

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
1.1 Persönlicher Zugang	5
1.2 Forschungsstand zur FoodCoop Möhrengasse	5
1.3 Zielsetzung und Forschungsfrage	6
2. Methodik	7
2.1 Gestaltung des Forschungsprozesses	7
2.1.1 Auswahl der InterviewpartnerInnen und der Zugang zum Forschungsfeld	9
2.1.2 Planung, Durchführung, Auswertung und Reflexion der Befragung	10
2.2 Zur Rolle des Forschers im Forschungsfeld	11
3. Theoretischer Rahmen	12
3.1. Alternative Lebensmittelnetzwerke	13
3.1.1 <i>Civic food networks</i> und der Bezug zu FoodCoops	14
3.2 Soziale Innovation	16
3.2.1 TEPSIE Definition	19
3.2.1.1 <i>Core elements</i>	20
3.2.1.2 <i>Common features</i>	21
4. Ergebnisse der Forschung zur FoodCoop Möhrengasse	23
4.1 Von der Idee zur Entstehung der Initiative	23
4.2 Institutionalisierte Werte und Ziele	23
4.3 Organisatorische Struktur der FoodCoop Möhrengasse	24
4.3.1 Prozessualer Ablauf der Lebensmittelbeschaffung	24

4.3.2 soziale Kommunikation und Interaktion	26
4.3.3 Mitgliedschaft und Ausschlussmechanismen	27
4.3.4 Beschlussfindung und Hierarchie	28
4.4 Mitgliederstruktur und soziale Beziehungen	29
4.5 Gesellschaftliche Bedeutung und der Bezug zu Ernährungssouveränität	30
4.6 Gesellschaftliche & institutionelle Veränderungen für FoodCoops	32
5. Gegenüberstellung der FoodCoop Möhrengasse mit der TEPSIE Definition zu sozialer Innovation	33
5.1 Auseinandersetzung der Empirie mit den <i>core elements</i> der TEPSIE Definition.....	33
5.2 Auseinandersetzung der Empirie mit den <i>common features</i> der TEPSIE Definition.....	34
5.3 Fazit der Gegenüberstellung	35
6. Resume	36
7. Literaturverzeichnis	38
8. Anhang	43
8.1 Interviewverzeichnis	43
8.2 Abbildungsverzeichnis	43

1. Einleitung

Handelsketten des Lebensmitteleinzelhandels sind derzeit das vorherrschende Modell im Lebensmittelversorgungssystem (Milestad (u.a.) 2010: 5). Immer mehr Menschen in Österreich haben jedoch das Bedürfnis, ihre Lebensmittel über alternative Wege zu beziehen. Derartige neue Formen der Lebensmittelbeschaffung, wie etwa sogenannte *community supported agriculture*¹, Gemeinschaftsgärten² oder FoodCoops³ konnten sich demnach vor allem in den letzten Jahren einer wachsenden Nachfrage erfreuen (FoodCoops 2013a; Lutz/Schachinger 2012: 2f.; Müller 2011: 10). Deren gemeinsame Eigenschaft ist eine aktivere Rolle seitens der KonsumentInnen.

Eine dieser neuen Alternativen ist eine Lebensmittelkooperative, welche ein Zusammenschluss von KonsumentInnen ist, die gemeinsam nach selbstbestimmten Kriterien das Ziel der Lebensmittelbeschaffung verfolgt (FoodCoops o.J.). Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts gab es die ersten österreichischen Konsumgenossenschaften, um den steigenden Preisen der mangelnden Lebensmittelversorgung und dem Qualitätsverfall, die vor allem die damalige ArbeiterInnenklasse getroffen hatten, entgegenzuwirken. Bereits Anfang des 20. Jahrhunderts tendierte jedoch diese zu einer marktwirtschaftlichen Ausrichtung, welche aufgrund des Wettbewerbs im Jahre 1995 Insolvenz anmeldete und somit jenes Konzept als gescheitert betrachtet werden kann. Die Gemeinsamkeit mit FoodCoops, ist die Selbstorganisation (Drazic/Jaklin/Lammer 2012: 32ff.). Seit dem Frühjahr 2007 gibt es die erste FoodCoop⁴ in Österreich (Foodcoops.at 2013c), welche aus einem studentischen Umfeld entstanden ist und sich neben ökologischen Motiven auch sozioökonomischen Interessen auf die Fahne geheftet hat. So versuchen sie etwa neue Formen der Arbeitsteilung zu unterstützen, in dem beispielsweise bei der Wahl der ProduzentInnen auf die Größe des Betriebes und den dort vorherrschenden Produktionsverhältnissen geachtet wird. Außerdem zeichnen sich FoodCoops auch innerhalb der Organisation durch ihren basisdemokratischen und partizipativen Umgang aus, wo Entscheidungen gemeinsam getroffen werden (Drazic/Jaklin/Lammer 2012: 32).

¹ Eine CSA (im Deutschen „gemeinschaftstragene Landwirtschaft“) ist ein Zusammenschluss zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen, wo die Kosten für die hergestellten Lebensmittel entsprechend der Mitgliederanzahl gemeinschaftlich verteilt werden. Dadurch wird das Produktionsrisiko auf ProduzentInnen und KonsumentInnen aufgeteilt und es entfällt die Überproduktion von Lebensmittel (Venn 2006: 256).

² KonsumentInnen werden zu ProduzentInnen und organisieren gemeinschaftlich die Lebensmittelproduktion. Eine Liste von Gemeinschaftsgärten in Wien findet sich hier: www.gartenpolylog.org/de/3/wien

³ Wird auch als Einkaufsgemeinschaft oder Lebensmittelkooperative bezeichnet. Diese Begriffe werden in der Arbeit synonym verwendet. Eine Auflistung der österreichischen FoodCoops findet sich hier: www.foodcoops.at/?cat=10

⁴ FoodCoop Bioparadeis (www.bioparadeis.org)

Aber kann aufgrund dieser Eigenschaften eine FoodCoop als soziale Innovation gesehen werden? Josef Hochgerner vom österreichischen Zentrum für soziale Innovation⁵ bejahte diese Frage in einem Interview mit dem Radiosender Ö1 (Masoner/Brüser 2013). Darüber hinaus ist dieses Jahr die FoodCoop Bioparadeis aus Wien, im Rahmen der Ö1-Sendereihe „Innovation.Leben“, von 370 Projekten aus ganz Österreich als eines der Siegerprojekte gewählt worden. Dabei wurden von einer Fachjury sozial innovative Projekte und Initiativen ausgewählt, die zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen (Masoner/Ritschl 2013). Die vorliegende Fallstudie befasst sich mit dieser Frage und versucht mit Hilfe der Ausarbeitung der organisatorischen Prozesse sowie anderen relevanten Eigenschaften der FoodCoop Möhrengasse im zweiten Wiener Gemeindebezirk herauszufinden, inwiefern diese den theoretischen Ansprüchen einer sozialen Innovation gerecht werden kann.

1.1 Persönlicher Zugang

Der kritische Umgang mit Konsum und insbesondere jener mit Lebensmittel ist für mich seit langer Zeit von großem Interesse. Die Beendigung meiner Vollzeitbeschäftigung 2010 und der Beginn des Studiums Internationale Entwicklung verschaffte mir die notwendigen zeitlichen Ressourcen für die Teilnahme an diversen Projekten, die der solidarischen Ökonomie zugeschrieben werden können. Außerdem weckte es auch das Interesse, sich wissenschaftlich näher damit auseinanderzusetzen. Seit Mai 2012 bin ich aktives Mitglied der hier im Zentrum der Untersuchung stehenden FoodCoop Möhrengasse. Seit Herbst 2012 engagiere ich mich für die Vernetzung der FoodCoops in Österreich und darüber hinaus bin ich seit über einem Jahr Mitglied eines Wiener Gemeinschaftsgartenprojektes⁶ und eines TechnikerInnen-Kollektivs⁷.

1.2 Forschungsstand zur FoodCoop Möhrengasse

Gerade in den letzten zwei Jahren hat das Interesse an der Erforschung von FoodCoops in Österreich stark zugenommen (Foodcoops 2013b). In der zu dieser Arbeit durchgeführten Recherche, liegen dem Forschungsfeld zur FoodCoop Möhrengasse wissenschaftliche Studien von Studierenden vor, die sich verstärkt der Rolle der KonsumentInnen widmeten. Fischer (2012a), Grassnigg (2012), Mussner (2012), Legner (2013) und Tunkowitsch (2013) befassten sich mit den Motiven der KonsumentInnen bei der FoodCoop Möhrengasse mitzumachen. Fischer (2012a: 10f.) spricht etwa von einer Ohnmacht der KonsumentInnen im konventionellen

⁵ www.zsi.at

⁶ Die Initiative trägt den Namen Grünstern LobauerInnen (www.gruenstern-lobauerinnen.at)

⁷ Netzkollektiv (www.netzkollektiv.at)

Lebensmittelversorgungssystem, welche durch die Handlungsfreiheit in einer FoodCoop zu Macht umgewandelt würde. Diese drücke sich in Form von direktem Kontakt mit den ProduzentInnen, Basisdemokratie, sozialen Beziehungen und gegenseitigem Wissensaustausch aus. Außerdem sei für die Mitglieder die Unterstützung kleinbäuerlicher Produktion in der Region wichtig. Neben den bereits genannten Gründen haben Grassnigg (2012) und Mussner (2012) noch die Schonung der Umwelt durch Konsumtion von saisonal, regional und ökologisch vertretbaren Lebensmitteln aufgezeigt. Die Autorin Ulrike Jaklin, die im Rahmen dieser Arbeit ebenfalls befragt wurde, betont in ihrer Diplomarbeit die noch ausstehende Analyse über die veränderten Handlungsinteressen durch die Mitgliedschaft in einer FoodCoop (Jaklin 2013: 27). Tunkowitsch (2013) ging in ihrer Bachelorarbeit jener Frage nach, welche bereits Cox (2008) neben anderen AutorInnen, anhand einer *community supported agriculture* erforschte. Entgegen der Annahme von Cox (u.a. 2008), dass sich anfängliche individuelle Motive zu kollektiven hin verändern würden, kam es bei den Befragten vielmehr zu einer Verstärkung ihrer bereits vorhandenen kollektivistischen Anliegen (Tunkowitsch 2013: 25). Legner (2013) erhob in ihrer Arbeit sozio-demographische Daten zu den Mitgliedern der Wiener FoodCoops. Dabei bestätigte sich unter anderem für den Raum Wien und dessen FoodCoops folgende Annahme, dass alternative Lebensmittelnetzwerke⁸ vor allem von einer weißen Mittelschicht getragen werde (DuPuis/Goodman 2005: 362f.). Fischer (2012b) hat in ihrer Bachelorarbeit den Nutzen von Kleinbäuerinnen und -bauern, die FoodCoop Möhrengasse zu beliefern analysiert. Dabei spricht sie von gemeinsamen Zielen der FoodCoop-Mitglieder und der befragten ProduzentInnen, nämlich von der Entkommerzialisierung und der Lokalisierung (Fischer 2012b: 31ff.). Jaklin (2013: 9) hebt in ihrer Diplomarbeit eine ähnliche Zielsetzung der Forschungsthemen über FoodCoops in Österreich gegenüber der internationalen Forschung hervor. Anhand der hier vorliegenden Arbeiten existiert bis dato noch keine Forschung über die Organisation der FoodCoop Möhrengasse und der Gegenüberstellung mit der Bedeutung einer sozialen Innovation.

1.3 Zielsetzung und Fragestellung

Der Gegenstand der Fallstudie ist die FoodCoop Möhrengasse, wobei das Ziel in zwei Schritte geteilt ist: Im ersten Schritt soll die Organisationsstruktur der FoodCoop Möhrengasse dargestellt werden, um im zweiten Schritt auf die Frage der sozialen Innovation eingehen zu können.

⁸ Im Kapitel 3.1 wird näher darauf eingegangen.

Entsprechend der Zielsetzung lässt sich somit die Forschungsfrage folgendermaßen formulieren:

Wie ist die FoodCoop Möhrengasse organisiert und inwiefern kann diese als soziale Innovation gesehen werden?

Der Fokus liegt daher in der Beschreibung sozialer Faktoren. Es geht darum, organisatorische Prozesse innerhalb der Initiative und deren sozialen Beziehungen, Handlungen und Praktiken zu untersuchen sowie mögliche Verbesserungsvorschläge darzulegen, mit anderen Worten, die Organisation als sozialen Prozess zu verstehen (Rosenstiel 2007: 228ff.). Zudem werden die Organisationsform, die Teilnahmebedingungen, die Beschlussfindung, die Aushandlungsprozesse der involvierten Akteure und die Arbeitsteilung erarbeitet. Die dadurch gewonnenen Erkenntnisse sind wiederum für die Frage des Zusammenhangs mit einer sozialen Innovation relevant, die eine dazu passende Auswahl einer theoretischen Definition bedingt. Für die Auseinandersetzung mit der Frage der sozialen Innovation sollen neben der Erarbeitung organisationaler Prozesse, der Entstehungsprozess und die beteiligten Akteure, die Mitgliederstruktur, die Ziele und Werte der Initiative, die gesellschaftliche Bedeutung sowie die institutionellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Initiative erarbeitet werden.

Wenngleich die vorliegende Arbeit eine Fallstudie ist, hat diese dennoch in der noch jungen Forschung über FoodCoops in Österreich eine wissenschaftliche Relevanz und soll zur Stärkung des wissenschaftlichen Diskurses gegenüber deren Leistungen beitragen. Des Weiteren soll es eine Art Selbstreflexion für die Mitglieder der Initiative sein, aber auch das Potential der Zivilgesellschaft gegenüber der Veränderung von *governance* Mechanismen hervorstreichen.

2. Methodik

In diesem Kapitel werden zunächst der eigentliche Forschungsprozess und dessen einzelne Schritte erläutert. Dabei wird die methodische Herangehensweise beschrieben, argumentiert und zugleich reflektiert. Des Weiteren wird die Auswahl der Quellen des Datenmaterials aufgelistet und begründet. Zum Schluss wird auf meine Rolle als Forscher im Forschungsfeld eingegangen.

2.1 Gestaltung des Forschungsprozesses

Für die Bearbeitung der Forschungsfrage war zunächst eine Literaturanalyse notwendig, um die notwendige theoretische Konzeption zu definieren. Im Anschluss daran wurden mittels

empirischer Forschung, Rückschlüsse auf die in der Theorie gewonnenen Erkenntnisse gezogen. Während des gesamten Forschungsprozesses wurde immer im Hinblick auf die Forschungsfrage gehandelt.

