

# Bachelorarbeit

Titel der Bachelorarbeit

## Direktvermarktung durch eine Lebensmittelkooperative eine anthropologische Untersuchung Bäuerlicher Strategien, Identitäten und Wechselwirkungen mit KonsumentInnen

Verfasserin

Margit Fischer

Wien, im August 2012

Studienrichtung    Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuerin         Mag. Getraud Seiser

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	2
1.1. Methoden.....	3
1.2. Forschungsgegenstand.....	5
Kontext .....	8
2.1. Landwirtschaft in Österreich: Ein Überblick in Zahlen.....	8
2.2. Die Kooperative als solidarökonomische Institution.....	10
2.3. Globale Zusammenhänge.....	11
Die Lebensmittekooperative als Direktvermarktung.....	13
3.1. Wie funktioniert eine Lebensmittelkooperative?.....	13
3.2. Die Bauern und Bäuerinnen der Lebensmittekooperative .....	15
3.3. Voraussetzungen zur Teilnahme.....	17
3.3.1. Betriebliche Voraussetzungen.....	19
3.3.2. Problembewusstsein.....	20
3.3.3. Unterstützung .....	23
Wechselwirkungen zwischen Konsumierenden und Produzierenden.....	25
4.1. Sicherheit durch Verantwortung.....	26
4.2. Identitätsbildung durch Anerkennung.....	28
4.3. Lehr- und Lernprozesse .....	29
4.4. Gemeinsame Ziele.....	30
4.4.1. Entkommerzialisierung.....	31
4.4.2. Lokalisierung versus Globalisierung.....	32
Kleinbäuerliche Identität.....	35
5.1. "Nicht Rohstoffe, sondern Lebensmittel!".....	36
5.2. Der Boden als Organismus.....	37
5.3. Respekt vor Kreisläufen.....	38
5.4. Unabhängigkeit durch Selbstversorgung, Kooperation und Nebenerwerb .....	39
Conclusio.....	42
Quellenverzeichnis.....	46

## Einleitung

Landwirtschaft ist stetigen Veränderungen ausgesetzt. Der Agrarstrukturwandel der letzten Jahrzehnte als Folge von Globalisierung und Kommodifizierung ist aber ein beispielloser Wandel in der Geschichte der Menschheit in dieser Intensität und Geschwindigkeit. Die Kultur- und Sozialanthropologie hat sich Transformationsprozesse und das Spannungsfeld zwischen global und lokal zu einem Hauptthema gemacht, zu dem in den unterschiedlichsten Weltgegenden geforscht und publiziert wird. In Europa wird seit etwa dreißig Jahren beobachtet, dass die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe zurückgeht. Wer den Konkurrenzkampf überlebt, muss expandieren und so nimmt die Betriebsgröße stetig zu, Bauern/Bäuerinnen werden zu agrarischen UnternehmerInnen.

Neben dem viel beschworenen "Bauernsterben" wird aber eine weitere Tendenz sichtbar, der im Moment noch weniger Beachtung geschenkt wird: Viele Menschen deklarieren sich als "Bauer/Bäuerin" anstatt "Landwirt", essen nicht "*fast*", sondern "*slow*" und ziehen Tomaten aus dem Gemeinschaftsgarten jenen aus dem Supermarkt vor. ProduzentInnen wie KonsumentInnen setzen Zeichen gegen die Dominanz der globalisierten Agrarmärkte. Die Art und Weise, wie österreichische Bauern/Bäuerinnen eine Lebensmittelekooperative nutzen, stellt dafür ein gutes Beispiel dar.

Zu Beginn betrachtete ich die Beziehung zwischen Konsumierenden und Produzierenden viel stärker aus der Perspektive Letzterer: Die Initiative ging von den KonsumentInnen aus, also schien mir diese Herangehensweise naheliegend. Vorteile einer *Foodcoop* sind für diese, dass die freiwillige Mitarbeit als sinnstiftend erfahren wird, der Besuch am Bauernhof zum Erlebnis wird, das Wissen darum, wer die Kartoffeln angebaut hat, steigert die Wertschätzung des Produktes und die Vernetzung mit Gleichgesinnten ermöglicht regen sozialen Austausch. Je mehr ich mich aber mit den Bauern und Bäuerinnen beschäftigte, desto besser verstand ich, dass es ihre Lebenswelt, ihre Einstellungen und Ansichten waren, die mich interessierten. Untersucht wurde schließlich die Nutzung und Integration der *Foodcoop* in die persönliche Lebenswelt und die daraus erkennbaren Bedeutungen und Strategien, die die Bauern und Bäuerinnen verfolgen.

Radausflüge ins Weinviertel, schweißtreibende Feldarbeit unter der Junisonne, lange Gespräche bei gutem Essen: die Feldforschung mit den Bauern und Bäuerinnen der

Lebensmittelkooperative "Möhrengasse" hat mir Freude bereitet. Vor allem aber hat sie dazu beigetragen, obsoletere Vorstellungen über ländliches Leben loszuwerden, die Nutzung der Lebensmittelkooperative als Strategie zu begreifen und die Chancen und Auswirkungen dieser Konsumierenden-Produzierenden-Beziehung auszuloten. Was solche Erkenntnisse mit bäuerlicher Identität und Widerstand zu tun haben und welche Voraussetzungen ein bäuerlicher Betrieb dazu erfüllen muss, soll in der vorliegenden Arbeit gezeigt werden.

Können nun die Zusammenarbeit mit kritischen Konsumierenden und die Eigendefinition als Kleinbauer und Kleinbäuerin als Ausdruck von Widerstand verstanden werden? Gibt es gemeinsame Charakteristika einer Identität? Welche Bauern/Bäuerinnen werden überhaupt Mitglieder einer Lebensmittelkooperative? Und kann eine Foodcoop die Produzierenden tatsächlich in der Art und Weise unterstützen, wie es sich die Konsumierenden erhoffen?

### **1.1. Methoden**

In dieser Feldforschung konnte an eine große Menge Datenmaterial angeknüpft werden, die in einer Feldforschung von Oktober 2011 bis Februar 2012 gesammelt wurde. In dieser vorangegangenen Arbeit für das Proseminar "Qualitative Forschungsmethoden" habe ich gemeinsam mit Christina Grassnigg, Nicole Mussner und Martina Pelikan als Team die Lebensmittelkooperative "Möhrengasse" in Wien Leopoldstadt befragt. Themen waren Organisation und Kommunikationsform der Bewegung sowie die dahinter liegenden Motivationen der Konsumierenden. An dieser Stelle möchte ich auch festhalten, dass mit dem Begriff "Konsumierende" weder die Mitglieder der Kooperative, noch ich selbst gänzlich zufrieden sind, aber ich verwende ihn in dieser Arbeit, um die zwei miteinander interagierenden Gruppen "Produzierende" und "Konsumierende" benennen zu können. Tendenziell nehmen sie in der Beziehung ihre jeweils bestimmten Rollen ein, auch wenn sie sich manchmal überschneiden. Mit den "Möhren", wie sich die Mitglieder oft bezeichnen, wurde der Großteil der 14 Interviews geführt, ihre Perspektive lernten wir außerdem durch die Teilnahme an den Treffen, Plena, Ladendiensten, Ausflügen zu den Bauernhöfen, Festen und Vorträgen kennen. Zur Kontextualisierung wurden auch Interviews mit einem Mitglied von AgrarAttac, einer Vertreterin der MA49<sup>1</sup>, sowie zwei Produzierenden der Kooperative, Peter Eckl und Martha und Erich Pucher<sup>2</sup> geführt.

---

1 Forstamt und Landwirtschaftsbetriebe der Stadt Wien

2 Alle Namen wurden anonymisiert

Durch diese Gespräche begann ich mich immer mehr für die Lebenswelt der Bauern und Bäuerinnen zu interessieren. Der Zugang zum Feld fiel mir nicht sehr schwer, da ich durch die häufige Anwesenheit in der Möhrengasse schon Freundschaften mit einigen Mitgliedern geschlossen hatte. Waren dies Ansprechpersonen der Produzierenden, konnten sie mich persönlich an "ihre/n" Bauer/Bäuerin weiter vermitteln.

Mit vier der elf Bauern/Bäuerinnen habe ich Interviews geführt und davon neun Stunden ausgewertet. Daraufhin habe ich sie regelmäßig am Marktstand und/oder am Hof besucht, um einige Zeit bei Arbeiten mitzuhelfen. Dabei entstanden informelle Gespräche, viele Seiten Feldnotizen über die teilnehmende Beobachtung und Fotos, die mir später sehr hilfreich waren. Auch Gespräche mit FreundInnen, Mitgliedern der Foodcoop, sowie anderen Bauern und Bäuerinnen in Wien und Südtirol haben mir geholfen, die ganze Materie besser zu begreifen.

Da ich in der theoretischen Bachelorarbeit ein verwandtes Thema behandeln werde (Kommodifizierung in der Landwirtschaft und soziale Transformationsprozesse), habe ich parallel zur Feldforschung Literatur aus den *Peasant Studies* gelesen, die den Verlauf dieser Arbeit beeinflusst hat. Erst bei Abschluss der Feldforschung habe ich mich mit dem Agrarsoziologen van der Ploeg beschäftigt, dessen Artikel (2010) einigen Beobachtungen einen neuen Sinn gab und deren Interpretation veränderte. Dennoch orientiert sich die Datenauswertung an der Empirie, geht also immer vom Datenmaterial aus. Die Interviews wurden aus der Perspektive der Befragten heraus (emisch) kodiert, um anhand dieser nach Gemeinsamkeiten und Mustern zu suchen. Ich orientiere mich demnach stark an der Lebenswelt der Menschen, die mich an einem Ausschnitt dieser Lebenswelt teilhaben ließen. Im Handeln war ersichtlich, wie diese Lebenswelt gestaltet wird und im Gesagten, aus welchen Beweggründen und Vorstellungen etwas unternommen wird. Dazwischen liegen viele Widersprüche, die Hinweise auf die zeitlichen und räumlichen Umstände sind.

In dieser Arbeit wird die finanzielle Situation der Betriebe nicht detailliert thematisiert. Obwohl ich versucht habe, an Informationen über Nebenerwerb, Förderungen und Einkommen zu gelangen, war das Thema für die Befragten ein sehr heikles. Da sich die Einstellungen zu und Formen der Betriebsführung im Laufe der Zeit verändert haben und verändern werden, wäre eine längerfristige Forschung interessant, um diese Veränderungen mitzuverfolgen.

Die meist sehr entspannte Situation und die Offenheit, die mir entgegengebracht wurde, trotz der Benutzung von Aufnahmegerät und Notizbuch, verdanke ich nur zum Teil meiner ländlichen Herkunft und der Freude an verschiedenen landwirtschaftlichen Tätigkeiten. Als Mitglied der Kooperative wurde ich stets als "Konsumentin" gesehen, die dazu noch stellvertretend für eine große Gruppe Konsumierender stand. Da Menschen immer irgendeine Rolle einnehmen, ist es wichtig, diese so transparent als möglich darzustellen, was ich in diesen Absätzen versucht habe.

## **1.2. Forschungsgegenstand**

Die große Zeit der *Peasant-Studies* von den 1960ern bis in die 1980er beginnt mit Eric Wolf, der die schnell fortschreitende Modernisierung der Landwirtschaft in den Ländern des Südens erforschte. Bauern/Bäuerinnen wurden stärker in nationale wie globale Märkte einbezogen, die "Grüne Revolution" sollte mit Dünger, Pestiziden und Maschinen höhere Erträge bringen. Aber nach Wolf war diese Einbindung keine neue Erscheinung, weil Bauern schon immer "als Teil von Staaten Teil der Geschichte dieser Staaten waren" (Znoj 2006: 1). Bäuerliche Gesellschaften wurden nicht mehr als abgeschlossene, unabhängige Inseln gesehen. Der Hauptgrund für die neue Popularität der *Peasant Studies* lag aber in den Widerstandsbewegungen, die nicht wie von Marx vorhergesagt von IndustriearbeiterInnen ausging, sondern von Bauern und Bäuerinnen (vgl. Barnard/Spencer 2002: 418f.). James Scott forschte in Südostasien zu bäuerlichen Widerstandsstrategien, die sich in alltäglichen Praktiken ausdrücken. Dieser Widerstand gründet auf der moralökonomischen Maxime, dass alle Menschen ein Recht auf Subsistenz haben und die kapitalistische Entwicklung dieses Recht nicht ausreichend gewährleistet (vgl. Znoj 2006: 3).

In der Anthropologie begründete Karl Polanyi 1944 mit seinem Werk "*The Great Transformation*" den Substantivismus, der bald mit dem Formalismus eine neue Dualität bildete. Polanyi zeichnete die Entwicklung des Kapitalismus nach, der durch Kommodifizierung immer neue Bereiche in sich integriert und damit große Veränderungen in der Gesellschaft bewirkt. Wenn die Produktionsfaktoren Arbeit, Boden und Geld zu Waren werden, bedeutet dies die Unterordnung der Gesellschaft unter die Wirtschaft. Dadurch würden die Menschen individualistisch und konsumorientiert (vgl. Polanyi 2001).

Die starken Gegensätze, die im 19. Jahrhundert mit der Industrialisierung aufkamen, wurden in den verschiedenen Wissenschaften als Debatte zwischen traditionell/modern,

Subsistenz/Marktwirtschaft usw. ausgetragen (vgl. Jürgens 2010: 20). Jürgens ist der Ansicht, dass diese Polaritäten in der Agrarforschung in den 1990er Jahren abgeschwächt wurden durch Arbeiten einer niederländischen Gruppe um Jan Douwe van der Ploeg, in denen die Methoden der Anpassung und Bewältigung des Modernisierungsprozesses gemessen wurde. Van der Ploegh entwickelte den Gedanken verschiedener Landwirtschaftsstile:

Ein Landwirtschaftsstil entfaltet sich dauerhaft durch die sorgfältige Koordination der komplexen und vielfältigen Aufgaben, die Landwirte in der alltäglichen Arbeits- und Wirtschaftspraxis zu bewältigen haben [...] Innovative Stärke dieses Konzeptes ist es, wirtschaftliches Handeln als Ergebnis der Aushandlung dieser praktischen, persönlichen und theoretischen Elemente zu verstehen. Wie gelingt es Landwirten, ökonomische, politische und technologische Aspekte des Wirtschaftens mit praktischen Anforderungen sowie persönlichen und kulturellen Ansprüchen, Werten und Interessen zu verbinden? (Jürgens 2010: 21)

Jan Douwe van der Ploeg ist Agrarsoziologe, der kultur- und sozialanthropologische Literatur und Methoden in seiner Forschung verwendet. Gerade die Integration von äußeren, globalen Einflüssen in die persönliche Lebenswelt von Menschen ist ein zentrales Thema in der Kultur- und Sozialanthropologie. In einem 2010 erschienen Artikel beschreibt van der Ploeg das erneute Aufleben kleinbäuerlicher Landwirtschaft als Antwort auf die Prekarisierung der landwirtschaftlichen Situation der letzten fünf Jahrzehnte und zusätzlich auf die aktuelle Finanzkrise. Zwei Strategien sind in dieser Entwicklung besonders wichtig:

Two of the most important processes at play in this are the regrounding of farming on nature and the development of multi-functionality. These processes, which are occurring in both developing and developed countries, represent important reversals and imply a rupture in the trend to modernise farming, which materialised as specialisation at the farm enterprise level and led to a continual increase in the use of artificial growth-factors (van der Ploeg 2010: 1)

Die Abgrenzung zur industriellen Landwirtschaft wird durch viele Handlungen sichtbar, z.B. durch das Beharren auf Unabhängigkeit in der Reproduktion (Tausch und Kooperation, statt Kauf von Maschinen, Selbstversorgung) oder durch innovative Vermarktungsstrukturen. Netzwerke zur gegenseitigen Unterstützung und Förderung sowie der Austausch von lokalem Wissen werden nach Van der Ploegh wieder wichtiger und treten an die Stelle des Informationsmonopols großer Konzerne, von denen viele LandwirtInnen abhängig geworden sind. Die Natur erhält bei den "neuen Kleinbauern" wieder einen wichtigen Stellenwert in der Landwirtschaft. Durch die Trennung von Kreisläufen wurden viele essentielle Verbindungen unterbrochen. So verlor auch Land in der Tierhaltung an Wert durch den Ankauf von Futter, das über viele Stationen des Zwischenhandels und somit über weite Strecken transportiert wird. In der industriellen Landwirtschaft sei der Boden bloßer "Parkplatz", auf dem Produkte

produziert werden. All diese Aktivitäten gelten als Widerstand innerhalb des Arbeits- und Produktionsprozesses. (vgl. van der Ploeg 2010)

Widerstand gegen neoliberale Globalisierung durch Strategien der Lokalisierung sind Thema eines 2011 erschienenen Artikels von Jeffrey Ayres und Michael Bosia. Wieder wird die "strukturelle Krise des Kapitalismus" als Auslöser genannt, aber der Fokus wird von großen transnationalen Protestbewegungen auf kleine lokale Initiativen gelenkt.

