviews keine Abstimmung erwähnt, bei welcher eine grosse Änderung, welche die BG geplant hatte, abgelehnt wurde.

### 6.4.3 Mitarbeit

In Kapitel 6.3.3 wurde gezeigt, dass der durch die Entwicklungen entstehende zusätzliche Arbeitsaufwand für die Solawis häufig eine Herausforderung darstellt, dieser aber häufig nicht durch bezahlte Angestellte bewältigt wird, sondern die BG und die Mitglieder sich mehr im Projekt engagieren und diese zusätzlichen Arbeiten erledigen. Doch wie bereits bei den Produkten gezeigt, ist die Einbindung der Mitglieder nicht bei allen Produkten gleich einfach umzusetzen. Ich werde daher im Folgenden kurz analysieren, welche Bedeutung die neuen Aufgaben auf dem Hof für die Mitglieder haben und wie sie diese wahrnehmen.

Für die beiden Mitglieder von radiesli und ortoloco ist es wichtig, dass die Mitarbeit auch bei den neuen Produkten ermöglicht wird (IP #6, IP #11). Ansonsten würde es nicht mehr einer Solawi entsprechen, sagt das Mitglied von radiesli: *«Weil sonst ist es wie in einem Laden, man bestellt es und dann kommt es»* (IP #6). Sie schätzt es auch sehr, dass sich die BG darum bemüht, dass bei allen Produkten ein Bezug für die Mitglieder geschaffen wird, auch wenn die Mitarbeit nicht überall möglich ist: *«Also das Arbeiten für diese Produkte [Kaffee] ist schon eher schwierig, aber deshalb ist der Event, als der Kaffeebauer hier war, sehr wichtig. Weil das verändert es schon noch, auch für ihn»* (IP #6).

Aber nicht für alle Mitglieder ist die Einbindung in die Produktion, Verarbeitung und Verteilung der Produkte so wichtig, wie für die Mitglieder von radiesli und ortoloco. Das Mitglied von basimilch ist zufrieden, wenn er einfache Arbeiten erledigen kann, welche für ihn nicht zu viel Aufwand bedeuten:

*«Bei Milchprodukten gibt es unterschiedliche Arten, bei den einen braucht man ein bisschen mehr Schulung, z.B. bei der Abpackkoordination, dort braucht man mehr Wissen. Einen solchen Einsatz habe ich noch nicht gemacht. Das wäre dann ein Zusatzaufwand, die Schulung zu machen. (...) Aber ja, damit habe ich mich nicht wirklich befasst, ich mache einfach die einfachen Einsätze, wo man nicht viel dafür lernen muss.»* (IP #9)

Anhand dieser Aussage schliesse ich darauf, dass es für dieses Mitglied wichtig ist, dass auch bei einem komplexeren Produkt wie Milch oder Joghurt simple Aufgaben für die Mitglieder zur Verfügung stehen. Dies war aber nicht von Anfang an möglich. Zu Beginn von basimilch war es schwierig, dass diese Arbeiten an die Mitglieder delegiert wurden, wie das BG-Mitglied von basimilch sagte. Das Vertrauen von den Besitzern des Hofes habe ein wenig gefehlt, um solche Aufgaben von Mitgliedern ohne Schulung erledigen zu lassen, da der Anspruch sehr hoch war (IP #1). Betrachtet man das oben gezeigte Zitat des Mitgliedes, lohnt es sich für die Solawi aber durchaus, auch einfache Aufgaben für die Mitglieder anzubieten, damit weiterhin alle Mitglieder an der Produktion teilnehmen können.

Es ist schwierig zu bewerten, wie die Mitarbeit bei neuen Produkten von den Mitgliedern aufgefasst wird, da das Mitglied von TaPatate! hauptsächlich beim Gemüse mithilft (da sie nur ein Gemüseabo besitzt), bei ortoloco die neuen Produkte erst in Planung sind und folglich nur noch zwei Mitglieder (basimilch, radiesli) übrigbleiben, welche im Rahmen dieser Arbeit befragt wurden. Grundsätzlich scheinen die Mitglieder mit den Einsätzen zufrieden zu sein. Ich habe aber den Eindruck erhalten, dass es für die Solawis eine aufwändige Aufgabe ist, bei der Mitarbeit die richtige Mischung zu finden, sodass die Mitglieder weiterhin eingebunden bleiben, aber nicht zu stark geschult werden müssen, um bei der Produktion mitwirken zu können.

## 7 Einfluss der Entwicklungen auf die 3 Kernprinzipien

Die Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft hat drei Kernprinzipien aufgestellt, welche ihrer Ansicht nach eine Solawi definieren (siehe Seite 21). An dieser Stelle erwähne ich die drei Kernprinzipien nochmals kurz: (1) Betriebsbeitrag statt Produktpreis, (2) Kontinuität und Verbindlichkeit, (3) Partizipation. Auf die meisten Gemüsesolawis in der Deutschschweiz treffen diese drei Prinzipien zu. Durch die in 6.2 präsentierten Entwicklungen in der solidarischen Landwirtschaft können diese Kernprinzipien jedoch beeinflusst, d.h. geschwächt oder gestärkt werden. Es stellt sich nun die Frage, inwieweit die Entwicklungen in der solidarischen Landwirtschaft tatsächlich einen Einfluss auf die Kernprinzipien nehmen. In den folgenden drei Unterkapiteln wird diese Frage untersucht. Dabei werden die drei Kernprinzipien einzeln und nacheinander betrachtet.

### 7.1 Betriebsbeitrag statt Produktpreis

Das erste der drei Kernprinzipien behandelt die finanzielle Beteiligung der Mitglieder an einer Solawi. Mit dem Begriff *Betriebsbeitrag* will klargemacht werden, dass die Mitglieder nicht ein Produkt für einen definierten Preis beziehen, sondern mit ihrem Beitrag die Bewirtschaftung des Hofes ermöglichen, unabhängig von der Menge der gelieferten Produkte (SOLAWI 2019d). Es wird also nicht für ein Produkt bezahlt, sondern für anfallende Kosten und eine vollbrachte Leistung seitens der ProduzentInnen. Der Grundsatz hinter diesem Kernprinzip wird in der Literatur häufig auch *Risikoteilung* oder in der englischen Literatur *Risk Sharing* genannt, da die ProduzentInnen unabhängig von der produzierten Menge ein fixes Einkommen von den KonsumentInnen erhalten (u.a. Egloff et al. 2014: 2; URGENCI 2016a: 17; Cone & Myhre 2000: 194; Pole & Gray 2013: 85). Aus der Sicht der Diverse Economy entspricht dieser Betriebsbeitrag einer Verschiebung von marktorientierten Transaktionen nach einem Produktpreis hin zu einem gemeinschaftlich ausgearbeiteten fairen Beitrag. In den folgenden Abschnitten wird analysiert, ob und falls ja, wie die Entwicklungen der Solawis dieses Prinzip beeinflussen.

Bei der Befragung der Solawis stellte sich schnell heraus, dass der Betriebsbeitrag nicht bei allen Produkten gleich umgesetzt wird, wie es beim Gemüse der Fall ist. Primär bei der Einführung neuer Produkte und bei Überschüssen werden die Produkte zum Teil zu Produktpreisen verkauft. Bei TaPatate! wird das Mehl, der selbstgemachte Most, das Fleisch oder auch der Kaffee zum Kilo-, respektive Literpreis an die Mitglieder oder auch an Restaurants verkauft. Auf die Frage, weshalb, antwortete das BG-Mitglied: *«Wir haben diese Produkte nie als Teil des Abos gesehen, es war mehr eine Zusatzmöglichkeit, dass wir noch Kaffee oder Öl oder Fleisch anbieten. Dafür müssen die Mitglieder aber nicht mehr machen, sondern es ist ein Produkt, für das ein Preis bezahlt wird»* (IP #2). Die Produkte werden somit als Zusatzangebot für die Mitglieder der Solawi gehandelt, um ein attraktiveres Angebot präsentieren zu können und folglich sind es keine festen Bestandteile der Solawi.

