

**Potenziale und Herausforderungen
möglicher überbetrieblicher Organisationsstrukturen
für die bio-vegane Landbaubewegung
im deutschsprachigen Raum**



Masterarbeit vorgelegt im Juni 2016 von Anja Bonzheim,
geb. am 22.04.1989 in Schwäbisch Gmünd

Studiengang Öko-Agrarmanagement, Matrikel-Nr. 1021002
Fachbereich Landschaftsnutzung und Naturschutz
Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde

Betreuung durch:

Dr. Henrike Rieken (HNEE)

Bernadette Oehen (FiBL, Department Sozioökonomie)

Danksagung

Für die tolle Betreuung und die Offenheit möchte ich mich herzlich bei Henrike Rieken und Bernadette Oehen bedanken. Großer Dank geht vor allem auch an die Expert_innen, die sich die Zeit genommen haben, sich von mir interviewen zu lassen und ihre Expertise zur Verfügung gestellt haben! Außerdem danke ich Freya Schulz für die Durchführung des Pretests und das Korrekturlesen sowie Silke Lamla und Lisa Brünjes vom Bio-Veganen Netzwerk für Landwirtschaft und Gartenbau für wertvolle Tipps! Ich danke Konstantinos Tsilimekis von der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt, es ist schön, dass du das Thema so vorantreibst. Danke Caro, Leeni und Kasia für die Unterstützung mit dem englischen Text und danke Robin für die Formatierhilfe.

Ich bin sehr dankbar, Henrik Hollensteiner und Carolin Hielscher, dafür, dass ihr an mich geglaubt und mich so toll unterstützt habt! Für Gesellschaft in der Bibliothek und auf dem Campus bedanke ich mich bei Mila Matthiessen, Steffi Wank, Leena-Maret Kröger, Merle Drell, Anna Meier und Jonas Freudenberg. Ich danke auch meiner Familie, ohne die ich nicht hier hätte studieren können, sowie den Mitarbeiter_innen der Bibliothek der HNEE!

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung und Zielstellung.....	1
2 Die bio-vegane Landwirtschaft.....	4
2.1 Definition und Hintergründe.....	4
2.2 Grundsätze des bio-vegane Systems.....	6
2.3 Motive für den Anbau ohne Nutztiere.....	8
2.4 Bio-vegan vs. viehlos.....	9
3 Organisationen und Kooperationen in der Landwirtschaft.....	11
3.1 Organisationstheoretische Grundlagen aus der Soziologie und der BWL.....	11
3.1.1 Merkmale institutionaler Organisationen.....	11
3.1.2 Merkmale von Kooperationen.....	13
3.1.3 Merkmale von Netzwerken.....	14
3.2 Horizontale Kooperationen zwischen Landwirt_innen auf Produktionsebene.....	15
3.3 Bedarfswirtschaftliche Verbände in der Landwirtschaft.....	16
3.4 Organisation von Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen.....	19
3.4.1 Das EU-Bio-Siegel und privatwirtschaftliche Siegel.....	19
3.4.2 Direktvermarktung und Community Supported Agriculture.....	21
3.4.3 Partizipative Zertifizierungsansätze.....	22
4 Methodische Vorgehensweise.....	24
4.1 Literaturrecherche.....	24
4.2 Qualitativer Forschungsansatz.....	24
4.3 Das leitfadengestützte Expert_innen-Interview.....	25
4.4 Theoretical Sampling nach maximaler Variation.....	27
4.5 Datenerfassung und -aufbereitung.....	31
4.6 Datenauswertung: Qualitative Inhaltsanalyse.....	32
4.7 SWOT-Analyse.....	33
5 Theoretische Ergebnisse: Organisationstheoretische Einordnung der bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum.....	35
5.1 Bedarfswirtschaftliche Organisationen innerhalb der Bewegung.....	35
5.2 Kooperationen zwischen Erzeuger_innen auf Produktionsebene.....	40
5.3 Organisation von Produzent_innen-Konsument_innen-Beziehungen.....	41
5.3.1 Zertifiziert bio-vegan?.....	41
5.3.2 CSA und partizipative Ansätze im bio-vegane Landbau.....	43
5.4 Wege der Formalisierung – einige Beispiele.....	44
5.4.1 Bio-vegane Organisationsstrukturen in Großbritannien und Nordamerika.....	44
5.4.2 „Natürlicher Landbau“ und die Anfänge von "Bioland".....	47
5.4.3 Das Netzwerk solidarische Landwirtschaft.....	49
5.5 Zwischenbilanz: Meilensteine für die bio-vegane Bewegung.....	50
6 Empirische Ergebnisse: Sichtweisen von Expert_innen zu möglichen überbetrieblichen Organisationsstrukturen.....	51
6.1 Formalisierung der Bewegung.....	51
6.1.1 Bedarf aus Sicht der Expert_innen.....	51
6.1.2 Sechs Vorschläge zur Findung von Organisationsstrukturen.....	52
6.1.3 Mögliche Reaktionen der Bioszene auf eine Formalisierung.....	57
6.2 Vom Erzeuger_in zur Konsument_in.....	59
6.2.1 Welche Rolle spielen sich vegan ernährende Konsument_innen?.....	59
6.2.2 Gestaltung von Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen.....	61
6.2.3 CSA als Form von Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen.....	63
6.3 Zertifizierung und Labeling.....	64
6.3.1 Bedarf der Etablierung einer Zertifizierung aus Sicht der Expert_innen.....	64
6.3.2 Vor- und Nachteile einer Zertifizierung und eines Siegels.....	66
6.3.3 Ablauf der Kontrolle und Zertifizierung.....	70

6.4 Weitere Aspekte.....	72
6.4.1 Offenheit und Toleranz.....	72
6.4.2 Richtliniengestaltung.....	73
6.4.3 Politische Rahmenbedingungen und staatliche Förderung.....	73
6.4.4 Prozessuale Kompetenz.....	73
7 Synthese - Potenziale der Formalisierungsmöglichkeiten für die bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum.....	74
7.1 Mögliche verbesserte Organisationsstrukturen.....	74
7.1.1 Die kritischen Stimmen zur Formalisierung- Warum ein weiterhin informeller Weg auch verbesserte Strukturen bieten kann.....	74
7.1.2 Stimmen, die eine Formalisierung voranbringen möchten: Wie eine formale Organisationsstruktur der bio-vegane Bewegung aussehen könnte.....	78
7.2 Horizontale Kooperationen zwischen Praktiker_innen zur gemeinsamen Vermarktung.....	87
7.3 Möglichkeiten der Umsetzung einer partnerschaftlichen Beziehung zwischen Konsument_innen und Produzent_innen.....	88
7.3.1 Ein Siegel als Brücke von den Produzent_innen zu den Konsument_innen.....	88
7.3.2 Solawi als Brücke von den Produzent_innen zu den Konsument_innen.....	89
7.4 Für die Bewegung geeignete Zertifizierungsformen.....	91
7.4.1 Bio-vegane Kontrolle im Zuge der Biokontrolle.....	91
7.4.2 Grower-to-grower- die gegenseitige Zertifizierung.....	92
7.4.3 Partizipatorische Zertifizierung.....	93
8 Ausblick und Forschungsbedarf.....	95
9 Zusammenfassung.....	97
10 Summary.....	99
Literaturverzeichnis.....	101
Eigenständigkeitserklärung.....	112
Anhang.....	113
Anhang I: Interview-Leitfaden	
Anhang II: Kategoriensystem	

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mischkultur mit Blühstreifen als Nützlingshabitat.....	8
Abbildung 2: Merkmale von Organisationen.....	12
Abbildung 3: Merkmale von Kooperationen.....	14
Abbildung 4: Merkmale von Netzwerken.....	15
Abbildung 5: Merkmale von Verbänden.....	17
Abbildung 6: EU-Bio-Siegel.....	20
Abbildung 7: Theoretical Sampling nach maximaler Variation.....	28
Abbildung 8: Screenshot der BVN-Homepage.....	36
Abbildung 9: Logo des BVL.....	37
Abbildung 10: Ergebnis der "informell-Gruppe" der Phantasiephase bei der durchgeführten Zukunftswerkstatt.....	40
Abbildung 11: Markenzeichen für Biozyklischen Anbau.....	42
Abbildung 12: Stockfree Organic-Siegel.....	45
Abbildung 13: Stockfree-Siegel.....	46
Abbildung 14: Certified Veganic-Label.....	46
Abbildung 15: Rolle veganer Konsument_innen aus Sicht der Expert_innen.....	60
Abbildung 16: Haltung der Befragten zu einem Siegel für bio-vegane Produkte und einer Zertifizierung bio-veganer Betriebe.....	65
Abbildung auf der Titelseite: Blühstreifen und Gemüsevielfalt vom Gärtnerhof Bienenbüttel (VGÖ 2016d)	

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Qualitativer Stichprobenplan der internen Stakeholder_innen.....	29
Tabelle 2: Qualitativer Stichprobenplan der externen Stakeholder_innen.....	30
Tabelle 3: Vorgeschlagene Formen der Organisation durch interne Akteur_innen.....	53
Tabelle 4: Vorgeschlagene Formen der Organisation durch externe Akteur_innen.....	56
Tabelle 5: Mögliche Reaktion der Bioszene auf eine Formalisierung.....	58
Tabelle 6: Vor- und Nachteile eines gemeinsamen Siegels.....	67
Tabelle 7: SWOT-Analyse.....	82

Abkürzungsverzeichnis

ASS	Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt
bio-vegan	biologisch-vegan
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BNS	Biocyclic Network Services Ltd.
BÖLW	Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft
BVL	Bund für Vegane Lebensweise e.V.
BVN	Biologisch-veganes Netzwerk für Landwirtschaft und Gartenbau
BWL	Betriebswirtschaftslehre
CIC	Community Interest Company
CSA	Community Supported Agriculture
d. Verf.	die Verfasserin
ebd.	ebenda
e.V.	eingetragener Verein
FIBL	Forschungsinstitut für Biologischen Landbau
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GVE	Großvieheinheit
HNEE	Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
Int.	Interview
QS	Qualitätssicherung
S.	Seite
Solawi	Solidarische Landwirtschaft
VEBU	Vegetarierbund Deutschland
VGÖ	Vegane Gesellschaft Österreich
VO	Verordnung
VON	The Vegan Organic Network
WiTa	Wissenschaftstagung
Z.	Zeile
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

Hinweis zur Verwendung der „gender-gap“

In folgender Arbeit wird eine gendergerechte Schreibweise mittels „gender-gap“ verwendet (z.B. „Landwirt_innen“). Diese umfasst alle Menschen: männliche, weibliche und diejenigen, die sich keinem eindeutigen Geschlecht zuordnen wollen oder können.