Im ersten Schritt wurde der theoretische Rahmen festgelegt, welcher mittels intensiver Literaturrecherche erfolgte. Die Literatur wurde gemäß ihrer Relevanz geordnet und in der Folge exzerpiert. Zum Einen bestand die Aufgabe darin, anhand eines passenden Konzepts die Positionierung der FoodCoops herauszuarbeiten und zum Anderen darin, eine fundierte Definition zum Begriff der sozialen Innovation zu recherchieren und herauszuarbeiten. Bezugnehmend auf die Orts- und Kontextabhängigkeit einer sozialen Innovation, wurde die räumliche Perspektive auf die Stadt Wien begrenzt und ein passender theoretischer Rahmen zum Forschungsfeld gewählt. Die dafür in Frage kommenden Konzepte wurden kritisch untersucht und nach ihrer Bedeutung beurteilt. Schließlich konnte im Konzept der *civic food networks* ein passender theoretischer Rahmen gefunden werden. Die eigentliche Herausforderung lag jedoch in der Auswahl einer geeigneten Definition für den Begriff der sozialen Innovation. Bei der Vielfalt an Begriffserklärungen gibt es bis dato keine allgemein gültige, welche auf einem breiteren wissenschaftlichen Feld akzeptiert und angewendet wird. Unter diesen Voraussetzungen soll eine aktuelle Definition gefunden werden, welche von mehreren WissenschaftlerInnen aus dem Forschungsgebiet der sozialwissenschaftlichen Innovationsforschung entwickelt wurde und worin sämtliche relevante Erkenntnisse der Wissenschaft und der Praxis berücksichtigt wurden.

Der empirische Teil wurde mittels qualitativer Forschung in Form von teilstrukturierten Leitfadeninterviews erarbeitet und kann als eigentliches Kernstück dieser Fallstudie gesehen werden. Laut Rosenstiel (2007: 230f.) bietet sich jene Methode gut für die Beschreibung einer Organisation als sozialen Prozess an. In diesem Feld der qualitativen Methoden sind gemäß Meuser und Nagel (2005: 77) teilstrukturierte Leitfadeninterviews für einen guten Überblick der behandelnden Themen und einer besseren Gesprächsvorbereitung am besten geeignet. Die Anforderung war, einerseits eine gewisse Struktur für die Befragung, andererseits aber auch eine bestimmte Form von Flexibilität für die Befragten zu gewährleisten. Einerseits ging es bei der Befragung um den Erhalt entsprechender Informationen, weshalb ein Gesprächsleitfaden von Vorteil war, andererseits sollte für ein angenehmes Gesprächsklima gesorgt werden. Neben den Interviews, sind auch teilnehmende Beobachtungen zum Einsatz gekommen. Konkret handelt es sich um selektive Beobachtungen, um soziale Beziehungen und Interaktionen innerhalb der Gruppe besser erforschen zu können (Flick zit. nach Brüsemeister 2000: 83). Je nach Situation

wurde eine passivere oder aktivere Rolle eingenommen. Allerdings sollte niemals die Rolle eines vollständigen Beobachters eingenommen werden, zumal ich selbst Mitglied im Forschungsfeld war (Flick zit. nach Brüsemeister 2000: 84). Währenddessen wurde versucht, die Art und Weise der verbalen und der non-verbalen Kommunikation festzuhalten beziehungsweise auch darauf zu achten, Gesagtes sowie Nicht-Gesagtes zu erfassen. Die Erkenntnisse wurden anschließend in Form von Feldnotizen festgehalten. Als weiteres Datenmaterial können Informationen aus der Online-Plattform der FoodCoop Möhrengasse gezählt werden. Diese dient der Organisation und Kommunikation und ist aufgrund von datenschutzrechtlichen Gründen nur für Mitglieder zugänglich. Deswegen wird diese Quelle in dieser Arbeit nur für etwaige Ergänzungen verwendet. Darüber hinaus dienten informelle Gespräche mit den Mitgliedern sowie wissenschaftliche Studien als weitere Referenzquellen.

2.1.1 Auswahl der InterviewpartnerInnen und der Zugang zum Forschungsfeld

Der Zugang zum Forschungsfeld und die Auswahl der InterviewpartnerInnen stellte insofern kein Problem dar, da ich selbst seit längerem aktives Mitglied in der FoodCoop Möhrengasse bin und teilweise in einem befreundeten Verhältnis mit den InterviewpartnerInnen stehe. Dementsprechend entfiel auch eine sogenannte Übersichtsbeobachtung (Flick zit. nach Brüsemeister 2000: 83), um erste Eindrücke des Forschungsgegenstands zu erhalten.

Für die Analyse der Organisation war es wichtig, sogenannte Schlüsselkräfte als InterviewpartnerInnen zu gewinnen, welche einen sehr guten Überblick über diverse Abläufe und Prozesse innerhalb der Organisation haben und bereits seit längerem aktive Mitglieder sind. Insofern war die Auswahl der zu befragenden Personen von großer Bedeutung, um im Sinne einer Fallanalyse den Zustand ausreichend zu beschreiben (Flick 2007: 253f.). Um eine Übersicht über die FoodCoop-Bewegung in Österreich und deren Organisationsstruktur sowie ein objektiveres Bild über die zu untersuchende Initiative zu bekommen, wurde auch eine Person für die Befragung herangezogen, die nicht als Mitglied in der FoodCoop Möhrengasse aktiv ist. Ulrike Jaklin war für diese Anforderung am besten geeignet. Sie war für knapp drei Jahre in der Lebensmittelkooperative BioParadeis tätig und hat die FoodCoop D'Speis mitbegründet. Des Weiteren engagiert sie sich sehr intensiv für die Vernetzung der FoodCoops in Österreich und hat darüber hinaus gerade ihre Diplomarbeit zu den Interessen der ProduzentInnen in alternativen Lebensmittelnetzwerke mitzuwirken fertiggestellt (Jaklin 2013). Sie war allerdings nicht nur als Interviewpartnerin von großer Bedeutung, sondern hat mit ihrer kritischen

Auseinandersetzung von FoodCoops in alternativen Lebensmittelnetzwerken als wesentliche wissenschaftliche Referenzquelle zur theoretischen Aufarbeitung beigetragen.

2.1.2 Planung, Durchführung, Auswertung und Reflexion der Befragung

Laut Froschauer und Lueger (2003: 52ff.) beginnt die Befragung bereits mit der vorausgehenden Planung und Kontaktaufnahme und endet mit der Dokumentation. Die Planung und die Durchführung der Befragung wurde zusammen mit Barbara Tunkowitsch⁹ gestaltet. Während der Planung wurde darauf geachtet den Gesprächsleitfaden in Themenblöcke aufzuteilen und dabei die Komplexität und Intensität der Fragen zu berücksichtigen. Der erste Teil umfasste neben einer Einstiegsfrage zur Person (Froschauer/Lueger 2003: 62) die Handlungsinteressen einer Mitgliedschaft beziehungsweise inwiefern sich diese mit der Teilnahme verändert hatten. Der zweite und umfangreichste Teil befasste sich mit der Initiative und ihren Mitgliedern. Es wurden Fragen zur Organisationsstruktur, zur Gründung und zu den beteiligten Akteuren, zu den sozialen Beziehungen und Praktiken, zur Gruppe und ihren Aufgaben und zuletzt zu den Zielen und Werten der Initiative gestellt. Der letzte Teil beschäftigte sich mit der Initiative innerhalb der Gesellschaft und dem Zusammenspiel mit staatlichen Institutionen. Die Intention war, relevante gesellschaftliche und rechtliche Änderungen für die FoodCoop zu erfragen.

Im Vorfeld der Befragungen wurde darauf geachtet für angenehmes Gesprächsklima zu sorgen, welches durch die Auswahl der Methodik gewährleistet werden konnte. Darüber hinaus wurde den Befragten die Wahl des Befragungsortes überlassen. Das Thema der Forschung wurde nicht näher erläutert, um damit nicht vorzugreifen und die Ergebnisse zu verfälschen. Sehr wohl wurde aber die Intention der Befragung erläutert, welche auf Zustimmung traf. Die Anonymisierung der Befragung, im Sinne der Forschungsethik (Hopf 2007: 590f.), war für alle Beteiligten bis auf eine Person¹⁰ ein Anliegen. Daher werden in dieser Arbeit für diese Personen andere Namen verwendet. Während der Befragung selbst, wurde darauf geachtet keine Suggestivfragen sowie keine Entscheidungsfragen zu stellen, genau zuzuhören, bei Unklarheiten nachzufragen und den/die InterviewpartnerIn aussprechen zu lassen (Froschauer/Lueger 2003: 58ff.). Die Befragung wurde mittels eines Diktiergerätes aufgezeichnet. Den einzelnen Befragten wurde trotz des ausgearbeiteten Gesprächsleitfadens die Möglichkeit gelassen, auf spezielle Punkte, die ihnen als wichtig erschienen, näher einzugehen. Die Aufteilung während der Befragung

⁹ Tunkowitsch hat im Zuge ihrer Bachelorarbeit für das Studium Kultur und Sozialanthropologie das Thema der veränderten Handlungsinteressen durch eine Mitgliedschaft in der FoodCoop Möhrengasse behandelt.

¹⁰ Dabei handelt es sich um Ulrike Jaklin. Ihre Aussagen werden im empirischen Teil mit ihrem Vornamen gekennzeichnet.

gestaltete sich insofern als positiv, da jeweils eine Person die Fragen stellte, während die andere ein Interviewprotokoll verfasste und gegebenenfalls weitere Fragen notierte. In Laufe der Interviews wurden immer wieder ergänzende Fragen oder Verständnisfragen gestellt. Zum Schluss wurde den Befragten genügend Raum gegeben, um über nicht behandelte Themen reden zu können. Es wurden schlussendlich fünf Interviews durchgeführt. Die Befragung gestaltete sich einfacher als im Vorfeld angenommen. Es wurden in etwa 25 Fragen gestellt und eine Befragung betrug durchschnittlich 70 Minuten. Die InterviewpartnerInnen haben überlegt geantwortet, was sich durch Denkpausen vor den Antworten gezeigt hatte. Während der ersten beiden Interviews kam der Fragenkatalog intensiver zum Einsatz und sorgte somit für mehr Sicherheit seitens des Fragenden. Mit Fortdauer der Befragungen hat sich auch die Anspannung gelöst und führte zu einer lockeren Atmosphäre sowie zu offeneren Gesprächen.

Die Auswertung der Interviews erfolgte mittels einer strukturierenden Inhaltsanalyse nach Mayring (2007: 473f.). Zuerst wurden alle Interviews nach der Standardorthographie (Kowal/O'Connell 2007: 441ff.) transkribiert, um eine gute Lesbarkeit garantieren zu können. Anschließend wurde die Transkription, entsprechend der herausgearbeiteten theoretischen Erkenntnisse, systematisch in mehreren Durchgängen zergliedert und schrittweise kategorisiert (Mayring 2007: 474). Die Verschriftlichung und die anschließende Gliederung gestalteten sich entgegen der Planung sehr zeitaufwendig.

2.2 Zur Rolle des Forschers im Forschungsfeld

Wie bereits zu Beginn erwähnt bin ich in der zu untersuchenden Initiative selbst aktiv. Durch meine aktive Mitgliedschaft habe ich an sämtlichen Plena teilgenommen, einen Teil der Organisation übernommen und stehe in einem engeren Kontakt mit einem Lieferanten. Darüber hinaus habe ich bereits unzählige informelle Gespräche mit den Mitgliedern geführt. Insofern kenne ich die Diskurse der Akteure und ebenso die Organisationsstruktur, die hinter der FoodCoop Möhrengasse steckt. Folglich eilt mir ein gewisses Kontextwissen voraus, welches lediglich in Form von Ergänzungen in der Arbeit Anwendung findet. Das primäre Datenmaterial liefert in erster Linie die empirische Forschung.

Die Erarbeitung einzelner Organisationsprozesse verlangte intensive Gespräche mit den InterviewpartnerInnen, die zugleich in einem guten Verhältnis mit mir standen. Deshalb wurde im Vorfeld der Interviews den Befragten verdeutlicht, dass Fragen gestellt werden, die ich selbst beantworten könnte, dies aber nicht im Sinne der Wissenschaftlichkeit wäre. Aufgrund des vorwiegend studentischen Backgrounds der Befragten führte es nicht zu Unverständnis oder gar

zu verkürzten Antworten. Meine persönliche Auffassung war während der Durchführung mehr die eines externen Forschers. Girtler (1992: 63f.) sieht neben Novy (2002: 28f.) entsprechendes Vorwissen nicht als Problem. Im Gegenteil, eine Identifikation mit dem zu untersuchenden Forschungsfeld könne sehr nützlich sein und führe sicherlich nicht zu verfälschten Forschungsergebnissen. Girtler argumentiert seine Aussage durch die erbrachte Wertschätzung gegenüber den Beteiligten, deren Handeln und Denken verstehen zu wollen. Nur so gelinge es „die Alltagswirklichkeiten der betreffenden Menschen in ihrer ganzen Tiefe zu erfassen.“ (Girtler 1992: 64)

Die Interpretation der Interviews stellte sich allerdings in der Praxis als Herausforderung heraus. Die aktive Teilnahme im Forschungsfeld impliziert auch eine gewisse persönliche Sichtweise und Überzeugung, die dazu verleitet, teilweise die Aussagen der Befragten in ein schöneres und besseres Licht zu rücken. Derartiges Problem betrifft allerdings auch ForscherInnen, die nicht im untersuchten Forschungsgegenstand involviert sind. Da die subjektive Auffassung sozialer Realität nun mal gegeben ist, beeinflusst diese aus einer hermeneutischen Perspektive den Forschungsprozess (Froschauer/Lueger 2003: 82f.). Dennoch verlangte es eine reflektierte Vorgangsweise während des gesamten Forschungsprozesses.

3. Theoretischer Rahmen

In diesem Kapitel werden alle relevanten theoretischen Konzepte und Definitionen, die für den Forschungsgegenstand von Bedeutung sind, ausreichend erläutert und kritisch aufgearbeitet. Anfangs wird geklärt, inwiefern Einkaufsgemeinschaften sich definieren und mit welchem Konzept sich diese identifizieren, zumal soziale Innovationen sehr kontextabhängig sind. Danach kommt der eigentliche Kern dieses Kapitels, die theoretische Auseinandersetzung mit dem Begriff der sozialen Innovation. Dafür wird der Begriff kritisch analysiert und deren Bedeutung hinterfragt. Anschließend wird die für die Analyse ausgewählte Definition argumentiert und beschrieben.