While local resistance is much less documented or understood, its practitioners are responding to the same fears, targeting the same policies, and grasping similar frames as those engaged in well-documented transnational campaigns against institutions of global governance and neoliberal trade (Ayres/Bosia 2011: 60)

Außerdem wird in diesem Artikel die Rolle der KonsumentInnen stärker betont, die bei van der Ploeg unbeachtet bleibt.

When [...] knowledgeable consumers prioritize local farms and markets, organic produce, or food grown locally over that shipped thousands of miles, they are participating in acts of resistance that are often times hidden below the surface of more widely known mobilizations against multinationals and corporate control (Ayres/Bosia 2011: 50)

Die Gründe und Konsequenzen der schweren Hungerkrisen 2008 bilden den Schwerpunkt der Anthropology News 2008. Salomon Katz, der sich mit *food regimes* und globalem Konsum beschäftigt, erforscht die globalen Verkettungen, die in jenem Jahr in vielen Teilen der Welt eine schwere Hungerkrise ausgelöst haben. Er sieht in der Anthropologie Möglichkeiten, einen Beitrag zu gesellschaftlichen Fragen und Problemen zu leisten: "By focusing on the entire human food chain, anthropologists can make an enormous contribution to the understanding and amelioration of current and future food crises at both local and global levels" (Katz 2008: 5).

# Kontext

## **2.1. Landwirtschaft in Österreich: Ein Überblick in Zahlen**

Die österreichische Landwirtschaft ist im Vergleich mit anderen Ländern der EU noch immer eher klein strukturiert und liegt mit 19,5 ha durchschnittlicher landwirtschaftlicher Nutzfläche pro Betrieb knapp über dem EU-27-Schnitt von 18 ha. Betriebe unter 30 ha machen nach wie vor fast drei Viertel der Gesamtmenge aus. Die jüngste Agrarstrukturerhebung für Österreich verzeichnet aber die Fortsetzung des Trends hin zu weniger und größeren Betrieben. Insgesamt ist die Zahl der Betriebe seit 1999 um 20% gesunken, den größten Rückgang gibt es bei den kleinsten Betrieben unter 5 ha (-47%), den größten Zuwachs verzeichnen Betriebe zwischen 50-100 ha (+38%) und jene zwischen 100-200 ha (+39%). Wien und Niederösterreich gehören zu den Bundesländern mit der stärksten Betriebsabnahme. (vgl. URL Agrarstruktur)

Biologisch bewirtschaftet werden 16,2% der österreichischen Betriebe. Mit den Almen macht die Bio-Fläche an der gesamten Nutzfläche bereits 19,5% aus. Die Zahl der UmsteigerInnen ist seit 2001 ständig gestiegen. Die meisten Bio-Betriebe gibt es im Norden von Nieder- und Oberösterreich, wo - nach Wien - auch die Bevölkerungsdichte durch die urbanen Zentren am größten ist (vgl. URL Lebensministerium). Hier befinden sich auch alle Betriebe, die in meiner Feldforschung untersucht wurden.

In Österreich stellt die Direktvermarktung für knapp ein Drittel aller LandwirtInnen eine wesentliche Einkommensquelle dar, die Hälfte davon erwirtschaftet 10% des Einkommens durch Direktvermarktung. Am beliebtesten ist der Abhof-Verkauf, den drei von vier DirektvermarkterInnen betreiben. Je mehr direkt verkauft wird, desto vielfältiger werden auch die Verkaufswege, es wird an die Gastronomie, an den ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel geliefert, auf Märkten, über Internet oder den Postweg verkauft. Der Anteil der DirektvermarkterInnen wächst. Jene, die die Direktvermarktung wieder aufgeben, geben Zeitmangel als Ursache dafür an. (vgl. Pöchtrager/Meixner 2006)

Einkünfte aus der Direktvermarktung werden den land- und forstwirtschaftlichen Einkünften zugerechnet, diese sind bis zu einer bestimmten Summe (24.200 Euro) nicht steuerpflichtig, weil der/die LandwirtIn die Umsatzsteuer von 10% behalten darf. Ab diesem Betrag gelten die auch für andere Gewerbe üblichen Bestimmungen. Direkt verkauft werden können Urprodukte, die am Hof produziert werden (z.B. Gemüse, Fleisch, Fisch, Milch, Käse usw.),

sowie inländische zugekaufte Ware, die nicht mehr als 25% des Verkaufswertes aller Erzeugnisse ausmacht. Bei Ernteausfall können 100% der pflanzlichen Erzeugnisse mit zugekauften ersetzt werden. (vgl. URL Direktvermarktung)

Bis in die 1980er Jahre war die österreichische Landwirtschaftspolitik ökosozial geprägt, es gab eine Richtmengenregelung für den Milchsektor (Gesamtrichtmenge = Inlandsbedarf + 20%), Unterstützung für Bergbauern/bäuerinnen durch Direktzahlungen, Strukturverbesserung, Zuschüsse für Urlaub auf dem Bauernhof und den ökologischen Landbau. Nach Streifeneder (vgl. 2009: 93) wurden durch diese Politik Klein- und Nebenerwerbsbetriebe geschützt, deren Erhaltung als eine wichtige agrarpolitische Aufgabe gesehen wurde. Mit EU-Beitritt wurde auch die GAP<sup>3</sup> geltend gemacht, was eine Liberalisierung der Märkte und das Ende der Milchkontingentierung bewirkte. Die Förderungen sind durch die EU insgesamt aufgestockt worden, 100% der Direktzahlungen kommen aus EU-Fördermitteln. Biologische Landwirtschaft und Abhof-Verkauf werden seither stärker gefördert, Österreichs Landwirtschaft profitiert außerdem vom Binnenhandel. Der EU-Beitritt hat die Agrarstruktur nicht grundlegend verändert, das zeigt der Vergleich mit der Schweiz, wo sich ebenso ein ähnlicher Strukturwandel vollzogen hat (vgl. Streifeneder 2009). Grund dafür ist der globale Konsens über Freihandel, der seit den 80er Jahren den Handel bestimmt und der auch vor der Schweiz nicht Halt macht. Das EU-Agrarbudget 2014-2020 sieht vor, die Förderungen wieder zu kürzen, für Österreich würde das ca. 4% weniger Fördermittel bedeuten.

Ein zusätzliches Einkommen durch Nebenerwerb erwirtschaften 37% der Betriebe, z.B. durch Urlaub auf dem Bauernhof und in zunehmendem Maß durch Energieproduktion, v.a. Biomasse und Solarkraft. Diese Multifunktionalität wird von der Politik laut Landwirtschaftsminister Niki Berlakovich unterstützt, "denn ein dynamischer ländlicher Raum sichert die Lebensqualität von uns allen" (URL Lebensministerium). Einerseits wird die Nahversorgung gefördert, andererseits will man auch auf Export nicht verzichten; es wird die Direktvermarktung gefördert durch steuerliche Erleichterungen, aber die Abhängigkeit vom Zwischenhandel nimmt trotzdem zu; die kleinstrukturierte Landwirtschaft soll Österreichs Aushängeschild bleiben, gleichzeitig deuten die Daten zum Agrarstrukturwandel auf eine konträre Tendenz. Die Landwirtschaft liegt wie jeder andere Sektor im Einflussbereich der neoliberalen Logik. Seit der Finanzkrise 2008 wurde Polanyi wieder

---

3 Die Gemeinsame Agrarpolitik ist ein Politikbereich der EU. Sie beruht auf gemeinsamer Marktordnung und der Entwicklung des ländlichen Raumes.

populärer, der in der Kommodifizierung die Ursache für eine Entbettung der Wirtschaft aus der Gesellschaft sah. Die Kräfte, die diese Widersprüche bewirken, wären ein interessantes Thema für weitere Forschungen, können in dieser Arbeit aber nur kurz angesprochen werden.

## **2.2. Die Kooperative als solidarökonomische Institution**

Kooperativen oder Genossenschaften sind ökonomische Organisationen, die von den Mitgliedern gemeinschaftlich demokratisch geführt werden. 1844 wurde in England die erste Kooperative gegründet (vgl. Barnard/Spencer 1996: 138). Ziel war die Überwindung der Abhängigkeit vom Handel durch gemeinsamen Einkauf - *Rochdale* war eine KonsumentInnenkooperative. Doch bereits die ÄplerInnen organisierten sich in Genossenschaften und schon im Mittelalter wurde das Weideland genossenschaftlich organisiert, in dieser Zeit hat auch der Begriff "Genossenschaft" seinen Ursprung. Da der Übergang von Subsistenz- zur Marktwirtschaft die Bauern/Bäuerinnen in vielen Teilen Europas hart traf, entstanden in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts vielerorts Genossenschaften, in den Bereichen Landwirtschaft, Einkauf, Handwerk, Geldverleih. (vgl. Bettel/Masoner 2012)

Die "Möhrengasse" ist die jüngste von vier Lebensmittelkooperativen in Wien. Rechtlich ist sie keine Genossenschaft, sondern ein Verein. Sie wurde von etwa 20 Personen, meist Studierende im Alter zwischen 20 und 30 Jahren, im Dezember 2010 ins Leben gerufen und ist seither auf über 60 Mitglieder angewachsen. Eine solche KonsumentInneninitiative gründet auf dem Prinzip, Lebensmittel gemeinsam einzukaufen und gemeinsam zu verteilen, direkt von den ProduzentInnen. Arbeiten wie Transport, Lagerung und Verteilung, die für gewöhnlich ein oder mehrere Zwischenhandelnde erledigen, werden unter den Mitgliedern aufgeteilt, es wird kein Gewinn erwirtschaftet. Dafür hat eine Foodcoop andere Nutzeneffekte für die KonsumentInnen, z.B. Information und Transparenz, Produkte hoher Qualität, sozialer Austausch, Verfolgung von Umwelt- und politischen Interessen, Austausch von Wissen. Da der Zwischenhandel als zu mächtig und einflussreich empfunden wird und dessen Umgehung einen wichtigen Zweck der Kooperative darstellt, kann Selbstbestimmung über den Lebensbereich der Ernährung als zentraler Motivator bezeichnet werden (vgl. Fischer 2012).

Organisiert werden die Aufgaben in Arbeitskreisen, die für bestimmte Bereiche zuständig

sind und im monatlichen Plenum Ergebnisse mitteilen, Schwierigkeiten ansprechen und für wichtige Beschlüsse einen gemeinsamen Konsens suchen. Jede/r Bauer/Bäuerin steht mit einer Ansprechperson telefonisch oder per E-mail in Verbindung, von der die wöchentliche Bestellliste weitergeleitet wird. Die Produzierenden werden auf Initiative der KonsumentInnen einbezogen. Die Möhrengasse bezieht zur Zeit Produkte von 18 Produzierenden, unter diesen befinden sich drei NGOs (WUK, Gärtnerhof GIN, FIAN), zwei Unternehmen (Hiel Soja, Cafe Libertad) und drei Privatpersonen (Herstellung von Marmelade, Brot, Honig). Die restlichen elf Produzierenden sind kleine und mittelgroße Bauernhöfe (URL ProduzentInnen). Bei der Auswahl der Produzierenden wird auf verschiedene Kriterien geachtet: ökologisch, regional, saisonal, kleinbäuerlich, fair, wenig Verpackung. Darüber hinaus geht es um subtilere Kriterien wie persönliche Sympathie, Authentizität und Ehrlichkeit des Produzierenden, Umgang mit und Einstellung zu Pflanzen und Tieren.

### **2.3. Globale Zusammenhänge**

Weltweit leben etwa 1,5 Milliarden Menschen von einer ein bis zwei Hektar kleinen Fläche Land (vgl. Freyer, 24.04.2012). Kleinbäuerliche Landwirtschaft wird meist mit Armut und Hunger in Verbindung gebracht. Die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte bestätigen dieses Vorurteil sogar, da der größte Teil der armen und unterernährten Bevölkerung in ländlichen Gebieten lebt und von Landwirtschaft abhängig ist (vgl. Marchione 2008: 6). Verantwortlich für die Armut der Kleinbauern/bäuerinnen ist aber nicht die geringe Größe ihrer Betriebe, sondern die Strukturen, die sich durch den Rückzug des Staates aus der Wirtschaft, der Abschaffung von Zöllen und Förderungen und der Öffnung der Märkte für Importprodukte verändert haben. Die Liberalisierung der Märkte wurde 1990 im "Washington Konsens" beschlossen und gilt als Prinzip noch heute in allen Fragen der Entwicklungspolitik, der Armut und der Nahrungsmittelsicherheit. Die LandwirtInnen können durch den vereinfachten Import und Export ihre Produkte nicht mehr in der Region absetzen, da sie der Konkurrenz nicht standhalten. Sie müssen in immer größeren Mengen produzieren und sich auf ein Produkt spezialisieren. Cashcrops wie z.B. Kaffee, Bananen, Reis, Soja oder Weizen sind großen Preisschwankungen ausgesetzt und sichern nicht die Selbstversorgung mit Nahrung, wenn die Preise zu niedrig sind oder Ernteauffälle ein Einkommen verhindern. Für die

KonsumentInnen seien niedrige Preise ein Vorteil. Aber damit verbunden sind versteckte Kosten in Form von Fördermitteln, Umweltzerstörung und Maßnahmen gegen Armut, die von dieser Logik selbst erzeugt wurde. Denn diejenigen Bauern und Bäuerinnen, die dem Konkurrenzdruck nicht standhalten können und von Armut betroffen sind, migrieren in die Städte, wo sich die Situation weiter verschlimmert. Der amerikanische Anthropologe Solomon H. Katz (2008) beschäftigt sich mit globalen Nahrungskrisen und lotet die Gründe dafür aus: Neben Landflucht und *Cash-Crop*-Produktion nennt er die Abhängigkeit von Hybridsaatgut und chemischen Düngern als Ursache für die Hungerkrise 2008, einem Jahr ohne außergewöhnliche Dürre, Überschwemmungen oder Ernteaufälle. Diese Abhängigkeit macht das System fragil und lässt es zusammenbrechen, wenn mit Lebensmitteln an den Börsen spekuliert wird und große Landflächen zur Produktion von Biotreibstoff genutzt werden.

## Die Lebensmittelekooperative als Direktvermarktung

### 3.1. Wie funktioniert eine Lebensmittelkooperative?

Konsumierende und Produzierende sind in einer *Foodcoop* weder durch einen Vertrag aneinander gebunden, noch wird die Einhaltung der Kriterien durch eine Kontrollstelle geprüft. Den Ersatz für diese Institutionen, die in der industriellen Landwirtschaft mit ihren komplexen, hoch spezialisierten Produktions- und Distributionketten zwingend notwendig sind, stellt in der Lebensmittelekooperative das Vertrauen dar. Es stellt jenes zentrale Element dar, das die beiden AkteurInnengruppen zusammenhält. Um dieses Vertrauen aufzubauen, haben die Mitglieder der Kooperative Strategien entwickelt, mit den Bauern/Bäuerinnen in Kontakt zu treten, sie kennenzulernen und regelmäßig mit ihnen ins Gespräch zu kommen. An erster Stelle steht die *Speisereise*, bei der Haus und Hof besichtigt werden. Es wurden Fragen gesammelt, auf die im Gespräch vor Ort eingegangen wird und die zusammengefasst den Steckbrief der Produzierenden ergeben. Diese Beschreibungen liegen im Laden der *Foodcoop* auf und stellen für jene, die nicht bei der Speisereise dabei waren, eine wichtige Informationsquelle dar. Wenn es noch keinen *Steckbrief* eines/r bestimmten Produzierenden gibt, werden die Erfahrungen und Eindrücke mündlich weitergegeben.