Kritische Betrachtung der Begriffe "Konsument_in" und "Verbraucher_in"

Im Folgenden wird häufig von "Konsument_innen" und "Verbraucher_innen" gesprochen, da kein passenderer Begriff vorliegt. Damit sind Menschen gemeint, die bestimmte Produkte nachfragen und konsumieren, jedoch auch handeln, wirken, reflektieren und entscheiden. Es soll an dieser Stelle angemerkt werden, dass dieser reduzierende Begriff ein sehr passives Verständnis von reinem Konsum bzw. Verbrauch impliziert, welcher vor allem im Kontext der bio-veganen Bewegung kritisch betrachtet werden sollte.

1 Einführung und Zielstellung

Bereits in der Landreform der 20er und 30er Jahre wurde die Tierhaltung aus ökologischen und (arbeits-)ökonomischen Gründen als ineffizient betrachtet und abgelehnt, auch weil eine vegetarische Ernährungsweise zentraler Bestandteil dieser Bewegung war (VOGT 2000, S.69f). Fast hundert Jahre später entsteht eine neue Bewegung innerhalb des Ökolandbausektors, die einen Anbau ohne tierische Betriebsmittel und eine rein pflanzliche Düngung fordert- die bio-vegane Landwirtschaft. Seit kurzem geht der Verbrauch von Fleisch in Deutschland leicht zurück und die Anzahl der Vegetarier_innen und Veganer_innen steigt stark an (ZUKUNFTSSTIFTUNG LANDWIRTSCHAFT 2013, S.10). Verbraucher_innenstudien zeigen, dass mehr und mehr Menschen sich vegan ernähren und dabei vor allem tierethische Gründe eine wichtige Rolle spielen (LARSSON 2003, S.63; RADNITZ et al. 2015, S.31; DWYER 1991 und ZAMRIR 2004 zit. nach MARANGON et al. 2016, S.158f). Immer mehr Labels erscheinen auf dem Markt, welche die Inhaltsstoffe eines Produktes als „pflanzlich“ deklarieren (RENTSCH 2015, S.21). Das EcoVeg-Siegel beispielsweise soll den Begriff „vegan“ schützen, sodass Verbraucher_innen sicher sein können, keine tierischen Inhaltsstoffe zu konsumieren (VEGORGANIC E.V. 2014). Doch wie steht es um den Anbau der Nahrungsmittel? Eine Möhre ist zwar vegan, jedoch wird sie meist mit tierischen Düngemitteln angebaut, und trägt dadurch indirekt die sogenannte tierische Produktion mit, was Veganer_innen jedoch zumeist vermeiden möchten (LARSSON et al. 2003, S.63). Die bio-vegane Landwirtschaft will dieses Problem lösen, indem der Anbau von pflanzlichen Nahrungsmitteln von jeglicher sogenannter tierischer Produktion entkoppelt wird, auch in der Düngung. Während im so genannten viehlosen Ökolandbau tierische Handelsdünger wie Haarmehlpellets erlaubt sind, arbeiten bio-vegane Landwirt_innen ausschließlich mit rein pflanzlichen Düngemitteln, setzen auf Vielfalt und haben eine intrinsische Motivation, sich von der Tierhaltung zu distanzieren (BONZHEIM 2014, S.51). Im deutschsprachigen Raum betrifft das nach Angaben des VEBU (2016a) etwa 17 Biobetriebe. Da es sich bei bio-veganem Anbau demnach noch um eine Nische innerhalb der Biobewegung handelt, fehlen im deutschsprachigen Raum noch jegliche formale überbetriebliche Organisationsstrukturen. Verbraucher_innen im deutschen Sprachraum können noch nicht unterscheiden, ob ihre veganen Lebensmittel auch durchweg in einer veganen

Produktionskette produziert wurden oder nicht, Landwirt_innen wiederum haben auf dem Biomarkt noch keine Möglichkeit, dieses Produktmerkmal hervorzuheben (METTKE 2015b). Während in Großbritannien bereits eine Kontrolle des bio-vegane Anbaus und eine Zertifizierung der Betriebe möglich ist, gibt es in Deutschland, der Schweiz und Österreich zwar das - eher als Informations- und Vernetzungsplattform gedachte - Biologisch-Vegane Netzwerk für Landwirtschaft und Gartenbau, allerdings keinen Anbauverband (VGÖ 2016c). Es kann nach MAYNTZ (1963, S.7) folglich argumentiert werden, dass ein "kontinuierliches Zusammenwirken zahlreicher Menschen zu einem spezifischen Zweck der Organisation bedarf". Unter dem Motto „Nutztierfreie Landwirtschaft als Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz - Gemeinsam den Boden bereiten“ brachten die vom Bio-Vegane Netzwerk organisierten Bio-Vegane Landbautage vom 12.-14. November 2015 erstmals Stakeholder_innen der bio-vegane Bewegung zusammen und es entstand der Wunsch nach einer Formalisierung dieser. Bisher blieb jedoch unklar, wie eine solche vonstatten gehen kann, welche Möglichkeiten der überbetrieblichen Organisation für diese spezielle Bewegung existieren und welche Herausforderungen und Potenziale damit einhergehen. Außerdem ist der Forschungsstand zu aktuellen Organisationsstrukturen in der Bewegung des deutschsprachigen Raumes ungenügend.

Die übergeordnete Frage der Arbeit lautet somit: Welche möglichen Wege gibt es aus Sicht relevanter Akteur_innen, die lose Bewegung um den bio-vegane Landbau im deutschsprachigen Raum zu formalisieren? Im ersten Schritt soll nach einer theoretischen Beschäftigung mit bio-vegane Landwirtschaft, sowie Organisation und Organisationsformen in der Landwirtschaft die Frage geklärt werden, welche Organisationsstrukturen es überhaupt schon in der bio-vegane Landbaubewegung gibt und wie sich andere Bewegungen im Biobereich formalisiert haben. Weitere konkretere Fragen im Sinne der übergeordneten Frage lauten: Welche Ideen zur Findung einer formalen Organisationsform für die bio-vegane Landbaubewegung haben interne sowie externe Expert_innen? Welche Potenziale und Herausforderungen sehen sie dabei?

Ziel der Masterarbeit ist eine **Erfassung des Ist-Zustandes** der Organisationsstrukturen innerhalb der bio-vegane Landbaubewegung und deren Akteur_innen im deutschsprachigen Raum und eine **Einordnung dieser aus**

organisationstheoretischer Sicht unter Berücksichtigung ähnlicher Bewegungen im Biobereich. Außerdem sollen durch die Expert_innengespräche im bio-veganen Umfeld sowie im externen Umfeld innerhalb des Biobereichs verschiedene **Möglichkeiten der Formalisierung** der bio-veganen Landbaubewegung sowie die jeweiligen **Vorteile und Herausforderungen** aufgezeigt werden. Basierend auf den Ergebnissen der Gespräche sollen daraufhin **Strategien und Empfehlungen für die Bewegung** als konkrete Schritte formuliert werden.

2 Die bio-vegane Landwirtschaft

2.1 Definition und Hintergründe

Der Begriff „bio-vegan“ setzt sich aus den Begriffen „*biologisch*“ und „*vegan*“ zusammen (VGÖ 2016a). „*Biologisch*“ ist in diesem Falle gleichzusetzen mit „ökologisch“ und meint die Berücksichtigung der EG-Öko-Verordnung und damit der Grundsätze des Ökolandbaus wie enge Stoffkreisläufe und den Verzicht auf synthetische Düngemittel, Pestizide und gentechnisch veränderte Organismen (EG-ÖKO-BASISVERORDNUNG Nr. 834/2007, Artikel 4, S.15-16; VGÖ 2016a). „*Vegan*“ ist ein Begriff, welcher bereits 1944 und vertieft 1979 in Großbritannien von der Vegan Society geprägt wurde und der sich auf den Veganismus bezieht (VEGAN SOCIETY 2016b). LARSSON et al. (2003, S.61) beschreiben diesen als extremste Form des Vegetarismus, welcher den völligen Verzicht auf den Konsum und die Nutzung tierischer Produkte impliziert. Veganer_innen sind somit nach RENTSCH (2015, S.20) "Menschen, die keine tierischen Produkte essen, die auf Fleisch, Milch, Eier und Honig verzichten und darauf achten, dass sie keine Kleidung aus Leder oder Seide tragen." In Deutschland ernähren sich laut der BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2015a) circa 900.000 Menschen, das ist mehr als 1% der deutschen Bevölkerung, vegan. STATISTA (2016) gibt für die Schweiz (2006) 5% und für Österreich (2006/2007) 3% vegetarisch oder vegan lebende Menschen an. Zu den Gründen für die Entscheidung für den veganen Lebensstil schreibt die VEGAN SOCIETY (2016a): „Preventing the exploitation of animals is not the only reason for becoming vegan, but for many it remains the key factor in their decision to go vegan and stay vegan.“ JOY (ehem. ZÖSCH, 2014) nennt als Motive ethische Überlegungen, positive Effekte auf die Gesundheit sowie die Zusammenhänge des Fleischkonsums mit dem Klimawandel und dem Welthunger. MERTZ (2015, S.293) identifiziert die „ethischen Abgründe und ökologischen Folgen der Massentierhaltung sowie [...] gesundheitliche Gründe“ als die Motivation der Veganer_innen. Mehrere Studien belegen, dass für Veganer_innen vor allem tierethische Gründe neben gesundheitlichen und anderen Argumenten eine entscheidende Rolle spielen (RADNITZ et al. 2015, S.31; DWYER 1991 und ZAMRIR 2004 zit. nach MARANGON et al. 2016, S.158f). WALDMANN (2005, S.4) betont, dass es sich bei dem Begriff Veganismus nicht nur um eine Ernährungsform, sondern eine spezielle Philosophie und Lebensweise handelt. Zieht

man nun die Definition des Begriffes „vegan“ der Vegan Society aus dem Memorandum von 1979 heran,

