

Proseminar-Arbeit
Qualitative Forschungsmethoden

Mag.a Gertraud Seiser

Mag. Franz Graf

Motivation „Foodcoop“:
Warum nehmen die Mitglieder der Foodcoop Möhrengasse die Distribution von
Lebensmitteln selbst in die Hand?

Nicole Mussner



Kultur- und Sozialanthropologie

Wien, 21.02.2012

Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung	S. 3
2. Kontext	S. 4
3. Material	S. 4
4. Analyse und Ergebnisse	S. 5
4.1. Umwelt	S. 6
4.2. Selbstbestimmung	S. 7
4.3. Politische Aspekte	S. 8
4.4. Sicherheit und Vertrauen	S. 9
4.5. Soziale Aspekte	S. 9
4.6. Praktische Gründe – Persönliche Anschauungen	S. 10
5. Conclusio	S. 11
6. Danksagung	S. 11
7. Interviewverzeichnis	S. 12
8. Internetseiten	S. 12

„(...) also von der Stimmung her war es halt so extrem erbauend weil man so viele Menschen getroffen hat die in dem Bereich irgendwas Ähnliches interessiert hat und man hat halt schon gemerkt, dass da was entstehen kann, also dass man da einen Punkt findet wo man sich trifft, ja.“

(Int. 01: S. 1)

1. Einleitung:

Im Rahmen des Proseminars „Qualitative Forschungsmethoden“ habe ich in Zusammenarbeit mit meinen drei Kolleginnen, Christina Grassnigg, Margit Fischer und Martina Pelikan die Foodcoop „Möhrengasse“ in der Großen Mohrengasse 25/b, im zweiten Bezirk Wiens, untersucht.

Eine Foodcoop ist eine Lebensmittelkooperative, ein Zusammenschluss von Menschen zum Zweck des gemeinsamen Einkaufens. Die Mitglieder der Möhrengasse definieren „Foodcoop“ folgendermaßen: „Wir sind eine Foodcoop, also eine Lebensmittelkooperative. Das ist ein Zusammenschluss von Menschen, die selbstorganisiert biologische Produkte direkt von regionalen Bauernhöfen, Gärtnereien und Imkereien beziehen. Dabei legen wir einen Schwerpunkt auf den Kontakt mit den ProduzentInnen und das Wissen, dass die Lebensmittel ökologisch nachhaltig und sozial gerecht hergestellt werden.“ (Web1, 2012)

Kurz nachdem wir das Konzept der Foodcoop besser verstanden und uns auch mit dessen WIKI-System im Internet vertraut gemacht hatten, wunderten wir uns zunächst, warum diese Personen so viel Zeit und Engagement für das Thema „Essen“ aufopfereten. Aus dieser Verwunderung sind wir dann zu unserer Fragestellung gekommen, die nun folgendermaßen lautet:

„Warum nehmen die Mitglieder der Foodcoop Möhrengasse die Distribution von Lebensmitteln selbst in die Hand?“.

In unserer Forschung interessierten wir uns für die Motivationen, die in den Mitgliedern stecken, bei so einem Projekt aktiv mitzuwirken. Einige Hypothesen von möglichen Motivationen hatten wir bereits vor dem Beginn der Forschung im Kopf. Tatsächlich wurden einige davon bestätigt, doch mit intensiver teilnehmender Beobachtung, Interviews und (eropenische) Gespräche, konnten wir noch weitere Motivationen und Gründe erfahren.

Kurz noch einige Worte zum Aufbau der Arbeit. Ich werde zunächst das Material vorstellen, dann auf die Analyse und die Ergebnisse eingehen, wobei die verschiedenen Hauptmotive näher erklärt werden. Anschließend werde ich eine Reflexion über den Verlauf der Forschung durchführen und in der Conclusio noch eine kurze Zusammenfassung der Ergebnisse geben.