In Bezug auf das Muster zur Einholung von Information lassen sich einige Parallelen zu Clifford Geertz Untersuchung eines marokkanischen Marktes ziehen (1978): Wo Werbung, standardisierter Informationstransfers und standardisierte Produkte fehlen, ist der Aufbau einer Stammkundschaft von zentraler Bedeutung, "das heißt, eine[r] dauerhaft reziproke[n] Beziehung zwischen Verkäufer und Käufer, die [...] primär das Ziel hat, Informationskosten dauerhaft zu senken" (Rössler 2005: 81). Informationen werden also durch "intensives Feilschen" eingeholt, durch "die konzentrierte und nuancierte 'Tiefenschau' eines einzigen, spezifischen Angebotes", durch die alle Informationen im Detail erworben werden (vgl. ebd.). Darin sehen die Mitglieder der foodcoop einen Vorteil gegenüber dem Einkaufen im Supermarkt oder am Wochenmarkt, da intensives Feilschen weniger zeit- und nervenaufreibend ist als extensives Feilschen, bei dem weitere Angebote bei verschiedenen AnbieterInnen eingeholt werden. So beschreibt Hannes das Einkaufen im Supermarkt folgendermaßen (18.11.2011):

Für das bisschen das ich brauche gibt es so viele bunte Dinge, die so ähnlich schmecken, wo ich die Auswahl gar nicht brauche oder die Auswahl nur visuell besteht, aber nicht in dem, was

du wirklich kriegst. Und dann kommt dazu, dass ich das regional und bio kaufen will, wenns gut geht und [...] das ist so mühsam, wenn man überall lesen muss und die das alles so verschleiern.

Im Gegensatz dazu wird das Einkaufen in der Lebensmittelkooperative von Peter, Bauer und gleichzeitig Kunde der Möhregasse als einfach und transparent beschrieben (15.12.2012):

Ja für mich ist es schon sehr bedeutend, wo das herkommt. Also ich brauche, wenn ich in den Supermarkt gehe, immer ewig um nachzulesen, was da draufsteht [...]. Deswegen bin ich so froh, dass ich zur Foodcoop geh, weil ich da weiß, es ist bewusst ausgewählt, was da drinnen ist, also es gibt nicht so ein Überangebot, es gibt einfach von einem Produzenten das, vom anderen das.

Die Informationskosten für die KonsumentInnen sind somit sehr gering, auch ohne Informationen durch Zertifikate, Markennamen, Testergebnisse oder Werbung, die in industrialisierten Wirtschaftskreisläufen üblich sind. Das aus den Begegnungen bei Speisereise, Abholung/Lieferung oder Festen resultierende Vertrauen bedeutet für die Konsumierenden Kontrolle, gleichzeitig bestärkt der dadurch entstehende Kontakt wiederum das Vertrauen und gibt ein Gefühl der Sicherheit. Auch in der Preisgestaltung spielt Vertrauen eine wichtige Rolle. Sie wird den ProduzentInnen überlassen und meistens wird darüber gar nicht verhandelt. Begründet wird das damit, dass man die Produzierenden persönlich kenne und ihnen soweit vertraut, dass sie einen "ehrlichen" Preis veranschlagen, von dem sie leben können, der aber für beide Seiten "fair" sei (FN 14.06.2012). Die befragten Bauern und Bäuerinnen geben an, dass sie die Preise so gestalten, dass die Marge, die sonst beim Zwischenhandel bleibt, zwischen KonsumentIn und ProduzentIn aufgeteilt wird, sodass das Produkt für die Konsumierenden günstiger und für die Produzierenden der Verkaufspreis höher ist als im Handel.

Nachdem die Konsumierenden häufig betonten, wie wichtig der Kontakt zu den Produzierenden sei, war es für mich spannend, auch deren Sichtweise kennenzulernen. Wie groß die Erwartungen an die Bauern und Bäuerinnen ist, zeigt folgende Aussage von Axel bei einem Vernetzungstreffen der Wiener foodcoops (FN 5.12.2012): "Wir wollen nicht nur irgendein irrelevanter Neukunde sein, sondern die Idee hinter der foodcoop muss ihnen auch zusagen!". Deshalb müssten sie, die Bauern/Bäuerinnen auch Geduld aufbringen, wenn man mit einem Fragebogen anrückt, um Hof, Felder und Tiere zu besichtigen. Wie würde ein Bauer/eine Bäuerin auf diese Erwartungen reagieren und können sie erfüllt werden?

### **3.2. Die Bauern und Bäuerinnen der Lebensmittelkooperative**

Alle Bauernhöfe befinden sich in den Bundesländern Wien oder Niederösterreich und sind durchschnittlich 40 km von Wien entfernt. Sechs Betriebe befinden sich im Weinviertel, einer liegt innerhalb Wiens im 21. Bezirk, einer im Mostviertel und zwei im Waldviertel (Karte im Anhang). Es wird entweder wöchentlich oder im Abstand von mehreren Wochen bestellt. Angebaut und verarbeitet werden verschiedenste Produkte wie Gemüse, Obst, Milch und Milchprodukte, Säfte, Wein, Kräuter, Tees, Getreide, Nudel usw. Die durchschnittliche Anbaufläche der Bauernhöfe beträgt 3-7 Hektar, zwei davon sind deutlich größer mit ca. 40 Hektar. Alle wirtschaften biologisch, sind aber nicht immer von einem Anbauverband zertifiziert und vermarkten ihre Produkte direkt, aber neben der Lebensmittelkooperative auf sehr unterschiedliche Weise: an einem Marktstand in Wien, über eine "Abokiste", durch CSA<sup>4</sup>, durch Bekannte, einen eigenen Hofladen oder durch einen Ausschankbetrieb. Teilweise werden Produkte wie Getreide oder Gemüse auch an weiterverarbeitende Betriebe oder den Großhandel verkauft.

#### ***Martha und Erich Pucher***

Das Ehepaar Pucher bewirtschaftet einen der wenigen Höfe innerhalb der Wiener Stadtgrenze im 21. Bezirk. Er ist mit 45 Hektar Land der größte unter den vier Höfen. Angebaut werden viele Getreide- und Gemüsesorten, hergestellt werden auch Brot, Gebäck und Öle, alle Produkte sind von *BioAustria* zertifiziert. An drei Tagen in der Woche ist der Hofladen geöffnet, dort wird auch der Großteil an Gemüse verkauft. Weizen, Dinkel und Roggen wird seit 20 Jahren an eine Biomühle in Oberösterreich geliefert. Martha Pucher ist um die 50 Jahre alt und hat nach der Matura eine landwirtschaftliche Ausbildung abgeschlossen. Sie hat den Hof von ihren Eltern übernommen, dazu sei sie "bestimmt geworden", denn ihr hätten "auch andere Sachen Spaß gemacht" (15.12.2012). Erich dagegen hat sich immer schon für Landwirtschaft interessiert, er ist in der Gegend aufgewachsen und hat zunächst als Tischler gearbeitet. Die Puchers legen Wert auf Ordnung und Verlässlichkeit und schätzen KundInnen, "die mit einer Liste kommen und wissen, was sie wollen". Bei zwei *Foodcoops* funktionieren die tadellos, bei der *Möhrengasse* wurde bestellte Ware einmal nicht abgeholt. Das Prinzip, gemeinsam einzukaufen, sei prinzipiell "was sehr Gutes", weil so Zeit und Geld eingespart werden könne. Die Puchers haben keine Angestellten, aber ihre drei

---

<sup>4</sup> Community Supported Agriculture: ein Bauernhof verkauft Ernteanteile pro Jahr an eine fixe Anzahl von AbnehmerInnen, liefert wöchentlich.

Kinder und deren Freunde und Bekannte helfen bei Bedarf mit.

### ***Peter Eckl***

Peter studiert an der BOKU und hat seit 2010 einen Teil des väterlichen Hofes gepachtet. Nächstes Jahr wird er ihn gemeinsam mit seinem Bruder, der als Bildhauer tätig ist und bereits eine Familie gegründet hat, übernehmen. Der Weg dorthin habe "Schritt für Schritt", über den Umweg eines Elektrotechnikstudiums in Graz geführt, währenddessen in Peter das Interesse an der Landwirtschaft erwacht ist. Die Zusammenarbeit mit dem Bruder soll es beiden ermöglichen, sich vielfältig beruflich zu betätigen (vgl. Peter, 15.12.2011). Letztes Jahr gab es ein Schulprojekt am Bauernhof mit 40 Kindern, eine Imkerei wird gerade aufgebaut, Bruder und Schwägerin arbeiten mit Holz und Keramik. Im Winter widmet sich Peter zeitlich mehr dem Studium, in den warmen Monaten ist er immer am Hof im Bezirk Horn im Waldviertel. Bereits vor 15 Jahren hat der Vater den vormals "sehr industriell", mit Ochsen- und Rindermast bewirtschafteten Hof auf Bio umgestellt. Peter ist Vertragslandwirt bei *demeter*, Schwerpunkt sind heute Erdäpfel, Zwiebel, Wintergetreide und Leguminosen, es werden Hochlandrinder, Pferde, Hühner und Enten gehalten. Wolfgang ist bei *AgrarAttac*, *Transiton movement*, *Humus Symposium* und in anderen ökologischen und politischen Netzwerken aktiv, wodurch er auch Lebensmittelkooperativen kennengelernt hat und selbst Mitglied der Foodcoop *Fresskorb* ist. Er beliefert außer dieser noch die Kooperativen *Bioparadeis*, *d'Speis* und die *Möhrengasse* mit Erdäpfeln und Zwiebeln.

### ***Lukas Jerosch***

In Weinsteig, das zur Marktgemeinde Großrußbach gehört und im Weinviertel liegt, ist Herr Jerosch unter dem Namen "Kräuter Lukas" bekannt. Der gelernte Drogist wohnt mit seiner Frau und den vier Kindern auf einem Hof am Ortsende. Die Gebäude befinden sich in Lukas Besitz, der ehemalige Stall, der heute nur mehr Hasen und Hühner beherbergt, wird zum Kräutertrocknen und zur Getreidelagerung verwendet. Die drei Hektar großen Felder sind gepachtet und dienen der Erzeugung alter Getreidesorten wie Emmer, Kamut und Dinkel. Kräuter, die kultiviert werden müssen, wachsen auf einem Feld mitten am Hof, dagegen werden Arten wie Brennessel oder Hirtentäschl wild gesammelt. Für Lukas ist die Selbstversorgung sehr wichtig, seine Produktpalette ist vielfältig: Nudel, Brot, Mehlspeisen, Bier, Tees und verschiedene Cremes, Shampoos und Salben stellt er selbst her, sein Vater ist Imker. Alle Produkte werden am Karmelitermarkt in Wien verkauft, dazu verkauft Lukas

auch den Käse eines befreundeten Bauern. Ein zusätzliches Einkommen erhält Lukas aus Saisonsarbeit in der Landwirtschaft, aus der Solarenergieproduktion und aus der Vermietung zweier Wohnungen. Geplant ist außerdem der Ausbau eines Veranstaltungsraumes, das für Feiern vermietet werden soll und in dem Bier ausgeschenkt werden kann.

### *Andrea Mayer*

Der Biokulturhof "Zum grünen Baum" liegt in Göllersdorf bei Hollabrunn. Mit 18 Jahren hat Andrea am Hof ihrer Eltern zunächst einen Teil gepachtet und als ersten Schritt auf biologische Landwirtschaft umgestellt. Konventionelle Bäuerin hätte sie nie sein können, denn viel zu stark sei ihre Verbindung mit der Natur, so erzählt sie (9.5.2012). Die heute 34-jährige ist verheiratet und hat eine vier Jahre alte Tochter. Sie bewirtschaftet fünf Hektar selbst, ein Hektar wurden an das Ehepaar Herbert und Sabine verpachtet. So können sich beide Familien auf das konzentrieren, was ihnen mehr zusagt und die Produkte können ausgetauscht werden, da beide am Wochenmarkt in Wien verkaufen: Herbert und Sabine am Karmelitermarkt, Andrea am Kutschkermarkt. Mit einem weiteren Bauern hat sich Andrea in einer Kommanditgesellschaft zusammengeschlossen, der den Rest der 15 Hektar bewirtschaftet. Für den samstäglichen Markt wird freitags Brot und Süßes gebacken, aus den Urprodukten Getreide, Gemüse und Obst werden selbst oder von anderen Bäuerinnen Nudel, Müsli, Eingelegtes, Suppenwürze etc. erzeugt. Am Donnerstag und Freitag ist außerdem der Hofladen geöffnet, der ein so breites Sortiment wie ein kleiner Bioladen hat, weil Produkte bekannter Biomarken zugekauft werden. Es ist für Andrea wichtig, den Betrieb wirtschaftlich gut zu führen, aber sie lässt sich dabei nicht von Vorschriften und Ratschlägen leiten, wie sie selbst erzählt, sondern von ihrer Intuition und ihrem Selbstvertrauen. Dank ihrer offenen, herzlichen Art sind viele Menschen gern bereit, ihr zu helfen. Sets ist der ansehnliche Hof gut besucht von FreundInnen und Bekannten.

### **3.3. Voraussetzungen zur Teilnahme**

Lukas wünscht sich, dass nur diejenigen Bauern/Bäuerinnen auf Bio umsteigen, die auch mit Herz und Seele davon überzeugt sind. In den nächsten Jahren, wenn die staatlichen Förderungen wieder gekürzt werden, würde sich "die Spreu vom Weizen" wieder trennen und nur jene dabei bleiben, die "es wirklich ernst meinen" (14.06.2012). Er sieht die Trends in der Biolandwirtschaft also eher skeptisch. Die Puchers dagegen sehen die Sache realistischer und

sehen ein, dass es bestimmte Voraussetzungen benötigt, damit mehr Menschen biologisch anbauen und direkt vermarkten und damit auch bei einer Foodcoop teilnehmen können. Meiner Meinung nach lässt sich gerade an solchen Wellen und Booms erkennen, wie ausschlaggebend bestimmte Voraussetzungen für die wirtschaftliche Gestaltung des Lebens sind.

Im Gespräch nannten die Bauern/Bäuerinnen unterschiedliche Gründe, die die benachbarten LandwirtInnen daran hindern, umzusteigen. Lukas ist überzeugt, dass viele Bauern/Bäuerinnen keine Ideen hätten, etwas an ihrer Situation zu verändern, weil sie "fünfzig Jahre lang wie abgerichtete Tiere gezwungen wurden", sich Bestimmungen und Regeln zu unterwerfen. Daraus sei eine resignierende Haltung entstanden, aus der wenige einen Ausweg finden. Außerdem gäbe es einen Druck von Seiten der Gesellschaft, der Bekannten und der Familie (12.05.2012):

Weil dann würde der Nachbarbauer sofort lachen und sagen: "Was bist jetzt alternativ worden oder was?". Das ist so ganz idiotisch, wenn z.B. bei uns sich ein Bauer einen großen Traktor kauft um 100.000 Euro, muss der andere große Bauer [...] mindestens in einem Jahr den gleichen großen Traktor kaufen, auch wenn er ihn nicht braucht. Weil sonst schaut es ja so aus, als ob er sich den nicht leisten könnte.

Er selbst folge nicht diesem Zwang, was man daran erkenne, dass er einen anderen Weg eingeschlagen hat. Martha meint zur Frage, warum nicht mehr LandwirtInnen umsteigen, dass nicht alle "gleich beseelt" seien und die Natur nicht jedem Menschen gleich viel bedeutet. Andrea verdankt ihrem Selbstvertrauen und ihrer Intuition viele gute Entscheidungen. Sind die Bauern und Bäuerinnen der Lebensmittelkooperative nun alles EinzelkämpferInnen?