Bei Agrico findet man bei den Eiern und beim Quark einen Produktpreis. Wie im Abschnitt zum Produkt Eier auf Seite 44 erwähnt, erhalten die Mitglieder bei Agrico regelmässig eine fixe Anzahl an Eiern (IP #10). Demzufolge kann der bezahlte Abopreis auf den Preis eines einzelnen Eies heruntergebrochen werden und erhält so den Produktpreis für ein Ei. Auch bei ortoloco schliesst man den Verkauf nach Produktpreis in der Zukunft nicht kategorisch aus:

*«Aber bei dieser Gesamthof-Solawi können wir uns schon vorstellen, dort wo es nicht aufgeht, mit diesen angesprochenen Lücken, dass man da auf den Markt gehen würde, dass man sagt, wir haben noch irgendwie eine halbe Tonne Rindfleisch, welches wir noch irgendwie einem Händler geben könnten, das könnte schon passieren.» (IP #8)*

Es fällt auf, dass der Produktpreis bei den befragten Solawis also immer stärker verbreitet ist. Bei einer genaueren Betrachtung wird aber ersichtlich, dass der Verkauf nach Produktpreis von den meisten Solawis nur als Zwischenlösung betrachtet wird und längerfristig ebenfalls ein Betriebsbeitrag angepeilt wird (IP #2, IP #4, IP #5, IP #8). Bei radiesli hat man dies bereits erfolgreich umsetzen können, so dass sogar der Preis des Eierabos einem Betriebsbeitrag entspricht. Dies stellt aber eine laufende Herausforderung für die Solawi dar: *«Betriebsbeitrag statt Produktpreise, das ist etwas, wo wir kontinuierlich dran am Arbeiten sind» (IP #4)*. Einzig der Kaffee wird bei radiesli zu einem definierten Preis verkauft. Dies liegt wohl daran, dass radiesli oder auch TaPatate! nur Zwischenhändler sind und die Organisation TEIKEI die Preise definiert. Aber selbst bei internationalen Produkten streben die Solawis längerfristig einen Betriebsbeitrag an, so zum Beispiel beim Olivenöl von TaPatate!: *«Seine [griechische Produzent] Idee ist es schon auch, dass man eine Art ein Abo macht und zwar am liebsten auch Solawi-mässig» (IP #2)*.

Nicht bei allen Solawis ist längerfristig ein Betriebsbeitrag für alle Produkte geplant. Bei Agrico sind keine Änderungen beim Eier- oder Quarkabo geplant, da die Nachfrage der Mitglieder im Zentrum steht und man demzufolge auch in Zukunft eine definierte Anzahl an Eiern oder Quark an die Mitglieder liefert (IP #10). Die grösste Ausnahme stellt aber basimilch dar. Bei der Milchsolawi erhalten die Mitglieder immer die gleiche Menge an Milchprodukten. Auf der Webseite ist ersichtlich, dass die Mitglieder entweder ein Abo mit vier oder acht Litern pro Woche abonnieren können (basimilch 2019). Faktisch besteht bei basimilch also keine Risikoteilung, da die ProduzentInnen den Mitgliedern eine bestimmte Menge versprechen. Das BG-Mitglied betont dies auch ganz klar:

*«Oft wird bei solidarischer Landwirtschaft von Risikoteilung gesprochen und faktisch ist das bei uns nicht so. Du könntest vom Betriebsbeitrag auf den Liter runterbrechen. Das kannst du beim Gemüse nicht, weil du ein Feld hast, wo das Produkt wächst. (...) wir haben Leute, die dabei sind, die das knallhart ausrechnen und nur Joghurt nehmen, weil man mit Joghurt billiger wegkommt.» (IP #1)*

Die Entscheidung, die Produkte nach einem definierten Preis an die Mitglieder zu vertreiben, wurde jedoch nicht getroffen, weil basimilch diese Art der Vermarktung besonders sinnvoll und fair findet. Es handelt sich um eine rein pragmatische Entscheidung, wie die folgende Aussage des BG-Mitgliedes zeigt:

*«Um dies [Betriebsbeitrag] bei uns zu machen, müsste man das ganze System umdenken, umorganisieren (...) und diese Milchschwankungen fließen in das Abo, wenn es weniger gibt, gibt es weniger im Abo. Das haben wir aus verschiedenen Gründen nicht gemacht, weil wir ein bisschen Angst hatten vor der Komplexität. Man erntet ja den Käse nicht, sondern lagert diesen im Keller, aber wann ist er reif? Wer erhält wie viel und wann?» (IP #1)*

Spannend ist der Aspekt, dass die Leute bei basimilch trotzdem von *Betriebsbeitrag* sprechen, um ein Umdenken zu stärken (IP #1). Genau diese Anpassung im sprachlichen Gebrauch sehen Gibson-Graham als ersten wichtigen Schritt weg von der kapitalistischen Hegemonie hin zu einer Diverse Economy (siehe Seite 23). Sie nennen dies die *Sprache der Diverse Economy*, welche dafür sorgen soll, dass die Leute auf andere Wirtschaftsformen aufmerksam werden, so wie es bei basimilch getan wird.

Während sich die Produktentwicklung bei den deutschschweizerischen Solawis eher negativ auf das erste Kernprinzip auswirkt, ist bei der gewerblichen Solawi ein anderer Effekt zu beobachten. Die gewerbliche Solawi SlowGrow und die beiden Abnehmer, das Restaurant und der Lebensmittelladen, haben gezeigt, dass nicht nur Privatpersonen einen Betriebsbeitrag bezahlen können, sondern dies auch auf gewerblicher Ebene funktioniert. Nicht nur für die Solawi SlowGrow spielt der regelmässige Beitrag eine essenzielle Rolle (IP #13), sondern auch beim BachserMärt ist der Betriebsbeitrag eine wichtige Komponente der Zusammenarbeit: *«Bei uns ist der Preis, das ist was Zentrales bei uns, dass wir den Preis nicht in den Vordergrund stellen wollen»* (IP #7). Der Betriebsbeitrag, respektive die Risikoteilung ist also ein Aspekt der solidarischen Landwirtschaft, welcher auch bei der gewerblichen Solawi im Zentrum steht.

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich die Entwicklung der Produktvielfalt eher negativ auf das Kernprinzip Betriebsbeitrag statt Produktpreis auswirkt. Während beim Gemüse in fast allen Solawis ein Betriebsbeitrag bezahlt wird, werden Eier, Fleisch oder Milchprodukte von verschiedenen Solawis zu Produktpreisen verkauft. Die Gründe dafür unterscheiden sich stark und reichen von der Komplexität des Produktes über die Nachfrage der Mitglieder hin zu unregelmässigen Zusatzprodukten. Trotzdem muss betont werden, dass der Grossteil der Solawis am Prinzip festhält und längerfristig auch bei den neuen Produkten einen Betriebsbeitrag anvisiert. Im Vergleich zu den neuentwickelten Produkten spielt der Betriebsbeitrag bei der gewerblichen Solawi von Beginn an eine wichtige Rolle. Jedoch produziert die gewerbliche Solawi bis zum jetzigen Zeitpunkt nur Gemüse, welches bei praktisch allen anderen



Solawis ebenfalls über einen Betriebsbeitrag vertrieben wird. Es wäre spannend zu sehen, ob die Entwicklung von neuen Produkten bei der gewerblichen Solawi einen ähnlichen Einfluss auf das Kernprinzip nehmen würde, wie es bei den normalen Solawis beobachtbar ist.

## 7.2 Kontinuität und Verbindlichkeit

Mit dem zweiten Kernprinzip wird die längerfristige Beziehung zwischen der Produzentenseite und der Konsumentenseite abgedeckt. Konkret ist damit gemeint, dass die Abos ein Jahr lang laufen und somit mit der Anbauplanung der Solawi übereinstimmen (SOLAWI 2019d). Die Verbindlichkeit wird in der Regel in Form eines Vertrages festgehalten, damit die Solawis längerfristig planen können (URGENCEI 2016a: 9). Wie sich die Entwicklungen auf die Kontinuität und die Verbindlichkeit auswirken, wird im Folgenden erörtert.

Die langfristige Zusammenarbeit zwischen den Solawis und deren Mitgliedern wurde in den Interviews nur wenig thematisiert. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Weiterentwicklungen keine signifikanten Änderungen bezüglich der Verbindlichkeit herbeiführen. Praktisch alle Abos müssen weiterhin für mindestens ein Jahr bezogen werden. Das gilt zum Beispiel auch für die Milchprodukte von basimilch oder das Kaffeeabo von TaPatate!, radiesli und Nuglar Gärten (IP #2, IP #4, IP #5). Keines der befragten BG-Mitglieder hat bei den neuen Produkten eine längerfristige Zusammenarbeit als Herausforderung erkannt und auch die Mitglieder der Solawis sind einverstanden, sich bei anderen Produkten als beim Gemüse längerfristig zu verpflichten (IP #6, IP #9, IP #11). Gleichermassen sieht die Verbindlichkeit bei der gewerblichen Solawi aus. Auch dort werden die Produkte mindestens für eine Saison seitens des Restaurants und des Lebensmittelladens abgenommen (IP #7, IP #12). Es zeigt sich also, dass die Abnehmer die Abhängigkeit der Produzentenseite von den Abnehmern erkennen und respektieren und so eine sinnvolle Anbauplanung für die ProduzentInnen ermöglichen. Gibson-Graham sehen genau diese gegenseitige Berücksichtigung der Abhängigkeiten als wichtigen Aspekt bei der Community Economy: «(...) *ethical negotiations around our interdependence with each other and the environment are put center stage*» (Gibson-Graham 2013: 13). Meine Forschungsdaten weisen darauf hin, dass dieser Aspekt der Community Economy auch nach den Weiterentwicklungen noch ein Teil der Solawis in der Deutschschweiz bleibt.

