

Proseminar Arbeit
Qualitative Forschungsmethoden

**Warum nehmen die Mitglieder der Foodcoop Möhrengasse die Distribution
von Lebensmitteln selbst in die Hand?**

Christina Grassnigg

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Wien, 29.03.2012

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
1.1. Das Konzept Food Coop	3
2. Material	4
3. Analyse	4
3.1. Aspekt 1: Vertrauen	4
3.2. Aspekt 2: Umwelt.....	5
3.3. Aspekt 3: Bezug zur Natur.....	5
3.4. Aspekt 4: Selbstbestimmung.....	6
3.5. Aspekt 5: Sicherheit.....	7
3.6. Aspekt 6: Soziale Interaktion und Treffpunkt.....	7
3.7. Aspekt 7: Komfort.....	8
4. Zusammenfassung	8
5. Reflexion	8
6. Bibliographie.....	10
6.1. Onlinequellen.....	10
6.2. Interviews.....	10

1. Einleitung

Im Zuge unserer qualitativen Forschung im zweiten Wiener Gemeindebezirk haben meine Kolleginnen Martina Pelikan, Margit Fischer, Nicole Mussner und ich die Food Coop „Möhrengasse“ als unseren Fokus gewählt. Ich habe die Forschung an der Food Coop mit relativ wenig Vorwissen begonnen und bin aus heutiger Sicht verblüfft, dass viele meiner Vorannahmen nicht richtig waren. Überrascht haben mich vor allem der hohe Zeit- und Arbeitsaufwand, den die Mitglieder der Food Coop aufbringen, um das industrielle Nahrungsmittelsystem zu umgehen. Ebenso verband ich eine Kooperative, ohne jemals direkt damit in Berührung gekommen zu sein, mit einem starken Fokus auf gesundheitliche Aspekte, als auch Spiritualität. Grundsätzlich war mir aber der Unterschied zwischen dem Kauf von Produkten am nah gelegenen Karmelitermarkt und dem Beziehen von Nahrungsmittel über die Food Coop nicht klar. Mit vielen Unklarheiten startete ich also in das Projekt. Für mich hat Ethnographie durch die praktische Anwendung ein völlig neues Bild bekommen und ich möchte mit dieser Arbeit auch jene Menschen ansprechen, welche noch skeptisch gegenüber alternativer Nahrungsbeschaffung sind. Die für mich unbekannte Weise der Distribution war Auslöser die Motivation der Mitglieder zu untersuchen. Ich versuche nun auf wenigen Seiten in komprimierter Form meine Fragestellung zu beantworten: Warum nehmen die Mitglieder der Food Coop Möhrengasse, die Distribution von Lebensmitteln selbst in die Hand?

1.1. Das Konzept „Food Coop“

Die Food Coop definiert sich selbst folgendermaßen: „Wir sind eine Food Coop, also eine Lebensmittelkooperative. Das ist ein Zusammenschluss von Menschen die selbstorganisiert biologische Produkte direkt von regionalen Bauernhöfen, Gärtnereien und Imkereien bezieht. Dabei legen wir den Schwerpunkt auf den persönlichen Kontakt mit den Produzent*innen und das Wissen, dass die Lebensmittel ökologisch nachhaltig und sozial gerecht hergestellt werden.“ (URL 1)

Die „Möhrengasse“ besteht seit Februar 2011, derzeit gibt es 76 angemeldete Mitglieder in deren online Kommunikationssystem „Wiki“. Innerhalb der Mitglieder bilden Menschen mit akademischen Hintergrund die größte Gruppe, durch die Bemühungen die Nachbarschaft einzubinden stoßen vermehrt Familien als auch Menschen, die nicht aus dem studentischen Umfeld stammen, hinzu.

2. Material

Gestützt durch den theoretischen Input des Seminars konnten wir einen umfassenden Pool an Daten anlegen. Wir führten zahlreiche teilnehmende Beobachtungen, ero-epische Interviews, ethnographische Interviews als auch ExpertInnen Interviews durch und beteiligten uns aktiv bei allen Arbeitskreisen der Kooperative.

