

Lösungsansätze für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

BACHELORARBEIT

vorgelegt

dem Prüfungsausschuss des Studienganges Oecotrophologie

für die Fachrichtung Ernährung und Hauswirtschaft

an der Fachhochschule Münster

von

Anne Abeler

Referentin: Prof. Dr. Carola Strassner MBA

Korreferent: Prof. Dr. rer. pol. Jan Jarre

Juli 2010

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis.....	I
Tabellenverzeichnis.....	I
Abkürzungsverzeichnis.....	I
Interviewverzeichnis	II
1 Zusammenfassung	1
2 Einleitung	3
3 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	5
4 Netzwerke und deren Bildung.....	7
4.1 Was sind Netzwerke	7
4.2 Kriterien für die Netzwerkbildung	7
5 Community supported agriculture – CSA	11
5.1 Was ist CSA	11
5.2 CSAs in Deutschland und der Status quo ihrer Vernetzung	12
5.3 Gestaltung bestehender CSA-Netzwerke im Ausland	15
5.3.1 Französisches und britisches CSA-Netzwerk.....	15
5.3.2 Internationales CSA-Netzwerk	18
6 Vor der Befragung bekannte Aspekte eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes	22
7 Methodik der Befragung.....	25
7.1 Kurzfragebogen und Interviewleitfaden.....	25
7.2 Kontaktaufnahme zu den InterviewpartnerInnen.....	26
7.3 Durchführung und Dokumentation der Interviews	26
7.4 Auswertung der Interviews.....	27
8 Ergebnisse und Auswertung der Befragung sowie Lösungsansätze	28
8.1 Einstellungen der Befragten zu einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk	28
8.2 Akteure/Akteurinnen eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	30
8.2.1 Ergebnisse der Befragung	30
8.2.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze	30
8.3 Zielsetzung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	32
8.3.1 Ergebnisse der Befragung	32
8.3.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze	34

8.4	Interne Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	35
8.4.1	Ergebnisse der Befragung	35
8.4.2	Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze	35
8.5	Externe Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes	38
8.5.1	Ergebnisse der Befragung	38
8.5.2	Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze	39
8.6	Kompetenzen und Ressourcen für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk.....	41
8.6.1	Ergebnisse der Befragung	41
8.6.2	Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze	42
8.7	Organisation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	46
8.7.1	Ergebnisse der Befragung	46
8.7.2	Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze	47
8.8	Zusammenfassung der Lösungsansätze für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes	49
9	Chancen und Risiken der Lösungsansätze für die Bildung eines deutschland- weiten CSA-Netzwerkes	54
	Literaturverzeichnis	56
	Anhang.....	59
A.	Kurzfragebogen	59
B.	Interviewleitfaden.....	60
C.	Protokoll	61
D.	Auswertungsleitfaden	62
E.	Auflistung der Aufgaben in einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk.....	64

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Aufbau der Arbeit.....	6
Abb. 2:	Zusammenhang zwischen den Kriterien für die Netzwerkbildung.....	9
Abb. 3:	CSA-Konzept im Bezug zu den Dimensionen der Nachhaltigkeit.....	11
Abb. 4:	Geographische Lage der CSAs in Deutschland.....	13
Abb. 5:	Wunsch der CSAs nach regelmäßigem Kontakt miteinander.....	29
Abb. 6:	Zusammenhang zwischen den Lösungsansätzen für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	50

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Akteure/Akteurinnen eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	32
Tab. 2:	Zielsetzung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	35
Tab. 3:	Interne Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	38
Tab. 4:	Externe Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	40
Tab. 5:	Kompetenzen und Ressourcen für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk.....	46
Tab. 6:	Organisation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.....	49

Abkürzungsverzeichnis

AMAP	Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (Verein zur Erhaltung der kleinbäuerlichen Landwirtschaft)
APEC	Alliance Paysans écologistes-consommateurs (Bündnis von Landwirten, Umweltschützern und Konsumenten)
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BÖLW	Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft
CSA	Community supported agriculture
FAO	Food and Agriculture Organization
GLS	Gemeinschaftsbank für Leihen und Schenken
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movement
LSPPC	Local Solidarity-based Partnership between Producers and Consumers
NRO	Nichtregierungsorganisation
Urgenci	Réseau Urbain – Rural: Générer des Engagements Nouveaux entre Citoyens
WKO	Wirtschaftskammer Steiermark, Fachgruppe Unternehmensberatung & Informationstechnologie: Arbeitskreis Kooperationen & Netzwerke

Interviewverzeichnis

- | | | | |
|----|-------------|-------------|------------------------|
| 1: | 15.04.2010, | 44 Minuten, | Telefoninterview |
| 2: | 20.04.2010, | 38 Minuten, | Telefoninterview |
| 3: | 20.04.2010, | 29 Minuten, | Face-to-face Interview |
| 4: | 21.04.2010, | 32 Minuten, | Telefoninterview |
| 5: | 23.04.2010, | 18 Minuten, | Telefoninterview |
| 6: | 10.05.2010, | 17 Minuten, | Telefoninterview |
| 7: | 10.05.2010, | 5 Minuten, | Telefoninterview |

1 Zusammenfassung

Die Förderung einer nachhaltigen Landwirtschaft ist für die globale und lokale nachhaltige Entwicklung unserer Welt elementar. Einige Initiativen in Deutschland setzten ein zur kommerziellen Landwirtschaft alternatives Konzept um – Community supported agriculture (CSA). In einer CSA bezahlen die VerbraucherInnen nach individuellen Möglichkeiten einen Beitrag an den Hof und bekommen die dort erzeugten Produkte nach persönlichem Bedarf. VerbraucherInnen und ErzeugerInnen aus einer Region teilen verbindlich für ein Jahr gemeinsam Risiko und Ertrag der biologisch(-dynamischen) Landwirtschaft miteinander. Das CSA-Prinzip ist im Vergleich zum Ausland in Deutschland relativ unbekannt. Mit Hilfe einer Vernetzung der bereits bestehenden CSA-Gemeinschaften könnten deren Grundgedanken und Ziele verbreitet und gefördert werden. Deswegen ist das Ziel dieser Arbeit die Entwicklung von Lösungsansätzen für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes.

Stellvertreter von sieben der elf in Deutschland existierenden CSA-Gemeinschaften wurden zu ihren Vorstellungen, Ideen und Bedenken mit Blick auf unterschiedliche Aspekte der Netzwerkbildung qualitativ befragt. Die Ergebnisse der Befragung haben die Entwicklung der im Folgenden beschriebenen Lösungsansätze bestimmt.

Die vorläufigen Hauptakteure/-akteurinnen des deutschlandweiten CSA-Netzwerkes sollen die CSA-Mitglieder sein. Potentielle CSA-ErzeugerInnen und CSA-ähnliche Konzepte könnten Akteure/Akteurinnen werden und Institutionen später in unterstützender Funktion eingebunden werden. Die Akteure/Akteurinnen eines Netzwerkes bestimmen gemeinsam dessen Zielsetzung, die die Basis für die Gestaltung ist. Die „Ausbreitung der CSA-Gemeinschaften und CSA-Idee“ ist die gemeinsame Vision der Befragten und kann über einzelne genannte Ziele der Vernetzung verwirklicht werden: Ein *Informations- und Erfahrungsaustausch* der Akteure/Akteurinnen kann Ergebnisse für eine *Informationserarbeitung* liefern, die Voraussetzung für eine *Informationsbereitstellung* über das Netzwerk ist, die wiederum ein Teil der *Öffentlichkeitsarbeit* ausmacht. Aus diesen Zielen resultierenden spezifische Kommunikationsmaßnahmen. Neben einer internetbasierten Kommunikation zum Informations- und Erfahrungsaustausch kann es zusätzlich ein Jahrestreffen geben, um Ziele neu zu definieren, notwendige Entscheidungen zu treffen und persönliche Kontakte zu pflegen. Die Informationserarbeitung kann über eine Arbeitsgruppe koordiniert und teilweise durchgeführt werden. Um die erarbeiteten Informationen für alle Menschen bereitzustellen, bedarf es einer Homepage. Alle Kommunikationsmaßnahmen sind mit unterschiedlichen Aufgaben verbunden, die vorwiegend von AkteurInnen übernommen werden sollen. Reichen deren Kompetenzen und Ressourcen nicht aus, besteht zukünftig die Möglichkeit, Unternehmen für spezielle Leistun-

gen zu beauftragen. Die Organisation des Netzwerkes soll möglichst offen gestaltet werden. Informationen der nicht-öffentlichen Jahrestreffen und der Arbeitsgruppe sollen veröffentlicht werden, gegebenenfalls anonymisiert. Vorwiegend für die Präsentation des Netzwerkes soll eine CSA- und Netzwerk-Beschreibung erstellt werden, die Aufnahmebedingungen für die Hauptakteure/-akteurinnen impliziert. Sollte das Netzwerk für CSA-ähnliche Konzepte geöffnet werden, muss die Beschreibung angepasst werden. Die Aufnahme von Institutionen wird für den Einzelfall debattiert. Alle Akteure/Akteurinnen übernehmen in ihrem Aufgabenbereich die Koordination und damit gemeinsam die polyzentrische Steuerung des Netzwerkes.

Die Netzwerkbildung könnte eine Standardisierung und Kommerzialisierung des idealistischen CSA-Systems zur Folge haben. Die Vernetzung von CSAs soll jedoch zu einem Pool an unterschiedlichen Ideen führen, der vielfältige Möglichkeiten für individuelle Ansprüche und regionale Eigenheiten bietet. Um die Entstehung und Verfestigung von ungewollten Entwicklungen zu verhindern, muss sich das Netzwerk jedes Jahr neu definieren und bilden. Eine transparent und offen gestaltete Mischung aus Information und Interaktion, polyzentrisch gesteuert durch einen losen Zusammenschluss der TeilnehmerInnen, sollen das deutsche CSA-Netzwerk auszeichnen. Mit dieser Vernetzung können Kräfte für die gemeinsame Vision vereint und Menschen ein Anstoß gegeben werden, Alternativen auszuprobieren, CSA kennenzulernen und durch die Mitgliedschaft eine nachhaltige Zukunft zu unterstützen.

2 Einleitung

Das in einer marktwirtschaftlichen Ordnung vorherrschende Ziel der Gewinnmaximierung hat zur Folge, dass KonsumentInnen und ProduzentInnen stetig auf der Suche nach den optimalen Methoden für einen kurzfristig maximalen Output sind. Lebensmittelskandale wie Gammelfleisch oder Produktentwicklungen wie Analogkäse zeigen, dass der Druck, billig zu produzieren, auch bei den Nahrungsmitteln steigt. Darüber wird nicht aufgeklärt, sondern oftmals mit schlecht lesbaren Deklarationen und verführerischen Werbeslogans versucht, die KonsumentInnen von den tatsächlichen Inhaltsstoffen ihrer Nahrung abzulenken. Während die VerbraucherInnen mittels ihrer Macht der Kaufentscheidung das Angebot bestimmen sollen, nimmt bei vielen das Wissen über Lebensmittel sowie deren Zubereitung ab.

In der Landwirtschaft hat die Priorität der Gewinnmaximierung Spezialisierung und Massenproduktion zur Folge, so dass die Größe der landwirtschaftlichen Betriebe in Deutschland zunimmt, während die Zahl der Höfe sinkt (vgl. Statistisches Bundesamt 2006: S. 263, 264). Diese eindimensionale Fixierung auf die Gewinnoptimierung wird von Umwelt sowie Gesellschaft bezahlt und bietet keine langfristige Perspektive. „Eine Landwirtschaft, die mit forcierem Einsatz von Dünger, Wasser und Pestiziden das kurzfristige Maximum aus den Böden herausholt, dabei die ökologischen Folgen und die sozialen Aspekte ignoriert, zerstört ihre Grundlagen“ (Herren 2009: S. 12). Die Förderung einer nachhaltigen Agrarwirtschaft ist sowohl für die globale, als auch für die lokale nachhaltige Entwicklung unserer Welt von elementarer Bedeutung. So lautet auch das Resultat des Weltagrarberichtes: „Wir müssen radikal umdenken und umsteuern, wenn wir den Herausforderungen an die Landwirtschaft des 21. Jahrhunderts gerecht werden wollen“ (GLS Treuhand Zukunftsstiftung Landwirtschaft 2009: S. 2).

Vereinzelt existieren in Deutschland Initiativen, die bewusst entgegen dieser Entwicklungen wirtschaften. Eine solche Initiative ist eine von VerbraucherInnen und ErzeugerInnen gemeinsam getragene Landwirtschaft, auch bekannt als „Community supported agriculture“ (CSA¹). CSA stellt eine nachhaltige Alternative zur herkömmlichen Agrar- und Lebensmittelwirtschaft dar. Das Konzept ist ein regionaler, zwischen VerbraucherInnen und ErzeugerInnen geschlossener Wirtschaftskreislauf, in dem Risiko und Ertrag der biologischen oder biologisch-dynamischen Landwirtschaft für ein Jahr verbindlich miteinander geteilt werden. Das CSA-Konzept ist nicht an Wachstum und Gewinnmaximierung orientiert, sondern nutzt das vorhandene Potential des Hofes, damit ErzeugerInnen und VerbraucherInnen in der Region

¹ In dieser Arbeit wird im Folgenden die Bezeichnung CSA verwendet.

davon leben können. Die VerbraucherInnen bezahlen nach individuellen Möglichkeiten einen Beitrag und bekommen die erzeugten Produkte nach persönlichem Bedarf. Mittels einer solchen Wirtschaftsweise wird die lokale Ökonomie gefördert, die Region gepflegt, die VerbraucherInnen haben einen Bezug zu ihren Lebensmitteln und den ErzeugerInnen ist es möglich, ohne wirtschaftlichen Druck gesunde, ökologische Produkte zu schaffen. Diese Gemeinschaft fördert das Verantwortungsbewusstsein der Mitglieder füreinander, sowie für Tiere und Umwelt. Dass CSA ein Konzept mit Potential ist, wurde im Jahr 2009 auch von offizieller Seite bestätigt. Der Buschberg Hof bekam für dieses in Deutschland neue Betriebskonzept den 1. Platz des deutschen Förderpreises für ökologischen Landbau. Allerdings ist CSA bisher in Deutschland im Vergleich zum Ausland nicht sehr weit verbreitet. Katharina Kraiß stellte 2009 in ihren Untersuchungen zu CSA fest, dass die Ausbreitung vorwiegend über die Vermittlung der Grundgedanken und Ziele zu verwirklichen ist. Denn je mehr Menschen CSA kennen lernen und sehen, dass es funktioniert, desto eher werden sie bereit sein, selbst an diesem nachhaltigen Projekt teilzunehmen und es zu fördern. Eine Zusammenarbeit der bereits bestehenden Betriebe könnte helfen, dieses Prinzip der Landwirtschaft bekannter zu machen. Doch eine Vernetzung zum Informations- und Erfahrungsaustausch, eine gemeinsame Vertretung oder ein Internetauftritt existieren bisher nicht (vgl. Kraiß 2008: S. 56). Deswegen wird mit dieser Arbeit der Anfang für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk gemacht.

3 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit ist die Entwicklung von Lösungsansätzen für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes. Die erarbeiteten Lösungsansätze sollen als Basis für ein umfassendes Konzept zur Bildung des Netzwerkes dienen.

Netzwerke können vielfältig und weitläufig sein. Für ihre Entwicklung muss ein Ausgangspunkt definiert werden, um von dort die „Fäden zu spannen“. In dieser Arbeit wird die *Vernetzung auf der deutschlandweiten Ebene* fokussiert. Diese räumliche Begrenzung des Netzwerkes begründet sich darin, dass es in Deutschland relativ wenige CSA-Gemeinschaften gibt und somit eine regionale Unterteilung des Netzwerkes nicht sinnvoll erscheint. Deutschland stellt einen übersichtlichen Ausgangspunkt für die Vernetzung dar. Die Ausweitung des Netzwerkes kann aber prinzipiell auf den deutschsprachigen, europäischen und bis hin zum weltweiten Raum weiter gedacht werden.

Die theoretische Auseinandersetzung mit dem CSA-Prinzip und Netzwerken ist notwendig, reicht jedoch nicht aus, um ein funktionierendes CSA-Netzwerk aufzubauen. Die Vorstellungen, Ideen und Bedenken der einzelnen CSA-Gemeinschaften müssen berücksichtigt werden. Nur wenn das Netzwerk auch Gefallen bei den TeilnehmerInnen findet, werden sie sich langfristig darin einbringen. Somit ist die Integration der CSA-Gemeinschaften in die Entwicklung des nationalen Netzwerkes elementar. Der Hof ist das Zentrum einer jeden CSA-Gemeinschaft. Infolge dessen werden qualitative Telefoninterviews mit jeweils einer Schlüsselperson eines CSA-Hofes durchgeführt. Aufgrund der Lage der Höfe in unterschiedlichen Teilen Deutschlands und ihrer relativ großen Entfernung zum Forschungsort werden vorwiegend Telefoninterviews durchgeführt. Die Ergebnisse der Befragung sollen die Entwicklung der Lösungsansätze für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk bestimmen.

Im Kapitel 3 werden grundlegende Informationen zu Netzwerken im Allgemeinen und deren Gestaltungsmöglichkeiten dargestellt. Das CSA-Prinzip, CSA-Gemeinschaften in Deutschland und der Status quo ihrer Vernetzung werden in Kapitel 4 erläutert. Mit diesen Erläuterungen werden notwendige Begriffe geklärt und die Ausgangssituation dieser Arbeit fixiert. Die darauf folgende Erläuterung dreier ausländischer CSA-Netzwerke zeigt deren Gestaltung. Im Kapitel 5 werden die erarbeiteten Informationen nach den in Kapitel 3 aufgeführten Kriterien für die Netzwerkbildung: Akteure/Akteurinnen, Zielsetzung, Kommunikation, Kompetenzen und Ressourcen sowie Organisation zusammenfassend eingeordnet. Diese Vorkenntnisse bilden die Grundlage für die Befragung der Personen von CSA-Höfen. Die Gestaltung, Durchführung und Auswertung der Befragung werden im Kapitel 6 genauer erläu-

tert. Im Kapitel 7 der Arbeit werden die Ergebnisse der Befragung der CSA-Höfe, deren Auswertung und die Lösungsansätze jeweils nach den Kriterien für die Netzwerkbildung dargestellt. Die Auswertung der Ergebnisse ist direkt mit den Lösungsansätzen gekoppelt. Es wird herausgestellt, welche Schnittmenge die CSA-Gemeinschaften bezüglich der Befragungsinhalte haben und welche Möglichkeiten sowie notwendigen Bedingungen sich daraus ergeben. Die Ergebnisse der Befragung und deren Auswertung sollen aufzeigen, ob und wie die CSAs in Deutschland ihr eigenes Netzwerk gestalten wollen. Schließlich werden die Lösungsansätze unter Berücksichtigung der Kriterien für die Netzwerkbildung zusammenfassend präsentiert. Abschließend werden im Kapitel 8 die Chancen und Risiken der Lösungsansätze für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk thematisiert.

Die folgende Abbildung verdeutlicht noch einmal die Hauptschritte dieser Arbeit auf dem Weg zu den Lösungsansätzen für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk.



Abb. 1: Aufbau der Arbeit (Quelle: Eigene Darstellung)

4 Netzwerke und deren Bildung

In diesem Kapitel werden Netzwerke im Allgemeinen sowie ihre Gestaltungsmöglichkeiten und dafür relevante Kriterien fokussiert.

4.1 Was sind Netzwerke

Die Recherche nach Netzwerken zeigt, dass der Begriff sehr vielfältig verwendet wird. „Netzwerkartige Organisationsformen scheinen in höchst unterschiedlichen Formen und Kontexten immer und überall vorzukommen“ (Bauer-Wolf et al. 2008: S. VI). Sie lassen sich aus diversen Blickwinkeln betrachten und dementsprechend zahlreich sind die möglichen Definitionen. *Netzwerke sind im Allgemeinen lose, hochkomplexe, unbegrenzte Vernetzungen zwischen „[...] einer Vielzahl von weitgehend autonomen Systemen“* (vgl. Bauer-Wolf et al. 2008: S. V, VI). Der Effekt ist, dass „[...] der Wert eines Netzes exponentiell mit der Anzahl der NutzerInnen wächst“ (WKO 2005: S. 20). Die TeilnehmerInnen bringen ihre speziellen Stärken ein, tauschen sich untereinander aus, bilden so Synergien und entwickeln Motivationen und Innovationen. Aufgaben können aufgeteilt werden und insgesamt bessere und mehr Leistungen angeboten werden (vgl. WKO 2005: S. 21 - 23). Alles in allem bedeutet das für den Nutzen von Netzwerken: gemeinsam Ressourcen koordinieren, Interessen vereinen und damit das Durchsetzungspotential vergrößern. Doch um diese Möglichkeiten ausschöpfen zu können, muss das Netzwerk sorgfältig geplant werden.

4.2 Kriterien für die Netzwerkbildung

So unterschiedlich die Definitionen von Netzwerken sein können, so vielfältig sind auch die Möglichkeiten ihrer Gestaltung. Um ein Netzwerk zu bilden, muss zunächst die Frage nach ihren Gestaltungsmerkmalen geklärt werden. Der Arbeitskreis „Kooperationen und Netzwerke der Wirtschaftskammer Steiermark“ (WKO) schlägt Faktoren vor, die „im Zuge einer Netzwerkbildung“ (WKO 2005: S. 24) bezogen auf Unternehmensnetzwerke zu klären sind. Die dort aufgeführten Kriterien werden hier als Grundlage verwendet, teilweise aber modifiziert² und um die Punkte „Geographische Ausdehnung“, „Akteure/Akteurinnen“ sowie „Kommunikation“ ergänzt. Somit werden für diese Arbeit die folgenden Kriterien als wesentlich für die Bildung eines Netzwerkes erachtet: Geographische Ausdehnung, Akteure/Akteurinnen, Zielsetzung, Kommunikation, Kompetenzen und Ressourcen sowie Organisation. (vgl. WKO 2005: S. 24 - 26)

² Da es sich in dieser Arbeit nicht um ein Unternehmensnetzwerk handelt, werden die Faktoren unter Berücksichtigung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes modifiziert.