Obwohl alle eine starke Persönlichkeit, viel Mut und Ausdauer besitzen, sind die Entwicklungen aus dem jeweiligen Kontext heraus erklärbar und viele Bedingungen und Voraussetzungen müssen dazu erfüllt sein: Der eben zitierte Lukas ist beispielsweise freiwillig in die Landwirtschaft eingestiegen, seine Eltern betrieben keine Landwirtschaft und er ist sehr froh, dass er diese Last nicht tragen musste (vgl. 9.7.2012). Er erbt dennoch ein großes Wohnhaus und ein Wirtschaftsgebäude, die zu einem Hof umfunktioniert wurden. 20 Jahre lang hat er einen Bioladen in Mistelbach geführt, wodurch sich viele Kontakte mit Produzierenden und KonsumentInnen ergeben haben. Nebenher hat er schon Felder gepachtet und Kräuter angebaut, die er als ausgebildeter Drogist zu Salben, Öle und Kosmetika verarbeiten konnte - Produkte, die mehr Gewinn abwerfen als Gemüse und Obst.

Jeden Samstag verkauft er diese und weitere Produkte in Wien am Karmelitermarkt. Somit ist er nicht auf die dörflichen Netzwerke angewiesen.

An diesem Beispiel wurde deutlich: Ein Bewusstsein für die Probleme und das Verständnis, woher und warum diese kommen, ist sicher eine wichtige Bedingung. Das setzt wiederum Einiges an Wissen, Vernetzung, Unterstützung durch Familie, Gruppen und KonsumentInnen voraus. Und nicht zuletzt erleichtern betriebliche Voraussetzungen die Teilnahme an einer Lebensmittelkooperative. Weitgehend unberücksichtigt müssen die politischen Voraussetzungen bleiben, die den Rahmen dieser Arbeit sprengen würden. Angeschnitten wurden sie kurz im 4. Kapitel.

### **3.3.1. Betriebliche Voraussetzungen**

Die *Größe des Hofes* ist einerseits ein wichtiges Kriterium für die KonsumentInnen der Kooperative, die die kleineren bevorzugen. Was als klein gilt, ist aber regional verschieden und hängt nicht nur von der Anzahl der Hektar ab, sondern von vielen Faktoren, die später näher beschrieben werden. Auch die Bauern und Bäuerinnen sehen in keinem der Fälle ein Problem in der geringen Größe ihrer Höfe, sondern betrachten diese sogar als Vorteil. Allerdings nur in Bezug auf die Direktvermarktung, auf die sie bereits umgestiegen sind, denn in der konventionellen Landwirtschaft waren, bzw. wären ihre Betriebe nicht konkurrenzfähig. Lukas betont häufig die geringe Größe seines drei Hektar kleinen Hofes, weil er dadurch flexibel sei und den Arbeitsaufwand ohne Angestellte bewerkstelligen kann. Familie, Freunde und Bekannte helfen ihm unentgeltlich, weil sie die Art und Weise der Bewirtschaftung sympathisch finden, was bei "gewissen anderen Bauern" nicht der Fall sei, womit die industriell wirtschaftenden Nachbarn gemeint sind (12.05.2012). Getreide, Nudel und Tee werden offen verkauft, das erleichtert die Bestellung für die foodcoop und kommt dem Kriterium entgegen, so wenig Verpackung wie möglich zu verwenden. Die größeren Bauern würden den mit der Direktvermarktung verbundenen Arbeitsaufwand außerdem nicht mehr schaffen und müssten weiterhin industriell produzieren. Befragt nach den Problemen, die sie möglicherweise in der Direktvermarktung sieht, meint auch Andrea "durch das, dass ich klein bin, kann ich nicht immer liefern, aber wenn ich was habe, dann gebe ich es gern her. Und das ist dadurch unkompliziert, auch weil ich den Marktstand habe" (19.05.2012). Nach meinen Beobachtungen während der Feldforschung, ist es für die Mitglieder der *Foodcoop* kein Problem, wenn es ab und zu etwas nicht gibt - was schon mehrmals aufgrund

von Frostschäden oder Lausbefall passiert ist. Eventuelle Qualitätsmängel der Produkte können unkompliziert an die Konsumierenden kommuniziert werden und werden eher in Kauf genommen, wenn der Betrieb klein ist.

Die Bauern/Bäuerinnen in der Nähe städtischer Zentren haben einen Vorteil gegenüber jenen in weniger dicht besiedelten Regionen, da sie von zentralen, städtischen Märkten abhängig sind (vgl. Rössler 2005). Der Absatzmarkt, im Besonderen jener für biologische Produkte ist im Raum Wien größer als in ländlich geprägten Gebieten Österreichs (Statistik Austria), also ist ein günstiger *Betriebsstandort* eine wichtige Voraussetzung. Um die Transportwege kurz zu halten, befinden sich die Betriebe mit wenigen Ausnahmen nicht weiter als 60 km von der Stadtgrenze entfernt. Auch für die Produzierenden ist der Transport ein wichtiges Thema, denn die Fahrt in die Stadt muss sich rentieren und nicht alle besitzen samstags einen Marktstand wie Andrea, Lukas und Herbert und Sabine. Der/die Bauer/Bäuerin muss demnach einmal wöchentlich nach Wien fahren oder den Transport anders gewährleisten können, z.B. durch die Mithilfe von Bekannten oder Verwandten, die in Wien arbeiten oder über den Postweg bei leichter, unverderblicher Ware wie Kräuter und Tees. Für die Puchers ist der Transport durch ihre Lage besonders einfach, weil ein Mitglied der Lebensmittekooperative die Produkte direkt am Hof im 23. Bezirk abholt. Peter studiert noch immer an der BOKU und fährt aus diesem Grund häufig nach Wien, außerdem müssen Kartoffeln und Zwiebeln nicht wöchentlich, sondern nur sporadisch geliefert werden.

### **3.3.2. Problembewusstsein**

Die Bauern/Bäuerinnen sprechen grundlegende Veränderungen in der Landwirtschaft in den letzten Jahrzehnten an. An mehreren Stelle gäbe es Hebel, mit denen man eingreifen könnte: Der Staat und die BürgerInnen als Konsumierende sollten mehr Verantwortung übernehmen, meinen alle Befragten, aber auch die LandwirtInnen selbst könnten häufiger Eigeninitiative zeigen. Im Laufe meiner Feldforschung wurde deutlich, dass den Bauern/Bäuerinnen ein Bewusstsein über die Nachteile der industriellen Landwirtschaft gemeinsam ist. Von allen kritisiert werden folgende Problembereiche:

- Fördersystem und Hygienebestimmungen sind für Kleinbetriebe ungünstig
- Starker Konkurrenzdruck durch globalisierte Agrarmärkte
- Ausbeutung durch Zwischenhandel und Handelsketten
- Kommerzialisierung der Natur

Die großen Betriebe würden mehr Förderungen erhalten, da die Summe je nach Fläche ausgezahlt wird, nicht nach Arbeitsaufwand. Das *Fördersystem* sei für den Großhandel maßgeschneidert, der lieber von Großbetrieben beliefert wird, weil Kommunikation und Logistik unkomplizierter sind, die Waren alle gleich und sich hohe Hygienebestimmungen rentieren. Das Ehepaar Pucher hatte bis vor fünf Jahren 14 Schweine, aber kein Zwischenhändler wollte eine so geringe Menge abholen. Für die Eigenverarbeitung und Direktverkauf von Fleisch waren die *Hygienebestimmungen* zu hoch. Erich schildert seine Erfahrungen:

Wenn solche Dinge dann schon passieren... Also ich würd mir schon die kleinstrukturierte Landwirtschaft weiter wünschen. Dass das erhalten bleibt, dass man da auch Chancen hat. [...] Ja und ich glaube, das kann man schon mit Förderungen usw in gewisse Rahmen lenken, wie mans braucht. Naja zumindest hat man das Gefühl, dass eigentlich die, die größer sind, besser dran sind.

Die Puchers betonen gleichzeitig, dass sie nicht zu den kleinsten gehören und es Bauern und Bäuerinnen gibt, die unter weitaus schwereren Bedingungen wirtschaften müssen, z.B. Betriebe in großer Entfernung zu Städten. Aber der Strukturwandel ist deutlich spürbar, auch im persönlichen Umfeld: Jede/r der Befragten kennt Nachbarsbetriebe, die aufgegeben haben oder keine NachfolgerInnen fanden.

Durch die Liberalisierung der Agrarmärkte sind die landwirtschaftlichen Betriebe starkem *Konkurrenzdruck* ausgesetzt. Wenn im Frühjahr die Frühkartoffeln aus "Billigländern" da sind, werden die österreichischen Kartoffeln in großen Mengen vernichtet, erzählt Andrea. Der Bauer/die Bäuerin bekommt dafür nur mehr einen kleinen Betrag ausgezahlt, der nicht einmal die angefallenen Kosten deckt und auch nichts gegen das Gefühl ausrichten kann, dass es "weh tut, das mitanzusehen" (Andrea, 9.5.2012). Mit demselben Unverständnis erzählt Lukas Jerosch (12.05.2012):

Ich hab jetzt auf einem Biohofbetrieb in Spielern ausgeholfen, sechs Wochen lang, weil ein Arbeiter im Krankenstand war. Wir haben 40 Tonnen, 40.000 Kilo, Bio Nikolai Salatkartoffeln auf den Kompost gefahren, weil er nicht einmal mehr sieben Cent dafür kriegt! Die hättest du normal essen können. Und dann gehst zum Merkur und schaust mal wieviel 1,5 Kilo Erdäpfeln kosten.

Die Kritik richtet sich vor allem an den Zwischenhandel, also an Lagerhäuser und Handelsketten, die den Großteil am Gewinn einstreichen würden, so Lukas. Peter betont vor allem das Problem der *Unsicherheit*, das mit dem Zwischenhandel verbunden ist. Die Ursachen dafür sieht er unter anderem in der Verlagerung des Biomarktes von den Bio- und

Reformläden hin zu Supermärkten. "Die haben eine riesige Macht, weil die konzentrieren das Angebot und auch die Nachfrage".

Die Puchers dagegen sehen in der Anpassung des Biomarktes auf Massenproduktion auch einige Vorteile, haben sich aber trotzdem dagegen entschieden, ihn zu bedienen. Denn die Zwischenhändler gewährleisten nicht immer die Abnahme der Ernte. Diese Sicherheit ist aber Grundlage für die Planung des Anbaus für die kommende Saison, die ohne langfristige Perspektive nicht möglich ist. Jene Betriebe, die vor der Direktvermarktung an den Zwischenhandel verkauft hatten, berichten von schlechten Erfahrungen mit insolventen Unternehmen. Andrea ist nur ein Jahr vor dem Konkurs von *pur* ausgestiegen, Peters Eltern hatten dagegen weniger Glück. Auf die Frage nach den Schwierigkeiten als Biobauer in Österreich antwortet er:

Also man kann es ganz leicht runterbrechen auf die Vermarktungssituation, da war es halt so in den letzten Jahren, dass nach der Reihe die Händler, also die Zwischenhändler, die zwischen Bauer und dem Supermarkt [...] stehen, in Konkurs gegangen sind und viele Bauern haben halt einen Teil der Ernte an die Zwischenhändler verkauft [...] und die Bauern haben von der Ernte ja nur einen Bruchteil bezahlt bekommen. Oder gar nichts mehr, wir haben sogar zwei Jahre schon nichts mehr gekriegt.

Die Schilderungen über insolvente Zwischenhändler, langes Warten auf Bezahlung, Preisschwankungen und -druck und die Hofauffassungen vieler Nachbarn und Bekannter ähneln sich. Die damit verbundene Unsicherheit löst Zukunftsängste aus, ob der Betrieb überleben wird und ihn die Kinder unter den schwierigen Umständen übernehmen wollen. Familie Pucher wird durch die innerstädtische Lage ihres Hofes außerdem mit bauplanerischen Interessen konfrontiert. Ein Feld sei an sich kein Wert mehr, den zu erhalten es sich lohnt, sondern werde nur mehr als Baugrund gesehen. Diese Tendenz zur *Kommerzialisierung* von Natur und Boden wird als großes Problem wahrgenommen. Die Weiterführung des Hofes durch eines der Kinder sei natürlich ein Anliegen, aber man habe bereits gegen sehr viele Schwierigkeiten angekämpft, die man niemandem aufzwingen wolle (Erich, 15.12.2012):

Das hat uns schon - also das tut schon weh, da wird man demoralisiert oder, jetzt weiß ich nicht was man da sagen soll. Und ja es hält einem irgendwie vor Augen, dass die Landwirtschaft in der Stadt irgendwie ein Ablaufdatum hat, oder sie kann ein Ablaufdatum haben, also wenn man sich nicht wirklich da irgendeine Nische sucht. Oder ein Umdenken stattfindet [...]. Das hat uns schon so einen Dämpfer gegeben, wo ich mir gedacht hab, ja ich weiß nicht, kann das da überhaupt weitergehen?

### 3.3.3. Unterstützung

Andrea hat mit 18 Jahren den Hof ihrer Eltern übernommen, der in einer hundert Seelen zählenden Gemeinde liegt. Auf ihren Hof kommen fast täglich Menschen aus Wien, die mithelfen und freitags im Hofladen einkaufen, aber aus dem Dorf konnte sie bisher nur zwei KundInnen gewinnen (9.05.2012). Der Stand am Kutschermarkt, bei dem sie schon ihren Eltern als junges Mädchen ausgeholfen hat, ermöglichte die Bekanntschaft mit vielen Menschen, die Feldarbeit als Freizeitbeschäftigung ansehen. Auf diese - meist PensionistInnen oder StudentInnen - ist Andrea angewiesen, ohne sie könne sie ihren Hof "nicht in der Art und Weise" wirtschaftlich führen. Auch Andrea ist also stärker in städtische, denn ländliche Netzwerke eingebunden, die sie in ihrer Überzeugung, biologisch und kleinbäuerlich zu wirtschaften, ermuntern und bestätigen. Über praktische Unterstützung erzählt sie: Früher seien die Verwandten Erntehelfer, Kindermädchen und Köchin zugleich gewesen, während heute die Mithilfe ausgelagert sei auf größere Netzwerke, die sich durch die Kontakte der Bäuerin ergeben. "Besonders die kleinen Betriebe sind auf diese freiwillige Mitarbeit angewiesen" (23.06.2012).

Dazu werden von den Produzierenden Eigenschaften verlangt, die nicht alle aufweisen können oder wollen. Für die Puchers kommt eine so intensive Beschäftigung mit den KonsumentInnen, wie sie z.B. Peter Lassnig auf seinem CSA Hof pflegt, nicht in Frage. "Ich weiß nicht, ob wir das aushalten würden, wenn so viele Leute hier wären" bezweifelt Martha. Man würde sehr vereinnahmt werden von den BesucherInnen, obwohl es natürlich verständlich sei, dass sie auch etwas erleben wollen. Allerdings erhalten sie familiäre Unterstützung von den drei Kindern. Die Puchers verdeutlichen auch am besten, welche wichtige Rolle in der Unterstützung die Bioverbände spielen:

Am Anfang, bei der ersten Welle, wo einige auf Bio umgestellt haben, das war eine schöne Zeit [...] Da gabs so Arbeitsgruppen, man hat sich ausgetauscht und geforscht, wer wie was umgebaut hat an Geräten. Man ist sich sehr gut aufgehoben vorgekommen. Das war auf alle Fälle eine Hilfe. Das haben halt die, die jetzt umstellen oder später, das haben die halt nicht mehr so. Weil das ist alles schon so groß, also ja es gibt schon noch so Gruppen, aber so ein schöner, netter Austausch ist da nicht mehr eigentlich (Martha, 15.12.2011)

Ihrer Einschätzung nach sind die Bioanbauverbände heute nicht mehr so aktiv und viele Umsteller nicht mehr so idealistisch, weil es mehr um Geld ginge. In den Kursen erfahren diejenigen, die von ihrer Familie wenig Rückhalt bekommen, Bestätigung. Heute gibt es wieder neue Gemeinschaften, die die Bauern und Bäuerinnen unterstützen, z.B. die ÖBV Via

Campesina<sup>5</sup>, aber auch die Anbauverbände sind weiterhin sehr aktiv, wie etwa demeter (Peter, 15.12.2012).