“... soweit wie möglich und praktisch durchführbar, alle Formen der Ausbeutung und Grausamkeiten an Tieren für Essen, Kleidung oder andere Zwecke zu vermeiden und darüber hinaus die Entwicklung tierfreier Alternativen zu fördern, was dem Nutzen der Tiere, Menschen und der Umwelt dienen soll” (frei übersetzt durch den BUND FÜR VEGANE LEBENSWEISE E.V., kurz: BVL, 2016a),

so sollte hier, wie das Biologisch-Vegane Netzwerk für Landwirtschaft und Gartenbau (kurz: BVN, vgl. Kapitel 5.1) fordert, auch die Landwirtschaft einbezogen werden (METTKE 2015a, S.137), denn ein veganes Lebensmittel entsteht selten in einer veganen Produktionskette (BONZHEIM/METTKE/RIEKEN 2014, S.35; METTKE 2015a, S.137). Eine Nutzung von Tieren und deren Dung in der Landwirtschaft ist jedoch für einige tierethisch motivierte Veganer_innen ebenso wenig akzeptabel wie der Konsum tierischer Produkte (VISAK 2007, S.194; BELLER 2015; VON 2016). MARANGON et al. (2016, S.159) heben hervor, dass der vegane Lebensstil auch in andere Lebensbereiche getragen wird und damit auch ethische, ökologische und spirituelle Hintergründe hat. Wie die Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt (kurz: ASS, 2014) betont, wächst die Zahl der Konsument_innen, die „sich über eine vegane Lebensweise gegen jegliche Züchtung, Haltung und Verarbeitung von 'Nutztieren' aussprechen“, kontinuierlich. Eine „wirtschaftliche Tierhaltung“ sei „mit der veganen Idee unvereinbar“, so auch Sebastian Joy (ehem. Zösch) vom Vegetarierbund Deutschland e.V. (kurz: VEBU) (SCHATTENMANN 2015). Jedoch ist nach METTKE (2015a, S.137) die Verwendung von tierischen Düngemitteln wie Gülle und Mist sowie tierischen Handelsdüngern aus der industriellen Tierhaltung wie bspw. Hornspäne oder Haarmehlpellets auch im Ökolandbau üblich und in der Bioverordnung ausdrücklich erlaubt (DURCHFÜHRUNGSVERORDNUNG (EG) Nr. 889/2008, S.120). Das Vegan Organic Network (kurz: VON, vgl. Kapitel 5.4.1) hält es jedoch für wichtig, dass Veganer_innen sich sicher sein können, dass ihre Nahrungsmittel nicht mit der Tierindustrie in Verbindung stehen (VON 2016). Die bio-vegane Landwirtschaft zeigt, so BRÜNJES/LAMLA/TSILIMEKIS (2015, S.294), „einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Weg der Landnutzung auf [...], ohne

dass dabei sogenannte Nutztiere gehalten oder deren Mist oder Körperbestandteile als Dünger verwendet werden“. Bio-veganer Landbau stellt daher eine Alternative zum klassischen Ökolandbau dar, indem dieses Anbaukonzept die o.g Grundsätze des Veganismus mit den positiven Aspekten des ökologischen Anbaus verbindet. VISAK (2007, S.195) definiert vegane Landwirtschaft folgendermaßen:

„Vegan agriculture is agriculture without animal production, such as meat, dairy or eggs and without the use of manure that results from animal production.“

Nach einer Befragung drei bio-vegan wirtschaftender Betriebsleiter_innen durch BONZHEIM (2014, S.51) bezeichnet die bio-vegane Landwirtschaft einen

„ökologischen Landbau ohne Nutztierhaltung und ohne tierische Betriebsmittel, im welchem eine völlige Entkopplung vom Sektor der sogenannten tierischen Produktion angestrebt wird.“

Bio-vegane Landwirt_innen vermeiden laut dieser Befragung aus einer tierethischen Überzeugung heraus jegliche Zufuhr von Elementen aus der Nutztierhaltung in den Betriebsablauf (BONZHEIM 2014, S.51). WYTEK, Mitbegründer des Biologisch-Veganen Netzwerks, stellt jedoch klar, dass es keinen bio-veganen Hof ohne Tiere gibt: „Das Bodenleben ist ein besonders wichtiger Faktor für dauerhafte Bodenfruchtbarkeit. Der entscheidende Unterschied zwischen den Nutztieren und jenen unter der Erde: Die Tiere im Boden werden nicht gehalten - sie sind frei. Vieh z.B. wird hingegen im Allgemeinen eingesperrt und 'genutzt'. Das widerspricht dem Recht der Lebewesen auf Freiheit, Unversehrtheit und Leben“ (WYTEK 2003/2004, S.13). Die Ausgliederung tierischer Bestandteile bezieht sich also vorwiegend auf sogenannte Nutztiere und nicht auf Wildtiere oder das Bodenleben (VGÖ 2016b).

2.2 Grundsätze des bio-veganen Systems

Die wichtigsten Ziele und Grundsätze des bio-veganen Landbaus fasst das BVN wie folgt zusammen:

„Im bio-veganen Landbau werden [...] keine Tiere gehalten und auch keine Produkte

aus Tierhaltung oder -schlachtung verwendet [...]. Dezentrale Strukturen, eine möglichst regionale Erzeugung und Vermarktung, Ressourcenschonung und Förderung der Artenvielfalt sind weitere Handlungsmaximen“ (VGÖ 2016a).

Als Alternative zu tierischen Düngemitteln kommen im bio-veganen System zur Förderung der Bodenfruchtbarkeit vor allem die Gründüngung, Mulch sowie rein pflanzlicher Kompost zur Anwendung (BELLER 2015, S.26; HEINE 2015, S.18-39; METTKE 2015a, S.138; VON 2015, S.3). Die Zufuhr von organischem Material und der Anbau von Zwischenfrüchten sowie Untersaaten sind wesentliche Elemente zur Vermeidung von Erosion und Nitrat auswaschung sowie zur Sicherung einer angemessenen Stickstoffverfügbarkeit, Bodenstruktur und -fruchtbarkeit (INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHEN LANDBAU 2007; METTKE 2015b, S.138; VON 2015, S.2;). Für die Bodenfruchtbarkeit essentiell ist zudem der Anbau von Leguminosen, vor allem Klee- oder Luzernegrass (HALL/TOLHURST 2006, S.18-19; INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHEN LANDBAU 2007, S.2; BEDNARCZYK 2014; BONZHEIM 2014, S.37 und S.39; METTKE 2015a, S.138). Die Produktivität hängt nach einer Studie des INSTITUTS FÜR ÖKOLOGISCHEN LANDBAU (2007, S.14) in einem System ohne tierische Düngemittel erheblich von Bodenmikroben, wie dem Mykorrhiza-Pilz und den Knöllchenbakterien an der Leguminosenwurzel, ab, weshalb auf Futterleguminosen in der Fruchtfolge nicht verzichtet werden sollte (SCHMIDT 2003, S.5; ALVERMANN 2004, S.12; SCHULZ et al. 2013, S.23; BONZHEIM 2014, S.57). Diese können zur Herstellung von Pellets, zur Kompostierung, als Mulch oder Biogas-Substrat verwendet werden (HALL/TOLHURST 2006, S.18-19; INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHEN LANDBAU 2007, S.2; ZIPPERT/LINDAUER 2011, S.8ff).

Vorgesehen ist im bio-veganen Landbau weiterhin eine Förderung der Artenvielfalt durch Stabilisierung des natürlichen Gleichgewichts in Form von Blühstreifen (vgl. Abb.1), Hecken, Teichen und Bäumen zur Etablierung von Nützlingen (HALL/TOLHURST 2006, S.152-153; BRÜNJES/LAMLATSILIMEKIS 2015, S.294; METTKE 2015a, S.138; VON 2015, S.7). Diese Elemente helfen nach CROPP (2014, S.86), biologischem Ungleichgewicht entgegenzuwirken und beugen somit nachhaltig einem übermäßigen Auftreten sogenannter Schädlinge vor. Außerdem werden weite, langgliedrige Fruchtfolgen und eine große Anbauvielfalt angestrebt (HALL/TOLHURST 2006, S.xiv; ASS 2015, METTKE 2015a, S.138; PALASS 2015,

S.18). Dies dient der Beikrautunterdrückung, sowie der Vermeidung von Krankheiten und sogenanntem Schädlingsbefall (HALL/TOLHURST 2006, S.111ff; METTKE 2015a, S.138).



Abbildung 1: Mischkultur mit Blühstreifen als Nützlingshabitat

Quelle: HIELSCHER 2011

Die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks durch eine nachhaltige Nutzung von Ressourcen, eine Verringerung der produktionsbedingten Umweltverschmutzung sowie lokale Vermarktung ist zudem eine wichtige Maxime der Bewegung (HALL/TOLHURST 2006, S.xiv). Auch soziale Elemente spielen für die bio-vegane Idee eine wichtige Rolle. Es wird bspw. die Direktvermarktung bzw. Community Supported Agriculture (vgl. Kapitel 3.4.2) empfohlen, um eine klare Struktur sowie ein garantiertes Einkommen für die Praktiker_innen zu gewährleisten. Außerdem hat die Verkürzung der Nahrungskette durch eine bio-vegane Produktion auch soziale Folgen, da durch eine Verringerung der sogenannten tierischen Produktion global mehr Menschen ernährt werden können (HALL/TOLHURST 2006, S.8f).

