

## Motivationen landwirtschaftlicher Erzeuger und Verbraucher an Community Supported Agriculture (CSA) in Sachsen

Fiedler, M. <sup>1</sup> und Madsen, G. <sup>2</sup>

*Keywords: CSA, Solidarische Landwirtschaft, Motivationen.*

### Abstract

*The intention of this research was to figure out if producers and consumers have similar ideas of Community Supported Agriculture. The motivation of participating producers and consumers was examined by means of qualitative interviews. Motivations of both groups appear in accordance and show no contradictions. In conclusion, CSA seems to be a quite stable system.*

### Einleitung und Zielsetzung

Öko-Erzeuger fühlen sich abhängig von Politik und Subventionen. Finanzielle Zwänge und Erfordernisse des Marktes führen zu einem Handeln, welches nicht ihren Idealen entspricht. Verbraucher misstrauen den Akteuren des Lebensmittelmarktes (Nestlé 2012). Sie haben den Wunsch nach Nähe zum Erzeuger und möchten wissen, woher ihre Lebensmittel kommen. Bei CSA ist der Grundgedanke, dass eine Gruppe von Verbrauchern vor der Saison einem landwirtschaftlichen Betrieb seine gesamten Jahreskosten vorfinanziert. Der Erzeugerbetrieb verteilt im Laufe der Saison seine Erträge unter den Verbrauchern. So entsteht eine Wirtschaftsgemeinschaft, in der sich Erzeuger und Verbraucher Kosten, Risiko und Ernte teilen (Kraiß 2012). Haben teilnehmende Erzeuger und Verbraucher dieselben Vorstellungen von CSA? Gibt es generelle Divergenzen, ist das System anfällig für Störungen? Das Ziel der Untersuchung bestand in der Identifikation der Motivationen von Verbrauchern und Erzeugern, sich an dem System CSA zu beteiligen.

### Methoden

Zunächst wurde eine Literaturstudie mit der Forschung zu Motivationen für CSA in Deutschland durchgeführt. Als zu untersuchender Teilmarkt wurde Sachsen ausgewählt. Seit dem Jahr 2011 haben sich hier fünf CSA-Initiativen gegründet. Es wurden qualitative Interviews mit drei Erzeugern der drei ältesten CSA-Initiativen durchgeführt. Von diesen Initiativen wurde jeweils ein typischer Verbraucher ausgewählt. Die Interviews wurden durch die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) ausgewertet.

### Ergebnisse und Diskussion

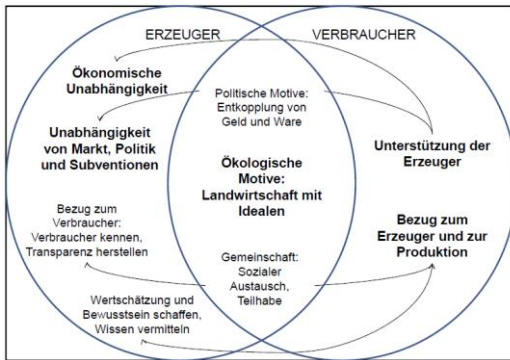
Erzeuger und Verbraucher haben zum Teil die gleichen Motive für ihre Beteiligung an CSA. Zum Teil benennen sie unterschiedliche Motive. Letzteres beruht darauf, dass sie unterschiedliche Positionen und Aufgaben im System CSA einnehmen. Den

---

<sup>1</sup> Hochschule für nachhaltige Entwicklung (FH), Schicklerstr. 5, 16225, Eberswalde, Brandenburg, [fiedler.melanie.mf@gmail.com](mailto:fiedler.melanie.mf@gmail.com).

<sup>2</sup> Hochschule für nachhaltige Entwicklung, [gudula.madsen@hnee.de](mailto:gudula.madsen@hnee.de), [www.hnee.de](http://www.hnee.de).

Erzeugern ist eine ökonomische Unabhängigkeit besonders wichtig. Damit meinen sie eine Einkommenssicherheit und ausdrücklich keine Gewinnmaximierung. Den Verbrauchern ist die Unterstützung der Erzeuger wichtig, womit sie auch eine gerechte Entlohnung meinen. Beiden ist wichtig, dass die Erzeuger unabhängig von Marktgeschehen und Politik wirtschaften können. Dadurch soll den Erzeugern eine Konzentration auf das Wesentliche ermöglicht werden. Im Mittelpunkt steht dabei eine Bewirtschaftung, die mit dem Boden und den Ressourcen schonend umgeht. Erzeuger und Verbraucher haben den Wunsch, mit ihrer Teilnahme an CSA eine Landwirtschaft zu unterstützen, in der es Ideale gibt. Unabhängigkeit bedeutet für die Erzeuger auch, sich weniger mit Vermarktung und mehr mit dem Anbau und den teilnehmenden Verbrauchern zu beschäftigen.



**Abbildung 1: Motivationen der Beteiligung an CSA**

Beide sehen im System CSA eine Art Gemeinschaft. Verbraucher möchten einen Bezug zur landwirtschaftlichen Produktion. Die Erzeuger möchten wissen, für wen sie produzieren und für die teilnehmenden Verbraucher transparent wirtschaften. Sie wünschen, dass die Verbraucher mitarbeiten und sich an Entscheidungen beteiligen. Die Verbraucher wünschen Teilhabe, die die Erzeuger gerne gewähren. Sie haben einen gesellschaftlichen Anspruch, indem sie die Wertschätzung für die Landwirtschaft und die Produkte fördern wollen und Wissen vermitteln möchten. Sowohl die Erzeuger als auch die Verbraucher kritisieren bestehende wirtschaftliche Verhältnisse, wobei dies beide eher untergeordnet benennen. In CSA wird der Einsatz für eigene Ideale gesehen, wie beispielsweise die Trennung von Geld und Waren. Die unterschiedlichen Motive der Erzeuger und Verbraucher ergänzen sich und fügen sich zu einem stimmigen Gesamtbild. Zumindest in dem Teilmarkt Sachsen haben beteiligte Erzeuger und Verbraucher gleiche Vorstellungen von CSA. Das System CSA scheint also stabil und wenig störungsanfällig zu sein.

## Literatur

- Kraiß, K. (2012): Erfolgsfaktoren für den Aufbau einer solidarischen Landwirtschaft / Community Support Agriculture. Masterarbeit. Universität Kassel / Witzenhausen.
- Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz Verlag, Weinheim, Basel.
- Nestlé, (2012) (Hrsg.): Nestlé-Studie 2012 – Das is(s)t Qualität – Auszüge aus der Nestlé-Studie 2012. [http://www.nestle.de/asset-library/documents/verantwortung/nestle%20studie/executive\\_summary\\_studie\\_2012.pdf](http://www.nestle.de/asset-library/documents/verantwortung/nestle%20studie/executive_summary_studie_2012.pdf), (Abruf 18.12.2014).