3. Analyse

Die Zeit der Analyse war ein sehr wichtiger Prozess um Abstand zum Feld zu gewinnen. Aufgrund zahlreicher Aktivitäten und viel investierter Zeit fühlte ich mich zunehmend als Teil der Kooperative. Durch die Konzentration auf gesammelte Daten konnte ich mein erworbenes Wissen und meine Erfahrungen ordnen und selektieren. Ich unterteile die Analyse der Motivation der Mitglieder in sieben Teilaspekte, da sie sehr vielschichtig ist. Folgend werde ich auf alle Motivationsaspekte näher eingehen.

3.1. Aspekt 1: Vertrauen

Die Situation von LandwirtInnen in Österreich ist aus verschiedenen Gründen sehr schwierig, durch eine gewinnorientierte Politik steigt der Druck auf kleine Höfe. Monokultureller Anbau im großen Stil wird vom Staat unterstützt, während kleinere Betriebe mit zunehmend mehr Auflagen zu kämpfen haben (vgl. Peter, 15.12.2011). Um den Druck auf kleinbäuerliche Betriebe nicht noch zusätzlich zu verstärken, verlässt sich die Food Coop nicht auf Zertifikate, sondern übernimmt die „Qualitätsprüfung“ selbst, indem sich die Mitglieder vor Ort ein Bild machen. Somit werden Zertifikate nicht als Indikator für die Hochwertigkeit der Produkte angesehen, LandwirtInnen wird so die Möglichkeit gegeben freier arbeiten zu können und nebenbei Vertrauen zu erhalten. Der direkte Kontakt zu Bauern und Bäuerinnen wird laut Anton oft idealisiert dargestellt, was vielen Mitgliedern auch bewusst ist. Nicht jedem Betrieb ist das Konzept einer Food Coop vertraut und manche befürchten dadurch einen unnötigen Mehraufwand einzugehen, da sie wissbegierigen KundInnen jederzeit Rede und Antwort stehen müssen. Eine weitere Sorge der LandwirtInnen ist die kontinuierliche Abnahme. Diese möchte die Kooperative durch eine fixe Mitgliederzahl erreichen. Im Sommer gestaltet sich diese Anforderung schwer, viele StudentInnen verlassen die Stadt in einer ernteintensiven Zeit.

Mitunter deshalb will die Kooperative durch eine Steigerung der Zahl der Mitglieder, welche aufgrund ihrer Familie eher an ihren Wohnort gebunden sind als StudentInnen ohne Familie, ausgleichen.

Durch so genannte „Speisereisen“ bekam ich die Kontaktaufnahme bzw. -pflege mit. Vorbereitet mit Fragen

und Infos zu den jeweiligen Höfen machte sich der Arbeitskreis „Speisereise“, also eine Gruppe von Interessierten auf den Weg. Teilweise ist den ProduzentInnen das Konzept der Food Coop bereits bekannt, einige davon sehen es als richtigen Schritt (vgl. Peter, 15.12.2011). Andere wiederum finden das Prinzip an sich gut, können sich aber mit der derzeitigen Umsetzung noch nicht anfreunden (vgl. Heidi und Michi, 15.12.2011). Bei einem Großteil der durchgeführten Interviews mit den Mitgliedern der Food Coop wurde der persönliche Kontakt als sehr wichtig eingestuft, jedoch teilweise der Wunsch geäußert diesen noch zu verbessern (vgl. Axel, 29.11.2011). Der Kontakt zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen hat für Felix einen wichtigen Stellenwert und er erwähnt in diesem Zusammenhang, dass es wichtig ist, Produkte nicht an einem „angelernten“ Preis zu messen, denn der Preis eines Produktes sagt seiner Meinung nach heute nichts mehr über dessen eigentlichen Wert aus. In Bezug auf Vertrauen wird von vielen Mitgliedern Frustration gegenüber großen Supermarktkonzernen geäußert. Produkte sind mit enorm viel Plastik verpackt, die Inhaltsstoffe kaum zu erkennen, das Angebot scheint riesig, dennoch schmeckt alles gleich schmeckt, meint zum Beispiel Hannes (vgl. Hannes, 18.11.2011). Er muss sich viel Zeit zum Lesen und Recherchieren nehmen, bis ihm klar ist, ob die angebrachten Gütesiegel auch für das stehen was sie versprechen (vgl. Hannes, 18.11.2011). Der Wunsch mancher Mitglieder den ProduzentInnen fixe Abnahmemengen zu garantieren entspringt der Überzeugung, dass sie diesen ihren Alltag durch kalkulierbare Verkaufszahlen im Gegensatz zur Laufkundschaft erleichtern können.