Alle Befragten haben auf verschiedene Weise Unterstützung erhalten. Ohne diese, sei es in moralischer oder finanzieller Form, kann sich ein Bauer, eine Bäuerin den Umstieg auf Bio oder Direktvermarktung nicht leisten. Netzwerke, in denen Austausch stattfindet, sind für Menschen wichtig, weil sie in ihnen Bestätigung erfahren. Der Zusammenschluss mit KollegInnen, die von Bioverbänden angebotenen Kurse zu Öko-Umstellung oder Direktvermarktung, Vorbilder von gelungenen Alternativen (z.B. der von den Puchers und Andrea angesprochene Peter Lassnig vom CSA-Hof Ochsenherz) und KonsumentInneninitiativen erleichtern die Entscheidung, altbekannte Wege zu verlassen.

---

5 Die ÖBV wurde 1974 als Österreichische Bergbauern- und -bäuerinnenvereinigung gegründet. Der Weiterentwicklung zur Interessensvertretung aller KleinbäuerInnen Österreichs wurde 2005 mit der Umbenennung in ÖBV-Via Campesina Austria (übersetzt: der kleinbäuerliche Weg) Rechnung getragen.

## Wechselwirkungen zwischen Konsumierenden und Produzierenden

Das Verhältnis zwischen Konsumierenden und Produzierenden basiert auf dem Austausch von Waren gegen Geld. Dieser Austausch erfolgt direkt, also ohne Zwischenhändler in einem begrenzten lokalen Raum und ist damit vergleichbar mit dem Austausch auf kleinen Bauernmärkten, dem Ab-Hof-Verkauf oder der Abokiste. Durch die Betrachtung der Unterschiede zu den anderen Formen der Direktvermarktung werden, abgesehen von der ökonomischen Dimension, weitere Aspekte sichtbar: Die reziproke Bindung und Verantwortung sind stärker als am Marktstand oder im Hofladen, weil sich die Konsumierenden nicht bei jedem Einkauf von Neuem für oder gegen den/die ProduzentIn entscheiden, sondern mit der einmal zur Verfügung stehenden Palette an Produzierenden zufrieden sind.

In den Interviews wurden auch andere Formen des Zusammenschlusses besprochen und es wurden einige Projekte genannt, die auch sehr gut funktionieren. Peter (15.12.2011) bringt ein Beispiel, das ihm aus Freiburg bekannt ist, wo sich "Bauern mit Verarbeitern und Händlern zusammengeschlossen haben in einer Bürgeraktiengesellschaft". Am Gewinn von Handel und Endverkauf partizipieren dann auch die Produzierenden. Auf jeden Fall brauchen Bauern/Bäuerinnen Unterstützung:

Wenn es nur die Bauern sind, die sich zusammenschließen, dann ist das auch gut, z.B. wie bei Lebendige Vielfalt. [...] Das was dabei fehlt ist halt, dass die Verarbeiter und der Handel nicht drin sind, das wird dann schwierig. Das ist dann so, dass die Bauern sich wieder sehr viel aufreiben und noch mehr Zusatzarbeit haben, die sie eh schon haben und ja, es bräuchte halt mehr Leute, die das gemeinsam tragen

Noch immer hat die industrielle Landwirtschaft viele wirtschaftliche Vorteile, z.B. kann die Unterstützung großer Handelsketten, um wettbewerbsfähig zu bleiben, als indirekte Subventionen betrachtet werden. Der Hauptgrund für das Aufgeben der Direktvermarktung von Seiten der LandwirtInnen, ist Zeitmangel (siehe Kapitel 4). In der Foodcoop übernehmen Konsumierende deshalb kleinere Arbeiten, z.B. den Transport der Produkte in den zweiten Bezirk, den wöchentlichen Ladendienst, Telefonate für Bestellungen mit den Produzierenden usw. Indirekt übernehmen sie für die ProduzentInnen auch das Anwerben neuer KundInnen, weil viel Öffentlichkeitsarbeit betrieben wird und die Produkte gemeinsam verkostet und weiter empfohlen werden.

Auch unbezahlte Mitarbeit am Hof wird von vielen Mitgliedern der Foodcoop geleistet. Für die KonsumentInnen ist es eine Abwechslung zum Leben in der Stadt, Entspannung und sinnvolle Freizeitbeschäftigung. Für die Bauern/Bäuerinnen ist es besonders im stressigen Sommer und Herbst eine Unterstützung. Andrea vermutet, dass dieser Einblick in die bäuerliche Arbeit auch deshalb für die StädterInnen gut ist, weil sie das Gemüse so mehr schätzen und bereit sind, einen "normalen" Preis zu bezahlen (9.5.2012). So soll also wieder ein direkter Bezug zu den Lebensmitteln hergestellt werden, der durch den Einkauf im Supermarkt verloren geht.

#### **4.1. Sicherheit durch Verantwortung**

Bei einer Diskussion im Plenum des Arbeitskreises "Essen Jetzt"<sup>6</sup> ging es darum, wer die Hilfe der *Foodcoop* nötiger hätte – die soziale Einrichtung WUK<sup>7</sup> oder eine Kleinbäuerin (FN 14.06.2012). Es wurden viele Argumente gegeneinander abgewogen, die Beiträge wurden emotional und am Ende gewann die Bäuerin Andrea die Gunst der *Foodcoop*-Mitglieder, unter anderem, da beim WUK das nicht besonders beliebte Arbeitsmarkt Service eine zu mächtige Rolle einnimmt. Somit wird Andrea das Wintergemüse für etwa 50 Personen im nächsten Jahr anbauen. Michael und Karo beriefen sich in dieser Auseinandersetzung vor allem auf die Verantwortung gegenüber den Bauern und Bäuerinnen, da die Förderung der kleinstrukturierten Landwirtschaft eines der Hauptanliegen der Lebensmittelekooperative sei. Es sei sinnvoller, hauptberufliche LandwirtInnen zu fördern, bei aller Sympathie für integrative Sozialprojekte. Der Interessenskonflikt zwischen der Freiheit, das zu wählen, wonach einer/m gerade ist (in der freien Marktwirtschaft ganz normal) und der Verantwortung für die Produzierenden kommt gerade in solchen Diskussionen zum Vorschein. Sandra vertrat die Ansicht, ProduzentInnen "ausprobieren" zu wollen und hin und wieder abzuwechseln. Von der Mehrheit wurde das im Arbeitskreis, aufgrund des Zieles, langfristige Beziehungen zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen aufzubauen, zurückgewiesen. (FN 14.06.2012).

Diese Überzeugung nimmt Einfluss auf die Produzierenden: Da dies meist kleine bis mittelgroße Betriebe sind, macht die foodcoop-Bestellung einen bedeutenden Anteil der Abnahme aus. Für Andrea Mayer ist der Anteil "ganz ordentlich", wie sie selbst angibt, bei

6 für die Suche nach und die Beziehung zu ProduzentInnen zuständiger Arbeitskreis

7 Werkstätten- und Kulturhaus in der Währingerstraße, Wien

ihrem Kooperationspartner Herbert sei die foodcoop sogar Hauptabnehmer, weil er noch sehr wenig produziere und schon vor seinem Einstieg in die Landwirtschaft Mitglieder zweier Kooperativen kannte (vgl. Andrea 23.06.2012). Der Kontakt zu einer Lebensmittelkooperative kann folglich auch die Neugründung eines Betriebes erleichtern, da der mühsame Aufbau einer Stammkundschaft wegfällt. Herbert selbst erzählt (FN, 18.07.2012), dass seine Vermarktung auf drei Säulen basiert: Foodcoops (Speis, Bioparadeis und Möhregasse), Marktstand am Samstag und Gastronomie. Zum besseren Verständnis der Größenverhältnisse, in denen die Lebensmittelkooperative Möhregasse operiert, wurden die Bestelllisten der Monate November 2011 bis Juni 2012 ausgewertet und der Durchschnitt berechnet. Es bestellen wöchentlich 15-22 Personen über die Liste, die am Mittwoch an die Bauern/Bäuerinnen geschickt wird. Die Gemüsebestellung betrug pro Woche je nach Saison 100-150 Euro, die Milchbestellung rund 100 Euro (vgl. URL Bestellung). Andrea erhält von den Mitgliedern der Kooperative also ein monatliches Einkommen von rund 500 Euro. Es gibt zwar keinen schriftlichen Vertrag, der die Abnahme durch die Kooperative garantiert, aber mündliche Vereinbarungen und persönliche Beziehungen werden auch unter den Bauern und Bäuerinnen teilweise mehr geschätzt als die Verträge mit Zwischenhändlern, die aus vielerlei Gründen ungültig sein können (Insolvenz, Bemängelung der Erzeugnisse, Ernteschäden etc.).

Die befragten Bauern/Bäuerinnen wurden gefragt, ob sie zu Beginn skeptisch gegenüber der *Foodcoop* waren. Andrea, Lukas und Peter verneinten die Frage, sie sind sehr aufgeschlossen gegenüber Neuem und haben sich gefreut darüber, dass KonsumentInnen die Initiative ergreifen. Andrea und Peter, die außerdem Mitglied bei *Via Campesina* sind, war das Konzept einer *Foodcoop* bereits bekannt und Lukas erklärt sich seinen Vorschuss an Vertrauen in eine Gruppe Studierender damit, dass er "selbst sehr alternativ war" und "alles ausprobiert" habe und ihm solche Ideen sympathisch sind. Viele Bauern und Bäuerinnen müssten aber erst wieder lernen, Eigeninitiative zu ergreifen und an kleinere AbnehmerInnen zu verkaufen (12.5.2012):

Das machen sie nicht mehr, weil sie so Angst haben, dass sie da wirtschaftlich draufzahlen. Der muss Vertrauen kriegen zu eurer Gruppe. Also besser erst mal eine Vertrauensbasis herstellen, eine geschäftliche Beziehung anfangen mit dem, was vorhanden ist und dann, wenn er Vertrauen hat und ihr auch seht, das passt, dann kannst du alles andere besprechen

## 4.2. Identitätsbildung durch Anerkennung

Die erste spontane Antwort auf die Frage nach Vorteilen des direkten Kontakts mit den KonsumentInnen lautete in unseren Gesprächen immer: das Feedback. Die Anerkennung der mühsamen Arbeit ist Entschädigung für den Aufwand, die man bei der Lieferung in ein Lagerhaus oder an den Zwischenhandel nicht erhält. Dort sei man nur eine Nummer, wie es Andrea beschreibt (9.5.2012). Lukas holt weiter aus (12.05.2012):

Für mich war es von Anfang an interessant, von den Kunden ein Feedback zu bekommen, wie ihnen das Produkt zusagt, das können auch negative Sachen sein [...]. Heute war einer da, der hat gesagt "Das Duschkräutershampoo, Lukas, das ist sensationell, ich würd am liebsten täglich dreimal duschen". Das ist viel mehr Wert, als wenn ich für einen Liter 15 Euro bekomme. Das macht mir so viel Spaß beim Kräutersammeln oder beim Shampoo-Machen, wenn ich solche Sachen im Kopf habe

Lange war zu beobachten, dass das Bedürfnisniveau durch Wachstum, technischen Fortschritt und steigende Haushaltseinkommen in den letzten Jahrzehnten ständig anstieg. "Auf diese Weise entstehen Konzeptionen einer reichen Außenwelt im Kontrast zu einer armen Innenwelt, wie sie insbesondere für Bauerngesellschaften typisch sind, die in einem regelmäßigen sozialen und ökonomischen Austausch mit urbanen Zentren stehen" (Rössler 2005: 228). Junge Menschen aus ländlichen Gebieten ziehen in die Städte und passen sich einem Image an, das als modern und fortschrittlich gilt. In der Lebensmittelkooperative ist es dagegen umgekehrt, denn das bäuerliche Leben wird erstrebenswert als "natürlich", "einfach", "ökologisch" gesehen, es gibt eine neue Sehnsucht nach Natur und Einfachheit, worauf auch die Entstehung von *urban agriculture*, bzw. *urban gardening*- Projekten in vielen europäischen Großstädten hindeutet. Sicher wird der Beruf Bauer/Bäuerin von vielen idealisiert, einige Konsumierende der *Foodcoop* sind sich dieser Dichotomisierung aber durchaus bewusst und warnen davor (Franziskus Forster, 21.1.2012). Mittlerweile werden solche Initiativen von öffentlichen Institutionen gefördert, z.B. von der Gebietsbetreuung<sup>8</sup>. Bauern/Bäuerinnen erleben eine Imageaufwertung. Viele Mitglieder der *Foodoop* wollen selbst aufs Land, schließen sich Landlosenbewegungen an (*reclaim the fields*, Jedlersdorf) oder wollen selbst Felder bearbeiten (freiwillige Mitarbeit auf den Höfen, Lobauern<sup>9</sup>).

Konsumierende propagieren und bestärken diese Wertumorientierung und freuen sich

---

8 In Zusammenarbeit mit den Wiener Stadtgärten (MA 42) wurde 2011 das Projekt "Garteln ums Eck" gestartet.

9 Die Bio-Cooperative Grünstern, im Frühling 2012 von einem Mitglied der "Möhrengasse" mit Unterstützung des Filmarchivs gegründet, von dem eine Anbaufläche in der Lobau zur Verfügung gestellt wurde.

darüber, wenn sie neue ökologische Alternativen am Hof kennenlernen, wenn ihnen natürliche Kreisläufe erklärt werden und sie Lebensmittel als solche wahrnehmen und schätzen lernen. Viele sehen in den Bauern/Bäuerinnen den Gegensatz zu kapitalistischen UnternehmerInnen, was ihnen Sympathien einbringt und sie das Image weiter pflegen lässt. Auffällig waren die wiederholt erzählten Geschichten über Kartoffeln, die im Müll landen, über insolvente Zwischenhändler, oder übertriebene Hygienevorschriften der Supermärkte (vgl. Andrea 9.5.2012, 23.6.2012; Peter 15.12.2012; Lukas 12.05.2012). Sie berühren und sollen vor den Gefahren der industriellen Landwirtschaft warnen. Sie kursieren besonders dort, wo KundInnen anzutreffen sind, da diese ihren Einkauf bei Kleinbauern auf diese Weise als noch sinnvoller wahrnehmen und das Gefühl haben, helfen zu können.

Interessant wäre auch die Erforschung des medialen Entwurfs von "Bäuerlichkeit", wie er in einigen Zeitschriften entwickelt wird. Einige KonsumentInnen der Foodcoop (Franziskus, Lena) sind bei Vereinen, die solche Zeitschriften herausgeben aktiv und Peter und Andrea schreiben sporadisch für die "Wege für eine Bäuerliche Zukunft" von *ÖBV Via Campesina*.

### **4.3. Lehr- und Lernprozesse**

Es ist in der Kultur- und Sozialanthropologie schon lange keine Entdeckung mehr, dass keine Gesellschaft oder Gruppe unbeeinflusst von anderen ist. Bauern und Bäuerinnen sind zwar in ihr dörfliches und berufliches Netzwerk eingebunden, aber sie stehen in ständigem Kontakt mit städtischen Zentren, z.B. durch den Verkauf am Marktstand, Einkauf, Kurse, Familie usw. Auffallend war, wie viele Weiterbildungsangebote die Befragten annehmen: Lukas hat Kurse zu Ernährung und Gesundheit bei Dr. Bruker besucht, sowie einige Kurse, die dem Bereich Esoterik zuzuordnen sind. Andrea absolviert zur Zeit eine Ausbildung zur Gartentherapeutin und die Puchers sprechen von den "guten Weiterbildungsangeboten" der Anbauverbände. In den Bereichen Bioanbau und Direktvermarktung haben sich alle weitergebildet.