2. Kontext:

Die Foodcoop „Möhrengasse“ hat ihren Sitz im zweiten Bezirk Wiens, in der Großen Mohrengasse 25/b und zählt derzeit ca. 50-60 Mitgliedern. Die Mitglieder sind vorwiegend StudentInnen mit einem künstlerischen oder sozialwissenschaftlichen Background. Die meisten StudentInnen kommen aus Österreich und Deutschland und sind zwischen 20-30 Jahre alt. Dennoch unterscheidet sich die „Möhrengasse“ von den anderen Foodcoops in Wien dadurch, dass sie einen großen Wert auf die Heterogenität der Gruppe legen. Aus diesem Grund sind auch Personen dabei, die bereits über 30 Jahre alt sind, einen Beruf haben und evtl. auch schon Familie. Die Mitglieder leben vorwiegend im zweiten Bezirk, somit haben die meisten nicht mehr als 20 Minuten Fußweg zu ihrer alternativen Einkaufsmöglichkeit.

Strukturell ist die Foodcoop in verschiedenen Arbeitskreisen eingeteilt (Bsp. AK Essen Jetzt, AK Ladendienst usw.). Die Mitglieder können sich individuell einem oder mehreren Arbeitskreisen zuteilen und dort mitarbeiten. Innerhalb der AK-Gruppe werden auch Entscheidungen getroffen, die in den Plena, welche alle zwei Wochen stattfinden, präsentiert und basis-demokratisch ausdiskutiert werden.

Die Stimmung innerhalb der Gruppe „Möhrengasse“ habe ich immer als sehr positiv erachtet. Die Mitglieder haben uns jederzeit sehr nett aufgenommen und wir fühlten uns bald Teil davon.

3. Material:

Das Material, welches wir als Gruppe gesammelt haben, schließt sowohl Feldnotizen aus teilnehmender Beobachtung, nicht-standardisierte Interviews, ero-epische Gespräche, Fotos, Informationsblätter als auch gesundes, biologisches Gemüse mit ein.

Der Kern unserer Forschung bestand darin, dass wir bei den verschiedenen Aktivitäten der Foodcoop selbst aktiv beteiligt waren. So zum Beispiel beim Ladendienst, bei Plena, Speisereisen, kreativen Jam Sessions, bei der Einweihungsparty, verschiedenen AK Sitzungen, Vernetzungstreffen mit anderen Foodcoops in Wien, Veranstaltungen über landwirtschaftliche Themen usw. Wir waren somit für die Monate Oktober 2011 bis Jänner 2012 auch selber Mitglieder der Gruppe. Insgesamt haben wir mehr als 100 Stunden im Feld verbracht.

Einen weiteren wichtigen Teil unserer Forschung stellten die Interviews dar. Methodisch haben wir mit nicht-standardisierten Interviews gearbeitet, die zu zweit geführt wurden. Insgesamt wurden 14 Interviews gemacht, wobei eines davon ein Gruppeninterview war. Von diesen 14 Interviews wurden 9 mit Mitgliedern der Foodcoop gemacht, 2 mit ProduzentInnen, 1 mit einer Angestellten der MA49, 1 mit einem Experten von AgrarAttac und 1 mit einer externen Person, die sich für das Thema Ernährung sehr interessiert. Die Mitglieder der Foodcoop, mit denen wir am meisten Kontakt hatten, waren und sind vorwiegend Studenten, aus einem künstlerischen und sozialwissenschaftlichen Kontext. Jedoch, wie bereits oben erwähnt, ist die Foodcoop „Möhrengasse“ eine relativ heterogene Gruppe, darum haben wir auch die Möglichkeit gehabt eine Kindertagesstättenbetreuerin, eine Webdesignerin und einen Filmarchitekten zu befragen.

Um die Anonymität der ForschungspartnerInnen zu gewähren, werde ich in dieser Arbeit nicht die richtigen Namen verwenden. Um die Lesbarkeit dieser Arbeit zu erleichtern, werde ich nicht die in unserem Material benützte Codes „MöhreX“ verwenden, sondern erfundene Namen.