Geographische Ausdehnung:

Netzwerke lassen sich je nach Zielsetzung auf den lokalen, regionalen, nationalen und globalen Raum begrenzen und ausdehnen (vgl. Payer 2008: S. 16).

Akteure/Akteurinnen:

Die Akteure und Akteurinnen in Netzwerken können alle denkbaren Individuen und Gruppierungen sein wie z.B. private sowie öffentliche Unternehmen, Organisationen, Institutionen, Gruppen, Projekte und Personen (vgl. Payer 2008: S. 17).

Zielsetzung:

Die Motivation der Akteure und Akteurinnen zur Netzwerkbildung und die damit verbundene Nutzenerwartung bilden die Zielsetzung eines Netzwerkes. Diese kann beispielsweise gemeinsame Beschaffung, Forschung und Informationsaustausch sein. Die gemeinsamen Ziele sollten für eine gute Zusammenarbeit geklärt werden (vgl. WKO 2005: S. 27, 28).

Kommunikation:

„Netzwerke und Kooperationen basieren auf Kommunikation“ (WKO 2005: S. 27). Die Kommunikation von Netzwerken wird unterschieden zwischen *intern* und *extern*. Erstere findet zwischen den AkteurlInnen im Netzwerk statt. Sie kann interpersonal sowie medial gestaltet werden. Die externe Kommunikation richtet sich an Zielgruppen außerhalb des Netzwerkes (vgl. Pfeiffer 2004: S. 56, 57). Sie präsentiert das Netzwerk mittels Personen und Medien wie Printmedien, Rundfunk oder Internet nach außen. Aktionen jeglicher Art sind auch denkbar. Die Präsentation kann informativ sein, aber auch die aktive Teilnahme der Zielgruppen am Netzwerk ermöglichen. Damit ist der Übergang von der Zielgruppe zum Akteur oder zur Akteurin fließend. Die Gestaltung der Netzwerkkommunikation insgesamt ist abhängig von der Zielsetzung des Netzwerkes.

Kompetenzen und Ressourcen:

Je nach Gestaltung der Kommunikation gibt es unterschiedliche Aufgaben im Netzwerk, aus denen sich notwendige Kompetenzen und Ressourcen ergeben. Die Akteure und Akteurinnen haben in der Regel verschiedene Kompetenzen und Ressourcen zur Verfügung. Indem individuelle Stärken sinnvoll eingebracht werden, können mit einer dementsprechenden Aufgabenverteilung sinnvolle Synergien geschaffen werden. Die Intensität der einzubringenden Kompetenzen und Ressourcen kann offen bleiben oder festgelegt werden (vgl. WKO: S. 24, 25). Ergänzend oder gänzlich können Kompetenzen und Ressourcen auch von außen kostenpflichtig oder kostenlos integriert werden.

Organisation:

Neben der gemeinsamen Zielsetzung ist auch ein „[...] gemeinsames Verständnis über die Zusammenarbeit der Schlüssel zu einem funktionierenden Netzwerk [...]“ (WKO 2005: S. 30). Regeln für das Netzwerk können sowohl sinnvoll eingrenzen, als auch unnötig behin-

dern. Ob, wie verbindlich und welche Regeln eingesetzt werden, muss im Vorhinein geklärt werden. Eine Vernetzung kann polyzentrisch oder fokal gesteuert werden. Polyzentrisch ist eine nicht-hierarchische Steuerung, bei der alle Akteure und Akteurinnen Einfluss nehmen können, während fokale Netzwerke hierarchisch durch ein strategisches Zentrum gesteuert werden (vgl. Payer 2008: S. 16). Die Teilnahme am Netzwerk kann verbindlich mit Verträgen oder völlig frei gestaltet werden. Der Eintritt in und der Austritt aus dem Netzwerk kann jederzeit ermöglicht oder zeitlich befristet werden. Das Netzwerk kann komplett offen gestaltet sein, aber auch durch Zugangs- und Teilnahmebeschränkungen bezüglich der Akteure und Akteurinnen sowie der Zielgruppen begrenzt werden, beispielsweise mittels Bedingungen, die zur Teilnahme erfüllt sein müssen.

Die jeweilige Ausprägung dieser Kriterien zur Netzwerkbildung muss für die Entstehung eines funktionstüchtigen Netzwerkes geklärt werden. In der Entwicklungsphase eines Netzwerkes hängen sie wie in der folgenden Abbildung³ dargestellt zusammen.



Abb. 2: Zusammenhang zwischen den Kriterien für die Netzwerkbildung (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Akteure und Akteurinnen eines Netzwerkes bestimmen dessen Gestaltung. Denn die Summe ihrer Motivationen und Nutzenerwartungen bildet die gemeinsame Zielsetzung. Die Ziele des Netzwerkes sind die Basis für dessen Gestaltung, denn sie beeinflussen alle weiteren Entscheidungen für die Kommunikation des Netzwerkes. Diese bestimmt wiederum die notwendigen Kompetenzen und Ressourcen, die es in dem Netzwerk geben muss. Die intern vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen der einzelnen Akteure und Akteurinnen beeinflusst

³ Das Kriterium „Geographische Ausdehnung“ ist in dieser Arbeit bereits definiert. Es wird in der Abbildung 2 nicht aufgeführt.

lüssen die Aufgabenverteilung. Sind weniger Kompetenzen und Ressourcen vorhanden als nötig, ist es möglich fehlende Kompetenzen und Ressourcen von außen in das Netzwerk zu integrieren. Für alle Kriterien können Rahmenbedingungen geschaffen werden. Regeln und der Grad ihrer Verbindlichkeit sowie die Offenheit und Steuerung des Netzwerkes müssen organisiert werden. Diese Organisation wirkt sich auf das gesamte Wesen eines Netzwerkes aus.

Damit das Netzwerk langfristig sinnvolle Effekte erzielt, brauchen die Akteure und Akteurinnen Vertrauen untereinander, Selbstbewusstsein, Zusammengehörigkeit über eine „gemeinsame Vision“, Zeit und Einsatzbereitschaft (vgl. WKO 2005: S. 27 - 29). Deswegen müssen die Akteure und Akteurinnen die Entscheidungen für die Ausprägungen der Kriterien für die Netzwerkbildung gemeinsam treffen.

5 Community supported agriculture – CSA

In diesem Kapitel werden zunächst das CSA-Prinzip, die CSA-Gemeinschaften sowie deren Vernetzungssituation in Deutschland fokussiert, um notwendige Begriffe zu klären und die Ausgangssituation für die Bildung eines Netzwerkes in Deutschland darzustellen. Zusätzlich werden beispielhaft bestehende ausländische CSA-Netzwerke betrachtet.

5.1 Was ist CSA

„Community supported agriculture (CSA)“, „Versorgungsgemeinschaften“, „Wirtschaftsgemeinschaften“ oder „Gemeinschaftlich getragene Landwirtschaft“ – alle Begriffe beschreiben eine Alternative zur kommerziellen Agrar- und Lebensmittelwirtschaft. Eine klare Definition für CSA gibt es nicht, da jede Gemeinschaft individuelle Ausprägungen hat. VerbraucherInnen⁴ und ErzeugerInnen schließen sich verbindlich zu einer Wirtschaftsgemeinschaft zusammen, in deren Kreislauf zusätzliche Vermarktungswege entfallen (vgl. Stange 2010). „If you buy some kind of fast food, you cause a certain use of the Earth to happen [...] but instead support a CSA, you know precisely what you are doing [...]“ (Groh et al. 1997: S. 71). Die folgende Abbildung zeigt das CSA-Konzept verknüpft mit den Dimensionen der Nachhaltigkeit.

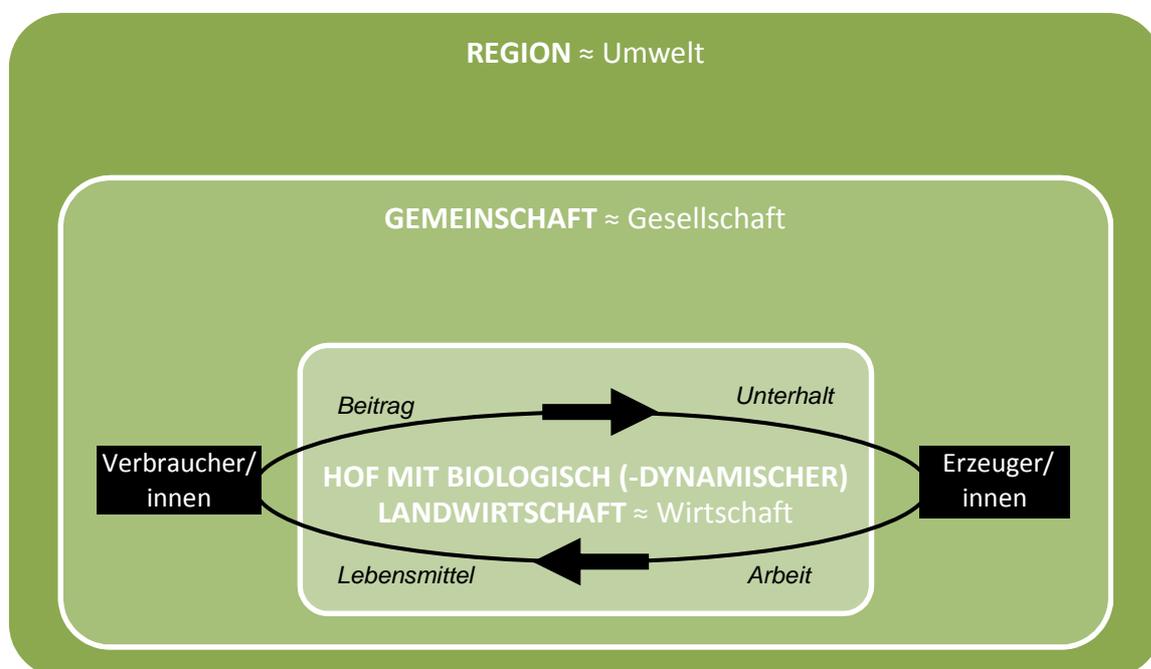


Abb. 3: CSA-Konzept im Bezug zu den Dimensionen der Nachhaltigkeit (Quelle: Eigene Darstellung)

⁴ Der Begriff „VerbraucherInnen“ wird in der Regel nicht von CSA-Mitgliedern benutzt. In dieser Arbeit wird er verwendet, um die verschiedenen Rollen der CSA-Mitglieder klar zu differenzieren.

CSA verbindet alle Elemente des Wirtschaftskreislaufes. Schon der Begriff „Gemeinschaftlich getragene Landwirtschaft“ enthält die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft (vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung 2010). Das Abkommen zwischen VerbraucherInnen und ErzeugerInnen schafft einen geschlossenen Wirtschaftskreislauf, in dem Risiko und Ertrag der biologischen oder biologisch-dynamischen Landwirtschaft für ein Jahr verbindlich miteinander geteilt werden. Die VerbraucherInnen schaffen nach individuellen Möglichkeiten im Vorhinein die finanzielle Grundlage für die landwirtschaftliche Produktion und tragen damit auch einen Teil des Risikos. Falls es möglich ist, können auch andere Beiträge wie beispielsweise Arbeit auf dem Hof geleistet werden. Die VerbraucherInnen bekommen dafür je nach Bedarf die erwirtschafteten Produkte. Sie können über die Bewirtschaftung des Hofes mitbestimmen, den Produktionsprozess nachvollziehen und kennen letztendlich die gesamte Wertschöpfungskette ihrer Nahrung. CSA soll und kann nur in der unmittelbaren Region umgesetzt werden.

Der Wirtschaftskreislauf orientiert sich an Kostendeckung an Stelle von Gewinnmaximierung. Die Potentiale des Hofes sollen genutzt werden, um die lokale Gemeinschaft zu versorgen. „Von den Zwängen und dem Druck des freien Marktes befreit, können die Landwirte ihren Aufgaben der qualitativ hochwertigen Versorgung ihrer Mitglieder, der Erhaltung eines gesunden Betriebskreislaufes und der Bildung nachkommen“ (Kraiß 2008: S. 17). Es geht nicht nur um den geschlossenen Wirtschaftskreislauf, auch der persönliche Kontakt der VerbraucherInnen zu den ErzeugerInnen und der VerbraucherInnen untereinander sind wesentliche Elemente von CSA. „Es entstehen persönliche Beziehungen der Landwirte zu den Mitgliedern, der Mitglieder untereinander sowie der Mitglieder zu dem Geschehen auf dem Land“ (Kraiß 2008: S. 17, 18). Mittels eines solchen Konzeptes wird folglich die lokale Ökonomie gefördert, die Region gepflegt, die VerbraucherInnen entwickeln eine Wertschätzung ihrer Lebensmittel und den ErzeugerInnen ist es möglich, ohne wirtschaftlichen Druck gesunde, ökologische Produkte zu schaffen. In einer CSA-Gemeinschaft wird das Verantwortungsbewusstsein der Mitglieder füreinander, für Tiere und Umwelt und damit für eine nachhaltige Entwicklung gefördert.

5.2 CSAs in Deutschland und der Status quo ihrer Vernetzung

Seit Anfang der 1960er Jahre entstanden in unterschiedlichen Teilen der Welt unabhängig voneinander CSAs (vgl. Kraiß 2008: S. 11, 12). Heute sind solche Modelle in diversen Ländern der Erde zu finden. CSA ist beispielsweise in Japan als „Teikei“, in Frankreich als „Associations pour le maintien d’une agriculture paysanne (AMAP)“, in Norwegen als „Andelslandbruk“, in Portugal als „Reciproco“ und in Belgien als „Voedselteams“ bekannt (vgl. Hen-

derson et al. 2007: S. 266). In den USA existieren z.B. bereits über 2500 CSAs (vgl. Seikatsu Club 1997-2006). Die Anzahl der deutschen CSAs mit derzeit elf Höfen ist vergleichsweise gering⁵. Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung der CSA-Höfe in Deutschland. Die Nummerierung der CSAs in der Abbildung ist chronologisch nach ihrer Entstehung aufgebaut.

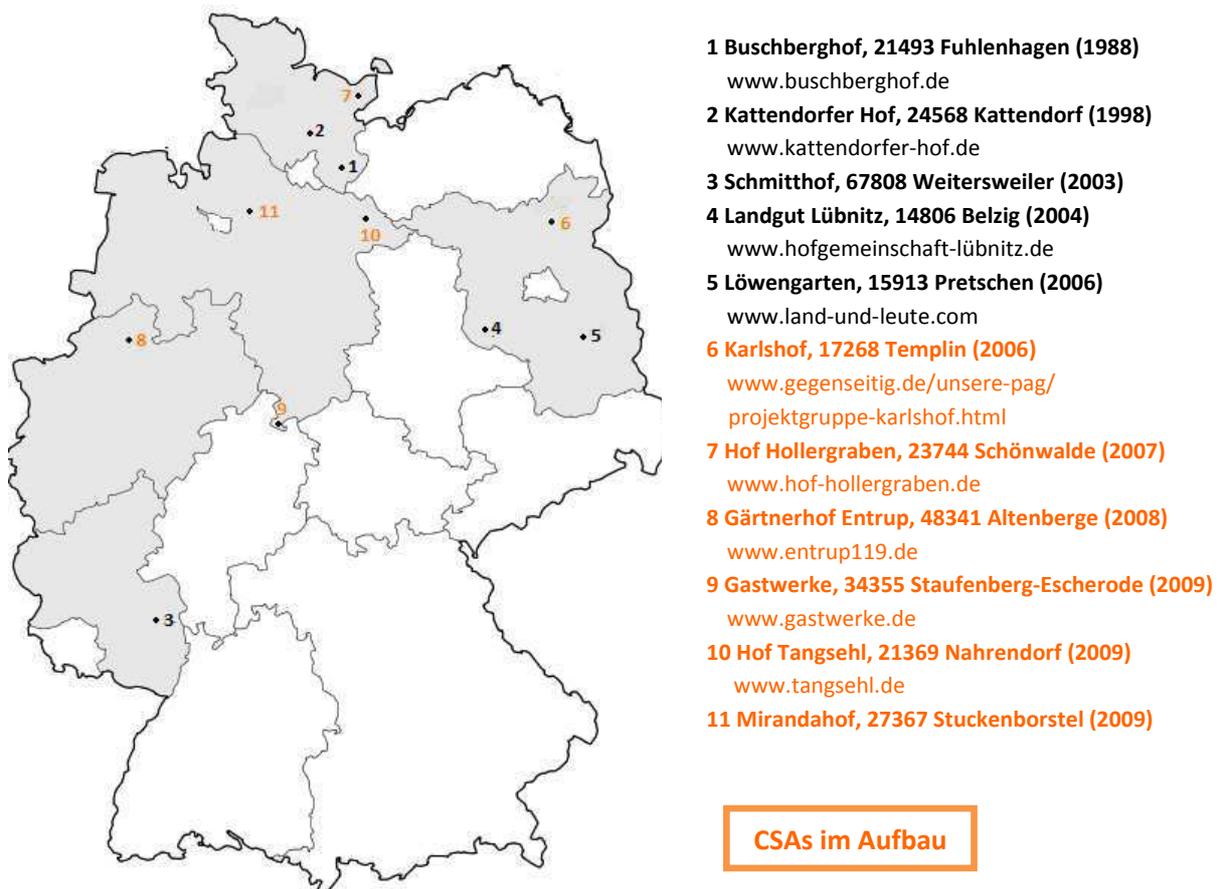


Abb. 4: Geographische Lage der CSAs in Deutschland

(Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Kraiß 2008: S. 40; 2009: S. 42)

In Deutschland entstand 1988 die erste CSA: die Wirtschaftsgemeinschaft Buschberghof. In Europa war das der erste Hof, der CSA bewusst umsetzte. Dieser Pionier-Hof in der Nähe von Hamburg besteht bis heute und erhielt im Jahr 2009 den ersten Platz des Förderpreises des ökologischen Landbaus,

⁵ In Deutschland existieren viele alternative Systeme zum standardmäßigen Lebensmittelerwerb. Diese gelten in Deutschland nicht als CSA, während sie im Ausland teilweise als solche definiert werden. Aber auch unterschiedliche Ausprägungen von Mentalität und Politik werden als Gründe für die verschiedenen nationalen Entwicklungen vermutet. (vgl. Kraiß 2008: S. 12, 54, 55 und Groh 1997: S. XII)

[...] weil er einen für Deutschland neuartigen Weg der Betriebsführung eingeschlagen hat, der hohes landwirtschaftliches Know-how und Managementkompetenzen erfordert. Mit seiner Eigentümer-, Bewirtschaftungs- und Vermarktungsstruktur schafft der Hof auf besondere Weise eine neue Alternative für den ökologischen Landbau. Insgesamt besitzt die Wirtschaftsgemeinschaft Modellcharakter für andere Betriebe in der Landwirtschaft (Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der BLE 2010: S. 17).

Nach dem Kenntnisstand von 2009 haben sich nach dem Vorbild des Buschberghofes die in der Abbildung 4 aufgeführten CSAs in Deutschland entwickelt. Insgesamt sind es elf Gemeinschaften von denen sich sechs in der Aufbauphase befinden.

Jeder dieser Höfe ist individuell geprägt und verfügt über ein lokales Netzwerk. Die Gemeinschaft ist ein wichtiges Element in dem deutschen CSA-System. Die Ideen, Auffassungen und Probleme, sowie das Geschehen auf dem Hof müssen für eine gesunde Entwicklung miteinander besprochen werden. Im Sinne der Gemeinschaft ist die interpersonale Kommunikation die beste Methode, um mit Menschen Kontakt zu pflegen und diesen zu erweitern. Sobald etwas aufgeschrieben wird, ist nicht sicher, ob es gelesen und so, wie geplant, verstanden wird. Doch das persönliche Gespräch ist nicht immer möglich. Das heißt für die Praxis: „Where you must use signs, fewer is better, and the lettering must be large and clear“ (Henderson et al. 2007: S. 154). Die mediale Kommunikation ist also innerhalb der CSA notwendig, sollte aber auf ein Minimum beschränkt werden. Viele Höfe verteilen sogenannte „Hofbriefe“ an ihre Mitglieder. Darin stehen größtenteils aktuelle Termine und Informationen zum Geschehen auf dem Hof. Heute werden diese Rundschreiben oft auch als elektronische Version per E-Mail verschickt oder auf einer eigenen Webseite im Internet veröffentlicht. Auf der lokalen Ebene sind die CSA-ErzeugerInnen somit interpersonal sowie medial mit ihren VerbraucherInnen vernetzt. Für die Mitglieder bedeutet das Transparenz und Gemeinschaft. Zusätzlich bilden sich oft auch zu anderen Betrieben und öffentlichen Stellen aus der Umgebung Kontakte.

Acht der oben abgebildeten Höfe haben bisher eine eigene Webseite, einer ist auf einer anderen Homepage beschrieben und zwei sind gar nicht im Internet vertreten. Die Informationen auf diesen Webseiten gehen meist weit über den Inhalt eines Hofbriefes hinaus. In der Regel werden dort die Grundidee von CSA, ein genaues Hofportrait, Termine und Verlinkungen zu verwandten Projekten und Ähnliches präsentiert. Diese Internetseiten sind auch Nicht-Mitgliedern zugänglich. So wird das CSA-Konzept nicht nur innerhalb der lokalen Vernetzungen kommuniziert, sondern auch nach außen präsentiert. Damit können beispielsweise potentielle Mitglieder, interessierte Bauern und mögliche Partner erreicht werden. Doch bestehende Webseiten werden selten gefunden, wenn man deren Adresse nicht kennt. Die externe Kommunikation über das Internet wird beispielsweise durch Flyer, Beiträge in Print-

medien sowie im Rundfunk ergänzt. Diese Präsentationsform von CSA wird bisher jedoch von jedem Hof separat durchgeführt und passiert somit vorwiegend auf lokaler Ebene.

Katharina Kraiß untersuchte im Rahmen ihrer Bachelorarbeit „Community Supported Agriculture (CSA) in Deutschland“ im Jahr 2008 den Entwicklungsstand von CSAs in Deutschland. Dabei stellte sie heraus, dass die Höfe untereinander kaum in Verbindung stehen. „Derzeit existiert in Deutschland kein Netzwerk, das die bestehenden CSA-Höfe verbindet und für Informationsaustausch und Informationsbereitstellung sorgt. Auch besteht keine Vernetzung mit den internationalen und englischsprachigen Netzwerken [...]“ (Kraiß 2008: S. 56).