Erwähnt werden muss, dass bei den unregelmässig angebotenen Produkten natürlich keine Verbindlichkeit respektive langfristige Zusammenarbeit beobachtbar ist. So wird beispielsweise bei TaPatate! in unregelmässigen Abständen mit Hilfe des Besitzers des Hofes eine kleine Menge an Mehl produziert, welches dann anschliessend den Mitgliedern der Solawi zum Verkauf nach Produktpreis angeboten wird (IP #2). Wie in 7.1 erwähnt, werden diese Produkte zur Zeit noch nicht als Abo betrachtet und somit ist klar, dass keine vertragliche Verbindlichkeit vorhanden ist. Vollständigkeitshalber muss hier ebenfalls erwähnt werden, dass bei Agrico die Kontinuität und Verbindlichkeit weniger stark gewichtet wird. Die Abos können alle drei Monate gekündigt werden.

Jedoch hängt dies mit der Grösse der Solawi und der Ideologie zusammen (IP #10). Die kürzere Kündigungsfrist hängt also nicht mit der Entwicklung von neuen Produkten zusammen.

Alles in allem kann festgehalten werden, dass die langfristige Planung und die Verbindlichkeit bei den Solawis auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen wird. Sowohl für die Solawis, wie auch für die Mitglieder stellt diese Verbindlichkeit keine Herausforderung dar. Kontinuität und Verbindlichkeit bleiben weiterhin zentrale Punkte der solidarischen Landwirtschaft und sorgen auch in Zukunft dafür, dass die ProduzentInnen mit einem geregelten Einkommen rechnen können. Bei den Zusatzprodukten wird man beobachten müssen, ob sich diese in Zukunft zu Abos entwickeln und folglich ebenfalls in die längerfristige Planung eingebunden werden oder ob es bei Zusatzprodukten bleibt.

### 7.3 Partizipation

Beim dritten und letzten Kernprinzip steht die Einbindung der Mitglieder in die Entscheidungsfindung und in die Produktion im Zentrum. Diese Aspekte wurden in 6.4 bereits thematisiert und werden hier nochmals genauer behandelt. Die Einbindung der Mitglieder und das Aufrechterhalten des Gemeinschaftsgefühls wird in verschiedenen Werken direkt mit dem Erfolg einer Solawi verbunden (Wellner 2018: 8; Cone & Myhre 2000: 196; Janssen 2010: 5). Wie die Entwicklungen der Solawis die Partizipation beeinflussen, wird an dieser Stelle diskutiert.

Die Weiterentwicklungen der Solawi können sich unterschiedlich auf die Partizipation der Mitglieder auswirken. So zeigt zum Beispiel *radiesli* auf, dass eine gesamtbetriebliche Solawi mit unterschiedlichsten Produkten die Partizipation der Mitglieder weiterhin hochhalten kann. Auf die Frage, wie sich die Entwicklungen auf die Partizipation auswirken, antwortet das BG-Mitglied: *«Ich glaube, es hat keinen negativen Einfluss»* (IP #4). Jedoch ist diese Partizipation kein Selbstläufer, die Solawi muss sich aktiv mit der Thematik auseinandersetzen. Das BG-Mitglied von *radiesli* betont, dass es für die BG eine grosse Aufgabe ist, Lösungen zu finden, sodass die Mitglieder weiterhin in den Betrieb eingebunden werden. Zusätzlich wird die Partizipation bei *radiesli* explizit von den Mitgliedern gefordert: *«Am härtesten sind wir aber wahrscheinlich bei der Mitarbeit, das ist einfach Pflicht»* (IP #4).

Bei der Milchsolawi *basimilch* zeigt sich ein anderes Bild. Das BG-Mitglied von *basimilch* stellt fest: *«Partizipation ist [bei basimilch] auch mittelmässig, es ist schon eher auf der Dienstleistungsseite und das liegt in der Natur der Sache, da die Arbeit auch viel Wissen verlangt von den GenossenschaftlerInnen»* (IP #1). Wie auf Seite 46 erwähnt, gestaltet sich die Mitarbeit bei Milchprodukten nicht so einfach, wie beim Gemüse oder Obst. Daraus lässt sich schliessen, dass Produkte mit komplexeren Wertschöpfungsketten die Einbindung der Mitglieder erschweren, da die Produktion professioneller gestaltet werden muss. Das BG-Mitglied sieht dies sogar als grundsätzliche Problematik bei den Solawis: *«Die Schwierigkeit im Bereich von Solawi, da gibt es immer wieder die*

*Grundsatzfrage, die einen sind mehr für Professionalität und die anderen für mehr Partizipation» (IP #1).*

Neben der Mitarbeit ist auch das Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht ein wichtiger Teil der Partizipation. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die Mitglieder trotz der Entwicklungen ihr Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht behalten. Ein neues Produkt bedeutet nicht, dass ein Mitglied kein Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht bei der GV mehr hat (siehe 6.4.2). Dennoch glaube ich, dass die zunehmende Komplexität einer Solawi (z.B. durch neue Produkte) dazu führt, dass die Mitglieder weniger in den Entscheidungsprozess eingebunden werden können, da die höhere Komplexität schlicht mehr Entscheidungen erfordert. Bei einer steigenden Anzahl an Entscheidungen und einer gleichbleibenden Anzahl an Versammlungen nimmt der Einfluss der Mitglieder automatisch ab. Aufgrund der Befragungen gehe ich aber davon aus, dass dies für die befragten Solawis und Mitglieder kein Problem darstellt, da dieser Aspekt von den befragten Personen in den Interviews nicht thematisiert wurde. Angesprochen wurde diese Problematik einzig durch das Mitglied von TaPatate!: *«Also ich finde zwei Treffen wären besser als eines» (IP #3).*

Bei einer gewerblichen Solawi gestaltet sich die Frage nach der Partizipation ein wenig komplizierter, da nicht immer klar ist, wer die *Mitglieder* oder *KonsumentInnen* sind. Bei Nuglar Gärten und der Zusammenarbeit mit dem Heim ist die Sache noch relativ eindeutig. Die BewohnerInnen und MitarbeiterInnen des Heimes sind gleichzeitig auch die KonsumentInnen. Dabei ist die Mitarbeit ebenfalls ein wichtiger Aspekt der Zusammenarbeit: *«Sie [die MitarbeiterInnen] kommen auch mit den BewohnerInnen aufs Feld, um zu helfen» (IP #5).* Bei SlowGrow ist die Situation nicht ganz so klar. Die Kunden, welche letzten Endes die Produkte im Restaurant oder aus dem Lebensmittelladen konsumieren, haben keine direkte Beziehung zu SlowGrow. Das bedeutet, dass die Kunden weder bei Entscheidungen mitsprechen, noch auf dem Feld mithelfen müssen. Trotzdem kommt es hin und wieder vor, dass die Kunden nachfragen und selber aktiv werden:

*«Wir sagen auch immer, wenn jemand interessiert ist, auf dem Feld mitzuarbeiten, melde dich bei SlowGrow. Sie haben da eine Whatsapp-Gruppe, wo immer wieder Einsätze angefragt werden, ob jemand helfen kann. Auf diese Art sind auch Kunden von uns helfen gegangen, aber es ist jetzt nicht etwas, wo sich 100 Leute anmelden und die meisten machen es ja auch nicht permanent mit. Aber es gibt ein paar „Hardcore-Kunden“, die sich wirklich engagieren und so etwas auch suchen, wo sie ab und zu mal etwas ganz anderes machen können.» (IP #7)*

Das Restaurant und der Lebensmittelladen selbst sind aber in die Produktion eingebunden. Dazu gehört zum einen der Austausch mit SlowGrow (siehe Seite 69), zum anderen die Mitarbeit auf dem Feld. Die KüchenarbeiterInnen des Restaurants Jakob gehen hin und wieder auf das Feld von SlowGrow und helfen bei der Produktion mit (IP #12). Beim BachserMärt ist es sogar Pflicht, dass alle MitarbeiterInnen

ab und zu auf dem Feld erscheinen und so auch die Produktion des Gemüses miterleben (IP #7). Auffällig ist, dass im Vergleich zur klassischen Solawi nicht die Produzentenseite die Einbindung der Abnehmer antreibt (IP #13). In den Interviews wurde klar, dass sich stattdessen hauptsächlich die beiden Abnehmer darum bemühen, den direkten Bezug zur Produktion von SlowGrow zu wahren und auch aktiv mitarbeiten wollen (IP #7, IP #12).