2.3 Motive für den Anbau ohne Nutztiere

Die Motive für das bio-vegane Anbausystem sind vielfältig: In der Bewegung spielt die Versorgung zukünftiger Generationen genauso eine Rolle wie die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks, regionale Wertschöpfung, die Vermeidung von Abfall und des Verbrauchs fossiler Energien (HALL/TOLHURST 2006, S.xiv). Aus Sicht von HALL und TOLHURST (2006, S.6) ist der sinnvollste Weg zur Lösung des steigenden Welthungers, direkt Nahrungsmittel für den Menschen zu produzieren, wo dies

möglich sei. Die Kalorien, die bei der Umwandlung von von pflanzliche in tierische Lebensmittel verloren gehen, könnten heute rein theoretisch 3,5 Milliarden Menschen ernähren (HALL/TOLHURST 2006, S.8f; VISAK 2007, S.196-197; ZUKUNFTSSTIFTUNG LANDWIRTSCHAFT 2013, S.10). Außerdem wird auf die positive Klimawirkung eines bio-vegane Anbausystems verwiesen, da bspw. die Rinderhaltung durch ihren hohen Methanausstoß wesentlich schlechter abschneidet (HALL/TOLHURST 2006, S.5; ZUKUNFTSSTIFTUNG LANDWIRTSCHAFT 2013, S.11). In einer Befragung von drei bio-vegane Betriebsleiter_innen in Deutschland wurden als wesentliche Motive, bio-vegan zu wirtschaften, *tierethische Gründe*, ein *verringertes Ressourcenverbrauch*, der *Klimaschutz* sowie die *Sicherung der Welternährung* genannt (BONZHEIM 2014, S.52ff). CROPP (2014, S.87) nennt ökologische Vorteile durch den geringeren Verbrauch von Wasser und Fläche sowie verminderte Treibhausgasemissionen, aber auch ethische Aspekte, wie weniger Tierleid und Schlachtvorgänge.

2.4 Bio-vegan vs. viehlos

Bio-vegane Betriebe ähneln sogenannten *viehlosen* Öko-Betrieben in den Herausforderungen beim Anbau, heben sich jedoch durch eine intrinsische Motivation, tierische Bestandteile im Betriebskreislauf zu vermeiden, ab (BONZHEIM 2014, S.51; BONZHEIM/METTKE/RIEKEN 2014, S.35). Als *viehlose* Ökobetriebe bezeichnet SCHMIDT (2003, S.6) Betriebe mit weniger als 0,2 Großvieheinheiten (kurz: GVE) pro Hektar, die keine nennenswerte Kooperation mit nutztierhaltenden Betrieben eingehen. Solche Betriebe machen fast 25% der deutschen Ökobetriebe aus (SCHULZ et al. 2013, S.20), in Österreich sind es nach Angaben des österreichischen BUNDESMINISTERIUMS FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (2015, S.55) ca. 17.200 von rund 21.000 Biobetrieben, die Tiere halten. Der Anteil an viehlosen Betrieben dürfte hier also bei 14% liegen. Zudem geht in Österreich die Zahl der Bio-GVE um rund 1% im Jahr zurück (ebd.). Auch in der Schweiz wächst der Anteil viehloser Öko-Ackerbaubetriebe nach TARAMARCAZ und CLERC (2013, S.124) stetig.

Der Verzicht auf die Haltung von Tieren ist hier nach SCHMIDT (2003, S.13) oft durch ökonomische Zwänge oder betriebliche Faktoren motiviert. Ethische Motive spielen im Allgemeinen im Vergleich zu bio-vegan wirtschaftenden Betrieben eher eine untergeordnete oder gar keine Rolle (HALL/TOLHURST 2006, S.2). Bio-vegane

Betriebsleiter_innen rücken dagegen die Tierethik mehr in den Vordergrund als ökonomische Aspekte (FRONING 2015, S.29). Dies wird durch Inkaufnahme ökonomischer Nachteile wie bspw. bei der Verwendung teurerer pflanzlicher Handelsdünger durch vegan motivierte Landwirt_innen deutlich (BONZHEIM 2014, S.51). Viehlose Öko-Betriebsleiter_innen greifen dagegen nicht selten auf Mist oder Gülle von Kooperationsbetrieben, sowie organische Handelsdünger aus Knochen-, Blut-, Horn-, Feder-, oder Haarmehl zurück (CROPP 2014, S.85; BRÜNJES/LAMLÄ/TSLIMEKIS 2015, S.294; METTKE 2015a, S.137; SCHATTENMANN 2015; VGÖ 2016a).

3 Organisationen und Kooperationen in der Landwirtschaft

Um die organisationstheoretische Einordnung (vgl. Kapitel 5) der bio-veganen Bewegung fundiert vornehmen zu können, wird hier ein kurzer Einblick in die Grundlagen von Organisationen, Kooperationen und deren Ausprägungen in der Landwirtschaft gegeben.

3.1 Organisationstheoretische Grundlagen aus der Soziologie und der BWL

3.1.1 Merkmale institutionaler Organisationen

Der Begriff *Organisation* kann auf verschiedenen Ebenen, je nach wissenschaftlicher Disziplin, interpretiert werden (LULEY 1996, S.25). Sie ist in soziologischer, wie auch betriebswirtschaftlicher Hinsicht interessant.

Tätigkeitsorientierte oder funktionale (BLUM 2000, S.3) Organisation meint das „zielorientierte Strukturieren von Ganzheiten“ durch bestimmte Personen und den „Prozess der Entstehung von Ordnung“ (BEA/GÖBEL 2002, S.2-3), während die *instrumentelle* oder strukturelle (BLUM 2000, S.3) Organisation das Ergebnis dessen und damit ein „bewusst und rational geschaffenes Instrument“ darstellt, um gewisse Unternehmensziele zu erreichen (BEA/GÖBEL 2002, S.3). LAUX und LIERMANN (2003, S.1-2) fassen beide genannten Ebenen als *funktionale* Organisation zusammen und unterscheiden diese wiederum vom *institutionalen* Organisationsbegriff, wonach eine Organisation eine bestimmte Art von Institution darstellt (BLUM 2000, S.3; BEA/GÖBEL 2002, S.4).

Vorliegende Arbeit betrachtet vor allem die *institutionale* Organisation, wie sie auch von LAUX und LIERMANN (2003, S.1) verstanden wird: „Die Organisationstheorie beschäftigt sich mit sozialen Gebilden [...], in denen zwei oder mehr Personen miteinander kooperieren, um bestimmte Ziele (besser) zu erreichen“. Die institutionale Organisation wird nach MAYNTZ (1963, S.36) folgendermaßen beschrieben: "Eine Organisation ist ein soziales Gebilde, ein gegliedertes Ganzes, mit angebbarem Mitgliederkreis, mit interner Rollendifferenzierung, auf spezifische Zwecke und Ziele hin orientiert und mindestens der Intention nach rational gestaltet". Was MAYNTZ (ebd.) als „interne Rollendifferenzierung“ bezeichnet, wird von NORTH (1992, S.5, zit. nach BEA/GÖBEL 2002, S.5) als Spielregeln benannt, KIESER und KUBICEK (1983, S.17, zit. nach LULEY 1996, S.30) sprechen von einer „formale[n]

Organisationsstruktur“. Durch die klare Verteilung der Aufgaben in einer Organisation kann deren dauerhafte Erfüllung auch bei einem Mitgliederwechsel gewährleistet werden (MAYNTZ 1963, S.7). Organisationen sind folglich auf Dauer angelegt, bringen gewisse Leistungen (KIESER/KUBICEK 1983, S.244, zit. nach LULEY 1996, S.25) und verfolgen gemeinsame Ziele (NORTH 1992, S.87, zit. nach BEA/GÖBEL 2002, S.5; LAUX/LIERMANN 2003, S.2), die Einzelne in der Form nicht erreichen könnten und sich aus individuellen Bedürfnissen und Motiven einzelner Menschen zusammensetzen (BLUM 2000, S.6; LAUX/LIERMANN 2003, S.3). SCHREYÖGG (1999, S.10, zit. nach BEA und GÖBEL 2002, S.5) verweist weiterhin auf definierte Grenzen des sozialen Gebildes nach außen.

Die folgende Abbildung fasst noch einmal die wichtigsten Merkmale von institutionalen Organisationen zusammen:


<p>Organisationen...</p> <ul style="list-style-type: none">... sind soziale Gebilde,... haben einen Mitgliederkreis von zwei oder mehr Personen,... haben eine strukturierte Arbeitsteilung,... haben Zweck und Ziel(e),... haben klare Grenzen nach außen,... sind auf Dauer angelegt,... bringen bestimmte Leistungen.	
---	---

Abbildung 2: Merkmale von Organisationen

Quelle: eigene Darstellung nach oben zitierten Autor_innen

Formal können sich Organisationen *intern* durch Rechtsformen strukturieren (BALMANN 2001, S.90). Landwirtschaftliche Betriebe sind gewinnorientierte Institutionen mit unterschiedlichen Rechtsformen. Je nach Ausrichtung und Produktionsschwerpunkten des Betriebs sind unterschiedliche Rechtsformen und damit unterschiedliche gesetzliche Rahmenbedingungen sinnvoll (BALMANN 2001, S.99f). Alle formalen Regelungen zur Arbeitsteilung und zur Koordination können als "formale Organisationsstruktur" zusammengefasst werden (KIESER/KUBICEK 1983, S.17, zit. nach LULEY 1996, S.31).

Diese Arbeit betrachtet mögliche Organisationsformen für eine bestimmte landwirtschaftliche Bewegung, deren Praktiker_innen bereits auf betrieblicher Ebene organisiert sind. Daher soll der Fokus im Folgenden vor allem auf **überbetriebliche**

Zusammenarbeit bzw. diejenige zwischen Betrieben und Konsument_innen gelegt werden. BALMANN (2001, S.63 und S.100f) spricht hier von *externer* Organisation, welche die Wechselwirkungen und Beziehungen zur Umwelt des Unternehmens betrachtet. Diese können auch als *Kooperationen* bezeichnet werden (BALMANN 2001, S.101).

3.1.2 Merkmale von Kooperationen

Jede Organisation ist nach ZIMMERMANN (2011, S.8) sowohl mit der Außenwelt verbunden, als auch von dieser abhängig. Aus diesen wechselseitigen Beziehungen können Kooperationen entstehen, die Vorteile bringen. Doch was versteht man unter einer Kooperation?