Eine weitere Methode war die online teilnehmende Beobachtung am Wiki-System, die Plattform der Foodcoop Möhrengasse, welche als Kommunikationstool aktiv verwendet wird. Durch die Plattform werden Ideen für das nächste Plenum gesammelt, Bestellungen gemacht, Doodles für Terminvereinbarungen eingerichtet, Termine im Kalender eingetragen, Fotos der Speisereisen veröffentlicht. Weiters werden Protokolle der jeweiligen Plena und Berichte der Speisereisen abgespeichert. Kundgebungen der Arbeitskreise werden zugänglich gemacht und Allfälliges über das Thema „Essen“ wird verbreitet.

4. Analyse und Ergebnisse:

In diesem Kapitel möchte ich auf die Ergebnisse eingehen, welche die Beantwortung der Forschungsfrage ermöglichen.

Die Motivationen der Foodcoop-Mitglieder, bei diesem Projekt mitzuwirken sind unterschiedlich und dennoch überlappen sie sich.

Die Punkte, die sich während unserer Forschung herausgebildet haben, können mit folgenden Operationalisierungsbegriffen betitelt werden:

- Umwelt
- Selbstbestimmung
- Politische Aspekte
- Sicherheit und Vertrauen
- Soziale Aspekte
- Praktische Gründe/Persönliche Anschauungen

Diese Überbegriffe haben noch weitere Unterkategorien, die bei den Mitgliedern als Motive aufgegriffen werden.

In den folgenden Unterkapiteln werde ich nun in verschiedenen Schritten, die jeweiligen Motive analysieren und mit Zitaten untermauern.

4.1. Umwelt:

Der Schutz der Umwelt spielt bei diversen Mitgliedern der Foodcoop eine wichtige Rolle.

Diese Einstellung „*im Einklang mit der Natur [sein]*“ (Int. 07: S. 2) wird bereits anhand der verwendeten Fortbewegungsmittel aller Mitglieder betont. Durch die teilnehmende Beobachtung konnten wir erfahren, dass vorwiegend das Fahrrad verwendet wird. Demnach erfolgte auch unsere Speisereise zur Gärtnerei „Gin“ und zum Biobauernhof „Pölzer“, am 28.10.2011, mit dem Fahrrad.

Agnes erzählt uns, dass die Mitglieder sich im Allgemeinen des Fahrrades bedienen oder überhaupt zu Fuß gehen.

Florian hingegen geht es mehr darum Erdöl zu sparen und auf die herkömmlichen Transportsysteme zurückzugreifen.

In einem späteren Interview erzählt Agnes, dass die ProduzentInnen „(...) *maximal 50 km weit entfernt*“ (Int. 04: S. 4) sein sollten.

Im selben Interview unterstreicht Agnes öfters die Bedeutung von Nachhaltigkeit auf verschiedenen Ebenen, so sagt sie: „(...) *dass die nachhaltige Wirtschaft, also ahh so zu beziehen, zu transportieren, eben so nah und so und so umweltschonend wie möglich, dass es eben wirklich nachhaltig ist, dass man das eben hundert oder tausend Jahre weiter machen könnte, ohne dass (...) davon, ein Schaden entsteht..*“ (Int. 04: S. 4)

Die Lebensmittel werden von den verschiedenen Abholstellen mit Lastenrädern abgeholt. Falls sie dann immer noch zu weit weg sind, dann kümmert sich Axel darum, denn er besitzt ein Elektroauto. Er beschäftigt sich nebenbei auch mit erneuerbarer Energie. In seinem Wohnhaus wurde u.a. auch eine gemeinschaftliche Biotonne eingeführt und in Italien produziert er mittels einer eigenen Solaranlage die gleiche Strommenge, die er gewöhnlich in Wien verbraucht. Er ist somit nicht nur Stromkonsument, sondern auch Stromproduzent. Umweltschutz hat auch etwas mit Recycling zu tun und in der Foodcoop hat er: *„(...) das Altholz aus unserem Filmdreh gleich verwendet für den Regalbau, also das war so ein kleiner Anfang von ersten Recyclingversuch.“* (Int. 05: S. 7).