3.2. Aspekt 2: Umwelt

Die Kooperative funktioniert nicht nach kapitalistischem Marktprinzip, was auch viele Vorteile für die Umwelt beinhaltet. Sie kauft bei kleinen bäuerlichen Betrieben ein, wo der Anbau der gewählten Produkte nicht in großen Monokulturen erfolgt, bei welchen der Boden nachhaltige Schäden erhält. Um zu vermeiden, dass nicht verkaufte Produkte im Müll landen, bestellen die Mitglieder der Food Coop vorab online.

Der Transport erfolgt nicht mittels zahlreicher Vermittlungspersonen, das heißt, die Waren werden, bis auf die Ausnahme Kaffee, ausschließlich von lokalen ProduzentInnen (im Umfeld von 50 km) abgenommen. Selbst dabei bestehen die Mitglieder darauf, so viel als möglich mit dem Rad zu bewerkstelligen.

3.3. Aspekt 3: Bezug zur Natur

Der Kontakt zu LandwirtInnen ermöglicht den Mitgliedern einen Einblick in die saisonabhängige Produktpalette. Ein Teil der Mitglieder ist darauf bedacht, auch in der erntearmen Saison nur jenes Obst und Ge-

müsesorten zu sich zu nehmen, welche gerade Saison haben bzw. lagerfähiges Obst und Gemüse (vgl. Agnes; Alexandra, 2.12.2011). Die Mitglieder können derzeit ihren Lebensmittelkonsum durch die Kooperative nicht gänzlich abdecken. Jedoch ist allen spürbar wichtig, ihren Essalltag zu reflektieren. Die Food Coop ist mitunter ein Grund, die Ernährung oder gewisse Gewohnheiten umzustellen. Florian erwähnt, dass er aufgrund des besseren Geschmacks seine persönliche Produktpalette lieber einschränkt, weil er bei Lokalem noch genießen kann. Der Wissensaustausch untereinander und der Wille sich saisonal, lokal und ökologisch zu ernähren ist ein gemeinsames Ziel, welches unter anderem zu einem stärkeren Bezug zu den Produkten führt. Entgegen meiner Vorannahme wurde ein Verzicht von den Interviewten nicht angesprochen, im Gegenteil war von einem neuen Bewusstsein die Rede (vgl. Alexandra, 2.12.2011; Hannes, 18.11.2011).

3.4. Aspekt 4: Selbstbestimmung

„Grade beim Essen find ich das besonders, also geht mir das besonders nahe, dass ich eigentlich wissen möchte, wo kommt meine Nahrung her, wer hat das in der Hand gehabt, wie ist das auch behandelt worden“

(vgl. Agnes, 26.11.2011). Die Möglichkeit das System selbst mitzugestalten, ist eine wichtige Komponente, es beinhaltet nicht nur Entscheidungen innerhalb der Gruppe, sondern auch die Möglichkeit über eigene Geldflüsse zu bestimmen und deren Auswirkung verfolgen zu können (vgl. Axel, 29.11.2011). Felix beschreibt die Food Coop als „Bühne für soziale Experimente“, Alexandra als „soziale Skulptur“. Dabei beziehen sie sich beispielsweise auf die Verwaltung der Kassa aller Mitglieder, jedeR ist verantwortlich für die eigene Bezahlung und Abwägung der Lebensmittel, denn oft kommen Produkte nicht bereits portioniert verpackt (vgl. Felix, 20.11.2011). Im Rahmen der Diskussionskultur ist diese Offenheit, ein System selbst zu gestalten ebenso sichtbar. Plena funktionieren konsensorientiert als auch basisdemokratisch, dies benötigt einen gemeinsamen Lernprozess und ein ständiges aushandeln da viele Menschen diese Konzepte nicht kennen (vgl. Felix, 20.11.2011).