Insgesamt stelle ich fest, dass es für die Solawis aufgrund der Entwicklungen aufwändiger wurde, die Mitglieder in die Prozesse einzubeziehen. Sowohl komplexere Produktionen, wie auch die steigende Komplexität des Betriebes sind Gründe dafür. Bei der gewerblichen Solawi ist die Hauptproblematik, dass die Endkunden nicht die Personen sind, welche in den landwirtschaftlichen Betrieb einbezogen werden und sich dadurch die Frage stellt, ob der Bezug der Kunden zur Produktion so noch vorhanden ist. Gleichzeitig ist aber auch zu erkennen, dass die Partizipation aufgrund der Entwicklungen nicht automatisch abgeschwächt werden muss. Die Partizipation hängt davon ab, inwieweit die beteiligten Akteure bestrebt sind, an den Produktions- und Entscheidungsprozessen teilzuhaben. Dies gilt sowohl für die gewerbliche wie auch für die klassische Solawi.

## 8 Schlussfolgerung

In der vorliegenden Masterarbeit wurde das Phänomen der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz und deren Weiterentwicklung untersucht. Dabei lag ein spezielles Augenmerk auf den Motivationen und den Herausforderungen der Entwicklungen und auf der Rolle der Mitglieder im Entwicklungsprozess einer Solawi. Weiter wurden die Auswirkungen der Entwicklungen auf die Kernprinzipien einer Solawi untersucht. In diesem abschliessenden Kapitel wird ein Überblick über die gewonnenen Erkenntnisse gegeben, die Arbeit anschliessend kritisch reflektiert und zum Abschluss ein Ausblick für zukünftige Forschungen präsentiert.

In der Einleitung wurde aufgezeigt, dass bei den deutschschweizerischen Solawis ein starker Fokus auf dem Gemüse liegt. Verschiedene Akteure aus der solidarischen Landwirtschaft sehen diesen Aspekt als Risiko für die solidarische Landwirtschaft in dieser Region, da es darauf hinweisen könnte, dass sich die solidarische Landwirtschaft nicht oder nur langsam weiterentwickelt. Meine Forschung konnte aber aufzeigen, dass bei den befragten Solawis zweifellos Weiterentwicklungen zu erkennen sind. Es konnte beobachtet werden, dass sich die Produktvielfalt langsam aber stetig vergrössert. Die wichtigsten neuen Produkte sind Obst, Eier, Milchprodukte und verarbeitete Lebensmittel, beispielsweise Konfitüren oder Säfte. Zusätzlich sind vereinzelt auch Fleisch oder Getreide bei den Solawis anzutreffen. Zusätzlich zu ihren eigenen Lebensmittelprodukten haben verschiedene Solawis auch begonnen, internationale Produkte anzubieten, die nach ähnlichen Prinzipien hergestellt und vertrieben werden. Grundsätzlich zeigte sich aber bei allen Produkten eine höhere Komplexität als beim Gemüseanbau, was auch klar macht, wieso praktisch alle Solawis in der Deutschschweiz mit der Gemüseproduktion starten.

Die Beweggründe für die Entwicklung der neuen Produkte unterscheiden sich. In den Interviews hat sich gezeigt, dass die Verbreitung der Ideologie eine wichtige Motivation für die Solawis ist, weitere Lebensmittel nach den CSA-Prinzipien herzustellen und zu vertreiben. Das heisst konkret, dass die Solawis die alternative Wirtschaftsform weiter verbreiten und damit aufzeigen wollen, dass diese Form der Wirtschaft nicht nur mit Gemüse, sondern auch mit anderen Nahrungsmitteln funktionieren kann. Ein weiterer, immer wieder genannter Auslöser für die Entwicklung neuer Produkte ist die Möglichkeit, ein neues Produkt im kleinen Stil erproben zu können. Damit ist zum Beispiel gemeint, dass eine Solawi zusammen mit den BesitzerInnen des Hofes ein Produkt testen kann, welches die BesitzerInnen ohnehin produzieren würden und aufgrund dessen kein Mehraufwand für die Solawi entsteht. Eine ähnliche Situation ist es, wenn eine Solawi plötzlich die Möglichkeit erhält, ein zusätzliches Stück Land zu übernehmen und anschliessend darauf neue Produkte anpflanzen kann. Weitere Gründe für die Entwicklung von zusätzlichen Produkten sind die Attraktivitätssteigerung des Gemüseabos durch Zusatzabos (z.B. bei Eiern), die Nachfrage der Mitglieder (vor allem beim Obst) oder das Bedürfnis nach Unabhängigkeit vom kapitalistischen Markt (z.B. bei Milchprodukten).

Eine weitere Form der Entwicklung, welche in dieser Arbeit untersucht wurde, ist die gesamtbetriebliche Umsetzung einer Solawi respektive Hof-Solawi. Die Hof-Solawi ist in Deutschland in der solidarischen Landwirtschaft bereits stark verbreitet und ist nun auch in der Schweiz beobachtbar. Das Spezielle dabei ist, dass alle auf dem Hof verfügbaren Produkte nach den solidarischen Landwirtschaftsprinzipien produziert und vermarktet werden. Besonders der Anspruch, die solidarische Ökonomie auf weitere Produkte auszudehnen und sich damit stärker von den kapitalistischen Strukturen zu lösen, treibt die Entwicklung der gesamtbetrieblichen Solawis an. Die Schwierigkeit dabei ist die Koordination der verschiedenen Abos. Eine ausführliche Planung ist nötig, so dass am Schluss alle Produkte eine Verwendung finden, die Mitglieder in die Produktionen der unterschiedlichen Produkte eingebunden werden und die Kalkulierung der Mengen und Abobeiträge aufgeht. Von den befragten Projekten hat *radiesli* die gesamtbetriebliche Solawi bereits umgesetzt, bei *ortoloco* ist eine solche Solawi nach langer Zeit als reine Gemüsekooperative nun geplant. Die stetige Produktentwicklung in der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz wird wahrscheinlich dazu führen, dass in den kommenden Jahren zusätzliche gesamtbetriebliche Solawis entstehen werden, sofern die Solawis die Möglichkeit erhalten, einen ganzen Hof zu übernehmen.

Die dritte Form der Entwicklung, die im Rahmen dieser Arbeit beleuchtet wurde, ist die gewerbliche Solawi. Dabei handelt es sich um eine Zusammenarbeit zwischen einer Solawi und beispielsweise einem Restaurant, einem Lebensmittelladen, einer Kantine oder Ähnlichem. Das Projekt *SlowGrow* zeigt, dass es möglich ist, eine solche gewerbliche Solawi zu gründen und diese erfolgreich zu führen. Dabei fällt auf, dass dieses Projekt nur funktioniert, wenn die Abnehmer bereit sind, finanzielle Einbussen hinzunehmen und einen zusätzlichen Aufwand im Betriebsalltag zu akzeptieren. Aufgrund der schwankenden Ernten und des hohen Betriebsbeitrages wäre es für beide Abnehmer nicht möglich, nur Produkte aus einer solchen Zusammenarbeit zu beziehen. Ähnlich wie die Mitglieder einer klassischen Solawi müssen auch die Abnehmer einer gewerblichen Solawi sehr flexibel sein, dies ist jedoch bei einem Restaurant oder bei einem Laden schwieriger zu handhaben, als dies bei einer Privatperson der Fall ist. Die Interviews haben gezeigt, dass die Kommunikation zwischen den Akteuren ein zentrales Kriterium für eine erfolgreiche gewerbliche Solawi ist. Die Idee der Zusammenarbeit mit Betrieben anstelle von Mitgliedern ist durchaus vielversprechend, da dies der solidarischen Landwirtschaft eine völlig neue Perspektive verleiht und die Ideologie an eine breitere Masse getragen werden kann. Damit aber in Zukunft mehr solche Projekte entstehen können, muss sich das Konzept noch weiter entwickeln, da die Abnehmer bisher mit grossen Herausforderungen bezüglich der Finanzierung und dem Aufwand konfrontiert werden.

Bei der Betrachtung der Weiterentwicklungen fällt auf, dass zwei grundlegende Schwierigkeiten der solidarischen Landwirtschaft auch bei den Weiterentwicklungen in der Deutschschweiz weiterhin eine zentrale Rolle spielen. Es handelt sich zum einen um den Zugang zum Land, welcher jeweils vorhanden sein muss, um überhaupt neue Produkte anpflanzen oder eine Hof-Solawi gründen zu können, zum

anderen um die Unberechenbarkeit der Landwirtschaft und deren Auswirkungen auf die Ernteanteile. Diese beiden Schwierigkeiten sind in der solidarischen Landwirtschaft bereits bekannt. Der Zugang zu neuem Land kann von den Solawis nicht wesentlich beeinflusst werden. Im Falle der Unberechenbarkeit werden Erfahrung und eine gute Anbauplanung von grosser Bedeutung sein, damit die Solawis in Zukunft die Schwankungen besser in den Griff bekommen.