5.3 Gestaltung bestehender CSA-Netzwerke im Ausland

Die stärkere Ausbreitung des CSA-Modells im Ausland gründet vermutlich nicht zuletzt auf deren deutlich weiter vorangeschrittene Vernetzung. Um die Gestaltungen von CSA-Netzwerken aus der Praxis kennenzulernen, werden drei⁶ im Folgenden näher beleuchtet. Zunächst werden ein Netzwerk Frankreichs und das Großbritanniens und dann das internationale CSA-Netzwerk erläutert und nach den in Kapitel 3.2 genannten Kriterien für die Netzwerkbildung eingeordnet.

5.3.1 Französisches und britisches CSA-Netzwerk

Die CSA-Netzwerke Frankreichs und Großbritanniens werden von Organisationen unterstützt. Während in Frankreich die Interaktion im Netzwerk eine zentrale Rolle spielt, hat die britische Version einen vorwiegend informativen Charakter. Aus den unterschiedlichen Ansätzen resultieren verschiedene Ausprägungen der Gestaltung insgesamt.

Das französische Netzwerk „Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne“ (AMAP) entstand durch die Initiative der ersten CSA-Hof-Betreiber in Frankreich: Daniel und Denise Vuillon. Im Jahr 2004 hatte das Netzwerk hundert Mitglieder. Daraufhin wurde es in sechs regionale Gruppen unterteilt. Die „Alliance Paysans écologistes-consommateurs“ (APEC) setzt sich für die ökologische Landwirtschaft und Verbraucherbildung in Frankreich ein. Diese Organisation unterstützte die Entwicklung von AMAP (vgl. Henderson et al. 2007:

⁶ Ihre geographische Ausprägung spielt in dieser Betrachtung eine untergeordnete Rolle. Damit verbundene spezifische Gestaltungen können an eine nationale Ebene angepasst werden. Das grundlegende Element bei der Auswahl der Netzwerke ist ihre Ausrichtung auf CSA, da die TeilnehmerInnen und deren Ziele ein Netzwerk im Wesentlichen bestimmen. Die weitere Auswahl der CSA-Netzwerke richtet sich vorwiegend nach der Vielfalt und dem Zugang zu Informationen in Literatur und Internet.

S. 262, 264 und Laurent 2010). Das AMAP-Netzwerk hat einen Internetauftritt, der zu den Webseiten der regionalen Gruppen verweist. Diese sind unterschiedlich entwickelt. Einige haben vorwiegend informativen Charakter und sehen dort keine aktive Beteiligung von Außenstehenden vor. Das regionale Netzwerk der „Alliance Provence“ ist gut entwickelt und wird deswegen als Beispiel ausgewählt und im Folgenden in die im Kapitel 3.2 genannten Kriterien für die Netzwerkbildung eingeordnet:

Geographische Ausdehnung:

Das Netzwerk umfasst die Region „Paca“ in Frankreich.

Akteure/Akteurinnen:

Sowohl CSA-ErzeugerInnen und CSA-VerbraucherInnen als auch der Handel sowie Partner nehmen an dem AMAP-Netzwerk teil.

Zielsetzung:

Für die Unterstützung der CSA-Bewegung wird Werbung entwickelt und die ErzeugerInnen werden trainiert sowie unterstützt. Zudem stellt das Netzwerk Informationen bereit und interveniert in öffentlichen Debatten, um politische Folgen für die Landwirtschaft zu beeinflussen und zu fördern.

Kommunikation:

Die CSAs der Region vereinen sich in dem Netzwerk über die Organisation „Alliance Provence“. Die *interne Kommunikation* findet über regelmäßige Versammlungen statt, deren Ergebnisse medial mitgeteilt werden. Abstimmungen werden teilweise per Post vorgenommen. Es gibt regelmäßige Newsletter, die auch auf der Webseite einsehbar sind. Die aktive Teilnahme von Zielgruppen ist über ein Forum auf der Homepage möglich, das in fünf Themenbereiche (Rezepte, Allgemein, Webseite, Kommunikation, AMAP) untergliedert ist. Zusätzlich gibt es einen passwortgeschützten Bereich. Es ist nicht einsehbar, welche Möglichkeiten dort angeboten werden und wem dort Zugang gewährt wird. Die *externe Kommunikation* findet über die sehr detaillierte und interaktive Homepage, organisierte Aktionen, Messestände und das oben genannten Forum statt und richtet sich an potentielle ErzeugerInnen und VerbraucherInnen sowie Öffentlichkeit und Politik. Auf der Webseite sind beispielsweise Informationen zur Organisation der Alliance Provence, zu CSA, zum Aufbau einer CSA, zu Höfen in der Region, diverse Verlinkungen, aktuelle Neuigkeiten und Termine zugänglich. Insgesamt ist die Netzwerkkommunikation interaktiv gestaltet.

Kompetenzen und Ressourcen:

Aufgaben im Netzwerk sind Beratung zum CSA-Aufbau, Schulungen und Kurse organisieren sowie leiten, die Internetplattform pflegen, Verbindung mit anderen Initiativen herstellen und pflegen und die Teilnahme am Vorstand und der Generalversammlung, die aus vier Gruppen (Höfe, Verbraucher, Handel, Partner) besteht. Es gibt permanente Arbeitsgruppen zu den

Themen Ethik, Landwirtschaft, Kommunikation sowie Personal und Arbeitsgruppen, die ad-hoc, je nach Ergebnissen der Hauptversammlung, eingerichtet werden. Die Gruppen werden jeweils von einer Person verantwortlich geleitet. Die Beteiligung steht jedem offen und ist erwünscht. Für die Aufgaben ist Know-how in den Bereichen Landwirtschaft, CSA, Existenzgründung, Webseiten, Netzwerke, Kommunikation, Beratung und Organisation vorhanden. Zeit wird seitens der AkteurInnen eingebracht. Das notwendige Geld wird von Partner-Organisationen und durch Mitgliedsbeiträge zur Verfügung gestellt.

Organisation:

Die Grundlagen für die polyzentrische Steuerung sind in der Geschäftsordnung Alliance Provence 2004 festgehalten. Der Vorstand setzt sich aus den bereits genannten vier Gruppen zusammen, die jeweils 25% der Stimmen inne haben. Seit 2003 gibt es eine „AMAP Charta“ mit 18 Grundprinzipien, die im Jahr 2007 durch neue Statuten der Alliance Provence ergänzt wurden. Für den Beitritt gibt es ein Formular zum Download auf der Homepage. Der Zugang zur Webseite und die Teilnahme am Forum sind für alle offen. Die genauen Inhalte der Festlegungen für die Steuerung und Verbindlichkeit des Vereins sind auf den Webseiten der Alliance Provence einsehbar. (vgl. Alliance Provence 2010a, 2010b)

In Großbritannien gibt es ähnlich zur APEC in Frankreich die „Soil Association“ zur Förderung nachhaltiger Lebensmittel und Landwirtschaft (Soil Association 2010c). Die Organisation untersuchte das CSA-Konzept in England und stellte fest, dass sowohl VerbraucherInnen als auch ErzeugerInnen davon profitieren. Daraufhin gründeten sie zu dessen Förderung das Projekt „Cultivating Communities“ (vgl. Henderson et al. 2007: S. 260). Das Projekt ist mittlerweile Teil des Programms „Making local food work“, das lokale Nahrungsmittelinitiativen und deren Bildung unterstützt. Es besteht aus sieben Organisationen und wird vom „Big Lottery Fund“ finanziert. Im Folgenden wird das Netzwerk in die unter 3.2 genannten Kriterien für die Netzwerkbildung eingeordnet:

Geographische Ausdehnung:

Das Netzwerk umfasst die Nation Großbritannien.

Akteure/Akteurinnen:

Die Soil Association fungiert als Koordinator des Netzwerkes. Die CSA-Höfe sind die eigentlichen TeilnehmerInnen. Die Organisationen des Programms Making local food work sind indirekt in unterstützender Funktion am Netzwerk beteiligt.

Zielsetzung:

Die Soil Association will nachhaltige Lebensmittelgemeinschaften fördern. Die Organisationen des Programms Making local food work wollen lokale Nahrungsmittelinitiativen fördern. Die Zielsetzungen der einzelnen CSAs sind auf der Webseite nicht einsehbar.

Kommunikation:

Die *interne Kommunikation* findet vorwiegend interpersonal über Kurse, „Networking events“ und Beratungen, die von der Soil Association angeboten werden, statt. Ob die CSAs untereinander kommunizieren geht aus der Internetseite nicht hervor. Die *externe Kommunikation* findet durch jeweils separate CSA-Bereiche auf den Webseiten der Soil Association und des Programms Making local food work statt. Dort sind Informationen zum Projekt, zu CSA, zum Aufbau und zur Finanzierung einer CSA, zu Höfen und aktuelle Neuigkeiten zugänglich. Zusätzlich gibt es Angebote wie das Handbuch „A Share in the Harvest“, Kurse und ein Newsletter-Abonnement. Die Webseiten sind ausschließlich informativ. Die aktive Teilnahme am Netzwerk ist über die dort aufgeführten Kontaktdaten der CSAs oder der Soil Association möglich. Die Zielgruppen der externen Kommunikation sind bestehende CSAs und potentielle CSA-Mitglieder. Die gesamte Kommunikation im Netzwerk wird über die Soil Association koordiniert und ist vorwiegend informativ.

Kompetenzen und Ressourcen:

Aufgaben in diesem Netzwerk sind die Beratung von regionalen Initiativen zum CSA-Aufbau, Kurse und Networking events organisieren sowie leiten, die Internetplattform pflegen, Verbindung mit anderen Initiativen herstellen und pflegen sowie Material zur Unterstützung wie z.B. das Handbuch „A Share in the Harvest“ herstellen. Für diese Aufgaben ist Know-how in den Bereichen Landwirtschaft, CSA, Existenzgründung, Webseiten, Netzwerke, Kommunikation, Beratung und Organisation vorhanden. Zeit und Personal werden seitens der Soil Association bereit gestellt. Das Geld wird seitens des „Big Lottery Fund“ zur Verfügung gestellt.

Organisation:

Vermutlich wird das Netzwerk fokal von der Soil Association gesteuert, da eine Mitbestimmung der CSAs auf der Webseite nicht ersichtlich ist. Inwiefern Aufnahmekriterien, Verträge oder Kündigungsfristen bestehen und ob diese kontrolliert werden geht aus den Informationen der Soil Association nicht hervor. Die Homepage ist für alle zugänglich. (vgl. Soil Association 2010a, 2010b, 2010c)

5.3.2 Internationales CSA-Netzwerk

Die Netzwerke Großbritanniens und Frankreichs sind in das internationale CSA-Netzwerk „Urgenci“ eingebunden, dessen Sitz sich in Aubagne in Frankreich befindet. Die internationale Vernetzung wurde durch die Initiative der Vuillons angestoßen und ist sehr ähnlich zum Netzwerk der Alliance Provence aufgebaut. Die internationale Bezeichnung für CSA lautet „Local solidarity-based partnership between producers and consumers“ (LSPPC). (vgl. Urgenci 2010a)

Im Jahr 2004 fand das 1. Symposium für das internationale Netzwerk in Frankreich statt. Dort wurden verschiedene CSA-Initiativen vorgestellt. Diese hatten zum ersten Mal auf globaler Ebene die Möglichkeit sich auszutauschen. Auf der Konferenz wurden Methoden zur Unterstützung der CSAs sowie für deren Nachhaltigkeit und Reproduzierbarkeit entwickelt und an der internationalen Vernetzung gearbeitet.

Das 2. Symposium fand im Jahr 2005 in Portugal statt. Dort wurde über politische und gesellschaftliche Herausforderungen und die diesbezüglichen Erwartungen an das Netzwerk diskutiert. Schließlich wurden bereits aktive Netzwerke vorgestellt, Themen rund um die internationale Vernetzung besprochen und die mit dem Netzwerk verfolgten Absichten entschieden. Ein spezieller Ausschuss beschäftigte sich im Weiteren mit der öffentlichen Gründung des internationalen CSA-Netzwerkes „Urgenci“, die im Juni 2006 stattfand.

Beim 3. Symposium im Jahr 2008 in Frankreich gab es mehr als 200 TeilnehmerInnen aus fast 20 Ländern. Neben den nationalen CSA-VertreterInnen waren auch diverse Organisationen wie beispielsweise die „Food and Agriculture Organization“ (FAO) und die Ministerien für Landwirtschaft von Portugal und Kuba vertreten. Die zentralen Themen dieser Hauptversammlung des Netzwerkes waren die polyzentrische Netzwerkstruktur, die Überarbeitung des Programms sowie Entscheidungen über die dafür notwendigen Ressourcen und die Wahl eines internationalen Komitees. (vgl. Urgenci 2010b)

Im Februar 2010 war in Japan das 4. Symposium. Dort wurde ein neues internationales Komitee gewählt. Neben Betriebsbesichtigungen vor Ort wurden in diversen Arbeitsgruppen Themen im Bezug zu CSA erarbeitet und schließlich die überarbeiteten Ziele und Strategien des Netzwerkes festgelegt. (vgl. Urgenci 2010a)

Die Hauptversammlungen des Netzwerkes finden im zweijährigen Rhythmus statt.

Im Folgenden wird das Netzwerk in die unter 3.2 genannten Kriterien für die Netzwerkbildung eingeordnet:

Geographische Ausdehnung:

Das Netzwerk umfasst die internationale Ebene.

Akteure/Akteurinnen:

Akteure und Akteurinnen können Einzelpersonen, Organisationen, CSAs und andere Netzwerke werden (vgl. Urgenci 2010e).

Zielsetzung:

Die erklärten Ziele des Netzwerkes sind die Förderung kleinbäuerlicher Betriebe, Ernährungssouveränität, Gesundheit durch Nahrung, Kampf gegen Hunger und Unterernährung, wirtschaftliche Beziehungen und ein soziales Netzwerk zwischen LSPPC und Menschen schaffen, Bildung für ökologische und staatsbürgerliche Verantwortung sowie die Bekämpfung von Ausgrenzung und Armut. Dafür übernimmt das Netzwerk die folgenden Aufgaben:

Austausch zwischen BürgerInnen, LandwirtInnen, VerbraucherInnen, AktivistInnen und betroffenen politischen AkteurInnen schaffen, Dialog mit öffentlichen Institutionen, LSCPP-Ausbreitung voranbringen, Maßnahmen auf der internationalen Ebene erleichtern sowie die Harmonisierung und Förderung der Mobilisierung von lokalen Netzwerken. (vgl. Urgenci 2010a)

Kommunikation:

Intern: Um diese Ziele umzusetzen und die Funktionen zu erfüllen, gibt es Arbeitsgruppen zu den folgenden acht Themen: Weltweite Verbreitung von LSPPC, Ausbildung der LandwirtInnen, Biologische Vielfalt, Zugang zu Land, soziale Integration, Verantwortungsvoller Konsum, Partnerschaft zwischen Urgenci und der „International Federation of Organic Agriculture Movement“ (IFOAM) und sonstige Themen wie andere Landwirtschaftsbereiche (vgl. Urgenci 2010b). Wie die einzelnen Gruppen intern kommunizieren ist über die Homepage nicht ersichtlich. Das Komitee des Netzwerkes hält alle zwei Monate eine Telefonkonferenz ab, zu der jede Person, die eine Arbeitsgruppe leitet, zwei Wochen vorher ein Protokoll über die Arbeitsergebnisse einreichen muss. Die Konferenz wird vom Präsidenten und dem Generalsekretär des internationalen Komitees organisiert. Die Ergebnisse der Konferenz werden dann als Newsletter verschickt und auf der Homepage veröffentlicht. Für aktuelle Meldungen gibt es ebenfalls einen Newsletter.

Extern: Die Arbeitsgruppen kommunizieren je nach Themen nach außen mit angrenzenden Initiativen und Organisationen. Die Teilnahme an einer Arbeitsgruppe steht auch Außenstehenden offen. Dazu kann über die Homepage Kontakt aufgenommen werden. Zudem werden auf der Homepage das Netzwerk, die Aktivitäten, Ziele und Arbeitsgruppen vorgestellt und zu CSA-Initiativen, unterstützenden Organisationen und verwandten Projekten verlinkt. Bisher finden sich auf der Webseite Verlinkungen zu den Netzwerken der Nationen Japan, Kanada, Frankreich, Großbritannien, den USA und der Schweiz. Deutschland ist bisher nicht vertreten (vgl. Urgenci 2010d). Die aktive Teilnahme für Außenstehende ist über mehrere Foren möglich, die nach den Arbeitsgruppen kategorisiert sind.

Insgesamt ist das Netzwerk sehr interaktiv gestaltet und versucht gemeinsam Ziele voranzubringen. Über die gesamten Aktivitäten des Netzwerkes sind auf der Homepage Informationen bereitgestellt.

Kompetenzen und Ressourcen:

Für das Netzwerk bedarf es an Kompetenzen in den Bereichen der Landwirtschaft, der Ernährungssituation, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und vieles mehr. Die besondere Herausforderung in diesem Netzwerk ist die Berücksichtigung von regionalen, nationalen und globalen Themen. Für jede Arbeitsgruppe muss es Menschen mit Know-how in den Bereichen der Gestaltung und Verwaltung von Webseiten, Netzwerken, Organisation, Kommunikation, Be-

ratung und Öffentlichkeitsarbeit geben. Ebenso werden soziale und kommunikative Fähigkeiten sowie Wissen über CSA weltweit benötigt. Für die Erfüllung der Aufgaben im Netzwerk ist viel Zeit der Akteure und Akteurinnen notwendig. Inwieweit Geld für die Umsetzung des Netzwerkes benötigt wird ist über die Homepage nicht einsehbar. Die Mitglieder des Netzwerkes bezahlen Jahresbeiträge von jeweils etwa 10 Euro. Andere Netzwerke müssen etwa 100 Euro pro Jahr für ihre Mitgliedschaft bezahlen.

Organisation:

Das Netzwerk beschreibt sich selbst seit 2008 als ein polyzentrisches Netzwerk bestehend aus acht Arbeitsgruppen, deren ModeratorInnen das internationale Urgenci-Komitee bilden. Das Komitee wird alle zwei Jahre neu gewählt und sorgt für die Übereinstimmung der Ziele des Netzwerkes mit den Erarbeitungen der Gruppen (vgl. Urgenci 2010c). Für die Mitgliedschaft im Netzwerk gibt es auf der Homepage ein Beitrittsformular zum Download. Daraus gehen die Dauer der Mitgliedschaft und mögliche Kündigungsfristen nicht hervor. (vgl. Urgenci 2010e)

6 Vor der Befragung bekannte Aspekte eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

Jede einzelne CSA-Gemeinschaft ist ein autonomes System und hat ein lokales Netzwerk. Diese bestehenden Vernetzungen sollen über ihr Zentrum, den CSA-Hof, auf nationaler Ebene miteinander verbunden werden. Diese Netzwerkstrukturen können weiter wachsen, verschiedene Akteure und Akteurinnen unterschiedlich stark einbinden und damit lose, hochkomplexe und weiterhin unbegrenzte Vernetzungen bilden. Ein deutschlandweites CSA-Netzwerk bietet viel Potential. „Collaboration at the farm-to-farm level enables community supported farms to develop and exchange practical knowledge and information with each other, coordinate public outreach, pool material resources, and develop support systems for new or struggling farmers” (Groh et al. 1997: S. 87). Die Gestaltung des Netzwerkes entscheidet darüber welche Potentiale genutzt werden. Einige Kriterien für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk zeichnen sich bereits im Vorhinein ab, während andere noch unklar und somit Gegenstand der Befragung sind.

Geographische Ausdehnung:

Da in Deutschland wenige CSAs existieren ist eine Verbindung auf mindestens nationaler Ebene notwendig. Die geographische Ausweitung und eine Unterteilung mit Zunahme der CSAs sind generell denkbar. Diese Aspekte werden nicht Gegenstand der Befragung sein.

Akteure/Akteurinnen:

Die Hauptakteure/-akteurinnen sind die CSA-ErzeugerInnen. Die CSA-VerbraucherInnen sind mindestens über die lokale Vernetzung integriert. Inwieweit sie darüber hinaus miteinbezogen werden und ob zusätzliche Akteure und Akteurinnen integriert werden sollen, ist Teil der Befragung (Interviewleitfaden Punkt 2). Die Anzahl der potentiellen Akteure und Akteurinnen seitens der CSAs und die Anbauverbandszugehörigkeit werden im Kurzfragebogen thematisiert.

Zielsetzung:

Die Zielsetzung ist die Grundlage für jedes Netzwerk und somit der wichtigste Teil des Interviews. Die CSAs können eine gemeinsame Vision haben, aber auch unterschiedliche Ziele verfolgen, die vielleicht Konfliktpotential für das Netzwerk bieten. Was die CSAs motiviert, welchen Nutzen sie mit dem Netzwerk verbinden und was ihre Ziele sind, ist Teil der Befragung (Interviewleitfaden Punkt 3).

Kommunikation:

Intern muss in der nationalen Vernetzung die mediale Kommunikation im Vordergrund stehen, da die Entfernungen der Höfe voneinander für häufige Treffen zu groß sind. Eine interpersonale Kommunikation ist denkbar, aber vermutlich nicht in ausreichender Frequenz und

zwischen allen Mitgliedern zur gleichen Zeit möglich. Wie die Kommunikation im Netzwerk gestaltet werden kann, bestimmt die Zielsetzung des Netzwerkes. Was den CSAs im Hinblick auf die interne Kommunikation wichtig ist, wird im Interview thematisiert (Interviewleitfaden Punkt 4.1).

Die potentiellen CSA-Mitglieder sowie die Öffentlichkeit (Politik, NROs, BürgerInnen, ...) können Zielgruppen des Netzwerkes sein und über die *externe Kommunikation* integriert werden. Sofern diese eine Interaktion ermöglicht, können die Zielgruppen auch etwas in das Netzwerk einbringen. Durch die Darstellung des CSA-Konzeptes und vieler funktionierender Beispiele können potentielle CSA-Mitglieder zu einer Teilnahme bewegt werden. Die Öffentlichkeit kann davon überzeugt werden, dass es sich lohnt, ein solches Projekt zu unterstützen. Ob und für welche Zielgruppen eine externe Kommunikation des deutschlandweiten CSA-Netzwerkes erstellt werden soll, ist abhängig von der Zielsetzung. Was den CSAs für eine Präsentation des Netzwerkes wichtig ist und ob sie notwendig ist, wird Teil des Interviews sein (Interviewleitfaden Punkt 4.2). Um die Möglichkeiten der medialen Vernetzung abzuklären, wird die vorhandene technische Ausstattung im Kurzfragebogen abgefragt.