3.1 Alternative Lebensmittelnetzwerke¹¹

Zivilgesellschaftliche Initiativen, die den alternativen Lebensmittelnetzwerke zuzuschreiben sind und in denen KonsumentInnen eine aktivere Rolle in der Beschaffung und Verteilung von Lebensmitteln einnehmen, haben in den letzten Jahren stark zugenommen (Renting/Schermer/Rossi 2012: 289). In der wissenschaftlichen Literatur werden diese unter den Begriffen *alternative food networks*¹² (Venn u.a. 2006: 248), *local food systems* (Selfa/Quazi 2005: 452), *short food supply chains* (Selfa/Quazi 2005: 452) und neuerdings auch *civic food networks* (Renting/Schermer/Rossi 2012) gefasst. Dieses Kapitel versucht die Vielzahl an Begriffen zu beschreiben und deren Stärken und Schwächen aufzuzeigen. Zum Schluss wird im Hinblick auf den Zusammenhang mit Lebensmittelkooperativen, die entsprechende Auswahl des passenden Konzepts begründet.

Die wissenschaftliche Forschung zu den oben genannten Begriffen ist seit den 1990er Jahren sehr stark gestiegen (Selfa/Quazi 2005: 451). Alle Begriffe haben gemein, dass sie sich vom sogenannten konventionellen globalisierten Lebensmittel- und Agrarsystem abgrenzen. Darüber hinaus unterscheiden sie sich größtenteils über ihre einzelnen Eigenschaften – lokal, kurze Transportwege, Qualität. Die Begriffe *local food systems* und *short food supply chains* lassen sich rein auf den Konsum lokal erzeugter Lebensmittel und auf kurze Lebensmitteltransportwege beschränken (Selfa/Quazi 2005: 460; Renting/Schermer/Rossi 2012: 291; Schönhart/Penker/Schmid 2008: 246). Zusätzlich wird in den beiden Konzepten nicht auf die Rolle der KonsumentInnen und der Steuerung von alternativen Lebensmittelnetzwerken (Renting/Schermer/Rossi 2012: 291) eingegangen. Insofern können diese Begrifflichkeiten aufgrund der unzureichenden Unterscheidung nicht für die Analyse herangezogen werden.

Der Begriff *alternative food networks* umfasst hingegen alles, was nicht dem konventionellen Lebensmittelversorgungssystem zuzuordnen ist (Tregear 2011: 423f.). Little prägt neben Mayer und Ilbery (2010: 1797) diesen Begriff, der sich dadurch kennzeichnet, dass die KonsumentInnen, die sich dem ethischen Konsum verschrieben haben, mit den ProduzentInnen, die einen besseren Preis für ihre Lebensmittel haben wollen, kooperieren. Jener Begriff hat aber auch eine Reihe von Kritikpunkten einzustecken. Renting kritisiert neben Schermer und Rossi (2012: 292), dass dieser rein über die Abgrenzung definiert wird. Darüber hinaus verstehen sie

¹¹ Der Begriff soll als Gegenteil zum konventionellen Lebensmittelsystem verstanden werden und stellt nicht die deutsche Übersetzung zum wissenschaftlichen Begriff *alternative food networks* dar.

¹² Ein Synonym dafür ist *alternative agri-food networks*.

die Unterscheidung zwischen alternativ und konventionell beziehungsweise zwischen alternativ und *mainstream* als dynamischen Prozess, welcher somit keinen statisch normativen Inhalt hat. Als Beispiele werden biologische- und *fair-trade* Produkte angeführt, welche mittlerweile vom konventionellen Lebensmittelversorgungssystem übernommen wurden, um damit die gestiegene Nachfrage nach solchen Produkten zu stillen und letztlich Profit zu erwirtschaften (Renting/Schermer/Rossi 2012: 291). Außerdem lässt sich eine fehlende Aufmerksamkeit für soziale Inklusionsprozesse und Gerechtigkeit im Bezug auf die beteiligten ProduzentInnen und KonsumentInnen feststellen. Alternative Lebensmittelnetzwerke erreichen nämlich, laut einigen AutorInnen, vor allem die weiße Mittelschicht (Renting/Schermer/Rossi 2012: 292; DuPuis/Goodman 2005: 362; Goodman 2004: 15; Legner 2012: 21f.).

3.1.1 *Civic food networks* und der Bezug zu FoodCoops

Während bis zu den 1990er Jahren der Ansatz der *alternative food networks* für die Analyse gereicht hat, waren es für Renting (u.a.) an der Zeit, auf die veränderte Rolle der KonsumentInnen in alternativen Lebensmittelnetzwerke und die fortschreitende Dynamik der Lebensmittelsysteme einzugehen und ein neues alternatives Konzept zu schaffen (Renting/Schermer/Rossi 2012: 294). Der sogenannte *citizen-consumer* (Johnston 2007) will die Anonymität der Produkte aufheben. Er informiert sich, engagiert sich und tritt somit aus der passiven KonsumentInnen-Rolle aus. Der Wandel des Individuum hin zu einem sogenannten *citizen-consumer* mit einer aktiveren Teilnahme an alternative Lebensmittelnetzwerke und den verschwimmenden Grenzen zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen, machten eine neue Begriffsfindung notwendig (Renting/Schermer/Rossi 2012: 293ff.). Sie führten daher den Begriff *civic food networks* ein. Darin stehen die politische Dimension und das Potenzial der Veränderung der *governance*-Mechanismen des Lebensmittel- und Agrarsystems im Vordergrund. Denn im *governance*-Dreieck von Markt, Staat und Zivilbevölkerung wird der Steuerung durch die Zivilgesellschaft eine größere Rolle zuteil (Renting/Schermer/Rossi 2012: 296ff.). Die Netzwerke wiederum beinhalten nicht nur die üblichen Akteure von der Produktion, über die Verteilung bis hin zum Konsum, sondern auch die Kooperation mit anderen lokalen Akteuren. Dabei beschränkt sich jene Kooperation nicht rein auf den ökonomischen Nutzen, sondern schließt auch den sozialen und politischen Nutzen für beide Seiten mit ein (Renting/Schermer/Rossi 2012: 292ff.).

Das Konzept von *civic food network* beschreibt somit ein Lebensmittelsystem, in dem ProduzentInnen und KonsumentInnen zusammenarbeiten und in dem versucht wird zu

verdeutlichen, dass alternative Lebensmittelnetzwerke sich nicht über die Charakteristika - lokal, Qualität und kurze Transportwege - vom konventionellen Lebensmittelsystem abgrenzen sollen, sondern über demokratische Prozesse und soziale Beziehungen der beteiligten Akteure. Der fehlende normative Inhalt beim Begriff der *alternative food networks* soll durch den Bezug zu drei möglichen Konzepten hergestellt werden (Renting/Schermer/Rossi 2012: 303ff.): *food democracy*¹³, *food sovereignty*¹⁴ oder *food citizenship*¹⁵. Für Renting (u.a.) sind diese „an interesting normative model of potential dynamics and social innovations they [civic food networks] might embody. Moreover, it seems to be appropriate to map, explore and better understand the actual contemporary dynamics and innovations in agri-food networks.“ (Renting/Schermer/Rossi 2012: 294) Die normativen Konzepte dienen der Bewertung der Leistungen bei der Analyse von *civic food networks*. Sie versuchen etwa die Frage der Machtverhältnisse, der Aushandlungsprozesse und der sozialen Beziehungen innerhalb der Netzwerke zu beschreiben.

Laut Jaklin (2013: 111f.) würden die normativen Anforderungen des *civic food networks* von den Wiener FoodCoops größtenteils umgesetzt. Lediglich die Beziehungen zwischen den Mitgliedern der FoodCoops und den ProduzentInnen sowie die gemeinsamen politischen Tätigkeiten könnten intensiviert werden. Jaklin übt jedoch auch Kritik am normativen Anspruch. Dieser könne „auch als homogenisierender Faktor in der Beschreibung der Netzwerke wirken, sodass diese als prinzipiell besser dargestellt werden.“ (Jaklin 2013: 17) Tregear (2011: 425f.) argumentiert neben Jaklin, dass jener Kritikpunkt ein allgemeines Problem in der Literatur zu alternativen Lebensmittelnetzwerke darstelle. Demzufolge könne jene Problematik nur durch eine bewusste Einbeziehung in die Forschung gelöst werden, meint Jaklin (2012: 17). Nichtsdestotrotz stellt das Konzept der *civic food networks* sowohl einen geeigneten theoretischen Rahmen für die vorliegende Arbeit, als auch einen passenden Kontext zu der Analyse einer sozialen Innovation dar, weshalb mit diesem Begriff gearbeitet werden soll.

¹³ *Food democracy* (Hassanein 2003) bedeutet idealerweise, dass alle Akteure des Lebensmittelsystems ein Mitbestimmungsrecht haben sollen und so jenes System gemeinsam gestalten.

¹⁴ Der Begriff entstammt einer Vereinigung mit dem Namen *La Via Campesina*, welche „das Recht der Bevölkerung [einräumt], ihre Ernährung und Landwirtschaft selbst zu bestimmen. Ernährungssouveränität stellt die Menschen, die Lebensmittel erzeugen, verteilen und konsumieren, ins Zentrum der Nahrungsmittelsysteme.“ (Nyéléni 2007)

¹⁵ Jenes geht von einem lokalen und multifunktionalen Landwirtschaftssystem aus, wo sich die Akteure gegenseitig helfen und unterstützen und somit einen gemeinschaftsorientierten Charakter aufweist (Renting/Schermer/Rossi 2012: 294).

3.2 Soziale Innovation

Spätestens seit EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso in einer Pressekonferenz am 20. Jänner 2009 klar gemacht hat, dass wir gerade in Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise soziale Innovationen für die Lösung von Problemen wie Arbeitslosigkeit, Klimawandel oder dem demographischen Wandel brauchen (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 5) und Barack Obama zur selben Zeit, während seines Einzugs ins Weiße Haus, ein eigenes *office of social innovation and civic participation* ins Leben gerufen hat, hat sich der Begriff der sozialen Innovation in den Industrienationen mehr Aufmerksamkeit verschafft (Masoner/Brüser 2013; Howaldt/Schwarz 2010: 89). Allerdings stellen sich folgende Fragen: Was ist eigentlich eine soziale Innovation? Wann spricht man von einer sozialen Innovation und ist diese auch messbar? Worin liegt der Unterschied zu einer technischen Innovation? Wie wird in der Wissenschaft damit umgegangen und welche theoretischen Definitionen beziehungsweise Konzepte gibt es bereits dazu? Wem kommt dies Alles zu Gute? Das folgende Kapitel widmet sich der kritischen Beantwortung dieser Fragen, um die andauernde Problematik mit dem Begriff besser verstehen und in Hinblick auf die empirische Gegenüberstellung eine geeignete theoretische Definition festlegen zu können.

Das Thema der sozialen Innovation hat vor allem in den letzten 20 Jahren in den Industrienationen mehr an Bedeutung und Aufmerksamkeit erlangt. Als Gründe kann der zunehmende Wandel hin zu einer Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft (Howaldt/Jacobsen 2010: 9; Masoner/Brüser 2013) und der wachsenden Unzufriedenheit der Lösung gesellschaftlicher Probleme durch technische Innovationen genannt werden (Masoner/Brüser 2013). Gleichzeitig ist dieses sowohl begrifflich, konzeptionell als auch inhaltlich unscharf und diffus geblieben. Es wird eine Vielzahl unterschiedlichster Gegenstandsbereiche, Problemdimensionen, Sachverhalte und Problemlösungserwartungen unter dem Begriff der sozialen Innovation zusammengefasst (Howaldt/Schwarz 2010: 87). Dennoch liegen nur wenige Versuche vor, die Bedeutung und das Potenzial von sozialer Innovation vor dem Hintergrund veränderter politischer, ökonomischer, ökologischer, kultureller und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen analytisch zu untersuchen und theoretisch sowie empirisch zu fundieren (Murray/Mulgan/Caulier-Grice 2008: 2f.). Laut Howaldt und Schwarz wird es vielmehr „als eine Art deskriptive Metapher im Kontext von Phänomenen des sozialen und technischen Wandels“ gesehen. (Howaldt/Schwarz 2010: 88) Einige Definitionen sind derart spezifisch, sodass diese Beispiele soziale Innovation exkludieren. Andere wiederum sind derart breit gefasst, sodass diese Projekte und Organisationen beschreiben, welche eigentlich nicht innovativ sind,

wenn auch sozial (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 4). Die AutorInnen des TEPSIE Projekts¹⁶, auf das in der Folge noch näher eingegangen wird, erklären sich jenes Phänomen durch den multidisziplinären Charakter einer sozialen Innovation und deren praxisgeleiteten anstatt theoriegeleiteten Analyse. Die Praxis von sozialer Innovation variiere je nach Forschungsfeld (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 4). Gesellschaftliche Bedürfnisse können beispielsweise in einem Land des globalen Südens andere als in einem des globalen Nordens sein. Die sozialwissenschaftliche Innovationsforschung konzentriert sich aus verschiedenen Perspektiven und Zielsetzungen auf die Bedeutung des Sozialen im Innovationsprozess. Innerhalb der Soziologie ist es vor allem die wirtschaftsnahe Technik- und Industriesoziologie, die Innovationsforschung betreibt (Howaldt/Jacobsen 2010: 9). Darin wird die soziale Innovation auch nicht als eigenständiges Phänomen untersucht, sondern immer nur im Verhältnis zu technischen Veränderungen gesehen, weil technische Innovationen weiterhin vorherrschend sind (Rammert 1997: 3). Umso wichtiger ist daher eine fundierte Definition zu sozialer Innovation, welche entsprechende messbare normative Eigenschaften beinhaltet, um sich somit deutlich abgrenzen zu können (Howaldt/Schwarz 2010: 92).

Bevor allerdings auf die Definitionen eingegangen werden kann, ist noch der Unterschied zu technischen Innovationen zu klären. Dieser liegt in der immateriellen Struktur, wobei das Neue nicht auf einer technischen Ebene, sondern auf der Ebene der sozialen Praktiken erreicht wird. Das Wort „neu“ soll dabei vielmehr als "sozial erwünscht" verstanden werden. Und das Wort "sozial" wird im normativen Sinne eines am Gemeinwohl orientierten Konzepts verwendet (Howaldt/Schwarz 2010: 91). Eine rein normative Trennung der beiden Begriffe ist allerdings unzureichend, weil technische Innovationen genauso einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Bedürfnisse beitragen können. Außerdem kann es bei sozialen Innovationen ebenso zu unerwünschten Effekten kommen, weshalb diese nicht per se als „gut“ bezeichnet werden können (Lindhult 2008: 43f.; Gillwald 2000: 21). Daher müssen für Howaldt und Schwarz „erweiterte Bewertungsmaßstäbe angelegt und ein gesellschaftlicher Diskursprozess in Gang gesetzt werden, der einen Austausch unterschiedlicher Perspektiven und Rationalitäten erlaubt.“ (Howaldt/Schwarz 2010: 92) Viele AutorInnen sind sich dahingehend einig, dass das Ziel einer sozialen Innovation sein sollte, gesellschaftliche Probleme beziehungsweise Bedürfnisse besser zu lösen beziehungsweise zu befriedigen als dies vorher möglich war (Oosterlynck (u.a.) 2013:

¹⁶ TEPSIE steht für *the theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in europe* und ist ein Zusammenschluss vom Danish Technological Institute, The Young Foundation aus Großbritannien, Universität Heidelberg, Catholic University of Portugal, Atlantis Consulting und dem Wroclaw Research Centre EIT+.