"Unter Kooperation ist die freiwillige, vertraglich (mündlich oder schriftlich) vereinbarte Zusammenarbeit zwischen selbständig wirtschaftenden Unternehmen zu verstehen" (DOLUSCHITZ 1991, S.31, zit. nach LULEY 1996, S.33; VON DER OELSNITZ 2005, S.186). Dabei bleibt die rechtliche Selbständigkeit der Unternehmen vollständig erhalten (BEA/GÖBEL 2002, S.377). Es kann nach BEA und GÖBEL (2002, S.377) zwischen zwei wesentlichen Kooperationsformen unterschieden werden:

- *Horizontale Kooperation* findet statt, wenn zwei Unternehmen derselben Wertschöpfungsstufe, die häufig in einem Konkurrenzverhältnis zueinander stehen, zusammenarbeiten.
- *Vertikale Kooperation* findet statt, wenn Unternehmen unterschiedlicher Wertschöpfungsstufen, also z.B. Zulieferer_innen und Abnehmer_innen, zusammenarbeiten.

Beide Formen dienen nach BALMANN (2001, S.101) der Umsetzung von Zielen. Diese bestehen meist darin, die Wettbewerbsposition jedes_r Partner_in zu verbessern, indem Ressourcen, Wissen und Fähigkeiten geteilt werden (ZENTES/SWOBODA/MORSCHETT 2005, S.5). Eine freiwillige Kooperation setze voraus, dass sich alle Beteiligten einen Vorteil daraus versprechen, folgert BALMANN (2001, S.105). „Kooperation versucht“, so LULEY (1996, S.35), „die Nachteile kleiner wirtschaftlicher Kapazitäten durch die Zusammenfassung in

größere Einheiten zu kompensieren. Auf diese Weise wird es in vielen Fällen erst möglich, größere Investitionen zu finanzieren oder größere Einheiten rationell zu nutzen.“ BALMANN (2001, S.101) nennt Arbeitsteilung und Synergieeffekte als Anreize zur Kooperation. Folgende Abbildung fasst wesentliche Merkmale von Kooperationen zusammen:


<p>Kooperationen... ... bezeichnen eine freiwillige Zusammenarbeit, ... geschehen unter Erhalt der Selbständigkeit, ... können horizontaler oder vertikaler Art sein, ... ermöglichen Wettbewerbsvorteile oder die Erreichung anderer gemeinsamer Ziele.</p>	
---	---

Abbildung 3: Merkmale von Kooperationen

Quelle: eigene Darstellung nach DOLUSCHITZ (1991, S.31, zit. nach LULEY 1996, S.33) und BEA/GÖBEL (2002, S.377)

3.1.3 Merkmale von Netzwerken

Nach ENDRES (2001, S.104) und SCHUBERT (2008, S.9f) ist die Bedeutung von *Netzwerken* als Organisationsform in den letzten Jahren stark gestiegen. In der Soziologie wird es folgendermaßen beschrieben: Ein *Netzwerk* bezeichnet formal eine begrenzte Menge von Elementen sowie die Menge der zwischen ihnen verlaufenden Kanten. Dabei stehen die Elemente für bestimmte Akteur_innen, während die Kanten Beziehungen zwischen diesen darstellen (JANSEN 2003, S.58, zit. nach PETRAN/RÜB/KASPEREK 2005, S.4; MORSCHETT 2005, S.391). SCHUBERT (2008, S.12) spricht von einer „Kopplung zuvor isolierter Organisationseinheiten zu Netzen“. Dabei spielt vor allem der Prozess der Beziehungspflege eine Rolle (SCHUBERT 2008, S.35), der auch ermöglicht, dass neue Akteur_innen ins System integriert werden. Die Abgrenzung zur *Kooperation* ist schwierig, da diese den Kern eines Netzwerkes bildet (ebd., S.8-10). ZIMMERMANN (2011, S.3f) betrachtet das Netzwerk sogar als Bild von Kooperationssystemen mit „wechselseitiger Verknüpfung der Akteur_innen, d.Verf.“. SÄNGER (2000, S.43) definiert den Begriff konkreter: „Ein Netzwerk ist ein Forum, in dem die Akteur_innen, d.Verf., die als Repräsentant_innen, d.Verf.] ihrer Organisation [...] oder als Einzelperson auftreten und zumeist auf informeller Ebene miteinander kommunizieren. Alle Akteur_innen, d.Verf.] eint ein gemeinsames Handlungsproblem

[...], das sie aus unterschiedlichen, jedoch wechselseitig abhängigen Interessen in einem nicht hierarchischen Raum gleichberechtigt bearbeiten wollen.“ Dabei wird der Zweck des Aufbaus eines Netzwerkes in der Verfolgung eines gemeinsamen Ziels gesehen (SÄNGER 2000, S.44; ENDRES 2001, S.105). ZIMMERMANN (2011, S.6) sieht in Netzwerken einen „Raum für den Austausch von Information, Wissen und Leistungen im Spannungsfeld von Konkurrenz und Kooperation“. Kooperation bringt den Vorteil der Arbeitsteilung und Spezialisierung mit sich, trotzdem besteht ein Konkurrenzverhältnis (LAUX/LIERMANN 2003, S.1). SCHUBERT (2008, S.10) sieht für die Akteur_innen eines Netzwerks den Vorteil, „ihre Ressourcen bündeln, ihre Kapazitäten zu verknüpfen und ihr Leistungsspektrum erweitern zu können“ und bezeichnet deren Beziehung als wechselseitig abhängig (ebd., S.36). Er benennt den weiteren großen Vorteil einer besseren Anpassungsfähigkeit an sich wandelnde Bedingungen (ebd., S.12). Wichtigste Erfolgsfaktoren für den Aufbau eines Netzwerks sieht ENDRES (2001, S.105) in der Entwicklung gemeinsamer Ziele und Visionen sowie der Fähigkeit und der Bereitschaft des Perspektivenwechsels.

Netzwerke...

... sind Formen von Kooperationen,
... sind Foren, in denen Akteur_innen verschiedener Organisationen zusammenkommen,
... dienen der Verfolgung eines gemeinsamen Ziels,
... bringen Vorteile wie Arbeitsteilung, Ressourcenbündelung und Anpassungsfähigkeit.



Abbildung 4: Merkmale von Netzwerken

Quelle: eigene Darstellung nach oben zitierten Autor_innen

Im Folgenden werden einige für die Themenstellung dieser Arbeit relevante Formen von Kooperationen zwischen Organisationen in der Landwirtschaft aufgezeigt.

3.2 Horizontale Kooperationen zwischen Landwirt_innen auf Produktionsebene

Wie bereits in Kapitel 3.1.1 dargelegt, sind je nach Ausrichtung und Produktionsschwerpunkten eines Betriebs unterschiedliche Rechtsformen sinnvoll. Manche Landwirt_innen profitieren von *horizontalen Kooperationen*, sie arbeiten mit anderen Betrieben oder Dienstleistungsunternehmen zusammen, z.B. um der relativ schwachen Marktstellung aufgrund einer meist geringen Unternehmensgröße entgegen zu wirken (LULEY 1996, S.33; KÖHNE 2008, S.133). KÖHNE (2008,

S.133f) macht die ungünstigen Betriebsgrößenstrukturen, vor allem in den alten Bundesländern hierfür verantwortlich. Sie profitieren dann von Ressourcen und/oder Kompetenzen anderer Beteiligten, was wiederum zu höherer Produktivität und einem besseren Absatz führen kann (LULEY 1996, S.35; WEYER 2000, S.2; BEA/GÖBEL 2002, S.379). Solche Verbände werden nach LULEY (1996, S.59) als *Wirtschaftsverbände* bezeichnet, da sie den Unternehmenserfolg der Betriebe verbessern. Zwar stehen die Betriebe zueinander in Konkurrenz, durch Kooperationen wird diesen jedoch eine bessere Marktstellung oder eine kostengünstigere Produktion zuteil (LULEY 1996, S.35). Diese Vorteile nehmen im Ökolandbau einen besonderen Stellenwert ein, da es sich hier oft um kleinere Betriebe mit wenig Personal und schwacher Marktstellung handelt (LULEY 1996, S.33).

Zwei bedeutsame Beispiele für überbetriebliche horizontale Kooperationen sind die *Gesellschaft bürgerlichen Rechts* (kurz: GbR) und die *Gesellschaft mit beschränkter Haftung* (kurz: GmbH). Die GbR dient der Erfüllung eines gemeinsamen, meist wirtschaftlichen, aber auch ideellen Zwecks der einzelnen Gesellschafter_innen, von denen es mindestens zwei geben muss, egal ob juristische oder natürliche Person (DOLUSCHITZ/MORATH/PAPE 2011, S.132ff). Dabei kann ohne notarielle Verpflichtungen ein mündlicher oder schriftlicher Vertrag formuliert werden, der die Zusammenarbeit regelt (ebd., S.132). Eine GmbH hat beliebig viele Gesellschafter_innen, die mit einer Einlage teilhaben können, und ist notariell einzutragen. Das Stammkapital muss mindestens 25.000 Euro betragen und die Gewinne werden anteilig verteilt. Hier wird im Gegensatz zur GbR ausgeschlossen, dass einzelne Gesellschafter_innen persönlich haften (ebd., S.135).

Weitere Beispiele für solche Kooperationen sind Erzeuger_innengemeinschaften oder Maschinenringe (LULEY 1996, S.38).

3.3 Bedarfswirtschaftliche Verbände in der Landwirtschaft

Organisationen, die sich nicht zum Zwecke der Erwirtschaftung eines Gewinns, sondern zur Erreichung eines Sachzieles zusammenschließen, werden nach BEA und GÖBEL (2002, S.410) als *Nonprofit-Organisationen* bezeichnet. Sie erbringen im Vergleich zu gewinnorientierten Unternehmen nach LULEY (1996, S.41) sowie BEA und GÖBEL (2002, S.410) vorrangig spezifische Leistungen für die Mitglieder und

werden daher auch *bedarfswirtschaftlich* genannt. Gewünschte Leistungen werden von der Gruppe benannt und an die Organisation übertragen (SCHWARZ 1984, S.49). Trotzdem sind Nonprofit-Organisationen darauf angewiesen, wirtschaftlich zu bleiben und Einnahmen, z.B. durch Mitgliederbeiträge, öffentliche Zuschüsse oder Gebühren für Dienstleistungen, zu erzielen. Sie brauchen nach BEA und GÖBEL (2002, S.410) Finanzmittel, Arbeitskräfte, Sachmittel und Managementleistungen, um das gesetzte Ziel zu erreichen. Da die Zielerreichung nicht am Gewinn gemessen werden kann und damit eine quantifizierbare Maßgröße als Erfolgsindikator fehlt, kann sie jedoch nur schwer beurteilt werden (SCHWARZ 1984, S.49; BEA/GÖBEL 2002, S.412).