„(...) in einem normalen Supermarkt, komme ich mir vor, wie wenn ich durch eine Plastikwelt laufe (...)“ (Int. 05: S.11) äußert Axel und erzählt weiter, dass er sich immer gefragt hat: *„(...) warum gibt es nicht [einen Bioladen], wo die Nudeln in einer Schütte aus Holz sind und nicht verpackt in Packerl?“* (Int. 05: S. 10). Auch von Hannes wird die Plastikthematik im Supermarkt angesprochen: *„(...) jetzt da ist ein Feld und da wächst das, das hat mit dem überhaupt nichts mehr zum Tun, das ist alles in Plastik eingepackt.“* (Int. 01: S. 3)

Eine interessante und etwas spirituellere Aussage macht Felix: *„Meiner Meinung nach, gibt's auch die Qualitäten ob's, wie's den Tieren und Pflanzen geht (...)“* (Int. 02: S. 5)

4.2. Selbstbestimmung:

Unter diesem Punkt ist vor allem der Begriff der „Ernährungssouveränität“ zu verstehen, der immer wieder aufgegriffen wird und für die meisten eine Art Recht ist, also Selbstbestimmung, was auf dem Tisch landet. Genauer jedoch ist „Ernährungssouveränität“, wie uns Monika berichtet *„(...) ein neues Paradigma, oder eine neue Möglichkeit, wie unser Agrar- und Lebensmittelsystem demokratisch gestaltet sein könnte, ähm, da dabei geht's halt ganz stark (...) [darum] dass (...) alle selbst bestimmen können, wie die Lebensmittel produziert werden, ähm, vertrieben werden und konsumiert werden. Also, dass das jetzt nicht von einem Konzern bestimmt wird, sondern dass die Menschen das wirklich selbst bestimmen können.“* (Int. 08: S. 5).

Eine wichtige Motivation für Agnes in eine Foodcoop einzutreten, hat auch mit Selbstbestimmung zu tun, indem sie dies folgendermaßen argumentiert: *„Mir hat die Idee gut gefallen ähm, (...) die so Nahrungsbeschaffung selbst in die Hand zu nehmen, also*

Nahrungssouverenität. Sozusagen, Selbstständigkeit bei der Beschaffung (...)“ (Int. 04: S. 1)

Bei Axel tritt die Selbstbestimmung in Form eines von ihm öfters thematisierten Geldfluss vor. Er will selbst entscheiden, wem und wofür er sein Geld ausgibt: *„(...) mich interessiert, vor allem das mit dem Geldfluss, dass ich sage, ich möchte selber bestimmen und damit habe ich wirklich, also ich möchte den Begriff Macht nicht negativ mehr nehmen, sondern ich möchte ihn positiv verwenden. Also Macht heißt einfach, äh, ich entscheide wem ich mein Geld gebe .., ähm, damit ich ihm die Macht gebe, so zu produzieren wie ich das gut finde, ich kann da mit bestimmen.“* (Int. 05: S. 7).

Diese Selbstbestimmung widerspiegelt sich auch dadurch, dass die Foodcoop selbst ihre ProduzentInnen aussucht und selbst entscheidet, was im Laden gelagert wird. Alle Organisationskomponenten werden basis-demokratisch innerhalb der Gruppe besprochen. Jeder hat Mitsprache- und Vetorecht.