2; Caulier-Grice (u.a.) 2012: 11f.; Moulaert 2009: 12f.; Zapf 1994: 33; Masoner/Brüser 2013; Howaldt/Schwarz 2010: 89f.; Mulgan/Ali/Halkett 2007: 9; Westley 2008: 1). Schließlich handelt es sich erst dann um eine soziale Innovation, wenn diese sozial akzeptiert und somit ein bestimmter Bereich beziehungsweise Teil der Gesellschaft kontextabhängig verändert wird. Insofern kann dann von einer neuen sozialen Praxis gesprochen werden (Howaldt/Schwarz 2010: 89f.). Diese neue, erfolgreich etablierte soziale Praxis ist allerdings ortsabhängig und somit nicht automatisch auf andere übertragbar. Das heißt aber auch nicht, dass diese lokal isoliert wäre, sondern auf die Kooperation überörtlicher Akteure angewiesen ist (Moulaert/Ailenei 2005: 2048). Denn gerade dort, wo kommerzielle und bereits bestehende öffentliche Institutionen nicht oder nur marginal agieren beziehungsweise bei der Problemlösung versagen, wie beispielsweise in den Bereichen häuslicher Pflege, umweltbewussten Verhaltens, nachhaltigen Konsums, aktiven Alterns oder sozial verantwortlichen Wirtschaftens, können sich soziale Innovationen besser ausbreiten (Howaldt/Schwarz 2010: 93). Lokale soziale Innovationen können aber genauso gut auf andere Bereiche der Gesellschaft übergreifen und so zu einer institutionellen Änderung und/oder im besten Fall zu einem strukturellen Wandel der Gesellschaft führen (Oosterlynck (u.a.) 2013: 2). Die Autoren Nicholls und Murdock (zit. nach Caulier-Grice (u.a.) 2012: 15) zeigen außerdem auf, dass soziale Innovationen alle Bereiche der Gesellschaft durchdringen und diese niemals wertfrei sowie immer politisch und sozial konstruiert sind. Des Weiteren geht es immer um die Interessen der beteiligten Akteure und somit auch um Macht, Ressourcen und die Verteilung gesellschaftlicher Chancen (Howaldt/Schwarz 2010: 90).

Anhand der oben aufgelisteten Erörterungen lassen sich folgende zwingende und mögliche Eigenschaften einer sozialen Innovation zuschreiben. Sie ist ein Subtyp von Innovation und im Sinne des Gemeinwohls etwas Neues als bisher. Sie ist kontextabhängig, führt zu gewissen messbaren Ergebnissen in der Praxis und kann dabei alle Bereiche der Gesellschaft und der Wirtschaft durchdringen, sowie gesellschaftliche Verhältnisse im Bezug auf *governance* Steuerung ändern. Des Weiteren ist sie niemals wertfrei sowie politisch und sozial konstruiert und kann nicht automatisch als „gut“ oder sozial positiv angesehen werden beziehungsweise kann diese genauso gut auch zum Exklusionsprozess von Bevölkerungsschichten führen. Zuletzt ist zu erwähnen, dass es dabei immer um die Interessen der beteiligten Akteure und demzufolge auch um Macht, Ressourcen und der Verteilung gesellschaftlicher Möglichkeiten geht.

3.2.1 TEPSIE Definition zu sozialer Innovation

Die Auswahl, der für diese Arbeit in Frage kommenden Definition, fiel auf jene des TEPSIE Projekts. Der Fokus des Projekts lag darauf, eine vorläufige Definition zu entwickeln, welche gleichzeitig den Anspruch auf Kohärenz und Balance zwischen all den verschiedenen Meinungen und Strömungen aus der Welt der Wissenschaft und der Praxis stellen soll (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 4ff.). Sechs wissenschaftliche Institute aus dem Bereich der sozialen Innovationsforschung haben an dieser Definition gearbeitet und sowohl ihre wissenschaftlichen als auch praktischen Erfahrungen mit einfließen lassen. Die Definition unterscheidet sich insofern von anderen, da diese nicht nur aus ein paar Sätzen besteht, sondern mit Hilfe von Unterteilungen in wichtige und mögliche Eigenschaften versucht, deskriptive sowie kausale Aussagen zu sozialer Innovation zu treffen. Dafür haben sie die Eigenschaften einer sozialen Innovation in *core elements* und *common features* eingeteilt und mittels folgender Grafik veranschaulicht:

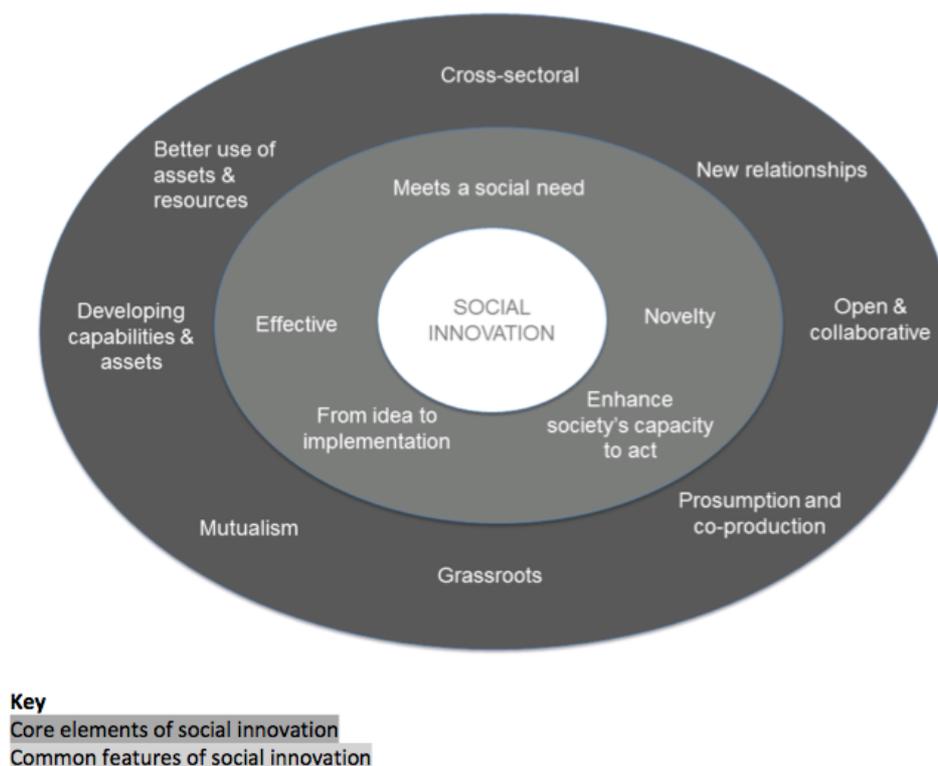


Abbildung 1: Caulier-Grice (u.a.) 2012: 18

Der innere Kreis stellt die einzelnen *core elements* dar, welche vorhanden sein müssen, um von einer sozialen Innovation sprechen zu können. Der äußere Kreis stellt die *common features* dar, welche zu den Eigenschaften der jeweiligen sozialen Innovation zählen können aber nicht

müssen. Die AutorInnen sehen die Unterteilung als nicht endgültig an, sondern betrachten diese als dynamischen Prozess, wo sich im Laufe des Projektes Änderungen in den Eigenschaften und deren Prioritäten ergeben können¹⁷ (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 19f.). Die AutorInnen haben versucht, aufgrund ihrer weltweiten Erfahrung im praktischen Feld der sozialen Innovation, eine über die europäischen Grenzen hinaus gültige Definition zu stellen, die wie folgt lautet:

Social Innovations are new solutions (products, services, models, markets, processes etc.) that simultaneously meet a social need (more effectively than existing solutions) and lead to new or improved capabilities and relationships and better use of assets and resources. In other words, social innovations are both good for society and enhance society's capacity to act. (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 18)

Gemäß der obigen Definition geht es bei sozialen Innovationen darum, neue Lösungen zu finden, die gesellschaftliche Bedürfnisse besser als zuvor befriedigen und somit zu neuen oder verbesserten gesellschaftlichen Verhältnissen und Handlungsfähigkeiten führen. Darüber hinaus soll sie auch die Nutzung von Vermögenswerten und Ressourcen verbessern. Das Projektteam rund um TEPSIE ist sich im Klaren, dass der Begriff *social needs*, neben der Kontextabhängigkeit und der sozialen Konstruktion, ein viel diskutiertes Thema ist. Daher haben sie sich für die Klärung des Begriffs für den *needs based approach* entschieden, wonach *social needs* jene Eigenschaften sind „[which] can cause serious harm or socially recognisable suffering“ (Doyal/Gough zit. nach Caulier-Grice (u.a.) 2012: 19), sofern diese nicht befriedigt werden können. Ihnen erscheint dieser Begriff noch nicht so stigmatisiert und passender für die Beschreibung der Zielsetzung von sozialer Innovation als die Begriffe Problem, Armut, Recht, Ungleichheit oder etwa Mangel.

3.2.1.1 Core elements

Für eine bessere Vorstellung der Definition wird in der Folge auf die *core elements* und *common features* näher eingegangen. Vorerst zu den *core elements* (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 19ff.):

- **Novelty**: Die soziale Innovation soll entweder einen neuen Charakter für ein bestimmtes Feld, einen Sektor, eine Region, einen Markt oder für bestimmte BürgerInnen haben.
- **From idea to implementation**: Sie darf nicht im Ideenstadium stehen bleiben, sondern muss auch implementiert und umgesetzt werden.
- **Effectiveness**: Sie soll wirkungsvoller als eine bereits existierende Lösung sein und muss somit eine messbare Verbesserung in den Bereichen Qualität, Bedürfnisbefriedigung, Wohlbefinden oder sozialer Zusammenhalt aufweisen.

¹⁷ Bis Ende August 2013 haben sich diese laut der Homepage (www.tepsie.eu) nicht geändert.

- ***Meets a social need***: Jenes Element gilt als die eigentliche Eigenschaft einer sozialen Innovation. Wie bereits zuvor beschrieben, sollen gesellschaftliche Bedürfnisse befriedigt werden.

- ***Enhances society's capacity to act***: Der Prozess der sozialen Innovation soll auch den Gemeinschaftssinn und die Partizipation marginalisierter Menschen fördern. Insofern soll jener Prozess für die involvierten Akteure auch Machtverhältnisse verändern, gesellschaftspolitische Möglichkeiten verbessern oder den Zugang zu gewissen Ressourcen erleichtern.

3.2.1.2 Common features

Jene fünf Elemente, welche im vorherigen Abschnitt analysiert wurden, stellen also den Kern der Definition von sozialer Innovation dar. Neben diesen gibt es auch acht *common features*, welche Teilmerkmale einer sozialen Innovation sein können aber nicht müssen. Laut den AutorInnen treffe zumindest ein Element zu. Darüber hinaus überlappen sich einige in ihrer Bedeutung oder sind miteinander verknüpft. Im Sinne einer übersichtlichen Auflistung der Elemente werden diese dennoch separiert aufgeführt und können wie folgt zusammengefasst werden (Caulier-Grice (u.a.) 2012: 21ff.):

- ***Cross-sectoral***: Soziale Innovationen können sich durch mehrere Sektoren bewegen und Veränderungen auslösen. Meistens befinden sie sich an der Schnittstelle, wo verschiedenen Akteure von verschiedenen Sektoren zusammenarbeiten.

- ***Open and collaborative***: Soziale Innovationen sind oft inklusive Projekte mit vielen verschiedenen Akteure. Dies kann in der realen, aber auch genauso gut in der digitalen Welt stattfinden, womit neue Kommunikationstechnologien neue Wege des Zusammenkommens ermöglichen. Damit soll unabhängiges Arbeiten an kollektiven Projekten, ohne an marktüblichen Strukturen verhaftet zu sein, ermöglicht werden.

- ***Grassroots and bottom-up***: Soziale Innovationen gehen oft mit den Eigenschaften *bottom-up*, *grassroots*, *distributed* und *local* einher, welche dem Begriff einer zivilgesellschaftlichen Initiative zugeordnet werden kann.

- ***Pro-sumption and co-production***: Im Zuge des Prozesses können Individuen von reinen KonsumentInnen auch zu ProduzentInnen werden, die somit als *pro-sumers* bezeichnet werden. Des Weiteren kann die Förderung eines gemeinschaftlichen Miteinanders von BürgerInnen und

Fachleuten zu einer Verbesserung der Lebensqualität für die Individuen und die Initiative führen, das unter dem Begriff *co-production* zusammengefasst wird.

- **Mutualism:** Dabei wird davon ausgegangen, dass das individuelle und das kollektive Bedürfnis nur durch gegenseitige Unterstützung erreicht werden kann. *Mutual organizations* zeichnen sich etwa durch ihren solidarischen Charakter aus, wo durch gegenseitiges Unterstützen entsprechende Nutzen gezogen werden können und daher ebenso zu den Merkmalen einer sozialen Innovation zählen können.

- **Creates new roles and relationships:** Das Ergebnis einer sozialen Innovation können auch neue Formen sozialer Beziehungen sein. Diese können neuen Formen von *governance*, kollektiven Handlungen, Inklusion und Partizipation von marginalisierten und/oder unterrepräsentierten Gruppen oder gar eines Rollenwandels etwa von KonsumentInnen zu ProduzentInnen, PatientInnen zu BetreuerInnen oder SchülerInnen zu LehrerInnen, sein. Dies geht häufig mit einer individuellen Verbesserung der Möglichkeiten einher, um so zu mehr *empowerment* und zu einer Bedürfnisbefriedigung auf längere Sicht zu gelangen.

- **Better use of assets and resources:** Verschwendete oder ungenützte Vermögenswerte und Ressourcen können mit Hilfe von sozialen Innovationen wieder Verwendung finden. Beispiele reichen von Gemeinschaftsprojekten und deren zur Verfügung stehenden Ressourcen sowie den daraus resultierenden Fertigkeiten, bis zur Wiederbenützung oder Adaption unbenützter Objekte.