Neben den bekannten Schwierigkeiten haben die Entwicklungen auch zu neuen Herausforderung geführt. Mit der Diversifizierung der Produkte sind die Ansprüche an die benötigte Infrastruktur gestiegen. Besonders davon betroffen sind Solawis, welche die Produkte Getreide, Milch und Fleisch produzieren, denn diese Produkte haben im Vergleich zum Gemüse oder auch zum Obst eine deutlich komplexere Wertschöpfungskette, welche jeweils eine Verarbeitung mit den dafür gemachten Maschinen beinhaltet. Die Solawis müssen sich entscheiden, ob die Infrastruktur auf dem Hof ausgebaut wird, um die Verarbeitung selber durchführen zu können oder ob diese Prozesse ausgelagert werden. Die Weiterentwicklungen führen ausserdem zu einem steigenden Arbeitsaufwand für die beteiligten Akteure. Dies zeigte sich bei den neuen Produkten, bei der gesamtbetrieblichen Solawi und bei der gewerblichen Solawi. Der zunehmende Arbeitsaufwand lässt sich u.a. dadurch erklären, dass viele der beschriebenen Entwicklungen neuartig sind und es demzufolge noch an Erfahrung mangelt. Folglich ist die Implementierung der Entwicklungen auch mit Ausprobieren und Rückschritten verbunden und führt zu einem zusätzlichen Aufwand.

Während der Landzugang und die Infrastruktur voraussichtlich längerfristig eine Herausforderung für die Solawis darstellen werden, ist es wahrscheinlich, dass der zusätzliche Aufwand und die Unberechenbarkeit in den kommenden Jahren aufgrund der entstehenden Erfahrung abnehmen werden. Infolgedessen können künftige Solawis von den gemachten Erfahrungen profitieren.

Die Rolle der Mitglieder im Entwicklungsprozess hat sich bei der Analyse der Daten als schwächer gezeigt, als zu Beginn angenommen. Die Ideen für neue Entwicklungen stammen praktisch ausschliesslich von den BGs und werden in den meisten Fällen bereits stark ausgearbeitet, bevor die Mitglieder mit ihnen in Kontakt kommen. Die Nachfrage der Mitglieder spielt bei den Entwicklungsplänen der Solawis keine grosse Rolle. An dieser Stelle muss aber auch erwähnt werden, dass die Mitglieder in den Interviews praktisch keine Wünsche geäussert haben und somit auch nicht von einer vorhandenen Nachfrage seitens der Mitglieder gesprochen werden kann. Obwohl sich der Einfluss der Mitglieder auf die Entwicklungen in Grenzen hält, fühlen sich die Mitglieder von der Solawi stets ernst genommen und sind im Grossen und Ganzen mit den Entwicklungen zufrieden. Bei den GVs können die Mitglieder direkt Einfluss auf die Entwicklung einer Solawi nehmen. Insgesamt kann festgehalten werden, dass die Solawis tatsächlich flache Hierarchien haben, da die Mitglieder jederzeit mitreden und mitentscheiden dürfen. In der Realität ist jedoch zu sehen, dass die Mitglieder erst spät in den Entscheidungsprozess eingebunden werden. Dies wird aber von den Mitgliedern so toleriert und stellt für sie kein Problem dar.

Ebenfalls Teil dieser Arbeit sind die Auswirkungen der Entwicklungen auf die Kernprinzipien der Solawi. Dabei konnte festgestellt werden, dass besonders die beiden Kernprinzipien *Betriebsbeitrag statt Produktpreis* und *Partizipation* von den Entwicklungen beeinflusst werden. Während die Mitglieder einer klassischen Gemüsesolawi einen kalkulierten Betriebsbeitrag bezahlen und dafür ihren Ernteanteil erhalten, hat die gesteigerte Produktvielfalt dazu geführt, dass Mitglieder z.B. bei Eiern, Kaffee oder Milchprodukten neuerdings Preise für eine definierte Menge bezahlen. Die Gründe dafür sind unterschiedlich. Beim Kaffee werden die Preise beispielsweise nicht von den Solawis selbst definiert. Ein anderes Beispiel sind die Milchprodukte. Bei den Milchprodukten kann aufgrund der Verarbeitung der Milch nicht von wöchentlichen *Ernten* gesprochen werden und folglich wäre es sehr schwierig, einen Betriebsbeitrag einzuführen. Fakt ist, dass die neuen Produkte teilweise dazu führen, dass die Mitglieder einen Preis für ein Produkt bezahlen und dadurch die Risikoteilung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen nicht mehr gleich stark gewährleistet wird, wie wenn die Mitglieder einen Betriebsbeitrag zahlen würden.

Auch die Partizipation wird durch die Weiterentwicklungen geschwächt. Dies liegt vor allem daran, dass die Mitglieder nicht bei allen Produkten so einfach mithelfen können, wie sie es beim Gemüse tun können. Häufig ist die Produktion komplexer und infolgedessen müssen die Mitglieder über ein grösseres Wissen verfügen, um die Tätigkeiten durchführen zu können. Es ist aber zu beobachten, dass sich die Solawis sehr stark darum bemühen, auch bei den neuen Produkten Mitarbeit Gelegenheiten für die Mitglieder zu schaffen, was von den Mitgliedern sehr geschätzt wird. Das Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht wird wahrscheinlich bei einer höheren Komplexität einer Solawi ebenfalls abnehmen, da es schlichtweg nicht möglich ist, die Mitglieder gleich stark einzubinden, wenn immer mehr Entscheidungen anfallen. Ebenfalls geschwächt wird die Einbindung der KonsumentInnen bei der gewerblichen Solawi, da dort nicht klar ist, wer die EndkonsumentInnen sind und diese keine direkte Verbindung zur Produktion haben. Indem Angestellte des Restaurants oder des Ladens auf dem Feld mithelfen, wird dieser Abschwächung der Partizipation aber Widerstand geleistet.

Meine Forschung zeigt klar auf, dass sich die solidarische Landwirtschaft in der Deutschschweiz weiterentwickelt, auch wenn Gemüse immer noch das dominante Produkt ist. Viele der Entwicklungen befinden sich noch in ihrer Anfangsphase, wodurch die Solawis immer wieder mit Herausforderungen konfrontiert werden. Die aktuellen Solawis legen den Grundstein für zukünftige Projekte, welche später von diesen Erfahrungen profitieren können. Dadurch, dass die Produktvielfalt zunimmt und neu auch gewerbliche Betriebe eingebunden werden, wird die solidarische Landwirtschaft für eine breitere Masse attraktiv. So kommen mehr Leute mit einer solidarischen Wirtschaftsform in Kontakt, was zu einem höheren Interesse daran führen kann. Gleichzeitig geht die Bewegung auch Kompromisse ein, wodurch die Grundprinzipien der CSA-Bewegung geschwächt werden.



## 8.1 Kritische Reflexion

In dieser Masterarbeit versuchte ich eine grosse Bandbreite an Entwicklungen der solidarischen Landwirtschaft in der Deutschschweiz abzudecken, was dazu führte, dass die einzelnen Aspekte weniger differenziert behandelt werden konnten. So wäre es sinnvoller gewesen, wenn die gewerbliche solidarische Landwirtschaft einzeln erforscht worden wäre. Im Umfang dieser Arbeit war es schwierig, die Produktentwicklung zu beleuchten und gleichzeitig die gewerbliche solidarische Landwirtschaft detailliert zu untersuchen. Die Unterschiede zwischen der gewerblichen Solawi und einer klassischen Solawi sind grösser, als zu Beginn gedacht. Infolgedessen hätten bestimmte Aspekte, wie z.B. die Partizipation der Mitglieder, unterschiedlich angegangen werden müssen, da sie nur schwer vergleichbar sind.

Bei der Einbindung der Mitglieder kann kritisiert werden, dass das Sample zu klein war, um aussagekräftige Schlüsse daraus ziehen zu können. Mit nur vier befragten Mitgliedern war es schwierig, Rückschlüsse auf die allgemeine Wahrnehmung der Mitglieder von deutschschweizerischen Solawis zu machen. Während der Planung des Samples bestand die Hoffnung, dass die befragten Mitglieder in den Interviews auch Meinungen und Reaktionen von anderen Mitgliedern aufzeigen würden, welche sie zum Beispiel bei GVs oder bei der Mitarbeit auf dem Feld erfahren haben. Dies war aber nur in wenigen Punkten der Fall, was dazu führte, dass die Befragung nur einen eingeschränkten Einblick in die Wahrnehmung der Mitglieder ermöglichte.