4.3. Politische Aspekte

„(...) also der Hauptgrund ist eigentlich für mich, ähm, politisch motiviert. Also, dass ich einfach will, dass sich das System ändert und, und die Foodcoop ist halt so irgendwie der praktische Teil auch von der politischen Arbeit, wo ich sagen kann, doch schau her, es geht doch auch anders.“ (Int. 08: S.8), teilt uns Monika in einem Interview mit. Sie will etwas auf einer höheren Ebene verändern, eine Alternative, eine Antwort zum ausbeuterischen kapitalistischen System. Es geht nicht nur um Konsum, sondern darum, dass *„Konsum und Produktion und Verteilung gesellschaftlich demokratisch geregelt sind (...). Und (...) den Nahrungsmittel mehr Wert beizulegen, und das passt einfach nicht im Profit.“* (Int. 08: S. 9).

Bei einigen Menschen mehr, bei anderen weniger stark, aber die politische Komponente spielt für alle Mitglieder eine maßgebliche Rolle.

Die Mitglieder der Foodcoop sehen ihr Projekt vor allem als positive Alternative zur Umgehung des herkömmlichen Marktsystems. Der Supermarkt wird von Allen, soweit es geht, vermieden. Hannes stellt fest, dass es im Supermarkt *„(...) mühsam [ist] wenn man überall lesen muss und die das alles so verschleiern und kommt da her und dann steht das auf dem Etikett und auf dem anderen aber nicht und also, diesen Regalen steht das und dann stimmt das überhaupt nicht überein und so Geschichten. Ich fühle mich so verarscht dann einfach.“* (Int. 01: S. 8).

Für Tanja und Felix sind auch die Art von Qualitäten wichtig, wie es den ProduzentInnen dabei geht. Tanja findet es ärgerlich „(...) was für Konditionen die [Bauern und Bäuerinnen] von den Supermärkten kriegen, das was sie da halt einreichen müssen, wie das Gemüse aussehen muss, und (...) was sie auch für Sorten produzieren dürfen (...)“ (Int. 03: S. 11).

Die Lebensmittelindustrie wird von allen sehr stark hinterfragt. Innerhalb der Gruppe wird ein gemeinschaftliches Bewusstsein für eine „Solidarökonomie“ (Int. 08: S. 10) eindeutig vertreten.

4.4. Sicherheit und Vertrauen

In der Foodcoop wird auf Vertrauen Wert gelegt. Sowohl Vertrauen in der Gruppe als auch Vertrauen zwischen Foodcoop und ProduzentInnen. Dies ist somit auch Basis für Sicherheit.

Die Foodcoop verlangt von den jeweiligen ProduzentInnen, von denen sie die Lebensmittel beziehen, kein Zertifikat, dafür, dass die Waren biologisch angebaut werden. Durch den direkten Kontakt mit den Bauern und Bäuerinnen entsteht ein Vertrauen, das ein solches Zertifikat erübrigt: „(...) [wir] gucken, dass es biologisch produziert ist, aber das nicht heißt, dass es ein Zertifikat haben muss, sondern da wir ja den direkten Kontakt suchen und einfach angucken, wie die Leute das machen (...).“ (Int. 03: S. 11). Aus diesem Grund hat zum Beispiel Peter großes Vertrauen in der Qualität der Lebensmittel, die er durch die Foodcoop beziehen kann, weil alles „zurückverfolgt werden kann“ (Int. 11).

Diesen Kontakt mit den ProduzentInnen sehen einige Mitglieder der Foodcoop auch als mögliche Sicherheit im Fall einer zukünftigen Weltwirtschaftskrise. Agnes argumentiert: „(...) es kann nie schaden, sozusagen die Quellen der Nahrung direkt zu kennen (...) wenn einmal so die globalen Dinge nicht mehr so gut funktionieren (...)“ (Int. 04: S. 5).

Zu diesem Punkt, finde ich folgende Aussage passend: „Der Mensch an sich, (...) an den glaube ich. (...) Das heißt, das Schwierige im (...) ökologisch sein zu können, liegt in der Glaubensfrage an die Menschen.“ (Int. 05: S. 16).