Kompetenzen und Ressourcen:

Die einzelnen Höfe können im Verbund einen Pool an Ideen, Informationen, Kompetenzen und Ressourcen darstellen. Zusammen haben sie die Möglichkeit größere Aktionen sowie bessere Informations-, Beratungs- und Bildungsmöglichkeiten zu organisieren und zu finanzieren. Know-how in den Bereichen CSA, Kommunikation und Koordination werden in jedem Fall benötigt, ebenso wie die Ressource Zeit. Deren Umfang ist allerdings noch unklar. Ob und welche Kompetenzen und Ressourcen zusätzlich notwendig sind, ist abhängig von dem Kriterium Kommunikation und den daraus resultierenden Aufgaben. Die Aufgabenverteilung ist wiederum von den vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen abhängig. Wer welche Kompetenzen und Ressourcen in welchem Umfang für das Netzwerk liefern kann und soll, wird Gegenstand der Befragung sein (Interviewleitfaden Punkt 5).

Organisation:

Die Auffassungen der CSAs zu Regeln im Netzwerk, die Vorstellungen über die Steuerung und deren Gestaltung sowie die Möglichkeiten der Ausprägung des Faktors Verbindlichkeit bezogen auf Akteure/Akteurinnen und Zielgruppen bestimmen neben der Zielsetzung das Wesen eines Netzwerkes und sind somit elementare Teile der Befragung (Interviewleitfaden Punkt 6).

Mit der Befragung von Schlüsselpersonen der CSAs sollen die Ausprägungen der Kriterien geklärt werden. Die Einstellungen und Einschätzungen der einzelnen CSAs zur Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes werden in den Interviews (Interviewleitfaden Punkt 1) zusätzlich zu den Kriterien thematisiert. Denn für die Berücksichtigung von Zielkonflikten ist es wichtig, welche individuellen Erwartungen seitens der CSAs an das Netzwerk gestellt werden und ob deren Grundhaltung positiv oder negativ ist. Um allen Äußerungen Raum zu bieten, ist es abschließend vorgesehen, den/der InterviewpartnerIn Aspekte ergänzen zu lassen (Interviewleitfaden Punkt 7).

Im folgenden Kapitel wird die Methodik der Befragung genauer erläutert.

7 Methodik der Befragung

Ein ganz wesentlicher Bestandteil beim Aufbau eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes ist die Integration der CSAs in die Entwicklung. Infolge dessen werden in dieser Arbeit qualitative Befragungen mit einer stellvertretenden Person der jeweiligen CSA durchgeführt. Der maximale Forschungsumfang liegt bei elf Höfen und eignet sich somit für eine qualitative Art der Befragung. Zudem würde eine quantitative Erhebungsmethode zu wenig Raum für individuelle Sichtweisen der vielfältigen CSAs lassen. Die Zielsetzung ist ganz entscheidend für die Ausrichtung des Netzwerkes und muss somit in den Gesprächen genau erörtert werden. Bei der Interviewform handelt es sich um das „problemzentrierte Interview“ (Helfferich 2004: S. 33), das in diesem Fall durch einen halboffenen Leitfaden gestützt wird. Die Interviewerin kann „[...] Fragen auch in der Erzählphase vorbringen, aber möglichst ohne die Erzähllogik zu beeinträchtigen“ (Diekmann 2005: S. 451). So können dialogisch mögliche Lösungen für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes besprochen werden. Vor dem eigentlichen Interview wird ergänzend ein quantitativer Kurzfragebogen für Daten zur CSA und den InterviewpartnerInnen eingesetzt, um den Erzählfluss später nicht zu stören. Die Befragung wird vorwiegend per Telefon durchgeführt. Ein Interview kann persönlich stattfinden.

7.1 Kurzfragebogen und Interviewleitfaden

Im Kurzfragebogen werden vor dem Interview Daten zur CSA, zu den InterviewpartnerInnen und zu der technischen Ausstattung der CSA abgefragt. Der Interviewleitfaden ist „halboffen“ und nach den in Kapitel 3.2 genannten Kriterien strukturiert. Eingangs werden „öffnende, erzählgenerierende Einstiegsfragen“ (Helfferich 2004: S. 160) gestellt. Der Leitfaden ist nach Themengebieten unterteilt, die durch Stichpunkte ergänzt werden. Damit soll sichergestellt werden, dass die relevanten Themengebiete abdeckt werden. Es werden gezielt keine Fragen für den Leitfaden formuliert, denn die Formulierung und der Zeitpunkt der Fragen soll sich an der individuellen Situation im Interview orientieren (vgl. Diekmann 2005: S. 451). Somit wird die spontane Konstruktion der Fragen im Gespräch bevorzugt. Die Erzählperson soll sich möglichst offen einbringen können. Abschließend wird dem/der InterviewpartnerIn die Möglichkeit gegeben, bis dahin nicht thematisierte und für ihn/sie wichtige Aspekte, anzusprechen. Damit soll sicher gestellt werden, dass im Interview nicht Wesentliches übergangen wird. Alle Punkte des Leitfadens, bis auf die Einstiegsfragen und die Abschlussfrage, sind obligatorisch. Im Kapitel 5 dieser Arbeit wurde die Basis für den Inhalt des Kurzfragebogens und des Leitfadens genau erläutert. Beide Dokumente sind im Anhang unter A. und B. zu finden.

Ein Pretest des Leitfadens wurde durchgeführt. Damit ließ sich eine Dauer des Interviews auf etwa 40 Minuten abschätzen. Da die Erzählzeit stark von den GesprächspartnerInnen abhängt, wird das Interview sicherheitshalber mit 60 Minuten angekündigt. Die im Pretest spontan konstruierten Fragen waren verständlich. Es stellte sich allerdings heraus, dass der Interviewleitfaden unzureichend auf eine ablehnende Haltung gegenüber dem Netzwerk ausgerichtet war. Daraufhin wurden zusätzliche Stichpunkte unter Punkt 1 des Leitfadens erstellt, um diese Auffassung gegebenenfalls weiter zu ergründen. Die Themen des Leitfadens stellten sich teilweise als nicht spontan zu beantworten heraus. Daraus entstand die Überlegung die Hauptthemen des Interviews schon vorab bekannt zu geben. So soll den InterviewpartnerInnen die Möglichkeit gegeben werden, sich bereits im Vorhinein mit den Aspekten eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes auseinanderzusetzen und sie unter Umständen mit weiteren Mitgliedern zu besprechen.

7.2 Kontaktaufnahme zu den InterviewpartnerInnen

Zum Interview wurden die elf CSAs, die in einer wissenschaftlichen Studie im Jahr 2009 als bestehend oder im Aufbau aufgeführt wurden (vgl. Kraiß 2009 S. 42), ausgewählt. Die erste Kontaktaufnahme fand seit Mitte April 2010 bei fast allen Betrieben per Telefon statt. Ein Hof wurde persönlich besucht. Mit dieser ersten Kontaktaufnahme wurden die GesprächspartnerInnen über meine Person, meine Kontaktdaten, mein Anliegen, Details der Forschung (Zielsetzung der Arbeit, geplante InterviewpartnerInnen, an der Forschung beteiligte Personen), die Oberthemen der Befragung sowie Ablauf, Dauer und Verarbeitung der Interviews informiert. Zudem wurde die geeignete Person für das Interview ermittelt. Falls gewünscht, erfolgte darauf nochmals eine schriftliche Mitteilung der oben genannten Informationen an die InterviewpartnerInnen. Schließlich wurden die Termine für die Interviews abgesprochen.

7.3 Durchführung und Dokumentation der Interviews

Vom 15. April 2010 bis zum 10. Mai 2010 wurden die insgesamt sieben Befragungen durchgeführt. Sechs Befragungen fanden per Telefon statt und ein Interview wurde „Face-to-face“ durchgeführt. Zwei CSAs haben auf eigenen Wunsch nicht an der Befragung teilgenommen. Zwei weitere CSAs haben auf mehrmalige telefonische und schriftliche Anfragen keine Rückmeldung gegeben. Die Dauer der Interviews lag in der Regel zwischen 20 - 45 Minuten. Lediglich ein Interview dauerte 5 Minuten, da nur die ablehnende Haltung gegenüber dem Netzwerk ergründet werden konnte. Für die ungestörte Aufnahme wurden ruhige Orte für das Interview ausgewählt. Nach der Begrüßung folgte die Einverständniserklärung zum Interview, dessen Speicherung sowie Verwendung für die bekanntgegebenen Forschungen.

Das Einverständnis wurde digital aufgenommen und dann der Kurzfragebogen abgefragt und schriftlich dokumentiert. Da es vereinzelt den Wunsch der Anonymisierung gab, werden die CSA-spezifischen und personenbezogenen Daten in der Arbeit komplett nicht verwendet⁷. Daraufhin startete das eigentliche Interview, das digital aufgezeichnet und gespeichert wurde. So können die Situationen der Interviews später genau nachvollzogen werden. Sofern eine Anonymisierung erforderlich ist, wurde die Aufzeichnung von CSA-spezifischen und personenbezogenen Daten befreit. Zusätzlich wurde die Stimme verfremdet. Im Anschluss an das Gespräch wurde ein Protokoll, ebenfalls anonymisiert, ausgefüllt. Ein unausgefülltes Exemplar des Protokolls ist im Anhang unter C. zu finden. Somit liegen sieben aufgezeichnete Einverständniserklärungen und Interviews sowie die dazugehörigen schriftlichen Kurzfragebögen und Protokolle vor. Die Dateien mit den Einverständniserklärungen und die Kurzfragebögen sind nicht anonymisiert. Sie werden getrennt von den Dateien mit den Interviews und Protokollen verschlossen aufbewahrt. Die Interviews und Protokolle sind nur den ForschungsteilnehmerInnen, die alle der Schweigepflicht unterliegen, zugänglich.

7.4 Auswertung der Interviews

Alle Interviews werden nach den gleichen Schritten ausgewertet. Zunächst werden die gespeicherten und bearbeiteten Gespräche kontrollgehört und schriftlich zusammengefasst. Parallel zum Kurzfragebogen und halboffenen Interviewleitfaden gibt es einen Auswertungsleitfaden (vgl. Schmidt 2007), dessen detaillierte Auflistung zur strukturierten Analyse der halboffenen Interviews dienen soll. Nicht jedes Interview wird zu allen Punkten Antworten liefern. Die Interviews werden zunächst separat analysiert. Die einzelnen Ergebnisse werden dann unter den gleichen Punkten zusammengefasst und im folgenden Kapitel dargestellt. Ein Exemplar des Auswertungsleitfadens ist im Anhang unter D. zu finden.

⁷ In dieser Arbeit werden auch die CSA- und personenbezogenen Daten anonymisiert, die publiziert werden dürften. Ansonsten kann bei der geringen Anzahl und dem spezifischen Kreis der InterviewteilnehmerInnen die Anonymisierung Einzelner nicht gewährleistet werden.

8 Ergebnisse und Auswertung der Befragung sowie Lösungsansätze

Insgesamt gehen sieben Interviews in die folgende Darstellung und Auswertung der Ergebnisse ein. Fünf BefürworterInnen des Netzwerkes haben in den Gesprächen ausführlich zu der Idee eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes Stellung genommen. Ebenso wurde eine Person befragt, die sich eine Teilnahme am Netzwerk zwar vorstellen kann, dafür bisher aber keinen Bedarf sieht. Eine der drei CSAs mit ablehnender Haltung gegenüber dem Netzwerk hat an dem Interview teilgenommen. Da es in dieser Situation allerdings sinnlos erschien über eine hypothetische Vernetzung zu sprechen wurde in diesem Fall die ablehnende Auffassung im Interview genauer erfragt. Zwei CSAs haben keine Rückmeldung auf mehrfache Anfragen zum Interview gegeben. Somit ergibt sich mit sieben von elf möglichen Befragungen eine Teilnahmequote von 63,6 %.

Im Kapitel 7.1 werden die Einstellungen der Befragten zu einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk dargestellt. Da im Interview Nr. 7⁸ aufgrund der ablehnenden Haltung zu den Gestaltungsmöglichkeiten des Netzwerkes keine Aussagen gemacht wurden, werden nur die Ergebnisse der Interviews 1 bis 6 in den folgenden Kapiteln 7.2 bis 7.6 nach den Kriterien für die Netzwerkbildung dargestellt und ausgewertet. Zunächst werden jeweils die Ergebnisse der Befragung beschrieben. Dann folgt deren Auswertung gekoppelt mit den diesbezüglichen Lösungsansätzen. In den halboffenen Interviews sind nicht exakt die gleichen Themen in gleicher Ausführlichkeit besprochen worden. Somit ist nicht immer die absolute Übereinstimmung der Befragten entscheidend für die Lösungsansätze, sondern vielmehr eine unter Berücksichtigung der gemeinsamen Zielsetzung der Befragten sinnvolle Zusammenstellung der einzelnen Ideen. Sollte das Netzwerk gebildet werden, können dessen Akteure und Akteurinnen die Lösungsansätze dieser Arbeit überprüfen und bei Bedarf modifizieren sowie weiterentwickeln. Im Kapitel 7.7 werden die Lösungsansätze für das deutschlandweite CSA-Netzwerk unter Berücksichtigung der Kriterien für die Netzwerkbildung zusammenfassend dargestellt.

8.1 Einstellungen der Befragten zu einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk

In den Interviews wurde die Einstellung zu einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk thematisiert. Der Wunsch der InterviewpartnerInnen nach regelmäßigem Kontakt und Austausch mit anderen CSAs in Deutschland wird in der folgenden Abbildung dargestellt.

⁸ Die Interviews werden im Folgenden durchgängig jeweils mit der gleichen Ziffer benannt und stehen in Verbindung zu dem Interviewverzeichnis dieser Arbeit.

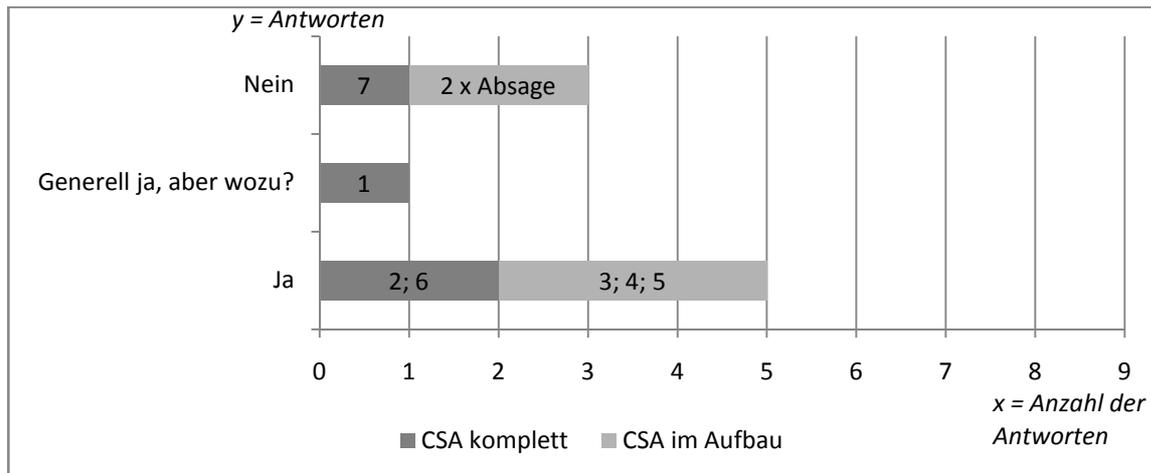


Abb. 5: Wunsch der CSAs nach regelmäßigem Kontakt miteinander (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Zahlen in den Balken beziehen sich auf die jeweiligen Interviews. Die CSAs, die das Interview aus mangelndem Interesse an dem Netzwerk abgesagt haben, werden in der obigen Abbildung mit aufgeführt.

Drei CSAs tauschen sich zwar vereinzelt mit anderen Gemeinschaften aus, sehen aber keine Notwendigkeit für ein Netzwerk. Die davon interviewte CSA sieht in der Bildung eines deutschlandweiten Netzwerkes einen Widerspruch zum CSA-Prinzip. Der Zusammenschluss wird in diesem Fall als Institutionalisierung wahrgenommen, die der Individualität und Eigenverantwortung einer jeden CSA entgegenwirkt. Die Verbreitung der CSA-Idee wird zwar als wichtig erachtet, sollte aber ausschließlich über persönliche Kontakte stattfinden. In der medialen Kommunikation und Informationsbereitstellung wird die Gefahr einer verzerrenden Darstellung und kein Nutzen gesehen, „weil sich das Ganze bisher so entwickelt hat und auch weiterentwickeln wird [...], dass die Menschen, die danach suchen, das auch finden werden“ (7). Insgesamt sind fünf CSAs für einen regelmäßigen Kontakt der Gemeinschaften untereinander. Eine CSA sieht dafür keinen Bedarf, würde sich aber in Zukunft unter Umständen überzeugen lassen, denn „das Neue kommt eben doch dann mit einem Mal“ (1).

Die Vermutung liegt nahe, dass die Höfe im Aufbau vermehrt einen Bedarf für ein Netzwerk sehen, da sie in dieser Phase mehr Unterstützung benötigen. Vergleicht man aber die Höfe, die ihren Betrieb komplett auf CSA umgestellt haben „CSA komplett“, und die Gemeinschaften im Aufbau „CSA im Aufbau“ miteinander, so ist das Verhältnis der Pro- und Kontraeinstellungen zueinander relativ ähnlich. Drei von fünf der CSAs im Aufbau und drei von vier der bestehenden CSAs sind für einen regelmäßigen Austausch untereinander.

8.2 Akteure/Akteurinnen eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

8.2.1 Ergebnisse der Befragung

Alle Befragten nennen zunächst die CSA-ErzeugerInnen als Akteure und Akteurinnen des Netzwerkes. In drei Interviews wurden auch interessierte ErzeugerInnen als mögliche TeilnehmerInnen genannt (vgl. 2, 3, 4). Das Interesse seitens der CSA-VerbraucherInnen an der Teilnahme wird in einem Interview (vgl. 6) als hoch eingeschätzt, während die restlichen fünf Befragten eine eher geringe Beteiligung vermuten. Allerdings sind sich alle Befragten darin einig, dass den VerbraucherInnen die Teilnahme am Netzwerk ermöglicht werden sollte. Speziell der Schatzmeister des Buschberghofes „Wolfgang Stränz“ (4) wird einmal als wichtiges Netzwerk-Mitglied mit der Sicht eines Verbrauchers genannt „[...] weil das einfach jemand ist, der Erfahrung mit CSA hat und das auch Leuten gut präsentieren kann und eben kein Landwirt ist“ (4).

Eine Person äußert die Idee, das Netzwerk auch für andere Wirtschaftsbereiche, die eine zu CSA vergleichbare Wirtschaftsform umsetzen oder umsetzen möchten, offen zu lassen (vgl. 3).

Zwei mal wird der Vorschlag gemacht Akteure und Akteurinnen aus der Wissenschaft wie „anthroposophische Forschungseinrichtungen“ (3) und forschende Personen wie „Katharina Kraiß“ (4) zumindest zeitweise in das Netzwerk zu integrieren. Denn für die Entwicklung des Netzwerkes „[...] muss immer wieder jemand da sein, der das einen Schritt weiterträgt“ (3) und „die Betriebe haben oft nicht so viel Zeit dafür“ (4). So wird auch diese Arbeit von einer interviewten Person verstanden als „Grundsteinlegung“ (3), worauf weiter aufgebaut werden kann.

In fünf Interviews wird die Integration von Organisationen oder Stiftungen in das Netzwerk als sinnvoll erachtet (vgl. 2 - 6). Einerseits zur finanziellen Unterstützung und andererseits für mehr Öffentlichkeitsarbeit. In den Interviews werden vereinzelt Vorschläge zur Kontaktaufnahme zum „Demeter-Verband“ (4), „GLS-Treuhand“ (6), „Alanus-Hochschule“ (3) oder dem „BÖLW“ (2) genannt. Allerdings wird die Integration solcher Akteure als späteres Ziel des Netzwerkes verstanden.

8.2.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze

Nach den Aussagen aller Befragten sollen sowohl die CSA-ErzeugerInnen als auch die CSA-VerbraucherInnen die vorläufigen Hauptakteure/-akteurinnen des Netzwerkes sein. Die Berücksichtigung beider Sichtweisen ist wichtig für einen vielschichtigen Austausch. Die gemeinsame Verantwortung von KonsumentInnen und ProduzentInnen ist Teil des CSA-Konzeptes und sollte sich somit ebenfalls im Netzwerk wiederfinden. Auch wenn das Inter-

esse der VerbraucherInnen insgesamt eher gering eingeschätzt wird, werden sich allen Voraussagen nach vereinzelt Engagierte finden. Da es deutlich weniger ErzeugerInnen als VerbraucherInnen gibt, ist mindestens ein ausgeglichenes Anteilsverhältnis der beiden Akteursgruppen zu erwarten.

Ob potentielle CSA-ErzeugerInnen an dem Netzwerk teilnehmen sollten, ist abhängig von den Zielen, die mit dem Netzwerk verfolgt werden. Da nur in drei Interviews an CSA interessierte ErzeugerInnen als mögliche Akteure und Akteurinnen genannt werden (vgl. 2, 3, 4), sollte ihre Integration ins Netzwerk von den HauptakteurInnen nochmals besprochen werden.

Das Netzwerk auch für CSA-ähnliche Konzepte zu öffnen, würde durch die Verallgemeinerung des CSA-Prinzips sowohl Einfluss auf die externe als auch auf die interne Kommunikation des Netzwerkes nehmen. Neben landwirtschafts- und CSA-spezifischen Themen würden andere Aspekte von Bedeutung sein. Die vorläufigen Hauptakteure/-akteurinnen müssen klären, ob eine klare Abgrenzung von CSA zu anderen Wirtschaftszweigen gemacht wird oder eine offene Gestaltung gewollt ist⁹.

