

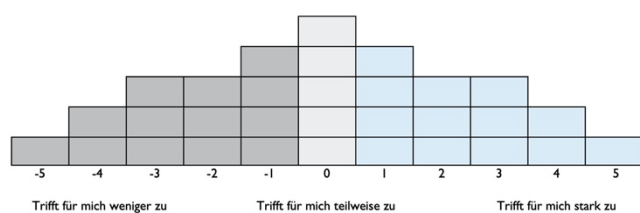
Der "Verbraucher-Arbeiter": ein Beitrag von Konsumierenden zur Produktion von ökologischen, soziale und ethische Werte in der solidarischen Landwirtschaft in der Schweiz.

Kurzfassung:

Meine Masterarbeit besteht aus zwei Teilen. Zum Einen wollte ich die verschiedenen solidarischen Landwirtschaftsinitiativen im Raum Bern näher anschauen und miteinander vergleichen und zum Anderen stand die Motivation der Konsumierenden, an einer solidarischen Landwirtschaftsinitiative teilzunehmen, im Vordergrund. Ziel war es, Aussagen treffen zu können, welche Motivationen ausschlaggebend für eine Teilnahme an einer Landwirtschaftsinitiative sind.

In meiner Masterarbeit habe ich vier im klassischen Sinne «solidarische Landwirtschaftsbetriebe» näher untersucht. Das radiesli in Worb, Erlengut in Steffisburg, Feldmoos in Herzwil und TaPatate! in Wallenbuch. Um die verschiedenen Initiativen miteinander vergleichen zu können, wurden Experteninterviews in jedem der vier Betrieben durchgeführt um einen Einblick in den Betrieb, die Organisation und den Mitgliederkontakt zu bekommen.

In einem weiteren Schritt wurden 30 abonnierende Personen von den vier verschiedenen solidarischen Landwirtschaftsinitiativen anhand einer speziellen Umfragemethode (Q-Methode) befragt. Den Teilnehmenden wurden 31 verschiedene Motivationen vorgelegt, welche sie auf einer Skala von -5 bis 5 einordnen mussten (Siehe Pyramide). -5 bedeutete



“trifft für mich weniger zu” und 5 “trifft für mich stark zu”. Jedes Rechteck in der Pyramide stand für eine Motivation. D.h. man konnte nicht

beliebig viele Motivationen einer Zahl zuweisen. Dies hat den Vorteil, dass man automatisch ein sehr differenziertes Bild über die stark und schwach gewichteten Motivationen von einzelnen Personen erhält. Die Liste der einzelnen Motiven sind in der Arbeit auf Seite 41 ersichtlich.

Die verschiedenen Motivationen wurden anhand der Literatur und den Experteninterviews zusammengetragen und in verschiedene Kategorien eingeteilt. Die Kategorien sind wie folgt: Fähigkeiten-instrumentell, wirtschaftlich-instrumentell, ökologisch-altruistisch, sozial-instrumentell, sozial-altruistisch. Einfach gesagt, kann man

instrumentell als persönlichen Nutzen interpretieren und altruistisch als Nutzen für das Gemeinwohl.

Die verschiedenen Resultate der Umfrage wurden anhand einer statistischen Faktorenanalyse analysiert. Folgendes Resultat hat sich ergeben:

Die Konsumierenden aus den verschiedenen Initiativen haben altruistische Motivationen deutlich als am zutreffendsten erachtet. Motivationen wie «mir ist eine umweltverträgliche und nachhaltige Landwirtschaft für die heutige und zukünftige Generation wichtig» oder «mir ist es wichtig, dass die Landwirtschaftsprodukte fair und sozialverträglich produziert werden» wurden von allen Teilnehmenden sehr stark gewichtet. Als weniger wichtig wurden Motivationen wie das Knüpfen neuer Kontakte, das Erlebnis, die Einsparung von Lebensmittelkosten oder der Austausch von Wissen erachtet. Der «Verbraucher-Arbeiter» trägt dementsprechend vor allem zur Produktion von ökologisch- und sozial-altruistischen Werten in den solidarischen Landwirtschaftsinitiativen bei.