- **Develops assets and capabilities:** Soziale Innovationen verfolgen auch die Entwicklung der Möglichkeiten der beteiligten Individuen, um deren Bedürfnisse auf längere Sicht befriedigen zu können.

Die beinhalteten Eigenschaften und deren Gewichtung treffen eine Aussage, wie eine soziale Innovation gemäß der TEPSIE Definition auszusehen hat. Hierbei lassen sich bereits einige Parallelen zu dem Konzept der *civic food networks* feststellen. In Anbetracht der beschränkten Blattzahl dieser Arbeit, konnte nicht näher auf die teilnehmenden gesellschaftlichen Bereiche und die betroffenen Sektoren, sowie die verschiedenen Formen und die einzelnen Prozessstadien einer sozialen Innovation gemäß der TEPSIE Definition eingegangen werden. Es wurden dennoch alle wesentlichen Punkte angeführt, um eine aussagekräftige Gegenüberstellung mit der Empirie vornehmen zu können.

4. Ergebnisse der Forschung zur FoodCoop Möhrengasse

In diesem Kapitel werden die erarbeiteten Ergebnisse aus der empirischen Forschung zusammengetragen. Dabei wird sowohl auf die Organisationsstruktur der FoodCoop Möhrengasse eingegangen, als auch im Hinblick auf die Gegenüberstellung mit der Theorie, die entsprechenden Ergebnisse der empirischen Forschung in Kategorien zusammengefasst, um im nächsten Kapitel Rückschlüsse über die Organisation als soziale Innovation ziehen zu können.

4.1 Von der Idee zur Entstehung der Initiative

Gegründet wurde die FoodCoop Möhrengasse im Februar 2011 (Möhrengasse o.J.). Es gab zu diesem Zeitpunkt bereits zwei FoodCoops¹⁸ in Wien, wovon ein paar Mitglieder in den zweiten Bezirk übersiedelten und die Idee hatten, mit Menschen vor Ort eine Einkaufsgemeinschaft zu gründen (Andreas). „Initiiert wurde es von Studierenden. [...] Vier oder fünf von denen waren schon bei FoodCoops“ (Manfred) erzählt Manfred, die er nur aus Erzählungen kenne. Andreas ist ein Gründungsmitglied der Lebensmittelkooperative und erinnert sich zurück:

Es waren auch Leute, so wie ich, die aus der Gegend waren und mitmachen wollten. Ich habe darüber eher durch Zufall erfahren und gedacht, nach so etwas habe ich immer schon gesucht. Ja und dann bin ich gleich mal zu einem Plenum hingelaufen und hab mir die Sache angeschaut und danach beschlossen mitzumachen. Da war auch jemand dabei, die sich mit Computer auskannte und uns gleich ein Forum [Online-Plattform] bastelte. Ja und bis dann endlich ein Raum fürs Lager gefunden wurde und wir alles fertig renoviert hatten war es Winter. Und dann ging es so richtig los mit Bestellungen und so. (Andreas)

Sergei zeigt mit seiner Aussage grundlegende Bedürfnisse der dort ansässigen Bevölkerung auf und betont „die Notwendigkeit im zweiten Bezirk, der sich auf eine Art entwickelt hat politisch, sozial, gentrifiziert und so. Ich würd sagen, dass sich bei so einer breiten Plattform auch das Konzept FoodCoop situiert.“ (Sergei) Er spricht damit die potentielle Zielgruppe von FoodCoops an, die sich in Laufe der Zeit aufgrund von entsprechenden lokalen Gegebenheiten in der Nähe der FoodCoop niedergelassen habe.

4.2 Institutionalisierte Ziele und Werte

Die FoodCoop ist eine selbstorganisierte Möglichkeit, um zusammen aus der Passivität rauszukommen und sich wirksam zu erleben. [...] [Und] dass man selbst Verantwortung übernimmt für die Lebensmittel und man das als emanzipatorischen Prozess begreifen kann. (Manfred)

Manfred drückt damit das grundlegende Bedürfnis aller Befragten aus, einen alternativen Weg einer selbstbestimmten und unabhängigen Lebensmittelbeschaffung zu ermöglichen, anstatt den

¹⁸ FoodCoop BioParadeis (www.bioparadeis.org) und D'Speis (www.speis.org).

Einzelhandel zu fördern. Demzufolge soll den Mitgliedern eine aktivere KonsumentInnen-Rolle zuteil werden und dem anonymen Lebensmittelkauf entgegen gesteuert werden.

Neben ökologischen Motiven geht es auch sehr stark um soziale Werte. Hubert spricht etwa von Gleichberechtigung und Konsensbereitschaft, in denen niemand benachteiligt werde und auf basisdemokratische und partizipative Weise Entscheidungen getroffen würden. Außerdem betont er die Solidarität durch bestimmte Formen der Arbeitsteilung und eine faire Gestaltung der Mitgliedsbeiträge. Zusätzlich führt er neben Manfred den zwischenmenschlichen Umgang, die Hilfsbereitschaft und das Vertrauen statt Kontrolle an, welche sowohl innerhalb der Initiative, als auch mit den ProduzentInnen gelebt werde (Hubert). Sergei hebt dagegen das individuelle und kollektive Verantwortungsbewusstsein gegenüber dem Thema Ernährung hervor und fasst dieses unter dem Begriff der sozialen Nachhaltigkeit zusammen. Dieser beträfe die Produktionsverhältnisse bei der Herstellung von Lebensmittel, die Unterstützung kollektiver Kaffee- und KakaoproduzentInnen¹⁹ im globalen Süden oder ganz allgemein, die Bewahrung des Gemeinschaftssinns innerhalb der Gesellschaft (Sergei).

4.3 Organisationsstruktur der FoodCoop Möhregasse

Die FoodCoop Möhregasse ist eine von acht Lebensmittelkooperativen (FoodCoops 2013a) im Raum Wien, dessen angemietetes Lager sich in der Großen Mohregasse 25 im Zweiten Wiener Gemeindebezirk befindet (Möhregasse o.J.). Sie ist ein eingetragener gemeinnütziger Verein, welcher gemäß ihrer Vereinsstatuten (Möhregasse Vereinsstatuten 2011) ausschließlich von ihren ehrenamtlichen Mitgliedern getragen wird und wo jedeR die Möglichkeit hat, das System mitzugestalten. Aus diesem Grund lautet das Motto: „Wir sind die FoodCoop.“ (Möhregasse o.J.) Ihr primäres Ziel ist die gemeinschaftliche Lebensmittelbeschaffung, die keine Profitmaximierung anstrebt. Die Organisationsstruktur zwischen den Wiener Einkaufsgemeinschaften ist „im Großen und Ganzen [...] gleich und die Unterschiede liegen im Detail.“ (Ulrike) In den folgenden vier Unterkapitel soll die Frage der Organisationsstruktur der FoodCoop Möhregasse geklärt werden, um auch auf Verbesserungsvorschläge seitens der Befragten eingehen zu können.

4.3.1 Prozessualer Ablauf der Lebensmittelbeschaffung

Laut den Aussagen der InterviewpartnerInnen ist das primäre Anliegen der FoodCoop Möhregasse die gemeinschaftliche Lebensmittelbeschaffung. In der Folge soll daher jener

¹⁹ Die Einkaufsgemeinschaft bezieht jene Lebensmittel vom Café Libertad Kollektiv (www.cafe-libertad.de).

Prozess und die damit verbundene Selbstorganisation von der Auswahl der ProduzentInnen bis zur Zahlung der bestellten Produkte verdeutlicht werden.

In den Plena werden zunächst LebensmittelproduzentInnen vorgeschlagen und diskutiert. Diese werden danach über sogenannte Speisereisen kennengelernt, um einerseits einen direkten Kontakt aufzubauen, andererseits einen Eindruck über die bestehenden Produktionsverhältnisse und die Qualität der Lebensmittel zu erhalten (Ulrike). Anschließend wird in einer der nächsten Versammlungen darüber berichtet und gegebenenfalls ein Beschluss über die Wahl der LieferantInnen gefasst. Weitere Entscheidungskriterien für die Wahl der ProduzentInnen sind die Größe des Betriebes und die Nähe zum Vereinslager. Schließlich sollen regionale kleinbäuerliche und nicht konventionelle Produktionen ohne Zwischenhändler gefördert sowie der ökologische Fußabdruck möglichst klein gehalten werden (Ulrike). Die Bestellungen von Gemüse und Milchprodukten erfolgen wöchentlich, wohingegen Lebensmittel (Kaffee, Tee, Wein, Gewürze, Obst, Teigwaren, ...), die länger haltbar sind, als Lagerware gehandelt und somit nur in unregelmäßigen Abständen bestellt werden. Die Preise werden von den ProduzentInnen bestimmt (Ulrike). Hinsichtlich der Produktqualität werden auch Waren verkauft, die optisch nicht einwandfrei sind und somit nicht in die Regale des Einzelhandels gelangen würden.

Die gesamte Lebensmittelbestellung erfolgt über eine Online-Plattform, worauf im anschließenden Kapitel näher eingegangen wird. Dazu kümmert sich jemand um die Organisation der wöchentlichen Bestellungen, während andere ihre Auswahl an biologischem und saisonalem Gemüse beziehungsweise Milchprodukte treffen und die gewünschte Menge in einer vorgefertigten Bestellliste bekannt geben. Diese wird danach an einem, im Vorfeld bekanntgegebenen Stichtag, dem/der ProduzentIn weitergeleitet. Die Produkte werden im Anschluss entweder direkt in das Lager geliefert oder von einem Mitglied abgeholt und anschließend in das Lager gebracht. Die Zahlung der bestellten Lebensmittel erfolgt bei der Abholung, wobei das Lager mit Hilfe eines Zahlenschlosses rund um die Uhr zugänglich ist. Die Mitglieder haben die Möglichkeit die Zahlung der Lebensmittel entweder bar zu tätigen und diese anschließend im gemeinsamen Kassabuch buchhalterisch als Eingang zu verbuchen oder aber die bargeldlose Variante zu wählen und den Betrag auf einem Kontoblatt zu protokollieren. Für das bargeldlose Zahlungssystem ist vom Mitglied im Vorfeld eine Überweisung auf das Vereinskonto zu tätigen.

Entlang der hier beschriebenen Prozesskette steht Vertrauen statt Kontrolle im Vordergrund (Manfred). Sämtliche Protokollierungen dienen entweder der eigenen Selbstkontrolle oder haben

gemäß den gesetzlich festgelegten Vereinsvorschriften zu geschehen. Manfred würde sich eine verbesserte Organisation und mehr Engagement der Mitglieder wünschen, sodass nicht immer dieselben aktiv mitarbeiten. Ulrike gibt diesbezüglich zu bedenken, dass eine verbesserte Organisation auch mehr Arbeit bedeute. Sie bemängelt, dass in der Regel immer die gleichen Personen auf Speisereisen mitfahren würden und diese ohnehin an Interesse verliere. Daher plädiert sie für eine neue Form des direkten Kontaktes, wie beispielsweise Informationen der LieferantInnen im Lager, auf der Online-Plattform oder etwa auf der Homepage²⁰ zugänglich zu machen (Ulrike). Die FoodCoop Möhregasse hat zwar eine Mappe über ihre ProduzentInnen im Vereinslager, diese ist jedoch sehr spärlich mit Informationen gefüllt.

4.3.2 Soziale Kommunikation und Interaktion

Die soziale Kommunikation und Interaktion erfolgt auf zwei Ebenen (Manfred). Zum einen gibt es das Lager und zum anderen die Online-Plattform. Das Lager wird sowohl für vereinsinterne als auch für externe Tätigkeiten verwendet. Neben spontanen informellen Treffen werden monatliche Plena sowie unregelmäßige Plena der einzelnen Arbeitskreise abgehalten (Manfred). Für Interessierte ist das Lager jeden Dienstag für jeweils zwei Stunden geöffnet, wo sich diese über eine mögliche Mitgliedschaft informieren oder sich einfach nur das Konzept der FoodCoop erklären lassen können (Möhregasse o.J.). Während der Öffnungszeiten ist jemand für den sogenannten Lagerdienst verantwortlich. Die zweite Interaktionsebene erfolgt über eine Online-Plattform. Neben der bereits beschriebenen Lebensmittelbeschaffung wird sehr viel organisiert, diskutiert und informiert. Aus diesem Grund sind die Registrierung und die Teilnahme auf der Plattform notwendig (Manfred). Die Plattform hat zwecks organisatorischer Übersichtlichkeit neben einer Hauptgruppe auch Untergruppen, sogenannte Arbeitskreise. Diese beschäftigen sich mit einem gewissen Thema und jedes Mitglied hat Zugang sowie die Möglichkeit mitzumachen. Die Themen der Arbeitskreise entstehen sowohl aus den Interessen der Mitglieder als auch aus einer Notwendigkeit heraus (Ulrike). Sie befassen sich beispielsweise von der Lebensmittelbestellung, dem Webauftritt oder der Lagerbetreuung angefangen bis hin zu der Mitgliederverwaltung, den Finanzen oder etwa der Öffentlichkeitsarbeit, erzählt Hubert. Aufgrund der dynamischen Veränderung der Arbeitskreise, kann es auch vorkommen, dass diese nach einer gewissen Zeit ihren Zweck erfüllt haben oder aber auf eine andere Art und Weise organisiert werden. Ein Beispiel dafür ist der Arbeitskreis „Veredelung“, in dem Informationen über die Verarbeitung von Gemüse eingeholt werden können. Dieser habe klein angefangen und

²⁰ Ein Beispiel dazu gibt es auf der Homepage der FoodCoop D'Speis: www.speis.org/index.php/Produzenten_Innen

sei mit der Zeit so groß geworden, sodass sich dieser auf einer anderen Online-Plattform neu organisiert habe, erklärt Andreas.

4.3.3 Mitgliedschaft und Ausschlussmechanismen

Für eine Mitgliedschaft ist ein Mitgliedsbeitrag notwendig, welcher allerdings frei wählbar ist und womit versucht wird, eine gewisse soziale Umverteilung innerhalb der Organisation zu erreichen. Der Beitrag dient der Deckung sämtlicher Fixkosten, wie der Lagermiete, sowie sonstigen finanziellen Aufwendungen (Hubert). Neue Mitglieder bekommen einen sogenannten *buddy* zugeteilt. Dieses Mitglied hat die Aufgabe, während des Einstiegs in die prozessualen Abläufe der Initiative zur Seite zu stehen und eine Einführung in die verschiedenen Aufgabebereiche zu geben, um eine aktive Teilnahme zu fördern (Manfred). Jenes System könne laut Manfred verbessert werden, um die Identifikation mit der Initiative zu stärken und einer Passivität der TeilnehmerInnen entgegenzuwirken.