Menschen aus der Wissenschaft zu AkteurInnen des Netzwerkes zu machen, erscheint sinnvoll. Professionelle Forschungsarbeiten können mit neuen Erkenntnissen und Lösungsansätzen das Netzwerk verbessern und weiterentwickeln. Ebenso sind Organisationen und Stiftungen in der Lage, wichtige Forschungen in Auftrag zu geben und zu finanzieren. Zusätzlich können solche Einrichtungen finanzielle Mittel organisieren und bereitstellen, Öffentlichkeitsarbeit machen und Aufgaben des Netzwerkes oder dessen Koordination übernehmen. So werden beispielsweise das britische und französische CSA-Netzwerk organisiert. Die vorläufigen Hauptakteure/-akteurinnen des Netzwerkes müssen entscheiden, welche wissenschaftlichen Einrichtungen, Organisationen, Stiftungen und Ähnliches als unterstützende Akteure denkbar sind. So kann beispielsweise der Vorschlag den Demeter-Verband in das Netzwerk zu integrieren problematisch sein. Nicht alle deutschen CSAs sind Demeter-Mitglieder, wirtschaften aber nach dem biologisch-dynamischen Prinzip. Allerdings schließt CSA biologisch wirtschaftende Betriebe nicht aus. Sollten dem Netzwerk zusätzlich CSA-ähnliche Konzepte beitreten, könnte die Unterstützung durch einen so speziellen Verband wie „Demeter“ schwierig sein. Das Interesse an dem Netzwerk muss dann bei den von allen akzeptierten Einrichtungen geweckt werden. Daher ist es sinnvoll bis zu dem Zeitpunkt zu warten, an dem das Netzwerk ein Stadium erreicht hat, in dem es als ein förderungswürdiges Projekt präsentiert werden kann. Das stimmt mit der Einschätzung der Befragten überein, dass die Integration von Organisationen erst langfristig eine Möglichkeit des Netzwerkes ist.

⁹ Die Lösungsansätze werden im Folgenden zunächst ohne die CSA-ähnlichen Konzepte geplant. Alle CSA-spezifischen Annahmen können diesbezüglich im Nachhinein bei Bedarf verallgemeinert werden.

Die folgende Tabelle stellt die Akteure und Akteurinnen des Netzwerkes zusammengefasst dar.

Tab. 1: Akteure/Akteurinnen eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes (Quelle: Eigene Darstellung)

AKTEURE/AKTEURINNEN	
UNTERSTÜTZENDE AKTEURE/AKTEURINNEN	Organisationen, Stiftungen, Wissenschaft, etc.
MÖGLICHE AKTEURE/AKTEURINNEN	Potentielle CSA-ErzeugerInnen; CSA-ähnliche Konzepte
HAUPTAKTEURE/-AKTEURINNEN	CSA-ErzeugerInnen; CSA-VerbraucherInnen

8.3 Zielsetzung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

8.3.1 Ergebnisse der Befragung

Das von allen Befragten genannte Ziel einer Vernetzung ist der Informations- und Erfahrungsaustausch untereinander. „Ich glaube dabei können alle nur gewinnen, wenn sie sich austauschen“ (6). So kann jede Initiative individuelle Fragen klären und „[...] das kann Anregungen geben für Problemlösungen“ (5). Spezielle Vorschläge aus den einzelnen Interviews sind beispielsweise Themen wie die individuellen Betriebsformen, Verbrauchermotivation bei nicht vollständiger Lebensmittelpalette, die Vermarktung von der Abholung über die Finanzierungsgrundlagen bis hin zur Richtwerterstellung, der Lebensmittelverbrauch, Fragen des jeweiligen Produktionsstandortes und die zukünftigen Möglichkeiten, Kapital zur Verfügung zu stellen. Eine Person sieht für sich den Nutzen in „inhaltlichen Fragen des Landbaus“ (1) voranzukommen und spricht sich zudem für „[...] eine Austauschplattform, um für eine gemeinnützige Wirtschaftsordnung einzutreten“ (1) aus. So wird auch in einem anderen Interview auf den Nutzen verwiesen, die politische und soziale Dimension weiter zu entwickeln, „indem man Leute verbindet, die an solchen Konzepten arbeiten und so den Informationsfluss vereinfacht“ (3).

Insgesamt nennen alle Befragten die „Ausbreitung von CSA“ (2) als ein Ziel des Netzwerkes. „Jeder der sowas macht hat ein Interesse daran, dass das mehr wird“ (6). Speziell in drei Interviews wird mehr Öffentlichkeitsarbeit gewünscht (vgl. 2, 3, 6), um so „[...] die Idee CSA bekannter zu machen“ (6). Dafür sprechen ebenfalls die folgenden Aussagen.

Als ein Ziel wird genannt, die „[...] Inhalte auf denen eine CSA-Bewegung fußt oder fußen könnte [...] zu etablieren“ (1). In einem anderen Interview wird die Netzwerkbildung als sinnvoll erachtet, damit man CSA „[...] mehr und mehr ins Bewusstsein der Bevölkerung bringen kann, was für einen Wert das eigentlich hat und wie zukunftsorientiert das eigentlich auch ist“ (3). „Man könnte mehr Öffentlichkeitsarbeit machen, so dass der Gedanke auch bei Leuten ankommen könnte, die noch nie etwas davon gehört haben“ (2). So nennt auch eine weitere

Person als ein Ziel die „Bekanntmachung“ (5). „Ich bin überrascht wie sehr sich das Bewusstsein wandelt, auch bei den Konsumenten, die einfach diese authentische Geschichte haben wollen. Ich glaube das ist überall so, die Leute wissen es nur noch nicht. Für die Landwirte, die überhaupt nicht wissen, wie es weitergehen soll, und davon gibt es im Moment eine ganze Menge, kann es die Möglichkeit sein, ein neues Konzept zu bekommen mit dem man wirklich relativ gut arbeiten kann. [...] Wenn man das aktiven Landwirten mitteilt, dann werden sich auch noch mehr Wirtschaftsgemeinschaften bilden“ (4).

Mit dem Netzwerk und damit verbundener Öffentlichkeitsarbeit für CSA sollen somit potentielle ErzeugerInnen und VerbraucherInnen zu tatsächlichen Mitgliedern gemacht werden. Um diesen Menschen „[...] die Angst, ob das auch wirklich funktioniert“ (2) und das Gefühl „als Einzelkämpfer dazustehen“ (5) zu nehmen, werden die CSA-Betriebe als positive Vorzeigemodelle, die das Netzwerk präsentieren könnte, als sinnvoll erachtet. Zusätzlich kann man „[...] Informationen bündeln und sie weitergeben an interessierte Betriebe“ (2). Alle interviewten Personen sehen durch die Zusammenarbeit in dem Netzwerk eine „Hilfe für neue Betriebe im Start“ (5). Speziell werden die „Herstellung eines CSA-Handbuchs“ (6) und die „Übersetzung des Buchs von Trauger Groh“ (4) genannt. Zudem sind sich alle Befragten einig, dass Informationen zu den jeweiligen CSAs in Deutschland bereitgestellt werden sollten, damit sowohl die bereits existierenden als auch interessierte VerbraucherInnen und ErzeugerInnen sehen können, wo aktive Gemeinschaften in welcher Form existieren. In einem Interview wird dieser Nutzen zwar bestätigt, allerdings bei der aktuell geringen Anzahl an CSAs dafür noch kein Bedarf gesehen (vgl. 1).

Das gemeinsame Netzwerk soll mittels der Informationsbündelung und -bereitstellung den „jahrelang gesammelten Erfahrungsschatz“ (2) sichern, ein Eigenleben entwickeln und somit die Abhängigkeit der Wissensverbreitung von einzelnen Personen verhindern, indem wie „[...] nach dem Open Source-Gedanken die Informationen verfügbar bleiben“ (3).

In zwei Interviews wird der Austausch von Produkten zwischen den Höfen als Möglichkeit des Netzwerkes angesprochen, allerdings vorwiegend regional und nur teilweise deutschlandweit (vgl. 1, 5). Eine befragte Person sieht den Warentausch für CSAs mit wirtschaftlichen Problemen als notwendigen Anreiz zur Teilnahme an einem Netzwerk, denn nur, „[...] wenn sie die Möglichkeit haben, ihre wirtschaftlichen Bereiche zu verknüpfen, sind sie auch inhaltlich ansprechbar“ (1).

8.3.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze

Ein Ziel des Netzwerkes ist der Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den CSAs zur gegenseitigen Unterstützung. Diese Motivation nutzt sowohl den einzelnen CSAs, als auch der Festigung der CSA-Bewegung durch die Stärkung der einzelnen Initiativen. Das Ziel der Informationserarbeitung und -bündelung dient der Sicherung des Wissens zu CSA und ist damit eine Voraussetzung für die Informationsbereitstellung, die wiederum in die Öffentlichkeitsarbeit einfließt. Indem Informationen veröffentlicht werden, können die Hemmschwelle für Interessierte zur tatsächlichen Umsetzung gesenkt sowie neue Initiativen unterstützt werden. Über die Öffentlichkeitsarbeit kann ein Bewusstsein in der Bevölkerung für das CSA-Prinzip und dessen Potentiale geschaffen, der Bekanntheitsgrad gesteigert und somit weitere InteressentInnen gefunden werden. Alle oben genannten Ziele sind Teilziele, um CSA zu verbreiten. Die Verbreitung der CSA-Gemeinschaften als auch der CSA-Idee ist die gemeinsame Vision der Befragten.

Das Ziel „Produkttausch“ kann hingegen einen Zielkonflikt hervorrufen. Bei diesem Netzwerkziel bleibt zu klären, ob alle Akteure und Akteurinnen daran Interesse haben und welche Möglichkeiten der Organisation es gibt. Zunächst stellt sich aber vor allem die Frage, ob diese Art der überregionalen bis hin zur deutschlandweiten wirtschaftlichen Verknüpfung dem Grundgedanken von CSA entspricht. Der Weg von der lokalen zur überregionalen oder deutschlandweiten Ebene und eine daraus resultierende Öffnung des geschlossenen Wirtschaftskreislaufes zwischen ErzeugerInnen und VerbraucherInnen können einen Verlust der Transparenz und des Vertrauens in CSA zur Folge haben. ErzeugerInnen und VerbraucherInnen stehen nicht mehr in unmittelbarem Kontakt miteinander und die Mitglieder haben keinen direkten Bezug zum Hof und den Lebensmitteln. Reguläre Dokumentationsmethoden zur Rückverfolgbarkeit und die Einführung von Standards würden das System zwar nachvollziehbar machen, aber Veränderungen und Individualität verhindern. Ein überregionaler oder deutschlandweiter Transport der Lebensmittel wäre ökologisch nicht sinnvoll. Wird die Option des Produkttausches gewählt, bleibt fraglich, ob sie nicht langfristig in Richtung Kommerzialisierung von CSA führt.

Die folgende Tabelle stellt die mit dem Netzwerk verfolgten Ziele und deren Nutzen zusammengefasst dar.

Tab. 2: Zielsetzung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes (Quelle: Eigene Darstellung)

ZIELSETZUNG					
GEMEINSAME VISION: Ausbreitung von CSA-Gemeinschaften und der CSA-Idee					
	↕	↕	↕	↕	↖ ZIELKONFLIKT?
ZIEL	Informations- austausch	Informations- erarbeitung	Informations- bereitstellung	Öffentlich- keitsarbeit	Produkt- tausch
NUTZEN	Stärkung beste- hender Initiati- ven	Informationen bündeln, Sicherung des Wissens	Unterstützung neuer Initiativen, Hemmschwelle von Interessen- tInnen senken	Verbreitung der Idee, Bewusstsein der Bevölkerung fördern, Potenti- elle Mitglieder erreichen	Angebot er- weitern, Arbeits- aufwand teilen

8.4 Interne Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

8.4.1 Ergebnisse der Befragung

Alle Befragten sehen die Möglichkeit eines persönlichen Treffens. Allerdings verweist eine Person darauf, dass der Winter die zu bevorzugende Jahreszeit ist (vgl. 1). Eine der befragten Personen ist überzeugt „[...]“, dass man die physischen Treffen auf das allernötigste beschränken und die anderen Möglichkeiten nutzen sollte“ (4). Die gemeinsame Arbeit mittels medialer Kommunikation wird in diesem Fall bevorzugt. Andererseits, so eine der interviewten Personen, sind „[...] persönliche Treffen interessanter, als ein anonymer Internetkontakt“ (2). Die Aussagen zu der Frequenz der interpersonalen Kommunikation reichen von einem Jahrestreffen bis zu vier Mal pro Jahr, je nach Entfernung. Der Ablauf eines solchen Treffens wird in einem Interview vor allem aufgrund der Zeitknappheit der ErzeugerInnen als sehr wichtig eingestuft, da nur gut organisierte und interessante Treffen von den AkteurInnen erneut besucht werden (vgl. 4).

8.4.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze

Da die interpersonale Kommunikation von vielen CSA-Mitgliedern als wichtig erachtet wird, sollte gerade zum Auftakt des Netzwerkes eine persönliche Begegnung der TeilnehmerInnen stattfinden, um sich kennenzulernen. Der Beginn des Austausches ist zwar über die mediale Kommunikation denkbar, ist allerdings sehr unpersönlich und erschwert somit die Initiierung eines regen Austausches. Somit sollte ein persönliches Treffen der Akteure und Akteurinnen des Netzwerkes organisiert werden.

Für die Organisation eines Treffens müssen die CSAs einige Mitglieder für diese Aufgabe animieren. Für das erste Treffen sollten zunächst alle CSA-Betriebe in Deutschland angeschrieben werden. So werden auch die dem Netzwerk gegenüber skeptischen oder ablehnenden Gemeinschaften über die Entwicklung informiert und damit nochmal versucht, sie von der Idee zu überzeugen. Generell sollte ihnen der Weg ins Netzwerk später immer offen stehen. Die Einladung kann dann von den Betrieben an die VerbraucherInnen weitergeleitet werden. Die vorläufigen Hauptakteure/-akteurinnen können auf diesem Treffen notwendige Entscheidungen für den weiteren Verlauf der Netzwerkbildung treffen. Das Treffen sollte gut organisiert und interessant gestaltet sein, um für alle TeilnehmerInnen eine sinnvolle Begegnung zu schaffen, die auch in Zukunft stattfinden sollte. Die angemeldeten Personen sollten dem/der OrganisatorIn im Vorhinein mitteilen, welche Punkte für die Besprechung als wichtig erachtet werden. Die Organisation für das erste Treffen darf nicht zu starr sein. Die Diskussion muss offen bleiben für spontane Ideen und es muss Zeit bleiben für individuelle Belange und private Gespräche. Da die ErzeugerInnen durch ihre Arbeit sehr an den Betrieb gebunden sind, sollte das Treffen, wie vorgeschlagen wurde, in den nicht so arbeitsintensiven Wintermonaten stattfinden (vgl. 1). Wird der kleinste gemeinsame Nenner unter den Befragten gewählt, so können einmal pro Jahr persönliche Netzwerktreffen durchgeführt werden. Mindestens ein regelmäßiges Jahrestreffen des Netzwerkes wäre sinnvoll, um die gemeinsamen Ziele dort neu zu diskutieren und festzulegen sowie notwendige Entscheidungen zu treffen. So kann einer übermäßigen Standardisierung und unflexiblen Entwicklung des Netzwerkes entgegen gewirkt werden. Dieses Vorgehen ist im Sinne des CSA-Prinzips, da auch die jeweiligen CSAs für jedes Wirtschaftsjahr ihre Ziele besprechen und sich neu zusammenschließen.

Mit Blick auf die Zielsetzung der Befragten ergibt sich die Notwendigkeit der medialen Kommunikation im Netzwerk. Um einen Informations- und Erfahrungsaustausch zu gewährleisten wird ein Jahrestreffen nicht ausreichen, vor allem wenn aktuelle Fragen zu klären sind. Es besteht die Möglichkeit einen asynchronen Gesprächsmodus wie ein E-Mail-Verteiler sowie ein Forum zu erstellen oder einen synchronen Gesprächsmodus beispielsweise in Form einer Internet- oder Telefonkonferenz zu wählen. Die zeitversetzte Methode bietet sich für den Austausch an, da jede Person dann individuell entscheiden kann, wann sie die Zeit zum kommunizieren hat. Das erhöht die Möglichkeit zur Teilnahme. Alle Akteure und Akteurinnen sollten sich regelmäßig an der internen Kommunikation beteiligen. Da die Mitglieder selbst am besten einschätzen können, wie häufig sie die mediale Kommunikation nutzen werden, bleibt unter ihnen zu klären, wie häufig sie den Eingang neuer Nachrichten kontrollieren sollten, damit der Austausch sinnvoll funktioniert. Bei akuten Problemstellungen kann direkt

Kontakt aufgenommen werden. Die jeweiligen E-Mail-Adressen müssen auf dem ersten Treffen gesammelt und an alle TeilnehmerInnen verteilt werden, um jeweils zu Hause einen E-Mail-Verteiler einrichten zu können. Alternativ kann in Zukunft ein Forum im Internet erstellt werden, das mehr Strukturierungsoptionen oder die Möglichkeit auf ältere Themen zurückzugreifen bietet. Da die Erstellung eines Forums diesbezügliche Kompetenzen erfordert und arbeitsintensiver ist als einen E-Mail-Verteiler einzurichten, bietet sich zunächst die Kommunikation via E-Mail oder ähnlicher Nachrichtenprogramme an.

Um Informationen, deren Bereitstellung und Veröffentlichung gemeinsam im Netzwerk zu erarbeiten, ist ein synchroner Gesprächsmodus in Form einer Internet- oder Telefonkonferenz in bestimmten Abständen sinnvoll. Dort können Themen diskutiert, gemeinsam erarbeitet und Aufgaben verteilt werden. Damit besteht die Möglichkeit den Arbeitsaufwand unter den AkteurInnen je nach Kompetenzen und Ressourcen im Netzwerk aufzuteilen. Es sollte eine spezielle Arbeitsgruppe zusammengestellt werden, die diese Konferenzen durchführt. Diese Arbeitsgruppe sollte nicht die gesamte Arbeit übernehmen, sondern die Aufgaben des Netzwerkes in den CSAs verteilen und koordinieren. Deswegen sollte mindestens eine Person aus jeder CSA an der Arbeitsgruppe teilnehmen. Je nachdem wie viele Menschen sich dafür finden, kann überlegt werden Untergruppen zu bilden. Mittels des asynchronen Gesprächsmodus` können die Ergebnisse der jeweiligen Konferenz allen AkteurInnen mitgeteilt werden. Die Organisation der regelmäßigen Jahreskonferenz könnte in Zukunft ebenfalls über die Arbeitsgruppe abgewickelt werden. Auf dem ersten Netzwerktreffen sollte die Arbeitsgruppe thematisiert werden, damit die Anwesenden teilnehmen oder nach ihrer Heimkehr Personen dafür organisieren können. Arbeitsgruppenmitglieder werden automatisch zu AkteurInnen des Netzwerkes. Es sollte eine vorläufige Ansprechperson ausgewählt werden, die eine Austauschplattform erstellt und an die sich die zukünftigen Arbeitsgruppenmitglieder wenden können. Die Häufigkeit der Konferenzen und zu bearbeitenden Themen können nach den individuellen Möglichkeiten der Mitglieder abgestimmt werden.

Die folgende Tabelle fasst die interne Kommunikation und die daraus resultierenden Aufgaben zusammen.

Tab. 3: Interne Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes (Quelle: Eigene Darstellung)

INTERNE KOMMUNIKATION			
METHODE	Persönliche Jahrestreffen	E-Mail-Verteiler o.ä. (zukünftig Forum)	Telefon- oder Internetkonferenz
KOMMUNIKATIONSART	Interpersonal	Medial - asynchron -	Medial - synchron -
AKTEUR/AKTEURIN	Hauptakteure/-akteurinnen	Hauptakteure/-akteurinnen	Mitglieder der Arbeitsgruppe
AUFGABE	Ort, Termin, Dauer, Finanzierung, Themen, etc. organisieren; Kontaktaufnahme zu möglichen TeilnehmerInnen	E-Mail-Verteiler einrichten; Forum erstellen und verwalten	Organisation der Arbeitsgruppe; Aufgaben koordinieren und teilweise übernehmen; Berichterstattung für alle Akteure und Akteurinnen; Informationen bündeln, recherchieren, erarbeiten

8.5 Externe Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

8.5.1 Ergebnisse der Befragung

Ein Ziel der Vernetzung ist die vermehrte Öffentlichkeitsarbeit. Das Netzwerk kann als „Sprachrohr“ (2) für die Öffentlichkeit fungieren und damit „[...] die Idee CSA bekannter machen“ (6). Speziell in drei Interviews wird die Notwendigkeit von mehr Öffentlichkeitsarbeit thematisiert (vgl. 2, 3, 6).

Die Einstellung der Befragten zu einer gemeinsamen Homepage ist insgesamt positiv. Allerdings fragt sich eine Person im Interview „[...] ob das für Bauern relevant sei. [...] Aber man muss das probieren“ (1). „Je mehr das hier bekannt wird und je mehr wir machen, desto mehr kommen Anfragen“ (3). Ein- bis zweimal pro Monat werden Fragen an die einzelnen CSAs gestellt. Drei Befragte berichten von Anfragen zu CSA-Informationen (vgl. 1, 2, 5), während die anderen drei Gemeinschaften vorwiegend von Personen, die auf der Suche nach CSAs sind, angesprochen werden (vgl. 3, 4, 6).