Landwirtschaftliche Verbände gehören zu den *privatwirtschaftlich-bedarfswirtschaftlichen Nonprofit-Organisationen*, da sie eine nicht-erwerbswirtschaftliche Zielsetzung haben und weder staatswirtschaftlich noch karitativwirtschaftlich einzuordnen sind (SCHWARZ 1984, S.24; LULEY 1996, S.47f). Sie dienen vor allem als Interessenvertretung von Landwirt_innen nach außen sowie der Erfüllung von Leistungen für die Mitglieder nach innen. Sie können in der Landwirtschaft nach LULEY (1996, S.47) ebenfalls als *horizontale Kooperation* verstanden werden. Dabei behält jedes Mitglied seine Eigenständigkeit, jedoch werden Teilaufgaben an den Verband abgegeben und durch diesen Formen der Unterstützung angeboten. Die Mitglieder wirken jedoch auch, haupt-, neben- oder ehrenamtlich, aktiv bei der Durchführung dieser Aufgaben mit und zahlen zudem Mitgliedsbeiträge (LULEY 1996, S.49f). LULEY (ebd., S.47) bezeichnet Verbände daher auch als *mitgliedergetragene Organisationen*. Die Charakteristika von Verbänden zeigt Abb.5 zusammenfassend:

Verbände...

- ... sind Nonprofit-Organisationen,
- ... finanzieren sich durch Mitgliederbeiträge,
- ... unterstützen ihre Mitglieder durch besondere Leistungen,
- ... vertreten die Mitglieder nach außen,
- ... sind auf Dauer ausgerichtet.



Abbildung 5: Merkmale von Verbänden

Quelle: eigene Darstellung nach SCHWARZ (1984, S.55f) und LULEY (1996, S.50)

Die *Anbauverbände* werden von LULEY (1996, S.145) als die bedeutendsten

Erzeuger_innenzusammenschlüsse im Ökolandbau betrachtet. Die meisten Biobetriebe in Deutschland sind laut der BLE (2015b) in einem von insgesamt neun Öko-Verbänden organisiert. Diese sind dem Dachverband Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (kurz: BÖLW) untergeordnet (BMEL 2016, S.11; BÖLW 2016a). In der Schweiz vereint der nationale Dachverband Biosuisse alle schweizer Biolandbau-Organisationen sowie 90% der Biobetriebe und bietet eigene Richtlinien und die sogenannte "Knospe" als Markensymbol (BIO SUISSE 2016a). Auf kantonaler Ebene repräsentieren wiederum die Mitgliederorganisationen von Bio Suisse den Dachverband (BIO SUISSE 2016b). In Österreich ist Bio Austria die Interessenvertretung aller Biobäuer_innen und verfügt über eigene Richtlinien (BIO AUSTRIA 2016). Die International Federation of Organic Agriculture Movements (kurz: IFOAM) als internationaler Dachverband der gesamten Biobewegung erarbeitet und aktualisiert unter anderem die weltweit anerkannten internationalen Basisrichtlinien zum Ökolandbau und koordiniert die Forschung (BLE 2015c).

Ökologische Anbauverbände übernehmen spezifische Aufgaben, wie eine umfassende Beratung, bspw. zur Produktionstechnik in der pflanzlichen und tierischen Produktion, zur Landtechnik und Baufragen, Betriebswirtschaft und Vermarktung, Sozioökonomik, Umweltschutz usw. (KÖHNE 2008, S.170f). Außerdem erbringen Verbände durch die Vergabe, die Bekanntmachung und den patentrechtlichen Schutz des entsprechenden Verbands- und Warenzeichens eine wichtige Leistung, da die Landwirt_innen dieses nutzen können, um ihre Erzeugnisse zu kennzeichnen (LULEY 1996, S.159; BLE 2015b). Die Ausarbeitung von Informationen zum ökologischen Landbau, Forschung und Kontrolle der Einhaltung der Verbandsrichtlinien - zusätzlich zur Kontrolle nach den EU-Rechtsvorschriften (BLE 2015d) - sind weitere wichtige Aufgabenbereiche der Bioverbände. Sie fungieren zudem als politische Interessenvertretung und bieten fachliche Weiterbildung und Austausch unter den Mitgliedern (LULEY 1996, S.159).

Formal sind diese als Vereine organisiert (LULEY 1996, S.50 und S.160). Vereine werden im Vereinsregister des zuständigen Amtsgerichts eingetragen und damit rechtsfähig. Es werden sieben Gründungsmitglieder sowie ein gewählter Vorstand benötigt, um einen solchen zu gründen, außerdem muss eine Satzung formuliert werden. Die Mitglieder sind verpflichtet, Vereinsbeiträge zu bezahlen und haben ein Stimmrecht in der Mitgliederversammlung, welche vorgeschrieben ist (LULEY 1996,

S.160; DOLUSCHITZ/MORATH/PAPE 2011, S.136f). Durch die Möglichkeit, als gemeinnützig anerkannt zu werden, können steuerliche Vorteile in Anspruch genommen werden (LULEY 1996, S.160).

3.4 Organisation von Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen

„Organic food systems must operate in a transparent and trustworthy way in order to be successful. When there is no trust, the higher price of organic products becomes even less acceptable“ (PADEL et al. 2008, S.29). Mit diesem Zitat machen die Autor_innen einer Studie über „Farmer-Consumer Partnerships“ deutlich, wie wichtig eine transparente Produktion und die Schaffung von Vertrauen bei den Abnehmer_innen für die Vermarktung von vergleichsweise meist teureren Bio-Lebensmitteln ist. Die allgemeine Unsicherheit bei Verbraucher_innen, die durch immer wieder auftretende Lebensmittelskandale sowie ökologische Krisen mehr und mehr zunimmt (WIRTHGEN/MAURER 2000, S.17; ALBERTS 1992, S.25, zit. nach WIRTH 2003, S.19), führt dazu, dass die Forderungen nach mehr Informationen zur Produktqualität und ökologischen Aspekten der Produktion über eine Zertifizierung, Kontrolle und Standards bei den Konsument_innen größer werden (PADEL et al. 2008, S.29f; WIRTH 2003, S.11f; LASSAUT/SYLVANDER 1997, S.242). Ideelle Werte und Nachhaltigkeitsaspekte werden für Verbraucher_innen und deren Kaufentscheidung immer wichtiger (WIRTHGEN/MAURER 2000, S.17). Auf der Produzent_innen-Seite wiederum wird eine zunehmende Verantwortung für Produktqualität, gesunde Lebensmittel, den Schutz der Artenvielfalt und der Umwelt, außerdem für die Gesundheit der Abnehmer_innen und zukünftiger Generationen wahrgenommen (PADEL et al. 2008, S.30) und daher die Notwendigkeit gesehen, über die "hohe ökologische Qualität [...] [der, d. Verf.] Produkte zu informieren" (ALBERTS 1992, S.25, zit. nach WIRTH 2003, S.19).

Auch zwischen Produzent_innen und Konsument_innen gibt es folglich eine Beziehung, welche auch angelehnt an BEA und GÖBEL (2002, S.377) als vertikale Kooperation betrachtet werden kann (vgl. Kapitel 3.1.2). Die Vertrauensbeziehung zwischen Konsument_innen und Produzent_innen und drei verschiedene Gestaltungsformen dieser sollen im Folgenden in den Fokus gerückt werden.

3.4.1 Das EU-Bio-Siegel und privatwirtschaftliche Siegel

Wie oben beschrieben, dienen Siegel der Transparenz für die Verbraucher_innen. Neben der staatlich geregelten Bio-Zertifizierung, mit denen Erzeugnisse gekennzeichnet werden können (vgl. Abb.6), die nach der EG-ÖKO-BASISVERORDNUNG produziert wurden (WIRTH 2003, S.21), gibt es auch *privatwirtschaftliche Siegel und Richtlinien*, bspw. die Richtlinien und Warenzeichen der Anbauverbände (BLE 2015b) (vgl. Kap. 3.3). Jegliche Biorichtlinien, ob behördlich oder privat, die durch die internationale Biobewegung als „organic“ bestätigt werden, können in der „Family of Standards“ der IFOAM gelistet werden (IFOAM 2016a).



Abbildung 6: EU-Bio-Siegel

Quelle: LASELVA TOSKANA FEINKOST
VERTRIEBS GMBH (2016)

Die EU-Öko-Verordnung bildet stets die Grundlage für alle weiteren Bio-Standards im europäischen Raum (BLE 2015d), allerdings gehen die betrieblichen und ökologischen Anforderungen der Verbandsrichtlinien oft über die Vorgaben der europäischen Öko-Verordnung hinaus, weshalb sie für besonders hohe Qualität stehen (BMEL 2016, S.11). Die Einhaltung der EU-Bio-Richtlinien wird in Deutschland durch staatlich überwachte private Kontrollstellen sichergestellt (BMEL 2016, S.10). Es liegt allerdings, wie PADEL et al. (2008, S.41) feststellen, eine Diskrepanz zwischen den Erwartungen der Verbraucher_innen an die biologische Erzeugung und den Standards des Biosiegels vor. Viele Landwirt_innen nehmen dies als Chance wahr, auf ihren Produkten durch ein weiteres Siegel eine über die Anforderungen des EU-Bio-Siegels hinausgehende Qualität zu kommunizieren. Erzeuger_innen, welche besonders gesunde, ethische oder umweltfreundliche Lebensmittel produzieren, haben ein Interesse daran, dieses Produktmerkmal hervorzuheben und damit ggf. auch ein Bewusstsein bei Verbraucher_innen für den

Mehrwert zu schaffen, welches zuvor evtl. noch nicht vorhanden war (LASSAUT/SYLVANDER 1997, S.244-246).