Ein Aspekt, welcher in meiner Forschung gar nicht auftaucht, ist die Kritik, dass es sich bei der solidarischen Landwirtschaft um ein Wohlstandsphänomen handelt und nur wenig sozio-ökonomische Durchmischung beobachtbar ist. So schreibt Ostrom (2007: 12), dass die Mitglieder einer solidarischen Landwirtschaft vor allem aus der weissen Mittelschicht stammen und auch bei der geographischen Verteilung fällt auf, dass CSAs vor allem in Industrieländern verbreitet sind. Es wäre spannend zu sehen, wie CSAs diesem Thema entgegentreten würden. Besonders beim Obst ist aufgefallen, dass zu Beginn der Entwicklung die Ernten zum Teil schlecht ausfallen können und die Mitglieder demzufolge nur wenig Nahrungsmittel für den bezahlten Beitrag erhalten. Führen solche Aspekte dazu, dass Personen mit einem kleinen Einkommen nicht Teil der Bewegung sein können, da sie es sich nicht leisten können, einen definierten Beitrag für wenig Nahrungsmittel zu bezahlen? Es würde auf jeden Fall Sinn machen, solche Fragen ebenfalls in die Forschung bezüglich solidarischer Landwirtschaft einzubeziehen.

## 8.2 Ausblick

Für die künftige Forschung zur solidarischen Landwirtschaft sind meines Erachtens verschiedene Aspekte von Interesse. Wie in der kritischen Reflexion erwähnt, wäre es sicherlich spannend, die gewerbliche solidarische Landwirtschaft genauer zu erforschen. In der Schweiz ist diese Form der solidarischen Landwirtschaft noch sehr neu und auch in der internationalen Forschung ist nur wenig zu diesem Thema zu finden. Um einen besseren Einblick in die gewerbliche solidarische Landwirtschaft zu erhalten, müssen weitere ähnliche Projekte untersucht werden. Weiter würde es Sinn machen, eine

Analyse und Bewertung von möglichen Partnern für eine Zusammenarbeit mit einer Solawi durchzuführen. Dadurch wäre auch eine Beurteilung des Potenzials der gewerblichen Solawi besser möglich.

Der Zugang der CSAs zu Land sollte ebenfalls zunehmend Gegenstand der Forschung werden. Meine Analyse hat gezeigt, dass besonders bei CSAs, welche durch KonsumentInnen gegründet wurden, der Landzugang eine grosse Herausforderung darstellt und dies sowohl bei der Gründung, wie auch bei der Entwicklung einer CSA. Dabei wären beispielsweise der Umgang der CSAs mit der Landknappheit oder mögliche Unterstützung durch die öffentliche Hand sinnvolle Forschungsaspekte. Auf jeden Fall kann festgehalten werden, dass der Zugang zu Land für eine CSA essenziell ist und infolgedessen eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem Thema angebracht wäre.

Bezüglich der Produktentwicklung wären besonders die internationalen Produkte als Untersuchungsgebiet zu empfehlen. In der vorliegenden Arbeit wurden internationale Partnerschaften zwischen Schweizer Solawis und ausländischen ProduzentInnen beim Kaffee und Olivenöl angesprochen. Es wäre durchaus interessant zu sehen, wie sich solche Partnerschaften längerfristig auf die beteiligten Akteure im Ausland, aber auch auf die Solawis in der Schweiz auswirken. Auch im Hinblick auf die Kritik an der Community Economy, dass diese nur ein regionales und isoliertes Phänomen sei, wäre es zweifelsfrei sinnvoll die globale Zusammenarbeit zu untersuchen.

Es zeigt sich, dass viele weitere Forschungsaspekte im Hinblick auf das Forschungsfeld der solidarischen Landwirtschaft ausgemacht werden können. Die CSA-Bewegung hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten stark entwickelt und infolgedessen hat sich auch das Forschungsinteresse an ihr intensiviert. Es ist deshalb durchaus möglich, dass in den kommenden Jahren vermehrt Forschungsprojekte zur solidarischen Landwirtschaft entstehen werden. Gerade für den deutschsprachigen Raum gibt es aber noch viele Möglichkeiten, dieses landwirtschaftliche Phänomen näher zu analysieren und zu verstehen.

## Literatur

- ACCESSTOLAND. 2017. *Access to Land Community Supported Agriculture and Stories from Europe*.
- Adam, Katherine L. 2006. *Community Supported Agriculture*. NCAT Agriculture Specialist, IP289.
- Affaire TourneRêve. 2019. *Association - Affaire Tourne Rêve*. <<http://www.affairetournereve.ch/vision/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 20.11.2019].
- Agrico. 2019. *Birsmattehof*. <<https://www.birsmattehof.ch/birsmattehof.html>> [Stand: o.A.; Zugriff: 19.12.2019].
- Agroscope. 2017. *Burnout: Landwirtinnen Und Landwirte Häufiger Betroffen*.
- basimilch. 2019. *Das Abo*. <<https://basimil.ch/abo/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 20.11.2019]
- BFS, Bundesamt für Statistik. 2017. *Die Getreideproduktion in Der Schweiz*.
- BLW, Bundesamt für Landwirtschaft. 2016. *Faktenblatt Zur Ernährungssicherheit. Nr. 6: Kulturlandschutz*.
- BLW, Bundesamt für Landwirtschaft. 2019. *Milch Und Milchprodukte*. <<https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/nachhaltige-produktion/tierische-produktion/milch-und-milchprodukte.html>> [Stand: 07.10.2019; Zugriff: 25.11.2019].
- BMEL, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. 2015. *Preisvolatilität Und Spekulation Auf Den Märkten Für Agrarrohstoffe*.
- Cameron, Jenny. 2015. Enterprise Innovation and Economic Diversity in Community Supported Agriculture: Sustaining the Agricultural Commons. In: Gibson-Graham, J.K., Roelvink, G. & St Martin, K. (Hrsg.): *Making Other Worlds Possible: Performing Diverse Economies*, Kapitel 2, 1-14. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cameron, Jenny & Gordon, Rhyall. 2010. Building Sustainable and Ethical Food Futures through Economic Diversity: Options for a Mid-Sized City. Bendigo: Latrobe University.
- Comedor. 2019. *Über Comedor*. <<http://foodcoop-comedor.ch/index.php?page-id=1>> [Stand: o.A.; Zugriff: 08.12.2019].
- Cone, Cynthia A. & Myhre, Andrea. 2000. Community-Supported Agriculture: A Sustainable Alternative to Industrial Agriculture? *Human Organization*, 59 (2): 187-197.
- Cooley, Jack P. & Lass, Daniel A. 1998. Consumer Benefits from Community Supported Agriculture Membership. *Review of Agricultural Economics*, 20 (1): 227-37.
- croQu'terre. 2019. *À Propos – CroQu'terre*. <<http://croqueterre.ch/a-propos/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 03.11.2019].
- Curry, George N. 2005. Reluctant Subjects or Passive Resistance? A Commentary on J.K. Gibson-Graham's "Surplus Possibilities: Postdevelopment and Community Economies". *Singapore Journal of Tropical Geography*, 26 (2): 127-31.
- Dixon, Jane. 2011. Diverse Food Economies, Multivariant Capitalism, and the Community Dynamic Shaping Contemporary Food Systems. *Community Development* 46: 20-35.
- Dyttrich, Bettina. 2009. Ein Kleines Stück Antwort Auf Die Grossen Fragen. In: *WOZ Die Wochenzeitung*, Nr. 20, 14.05.2009, 4-5.