In der Foodcoop finden die Produzierenden ein offenes Ohr für den reichen Erfahrungsschatz, von dem sie zu erzählen wissen. Sei es Ernährung, Alternativmedizin, Spiritualität und natürlich die Beziehung zur Natur: Die meisten KonsumentInnen interessieren sich für eines oder mehrere solcher Themen. Dazu kommt die Kritik an Politik und Wirtschaft, die ja eigentlich ausschlaggebend für die Gründung der Foodcoop war und

die bei den Treffen häufig angesprochen wird. Obwohl die Bauern/Bäuerinnen mit Ausnahme von Peter nicht an diesen Treffen teilnehmen, begrüßen sie politische Diskussionen, weil man sich so "zusammentun" kann, oder wie Lukas meint (12.05.2012): "Die Zukunft wird sein, dass sich die Leute vernetzen und deshalb finde ich, die Foodcoop geht genau in die Richtung. Ich glaube, dass sich viel entwickeln kann mit so einer Ausgangsbasis."

Auch Peter spricht von Vernetzung. Die Foodcoop Speis hat ihre Klausur auf seinem Hof gemacht, dabei konnte er beobachten:

Die haben wirklich intensiv gearbeitet, das hat mich fasziniert, ja? Da geht es einfach nicht nur um das Essen-Einkaufen, da geht es um viel mehr. Also die machen dann auch Vernetzungsarbeit zwischen den Foodcoops. Es ist den meisten auch wichtig, dass die Produzenten auch gefördert werden. Ja es ist einfach das Bewusstsein, das dahinter steht, macht den Riesenunterschied für mich

#### **4.4. Gemeinsame Ziele**

Besonders das Bewusstsein, sich in Abhängigkeit des Zwischenhandels zu befinden, ist für Konsumierende und Produzierende unangenehm und ein Grund, sich nach Alternativen umzusehen. Interessant sind dazu zwei Interviewpassagen: Peter spricht von der großen Macht, die sich bei den Handelsketten konzentriert und bei Konsumierenden und Produzierenden fehlt, um im nächsten Satz die Alternative dazu aufzuzeigen: "und ja, da halt alternativ Wege zu finden, das ist grad die Aufgabe der Zeit. Deswegen gibts ja die Foodcoops." Auch Lukas stellt einen direkten Bezug zwischen Abhängigkeit und dem Ausweg daraus dar, wenn er sagt:

Du musst mal mit einem Bauer heute reden, denen wird alles vorgeschrieben, was wieviel wovon anbauen darfst [...] Das ist ja eine Versklavung wo ich mir denke, Leute, so kann es nicht weitergehen! Und wenn du als Bauer in dem System voll drinnen bist, weil du von dem lebst, dann kommst fast nicht aus. Du kannst nur aussteigen, indem du sagst, ich tu direkt vermarkten

Die Direktvermarktung ist in ökonomischer und rechtlicher Hinsicht die Alternative zum Verkauf an den Zwischenhandel. Die Gründung einer Foodcoop soll die Umgehung des Einkaufens im Supermarkt für die KonsumentInnen erleichtern. Die Globalisierung und die Kommerzialisierung der Lebensmittelproduktion, -distribution und -konsumtion sind Hauptkritikpunkte beider AkteurInnengruppen.

#### 4.4.1. Entkommerzialisierung

Wie bereits erläutert, wiederholen sich die Geschichten über den Zwischenhandel, der nur am Preisdrücken ist und über Gemüse, das auf den Feldern verrotten muss. Einmal berichtet Andrea (I, 9.5.2012), auf welche Art und Weise Brokkoli an BILLA geliefert werden muss:

Die rufen in der Nacht an, ja so um 11 können die noch anrufen und sagen: für morgen brauchen wir so und so viel Brokkoli, geliefert wird um fünf. Und du musst um Punkt da sein, weil sonst nehmen sie dir nichts mehr an, dann kannst du wieder gehen. So, das wird dann eingeschweißt, auch wenns warm ist, das schweißen Arbeiter von irgendwoher ein und wenn der Brokkoli zu Mittag braun ist, kannst du ihn wieder holen und kriegst nichts dafür. [...] und jeder Kopf muss genau 700 Gramm wiegen

Viele Berichte wurden vielleicht auch deshalb an mich heran getragen, weil ich als Vertreterin einer ganzen Konsumgenossenschaft gesehen wurde. Ich zweifle nicht am Wahrheitsgehalt dieser Erzählungen. Aber sie zeugen vom Versuch der Bauern/Bäuerinnen, die KundInnen stärker an sich zu binden und Verbündete zu finden. Hier manifestiert sich das Bewusstsein darüber, wie stark sie auf die KonsumentInnen angewiesen sind. Und sie treffen damit eine Schnittstelle zwischen ihren Interessen und denen der KonsumentInnen, weil die Kritik an der Kommodifizierung von weiteren Lebensbereichen auch für KonsumentInnen ein wichtiger Aspekt für das Engagement in einer Foodcoop ist.

Der Zwang zur Wettbewerbsfähigkeit ist am deutlichsten am Preisdruck zu spüren, der der freien Marktwirtschaft inhärent ist. In der Landwirtschaft hat das fatale Auswirkungen, die seit Jahrzehnten zu beobachten sind im Rückgang von bäuerlichen Betrieben, geringerer Artenvielfalt, Zerstörung des Lebensraums von Tieren und Pflanzen usw. Ein Ausweg aus dieser Logik wären direkte, persönliche Beziehungen zwischen Produzierenden und Konsumierenden, sind sich Lukas, Andrea und Peter einig (vgl. 9.7.2012, 23.6.2012, 15.12.2011). Es wird weiterhin Geld gegen Ware getauscht, aber die Erzeugnisse aus der Landwirtschaft sind Lebensmittel, die der Ernährung von Menschen dienen und sorgen für ein Auskommen der Bauern/Bäuerinnen, anstatt allein der bei Unternehmen üblichen Maximierung von Profit. Lukas beschreibt die Vorteile der Lebensmittelkooperative für die Konsumierenden dahingehend, dass der Preis gerecht ist, denn er ermöglicht dem/der ErzeugerIn des Produktes ein Einkommen und der Aufschlag für den Gewinn beim Zwischenhändler wird eingespart. "Aber der Händler, der sich immer am Marktpreis orientiert, der wird immer noch irgendwie herum verhandeln" (Lukas, 12.5.2012). Ähnliche Kritik übt Peter (5.12.2011) an den Supermärkten und ihrer Preispolitik: "Es geht halt nur

ums Geld und um Marktanteile und das ist bei der Foodcoop nicht so und das ist für mich deswegen wesentlich sympathischer".

Bei einem der vielen Besuche an Andreas Marktstand habe ich einen mit ihr befreundeten Bauer kennengelernt, der sich über die Praxis auf Bauernmärkten und Hofläden beklagte – die an sich genauso gute Alternativen seien wie die Foodcoop, aber einfacher "ausgenutzt" werden können (FN 23.06.2012). Es sei üblich, dass einige LandwirtInnen den Großteil der Produkte von weither zukaufen, wodurch diese Formen weder regional noch nachhaltig, oft nicht einmal biologisch oder fair seien. Man könne die Kommerzialisierung aller Lebensbereiche nur durch so direkte Beziehungen wie möglich verhindern.

Auch die Natur wird wirtschaftlichen Interessen untergeordnet. Erich schildert seine persönlichen Erfahrungen (15.12.2012):

Jede Grünfläche wird nur als Baufläche gesehen, oder was kann ich da herbauen oder was kommt da für eine Straße. Also dass ein Feld einen Wert hätte, wo man sagt, das sollte man in der Stadt erhalten, da hat man überhaupt nicht den Eindruck

Einen der größten Vorteile beim biologischen, vielfältigen Anbau sehen Konsumierende wie Produzierende im Schutz der Natur, die an sich einen Wert hat. Da die Mitglieder der Foodcoop den Erhalt der Natur und kleinstrukturierter Kulturlandschaft erhalten wollen, unterstützen sie jene ProduzentInnen, die dieselben Ziele verfolgen.

#### **4.4.2. Lokalisierung versus Globalisierung**

Andrea legt stets eine Pause ein vom geschäftigen Treiben am Kutschkermarkt, wenn samstags die "Möhren" vorbeikommen und das Gemüse mit dem Lastenrad abholen. Das findet sie besonders sympathisch und es erregt viel Aufmerksamkeit bei den anderen KundInnen in der Kutschkergasse. Sie hat den Eindruck, dass sich in den letzten Jahren etwas am Verhalten der KonsumentInnen verändert hat: "Jetzt ist es nicht mehr so schwierig, weil die Leute sehen, dass das Einheimische doch was Gutes ist und man muss nicht in die Ferne schweifen" (9.5.2012).

Regionalität ist ein zentraler Grundgedanke aller Lebensmittelkooperativen. Die Idee dahinter ist, dass diejenigen Produkte konsumiert werden, die in der Umgebung wachsen. Die Auswahl kann deshalb saisonal sehr begrenzt sein. Aus mehreren Gründen ist eine Globalisierung der Nahrungsmittelindustrie unerwünscht: Umweltbelastung beim Transport, Verpackung, Kühlung, Verarmung der Bevölkerung, die sich auf *Cash-Crops* spezialisiert,

Machtkonzentration auf große Handelskonzerne, da weltweiter Handel nur mit riesiger Infrastruktur möglich wäre.

Die Bauern/Bäuerinnen stehen der Globalisierung ähnlich kritisch gegenüber, zum Teil aus denselben Gründen wie die KonsumentInnen (Lukas, 9.7.2012; Peter, 15.12.2011), aber häufiger werden praktische Gründe genannt: Sie haben oft erfahren, dass sie machtlos sind gegen die Konkurrenz aus dem Ausland, wie die Erzählung über Kartoffeln aus Billigländern zeigt. Initiativen, die regionale ProduzentInnen fördern, werden deshalb gerne angenommen und unterstützt. Die Kooperative ermöglicht den Bauern/Bäuerinnen einen großen Vorteil exportierten Waren gegenüber, wodurch sie nicht so großem Preisdruck ausgesetzt sind. Viele Produkte könnten in anderen Ländern günstiger angebaut werden.

Zu den Vorteilen des Aufbaus einer Nahversorgung mit Lebensmitteln, zu dem eine Foodcoop einen großen Beitrag leistet, zählen die Bauern/Bäuerinnen im Besonderen die Unabhängigkeit von globalen AkteurInnen, wie z.B. Saatgut- und Pharmakonzerne. Beim Abschreiten der Getreidefelder deutet Lukas auf einen etwas weiter entfernten Acker (9.7.2012):

Da wächst Pharaonenkorn, Urkorn oder was weiß ich was für Namen es da inzwischen gibt, ich verkauf es als Sommerweizen. Jedenfalls ist das Kamut, nur den Namen dürftest du gar nicht mehr verwenden, weil ihn Monsanto hat patentieren lassen. Wenn ich auf meine Päckchen Kamut schreibe, kriege ich eine Strafe, ich kann das offiziell nicht sagen [...]<sup>10</sup>

Die Lokalisierung von Nahrungsmittelsystemen entzieht denen, die diese aktuell kontrollieren, sehr viel Macht. Lukas erzählt weiters, dass er seit 20 Jahren Getreide anbaut und dafür kein Saatgut kaufen muss. Dadurch wird auch verhindert, dass immer mehr Hybridsaatgut in Umlauf kommt, das die LandwirtInnen noch abhängiger macht. Ein befreundeter Biobauer in Beigarten bei Retz hat vor einigen Jahren Original Kamut Saatgut gekauft, angebaut und dann selbst weitervermehrt. Daraufhin wurde er angeklagt, hat folgenden Prozess vor Gericht verloren und musste eine hohe Strafe zahlen "und er hat das nicht irgendwo hingeführt und wollte einen Preiskampf machen, sondern er hat Kamut angebaut, um es an seine paar Naturkostläden zu verkaufen" (9.7.2012). Wenn überall nur das angebaut werden würde, was dort auch ohne Einsatz von Chemikalien wächst, dann hätten die großen Konzerne nichts mehr in der Hand, mit dem sie die Landwirtschaft

---

<sup>10</sup> Der Sortenname Kamut wurde 1990 von Bob und Mack Quinn patentieren lassen, aber nicht von Monsanto. Für die Saatgutvermehrung der alten ägyptischen Weizensorte müssen seither Lizenzgebühren bezahlt werden.

kontrollieren könnten, so Lukas. Denn nur Pflanzen, die in der ganzen Welt wachsen sollen, müssen intensiv behandelt werden, weil sie unter den verschiedensten Bedingungen gute Erträge bringen müssen. Die alten Sorten, die durch Züchtung von Generationen weiter entwickelt wurden, haben sich langsam an die Umgebung angepasst und wurden sehr robust.

Auch Andrea baut aus einer Leidenschaft für alte Sorten unter anderem Haferwurz und Erdmandeln an. Pastinaken seien bis vor einigen Jahren unbekannt gewesen, inzwischen kennt sie fast jede/r, zumindest in den Wintermonaten. Es müssen nicht unbedingt lokale alte Sorten sein, weshalb nicht vereinfachend gesagt werden kann, dass sich Bauern/Bäuerinnen gegen ihnen "Fremdes" oder gegen alles, was von außen kommt, wehren: Obwohl die Menschen ökonomische Regionalität betonen, stehen sie der kulturellen Globalisierung weniger skeptisch gegenüber. Es werden Andenbeere, Peruanische Teesorten, Kartoffeln aus Bolivien oder Asiasalate gepflanzt und gesät.

Die *Foodcoop* selbst ist eine sehr lokale Initiative mit dem vorrangigen Zweck, gemeinsam Lebensmittel einzukaufen und zu verteilen. Doch ihre Mitglieder und ProduzentInnen stehen in engem Kontakt mit vielen transnationalen Bewegungen, die sich für Kleinbäuerliche Landwirtschaft, Ernährungssouveränität, Solidarische Ökonomie, Globale Gerechtigkeit usw. einsetzen. Daraus lässt sich schließen, dass Globalisierung in ihrer kulturellen Dimension begrüßt wird, während ökonomische Globalisierung kritischer betrachtet wird und eine (Re-)Lokalisierung des Nahrungsmittelsystems wünschenswerter scheint.

## Kleinbäuerliche Identität

Häufig fielen Sätze, in denen sich die Bauern/Bäuerinnen von anderen abgrenzten und dadurch eine bestimmte Gruppe definieren, zu der sie sich dazuzählen. Ein Beispiel: Wenn Andrea sagt: "richtige Bauern kann man an einer Hand abzählen", dann bezeichnet sie sich selbst als "richtige" Bäuerin im Gegensatz zu "den anderen", die konventionell wirtschaften. Oft wird "den anderen" eine intakte Beziehung zur Natur und die Fähigkeit, selbstständig zu denken, abgesprochen und ihnen vorgeworfen, leichtgläubig zu sein und Scheuklappen zu tragen (Peter, 15.12.2011; Lukas, 9.7.2012). Dagegen hätten die Bauern und Bäuerinnen der Foodcoop eine bessere Verbindung mit der Natur und seien unabhängiger. Folgende Bedeutungsmuster, die alle Bauern/Bäuerinnen zu einem Großteil teilen, wurden in der Auswertung der Interviews erkennbar:

- Berufliche und natürliche Vielfalt ist wichtig
- Die Erzeugnisse werden als Lebensmittel gesehen, nicht als Rohstoffe
- Der Boden schenkt, respektvolle Haltung gegenüber Natur
- Natürliche Kreisläufe sind von großer Bedeutung
- Unabhängigkeit durch Kooperation, Selbstversorgung und Nebenerwerb

Die Gratwanderung zwischen den Mehrfachfunktionen einer Bäuerin, die nicht immer ganz einfach sei, spricht Frau Pucher häufig an. Es sei schwer, allen Anforderungen gerecht zu werden und im Laden präsent zu sein, wo man doch am Feld so viel zu tun hätte. Über einen Zwischenfall empört sie sich besonders: Als ein Herr um die 40 letzte Woche kurz vor Mittag in den Laden schneite und nicht wieder gehen wollte, musste sie ihm erklären, dass da nicht einfach eine Angestellte auf ihre Mittagspause wartet, sondern dass sie als Bäuerin noch aufräumen, kochen und dann wieder aufs Feld müsse. "Wir sind halt auch die Arbeiter, ich bin ja nicht nur die Verkäuferin, nicht?" Der Herr bestellte außerdem Gemüse, das dann nicht abgeholt wurde. Die damit verbundene Arbeit – ernten, einlagern, aus dem Keller holen, säubern und schön präsentieren – ist scheinbar unsichtbar, klagt Martha. An anderer Stelle betont sie aber gerade die Vorteile dieser Vielfalt, die die Arbeit als Bäuerin so interessant macht.