Nahezu alle Befragten sind sich dahingehend einig, dass theoretisch jedeR mitmachen kann. Dennoch werden sprachliche Barrieren, der zeitliche und finanzielle Aufwand, die Organisationsstruktur und der notwendige Internetzugang als mögliche Hindernisse aufgezählt. Neben Ulrike argumentiert auch Manfred mögliche Ausschlusskriterien. „Dass unsere Gruppe ein Stück weit homogen ist, sprich Studierende, AkademikerInnen, österreichischer oder deutscher Herkunft, zeigt für mich, dass wir [...] Ausschlussmechanismen schaffen.“ (Manfred) Hubert sieht etwa in der gewünschten aktiven Teilnahme keinen Grund, da diese keine Voraussetzung für eine Mitgliedschaft darstelle. Dennoch bedeute eine Teilnahme „Zeit zu investieren, [die] in den bestehenden Arbeitsmodellen mit 40-Stunden-Woche, bei vielen ist es bereits mehr, ganz schwer Platz haben.“ (Hubert) Manfred und Ulrike vermuten die sprachliche Komponente als Hindernis. „Ich weiß nicht, ab wie vielen Leuten wir auf ein englisches Plenum wechseln, oder wir Leute haben, die es für die einzelnen Leute übersetzen“ (Manfred) würden. Darüber hinaus gehen Manfred, Sergei und Hubert davon aus, „dass gewisse Verhaltensweisen [von Interessierten] zumindest eine Diskussion anregen und wir mit dieser Person oder über diese Person reden sollten und dass man sich die Frage stellt, ob es so viel Sinn macht für beide Seiten.“ (Manfred) Dem ausgearbeiteten Manifest der FoodCoop Möhregasse zufolge, stimmen alle per Mitgliedschaft den Grundsätzen der Basisdemokratie, der Vorurteilsfreiheit sowie der Hierarchielosigkeit und der Antidiskriminierung zu (Möhregasse o.J.). Des Weiteren erwähnt Manfred die Diskurse innerhalb der Kooperative, die „schon ein wenig zu akademisch geprägt [sind] und abschreckend wirken“ (Manfred) könnten. Ulrike fügt ergänzend hinzu, dass es

Menschen auch schwer fallen könnte mit der „leichten Desorganisation und dem kreativen Chaos in einer FoodCoop umzugehen.“ (Ulrike)

4.3.4 Beschlussfindung und Hierarchie

Beschlüsse würden basisdemokratisch und auf eine partizipative Weise in monatlichen Plena getroffen, dass als höchstes Entscheidungsorgan fungiere, betont Manfred. Entscheidungen, welche schnell zu fällen sind, würden auch über die Online-Plattform diskutiert und beschlossen werden (Sergei). Dabei habe jedeR TeilnehmerIn die Möglichkeit, persönliche Anliegen miteinzubringen. Insofern würden Entscheidungen konsensual gefällt, das heißt es wird solange diskutiert, bis es keine Einwände mehr gibt. JedeR habe dabei gleiches Stimmrecht und die Möglichkeit, ein begründetes Veto einzulegen (Ulrike). Alle Beschlüsse werden auf der Online-Plattform protokolliert und sind somit für alle Mitglieder transparent zugänglich gemacht. Die Mitglieder der jeweiligen Arbeitskreise treffen sich ebenfalls in unregelmäßigen Abständen, um Beschlüsse zu fassen und danach im Hauptplenum vorzutragen und zu diskutieren (Hubert). Der Grund für Versammlungen der Arbeitskreise und deren interne Beschlüsse liegt in der Beschleunigung der Beschlussfindungen. Hubert spricht diesbezüglich auch informelle Prozesse der Initiative an. „Es ist nicht so klar geregelt, wann eine Entscheidung ins große Plenum muss.“ (Hubert)

Die Besprechungen und die Organisationsabläufe unterliegen einer hierarchielosen Struktur, wobei diese laut einigen InterviewpartnerInnen in der Praxis nicht existiere. Es habe sehr stark mit Wissen zu tun, welches sich einerseits durch entsprechendes Engagement und andererseits durch die jeweiligen Aufgaben entwickle, so Manfred und Ulrike. Manfred hofft jedenfalls, dass durch „die Zugänglichkeit [...] fast aller Daten [in der Online-Plattform, hierarchische Strukturen] auf ein Minimum heruntergefahren [werden] konnte.“ (Manfred) Laut Ulrike komme es bereits bei der Gründung einer FoodCoop zu einer Elitenbildung, der etwa durch Selbstreflexion der betroffenen Mitglieder oder durch rotierende Aufgabenverteilungen entgegengesteuert werden könnte. Manfred ist der Ansicht, dass eine gewisse Art von Hierarchie unvermeidbar sei. Diese „zu verringern erfordert eine hohe Achtsamkeit aller und auch den Mut das Auszusprechen wenn so was zu viel wird.“ (Manfred) Er könnte sich vorstellen, Plena in Form von *mini open spaces* zu gestalten, wo in Kleingruppen über nachgefragte Themen diskutiert und dadurch mehr die Partizipation gefördert werde.

4.4 Mitgliederstruktur und soziale Beziehungen

Die Mitgliederanzahl ist laut Manfred schwer zu bestimmen. Auf der Online-Plattform seien in etwa 150 Mitglieder (Stand August 2013) registriert, wobei die Hälfte davon Mitgliedsbeitrag zahle und wiederum die Hälfte davon regelmäßig Lebensmittel bestelle. In Plena seien zwischen acht und zwanzig Leute beteiligt, wobei immer die gleichen Personen anzutreffen seien. An der Organisation würden sich etwa 20 bis 30 Mitglieder mit jeweils zwei bis drei Stunden pro Woche beteiligen (Manfred).

Die Gruppenzusammensetzung zeigt im Bezug auf die sozialen Verhältnisse ein eher homogenes Bild, welches sich durch „einen hohen Anteil Studierender mit circa 60 bis 70 %, höher Gebildeter, ÖsterreicherInnen und Deutsche, weiße MitteleuropäerInnen“ (Manfred) verdeutlicht. Sergei spricht von einer „bürgerlichen Initiative.“ (Sergei) Andreas erwähnt in diesem Zusammenhang das sogenannte Sommerloch, dass er als ein „studentisches Phänomen“ bezeichnet, da während des Sommers die Aktivitäten innerhalb der Initiative deutlich zurückgehen würden.

Wir haben schon oft gesagt, dass uns die [Homogenität] nicht recht ist, aber was wir dagegen tun können, waren wir ein bisschen ratlos. Meiner Meinung nach wäre es sehr wünschenswert sich für eine breitere Gesellschaftsschicht zu öffnen, aber wie man das konkret umsetzt, ist uns bis jetzt schwer gefallen. (Manfred)

In den letzten Monaten hat sich jene Homogenität jedoch ein wenig verändert. Der Altersdurchschnitt der Mitglieder hat sich gehoben und junge Familien sind hinzugekommen. Als Auslöser wird ein Online-Artikel über die Initiative auf derStandard.at²¹ im März diesen Jahres vermutet (Manfred). Der Mitgliederzuwachs werde allerdings nicht nur positiv von allen Mitgliedern gesehen, da dieser zu mehr Anonymität führe, so Hubert. Der soziale Zusammenhalt und die Interaktion zwischen den Mitgliedern sei ein wichtiges Anliegen der Kooperative. Abseits der formellen Versammlungen, würden sich die Mitglieder zum gemeinsamen Kochen, Picknicken oder Feiern treffen. „Es ist sehr freundschaftlich und sehr offen. [...] Mit manchen Menschen in der FoodCoop bin ich sehr eng befreundet.“ (Hubert) Allerdings habe sich durch den relativ starken Mitgliederzuwachs in den letzten Monaten jenes Empfinden verändert.

Es war zum ersten Mal so, dass ich ein etwas anonymes Gefühl manchmal hatte, als ich dort (Lager) war. Als ich Hallo gesagt hatte und [gefragt habe] wie sie heißen und ob sie zum ersten Mal da sind, kam nicht viel zurück. Oder das Menschen ihr Gemüse geholt haben, während dem Plenum und eher etwas distanzierte peinlich berührter reagiert haben. [...] Es ist sicherlich normal wenn man neu ist, dass man vorsichtiger ist, aber trotzdem ist mir eine steigende Veränderung mit der Mitgliederzahl aufgefallen. (Hubert)

²¹ <http://derstandard.at/1363705886286/Foodcoops-Gemeinsam-die-Industrie-austricksen>

Die Kooperative ringt seitdem mit dem Problem, dass zum Teil bestellte Lebensmittel nicht abgeholt werden und teilweise weggeschmissen werden müssen. Die entstandenen Kosten trägt die FoodCoop, sprich alle. Dies widerspräche vehement den Prinzipien der Gemeinschaft, so Hubert. Des Weiteren bringen sich die neuen Mitglieder verhältnismäßig weniger aktiv bei der Organisation ein als ältere (Hubert). Sergei erklärt sich jenes Phänomen insofern, dass die neuen Mitglieder „das fast fertige System vorgefunden haben [...] [und jenes] eher als ein Geschäft [ansehen].“ (Sergei) Manfred stellt wiederum fest, dass ältere Mitglieder nicht mehr so aktiv wie am Anfang seien und zentrale Aufgabenbereiche auch von Neuen besetzt würden.

Es stellt sich die Frage, ob mit dem genannten Mitgliederzuwachs jene institutionalisierten Ziele und Werte noch gelebt werden können, oder aber eine Form sozialer Anonymität Einkehr findet. Die FoodCoop D'Speis in Wien hat aus den genannten Gründen und dem beschränkten Lagerplatz im April diesen Jahres einen Mitgliederstopp beschlossen. Im Gegenzug helfen sie einer nahegelegenen FoodCoop mit finanzieller und fachlicher Unterstützung bei der Neugründung (D'Speis 2013). Die FoodCoop Bioparadeis wählte neben jener Unterstützung einen anderen Weg, nämlich den des Zuwachses (Ulrike). Ulrike stellt sich dabei die Frage, wie „Basisdemokratie mit 150 Mitgliedern funktionieren kann.“ (Ulrike) Die FoodCoop Möhregasse hat das Thema des Mitgliederstopps in den vergangenen Monaten bereits zwei Mal in Plena diskutiert. Beide Male ist es nicht zu einem Beschluss gekommen.

4.5 Gesellschaftliche Bedeutung und der Bezug zu Ernährungssouveränität

Am Anfang war das Ziel, in jedem Grätzl [in Wien] eine FoodCoop [zu haben.] [...] Mittlerweile sind wir schon bei der Hälfte irgendetwas. (Ulrike)

Ulrike spricht damit ein Ziel der Wiener FoodCoop Bewegung an, sich räumlich so zu positionieren, sodass diese als eine flächendeckende Alternative zum Einzelhandel gesehen werden könne. Acht Lebensmittelkooperativen sind bereits in Wien angesiedelt, sieben weitere sind in Planung (FoodCoops 2013a). Ulrike bezeichnet das Wachstum in den letzten Jahren als Boom, wobei es dennoch nur als „ein Stachel, der irgendwo im Fuß drinnen steckt und ein bisschen weh tut“ (Ulrike) gesehen werden könne und wo große Änderungen in der Gesellschaft bisher ausgeblieben seien. Nichtsdestotrotz habe diese soziale Bewegung für sie ein großes Potenzial, um einerseits eine konkrete andere Praxis herzuzeigen und vorzuleben und andererseits die Möglichkeit zu bieten, Konsumgewohnheiten zu verändern. Darüber hinaus werde durch den Konsum saisonaler und regionaler Produkte, ein Bezug zur kleinbäuerlichen Produktion hergestellt. Selbst wenn diese Kleinbäuerinnen und -bauern, die dadurch

unterstützt würden, noch keine maßgebliche Bedeutung haben, sieht Ulrike es dennoch als „ein Samen, der größer werden könnte“ (Ulrike) und unterstreicht damit Sergeis und Huberts Aussagen. Die Vernetzung mit anderen sozialen Bewegungen, wie etwa die der österreichischen FoodCoops, sei dabei entscheidend. Außerdem könnten sich die Reflexionsprozesse, die durch solche Initiativen bei manchen Individuen angestoßen würden, dahingehend weiter entwickeln, dass andere gemeinschaftliche Kooperativen gegründet werden würden (Ulrike). Als Beispiel dafür kann das Gemeinschaftsgartenprojekt Grünstern LobauerInnen genannt werden, welches im Mai 2012 durch Mitglieder der FoodCoop Möhregasse und andere lokalen BürgerInnen initiiert wurde (Grünstern LobauerInnen o.J.). Weitere Kooperationen reichen von CSAs²², die das Lager als Abholort für ihre KonsumentInnen verwenden, bis hin zu Arbeitseinsätzen von Mitgliedern bei ProduzentInnen sowie gemeinsamen politischen Aktionen. Außerdem vollziehen gewisse Mitglieder durch die Teilnahme in der Initiative einen Wandel von KonsumentInnen hin zu ProduzentInnen. Beispiele reichen hier von der Brot-, Marmeladen- und Sirupherstellung, der Gemüseveredelung, dem Bierbrauen bis zum eigenen Gemüseanbau (Andreas). Die Initiative hat unter anderem auch einen solidarischen Beitrag durch Lebensmittelspenden für die protestierenden Flüchtlinge²³ in Wien geleistet. So konnten die Mitglieder Geld für den Kauf von Lebensmittelspenden, welche anschließend mit Absprache der Flüchtlinge geliefert wurde (Manfred). Außerdem können aufgrund der Selbstorganisation, des *non-profit* Gedankens und des Wegfalls von ZwischenhändlerInnen, gewisse Lebensmittel zu niedrigeren Preisen als im Einzelhandel angeboten werden, welche somit auch für Haushalte mit geringerem Einkommen leistbarer werden. Dabei müsse auch nicht „auf ausbeuterische Prozesse wie im Supermarkt“ (Manfred) zurückgegriffen und damit die Lebensgrundlage der BäuerInnen gefährdet werden. Zusätzlich bekommen ProduzentInnen einen besseren Preis für ihre Produkte von Einkaufsgemeinschaften als vom Einzelhandel. Dennoch habe das Konzept der FoodCoop für Hubert, Manfred und Sergei noch keine gesamtgesellschaftliche Relevanz, solange dieses nicht als „Konkurrenz zum herrschenden [Lebensmittel]system“ (Hubert) gesehen werden könne.

Auf welche Art und Weise die Lebensmittelkooperative Ernährungssouveränität lebt, wird unter den Befragten unterschiedlich aufgefasst. Ideologisch ist diese jedenfalls vorhanden, darin sind sich alle einig. Manfred sieht definitiv Überschneidungen, wobei diese noch mehr auf eine CSA

²² Die CSA Ochsenherz (www.ochsenherz.at) und die CSA Mogg (www.biohof-mogg.at) stellen jeweils wöchentlich ihre Produkte in das Lager der FoodCoop Möhregasse für ihre KonsumentInnen zur Abholung bereit.