„(...) und das ist für mich das Entscheidende und deshalb ist es für mich absolut das Wichtigste an der Food Coop, dass wir die aussuchen die Produzenten, dass wir ne Transparenz haben, wer das ist, und dass ein Kontakt (...) und wiederum eine Verbindlichkeit besteht“ (vgl. Axel, 29.11.2011). Die angesprochene Transparenz ist angebunden an das Konzept der Ernährungssouveränität. Dies bedeutet im Falle der Food Coop, selbst über die Wahl, Herstellung und Vermarktung von Produkten entscheiden zu können und nicht von großen Maschinen abhängig zu sein (vgl. Monika).

3.5. Aspekt 5: Sicherheit

In vier Interviews und einigen nicht aufgezeichneten Gesprächen wurde uns Ungewissheit in Bezug auf die Zukunft unseres Wirtschaftssystems als Motiv genannt. Die Food Coop stellt in diesem Kontext für einige eine Art Sicherheit dar. Mir wurden keine konkreten Krisenszenarios genannt, es wurde jedoch unter anderem vom „Ende des Geldes“, „Zerfall“, oder „Kriegsausbruch“ gesprochen (vgl. Hannes 18.11.2011; Agnes, 26.11.2011; Alexandra, 2.12.2011 ;Paul). Es gibt wenig Vertrauen in die Politik, bei einem Großteil der Interviewten gilt vorrangig selbst zu agieren also „selbst Politik machen“ (vgl. Paul). Die Mitglieder schaffen sich durch zahlreiche Kontakte und verschiedenstes Faktenwissen einen wichtigen Grundstock, auf welchen „im Falle“ einer tatsächlichen Krise zurückgegriffen werden kann (vgl. Agnes, 26.11.2011; Alexandra, 2.12.2011). Das Vertrauen vieler Mitglieder in das selbst geschaffene System wurde für mich dadurch unterstrichen, dass sie es als Anhaltspunkt in Zeiten der Krise verstehen. Die Gewissheit, selbst ein System erschaffen und konstant verändern, verbessern und beobachten zu können, ist nicht nur für jene Mitglieder ein Beweggrund, welche von Beginn an aktiv sind. Auch jene Mitglieder, welche nach der Gründungsphase einstiegen sind, haben die Möglichkeit das System zu verändern.

3.6. Aspekt 6: Soziale Interaktion und Treffpunkt

Eine Reihe an Aktivitäten wird von den Mitgliedern der Kooperative entweder in den jeweiligen Arbeitskreisen, oder auch von allen Interessierten durchgeführt. Die Teilnahme ist unverbindlich, es stellte sich jedoch heraus, dass sich ein gewisser Grundstock an aktiven Menschen entwickelt. Ein Mitglied beschrieb dies ganz gut, „dann hab ich mich einmal eingetragen für eine Aktion und plötzlich war ich voll dabei“ (FTB, 03.03.2012). Wöchentlich gibt es zahlreiche Möglichkeiten sich im Rahmen der Kooperative zu engagieren. Die Bereitschaft etwas für das Gemeinwohl zu tun, schätze ich als sehr hoch, die Motivation innerhalb der Kooperative ist laut Lisa-Maria unvergleichbar mit jener des Arbeitens in einem fixen Job (FTB, 10.12.2011). Die aufgewendete Zeit wird von Paul nicht als Hobby oder Verlust gesehen, es ist für ihn eine „super genützte brauchbare Zeit“. Viele Mitglieder wünschen sich, auch ältere Menschen und vermehrt Familien einzubinden. Dabei soll auch die Nachbarschaft gestärkt und erfahren werden (vgl. Paul, 11.12.2011; Hannes, 18.11.2011). Hannes spricht auch die Vernetzung zwischen den Food Coops untereinander an, er empfindet den Austausch als „ganz wichtig und zentral“ (vgl. Hannes, 18.11.2011).