3.4.2 Direktvermarktung und Community Supported Agriculture

Neben des Einsatzes eines transparenten Labels, das die Einhaltung gewisser Produktionsrichtlinien gewährleistet und vor allem bei der Vermarktung an den Groß- und Einzelhandel sinnvoll ist, besteht die Möglichkeit, Formen der Direktvermarktung zu nutzen, um noch mehr Nähe zu den Verbraucher_innen herzustellen (WIRTH 2003, S.81). Dies wird bereits von vielen Ökobetrieben, besonders dort, wo andere Absatzwege zu Öko-Preisen nicht vorhanden sind, realisiert (WITHGEN/MAURER 2000, S.16). WIRTHGEN und MAURER (ebd., S.17) führen an, dass es "hier am ehesten gelingt, im direkten Kund_innen, d. Verf.]gespräch die Erzeugung und Verarbeitung transparent zu machen und dadurch neues Vertrauen aufzubauen." Direkter Kontakt zwischen Produzent_innen und Konsument_innen, Ehrlichkeit und Transparenz sind vertrauensbildende Faktoren (PADEL et al. 2008, S.29).

Eine Möglichkeit, diesen direkten Kontakt noch konsequenter umzusetzen, bildet die sogenannte *solidarische Landwirtschaft*. Die solidarische oder gemeinschaftsgetragene Landwirtschaft, kurz Solawi, englisch: Community Supported Agriculture (kurz: CSA), ist ein neues, alternatives Wirtschaftsmodell, welches sich seit den 1980er Jahren nicht nur in den Vereinigten Staaten, sondern auch im deutschen Sprachraum verbreitet (WELBERS 2015, S.41). Es bietet Landwirt_innen oder auch Gärtner_innen die Möglichkeit, sich von den Marktgesetzen unabhängig zu machen, indem sie eine eigene Wirtschaftsgemeinschaft mit Verbraucher_innen eingehen. Diese garantieren die Abnahme der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und finanzieren die Produktion vor, indem sie einen monatlichen Betrag auf Grundlage einer vorausgegangenen Jahresbedarfsrechnung an den Betrieb bezahlen. Damit werden sowohl die Kosten als auch das Risiko aufgeteilt, was dem_r Landwirt_in Planungssicherheit und ein gesichertes Einkommen ermöglicht. Außerdem kann der_die Landwirt_in frei von Marktzwängen eine bedürfnisorientierte landwirtschaftliche Praxis walten lassen, die den individuellen Vorstellungen beider Parteien entspricht. Die Abnehmer_innen der Produkte haben vollständige Transparenz, erhalten qualitativ hochwertige sowie regionale Lebensmittel und profitieren von der Möglichkeit, auf dem Betrieb

mitzuwirken und Abläufe des Anbaus ihrer Nahrungsmittel kennenzulernen (SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. 2016a). Ehrenamtliche Mitarbeit auf den Betrieben ist erwünscht oder sogar verpflichtend (WELBERS 2015, S.41). Die Anbauplanung erfolgt meist gemeinsam und die Verantwortung wird geteilt (SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. 2016a). Die meisten CSA-Betriebe werden laut der BLE (2015e) ökologisch bewirtschaftet.

3.4.3 Partizipative Zertifizierungsansätze

Eine weitere Möglichkeit, auf partizipativer und vertrauensvoller Basis zu wirtschaften, bietet die Gruppenzertifizierung oder andere Netzwerk-Ansätze. Es liegen laut der IFOAM (2016b und 2016c) drei unterschiedliche Arten der Zertifizierung vor:

- Die *third party certification*,
- die *group certification* und
- das *participatory guaranty system*.

Bei der *third party-Zertifizierung* kontrolliert und zertifiziert eine unabhängige Zertifizierungsstelle nach festgelegten Richtlinien gegen eine Gebühr, daraufhin kann das Produkt gelabelt werden (OXFORD UNIVERSITY PRESS 2016; BLE 2016).

Die *Gruppen-Zertifizierung* oder grower-to-grower-Zertifizierung basiert darauf, dass Landwirt_innen gemeinsam Richtlinien erarbeiten, um sich dann gegenseitig zu kontrollieren. Eine Gruppe von Landwirt_innen implementiert ein internes Kontrollsystem, eine unabhängige Zertifizierungsstelle sichert lediglich den reibungslosen Ablauf und delegiert die eigentliche Kontrolle an ein Mitglied der Erzeuger_innengruppe (IFOAM 2016c).

Das *participatory guarantee-System* ist ein lokal fokussiertes Qualitätssicherungssystem. Es zertifiziert Produzent_innen „auf Basis von aktiver Partizipation der Interessensvertreter_innen, d. Verf.] und [ist, d. Verf.] auf einem Fundament von Vertrauen, sozialen Netzwerken und Wissensaustausch gebaut“ (IFOAM 2016b). Es eignet sich für die kleinbäuerliche Landwirtschaft mit eher vertrauensvollen Strukturen und stellt eine kostengünstige Möglichkeit für Betriebsleiter_innen dar, eine kontrollierte biologische Qualität durch ein Label

anbieten zu können. Grundsätze sind Partizipation, eine gemeinsame Vision, Transparenz, Vertrauen und flache Hierarchien (IFOAM 2008, S.4-8). Diese Form der Zertifizierung ist nicht für große anonyme Märkte angelegt, sondern bietet den Vorteil, den bürokratischen und kostspieligen Weg über eine unabhängige Zertifizierungsstelle umgehen zu können (ebd., S.9). Teilhaber_innen am Entwicklungsprozess von Standards können Produzent_innen, Konsument_innen, Verarbeiter_innen, Händler_innen und NGOs sein (ebd., S.4), weshalb sich dieses Verfahren gut für Graswurzelbewegungen und lokale Initiativen eignet (ebd., S.16).

4 Methodische Vorgehensweise

4.1 Literaturrecherche

Zunächst wurde eine umfangreiche Literaturrecherche zu den Themenbereichen „Bio-vegane Landwirtschaft“ (vgl. Kapitel 2) und „Organisationen und Kooperationen in der Landwirtschaft“ (vgl. Kapitel 3) durchgeführt. Dabei wurde auf Online-, Zeitschriften- und Literaturquellen, sowie auf studentische (Abschluss-) Arbeiten und Tagungsbände zugegriffen. Bis auf das Standardwerk „Growing Green“ (HALL/TOLHURST 2006), einen Projektbericht der Leuphana Universität Lüneburg (ARNDT et al. 2015) und die voraus gegangene Bachelorarbeit der Autorin (BONZHEIM 2014) liegen zur bio-vegane Landwirtschaft leider nur wenige wissenschaftliche Quellen vor.

Anhand dieser Recherche wurde die organisationstheoretische Einordnung (s. Kapitel 5) vorgenommen. Dabei wurden die theoretischen Inhalte des 2. Kapitels mit denen des 3. Kapitels in Bezug gesetzt und ein Zwischenfazit erstellt, an welches die qualitative Forschung anknüpft. Fragen, welche die Literaturrecherche nicht beantworten konnte, sind:

Welche Formen der überbetrieblichen Organisation sind denkbar für die bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum? Sind eine Zertifizierung und ein Labeling aus Sicht der Akteur_innen notwendig und erwünscht? Und wenn ja, welche Art der Zertifizierung ist geeignet? Wie könnten bio-vegane Verbraucher_innen-Konsument_innen-Beziehungen aussehen?

4.2 Qualitativer Forschungsansatz

Der Forschungsansatz der darauf folgenden Datenerhebung war qualitativ und offen gestaltet. Qualitative Forschung will beschreiben, erklären, interpretieren und kommt vor allem dann zur Wirkung, wenn keine eindeutige Hypothese aufgrund von mangelnder Datenlage formuliert werden kann (FLICK 2009, S.24f). In o.g. Literaturrecherche wurden zwar Formen von Organisation, sowie die Ist-Situation der Organisationstrukturen im bio-vegane Landbau, identifiziert, jedoch liegt eine Informationslücke bezüglich der Notwendigkeit sowie der Potenziale möglicher überbetrieblicher Organisationsstrukturen für die Bewegung vor. Auf dem jetzigen Stand der Forschung kann noch keine eindeutige Hypothese aufgestellt werden.

Im Forschungsverlauf sollen Sichtweisen und Erfahrungen von einzelnen Personen aufgezeigt und diskutiert werden. Die qualitative Herangehensweise soll ermöglichen, einen Überblick über diverse Sichtweisen zu möglichen Wegen der Formalisierung aufzuzeigen und kann eine Hypothesenbildung herbeiführen. Wenige Untersuchungsteilnehmer_innen wurden gezielt und nach ihrer Relevanz ausgewählt und befragt, um sie in ihrer individuellen Komplexität genau zu analysieren (FLICK 2009, S.24ff). Es liegt nur eine begrenzte Zahl von Befragten vor und die Ergebnisse wollen "über das Untersuchungsmaterial hinaus Gültigkeit" beanspruchen, so FLICK (ebd., S.275). Daher stellt sich die Frage der Verallgemeinerbarkeit und Reproduzierbarkeit der Ergebnisse qualitativer Forschung (GLÄSER/LAUDEL 2010, S.11). Zunächst gelten diese nur für den definierten Kontext der bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum; ob die Ergebnisse auch auf andere Zusammenhänge übertragbar sind, muss anschließend empirisch geprüft werden (ebd., S.276). Wie durch das „Theoretische Sampling“ eine möglichst repräsentative Abbildung diverser Sichtweisen der Grundgesamtheit entstehen soll, wird in Kapitel 4.4 vertieft.