Peter möchte den Fokus zwar auf agrarische Produktion legen, aber er möchte beruflich auch für andere Dinge Zeit haben (vgl. Peter, 15.12.2012). Die zunehmende Multidimensionalität in der Landwirtschaft durch Nebenerwerbsarbeiten erzeugt eine große Vielfalt, wodurch sich

die Bauern/Bäuerinnen auf verschiedene Weise identifizieren können und zwischen den Identitäten dynamisch wechseln. Lukas erklärt (9.7.2012):

Es ist halt so, dadurch dass ich so ganz verschiedene Sachen habe, also Getreide, Bier, Mehlspeisen, Kräutersachen. [...] Heute musst du mauern und morgen musst Blüten pflücken, und übermorgen tust du Bier brauen und überübermorgen machst du Mehlspeisen und überüberübermorgen stehst am Markt.

Die Vielfalt in der Natur spiegelt sich in der Vielfalt der Berufe und Identifikationen wieder. Diese Vielfalt hat vor allem den Vorteil, in Krisenzeiten resilient zu sein, weil man mehrere Standbeine hat (Peter 15.12.2011). Und Erich führt dazu aus (15.12.2012):

Wenn jeder ein bisschen was hat, dann geht das alles ökologischer und ist auch alles gesünder. Weil wenn der alles nur Erdäpfel hat, dann wird der Boden immer schlechter, weil die ziehen immer das Gleiche aus dem Boden heraus, dann muss man mehr düngen und so geht das immer weiter. Das könnte man schon lenken, finde ich. Und natürlich ist das Risiko auch größer, wenn man wenige Sachen hat, weil wenn das daneben geht, dann steht man gleich ohne allem da.

### **5.1. "Nicht Rohstoffe, sondern Lebensmittel!"**

Martha erzählt, dass ihr das Herrichten der Produkte großen Spaß macht: "Also diese große Palette gefällt mir Tag für Tag gut, wenn ich das herrichten darf, das ist was Schönes" (15.12.2012). Sie hat deshalb auch "nichts gegen eine Beratung, was ein Gemüse betrifft, also das tue ich wirklich gerne oder auch wie man das kocht oder so". Für die Präsentation der Produkte wird viel Mühe und Sorgfalt aufgewendet. Auch bei Andrea und Lukas werden die Lebensmittel am Marktstand ansprechend präsentiert, es ist wichtig, dass die Farben und Formen möglichst vielfältig sind.

Es hat sich herausgestellt, dass die Bauern und Bäuerinnen sich selbst eher als ErzeugerInnen von Lebensmitteln denn von Rohstoffen sehen. Sie fühlen sich stärker verantwortlich für den Boden, die Pflanzen und Tiere, weil sie das Land nicht einfach verwalten und auf ihm Produkte produzieren, sondern weil sie mit ihm zusammenarbeiten. Lukas ist überzeugt davon, dass der Boden so wenig wie möglich bearbeitet werden muss und trotzdem alles in ihm gedeihen kann, wenn man einige Gesetzmäßigkeiten respektiert. Er arbeitet nach der "no till" Methode, bei der der Boden nur minimal bearbeitet wird. Beim Anblick von Lukas' Felder, musste ich an die Apfelbauern denken, bei denen ich in Südtirol gearbeitet habe und die sich niemals erwarten würden, dass ohne Zugabe von Dünger, Bearbeitung mit schwerem

Gerät und Vernichtung von Schädlingen und Unkraut etwas wachsen könnte. Schließlich nimmt auch das Wissen um die VerbraucherInnen der Erzeugnisse großen Einfluss auf die ProduzentInnen: Die monokulturell angebauten Äpfel werden zum Großteil exportiert, auch außerhalb der EU nach China oder Russland. Niemand kennt jene Menschen, die irgendwann die Äpfel essen werden. Natürlich ist Selbstversorgung durch diese Spezialisierung nicht möglich.

Den Puchers ist die Erhaltung des Hofes sehr wichtig, aber expandieren wollen sie nicht. Sie sind zufrieden mit der Menge an KundInnen, ein Mehr wäre bereits eine Belastung: "Weil wir nur so viel produzieren, was wir brauchen und wir sind ja nicht unzufrieden. Sicher, manche wollen ewig expandieren, aber das wollen wir nicht" (Erich, 15.12.2011). Als Lukas gefragt, ob er sich vorstellen könnte, weitere Kooperativen zu beliefern, meint auch er: "Wenn jetzt da eine *Foodcoop* wär, die jeden Monat 150 kg Teigwaren will, dann sag ich: Das kann ich euch nicht versprechen, weil ich will gar nicht so viel machen. [...] Irgendwo muss man auch eine Lebensqualität reinbringen".

## **5.2. Der Boden als Organismus**

Die von Andrea bewirtschafteten Felder grenzen direkt an den 2004 errichteten Aussiedlerhof. Daran vorbei führt eine schmale, wenig befahrene Straße, die aber gern von LandwirtInnen der Umgebung genutzt wird. Als ein schwerer Traktor an uns vorbei rattert, während wir gebückt mit Hacke und Finger winzige Pflänzchen von Unkraut befreien, richtet sich Andrea auf und lacht: "Der hat jetzt schon Feierabend!". Die Arbeit, die wir einen ganzen Tag lang zu fünft verrichten, werde mit Pestizideinsatz in einer Stunde von einer Person erledigt. Der Boden muss dafür von Jahr zu Jahr mehr gedüngt werden, weil ihm wichtige Nährstoffe und die Humusschicht fehlen. Die vielen Gemüsesorten wachsen auf Andreas Acker ohne je bewässert zu werden, abgesehen vom Tag der Aussaat. Gedüngt wird mit Pferdemist und Leguminosen, gepflügt wird nur sehr oberflächlich. Die Art, wie Andrea von "ihrem" Boden spricht, zeugt von Respekt und Dankbarkeit. Es ist zwar viel Arbeit mit der Pflege des Bodens verbunden, aber nur wenige künstliche Zugaben. Somit ist alles, was geerntet wird, ein "Geschenk des Bodens", wie Andrea es ausdrückt, das von einem "lebendigen Acker" kommt - so nannte sie auch ihre Homepage.

Bei einem Ausflug ins Marchfeld, erzählt Martha Pucher, sei sie einmal durch eine dichte

Wolke Spritzmittel gefahren. Obwohl viele kritisieren, dass LandwirtInnen heute eher aus Geldgründen denn aus Überzeugung auf Bio umsteigen, stört sie das nicht, weil der Boden, die Natur an sich schützenswert sei, egal aus welchem Grund.

Und da hab ich mir dann gedacht, also ob die jetzt idealistisch sind oder nicht, das ist mir Wurst, wenn die nicht mehr spritzen ist schon etwas geschehen. Es kann halt nicht jeder gleich beseelt sein, sollen sie das halt wegen Geld machen, [...] wenn sie das dann wirklich nicht mehr machen, ist das auch schon was Wert (Martha, 15.12.2011)

Obwohl auch die zunehmende Konkurrenz angesprochen wurde, aufgrund der steigenden Zahl an Biobauern/bäuerinnen in Österreich, wünscht sich Frau Pucher mehr biologische Landwirtschaft zum Wohle der Natur.

Peter war bei der Organisation eines Humus Symposium mit dabei, bei dem über die Wichtigkeit von Humus für die Bodenfruchtbarkeit informiert wird. Das Projekt, das auch in Schulen gezeigt wurde, macht auf die Probleme des ausgelaugten und überdüngten Bodens aufmerksam und auf Möglichkeiten, wie Humus erhalten und aufgebaut werden kann. Walter arbeitet seit einigen Jahren nach der "no till"-Methode, d.h. der Boden wird nicht bearbeitet, außer für die Aussaat. Das dichte Bedecken mit Mulch verhindert das Aufkommen von Unkraut, erzeugt bei der Verrottung Humus und schützt den Boden vor Erosion, Frost und Austrocknung.

### **5.3. Respekt vor Kreisläufen**

Sehr ähnlich sind sich die Schilderungen über natürliche Kreisläufe, die durch Veränderungen in der Landwirtschaft unterbrochen wurden. Die Spezialisierung auf ein einzelnes Produkt hat zur Folge, dass mehr zugekauft werden muss, da der Boden nicht mehr durch Fruchtwechsel mit verschiedenen Pflanzen gedüngt wird. Auch die Tierhaltung wird bei geringer Menge unrentabel und ist in vielen Fällen eher nostalgische Freizeitbeschäftigung oder spannend für die Kinder, aber wirtschaftlich ein Verlust (Lukas J, Erich und Martha P.). Beide Arten, den Boden zu düngen wurden zurückgedrängt, da chemische Dünger und Pestizide im Vergleich dazu billig sind und schnelle Erfolge versprechen. Langfristig kann damit aber keine Landwirtschaft betrieben werden, die den Boden nicht ausbeutet. Lukas erklärt:

Die meisten bei uns draußen haben keine Tiere mehr. Weil da ist der nächste Kreislauf, weil du keinen organischen Dünger hast, das heißt, du musst Kunstdünger kaufen. Fruchtwechsel mit

Klee, Luzerne und so, womit man Stickstoff in den Boden gebracht hat, hat man natürlich auch nicht mehr. Also das ist ein Kreislauf und der Punkt ist, dass alle Bauern im gleichen Boot sitzen und die gleichen Probleme haben

Die Frage stellt sich nun, warum alle befragten Bauern und Bäuerinnen von der Bedeutung der Tierhaltung für einen geschlossenen Kreislauf überzeugt sind und trotzdem darauf verzichten. Nur auf Peters Hof leben auch Rinder, Pferde und Geflügel. Da Peter einen *demeter*-zertifizierten Betrieb führt, liegt es vermutlich an der stärkeren Unterstützung und Austausch mit dem Anbauverband. Eine der wichtigsten *demeter*-Leitlinien ist ein Kreislauf mit Tieren und Tierhaltung wird aktiv gefördert. Andrea, Lukas und die Puchers unterstreichen genauso die Wichtigkeit von geschlossenen Kreisläufen, so Erich Pucher:

Wir haben jetzt keine Schweine mehr und die ganzen Gemüseabfälle und auch von uns, wenn was übrig bleibt, das war immer ganz klar, dass die das bekommen haben. Und jetzt ist es irgendwie - es ist einem gar nicht Recht, dass [...] ich die restlichen Erdäpfel auf den Acker werfen muss. Passiert nichts, aber es ist irgendwie schade. [...] Ich meine, so ist das alles in einem Rad, alles ist für etwas gut

Die Bauern/Bäuerinnen bewegen sich in einem Zwiespalt zwischen der Bewahrung einer naturnahen Landwirtschaft und den wirtschaftlichen Regeln der Betriebsführung. Der Druck ist noch immer sehr hoch, obwohl bereits, wie weiter oben schon aufgezeigt, einige Voraussetzungen für Alternativen wie biologischen Anbau und direkte Vermarktung existieren. Einige behelfen sich anderweitig, indem sie miteinander kooperieren oder Mist zukaufen. Lukas z.B. gibt dem benachbarten Reitstall Stroh und erhält dafür Pferdemist. Die industrielle Landwirtschaft ist noch immer besser am Markt etabliert und es wäre unter den gegebenen Bedingungen wirtschaftlich gesehen oft ein Verlust, nur eine kleine Anzahl Tiere zu halten.

#### **5.4. Unabhängigkeit durch Selbstversorgung, Kooperation und Nebenerwerb**

Also früher der Schwiegervater hat das alles ins Lagerhaus gebracht und als wir umgestellt haben, da haben wir uns selber Silos gebaut, Container hab ich machen lassen, dass man alles selber lagern kann und jetzt wird quasi alles, fast alles selber verkauft (Erich, 15.12.2011)

In diesem einen Satz von Erich Pucher kommt das Wort "selber" drei mal vor und im gesamten Interview wird mit dessen Verwendung nicht gespart. Die Veränderungen nach der Umstellung des Hofes von industriell auf kleinbäuerlich werden ganz klar als Bruch

dargestellt und das Positive besonders betont. Ähnlich beschreibt auch Andrea die Umstellung von der Ablieferung der Produkte ins Lagerhaus früher und dem Direktverkauf heute. "Im Lagerhaus ist man nur irgendeine Nummer", das sei zu unpersönlich. Der Kontakt mit KundInnen habe ihr schon immer Spaß gemacht, auch ihre Eltern haben einen geringen Teil am Markt verkauft. Es ist offensichtlich, dass das befriedigende Gefühl zwar wichtig war bei der Entscheidung für die Direktvermarktung, aber ausschlaggebend war die erlangte Unabhängigkeit.

Andrea ist experimentierfreudig und neugierig, sie probiert gern neue Gemüsesorten und Anbauweisen aus. Mit Nischenprodukten, alten Sorten und Raritäten zu experimentieren ist nur möglich, wenn man direkt verkauft, weil man viele interessante Pflanzen nicht in Monokulturen anbauen kann. Martha spricht diesen Vorteil aus der neu gewonnenen Unabhängigkeit an: "Das muss ich sagen, gefällt mir schon, dass man sich wirklich immer was Neues ausdenkt, also man kann sich selber ausdenken, was man tut." Die Puchers beschreiben den Winter als Zeit der Ruhe, die sich im Februar langsam in Vorfreude verwandelt, wenn das bestellte Saatgut geholt wird. Oft spielt dann auch die Angst mit, dass man sich übernehmen könnte mit Arbeit, weil man im Winter vor den Samenkatalogen sitzend den späteren Arbeitsaufwand nur schwer abschätzen kann. Es gibt ständig den Druck, alles zum richtigen Zeitpunkt machen zu müssen, weil die Mehrarbeit nicht bewältigt werden kann, wenn man gewisse Zeitfenster nicht ausnützt. Das sei ein Nachteil gegenüber anderen Berufen. Aber dass die Arbeit "sehr jahreszeitlich geprägt" ist, mache alles auch wieder spannend und sehr schön sei es auch, "immer draußen zu sein" (15.12.2011).

Wer selbst Gemüse und Getreide anbaut, kann sich zu einem Großteil bereits selbst versorgen – ein Aspekt, der für die Puchers ihr Dasein als Bauer/Bäuerin sehr angenehm macht: "Wenn man selber was braucht zum Essen, geht man runter und nimmt sich was". Auch bei Andrea ist der Eigenverbrauch bei der Auswahl der Gemüse- und Getreidesorten ein wichtiges Kriterium. Es muss ihr selbst schmecken und gesund sein, dann macht es mehr Spaß, das anzubauen und spart Geld. Der Aspekt der Verringerung von Reproduktionskosten scheint überhaupt ein sehr zentraler zu sein, denn alle Bauern und Bäuerinnen teilen Maschinen und Geräte mit anderen oder tauschen überschüssige Erzeugnisse untereinander aus. Durch diese Zusammenarbeit wird noch mehr Unabhängigkeit von globalen Märkten erlangt und Kosten werden gesenkt. Andrea hat die Hälfte des Ackerlandes, dessen Eigentümerin sie ist, an Herbert und Sabine verpachtet. Das Ehepaar muss dafür eine geringe Pacht bezahlen und

kann Gebäude, Geräte und Maschinen mitbenützen. Andrea profitiert dadurch, dass sie niemanden zusätzlich für die Bewirtschaftung einstellen muss und das Angebot in ihrem Hofladen trotzdem erweitert wird. Diese Form der gemeinschaftlichen Nutzung von Land ist für alle Beteiligten von Vorteil.