3.7. Aspekt 7: Komfort

Der Ausstieg aus konventionellem Konsum hat für die Mitglieder auch einige praktische Gründe. Das mühsame Anstellen bei der Kassa oder geregelte Öffnungszeiten fallen komplett weg (vgl. Alexandra, 2.12.2011). Ein Großteil der Mitglieder schätzt den persönlichen Kontakt im Gegensatz zur Anonymität in Supermärkten. Neben der großen Thematik Essen, gibt es auch zahlreiche andere Ideen für Projekte welche die Gemeinschaft stärkt. So etwa gemeinsam für die Nachbarschaft zu kochen, Filmeabende zu veranstalten, ReferentInnen einzuladen oder Wissen auszutauschen. Einige Mitglieder sehen die Food Coop als fixes Zentrum, welches in stetigem Wachstum und Umbau ist (vgl. Alexandra, 2.12.2011). Um reibungslos zu funktionieren braucht es bei allen Aktivitäten eine gewisse Regelmäßigkeit erklärt Hannes. Er meint, dass sich das mit der Zeit ergibt und die Food Coop Teil des Alltags wird. Meine Vorannahme, dass die Mitglieder der Food Coop zeitlich große Einbuße leisten müssen, wurde nicht bestätigt. Da alle Arbeitsschritte im Sinne des Gemeinwohls getätigt werden, ist laut den Aussagen der Mitglieder die Motivation da, auch mehr Energie hineinzustecken als normalerweise an einem Arbeitsplatz gefordert wäre.

4. Zusammenfassung

Ein sehr prägender und mich ständig begleitender Aspekt während der Forschung war jener der Veränderung. Die Mitglieder wollen aufzeigen, dass Veränderung im persönlichen Umfeld starten kann. Der Wunsch eine Food Coop in jedem Bezirk zu haben und „dann schön langsam immer mehr“ wurde von allen Interviewten als Aufgabe für die Zukunft beschrieben. Die Möhregasse sieht sich selbst als funktionierendes Beispiel eines anderen Distributionskonzeptes, eine Möglichkeit das Marktsystem zu umgehen und einen Schritt in die richtige Richtung zu setzen um andere auch davon zu überzeugen, dass es im Grunde einfach ist gemeinsam Veränderung zu schaffen.

5. Reflexion

In die bestehende Gruppe wurden wir als ForscherInnen bereits zu Beginn offen, wenn auch von einigen zunächst etwas vorsichtig aufgenommen. Viele der Mitglieder verfügen über akademischen Hintergrund und waren daher vielleicht überrascht, plötzlich in die Situation zu gelangen, Teil der Beforschten zu sein. Es war jedoch umso schöner mitzuverfolgen, wie rasch wir als Gruppe akzeptiert bis teilweise völlig involviert und als Teil angesehen wurden. Interviews stärkten unseren Bezug sehr wesentlich, da bei den gemeinsamen Ak-

tivitäten oft keine Zeit für den Austausch persönlicher Aspekte blieb. Die „Möhrengasse“ ist eine sehr junge Food Coop und zeichnet sich für mich, wie bereits oben angeführt, durch ständige Veränderung aus. Dies hat unsere Forschung gezeichnet, da die Gruppe für Neues sehr offen war und unsere Ideen ebenso als gleichwertige Beiträge zur Verbesserung des Konzeptes sah. Es war für uns als Gruppe sehr leicht Zugang an regelmäßigen Aktivitäten zu gelangen, da diese auch ohne uns existierten. Ich verstand mich während der letzten Monate zunehmend als Teil der Gruppe, da dies auch von den TeilnehmerInnen so kommuniziert wurde. Ich war mir daher oft nicht sicher, ob ich im Stande bin, die nötige Distanz zu wahren um kritikfähig zu bleiben. Die Kombination zwischen dem Austausch in unserer Forschungsgruppe, dem Seminar und dem Anwenden im Feld hat für mich einen guten Kreislauf gebildet. Der wöchentliche Input half mir zu experimentieren. Auch bezüglich meiner Interviewtechnik bekam ich viele Anregungen. Ich konnte verschiedenste Stadien und Zugänge des Forscherin-Seins erleben und war darauf bedacht meine Reflexionen sofort zu Papier zu bringen. Für mich war es besonders spannend meine Vorannahmen nach einiger Zeit zu lesen.