- Dyttrich, Bettina. 2015. Ich Möchte Die Marktmechanismen Infrage Stellen. *Kultur Und Politik*, 2: 6–7.
- Dyttrich, Bettina, & Hösli, Giorgio. 2015. *Gemeinsam Auf Dem Acker. Solidarische Landwirtschaft in Der Schweiz*. Zürich: Rotpunkt Verlag.
- Egloff, Lea, Eichenberger, Ursina & Siegenthaler, Tina. 2014. Loconomie - Die Gemüse-Kooperative Ortoloco. In: *Widerspruch*, Nr. 64: 1–7.
- FAO. 2018. *The Future of Food and Agriculture - Alternative Pathways to 2050*. Rome.
- FAO. 2019. *Dairy Production and Products: Products*. <<http://www.fao.org/dairy-production-products/products/en/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 28.11.2019].
- FAOSTAT. 2019. *Data - Crops*. <<http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>> [Stand: 18.01.2019; Zugriff 29.11.2019].
- Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst & Steinke, Ines. 2000. *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*. 12. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- FRACP. 2019a. *FRACP: Charter*. <<https://www.fracp.ch/accueil/charte/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 26.10.2019].
- FRACP. 2019b. *FRACP: Nos Membres*. <<https://www.fracp.ch/acp-membres/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 26.10.2019].
- Früh, Werner. 2004. *Inhaltsanalyse. Theorie Und Praxis*. 5. Auflage. Konstanz: UVK.
- Galt, Ryan E. 2013. The Moral Economy Is a Double-Edged Sword: Explaining Farmers' Earnings and Self-Exploitation in Community-Supported Agriculture. *Economic Geography*, 89 (4): 341–65.
- Galt, Ryan E., Beckett, Jessica, Hiner, Colleen C., & O'Sullivan, Libby. 2011. *Community Supported Agriculture (CSA) in and around California's Central Valley: Farm and Farmer Characteristics, Farm-Member Relationships, Economic Viability, Information Sources, and Emerging Issues*. Davis: University of California.
- Galt, Ryan E., Bradley, Katharine, Christensen, Libby, Fake, Cindy, Munden-Dixon, Kate, Simpson, Natasha, Surls, Rachel & Van Soelen Kim, Julia. 2017. What Difference Does Income Make for Community Supported Agriculture (CSA) Members in California? Comparing Lower-Income and Higher-Income Households. *Agriculture and Human Values*, 34: 435–52.
- Galt, Ryan E, Bradley, Katharine, Christensen, Libby, Van Soelen Kim, Julia & Lobo, Ramiro. 2016. Eroding the Community in Community Supported Agriculture (CSA): Competition's Effects in Alternative Food Networks in California. *Sociologia Ruralis*, 56 (4): 491–512.
- Gibson-Graham, J.K. 2006a. *A Postcapitalist Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gibson-Graham, J.K. 2006b. *The End of Capitalism (As We Knew It)*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gibson-Graham, J.K. 2008. Diverse Economies: Performative Practices for 'other Worlds'. *Progress in Human Geography*, 32 (5): 613–32.
- Gibson-Graham, J.K. 2011. Forging Post-Development Partnerships. In: Pike, A., Rodriguez-Pose, a. & Tomaney, J. (Hrsg.): *Handbook of Local and Regional Development*, 226–36. London: Routledge.

- Gibson-Graham, J. K., Cameron, Jenny & Healy, Stephen. 2013. *Take Back the Economy: An Ethical Guide for Transforming Our Communities*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Godfray, H. Charles J. & Garnett, Tara. 2014. Food Security and Sustainable Intensification. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 369 (1639): 1–10.
- Gritzias, Giorgos & Kavoulakos, Karolos I. 2016. Diverse Economies and Alternative Spaces: An Overview of Approaches and Practices. *European Urban and Regional Studies*, 23 (4): 917–934.
- Hatano, Takeshi. 2008. The Organic Agriculture Movement (Teikei) and Factors Leading to Its Decline in Japan. *The Japanese Journal of Rural Economics*, 54 (2): 21–34.
- Helfferich, Cornelia. 2009. *Die Qualität Qualitativer Daten*. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Henderson, Elizabeth. 2010. *The World of Community Supported Agriculture*. Keynote for Urgenci Kobe Conference 2010.
- Henderson, Elizabeth & Van En, Robyn. 2007. *Sharing the Harvest: A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture*. White River Junction: Chelsea Green Publishing.
- IPCC. 2019. *Climate Change and Land. An IPCC Special Report on climate change, desertification, land degradation, sustainable land management, food security, and greenhouse gas fluxes in terrestrial ecosystems. Summary for Policymakers*.
- IPES-Food. 2018. *Breaking Away from Industrial Food and Farming Systems: Seven Case Studies of Agroecological Transition*.
- Janssen, Brandi. 2010. Local Food, Local Engagement: Community-Supported Agriculture in Eastern Iowa. *Culture & Agriculture* 32 (1): 4–16.
- Jonas, Andrew E. G. 2010. 'Alternative' This, 'Alternative' That ...: Interrogating Alterity and Diversity. In: Fuller, D., Jonas, A. E. G. & Lee, R. (Hrsg.): *Interrogating Alterity: Alternative Economic and Political Spaces*, 3–27. Farnham: Ashgate Publishing.
- Kraiss, Katharina & Van Elsen, Thomas. 2008. CSA in Deutschland. *Lebendige Erde*, 2: 44–47.
- Kruse, Jan. 2014. *Qualitative Interviewforschung*. Weinheim: Beltz.
- Kuckartz, Udo. 2016. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 3. Auflage. Weinheim: Beltz.
- Lang, K. Brandon. 2005. Expanding Our Understanding of Community Supported Agriculture (CSA): An Examination of Member Satisfaction. *Journal of Sustainable Agriculture*, 26 (2): 61–79.
- Loconomie. 2015. *CSA-Kooperationsstelle. Jahresbericht und Jahresrechnung 2014*.
- Mattissek, Annika, Pfaffenbach, Carmela & Reuber, Paul. 2013. *Methoden Der Empirischen Humangeographie*. 2. Auflage. Braunschweig: Westermann.
- Moellers, Judith & Birhala, Brindusa. 2014. Community Supported Agriculture: A Promising Pathway for Small Family Farms in Eastern Europe? A Case Study from Romania. *Applied Agricultural and Forestry Research*, 3 (4): 139–50.
- Mundler, Patrick. 2013. Le Prix Des Paniers Est-Il Un Frein à l'ouverture Sociale Des AMAP ? Une Analyse Des Prix Dans Sept AMAP de La Région Rhône-Alpes Is the Price of Grocery Baskets an Impediment to Social Openness for AMAPs ? *Économie Rurale*, 336: 3–19.

- Nilsson, Mikaela & Wejåker, Kajsa. 2016. *Community Supported Agriculture - In a Swedish Context*. Uppsala: Swedish university of Agricultural Sciences.
- Nost, Eric. 2014. Scaling-up Local Foods: Commodity Practice in Community Supported Agriculture (CSA). *Journal of Rural Studies*, 34: 152–60.
- Ostrom, Marcia R. 2007. Community Supported Agriculture as an Agent of Change: Is It Working? In: Hinrichs, C. C. & Lyson, T. A. (Hrsg.): *Remaking the North American Food System*, 99–120. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Patton, Michael Q. 1990. Purposeful Sampling. In: *Qualitative Evaluation and Research Methods*, 169–186. Beverly Hills: Sage.
- Paul, Mark. 2019. Community-Supported Agriculture in the United States: Social, Ecological, and Economic Benefits to Farming. *Journal of Agrarian Change*, 19 (1): 162–80.
- Perez, Jan, Allen, Patricia & Brown, Martha. 2003. *Community Supported Agriculture on the Central Coast: The CSA Member Experience*. Santa Cruz: University of California.
- Pole, Antoinette & Gray, Margaret. 2013. Farming Alone? What's up with the 'C' in Community Supported Agriculture. *Agriculture and Human Values*, 30 (1): 85–100.
- Polimeni, John M., Polimeni, Raluca I., Shirey, Richard L., Trees, Christina L. & Trees, W. Scott. 2011. The Demand For Community Supported Agriculture. *Journal of Business & Economics Research*, 2 (8): 49–60.
- radiesli. 2019. *Dein Gemüse Kennt Dich - Infoblatt*.
- Rebholz, Theresa. 2015. Vertragslandwirtschaft: Nicht Einfach Eine Neue Vermarktungsmethode. *Bioaktuell*, 9: 18–19.
- Rommel, Marius. 2018. *Zukunftsfähige Wirtschaftsgemeinschaften (CSX) – Übertragung der CSA-Logik auf andere Versorgungsfelder*. Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität.
- Samers, Michael. 2005. The Myopia of 'Diverse Economies', or a Critique of the 'Informal Economy'. *Antipode*, 37 (5): 875–86.
- Sax, Sandro. 2017. *Urban Agriculture Als Alternative Form Der Nahrungsmittelnetzwerke in Urbanen Räumen*. Zürich: Universität Zürich.
- Scharrer, Bettina & Rist, Stephan. 2017. CSA in Europäischen Ländern - Ein Vergleich. *LandinForm Spezial*, 7: 6–7.
- Schnell, Steven M. 2007. American Geographical Society Food with a Farmer's Face: Community-Supported Agriculture in the United States. *Geographical Review*, 97 (4): 550–564.
- Siegenthaler, Tina. 2016. Modelle Der Solidarischen Landwirtschaft: Eine Übersicht. *Kultur Und Politik*, 1: 18–19.
- Smith, Adrian. 2012. The Insurmountable Diversity of Economies. In: Barnes, T. J., Peck, J. & Sheppard, E. (Hrsg.): *The Wiley-Blackwell Companion to Economic Geography*, 258–274. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- SOLAWI. 2019a. *Angebot - Solawi*. <<https://www.solawi.ch/kooperationsstelle/angebot/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 23.10.2019]
- SOLAWI. 2019b. *Hintergrund - Solawi*. <<https://www.solawi.ch/kooperationsstelle/hintergrund/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 05.11.2019].