²³ Refugee Protest Camp Vienna (www.refugeecampvienna.noblogs.org).

zutreffen würden, da dort in Bezug auf die Produktion noch mehr Entscheidungsfreiheit bestehe. Er dreht vielmehr die Frage um und benennt was die Initiative sicherlich nicht sei, nämlich ein „Gegenpol zur Zentralisierung von Macht.“ (Manfred) Hubert meint wiederum, dass es auf die Mitglieder selbst ankomme, in welchem Umfang Ernährungssouveränität gelebt werde und Sergei stellt sich die grundlegende Frage, wieviele der Mitglieder mit dem Begriff überhaupt etwas anfangen könnten. Er stellt die Behauptung auf, dass Personen aus der Gründungsphase der Kooperative noch eher hinter dem Konzept stünden, als jene, die erst kürzlich dazugekommen seien und spricht damit die aufgekommene Problematik mit dem Mitgliederzuwachs und die damit in Verbindung stehenden, nicht abgeholten Lebensmittel an. „Wenn du Ernährungssouveränität an erster Stelle setzt, dann vergisst du auch nichts, dann ist es zum Instinkt geworden.“ (Sergei) Aus diesem Grund sieht er diese bislang nur als ideologischen Überbau an, welcher noch nicht gelebt werde.

4.6 Gesellschaftliche & institutionelle Veränderungen für FoodCoops

Die Frage welche gesellschaftlichen und institutionellen Veränderungen den FoodCoops zu Gute kommen könnten, stieß auf großes Interesse. Manfred sowie Ulrike sehen etwa die Adaptierung institutioneller Rahmenbedingungen als sehr wichtig an, um eine rechtliche Grundlage für Lebensmittelkooperativen zu schaffen. Denn mit dem Erscheinen des Artikels über die Initiative in derStandard.at, wurde der Kooperative ein Besuch vom Marktamt²⁴ abgestattet. Dieses forderte die Initiative auf, ein Gewerbe anzumelden (Ulrike). Des Weiteren wäre für Ulrike auch Lobbyarbeit im Lebensministerium denkbar, um Lösungen für kleinbäuerliche Strukturen zu unterbreiten, damit diese aus der Abhängigkeitssituation mit dem konventionellen Lebensmittelsystem herauskommen könnten. Darüber hinaus hält sie die Stärkung der politischen Rahmenbedingungen für FoodCoops für relevant, um „aus der kleinen Nische“ (Ulrike) herauszufinden. Hubert spricht wiederum die Restriktionen in der Gesellschaft an, die Menschen aufgrund ihrer beschränkten Zeit darin hindere, mitzumachen. Insofern wünscht er sich die Veränderung gesellschaftlicher Rahmenbedingungen, sodass Menschen mehr Zeit für FoodCoops hätten (Hubert). Manfred kann sich dies in Form eines bedingungslosen Grundeinkommens oder etwa eines arbeitsfreien Mittwochs vorstellen. Sergei findet wiederum eine Zusammenarbeit mit Bildungsinstitutionen wichtig, sodass Kinder bereits von klein auf einen anderen Umgang mit Lebensmitteln kennenlernen würden und somit die FoodCoop auch zu einer Art „Erziehungsinitiative“ (Sergei) werde.

²⁴ Das Marktamt ist eine Behörde der Stadt Wien, die die Einhaltung der lebensmittelrechtlichen Bestimmungen überwacht und Kontrollen im KonsumentInnenschutz durchführt (MA59 o.J.).

5. Gegenüberstellung der FoodCoop Möhrengasse mit der TEPSIE

Definition zu sozialer Innovation

Im letzten Kapitel wurden die Erkenntnisse der Befragungen zusammengetragen und in Kategorien unterteilt. Diese zeigen bereits auf, dass die Lebensmittelkooperative den normativen Vorgaben von *civic food networks* zu einem großen Teil gerecht werden (vgl. Kapitel 3.1.1). Das folgende Kapitel versucht nun herauszufinden, inwiefern die FoodCoop Möhrengasse als soziale Innovation gesehen werden kann. Dazu werden die Ergebnisse des empirischen Teils mit der herausgearbeiteten Definition zu sozialer Innovation gegenübergestellt. Die Vorgehensweise gestaltet sich insofern, dass sich zuerst mit den *core elements* (vgl. Kapitel 3.2.1.1) und den *common features* (vgl. Kapitel 3.2.1.2) der Definition auseinander gesetzt wird, um abschließend eine allgemeine Aussage treffen und diese kritisch reflektieren zu können.

5.1 Auseinandersetzung der Empirie mit den *core elements* der TEPSIE Definition

Laut der allgemeinen TEPSIE Definition geht es bei einer sozialen Innovation um eine neue Möglichkeit gesellschaftlicher Bedürfnisbefriedigung, welche zuvor nicht möglich war (vgl. Kapitel 3.2.1). Alle Befragten hatten das Verlangen nach einer Alternative zur herkömmlichen Lebensmittelbeschaffung über den bestehenden Einzelhandel. Sie wollten nicht mehr in einer passiven KonsumentInnen-Rolle stecken und den Weg einer anonymen Lebensmittelbeschaffung gehen, sondern davon ausbrechen und eine aktivere Rolle einnehmen. Die FoodCoop Möhrengasse verfolgt eine basisdemokratische und partizipative Entscheidungsfindung, wo jedeR die Möglichkeit hat, an der Gestaltung der Organisation mitzuarbeiten. Dabei bleibt jedem/jeder selbst überlassen, in welchem Bereich und in welchem Ausmaß er/sie sich einbringen möchte. Insofern erfüllt die Kooperative jenes Verlangen, welches dem Hauptmerkmal der TEPSIE Definition *meets a social need*, gleichkommt. Die Eigenschaft *effectiveness* findet sich in der Förderung sozialer Werte wieder. Diese reichen von der Unterstützung des sozialen Zusammenhalts, der Förderung sozialer Beziehungen und der Gleichberechtigung aller Mitglieder bis hin zum direkten Kontakt und zum Vertrauen statt der Kontrolle gegenüber den ProduzentInnen und innerhalb der Initiative. Die FoodCoop Möhrengasse ist die Erste und bisher einzige Lebensmittelkooperative²⁵, die sich erfolgreich im Zweiten Wiener Gemeindebezirk situiert hat. Aufgrund ihrer Reichweite kann diese lediglich der

²⁵ Eine zweite FoodCoop in der Nähe der FoodCoop Möhrengasse befindet sich gerade im Aufbau (Foodcoops 2013a).

lokalen Bevölkerung die genannten Möglichkeiten anbieten. Dennoch entspricht diese den Merkmalen *novelty* und *from idea to implementation*. Durch die Mitgliedschaft wird der kooperative Gedanke (Tunkowitsch 2013: 25f.) und ein nachhaltiges Konsumverhalten (Grassnigg 2012; Mussner 2012) gestärkt, sowie zu weiteren Kooperationen und Gründungen mit zivilgesellschaftlichen Organisationen animiert. Des Weiteren wird auch zu gemeinsamen politischen Aktionen zwischen den FoodCoop-Mitgliedern und den BäuerInnen angeregt, die der Ernährungssouveränitätsbewegung zugeschrieben werden kann. Jene Merkmale treffen auf die Beschreibung der Eigenschaft *enhances society's capacity to act* zu, obwohl anhand der Ergebnisse nahezu keine marginalisierten Menschen bei den beschriebenen Prozessen involviert sind. Entsprechend der Gegenüberstellungen, treffen dennoch alle *core elements* der TEPSIE Definition auf die FoodCoop Möhrengasse zu.

5.2 Auseinandersetzung der Empirie mit den *common features* der TEPSIE Definition

Die *common features* der TEPSIE Definition decken sich nahezu gänzlich mit der Initiative. Zunächst kann die Initiative als eine *bottom-up* beziehungsweise eine *grassroots*-Bewegung bezeichnet werden, sprich eine sozialen Bewegung von unten. Diese wurde von ehemaligen Mitgliedern einer anderen Wiener FoodCoop mit lokalen BürgerInnen gegründet, die durch das kollektive Bündeln von Wissen und Fähigkeiten an der Befriedigung ihrer individuellen Bedürfnisse arbeitet und somit den Definitionen *mutualism* und *co-production* entspricht. Die Eigenschaft *cross-sectoral* findet insofern Anwendung, zumal die Initiative einer *non-profit* Organisation gleichkommt, die sich an der Schnittstelle zwischen privatem, *non-profit* und informellem Sektor befindet und mit den jeweiligen Akteure entweder in einem materiellen oder immateriellen Verhältnis zusammenarbeitet. Denn neben einer marktförmigen Beziehung mit kleinbäuerlichen Betrieben, wird durch die Aufhebung der Anonymität zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen auch ein größerer Bezug zu deren Tätigkeitsfeld hergestellt und in weiterer Folge eine größere Wertschätzung gegenüber deren Leistungen erbracht. Eine Kooperation mit dem öffentlichen Sektor ist bis jetzt noch ausgeblieben. Die Initiative kann ebenso als ein inklusives Projekt bezeichnet werden, weil sowohl auf digitaler Ebene, mittels einer Kommunikationsplattform, als auch auf direkter Ebene, mittels eines Vereinslagers, Menschen im Kollektiv oder unabhängig voneinander interagieren und arbeiten können, was sich mit den Eigenschaften *open and collaborative* und *creates new roles and relationships* deckt. Jene implizierte Wahlfreiheit und die hierarchielose Struktur fördern

beziehungsweise entwickeln auf längere Sicht sowohl die Kreativität, die Selbstverwirklichung als auch die Fertigkeiten, was das Element *develops assets and capabilities* umfasst. Im Laufe des Bestehens haben einige Mitglieder einen Wandel von KonsumentInnen zu sogenannten ProsumertInnen (*pro-sumers*) vollzogen. Sie haben angefangen für sich und andere Mitglieder etwa Brot zu backen, Bier zu brauen oder ihr eigenes Gemüse anzubauen. Zuletzt sind neben sozialen auch ökologische Nutzen zu erwähnen, wie die der Abfallvermeidung, der Förderung nachhaltiger agrarischer Produktionssysteme, der kürzeren Lebensmitteltransportwege und somit der Einsparung von CO₂-Emissionen. Außerdem hat sich das zuvor leerstehende Bauwerk zum Vereinslager situiert und dadurch einen kollektiven Nutzen erlangt, welches die Eigenschaft *better use of assets and resources* beschreibt.

5.3 Fazit der Gegenüberstellung

Anhand der Auseinandersetzung mit den Ergebnissen der empirischen Forschung und der Gegenüberstellung mit der theoretischen Definition zu sozialer Innovation, konnte eine nahezu vollständige Übereinstimmung mit den *core elements* und den *common features* der TEPSIE Definition aufgezeigt werden, weshalb sich die FoodCoop Möhrengasse als eine soziale Innovation bezeichnen lassen kann. Diese stellt eine Alternative Form der Lebensmittelversorgung dar, wodurch KonsumentInnen Selbstermächtigung erfahren und ihrer Unzufriedenheit mit dem vorherrschenden System einen praktischen Ausdruck verleihen. Innerhalb dessen geht es um die Förderung der Kooperation zwischen den Akteuren und nicht um Konkurrenzdenken.

Wenn man sich allerdings die Frage stellt, wem diese soziale Innovation zu Gute komme, verändert sich das Ergebnis der Untersuchung ein wenig. Anhand der Aussagen kann eher die umliegende weiße Mittelschicht und nicht etwa soziale Randgruppen als potentielle Zielgruppe identifiziert werden. Denn abgesehen von der sozialen Umverteilung durch frei wählbare Mitgliedsbeiträge, der solidarischen Unterstützung während der Flüchtlingsproteste in Wien, den besseren Preis für Kleinbäuerinnen und -bauern und den im Vergleich zum Einzelhandel erschwinglicheren Preisen für qualitative Lebensmittel, kann nicht die Behauptung aufgestellt werden, dass dieses Projekt zur Armutsbekämpfung beiträgt und herrschende Machtverhältnisse verändert. Die Initiative bietet zwar allen ohne große ökonomische oder nicht-ökonomische Auflagen die Möglichkeit der Teilnahme, jedoch sind abgesehen vom Interesse womöglich sprachliche Barrieren, die Organisationsstruktur sowie gesellschaftliche und institutionelle Zwänge Gründe der Teilnahme zu trotzen. Des Weiteren machen verhältnismäßig wenig

Mitglieder ihren Gebrauch davon, die Organisation mitzubestimmen beziehungsweise mitzugestalten.

Durch das angestrebte Ziel eines flächendeckenden Angebots von Lebensmittelkooperativen der FoodCoop Bewegung im Raum Wien, wird an einer Alternative zum Einzelhandel gearbeitet. Allerdings stellt sich die Frage, ob damit bereits ökologischen und sozialen Problemen entgegengesteuert werden können und jenes zu einem gesellschaftlichen Wandel beiträgt oder ob im Sinne der Ernährungssouveränität Änderungen politischer, gesellschaftlicher und institutioneller Rahmenbedingungen dafür notwendig wären. Derartige Veränderungen sind bislang jedenfalls ausgeblieben. Die Entwicklungen in den letzten Jahren lassen jedoch durchaus positiv in die Zukunft blicken.

6. Resume

Die vorliegende Fallstudie wird für mich als wichtiger Lernprozess gesehen. Entlang des gesamten Forschungsverlaufs stieß ich auf so manche Schwierigkeiten und Fragen, welche ich als Herausforderung annahm und versuchte diese analytisch zu lösen. Dies funktionierte einmal besser und dann wieder weniger gut. Vor allem die Interviews empfand ich als sehr spannend. Trotz meiner aktiven Teilnahme im Feld, konnte ich dennoch viele spannende Interviews führen und bin dabei auf interessante Sichtweisen gestoßen, die mir nicht nur bei der Analyse der vorliegenden Forschungsfrage geholfen haben, sondern auch einige interessante Fragestellungen aufgeworfen haben. Zu allererst stellt sich die Frage, ob das Hauptanliegen der Initiative durch den Mitgliederzuwachs gleich geblieben ist oder womöglich andere Bedürfnisse bereits in den Vordergrund gerückt sind. Daran anschließend könnte es sicherlich von Interesse sein, herauszufinden, welche Mitgliederanzahl derartige zivilgesellschaftliche Initiativen und die Erhaltung ihrer Prinzipien zulässt. Eine weitere Erkenntnis hebt den zeitlichen Mehraufwand für derart zivilgesellschaftliche Organisationen hervor. Insofern könnte untersucht werden, welche gesellschaftlichen und institutionellen Rahmenbedingungen notwendig wären, um jene zeitlichen Ressourcen zur Verfügung zu haben. Zum Schluss ergibt sich noch in Bezug auf die Lebensmittelkooperative die Frage, welche Ergebnisse eine Auseinandersetzung mit einer ökologischen anstatt einer sozialen Innovation oder beide kombiniert ergeben würde.