4.5. Soziale Aspekte

Die Foodcoop soll abseits von der Essensbeschaffung auch eine Art „gesellschaftliches Zentrum schaffen“ (Int. 01: S. 3) und ein „Netzwerk als Vermittlung zwischen Produzenten und Konsumenten“ (Int. 01: S. 4). Für Alexandra ist die Foodcoop so etwas wie eine „soziale

Skulptur“ (vgl. Int. 07) und somit eine Möglichkeit für die Öffnung des zweiten Bezirks in Form einer Dorfgemeinschaft. (vgl. Int.07: S. 2).

„[Es ist einfach] interessant (...), wie Leute zusammenarbeiten, die aus unterschiedlichen, .. äh Richtungen kommen und unterschiedliche Hintergründe haben.. und, dass man da sehr viel lernen kann, einfach so, auch kommunikationstechnisch, so.“ (Int. 06: S. 1), teilt uns Florian mit. Auch Hannes bestätigt das Potential der Gruppe, indem er sich an das erste Treffen zurückerinnert: „(...) es sind voll viele Ideen einfach zusammengekommen und gleichzeitig voll viel Kompetenzen und das war einfach so extrem motivierend.“ (Int. 01: S. 12).

Die Mitglieder der Foodcoop legen viel Wert auf eine basis-demokratische Kommunikationskultur und auf Toleranz und Respekt zwischen den Mitgliedern. Paul findet es gut, dass: „[Die Leute] einfach so tolerant [sind] (...) im Umgang mit andere Meinungen. (...) dass da Platz für jeden ist und dass jetzt, ich sag einmal dass man ja niemanden kritisiert, also ja.“ (Int. 09: S. 2).

Felix und Axel finden es interessant, wie sich die prozessuale Entwicklung einer solchen autonomen Gruppe entfaltet. Felix meint, die Foodcoop sei „ein bisschen ein Experimentierfeld für ah, demokratische Prozesse und Gruppenprozesse (...)“ (Int. 02: S. 1). Dazu ist eine Lern-komponente immer miteinbezogen, dass wir selbst als Externe bestätigen können. Viel Neues konnten wir in den sozialen Abläufen der Foodcoop lernen.

Ein Mitglied der Foodcoop definiert alle Prozesse, der Nahrungssuche, -beschaffung, -zubereitung und -aufnahme als „sozial gefüllt“ (vgl. Int. 05: S. 12) und dieser soziale Austausch zwischen den Mitgliedern der Gruppe selbst und mit den ProduzentInnen ist somit ein „Gewinn auf der menschlichen Ebene“ (Int. 04: S.5).

4.6. Praktische Gründe – Persönliche Anschauungen

In diesem Kapitel werden Themen behandelt, wie zum Beispiel die Leistbarkeit bei einer Foodcoop mitzuarbeiten. Die Waren, die man in der Foodcoop einkaufen kann, sind nicht teurer als in Bioläden oder „dass wir so eins zu eins diesen Preis an die Mitglieder weiter geben können ist es (...) teilweise sogar günstiger als im Bioladen.“ (Int. 04: S. 4).

Auch die Gesundheitskomponente spielt in der persönlichen Anschauung eine Rolle, jedoch wird diese Thematik bei den meisten Mitgliedern nicht als Hauptgrund definiert.

Lächelnd bestätigt uns Florian, dass er es vor allem sehr praktisch findet bei der Foodcoop dabei zu sein, weil er gleich im Nebenzimmer des Ladens wohnt und arbeitet: „*Einkaufen ist sehr viel leichter geworden.*“ (Int. 06: S. 5). Ein weiterer Grund für ihn, bei der Foodcoop die Lebensmittel zu beziehen ist „*Weil es besser schmeckt!*“ (Int. 06: S.5). Geschmack und Genuss sind folglich auch ein Kriterium.