- SOLAWI. 2019c. *Vernetzungsplattform - Solawi*. <<https://www.solawi.ch/vernetzungsplattform/#/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 05.11.2019].
- SOLAWI. 2019d. *Was Ist Solawi - Solawi*. <<https://www.solawi.ch/kooperationsstelle/was-ist-solawi/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 19.10.2019].
- Solidarische Landwirtschaft. 2019. *Karte : Netzwerk Solidarische Landwirtschaft*. <<https://www.solidarische-landwirtschaft.org/solawis-finden/karte/#/>>. [Stand: o.A.; Zugriff: 08.12.2019].
- Swissmilk. 2019. *Grafiken & Abbildungen*. <<https://www.swissmilk.ch/de/produzenten/milchmarkt/zahlen-fakten/grafiken-abbildungen/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 22.11.2019].
- TaPatate!. 2019. *Projekt*. <<https://www.tapatate.ch/de/index.html#projekt>> [Stand: o.A.; Zugriff: 29.12.2019].
- TEIKEI. 2019. *So funktioniert's*. <<http://teikeicoffee.org/die-idee/>> [Stand: o.A.; Zugriff: 10.12.2019].
- Universität Bern. 2019. *Das Projekt - Solidarökonomie Und Ökologischer Landbau*. <[https://www.solidarisch-biologisch.unibe.ch/das\\_projekt/index\\_ger.html](https://www.solidarisch-biologisch.unibe.ch/das_projekt/index_ger.html)> [Stand: o.A.; Zugriff: 02.10.2019].
- URGENCI. 2013. *European Handbook on Community Supported Agriculture: Sharing Experiences*.
- URGENCI. 2015. *General Assembly - Approved Action Plan*.
- URGENCI. 2016a. *Be Part of CSA! Supporting Booklet for Training on Community Supported Agriculture*.
- URGENCI. 2016b. *European CSA Research Group: Overview of Community Supported Agriculture in Europe*.
- URGENCI. 2016c. *Europäische CSA-Deklaration*.
- USDA, United States Department of Agriculture. 2017. *Community Supported Agriculture. New Models for Changig Markets*.
- USDA. 2019a. *Community Supported Agriculture. Alternative Farming Systems Information Center*. <<https://www.nal.usda.gov/afsic/community-supported-agriculture>> [Stand: 01.05.2019; Zugriff: 14.11.2019].
- USDA. 2019b. *USDA Organic*. <<https://www.usda.gov/topics/organic>> [Stand: o.A.; Zugriff: 22.12.2019].
- Verband RVL. 2019a. *Initiativen*. <<http://www.regionalevertragslandwirtschaft.ch/verband/index.php/initiativen-sp-729906689>> [Stand: o.A.; Zugriff: 01.12.2019].
- Verband RVL. 2019b. *Verband*. <<http://www.regionalevertragslandwirtschaft.ch/verband/index.php/verband>> [Stand: o.A.; Zugriff: 01.12.2019].
- Via Campesina. 2019. *Food Sovereignty - Via Campesina*. 2019. <<https://viacampesina.org/en/food-sovereignty/#>>. > [Stand: 15.01.2003.; Zugriff: 20.11.2019].
- Wellner, Marie. 2018. *Landwirtschaft Und Gesellschaft: Community Supported Agriculture als innovative Nische*. Göttingen: Georg-August-Universität.

Wellner, Marie & Theuvsen, Ludwig. 2016. Community Supported Agriculture (CSA): Eine Vergleichende Analyse Für Deutschland und Österreich. *Jahrbuch Der Österreichischen Gesellschaft Für Agrarökonomie*, 25: 65–74.

Witzel, Andreas. 1985. Das Problemzentrierte Interview. In: Jüttemann, G. (Hrsg.): *Qualitative Forschung in Der Psychologie: Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*, 227–255. Weinheim: Beltz.

WWF Schweiz. 2019. *Fleisch Und Milchprodukte*.  
<<https://www.wwf.ch/de/unsere-ziele/fleisch-und-milchprodukte>> [Stand: o.A.; Zugriff: 22.11.2019].



## Anhang A: Produktetabelle Solawis

Die hier vorgestellte Tabelle listet ausgewählte Solawis aus der Schweiz auf und zeigt, welche Produkte diese Solawis anbieten. Da mein Forschungsschwerpunkt zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Tabelle noch nicht ausschliesslich auf der Deutschschweiz lag, sind auch zwei Solawis aus der Romandie in der Liste enthalten (untere zwei Zeilen). Die kursiv geschriebenen Solawis wurden für diese Masterarbeit interviewt. Die Informationen für die Tabelle sind den Webseiten der Solawis entnommen (Stand April 2019).

	Gemüse	Milch	Fleisch	Obst	Eier	Käse	Kräuter	Diverses
<i>Agrico</i>	x				x			Quarkabo von Partner
<i>basimilch</i>		x				x		
<b>bioloca</b>	x							Kräuter
<b>Genossenschaft gmüesabo</b>	x							
<b>meh als gmües</b>	x			x				Getreide, Beeren, Eingemachtes
<i>Nuglar Gärten</i>	x							
<i>ortoloco</i>	x							
<i>radiesli</i>	x		x	x	x			Kaffee, Getreide
<b>Solavie Katzhof</b>	x							Fleisch, Getreide, aber nicht als Abo

Anhang A: Produktetabelle Solawis

	<b>Gemüse</b>	<b>Milch</b>	<b>Fleisch</b>	<b>Obst</b>	<b>Eier</b>	<b>Käse</b>	<b>Kräuter</b>	<b>Diverses</b>
<b>Solawi Halde</b>	x							
<b>Spitzenbühl Käserei</b>		x				x		
<b>TaPatate!</b>	x			x				Fruchtsaft
<b>TOR14</b>	x		x					Diverse Produkte, aber nicht als Abo
<b>Wädichörbli</b>	x							
<b>Les Jardins de Cocagne</b>	x				x			
<b>L’Affaire TourneRêve</b>			x	x				Honig, Getreide, Fruchtsaft, Senf etc.

## Anhang B: Beispiel eines Interviewleitfadens

<b>Datum:</b> <b>Ort:</b> <b>Organisation:</b> <b>Name, Vorname:</b>	
---	--

### 1) Einstieg

- a) Wie und weshalb wurde X gegründet?
- b) Wie sieht Ihre Arbeit bei X aus?

### 2) Übersicht über X

- a) Wie ist X zu diesem Land gekommen?
- b) Welche bezahlte und unbezahlte Arbeit wird bei X verrichtet?
- c) Warum hat sich X für das Prinzip der solidarischen Landwirtschaft entschieden?
- d) Welche Produkte hat X zu Beginn hergestellt?  
→ Weshalb diese Produkte?
- e) Wie wurden die Anteile vertrieben?  
→ Weshalb dieses Vertriebssystem?
- f) Hat sich X bei der Gründung von anderen Solawis inspirieren lassen?  
→ Wenn ja, von wem und wie?

### 3) Weiterentwicklungen und Pläne

- a) Wie hat sich X seit der Gründung entwickelt?
- b) Gab es Änderungen, wie zum Beispiel die Einführung neuer Produkte im Sortiment oder ähnliche Änderungen?
- c) Weshalb gab es diese Änderungen?  
→ Waren diese erfolgreich?
- d) Gibt es Pläne für weitere Änderungen?

- e) Gab es Pläne, welche abgebrochen wurden?
- f) Sind durch diese Änderungen Herausforderungen entstanden?  
→ Falls ja, wie sind Sie mit den Herausforderungen umgegangen?
- g) Hat X bei der Weiterentwicklung Unterstützung erhalten?
- h) Wie sehen Sie die Rolle eines breiten Produktesortiments?

#### **4) Positionierung von X in Bezug auf Prinzipien**

Die Kooperationsstelle hat 3 Prinzipien für die solidarische Landwirtschaft definiert:

- 1) Betriebsbeitrag statt Produktpreis
- 2) Verbindlichkeit und Kontinuität
- 3) Partizipation

- a) Wie sehen Sie X in Bezug auf diese Prinzipien?
- b) Worauf liegt der Fokus bei X?
- c) Hat sich dies verändert? Wenn ja, wie und wieso?

#### **5) Einfluss der Mitglieder**

- a) Welche Rolle nehmen die Mitglieder von X beim Weiterentwicklungsprozess ein?
- b) Wie wurden die durchgeführten Veränderungen von den KonsumentInnen wahrgenommen?
- c) Gab es Mitglieder, welche kritisch oder negativ gegenüber neuen Ideen eingestellt waren?  
→ Wie hat sich das entwickelt?
- d) Gab es Ideen, welche durch die Mitglieder gestoppt wurden?

#### **6) Ausblick**

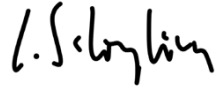
- a) Wie geht es weiter mit X?
- b) Gibt es Zukunftspläne?
- c) Wie sollen sich Solawis in der Schweiz ihrer Meinung nach weiterentwickeln?

## Persönliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und die den verwendeten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Zürich, 30.01.2020

Ort, Datum



Lucas Schümperlin