Im Bezug zu den Definitionen zu sozialer Innovation, bleibt jedenfalls weiterhin die Frage offen, ob diese die soziale Realität so widerspiegeln können, sodass sichtbar gemacht wird, was wirklich sozial ist. Das TEPSIE Konzept zählt derzeit zu den aktuellsten wissenschaftlichen

Konzepten zu sozialer Innovation, worin sehr breit gefasst wird was eine soziale Innovation ausmacht, obwohl die EntwicklerInnen des Konzepts genau jenes kritisieren. Somit stellt sich die Frage, inwiefern es in der Wissenschaft auch um Interessen und Macht geht.

Abschließend hoffe ich, dass meine Fallstudie neben einer ausführlichen Auseinandersetzung mit der Forschungsfrage ebenso eine Selbstreflexion für die Mitglieder der FoodCoop Möhrengasse darstellt und diese zu einer eventuellen Verbesserung einiger prozessualer Abläufe anregt. Denn gemäß den Prinzipien von *civic food networks* sollten sich Initiativen, wie eine Lebensmittelkooperative, über ihre demokratischen Aushandlungsprozesse zwischen den Beteiligten identifizieren und sich so vom konventionellen Lebensmittelsystem unterscheiden.

7. Literaturverzeichnis

Brüsemeister, Thomas (2000): Qualitative Forschung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Caulier-Grice, Julie (u.a.) (2012): Defining Social Innovation. Part1. 31.05.2012.

<http://www.tepsie.eu/images/documents/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part%201%20-%20defining%20social%20innovation.pdf> [Zugriff: 31.08.2013].

Cox, Rosie (u.a.) (2008): Common ground? Motivations for participation in a community-supported agriculture scheme. In: *Local Environment* 13 (3), 203–218.

Drazic, Lena; Jaklin, Ulrike; Lammer, Christof (2012): Food Coops. Das nächste Kapitel der Konsumgenossenschaftsbewegung in Österreich? In: *PolitiX* 32, 32–35.

D‘Speis (2013): Vorübergehender Mitgliederaufnahmestopp.

<http://www.speis.org/index.php/Mitgliederaufnahmestopp> [Zugriff: 15.08.2013].

DuPuis, Melanie; Goodman, David (2005): Should we go “home” to eat? Toward a reflexive politics of localism. In: *Journal of Rural Studies*, Nr. 3, Volume 21, 359–371.

Fischer, Margit (2012a): Selbstbestimmung fängt beim Essen an! Die Wahrnehmung von Macht und Ohnmacht in einer Lebensmittelkooperative. Proseminararbeit, Universität Wien

http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/Fischer_Margit_Selbstbestimmung-fängt-beim-Essen-an.pdf [Zugriff: 25.07.2013].

Fischer, Margit (2012b): Direktvermarktung durch eine Lebensmittelkooperative. Eine anthropologische Untersuchung bäuerlicher Strategien, Identitäten und Wechselwirkungen mit KonsumentInnen. Bachelorarbeit, Universität Wien. http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/Fischer_2012.pdf [Zugriff: 26.07.2013].

Flick, Uwe (2007): Design und Prozess qualitativer Forschung In: Flick, Uwe; Kadorff, Ernst von; Steinke, Ines (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Hamburg: Rowohlt. 252 – 264.

Foodcoops (o.J.): Was ist eine FoodCoop? http://foodcoops.at/?page_id=2 [Zugriff: 24.06.2013].

Foodcoops (2013a): In Österreich entstehen neue Foodcoops. 3.06.2013.

<http://foodcoops.at/?p=214> [Zugriff: 28.07.2013].

Foodcoops (2013b): Sammlungen von Forschungsarbeiten zu Foodcoops in Österreich. 12.02.2012. <http://foodcoops.at/?p=101> [Zugriff: 24.07.2013].

Foodcoops (2013c): Bioparadeis. 29.12.2011. <http://foodcoops.at/?p=112> [Zugriff: 24.07.2013].

Froschauer, Ulrike; Lueger, Manfred (2003): Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer analyse sozialer Systeme. Wien: Facultas Verlag.

Gillwald, Katrin (2000): Konzepte sozialer Innovation. WZB paper: Querschnittsgruppe Arbeit und Ökologie. Berlin. <http://bibliothek.wzb.eu/pdf/2000/p00-519.pdf> [Zugriff: 26.07.2013].

Girtler, Roland (1992): Methoden der qualitativen Sozialforschung. Anleitung zur Feldarbeit. Wien: Böhlau.

Goodman, David (2004): Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. In: Sociologia Ruralis, Nr. 1, Volume 33, 1-15.

Grassnigg, Christina (2012): Warum nehmen die Mitglieder der Foodcoop Möhrengasse die Distribution von Lebensmitteln selbst in die Hand? Proseminararbeit, Universität Wien. 29.03.2012. http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/Grassnigg_Moehrengasse.pdf [Zugriff: 26.07.2013].

Grünstern Lobauerinnen (o.J.): Wir über uns. http://www.gruenstern-lobauerinnen.at/?page_id=24 [Zugriff: 30.08.2013].

Hassanein, Neva (2003): Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation. In: Journal of Rural Studies 19 (1), 77–86.

Hopf, Christel (2007): Forschungsethik und qualitative Forschung. In: Flick, Uwe; Kadorff, Ernst von; Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Hamburg: Rowohlt. 589 – 600.

Howaldt, Jürgen; Schwarz, Michael (2010): Soziale Innovation - Konzepte, Forschungsfelder und –perspektiven. In: Howaldt, Jürgen; Schwarz, Michael: "Soziale Innovation" im Fokus. Skizze eines gesellschaftstheoretisch inspirierten Forschungskonzepts. Bielefeld: Transcript Verlag. 87 – 108.

Howaldt, Jürgen; Jacobsen, Heike (2010): Soziale Innovation – Zur Einführung in den Band. In: Howaldt, Jürgen; Schwarz, Michael: "Soziale Innovation" im Fokus. Skizze eines

gesellschaftstheoretisch inspirierten Forschungskonzepts. Bielefeld: Transcript Verlag. 9 – 18.

Jaklin, Ulrike (2013): Kleinbäuer*innen und die Foodcoop D'Speis (Wien). Gründe für die Teilnahme an einem alternativen Lebensmittelnetzwerk. Diplomarbeit, Universität Wien.

Johnston, Josée (2007): The Citizen-consumer Hybrid: Ideological Tensions and the Case of Whole Foods Market. In: *Theory and Society*, Nr. 3, Volume 33, 229–270.

Kowal, Sabine; O'Connell, Daniel C. (2007): Zur Transkription von Gesprächen In: Flick, Uwe; Kadorff, Ernst von; Steinke, Ines (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Hamburg: Rowohlt, 437 – 447.

Legner, Maria (2013): Positionierung und Vernetzung der Food Coops. Untersuchung eines alternativen Raumes. Bachelorarbeit, Universität Innsbruck. 4.01.2013. http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/Legner_BSc-Arbeit_FoodCoops.pdf [Zugriff: 26.07.2013].

Lindhult, Eric (2008): Are Partnerships Innovative? In: Svensson, Lennart; Nilsson, Barbro: *Partnership – As a Strategy for Social Innovation and Sustainable Change*. Stockholm: Satéruns Academic Press.

Little, Ruth; Mayer, Damian; Ilbery, Brian (2010): Collective purchase. Moving local and organic foods beyond the niche market. In: *Environment and Planning A*, Nr. 42, 1797-1813.

Lutz, Juliana; Schachinger, Judith (2012): Consumer-Initiated Alternative Food Networks – Speiselokal! An Austrian Case Study. http://ifsa2012.dk/wp-content/uploads/paper_Lutz.pdf [Zugriff: 19.07.2013].

MA59 (o.J.): Lebensmittelaufsicht und Beschwerden.

<http://www.wien.gv.at/wirtschaft/marktamt/lebensmittelaufsicht/index.html> [Zugriff: 08.08.2013].

Masoner, Anna; Brüser, Christian (2013): Ö1 Radiokolleg – Soziale Innovationen. 22.04.2013 <http://oe1.orf.at/programm/335096#> [Zugriff: 30.04.2013].

Masoner, Anna; Ritschl, Wolfgang (2013): Open Innovation. *Innovation Leben*. 6.08.2013. <http://oe1.orf.at/programm/345215> [Zugriff: 29.08.2013].

Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, Uwe; Kadorff, Ernst von; Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Hamburg: Rowohlts Enzyklopädie. 468 - 475.

Meuser, Michael; Nagel, Ulrike (2005): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht: Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander; Littig, Beate; Menz, Wolfgang (Hg.): Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag. 71-93.

Milestad, Rebecka (u.a.) (2010): Being close: The quality of social relationships in a local organic cereal and bread network in Lower Austria. In: Journal of Rural Studies 26 (3), 228–240.

Moulaert, Frank (2009): Part I Social Innovation: Needs Satisfaction, Community Empowerment and Governance. In: MacCallum, Diana (u.a.): Social innovation and Territorial Development. Surrey: Ashgate Publishing Limited, 11-24.

Moulaert, Frank; Ailenei, Oana (2005): Social Economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present. 1.10.2005.

<http://usj.sagepub.com/content/42/11/2037.full.pdf>. [Zugriff: 05.07.2013]

Möhrengasse (o.J.): <http://www.moehrengasse.at/foodcoop.html> [Zugriff: 26.07.2013].

Möhrengasse Vereinsstatuten (2011): Statuten des Vereins Möhrengasse – Verein für solidarökonomische Lebenskultur. 9.11.2011.

http://www.moehrengasse.at/sites/default/files/statuten_03.pdf [Zugriff: 26.07.2013].

Mulgan, Geoff; Ali, Rushanara; Halkett, Richard (u.a.) (2007): In and out of sync. The challenge of growing social innovations. Research report. London.

http://www.youngfoundation.org/files/images/In_and_Out_of_Sync_Final.pdf [Zugriff: 21.07.2013].

Murray, Robin; Mulgan, Geoff; Caulier-Grice, Julie (2012): How to Innovate: The tools for social innovation. 12/2012. <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/How-to-innovate-the-tools-for-social-innovation.pdf> [Zugriff: 26.07.2013].

Mussner, Nicole (2012): Motivation ‚Foodcoop‘: Warum nehmen die Mitglieder der Foodcoop Möhrengasse die Distribution von Lebensmitteln selbst in die Hand?. 21.02.2012.

http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/mussner2012_Motive_Moehrengasse.pdf
[Zugriff: 26.07.2013].

Müller, Christa (2011): Urban Gardening. Grüne Signaturen neuer urbaner Zivilisation In:
Müller, Christa (Hg.): Urban Gardening. Über die Rückkehr der Gärten in die Stadt. München:
ökonom Verlag.

Novy, Andreas (2003): Entwicklung gestalten. Gesellschaftsveränderungen in der einen Welt.
Frankfurt: Brandes & Apsel Verlag.

Nyéleni (2007): Erklärung von Nyéleni. 27.02.2007. <http://www.nyeleni.org/spip.php?article331>
[Zugriff: 6.7.2013].

Oosterlynck, Stijn (u. a.) (2013): The butterfly and the elephant: local social innovation, the
welfare state and new poverty dynamics. 21.05.2013. [http://improve-
research.eu/?page_id=37&download=20](http://improve-research.eu/?page_id=37&download=20) [Zugriff: 1.6.2013].

Rammert, Werner (1997): Innovation im Netz. Neue Zeiten für technische Innovationen:
heterogen verteilt und interaktiv vernetzt. In: Soziale Welt, 48 (4), 397 – 416.

Renting, Henk; Schermer, Markus; Rossi, Adanella (2012): Building Food Democracy:
Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. In:
International Journal of Sociology of Agriculture and Food, Nr. 3, Volume 19 289–307.

Rosenstiel, Lutz von (2007): Organisationsanalyse In: Flick, Uwe; Kadorff, Ernst von; Steinke,
Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Hamburg: Rowohlt's Enzyklopädie. 224 – 238.

Schönhart, Martin; Penker, Marianne; Schmid, Erwin (2009): Sustainable local food production
and consumption: challenges for implementation and research. In: Outlook on agriculture 38 (2),
175–182.

Selfa, Theresa; Qazi, Joan (2005): Place, Taste, or Face-to-Face? Understanding Producer–
Consumer Networks in “Local” Food Systems in Washington State. In: Agriculture and Human
Values, Nr. 22, 451–464.

Tregear, Angela (2011): Progressing knowledge in alternative and local food networks. Critical
reflections and a research agenda. In: Journal of Rural Studies, Volume 27, Issue 4, 419– 430.

Tunkowitsch, Barbara Theresa (2013): Veränderung der Handlungsinteressen zur Mitgliedschaft in der FoodCoop Möhregasse. Bachelorarbeit, Universität Wien.

Venn, Laura (u.a.) (2006): Researching European ‘alternative’ food networks: some methodological considerations. In: Area 38 (3), 248–258.

Westley, Frances (2008): The Social Innovation Dynamic.

http://sig.uwaterloo.ca/sites/default/files/documents/TheSocialInnovationDynamic_001_0.pdf.
[Zugriff: 18.06.2013].

Zapf, Wolfgang (1994): Über soziale Innovationen In: Zapf, Wolfgang (Hg.): Modernisierung, Wohlfahrtsentwicklung und Transformation. Berlin: Edition Sigma, 23-40.

8. Anhang

8.1 Interviewverzeichnis

Andreas: Interview mit Martin Königsstetter am 23.07.2013 in Wien am Feld des Gemeinschaftsgartenprojektes Grünstern LobauerInnen.

Hubert: Interview mit Martin Königsstetter und Barbara Tunkowitsch am 25.06.2013 in Wien im Augarten.

Manfred: Interview mit Martin Königsstetter und Barbara Tunkowitsch am 19.06.2013 in Wien in Königsstetters Privatwohnung.

Sergei: Interview mit Martin Königsstetter und Barbara Tunkowitsch am 17.06.2013 in Wien in Sergeis Arbeitsstätte.

Ulrike Jaklin: Interview mit Martin Königsstetter und Barbara Tunkowitsch am 03.06.2013 in Wien in einer Privatwohnung.

8.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Darstellung der *core elements* und der *common features* einer sozialen Innovation laut der TEPSIE Definition (Caulier-Grice, Julie (u.a.) 2012: 18).