Tanja genießt es, sich für das Thema „Essen“ Zeit zu nehmen und nicht diesen Stressfaktor „Supermarkt“ spüren zu müssen. (vgl. Int. 03: S. 3)

Idealismus ist ein problematischer Begriff, aber für Paul ist es ein Motivationsgrund: „(...) *alles was ich da mach in meiner Zeit, einfach die meisten Sachen irgendwie [mach ich] aus einem Idealismus heraus (...)*“ (Int. 09: S. 5) und das scheint bei allen anderen Mitgliedern auch so zu sein.

5. Conclusio

Die Motivationen für den Eintritt in eine Lebensmittelkooperative sind vielseitig und für jeden Einzelnen verschieden. Trotzdem überschneiden sie sich oft gegenseitig.

Hypothetisch hatten ich/wir uns vor der Forschung erwartet, dass es sich vorwiegend um politische, ökologische und gesundheitliche Motivationen handeln würde, um bei einer Foodcoop mitzumachen. Es war darum umso spannender für mich zu sehen, dass die Motivationen überhaupt nicht nur auf diese drei Komponenten ausliefern, sondern weit viel mehr Gründe gab. Zum Beispiel spielt die gesundheitliche Komponente eine wichtige Rolle, ist aber nicht der wichtigste Motivationsgrund um bei einer Foodcoop mitzumachen. Sehr schön habe ich empfunden, dass der soziale Punkt wirklich bei allen Mitgliedern, eine herausragende Rolle spielt, die untereinander diskutiert wird. Es werden neue Kontakte geknüpft und dadurch entsteht dieses Vertrauens- und Sicherheitsgefühl, dass ein wichtiger Motivationsschub ist, vor allem in der gegenwärtigen Zeit.

Foodcoop ist eine Art Familie, wo es nicht nur um „das Essen“ geht sondern, wie es Agnes bestätigt: „*[es ist] ein persönlicher Gewinn auf der menschlichen Ebene (...)*“ (Int. 04 : S. 6).

6. Danksagung

Ich möchte mich bei allen bedanken, die mich bei dieser ersten Feldforschung unterstützt haben. Es ist wirklich schwer zu sagen an wen zuerst mein Dank ergeht.

Ich möchte mich bei allen Foodcoop-Mitgliedern für die herzliche Aufnahme und für die glänzende Mitarbeit und vor allem bei den InterviewpartnerInnen bedanken, für die kostbare Zeit und für die einleuchtenden und begründeten Überlegungen.

Weiters möchte ich mich bei meinen Feldforschungskolleginnen Christina, Margit und Martina für die Zusammenarbeit, für die Unterstützung, für den Einsatz und für all die schönen Momente, die wir zusammen während der Feldforschung hatten, und nicht nur, bedanken.

Ein ganz besonderer Dank ergeht an Frau Mag.a Seiser und Herr Mag. Graf für die wertvolle Lehre. Vom Seminar und der Erfahrung meiner ersten Feldforschung konnte ich viel Nützliches und Wertvolles lernen.

Weiters bedanke ich mich auch noch bei meiner Familie, die mir es überhaupt ermöglicht in Wien zu studieren.

Danke!

7. Interviewverzeichnis

Interview 01: Moehre01:	18.11.2011, Hannes
Interview 02: Moehre02:	20.11.2011, Felix
Interview 03: Moehre03:	25.11.2011, Tanja
Interview 04: Moehre04:	26.11.2011, Agnes
Interview 05: Moehre05:	29.11.2011, Axel
Interview 06: Moehre06:	30.11.2011, Florian
Interview 07: Moehre07:	02.12.2011, Alexandra
Interview 08: Moehre08:	07.12.2011, Monika
Interview 09: Moehre09:	11.12.2011, Paul
Interview 10: Exp01:	13.12.2011, Emma
Interview 11: Exp02:	15.12.2011, Peter
Interview 12: Exp03:	15.12.2011, Fam. Huber
Interview 13: Exp04:	21.01.2012, Karl
Interview 14: Ext:	17.12.2012, Franziska

8. Internetseiten: Web1: www.moehrengasse.at/foodcoop.html, 2012