Für die Präsentation der Vernetzung beispielsweise in der Presse und auf der Homepage wird ein Netzwerkname benötigt. Vier Befragte sprechen sich im Bezug auf Deutschland gegen die englischsprachige Bezeichnung CSA aus (vgl. 1, 4, 5, 6). Eine befragte Person würde den Begriff generell nutzen, möchte aber eine Beschränkung des Netzwerkes auf die Landwirtschaft damit vermeiden (vgl. 3). „Anteilslandwirtschaft“ oder „Gemeinschaftslandwirtschaft“ wird von einem/einer Befragten als passenderer Name empfunden und darauf verwiesen nicht noch mehr Entwürfe in die „Begriffsvielfalt“ einzubringen (vgl. 2), während eine andere Person glaubt, dass eine „prägnante Bezeichnung“ (5) noch gefunden werden muss. Vereinzelt sprechen die Befragten sich für „Versorgungsgemeinschaft“ (1) oder gegen

zu lange Namen wie „Landwirtschaftsgemeinschaftshof“ (2) sowie „Landwirtschaftsgemeinschaft“ (1) aus. Drei Übereinstimmungen gibt es beim Begriff der „Wirtschaftsgemeinschaft“ (vgl. 3, 4, 6). Mit der Bezeichnung „Netzwerk für Wirtschaftsgemeinschaften“ würde man es für „ähnliche Ideen und Konzepte“ (3) öffnen. Die geäußerte Einstellung gegen diesen Namen, weil er zu „undifferenziert“ (1) ist, bestätigt das.

8.5.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze

Um das Ziel der Öffentlichkeitsarbeit zu erfüllen, können neben Berichterstattungen über Rundfunk, Printmedien, Verbände und andere Organisationen spezielle Aktionen und Events geplant werden. Für die Erstellung der Berichte und um die Kontakte zu den Medien, Organisationen, Wissenschaft und CSA-ähnlichen Kontakten zu pflegen benötigt das Netzwerk eine Person, die sämtliche redaktionelle Tätigkeiten übernimmt.

Um zukünftig neue und unterstützende Akteure und Akteurinnen für das Netzwerk gewinnen zu können müssen mit Organisationen, gegebenenfalls CSA-ähnlichen Konzepten, der Wissenschaft und anderen Institutionen Gespräche geführt und Mitteilungen an sie versendet werden. Möglicherweise können schon bestehende lokale Vernetzungen der CSAs dazu genutzt werden.

Für die Präsentation und Erläuterung des Netzwerkes müssen die Akteure und Akteurinnen sich auf eine allgemein gültige Beschreibung für CSA einigen und einen gemeinsamen Netzwerknamen finden. Insgesamt gibt es eine leichte Tendenz zu der Bezeichnung „Netzwerk für Wirtschaftsgemeinschaften“. Für die Entwicklung der Netzwerkbeschreibung bleibt zu klären, inwieweit auch CSA-ähnliche Konzepte in das Netzwerk integriert werden sollen.

Sowohl für die Darstellung des Netzwerkes für die Öffentlichkeit, als auch für das Ziel der Informationsbereitstellung ist eine Homepage des Netzwerkes sinnvoll. Der Bedarf für die Bereitstellung von Informationen zeigt sich auch in den Anfragen, die ein- bis zweimal pro Monat an die einzelnen CSAs gestellt werden. Daraus ergibt sich sowohl die Nachfrage nach der Darstellung der einzelnen CSAs und deren Standorte in Deutschland für potentielle VerbraucherInnen, als auch nach dem Wissen zur Gründung und Handhabung einer CSA für potentielle ErzeugerInnen. Um die einzelnen CSAs vorzustellen kann auf die jeweiligen Internetseiten der Höfe verlinkt werden. Die CSAs, die keinen eigenen Internetauftritt haben, können einen gestalten oder auf der gemeinsamen Seite eine Beschreibung ihrer Gemeinschaft erstellen.

Damit es InteressentInnen möglich ist über das Internet direkt Kontakt zum Netzwerk aufzunehmen, sollten auf der Homepage die Kontaktdaten einer Ansprechperson angegeben wer-

den. Die Ansprechperson kann Anfragen und Anregungen beantworten oder an andere Akteure/Akteurinnen des Netzwerkes weiterleiten.

Eine aktive Teilnahme der Zielgruppen am Netzwerk über ein Forum auf der Homepage würde die Möglichkeit bieten neue Ideen von außen zu bekommen, allerdings eine Kontrolle gegen Missbrauch erfordern. Zudem wird mit Blick auf die insgesamt sechs bis zwölf getätigten Anfragen pro Monat an die CSAs bisher die Nutzung eines Forums relativ gering sein. Aus den Interviews ergibt sich somit nicht explizit die Notwendigkeit für die aktive Teilnahme von Zielgruppen. Für den Start des Netzwerkes und einer Homepage ist das nicht von Bedeutung. Somit bleibt für die Zukunft zu klären, ob den Zielgruppen auf der Homepage eine Interaktion ermöglicht werden sollte und wie diese dann gestaltet wird. Anfangs sollten die auf der Homepage dargestellten Kontaktdaten der Ansprechperson und die Verlinkungen zu den CSAs ausreichen, um Fragen seitens der Zielgruppen stellen zu können.

Die folgende Abbildung stellt die externe Kommunikation und die daraus resultierenden Aufgaben zusammengefasst dar.

Tab. 4: Externe Kommunikation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes (Quelle: Eigene Darstellung)

EXTERNE KOMMUNIKATION						
METHODE	Informationsbereitstellung auf der Homepage	Darstellung des Netzwerkes auf der Homepage	Aktionen, um das Netzwerk zu präsentieren	Berichterstattung über Rundfunk, Printmedien und später auch über Organisationen etc.	Darstellung des Netzwerkes in Gesprächen	Mitteilungen über das Netzwerk
KOMMUNIKATIONSART	Medial	Medial	Interpersonal	Medial	Interpersonal	Medial
ZIELGRUPPE	Potentielle CSA-Mitglieder	Öffentlichkeit			Organisationen, Wissenschaft, etc. und ggf. CSA-ähnliche Konzepte	
AUFGABE	Homepage erstellen, gestalten und weiterentwickeln; Informationen auf die Homepage stellen; Verlinkungen zu CSAs; ggf. Interaktionsmöglichkeit erstellen und verwalten		Aktionen organisieren	Kontakte zu Rundfunk, Printmedien, Organisationen, Wissenschaft und CSA-ähnlichen Konzepten aufnehmen und pflegen; Pressemitteilungen und Berichte erstellen		

8.6 Kompetenzen und Ressourcen für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk

8.6.1 Ergebnisse der Befragung

Lediglich eine Person berichtet von CSA-VerbraucherInnen mit professionellen Kompetenzen im Bereich der Medien (vgl. 6). In den restlichen Gesprächen wurden vorhandene Kompetenzen nicht thematisiert.

Die Ressource Zeit ist gerade bei den ErzeugerInnen knapp. Das bestätigten schon die in Kapitel 7.4.1.1 dargestellten Aussagen zu den geringen Möglichkeiten der Befragten an persönlichen Treffen teilzunehmen. „Insofern sehe ich gegenwärtig noch nicht, das alle Betriebe sagen: Hurra, das brauchen wir. Die sind also eher mit sich selbst beschäftigt, als mit der Nation“ (2). Der Grund dafür ist nicht mangelndes Interesse, sondern die viele Arbeit. So vermutet auch eine befragte Person, dass der Arbeitsalltag der ErzeugerInnen kaum Zeit für das Netzwerk lassen wird, aber es ist „[...] ein Herzensanliegen und daher wird man sehen, dass man das, was man machen kann, machen wird“ (6). So wird, wie schon im Kapitel 7.2 erwähnt, in einem Gespräch empfohlen, die Wissenschaft zur Netzwerkpflge zu integrieren (vgl. 4). Ein anderer Vorschlag lautet: „Das was wir an Neuigkeiten hier entwickeln und was wir an Veranstaltungen zu dem Thema machen [...] können wir publizieren“ (3).

Eine befragte Person würde finanziell in das Netzwerk investieren, sofern sie von der Sinnhaftigkeit des Netzwerkes überzeugt wäre, denn „Geld ist für Sachen da, die Sinn machen“ (1). In drei Interviews (vgl. 2, 5, 6) wird die Möglichkeit gesehen Geld „in einem begrenzten Rahmen“ (2) einzubringen. Das Netzwerk „[...] wäre es mir auf jeden Fall wert“ (5). Zwei Befragte schließen ihre finanzielle Beteiligung nicht aus (vgl. 3, 4). „Aber das ist ein Punkt, wo wir mit der Wirtschaftsgemeinschaft erst darüber reden müssen“ (4). In einem Interview wird die Chance für eine finanzielle Beteiligung eher später gesehen (vgl. 3). Vergleicht man an dieser Stelle die Höfe, die ihren Betrieb komplett auf CSA umgestellt haben (1, 2, 6), mit den Gemeinschaften im Aufbau (3, 4, 5), so zeigt sich bei den entstehenden CSAs, dass die monetären Ressourcen für ein Netzwerk momentan nicht zur Verfügung stehen. Den fertigen Gemeinschaften dagegen ist die finanzielle Beteiligung, wenn auch begrenzt, möglich. Die Bereitschaft für ein gutes und sinnvolles Konzept generell etwas zu bezahlen ist bei allen Befragten vorhanden. In den Interviews werden keine konkreten Summen genannt. Einzelne Erwartungen an die Erstellung des Netzwerkes sind, „dass da kein Apparat aufgebläht wird“ (5) und dass es „[...] zunächst mal in kleinem Maßstab auf privater Initiative laufen [...]“ (2) sollte. Dem entspricht auch, dass alle Befragten zwar die Möglichkeit sehen kostenpflichtige Kompetenzen und Ressourcen für das Netzwerk in Anspruch zu nehmen, aber auch darauf verwiesen wird, dass diese Option erst später in Betracht zu ziehen ist (vgl. 1, 2, 3). Es sei in der Aufbauphase des Netzwerkes zu früh. Drei Befragten legen Wert darauf, dass Unter-

nehmen mit hohen ethischen Zielen ausgewählt werden (vgl. 2, 3, 4). Für die Dienstleistung „Webdesign“ wird beispielsweise der Anspruch gestellt, dass die ausführende Person eine „ganz hohe Fach- und Sozialkompetenz“ (6) besitzt. Sie „[...] muss praktische Erfahrungen mit CSA haben, sonst sehe ich das gar nicht“ (6). Zudem wird der Vorschlag gemacht junge Unternehmer in ihrer Entwicklungsphase zu unterstützen und so eine soziale Funktion mit dem Netzwerk zu verknüpfen (vgl. 4).

Es werden auch Überlegungen zur Einbindungen von „Stiftungen“ (6) oder zu einem „kommerziellen Sponsoring durch Unternehmen“ (2) angestellt, aber gleichzeitig appelliert „[...] sich nicht vor einen Karren spannen zu lassen“ (2).

Im Bezug zu der Intensität von Kompetenzen und Ressourcen ist es drei Befragten nicht wichtig, dass sich alle TeilnehmerInnen gleichwertig in das Netzwerk einbringen (vgl. 3, 4, 5). Geld sollte beispielsweise nach individuellen Möglichkeiten eingezahlt werden, denn „Betriebe haben eben unterschiedliche wirtschaftliche Situationen“ (3). Langfristig kann der finanzielle Beitrag „[...] vielleicht für neue Betriebe günstiger“ (3) sein. Wenn eine Person an dem Netzwerk teilnimmt, muss sie sich dessen bewusst sein, dass sie Aufgaben übernehmen muss, allerdings „[...] gibt es immer Leute, die haben mehr Zeit als andere oder können irgendwas anderes. [...] Kreativität kann man schlecht gleichschalten. Das funktioniert nicht“ (4).

8.6.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze

Mit Blick auf die Aufgaben ergeben sich notwendige Kompetenzen für das Netzwerk. Für die Organisation von Netzwerktreffen und Aktionen werden Personen mit Kompetenzen im Bereich Projektmanagement benötigt. Die Ansprechperson für die Presse und InteressentInnen sollte soziale und kommunikative Fähigkeiten besitzen. Alle Akteure und AkteurInnen sollten über sehr gute Kenntnisse über CSA und die einzelnen Gemeinschaften des Netzwerkes verfügen. Für Teile der Öffentlichkeitsarbeit bedarf es an Know-how über redaktionelle Tätigkeiten. Damit eine Austauschplattform für die Arbeitsgruppe geschaffen werden kann, muss es eine Person geben, die sich mit der Erstellung von synchronen Gesprächsmethoden auskennt. Know-how über die Gestaltung und Verwaltung von Homepages wird für die Entstehung und Weiterentwicklung der Webseite benötigt. Die Mitglieder der Arbeitsgruppe sollten das Vertrauen ihrer CSA haben und im ständigen Dialog mit den Mitgliedern sein, um diese sinnvoll vertreten zu können. Zudem ist ein guter Überblick über die in der CSA vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen von Vorteil, um Aufgaben koordinieren zu können.

Nicht alle notwendigen Kompetenzen und Ressourcen sind jedoch im Netzwerk vorhanden. Die Personen mit professionellen Medienkompetenzen (vgl. 6) bieten bisher die einzigen

verfügbaren Kompetenzen. Sie könnten sich für Presseaufgaben oder die Gestaltung der Homepage engagieren. Da das Interesse seitens der VerbraucherInnen dieser Gemeinschaft hoch eingeschätzt wird (vgl. 6), ist die Wahrscheinlichkeit, dass diese Kompetenzen tatsächlich in das Netzwerk eingebracht werden, relativ hoch.

Für die Arbeitsgruppe bleibt die Aufgabe zu klären, welche Kompetenzen im Netzwerk bereitgestellt werden können und welche Aufgabenverteilung dementsprechend sinnvoll ist. Zunächst sollte dazu eine Liste mit notwendigen Kompetenzen und Ressourcen angefertigt und an sämtliche Netzwerk- und CSA-Mitglieder verteilt werden.

Um den Zeitaufwand für die Informationserarbeitung und -bereitstellung zu minimieren, ist es hilfreich, wenn alle deutschen CSAs ihren bereits erarbeiteten Erfahrungsschatz zur Verfügung stellen. Informationen aus der Literatur und dem Internet sollten zusätzlich recherchiert und gebündelt werden. Alles in allem bedeutet das: Je mehr Informationen und Kompetenzen vorhanden sind und Menschen sich engagieren, desto schneller entwickelt sich das Netzwerk und desto schneller werden die Ziele Informationserarbeitung, Informationsbereitstellung sowie Öffentlichkeitsarbeit erreicht. Der Informations- und Erfahrungsaustausch im Netzwerk kann relativ schnell mit geringem Aufwand organisiert werden.

Wenn viele Mitglieder CSA als „Herzenganliegen“ (6) verstehen, bestehen gute Chancen für eine rege Teilnahme am Netzwerk. Diese Vermutung wird durch die gemeinsame Vision der Befragten „Ausbreitung der CSA-Gemeinschaften und CSA-Idee“ gestützt. Allerdings vermuten fünf Befragte ein geringes Interesse ihrer VerbraucherInnen an einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk (vgl. 1 - 5).

Die Beteiligung durch CSA-Mitglieder an Aufgaben im Netzwerk könnte mittels eines Bildungsangebotes gefördert werden. Indem Personen mit hohen Kompetenzen anbieten, andere Menschen mit großem Engagement in ihren Fähigkeiten zu unterrichten, würden sich Synergien im Netzwerk bilden. Mittels der Arbeit am Netzwerk werden so nützliche Kompetenzen erworben und ausgetauscht. Damit würde ein Bildungskreislauf innerhalb des Netzwerkes entstehen. Der Austausch von Fähigkeiten lässt sich besser über eine interpersonale Kommunikation organisieren, kann aber deutschlandweit je nach Kompetenz auch über Internetkonferenzen stattfinden. Mit einem solchen Bildungskonzept ist es möglich, sowohl CSA-Mitglieder als auch Personen außerhalb des Netzwerkes für die Übernahme von Aufgaben zu begeistern. Dabei sollten jedoch die Motivation und Eignung von externen Helfern berücksichtigt werden, da einige der Befragten spezielle Ansprüche wie beispielsweise praktische CSA-Erfahrung an Mitwirkende haben. Die Gefahr, dass eine außenstehende Person Aufgaben nicht im Sinne der Netzwerkmitglieder erfüllt, ist bei einem solchen Bildungskonzept gering, da die Aufgaben gemeinsam mit der kompetenzvermittelnden Person erfüllt werden. Menschen von außen, die das CSA-Prinzip noch nicht kennen, kann so die Gele-

genheit gegeben werden, sich näher mit CSA auseinanderzusetzen, die Idee zu verstehen und vielleicht ein neues Mitglied zu werden, das die CSA-Idee weitervermittelt. So würde auch die gemeinsame Vision des Netzwerkes gefördert.

Neben der Zeit, die die Akteure und Akteurinnen für das Netzwerk aufbringen müssen, werden für einige Aktivitäten des Netzwerkes auch finanzielle Mittel benötigt. In welchem Umfang Geld für das Netzwerk benötigt wird ist noch unklar. Fest steht, dass vor allem in der Anfangsphase des Netzwerkes finanzielle Mittel nur gering zur Verfügung stehen. Es bleibt zu klären, wie hoch die finanzielle Beteiligung seitens der CSAs sein kann.

Für die Anreise und Abreise zu den persönlichen Treffen und die dortige Verpflegung, Unterbringung sowie Büromaterialien und Ähnliches fallen Kosten an. Die Treffen könnten jedesmal auf einem anderen Betrieb stattfinden. So wird die Organisation untereinander aufgeteilt und die Mitglieder haben nicht nur die Gelegenheit sich persönlich kennen zu lernen, sondern auch die individuellen Betriebe vor Ort. Zumeist besteht auf den Höfen die Möglichkeit, mehrere Personen unterzubringen. Andernfalls sollten sich einige VerbraucherInnen bereit erklären, Menschen aufzunehmen. Die Kosten für Materialien und Verpflegung sollten so gering wie möglich gehalten werden und können unter den TeilnehmerInnen aufgeteilt werden. Da einige Betriebe nah beieinander liegen, sollten für die Anreise und Abreise mögliche Fahrgemeinschaften abgeklärt werden.

Für die mediale Kommunikation im Netzwerk benötigen alle Akteure und Akteurinnen mindestens ein Telefon, einen Computer und einen Internetanschluss. Diese Kosten fallen für jede Person separat an. Bei allen Befragten ist ein Telefon vorhanden. Die Gemeinschaften mit einer eigenen Homepage besitzen vermutlich einen Computer und Internetanschluss. Eine Plattform für die Arbeitsgruppe kann kostenlos im Internet mittels Instant-Messaging-Programmen organisiert werden, ebenso eine E-Mail-Adresse und ein E-Mail-Verteiler. Ob Geld für eine Homepage eingesetzt werden soll, bleibt zu klären. Es gibt diverse Möglichkeiten kostenlose Webseiten zu erstellen. Inwieweit diese für die gesteckten Ziele ausreichen, müssen Personen mit den entsprechenden Kompetenzen entscheiden. Flyer und ähnliche Werbemaßnahmen für Aktionen sollten möglichst günstig hergestellt werden. Sollten Anzeigen oder Werbung in der Presse veröffentlicht werden, fallen dafür ebenfalls Kosten an. Da nur wenig Geld zur Verfügung steht, sollten zunächst kostenlose Berichterstattungen von Neuerungen und Aktionen in den Medien organisiert werden. Aufgaben im Netzwerk sollten vorwiegend ehrenamtlich übernommen werden.

Insgesamt soll die Initiative auf privater Ebene genutzt werden. Wenn die notwendigen Kompetenzen und Ressourcen im Netzwerk allerdings nicht vorhanden sind, kann versucht werden, sie von außen zu integrieren. Dazu bieten sich neben der oben genannten Kompetenzvermittlung später auch Akteure und Akteurinnen aus Organisationen, Stiftungen, Unterneh-

men und Wissenschaft an. Damit besteht die Möglichkeit seitens dieser Institutionen Geld oder Personal mit professionellen Kompetenzen und Zeit zur Verfügung gestellt zu bekommen. Stiftungen haben oft spezifische Vorgaben für die Projekte, die sie fördern. Unternehmen verfolgen häufig auch ein wirtschaftliches Interesse mit ihrer Funktion als Sponsor. Deren Ziele müssen mit den Idealen von CSA und dem Netzwerk vereinbar sein. Da das Prinzip des geschlossenen Wirtschaftskreislaufes zwischen VerbraucherInnen und ErzeugerInnen in Konkurrenz zum regulären Warenverkauf steht, wird es kaum Unternehmen geben, die sich für eine Unterstützung des Netzwerkes interessieren. Um überhaupt Interesse bei der Wirtschaft, Organisationen oder Stiftungen wecken zu können, muss zunächst ein vorzeigbares Netzwerk vorhanden sein. Das bedeutet, dass diese Form der Unterstützung eine spätere Perspektive des Netzwerkes darstellt. Die Wissenschaft will möglicherweise schon vorher aus Forschungsinteressen an der Weiterentwicklung des Netzwerkes teilnehmen.

Die Inanspruchnahme von kostenpflichtigen Leistungen für das Netzwerk wird von den Befragten vor allem aufgrund der geringen finanziellen Mittel höchstens als spätere Option gesehen. Dabei legen drei Befragte Wert darauf, dass Unternehmen mit hohen ethischen Zielen ausgewählt werden (vgl. 2, 3, 4). Diese sollten mit den CSA-Idealen vereinbar sein. Später kann über die Einstellung von Personal für das Netzwerk nachgedacht werden.

Da drei der Befragten sich gegen eine festgelegte, gleiche Intensität von Kompetenzen und Ressourcen, die jeder einbringen muss, aussprechen, sollte von einer diesbezüglichen Regelung abgesehen werden. In den meisten CSAs wird das Prinzip angewendet, dass die VerbraucherInnen nach ihren individuellen Möglichkeiten die Beiträge bezahlen. Somit liegt der Schluss nahe, dass ebenfalls im System „Netzwerk“ Kompetenzen und Ressourcen nach persönlichen Möglichkeiten eingebracht werden sollten. Eine verpflichtende Regelung könnte die Teilnahmebereitschaft verringern. Beispielsweise werden so Menschen mit wenig Zeit davon abgehalten, diese in das Netzwerk einzubringen, wenn die Festlegung mehr Zeit dafür vorsieht. Der Entwicklung des Netzwerkes würde so entgegengewirkt, indem kleine Schritte als zu gering definiert werden. Wenn es jedem freigestellt ist, sich im Netzwerk zu engagieren, verringert sich das Konfliktpotential wegen ungerechter Einbringung von Kompetenzen oder Ressourcen. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass für einen funktionierenden medialen Informations- und Erfahrungsaustausch eine regelmäßige Beteiligung der TeilnehmerInnen notwendig ist.