Die Interviews empfand ich zu Beginn als eine große Hürde, teils war ich nervös, da ich mich darauf konzentrieren musste, keine Suggestivfragen anzuwenden und Fragen klar zu formulieren. Durch die Anwesenheit einer zweiten Interviewerin jedoch ging es relativ schnell mich zu verbessern. Die Möglichkeit des Nachfragens gab mir Sicherheit, sodass ich auch auf vorbereitete Leitfäden verzichten konnte. Die Qualität der Interviews wurde von Mal zu Mal besser, ebenso nahm deren Dauer zu, dies hat mich besonders bei jenen InterviewpartnerInnen gefreut, welche vorab einen sehr engen Zeitrahmen ankündigten. Sehr oft waren die Interviewten beim Erzählen von der Food Coop und ihren Kritikpunkten am Supermarkt-System spürbar in ihrem Element, sodass der Zeitrahmen ganz vergessen wurde. Hinzuzufügen ist jedoch, dass fast alle Interviewten uns gegenüber sehr positiv eingestellt waren und vielleicht deshalb darum bemüht waren, sehr ausführlich zu erzählen. Ich bin sehr dankbar, dass wir mit unserem Anliegen so freundlich angenommen wurden und dadurch rasch Zugang fanden.

Innerhalb meiner Vierer-Gruppe gab es ebenso regen Austausch, da wir alle an der Thematik sehr interessiert waren. Täglich gab es neue Ideen oder Fragen und unzählige Mails. Es war für mich eine sehr wertvolle Erfahrung wie viel wir als Gruppe erreichen können. Somit wurde die Forschung durch den fruchtbaren Austausch in der Gruppe getragen. Ich freue mich meine Arbeit mit dem guten Gefühl beenden zu können, dass ich sehr viel gelernt habe und weiterhin regelmäßig ins Feld zurückkehren werde.

6. Bibliographie:

6.1. Online Quellen:

URL 1: <http://www.moehrengasse.at/foodcoop.html>. 2. Februar 2012

6.2. Interviews:

Peter:

Exp 02. 2011. Interview mit Margit Fischer, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 15.12.2011, 49:31.

Heidi und Michi:

Exp 03. 2011. Interview mit Martina Pelikan, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 15.12.2011, 1:19:17.

Anton:

Exp 04. 2011. Interview mit Christina Grassnigg, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 21.01.2012, 2:18:45

Agnes:

Möhre 04. 2011. Interview mit Nicole Mussner, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 26.11.2011, 01:13:07.

Alexandra:

Möhre 07. 2011. Interview mit Christina Grassnigg, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 2.12.2011, 01:44:22.

Tanja:

Möhre 03. 2011 Interview mit Nicole Mussner, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 25.11.2011, 01:31:34.

Felix:

Phillipp. 2011. Interview mit Nicole Mussner, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 20.11.2011, 01:05:09.

Hannes:

Möhre 01. 2011. Interview mit Christina Grassnigg, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 18.11.2011, 45:10.

Axel:

Möhre 05. 2011. Interview mit Margit Fischer, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 29.11.2011, 01:34:22.

Monika:

Möhre 08. 2011. Interview mit Martina Pelikan, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 7.12.2011, 1:08:58.

Paul:

Möhre 09. 2011. Interview mit Nicole Mussner, in qualitative Forschungsmethoden. Wien 11.12.2011, 1:20:50