Eine weitere Möglichkeit, selbstbestimmt einen Kleinbetrieb zu führen und trotzdem wirtschaftlich zu überleben, ist die Nebenerwerbsarbeit. Lukas lukriert einen Teil seines Einkommens aus Saisonsarbeit in der Landwirtschaft. Peter hingegen lebt nur von seinem Betrieb, den er mit seinem Bruder bewirtschaftet, dieser ist nebenberuflich Bildhauer. Unter Nebenerwerb fallen auch jene Tätigkeiten, die durch die vielseitige Nutzung von Land und Gebäude möglich sind. Lukas, Andrea und Peter produzieren selbst Strom mit Sonnenenergie, sowohl für den Eigengebrauch als auch für den Verkauf. Das Land und die Gebäude werden außerdem als Ressource, als Wert an sich gesehen, etwa wenn Frau Pucher die mögliche Zukunft und Verwendung ihres Hofes beschreibt (15.12.2011):

Ich sehe schon, dass es da viele Möglichkeiten gibt, also das muss jetzt nicht rein landwirtschaftlich sein, also irgendeine Kombination vielleicht. Ich meine, es sind doch so viele Gebäude da, wo man etwas machen kann. Da kann man ja selbstständig arbeiten in irgendeiner Art und Weise, das muss jetzt ja nicht rein landwirtschaftlich sein, da soll sich jeder was ausdenken

Die Kinder müssen die Landwirtschaft nicht übernehmen, weil Martha Pucher weiß, dass dieser Beruf mit sehr viel Arbeit verbunden ist. Eher kann sie sich vorstellen, dass die Gebäude außer für landwirtschaftliche auch für andere Zwecke genutzt werden. Durch diese Multifunktionalität ist es einfacher, sich eine Existenz zu sichern.

## Conclusio

Noch einmal zurück zum Ausgangspunkt: Die Lebensmittekooperative verbindet KonsumentInnen mit ProduzentInnen. Stärker als erwartet, wird diese Beziehung von den Bauern/Bäuerinnen als Strategie genutzt, um bestimmte Vorstellungen von Landwirtschaft auszuleben. Da diese Vorstellungen eine Identität als Gegenentwurf zur industriellen Landwirtschaft konstruieren, kann man die Nutzung der Lebensmittekooperative auch als Strategie des Widerstandes bezeichnen. Im Folgenden werden die angesprochenen Themen noch einmal in einen größeren Zusammenhang gesetzt.

Widerstand drückt sich nicht nur in Streiks und Demonstrationen aus, sondern auch in alltäglichen Praktiken und ist kein einmaliges Ereignis, sondern ein Prozess, da Autonomie fortlaufend verteidigt werden muss (vgl. van der Ploegh 2010; Ayres/Bosia 2011). Mehr Unabhängigkeit durch Selbstversorgung, Kooperation und vielfältige Aktivitäten als Einkommensquellen kann bereits "Ausdruck von Widerstand" darstellen (van der Ploeg 2010: 7). Dieser wird auch ganz offen zelebriert, die Bauern/Bäuerinnen grenzen sich klar gegen die intensive Landwirtschaft ab: Durch ihre Mitgliedschaft bei Via Campesina oder AgrarAttac, den Austritt vom Bauernbund, durch kleine Symbole am Marktstand wie Blumen, Holz- oder Korbschüsseln, Aufkleber, durch das Weitergeben von abschreckenden Erfahrungen aus dem "Agrobusiness". Zu Alltagspraktiken des Widerstands gehören Einladungen zur Mitarbeit und Besichtigung der Höfe an KundInnen und Interessierte, Unterstützung kritischer KonsumentInnen durch Preisnachlässe, Nichtbeachtung von Empfehlungen der Landwirtschaftskammer, bevorzugter Verkauf offener Waren. Neben Widerstand als Strategie, Vorstellungen und Werte in Bezug auf Natur und Leben ausleben zu können - was in der industriellen Landwirtschaft nicht möglich ist - muss der/die BäuerIn auch wirtschaftlich über die Runden kommen.

In der Vermarktung ist es für kleinbäuerliche Betriebe daher wichtig, eine starke Beziehung zu den KonsumentInnen zu pflegen, um auch hier dem Druck durch den Zwischenhandel zu entgehen. Die kleinbäuerliche Bewirtschaftung ist somit Voraussetzung für die Direktvermarktung, im speziellen durch eine Lebensmittekooperative. Dort erhalten die Bauern und Bäuerinnen Unterstützung im Widerstand (im symbolischen und im alltäglichen) gegen die konventionelle Landwirtschaft, von der sie sich bedroht fühlen. Konsumierende

und Produzierende bestärken sich gegenseitig und setzen sich auf verschiedenen Ebenen (Einkauf, Veranstaltungen, Studien usw.) für eine kleinbäuerliche Zukunft ein. Die Bauern/Bäuerinnen nehmen wahr, dass sie in die Globalisierung eingebunden sind und sehen sich häufig als Opfer (z.B. Lukas 9.7.2012), aber sind dennoch imstande, sich aus dieser Rolle zu befreien und aktiv das eigene Schicksal in die Hand zu nehmen.

Gerade im Unmut über diese Abhängigkeit und im Wunsch nach Selbstbestimmung überschneiden sich die Interessen von Produzierenden und Konsumierenden (vgl. Fischer 2012). Denn es ist für LandwirtInnen beinahe unmöglich, Lebensmittel außerhalb der von *food empires* kontrollierten Handelswege zu verkaufen und für KonsumentInnen ist es genauso schwierig, Lebensmittel außerhalb dieser Kreisläufe zu kaufen. (vgl. van der Ploeg 2010: 18) Städtische Initiativen sind häufig als Unterstützung für kleinbäuerliche Bewegungen organisiert, wie Aýres und Bosia an zwei Beispielen in den USA und in Frankreich zeigen (2011: 60). Man könnte also "urban movements as support for the peasant struggle" betrachten und wird damit durch die vorliegende Arbeit bestätigt.

Das ist in Bezug auf die Frage nach den Wechselwirkungen zwischen Konsumierenden und Produzierenden die wohl wichtigste Erkenntnis. Genauso bedeutsam sind aber auch die praktischen Vorteile, die sich aus dieser Allianz ergeben: Die KonsumentInnen übernehmen für die Bauern/Bäuerinnen einige Aufgaben und erhalten im Gegenzug dazu Transparenz, Qualität, Kontrolle und Selbstbestimmung über ihre Lebensmittel. Die ProduzentInnen haben den Vorteil eines sicheren Absatzes, können ihre Produkte verbessern, haben mehr Zeit für die arbeitsintensive ökologische Landwirtschaft und fühlen sich in ihrer Arbeit und Identität bestärkt.

Die Identität der vier bäuerlichen Betriebe wird dadurch bestimmt, dass die Höfe kleinbäuerlich bewirtschaftet werden. Als kleinbäuerlich definiere ich jene Bewirtschaftung, die durch Kreislaufwirtschaft, Eigenversorgung, Vielfalt und Kooperation größtmögliche Unabhängigkeit gegenüber Märkten bewahrt. Eine respektvolle und dankbare Haltung gegenüber Natur und Boden, Kooperation innerhalb der Familie und mit KundInnen, die Wahrnehmung der Erzeugnisse als Lebensmittel anstatt als Rohstoffe und die Beachtung von Kreisläufen und des Bodens als Organismus sind von großer Bedeutung.

Um diese Identität weiterhin zu bewahren, müssen die Bauern/Bäuerinnen Wege finden, die abseits vom großen Druck der industriellen Landwirtschaft Sicherheit bieten. Denn um

diesem Druck von "Wachse oder Weiche" Stand zu halten, müssten sich die Betriebe stärker marktwirtschaftlich positionieren, was aber vielen Prinzipien widerspricht (z.B. Kreislaufwirtschaft mit Düngung durch Leguminosen oder Tierhaltung, Biodiversität statt Monokultur, samenfestes statt Hybridsaatgut usw.). Die Identifikation als Kleinbauer/bäuerin ist eine Antwort auf den Agrarstruktuwandel und die Krise der Landwirtschaft, die verstärkt wurde durch die multiplen Krisen seit dem Crash der Finanzmärkte 2008. In diesem Spannungsfeld zwischen der Führung eines Betriebs und dem Erhalt eines Hofes bietet der Zusammenschluss mit KonsumentInnen die Möglichkeit, beiden Logiken gerecht zu werden: Ausleben einer bäuerlichen Identität und wirtschaftliches Überleben.

Die Bauern und Bäuerinnen folgen eben nicht nur einem romantischen Idealismus: Nach Ayres und Bosia (2011: 50) haben Bauern/Bäuerinnen die Forderung nach Ernährungssouveränität adaptiert auf ihre spezielle Situation und nutzen Konsumierendeninitiativen auf ihre Weise. Kooperativen bieten überall auf der Welt kleinen Bauern/Bäuerinnen die Möglichkeit, sich am Markt zu positionieren.

In Europa können LandwirtInnen zumindest für Förderungen vom Staat eintreten, wenn sie dem Preisdruck nicht mehr standhalten können. Aber in Staaten des Südens gibt es dafür kein Geld, noch dazu wo die Entwicklungshilfe für den ländlichen Raum stark zurückgegangen ist. Förderungen sind dennoch für keine der befragten Bauern/Bäuerinnen eine optimale Lösung. Sie sind stolz darauf, ErnährerIn und LandschaftsschützerIn zu sein und erwarten als solche einen "fairen" Preis für ihre Produkte, keine Almosen. Wichtig wäre, die KonsumentInnen besser zu informieren, wie sie die kleinbäuerliche Landwirtschaft unterstützen können. Denn die Mehrheit der KonsumentInnen spricht sich für den Erhalt dieser Art der Landwirtschaft aus. Bisher unternimmt die Politik zu wenig dagegen, die Informationshoheit der Supermärkte zu brechen, die in ihrer Werbung die Unterstützung kleinbäuerlicher, ökologischer und nachhaltiger Landwirtschaft suggerieren, tatsächlich aber große und industriell geführte Betriebe durch die Produktionsstrukturen und -bedingungen fördern.

Die Direktvermarktung spielt für Kleinbauern/bäuerinnen in Österreich bereits eine wichtige Rolle und im Vergleich mit anderen Formen der Direktvermarktung könnte die Lebensmittelkooperative eine besonders wichtige einnehmen, weil sie viele Vorteile in sich vereint und weniger Nachteile als die anderen Formen hat. (vgl. Pöchtrager/Meixner 2006: 20ff) Lebensmittelkooperativen sind für jene KonsumentInnen geeignet, die weniger Geld

und mehr Zeit haben und für jene ProduzentInnen, die einen kleinbäuerlichen Betrieb erhalten wollen und die den Kontakt mit den KonsumentInnen nicht scheuen. Aber natürlich sind Lebensmittelle kooperativen nur eine von vielen Formen, stabile Beziehungen zwischen Konsumierenden und Produzierenden aufzubauen. Unabhängigkeit von globalen Märkten bedeutet nicht völlige Isolation oder Abkapslung von der Gesellschaft, sondern im Gegenteil stärkere Beziehungen, die demokratisch, vielfältig und gleichberechtigt gestaltet sind. Kooperativen sind ein Modell, das für die Landwirtschaft besondere Wichtigkeit hat, da Unsicherheiten minimiert werden und Auswirkungen auf Umwelt und Menschen stärker mitberücksichtigt werden.

## Quellenverzeichnis

- Ayres, Jeffrey/Bosia Michael J. (2011): Beyond Global Summitry: Food Sovereignty as Localized Resistance to Globalizations. In: *Globalizations*, Vol. 8, Nr. 1, 47-63
- Barnard, Alan/Spencer, Jonathan (2002): *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*. Routledge, London/New York
- Bettel, Sonja/Masoner, Anna (2012): Zwischen Selbsthilfe und Marktlogik - Genossenschaften als Alternative. Radiokolleg auf Ö1, 2.7.-5.7.2012
- Fischer, Margit (2012): Selbstbestimmung fängt beim Essen an! Die Wahrnehmung von Macht und Ohnmacht in einer Lebensmittelkooperative. unveröffentlichte Seminararbeit, Universität Wien
- Freyer, Bernhard (2012): Vorlesung Ernährungssouveränität, 24.04.2012. Universität für Bodenkultur
- Geertz, Clifford (1978): The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *The American Economic Review*. Nr. 68
- Helbling, Jürg (2011): Kommodifizierung. In: *Lexikon der Globalisierung*. Fernand Kreff, Eva-Maria Knoll, Andre Gingrich (Hg.): *Lexikon der Globalisierung*, transcript Verlag
- Jürgens, Karin (2010): Wirtschaftsstile in der Landwirtschaft. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* Nr. 5-6, 18-23
- Katz, Solomon H. (2008): The World Food Crisis. An Overview of the Causes and Consequences. In: *Anthropology News*, October 2008, 4-5
- Marchione, Tom (2008): A Time to Rethink the Global Food Regime. In: *Anthropology News*, October 2008, 5-6
- Ploeg, Jan Douwe van der (2010): The peasantries of the twenty-first century: the commoditisation debate revisited. In: *Journal of Peasant Studies*, Vol. 37, Nr. 1, 1-30
- Pöchtrager, Siegfried/ Meixner, Oliver (2006): Direktvermarktung in Österreich. Märkte - Vertriebswege - Fallstudien. Reader zum Seminar Direktvermarktung 2006. Universität für Bodenkultur, Wien
- Polanyi, Karl (2001) [1944]: *The Great Transformation*. Politische und ökonomische

Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen. Suhrkamp, Frankfurt am Main  
Rössler, Martin (2005): Wirtschaftsethnologie. Eine Einführung. Dietrich Reimer Verlag,  
Berlin

Streifeneder, Thomas Philipp (2009): Die Agrarstrukturen in den Alpen und ihre Entwicklung  
unter Berücksichtigung ihrer Bestimmungsgründe. (Diss.) München

Znoj, Heinzpeter (2006): Der gesellschaftliche und wissenschaftliche Kontext der Sozial-  
und Kulturanthropologie im 20. Jahrhundert: Die Peasant Studies. Online verfügbar (Stand  
6.4.2012)[http://www.anthro.unibe.ch/unibe/philhist/anthro/content/e297/e1386/e3808/e3810/  
linkliste3818/handout-3-08\\_ger.pdf](http://www.anthro.unibe.ch/unibe/philhist/anthro/content/e297/e1386/e3808/e3810/linkliste3818/handout-3-08_ger.pdf)

## Internetquellen

URL Agrarstruktur: [http://www.lebensministerium.at/land/produktion-  
maerkte/agrarstrukturheber.html](http://www.lebensministerium.at/land/produktion-maerkte/agrarstrukturheber.html) (Stand 14.06.2012)

URL Bestellung: <http://www.moehrengasse.at/polis/taxonomy/term/97> (Stand 28.05.2012)

URL Direktvermarktung: [http://www.lebensministerium.at/land/produktion-  
maerkte/Direktvermarktung/direktvermarktung.html](http://www.lebensministerium.at/land/produktion-maerkte/Direktvermarktung/direktvermarktung.html) (Stand 14.06.2012)

URL ProduzentInnen: <http://www.moehrengasse.at/produzentinnen/node/367> (Stand  
28.05.2012)

## Interviewverzeichnis

	<i>Datum</i>	<i>Dauer</i>	<i>geführt von</i>	<i>transkribiert von</i>
Andrea Mayer	9.5.2012	02:06:37	Margit Fischer	Margit Fischer
Andrea Mayer	23.6.2012	01:12:39	Margit Fischer	Margit Fischer
Lukas Jerosch	12.5.2012	01:32:23	Margit Fischer	Margit Fischer
Lukas Jerosch	9.7.2012	01:55:34	Margit Fischer	Margit Fischer
Peter Eckl	15.12.2011	00:49:31	Margit Fischer, Christina Grassnigg	Nicole Mussner, Margit Fischer
Martha und Erich Pucher	15.12.2011	01:19:17	Martina Pelikan, Nicole Mussner	Nicole Mussner, Margit Fischer
Franziskus Forster	21.01.2012	02:18:15	Margit Fischer, Christina Grassnigg	Martina Pelikan