Die folgende Abbildung stellt die für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk vorhandenen sowie notwendigen Kompetenzen und Ressourcen zusammengefasst dar.

Tab. 5: Kompetenzen und Ressourcen für ein deutschlandweites CSA-Netzwerk (Quelle: Eigene Darstellung)

	KOMPETENZEN	RESSOURCEN
NOTWENDIG	Projektmanagement; Know-how über redaktionelle Tätigkeiten; Soziale und kommunikative Fähigkeiten; Koordinationsfähigkeit; Wissen über die Erstellung synchroner Gesprächsmethoden; Wissen über CSA und die einzelnen Gemeinschaften; Überblick und guter Kontakt zur eigenen CSA; Know-how über Webdesign und	Geld, Zeit, Telefon, PC, Internet (ggf. Kamera, Mikrofon)
INTERN VORHANDEN	Professionelles Know-how im Medienbereich; Wissen über CSA und die einzelnen Gemeinschaften	Geld in begrenztem Rahmen; Zeit in geringem Umfang; Telefon; teilweise PC und Internet
EXTERN	<i>Ggf. durch Unternehmen und/oder Personen, die Kompetenzen erwerben</i>	

8.7 Organisation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

8.7.1 Ergebnisse der Befragung

Bei der Gründung eines Netzwerkes stellt sich automatisch die Frage nach Aufnahmekriterien. „Es müssen Regeln geschaffen werden, so dass die Ziele des Netzwerkes gut erreicht werden“ (4). Einer befragten Person ist für die Bildung des Netzwerkes wichtig „[...]“, dass man also bei der ganzen Sache einen Vertretungskörper schafft, der sowohl beratend, als auch korrigierend, kontrollierend tätig ist. [...] Mir würde am Herzen liegen, dass diese CSA-Bewegung eine fundiert ökologische und [...] gemeinnützige Sache ist“ (1). In diesen Fällen wird die Notwendigkeit einer geplanten Struktur für das Funktionieren des Netzwerkes gesehen, während einige der Befragten anderer Auffassung sind. „Es geht um die Idee, die die Welt will und alle die daran arbeiten und Interesse daran haben, die können da rein“ (5). Ebenso spricht sich ein anderer Befragter für die Offenheit des Netzwerkes aus. „Ich würde das erstmal ganz offen lassen und sehen welche Strukturen sich über die Jahre entwickeln“ (3). So sieht auch ein/e Befragte/r ein mögliches Problem da-rin, dass „[...] bestimmte Prozesse formalisiert werden, die gegenwärtig informell laufen“ (2). Mit der Standardisierung und Erstellung von Richtlinien wurde im Interview Nr. 7 teilweise die ablehnende Haltung gegenüber dem Netzwerk begründet. Bisher zeichnet sich die Tendenz ab, so viel Regulierungen wie nötig und so wenig wie möglich für das Netzwerk vorzusehen, damit die Struktur „[...] transparent bleibt und da eine Offenheit ist und man das nachvollziehen kann“ (3). So sprechen sich drei Befragte auch für die offene Präsentation des Netzwerkes aus (vgl. 3, 5, 6). „Das Sympathischste wäre mir eigentlich, dass das so gestaltet wird, dass das jeder sehen kann“ (5). Im Bezug auf Daten zu persönlichen Finanzen sind sich zwei Personen allerdings nicht sicher und würden das gegebenenfalls schützen wollen (vgl. 5, 6). Dazu könnte ein „interner Bereich“ auf der Homepage dienen (vgl. 4). „Gar nicht mal zur Geheimhal-

tung, sondern weil einfach die Arbeit in solchen Netzwerken total erschwert wird, wenn ständig neue Menschen dazukommen [...]“ (4).

Um das Netzwerk zu koordinieren, nennt eine interviewte Person den Vorschlag einer verantwortlichen, aber nicht allein entscheidungsbefugten Leitung und Sprecher/in des Netzwerkes (vgl. 4). Dafür wird im Bezug zur CSA-Idee die „[...] geistige Klarheit der Leute, die der Sache vorstehen“ (1) verlangt. Die Gründung einer gemeinsamen Organisation wird von fünf Befragten zunächst abgelehnt (vgl. 1 - 5). „Das Bedürfnis habe ich Moment nicht wirklich gesehen. [...] wenn man das in größere Zusammenhänge denkt, dann wäre auch eine Koordination im Sinne von einem Dachverband interessant und notwendig, um eine gewisse Ordnung und organisatorische Stabilität darin zu haben, mit Standards [...]“ (1). Ähnliche Einstellungen vertreten noch drei weitere InterviewpartnerInnen. „Zunächst Mal sind wir noch zu wenig. Wenn das jetzt doppelt so viele Betriebe würden [...]“ (2). So meint auch eine andere befragte Person, dass sich das Netzwerk entwickeln muss und verweist vor allem auf den bürokratischen Aufwand einer Vereinsgründung, der „[...] das in der Regel nur bremst“ (4). „Gerade am Anfang ist es schwierig, das in ein Schema reinzupacken“ (3). Später „[...] kann schon der Zeitpunkt kommen, an dem man sagt, man muss das anders strukturieren“ (3). Ein/e InterviewpartnerIn spricht sich ebenfalls gegen eine verbindliche Mitgliedschaft aus (vgl. 5). Lediglich von einer befragten Person wird eine gemeinsame Organisation aktuell in Betracht gezogen, jedoch nicht als notwendige Bedingung für das Netzwerk gestellt (vgl. 6).

8.7.2 Auswertung der Ergebnisse und Lösungsansätze

Regeln im Netzwerk sind notwendig, denn beispielsweise für die angestrebten Beratungen (vgl. 1) werden Festlegungen benötigt, die CSA mindestens in den wichtigsten Eigenschaften definieren. Das widerspricht der für das Netzwerk gewünschten Offenheit. Doch auch für die externe Kommunikation des Netzwerkes ist eine von allen akzeptierte Beschreibung von CSA und dem Netzwerk notwendig. Diese Beschreibung impliziert die Aufnahmekriterien für die Hauptakteure/-akteurinnen. Es bleibt zu klären, wie CSA und das Netzwerk beschrieben werden sollen. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass zu viele Festlegungen das Netzwerk unflexibel machen. Das würde dem bisherigen Prinzip widersprechen, so viel wie nötig und so wenig wie möglich zu regulieren, damit eine transparente, offene und nachvollziehbare Struktur (vgl. 3) entsteht. Dafür spricht auch, dass Transparenz und die Möglichkeit zu einer freien, bedarfsorientierten Entfaltung der jeweiligen Gemeinschaft Teile des CSA-Prinzips sind, die einer zu starken Standardisierung widersprechen. Die Kontrolle der Aufnahmekriterien findet automatisch über die gemeinsame Kommunikation im Netzwerk statt. Die Nutzung der Homepage zu Werbe-zwecken und der Imageaufbesserung von Betrieben, die dem

CSA-Prinzip nicht entsprechen, ist zu vermeiden, indem die Gestaltung der Homepage von Personen mit ausreichenden CSA-Kenntnissen vorgenommen wird, wie auch in einem Interview gefordert wurde (vgl. 6). Spätestens den nach CSA suchenden Personen würde bei der direkten Kontaktaufnahme auffallen, dass es kein derartiger Hof ist.

Für Organisationen, Stiftungen und Unternehmen sollten keine verbindlichen Aufnahmekriterien festgelegt werden. Von Fall zu Fall sind unterschiedliche Anforderungen wichtig, so dass ein komplexer Kriterienkatalog notwendig wäre. Die Akzeptanz der/des jeweiligen unterstützenden Akteurin/Akteurs sollte im Einzelfall im Netzwerk debattiert werden. Dabei sollte immer das Risiko beachtet werden, dass unterstützende Akteure und Akteurinnen mit nutzenorientierten Zielen entgegen der gemeinsamen Vision teilnehmen könnten.

Es zeichnet sich eine Tendenz zur Offenheit des Netzwerkes aus. Die Skepsis gegenüber der Veröffentlichung finanzieller Daten spricht allerdings dafür, einen Teil des Informations- und Erfahrungsaustausches nur für Mitglieder zugänglich zu machen, damit sich die Akteure und Akteurinnen dort frei einbringen können. Die intern besprochenen Informationen können danach anonymisiert auf der Homepage veröffentlicht werden. Der Internetauftritt des Netzwerkes sollte für alle Menschen zugänglich sein. Sollte die Plattform der Arbeitsgruppe in die Homepage integriert werden, kann sie durch spezielle Zugangsdaten geschützt werden.

Die Teilnahme an der Arbeitsgruppe kann nicht für jeden möglich sein, da die Mitglieder im direkten Kontakt zu ihren Gemeinschaften stehen müssen. Der Informationsfluss über die Vorgänge in der Arbeitsgruppe findet über den persönlichen Kontakt der Mitglieder zu ihrer CSA statt. Um jedoch so viel Offenheit wie möglich zu gewährleisten, sollten die Vorgänge der Jahrestreffen und der Arbeitsgruppe zusätzlich über den E-Mail-Verteiler und die Homepage bekannt gegeben werden.

Das Netzwerk muss koordiniert und gesteuert werden. Der Wunsch nach wenig Regulierung und einem hohen Maß an Offenheit steht der Gründung von verbindlichen Mitgliedschaften und einer gemeinsamen Organisation, wie das beispielsweise in Frankreich der Fall ist, entgegen. Eine fokale Steuerung eignet sich nicht dazu, eine gemeinsame Vision zu verwirklichen. Alle Mitglieder sollten gleichberechtigt in dem Netzwerk entscheiden können. Zudem widerspricht eine hierarchische Steuerung dem Prinzip der gemeinsamen Verantwortung in einer CSA-Gemeinschaft. Somit sollte eine solche organisierte Steuerung des Netzwerkes vermieden werden. Menschen, die Aufgaben übernehmen, koordinieren und leiten ihren Aufgabenbereich. So wird das Netzwerk polyzentrisch gesteuert, sofern es ausreichend qualifizierte und engagierte Menschen gibt, die Aufgaben übernehmen.

Durch die CSA-Beschreibung und Zielsetzung für das Netzwerk wird auch der Anspruch einer „geistigen Klarheit“ (1) erfüllt. Die weitere Bildung der Strukturen im Netzwerk wird offen

gelassen. Damit sich ungewollte Entwicklungen nicht verfestigen und um Neuerungen stetig zu berücksichtigen, sollte sich das Netzwerk auf dem Jahrestreffen immer wieder neu bilden und somit neu definieren müssen. Das entspricht dem CSA-Prinzip, sich immer für ein Jahr verbindlich zusammenzuschließen. So bleibt das Netzwerk stets offen für neue Entwicklungen.

Die folgende Abbildung stellt die Organisation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes zusammengefasst dar.

Tab. 6: Organisation eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes (Quelle: Eigene Darstellung)

ORGANISATION	
REGELN/VERBINDLICHKEITEN	<ul style="list-style-type: none"> ● CSA-Beschreibung ≈ Aufnahmekriterien ● Gemeinsame Zielsetzung ● Neue Ausrichtung auf Jahresversammlungen
OFFENHEIT	<ul style="list-style-type: none"> ● Frei zugängliche Homepage ● Informationsaustausch & Arbeitsgruppe intern → anonymisierte Ergebnisse frei zugänglich
STEUERUNG	<ul style="list-style-type: none"> ● Polyzentrisch

8.8 Zusammenfassung der Lösungsansätze für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

Die Lösungsansätze wurden bisher anhand der einzelnen Kriterien für die Netzwerkbildung detailliert entwickelt. Diese separaten Vorschläge werden im Folgenden in ihren wichtigsten Punkten dargestellt. Zunächst fasst die folgende Abbildung die Tabellen 1 bis 6 zusammen. Gemeinsam mit den darauf folgenden Erläuterungen wird so der Zusammenhang zwischen den Lösungsansätzen für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes verdeutlicht. Die Basis für die Abbildung 6 ist die in Kapitel 3.2 dargestellte Abbildung 2 „Zusammenhang zwischen den Kriterien für die Netzwerkbildung“.

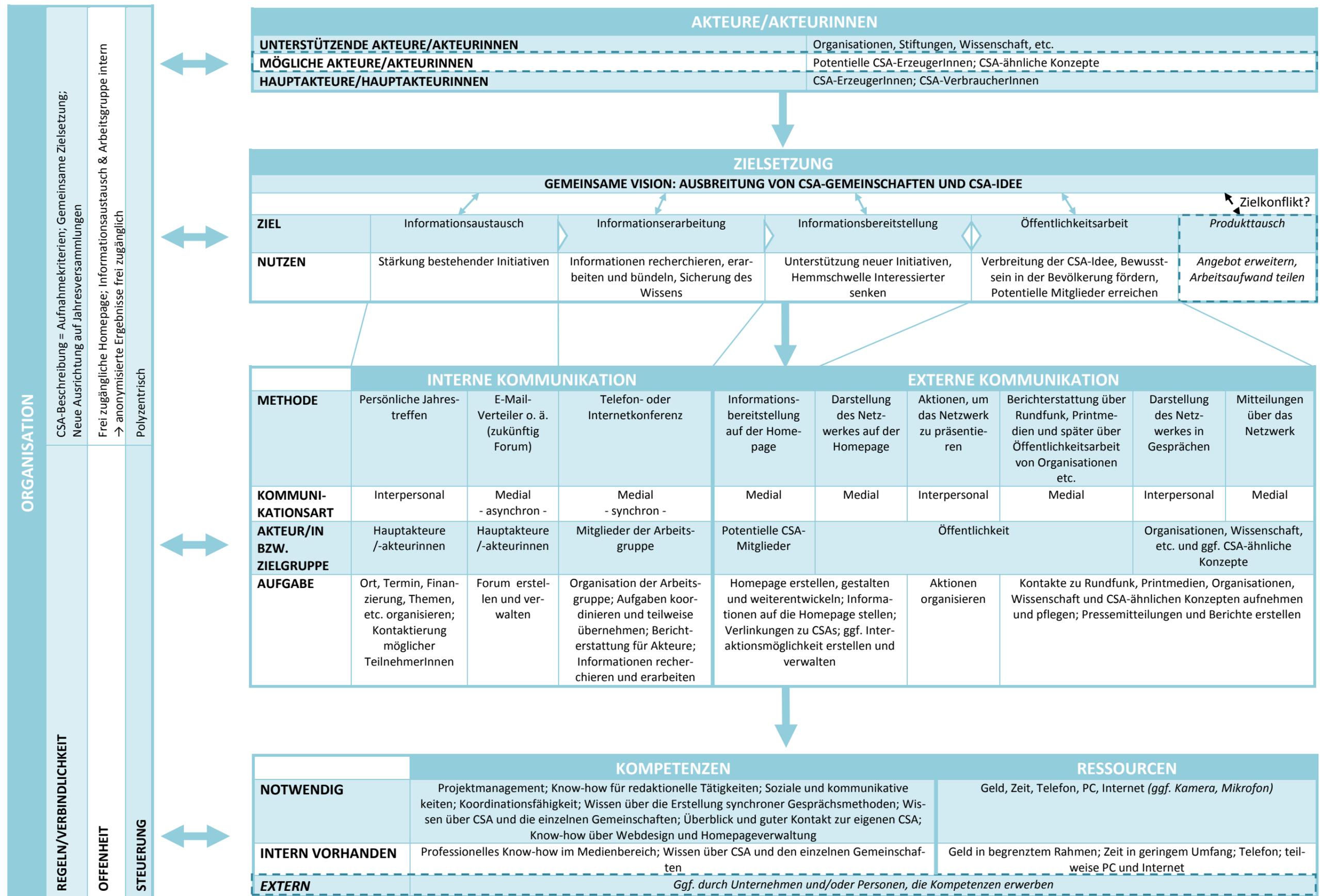


Abb. 6: Zusammenhang zwischen den Lösungsansätzen für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes (Quelle: Eigene Darstellung)

Die vorläufigen *Hauptakteure/-akteurinnen* sind Mitglieder der CSA-Gemeinschaften aus Deutschland. Potentielle CSA-ErzeugerInnen und CSA-ähnliche Konzepte sind *mögliche Akteure/Akteurinnen* des Netzwerkes. Organisationen und ähnliche Institutionen können später als *unterstützende Akteuren/Akteurinnen* in das Netzwerk eingebunden werden.

Die *gemeinsame Vision* der Hauptakteure/-akteurinnen von der „Ausbreitung der CSA-Gemeinschaften und CSA-Idee“ wird über die einzelnen Ziele und deren Nutzen verwirklicht. Die einzelnen Ziele des Netzwerkes beeinflussen sich. Der Informations- und Erfahrungsaustausch kann Ergebnisse für die Informationserarbeitung liefern, die Voraussetzung für die Informationsbereitstellung ist, die wiederum ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit ausmacht. Die Öffentlichkeitsarbeit kann zudem InteressentInnen auf die Informationsbereitstellung im Internet aufmerksam machen. Für das Ziel „Informations- und Erfahrungsaustausch“, vor allem auf medialer Basis, bedarf es am wenigsten Aufwand. Die Ziele „Informationserarbeitung“, „Informationsbereitstellung“ und „Öffentlichkeitsarbeit“ umzusetzen, wird mehr Zeit und Geld brauchen.

Die *Kommunikation* zwecks des Informations- und Erfahrungsaustausches kann zunächst über einen E-Mail-Verteiler und später mittels eines spezifischen Forums auf der Homepage stattfinden. Zusätzlich wird es Jahrestreffen des Netzwerkes geben. Diese dienen hauptsächlich dazu, Ziele neu zu definieren, notwendige Entscheidungen zu treffen und die persönlichen Kontakte zu pflegen.

Die Informationserarbeitung wird über eine Arbeitsgruppe koordiniert und teilweise durchgeführt. Die TeilnehmerInnen der Arbeitsgruppe sind AnsprechpartnerInnen für CSA-Mitglieder. Sie kommunizieren in regelmäßigen Abständen über eine Telefon- oder Internetkonferenz und versuchen, die Netzwerkmitglieder für die Übernahme von Verantwortung und Aufgaben zu begeistern.

Um die erarbeiteten Informationen für alle Menschen bereitzustellen, bedarf es einer Homepage des Netzwerkes. Zudem dient der Internetauftritt neben speziellen Aktionen, Berichterstattungen in Medien sowie persönlichen und schriftlichen Mitteilungen an Organisationen, Wissenschaftseinrichtungen und vielleicht auch CSA-ähnliche Konzepte der Öffentlichkeitsarbeit.

Alle Kommunikationsmaßnahmen dienen der gemeinsamen Vision und sind mit unterschiedlichen Aufgaben verbunden. Die Aufgaben bestimmen die für das Netzwerk *notwendigen Kompetenzen und Ressourcen*. Akteure und Akteurinnen übernehmen Aufgaben und bringen so ihre *vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen* in das Netzwerk ein. Zudem kann ein Bildungskreislauf im Netzwerk entstehen, indem Personen mit hohen Kompetenzen an-

bieten, andere engagierte Menschen in diesen Fähigkeiten zu unterrichten. So ergänzen sich die Akteure und Akteurinnen im Netzwerk und durch den Erwerb von Kompetenzen können weitere Aufgaben erledigt werden. Die Möglichkeit, seine Fähigkeiten zu erweitern, kann auch für außenstehende Personen als Anreiz dienen Aufgaben im Netzwerk zu übernehmen. So können *externe Kompetenzen und Ressourcen* hinzugezogen werden. Reichen die Kompetenzen und Ressourcen nicht aus, besteht für die Zukunft die Möglichkeit, Unternehmen kostenpflichtig für spezielle Leistungen zu beauftragen.

Die *Organisation* des Netzwerkes zeichnet sich insgesamt durch *Offenheit* aus. Das bedeutet, alles wird so offen wie möglich gestaltet und die Informationen der nicht-öffentlichen Jahrestreffen und der Arbeitsgruppe werden über den E-Mail-Verteiler und auf der Homepage veröffentlicht. Wenn es notwendig erscheint, werden die Daten dazu anonymisiert. Vorwiegend für die Präsentation und Erläuterung des Netzwerkes wird eine CSA- und Netzwerk-Beschreibung erstellt. Zudem impliziert diese Beschreibung die Aufnahmebedingungen für die Hauptakteure/-akteurinnen. Sollte das Netzwerk auch für „Mögliche Akteure/Akteurinnen“ geöffnet werden, muss die Netzwerk-Beschreibung allgemeiner verfasst werden, als für einen CSA-spezifischen Zusammenschluss. „Unterstützende Akteure/Akteurinnen“ werden nicht nach festgelegten Kriterien aufgenommen. Diese Entscheidungen werden für den Einzelfall auf den Jahrestreffen oder per E-Mail-Verteiler debattiert und entschieden. Alle Akteure und Akteurinnen übernehmen in ihrem Aufgabenbereich die Koordination und damit gemeinsam die *polyzentrische Steuerung* des Netzwerkes. Die wenigen notwendigen *Regeln* und das gesamte Netzwerk werden jedes Jahr auf den persönlichen Treffen neu besprochen und definiert.

Die Lösungsansätze dieser Arbeit sind nur ein Vorschlag für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes. Sicherlich werden mehr Menschen an dem Netzwerk teilnehmen, als im Rahmen dieser Arbeit befragt wurden. Neue Menschen beeinflussen mit weiteren Ideen und Zielen die tatsächliche Netzwerkbildung. Ob die hier entwickelten Lösungen ihren Vorstellungen von dem Netzwerk entsprechen, muss auf einem ersten persönlichen Treffen besprochen werden. Dort können weitere wichtige Entscheidungen getroffen werden. Nach den hier entwickelten Lösungsansätzen ergeben sich die folgenden auf dem ersten Treffen zu klärenden Themen:

-
- Sollen potentielle CSA-ErzeugerInnen Zielgruppe oder Akteure/Akteurinnen des Netzwerkes sein?
 - Soll das Netzwerk auch für CSA-ähnliche Konzepte geöffnet werden?
 - Welche Organisationen etc. eignen sich als unterstützende Akteure/Akteurinnen des Netzwerkes und existieren diesbezüglich schon Kontakte?
 - Sollte der Produkttausch ein Ziel des Netzwerkes sein?
 - Wie häufig sollten die Mitglieder für einen Informations- und Erfahrungsaustausch den Eingang neuer Nachrichten kontrollieren?
 - Wer übernimmt die Organisation für die Zusammenstellung der Arbeitsgruppe?
 - Gibt es bereits jemanden, der an der Arbeitsgruppe teilnehmen möchte?
 - Wie hoch kann oder soll die finanzielle Beteiligung an dem Netzwerk aktuell sein?
 - Wie soll CSA beschrieben und ein Netzwerkname formuliert werden?
 - Welche weiteren Themen sollten im Netzwerk bearbeitet werden?

Jeder, der an dem Informations- und Erfahrungsaustausch teilnehmen möchte, sollte seine Kontaktdaten, insbesondere die E-Mail-Adresse, hinterlassen. So können alle nach ihrer Heimkehr einen E-Mail-Verteiler mit den gesammelten Adressen einrichten. Zusätzlich sollte eine Liste mit den Aufgaben erstellt und an alle TeilnehmerInnen verteilt werden. Diese können später an die CSA-Mitglieder, mindestens aber an die Arbeitsgruppe weitergegeben werden. Eine solche Auflistung der Aufgaben in einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk im Bezug zu den Lösungsansätzen dieser Arbeit ist im Anhang unter E. zu finden. Die Arbeitsgruppe findet sich nach dem ersten Treffen zusammen und beginnt mit dem Aufbau des Netzwerkes.

9 Chancen und Risiken der Lösungsansätze für die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes

Die Bildung eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes kann Risiken beinhalten. Beispielsweise wurde in einem Interview die Gefahr der Institutionalisierung von CSA durch ein deutschlandweites Netzwerk thematisiert (vgl. 7). Dieses Problem wird bei der Entwicklung der Lösungsansätze berücksichtigt, indem immer wieder Bezug zum CSA-Prinzip genommen wird, um einen diesbezüglichen Widerspruch zu vermeiden. In dem Netzwerk sind keine Vereinheitlichungen für CSAs vorgesehen. Die CSA-Beschreibung für das Netzwerk dient lediglich der Verhinderung von Missbrauch und kann jedes Jahr verändert werden. Die Informationen, die zukünftig bereitgestellt werden, sollen eine Hilfe, aber keine verbindlichen Richtlinien darstellen. Die Gemeinschaften werden in ihrer Existenz, Entstehung und Entwicklung gefördert, aber nicht in einen Rahmen gezwungen. Der deutschlandweite Kontakt und Austausch soll nicht zu einer Vereinheitlichung, sondern vielmehr zu einem Pool an unterschiedlichen Ideen führen, der vielfältige Möglichkeiten für individuelle Ansprüche und regionale Eigenheiten bietet.

Einzig die Verwirklichung der wirtschaftlich begründeten Idee des Produkttausches innerhalb des Netzwerkes würde die lokale Ebene von CSA öffnen und damit grundlegenden sozialen und ökologischen Prinzipien der gemeinsamen Vision widersprechen. Um die Entstehung und Verfestigung von ungewollten Entwicklungen zu verhindern, muss sich das Netzwerk jedes Jahr auf der Konferenz neu definieren und bilden. So kann jederzeit einer Fehlentwicklung entgegengewirkt werden. Der Weg zum Netzwerk und damit zur Erfüllung der gemeinsamen Vision wird lang. So sagte auch eine der befürwortenden Personen im Gespräch: VerbrauchInnen zum Umdenken zu CSA zu bewegen „[...] ist ein aufwendiges Unterfangen und ähnlich wird das mit so einer Vernetzung auch sein“ (3). Auf diesem Weg sollte stets berücksichtigt werden, dass der Beginn von Organisation schon oft die Kommerzialisierung eines anfangs idealistischen Systems zur Folge hatte.

Um die Chancen eines deutschlandweiten CSA-Netzwerkes zu nutzen, muss die Vernetzungsbildung vorangebracht werden. Dazu muss es Menschen geben, die für die Organisation des ersten Netzwerktreffens sorgen. In der Hoffnung, die Wahrscheinlichkeit dieser Initialzündung zu erhöhen, wird diese Arbeit mit ihrem Abschluss an sämtliche CSAs und an einige daran arbeitende Menschen weitergegeben. Die Entwicklung des Netzwerkes wird sich verzögern, wenn nicht genügend Menschen bereit sind, Aufgaben zu übernehmen. Ein Informations- und Erfahrungsaustausch kann trotzdem stattfinden und der Stärkung der be-

stehenden Initiativen dienen. Für einen funktionierenden Austausch ist jedoch eine regelmäßige Teilnahme erforderlich.

Aktuell forscht Lene Stöwer im Rahmen ihrer Masterarbeit an der Fachhochschule Münster zum Thema „Vernetzung von Erzeugern biologischer Lebensmittel und Verbrauchern am Beispiel einer internetbasierten Plattform“. Zusätzlich gibt es laut Katharina Kraiß Bestrebungen, eine CSA-Internetseite vorwiegend mit Informationen für die ErzeugerInnen zu erstellen. Beide Projekte können die Entwicklung des deutschlandweiten CSA-Netzwerkes vor allem im Bezug auf die Homepage und das Ziel der Öffentlichkeitsarbeit beschleunigen.

Die Ansicht, CSA sei hinlänglich bekannt und ausreichend publiziert worden, wurde von einem Menschen geäußert, der sich täglich im Umfeld CSA bewegt (vgl. 7). Es gibt eine große Anzahl an Menschen, die CSA nicht kennen. Nach der These aus einem Interview werden die Menschen, die danach suchen, CSA finden (vgl. 7). Aber um Veränderungen zu bewirken, muss auch die Chance genutzt werden, ein Bewusstsein bei der nicht suchenden Bevölkerung zu schaffen. Mit dem Netzwerk können Kräfte für eine gemeinsame Vision vereint und Menschen ein Anstoß gegeben werden, Alternativen auszuprobieren, CSA kennenzulernen und durch die Teilnahme eine nachhaltige Zukunft zu unterstützen. Dazu müssen die CSAs auf sich aufmerksam machen. Die mediale Kommunikation ist dabei der erste Schritt auf dem Weg zu dem bevorzugten Austausch von „Mensch zu Mensch“ (7).

Die Ausweitung des deutschlandweiten Netzwerkes auf die deutschsprachige Ebene ist langfristig denkbar, da es auch in deutschsprachigen Regionen außerhalb Deutschlands einige CSAs gibt. Vor allem bei der momentan noch geringen Anzahl an Betrieben in Deutschland wäre die Integration dieser Gemeinschaften in das Netzwerk eine sinnvolle Ergänzung. Für eine solche Vernetzung wäre ein Überblick über die CSAs im deutschsprachigen Raum als Aktualisierung und Ergänzung zu der von Katharina Kraiß 2008 durchgeführten Forschung „Community Supported Agriculture (CSA) in Deutschland“ hilfreich.

Wird die gemeinsame Vision des Netzwerkes von der „Ausbreitung der CSA-Gemeinschaften und CSA-Idee“ tatsächlich umgesetzt, dann besteht durch die zunehmende Größe und Komplexität der Vernetzung die Option, wie in Frankreich, regionale Untergruppen des Netzwerkes zu schaffen. Eine transparent und offen gestaltete Mischung aus Information und Interaktion, polyzentrisch gesteuert durch einen losen Zusammenschluss der TeilnehmerInnen, sollen das deutsche CSA-Netzwerk auszeichnen. Wenn sich dieses Netzwerk etabliert, besteht die Möglichkeit, es um die internationalen Ebene „Urgenci“ zu erweitern. Damit kann die gemeinsame Vision nicht nur national, sondern international gefördert werden.

Literaturverzeichnis

Alliance Provence (Hrsg.) (2010a): Réseau régional des AMAP. Online:

<http://allianceprovence.org/>, letzter Zugriff: 31.03.2010.

Alliance Provence (Hrsg.) (2010b): Alliance Provence. Online:

<http://allianceprovence.org/spip.php?rubrique20>, letzter Zugriff: 01.04.2010.¹⁰

Bauer-Wolf, Stefan; Payer, Harald; Scheer, Günter (Hrsg.) (2008): Erfolgreich durch Netzwerk- kompetenz. Handbuch für Regionalentwicklung. Wien.

Diekmann, Andreas (2005): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg.

Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der BLE (Hrsg.) (2010): 10 Jahre Förderpreis Ökologischer Landbau. Innovation - Vielfalt – Tradition. Online: http://www.foerderpreisoekologischerlandbau.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Jubilaeuumbroschuere.pdf, letzter Zugriff: 14.02.2010.

GLS Treuhand Zukunftsstiftung Landwirtschaft, Stiftung Eine Welt Eine Zukunft (Hrsg.)

(2009): Wege aus der Hungerkrise. Die Erkenntnisse des Weltagrarberichtes und seine Vorschläge für eine Landwirtschaft von morgen. Hamm.

Groh, Trauger; McFadden, Steven (1997): Farms of tomorrow revisited. Community supported farms – Farms supported communities. Kimberton (USA).

Helfferich, Cornelia (2004): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. Wiesbaden.

Henderson, Elizabeth; Van En, Robyn (2007): Sharing the harvest. A citizen's guide to community supported agriculture. Vermont.

Herren, Hans Rudolf (2009): Die Ernährungskrise – Ursachen und Empfehlungen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte: Welternährung, Heft 6-7, S. 9-15. Bonn.

Kraiß, Katharina (2008): Community Supported Agriculture (CSA) in Deutschland Universität Kassel/Witzenhausen: Bachelorarbeit des Fachbereichs Ökologische Agrarwissenschaften.

¹⁰ Weiter wurden die URLs mit den abweichenden Endziffern 22, 24 – 30, 32, 59, 122, 165, 189, 201 verwendet.

-
- Kraiß, Katharina** (2009): Community Supported Agriculture (CSA). Ein nachhaltiges Konzept für ländliche Räume - Befragung von Nichtregierungsorganisationen. Universität Kasel/Witzenhausen: Interdisziplinäre Projektarbeit des Fachbereichs Ökologische Agrarwissenschaften.
- Payer, Harald** (2008): Netzwerk, Kooperation, Organisation – Gemeinsamkeiten und Unterschiede. In: Stefan Bauer-Wolf, Harald Payer und Günter Scheer (Hrsg.) Erfolgreich durch Netzwerkkompetenz. Handbuch für Regionalentwicklung, S. 5 – 22. Wien.
- Petr, Laurent** (Hrsg.) (2010): Site national de Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne. Online: <http://www.reseau-amap.org/amap.php>, letzter Zugriff: 27.02.2010.
- Pfeiffer, Christiane** (2004): Integrierte Kommunikation von Sustainability-Netzwerken. Grundlagen und Gestaltung der Kommunikation nachhaltigkeitsorientierter intersekt-oraler Kooperationen. In: Ursula Hansen (Hrsg.) Markt und Konsum, Band 14. Frankfurt am Main.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung** (Hrsg.) (2010): Was ist Nachhaltigkeit? Online: <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/nachhaltigkeit/>, letzter Zugriff: 08.07.2010.
- Schmidt, Christiane** (2007): Analyse von Leitfadeninterviews. In: Uwe Flick, Ernst von Kardorff und Ines Steinke (Hrsg.) Qualitative Forschung, S. 447-456. Reinbek bei Hamburg.
- Seikatsu Club** (Hrsg.) (1997-2006): Outline. Online: <http://www.seikatsuclub.coop/english/>, letzter Zugriff: 27.02.2010.
- Soil Association** (Hrsg.) (2010a): The project. How the Soil Association is supporting CSA. Online: <http://www.soilassociation.org/Takeaction/Getinvolvedlocally/Communitysupportedagriculture/Theproject/tabid/374/Default.aspx>, letzter Zugriff: 27.02.2010.
- Soil Association** (Hrsg.) (2010b): Community supported agriculture. Online: <http://www.soilassociation.org/Takeaction/Getinvolvedlocally/Communitysupportedagriculture/tabid/201/Default.aspx>, letzter Zugriff: 21.03.2010.
- Soil Association** (Hrsg.) (2010c): What we do. Online: <http://www.soilassociation.org/Whatwedo/tabid/58/Default.aspx>, letzter Zugriff: 27.03.2010.
- Stange, Kenneth** (Hrsg.) (2010): Was ist Community supported agriculture, kurz CSA? Online: <http://www.entrup119.de/gaertnerhof/csa.php>, letzter Zugriff: 08.02.2010.
- Statistisches Bundesamt** (Hrsg.) (2006): Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Band 544: Datenreport 2006. Bonn.

Urgenci (Hrsg.) (2010a): Home. Online: <http://www.urgenci.net/index.php?lang=fr>, letzter Zugriff: 08.07.2010.

Urgenci (Hrsg.) (2010b): Qui sommes nous? Online: <http://www.urgenci.net/page.php?niveau=2&id=concept-urgenci>, letzter Zugriff: 27.02.2010.

Urgenci (Hrsg.) (2010c): Réunion du CI à Milan – Juin 08. Online: <http://www.urgenci.net/page.php?niveau=3&id=reunion%20CI%20milan%202008>, letzter Zugriff: 27.02.2010.

Urgenci (Hrsg.) (2010d): Liens utiles. Online: <http://www.urgenci.net/page.php?niveau=1&id=Liens>, letzter Zugriff: 27.02.2010.

Urgenci (Hrsg.) (2010e): Adhésion au Réseau International URGENCI. Online: http://www.urgenci.net/page.php?niveau=2&id=adhesion_urgenci, letzter Zugriff: 09.07.2010.

WKO (Hrsg.) (2005): Erfolgreich kooperieren! Unternehmensnetzwerke anbahnen, realisieren und begleiten. Graz.

Anhang**A. Kurzfragebogen**Kurzfragebogen

Informationen zur CSA

Anschrift :

Telefon :

Fax :

E-Mail :

Anzahl der VerbraucherInnen :

Anzahl der ErzeugerInnen :

Rechtliche Form :

Anbauverband :

Informationen zu den InterviewpartnerInnen

Anschrift :

Telefon :

E-Mail :

Rolle in der Gemeinschaft :

Seit wann :

Technische Ausstattung der CSA

Telefonanschluss :

Internetzugang :

E-Mail-Adresse :

Webseite :

B. Interviewleitfaden

Interviewleitfaden

1 Einschätzungen und Einstellungen zum Netzwerk:

- Einstiegsfragen:
 1. Ist ein regelmäßiger Austausch/Kontakt mit anderen CSAs generell gewünscht?
 2. Welche Notwendigkeiten sehen Sie für das Netzwerk?

Nein:

- Begründung für fehlende Notwendigkeiten
- Zukunftswunsch: Eigene CSA, CSA-Bewegung in Deutschland
- Umsetzung dieser zukünftigen Ziele

- Probleme
- Erwartungshaltung: CSA, Kontext „Nachhaltigkeit“

2 Akteure/Akteurinnen:

- Teilnahme am Netzwerk

3 Zielsetzung:

- Motivation zur Netzwerkbildung
- Nutzen für Ihre CSA/für andere
- Ziele

4 Kommunikation:

4.1 Intern

- Kommunikation zwischen den AkteurInnen im Netzwerk

4.2 Extern

- Anfragen/Bitten an Ihre CSA
- Gemeinsame Homepage mit allgemeinen Informationen zu CSA und Verlinkungen zu den einzelnen Webseiten der Höfe

5 Kompetenzen und Ressourcen:

- Integration: intern und extern
- Intensität
- Gleichwertige Aufwendungen

6 Organisation:

- Regeln
- Steuerung
- Verbindlichkeiten
- Offenheit

7 Gesprächsabschluss:

- Was haben wir noch nicht besprochen, was Ihnen zu diesem Thema wichtig ist?

C. Protokoll

Protokoll

Interviewnummer:

InterviewpartnerIn:

Datum:

Uhrzeit:

Dauer des Gesprächs:

Dauer des Interviews:

Interviewart:

Ort/Räumlichkeit der Interviewerin:

Zusätzliche Informationen, besondere Vorkommnisse bei Kontaktierung oder im Interview:

Interviewatmosphäre, Stichworte zur personalen Beziehung:

Selbstwahrnehmung der Interviewerin:

Leitfadenbewertung:

D. Auswertungsleitfaden

Auswertungsleitfaden¹¹

Kurzfragebogen

Informationen zur CSA

- Kontaktdaten
- Mögliche Anzahl der Akteure und Akteurinnen einschätzen können
- Gehören alle interviewten CSAs dem gleichen Anbauverband an?

Informationen zum Interviewpartner

- Kontaktdaten
- Welche Rolle hat der/die InterviewpartnerIn in der CSA und ist das auch die Haupttätigkeit?

Technische Ausstattung

- Welche technische Ausstattung ist vorhanden?

Interviewleitfaden

1 Einstellungen/Einschätzungen

- Ist ein regelmäßiger Austausch/Kontakt mit anderen CSAs generell gewünscht?
- Wie ist die Grundhaltung gegenüber der Netzwerkbildung?
- Warum werden keine Notwendigkeiten für das Netzwerk gesehen?
 - Was wünschen Sie sich für ihre CSA in der Zukunft?
 - Was wünschen Sie sich für die CSA-Bewegung in Deutschland in der Zukunft?
 - Wie glauben Sie, diese Ziele erreichen zu können?

2 Akteure/Akteurinnen

- Welche Akteure und Akteurinnen soll es in dem Netzwerk geben?
- Sind bereits nutzbare Vernetzungen vorhanden?

3 Zielsetzung:

- Was sind die erwarteten Nutzen?
 - Egoistisch oder gemeinnützig?
- Welche Ziele werden mit dem Netzwerk verfolgt?
 - Sind diese Ziele erreichbar?
- Gibt es eine gemeinsame Vision?
- Gibt es Zielkonflikte?
 - Können diese Zielkonflikte gelöst werden?

4 Kommunikation

4.1 Intern

- Was ergibt sich aus der Zielsetzung für die interne Kommunikation?
- Was ist den CSAs wichtig für die interne Kommunikation?
- Wie kann die interne Kommunikation gestaltet werden?

¹¹ Die Nummerierung des Auswertungsleitfadens stimmt mit dem Interviewleitfaden überein.

4.2 Extern

- Was ergibt sich aus der Zielsetzung für die externe Kommunikation?
- Ergibt sich aus häufigen Anfragen/Bitten eine Notwendigkeit für die externe Kommunikation oder eine aktive Teilnahme durch Zielgruppen?
- Was ist den CSAs wichtig für die externe Kommunikation des Netzwerkes?
- Wie soll die externe Kommunikation gestaltet werden?
 - Interpersonal, medial, ...?
 - Wie kann der Netzwerurname lauten?
 - Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?
 - Soll es eine aktive Teilnahme am Netzwerk durch Zielgruppen geben?
 - Welche Zielgruppen sollen aktiv teilnehmen können?
 - Wie soll die aktive Teilnahme gestaltet werden?
- Welche Aufgaben ergeben sich aus der Kommunikation?

5 Kompetenzen und Ressourcen

- Welche Kompetenzen und Ressourcen werden für die Aufgaben benötigt?
- Welche Kompetenzen und Ressourcen sind für das Netzwerk vorhanden?
- In welchem Umfang können diese Kompetenzen und Ressourcen eingebracht werden?
- Welche Aufgabenverteilung (intern, extern) ergibt sich aus den vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen?
- Lassen sich gemeinsam Synergien bilden?
- Sollen alle TeilnehmerInnen gleichwertig Kompetenzen und Ressourcen einbringen müssen?
- Sollen für das Netzwerk Kompetenzen und Ressourcen von außen genutzt werden?

6 Organisation

- Soll es Regeln für das Netzwerk geben?
 - Sollen diese Regeln verbindlich sein?
- Wie offen sollte der Zugang zum Netzwerk sein?
 - Soll es Aufnahmekriterien für die Akteure und Akteurinnen geben?
 - Welche Aufnahmekriterien ergeben sich daraus?
 - Sollen diese Aufnahmekriterien kontrolliert werden?
 - Wie soll diese Kontrolle gestaltet werden?
- Wie offen sollte der Zugang zur Präsentation des Netzwerkes sein?
- Wie offen sollte der Zugang zur aktiven Teilnahme durch Zielgruppen des Netzwerkes sein?
- Wie soll das Netzwerk gesteuert werden?
 - Polyzentrisch oder fokal?
 - Sollte eine gemeinsame Organisation (verbindliche Verträge) gegründet werden?

7 Sonstiges

E. Auflistung der Aufgaben in einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk

Aufgaben in einem deutschlandweiten CSA-Netzwerk¹²

- *Organisation der Treffen:*
 - Einladung der TeilnehmerInnen
 - Ort, Termin, Dauer, Finanzierung, Themen etc. des Treffens organisieren
- *Organisation der Arbeitsgruppe:*
 - Einmalig eine oder mehrere Personen aus jeder CSA finden, die teilnehmen
 - Anfragen der Mitglieder beantworten
 - Verantwortung für die Organisation einer Austauschplattform übernehmen
- *Arbeitsgruppe:*
 - Koordination und zum Teil die Übernahme von Rollen und Aufgaben
 - Koordination und zum Teil Übernahme der Informationserarbeitung
 - Koordination und zum Teil die Organisation des Jahrestreffens
 - Informationen über Arbeitsergebnisse etc. für alle Akteure und Akteurinnen
- *Informationserarbeitung:*
 - Informationen bündeln, recherchieren und erarbeiten
- *Presseaufgaben:*
 - Kontakt zu Rundfunk und Printmedien aufnehmen und pflegen
 - Pressemitteilungen und Berichte für Rundfunk, Printmedien und Organisationen erstellen
 - Kontakt zu ausgesuchten Organisationen, Wissenschaftsbereichen sowie CSA-ähnlichen Konzepten aufnehmen und pflegen
- *Aktionen organisieren*
- *Homepage erstellen, gestalten und weiterentwickeln*
- *Ansprechperson für die Homepage*
 - Anfragen und Hinweise (von Zielgruppen) entgegennehmen, beantworten und weiterleiten
- *Homepageverwaltung:*
 - Informationen auf die Homepage stellen
 - Verlinkungen zu CSAs herstellen
 - ggf. Interaktionsmöglichkeit für Zielgruppen erstellen und kontrollieren

¹² Weitere Aufgaben ergeben sich langfristig im Netzwerk.

Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Die eingereichte Arbeit habe ich in gleicher oder ähnlicher Form noch keinem anderen Prüfungsausschuss vorgelegt.

Münster, 20. Juli 2010