4.3 Das leitfadengestützte Expert_innen-Interview

Expert_innen werden nach GLÄSER und LAUDEL (2010, S.11) als Menschen mit besonderem Wissen definiert. Diese haben eine individuelle Position, sind an einem Vorgang beteiligt, und machen dort persönliche Beobachtungen, weshalb sie eine differenzierte Sichtweise auf den betreffenden Sachverhalt haben (ebd., S.11f). Dieses Wissen macht sich die Sozialforschung zu Nutze und wählt **Expert_innen als Interviewpartner_innen** „als Quelle von Spezialwissen über die zu erforschenden Sachverhalte“ (ebd., S.12). Die Sichtweisen, Einstellungen und Gefühle der Expert_innen dienen also dazu, den Forschungsgegenstand besser verstehen zu können (ebd., S.12f). Da vorliegende Arbeit Wege der Organisation für die bio-vegane Landbaubewegung finden möchte, eignet sich das Expert_inneninterview, um die bio-vegane Landwirt_innen und weitere Akteur_innen der Bewegung zu ihren Sichtweisen und Ideen zu diesem Thema zu befragen und einen ersten Überblick zu gewinnen.

In der qualitativen Forschung kommen meist wenig standardisierte Methoden der Datenerhebung zur Anwendung (ebd., S.41). GLÄSER und LAUDEL (ebd., S.43 und

S.111) empfehlen aufgrund des zunächst unbekanntem Wissens des_r Expert_in das **leitfadengestützte Interview**. Dabei wird mit vorgegebenen Themen und einer Liste von Fragen als Orientierung für das Gespräch gearbeitet, um sicherzustellen, dass der_die Interviewte zu allen relevanten Aspekten etwas sagt (ATTESLANDER 2008, S.125; GLÄSER/LAUDEL 2010, S.42f und S.112). Die Formulierung und die Reihenfolge der Fragen kann variiert werden, auch Nachfragen und zusätzliche Fragen sind, wenn nötig, erlaubt (FLICK 2009, S.114; GLÄSER/LAUDEL 2010, S.42). „Entscheidend für den Erfolg von Leitfaden-Interviews ist, dass der_die, d. Verf.] Interviewer_in, d. Verf.] an den richtigen Stellen noch einmal nachfragt, weiter in die Tiefe geht und gleichzeitig darauf achtet, dass er_sie, d. Verf.] alle für das Thema relevanten Fragen im Interview auch stellt“ (FLICK 2009, S. 114). Verhindert werden soll allerdings eine Beeinflussung der Interviewpartner_innen durch die interviewende Person (LAMNEK 2005, S.364). Fragen wurden deshalb angelehnt an GLÄSER und LAUDEL (2010, S.135f) nicht so formuliert, dass sie eine bestimmte Antwort des Gegenübers generieren wollen. Sie sind nicht nur möglichst neutral, sondern auch klar verständlich und einfach formuliert (ebd., S.135-142).

Für den qualitativen Ansatz der vorliegenden Arbeit ist von großer Bedeutung, dass das Auftauchen von Neuem und Unerwartetem nicht durch standardisiertes Fragen verhindert, sondern durch **offene Fragen** ermöglicht wird (ATTESLANDER 2008, S.134-136), sodass „thematisch relevante Informationen“ durch den_die Interviewpartner_in transportiert werden können (FLICK 2009, S.113). Die gewünschten Informationen sind nicht durch geschlossene Forschungsfragen zu erheben, da nur wenig theoretisches Wissen über mögliche Antworten existiert (ATTESLANDER 2008, S.134-136). Durch das Fehlen von Antwortmöglichkeiten wird dem_der Interviewpartner_in ermöglicht, frei und so ausführlich wie gewünscht zu antworten. Es soll Raum für spezifische und persönliche, tief reichende Beantwortung durch den_die Befragte_n geboten werden (FLICK 2009, S.115). Dann kann der_die Gesprächspartner_in selbst entscheiden, welche spezifischen Inhalte die Antwort einschließt (GLÄSER/LAUDEL 2010, S.131). FLICK (2009, S.25 und S.27) spricht von einem großen Spielraum für die Beteiligten, Schwerpunkte zu setzen, in dem, was sie als wichtig erachten und zum Thema machen und was nicht.

Der Leitfaden (s. Anhang 1) besteht aus einer Einstiegs- sowie einer Schlussfrage (1. und 5. Frage) und drei Themenblöcken (2., 3. und 4. Frage). Der erste Themenblock

fragt zunächst nach Bedarf, Vorteilen und Herausforderungen einer Formalisierung der bio-veganen Landbaubewegung im Allgemeinen sowie nach denkbaren Organisationsformen. Der zweite Themenblock greift die im Kapitel 3.4 beschriebene Produzent_innen-Konsument_innen-Beziehung auf und fragt nach deren Bedeutung. Der dritte Block geht auf die Idee einer Zertifizierung (vgl. Kapitel 3.3) ein und hat zum Ziel, in Erfahrung zu bringen, ob und wie diese gewünscht wird. Die eingerückten Zusatzfragen unterhalb der eigentlichen Frage dienten als Hilfsfragen und wurden je nach gegebener Antwort zusätzlich eingesetzt, um präzisere Antworten zu erhalten. Die Einstiegsfrage dient der Auflockerung, die Schlussfrage bietet Raum für weitere wichtige Informationen, die nicht im Interview Platz fanden.

4.4 Theoretical Sampling nach maximaler Variation

Wie GLÄSER und LAUDEL (2010, S.117) hervorheben, ist es zur Beschaffung aller relevanten Informationen meist sinnvoll, mehrere Akteur_innen zu befragen, da sie zum einen über unterschiedliche Informationen verfügen und diese zum anderen verschieden bewerten. Zudem findet nach GLÄSER und LAUDEL (2010, S.118) unter Einbezug zusätzlicher Interviewpartner_innen eine bessere empirische Absicherung statt. Aufgrund der begrenzt zur Verfügung stehenden Zeit, beschränkt sich die vorliegende Studie auf **sechs Interviewpartner_innen**. Durch die Nischenposition des bio-veganen Landbaus ist damit zu rechnen, dass vier Interviews *innerhalb* der Bewegung ausreichen. Zwei weitere Interviews werden mit Akteur_innen *außerhalb* der bio-veganen Bewegung, jedoch innerhalb des Biosektors, durchgeführt. Konkrete Hinweise, was unter dieser Beschreibung verstanden wird, finden sich weiter unten in diesem Kapitel.

Die zu interviewenden Personen wurden anhand des **theoretical samplings** identifiziert, wonach einzelne Fälle für die Befragung ausgesucht werden (LAMNEK 2005, S.187ff und S.386). Dabei sollen die Expert_innen entweder große Unterschiede oder große Ähnlichkeiten aufweisen (KELLE/KLUGE 1999, S.45f, zit. nach LAMNEK 2005, S.191). In vorliegender Arbeit wird eine **maximale Variation** im Sample angestrebt und der Fokus darauf gelegt, gezielt eine möglichst **große Bandbreite an unterschiedlichen Meinungen** aufzuzeigen (LAMNEK 2005, S.191; FLICK 2009, S.95). Weit auseinander liegende und typische Meinungen weniger Einzelpersonen sollen also möglichst die Gesamtheit in ihrer Unterschiedlichkeit

repräsentieren (LAMNEK 2005, S.192f). Die Typisierung steht somit mehr im Vordergrund als der Anspruch auf Repräsentativität (ebd., S.384). "Durch die Maximierung von Unterschieden", so LAMNEK (ebd., S.191), "wird [...] die Wahrscheinlichkeit erhöht, Heterogenität und Varianz im Untersuchungsfeld abzubilden". Über eine passende Zusammenstellung der Interviewpartner_innen kann jedoch eine potenzielle inhaltliche Repräsentativität erreicht werden, welche im Anschluss empirisch geprüft werden sollte (LAMNEK 2005, S.193; GLÄSER/LAUDEL 2010, S.276). Die Befragungen werden dann beendet, wenn die **theoretische Sättigung** erreicht ist, also keine weiteren neuen und relevanten Informationen mehr genannt werden (LAMNEK 2005, S.191; FLICK 2009, S.94). Die Grundgesamtheit wird in Abb.7 aus HUNZIKER (1995, S.403) im großen Kreis, dem „Sampling Universe“, verbildlicht und mehrere Punkte auf diesem, die an verschiedenen, möglichst weit voneinander entfernten Positionen liegen, werden ausgewählt. Sie stehen für Expert_innen mit unterschiedlichen, aber jeweils typischen Ansichten.

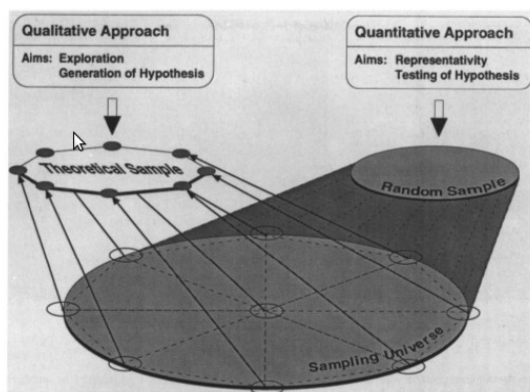


Abbildung 7: Theoretical Sampling nach maximaler Variation
 Quelle: HUNZIKER (1995, S.403)

In der Abbildung ist zum Vergleich noch die quantitative Herangehensweise im kleineren Kreis rechts dargestellt, die darauf abzielt, anhand einer empirischen Forschung mittels einer zufälligen größeren Stichprobe aus der Grundgesamtheit eine bestehende Hypothese zu überprüfen (vgl. ATTESLANDER 2008, S.257f; FLICK 2009, S.87-90).

Die Vorgehensweise ist im Falle dieser Arbeit die folgende: Anhand der vorliegenden Netzwerk-Erfahrung der Autorin wurden wie oben beschrieben vier interne Expert_innen mit unterschiedlichen Ansichten zur Formalisierung ausgewählt. Dabei lehnt sich die Verfasserin an LAMNEK (2005, S.385), welcher feststellt, dass bei der Durchführung qualitativer Interviews meistens informelle Kontakte zu den betreffenden Personen entscheidend für die Auswahl dieser sind. Ziel des Samplings ist, wie oben aufgeführt, möglichst alle verschiedenen Ansichten zu sinnvollen überbetrieblichen Organisationsformen für die bio-vegane Landwirtschaft im deutschsprachigen Raum zu erfassen, der_die Interviewpartner_in bezieht also idealerweise jeweils eine Kontrastposition zum_r vorhergehenden. Es ist davon auszugehen, dass aufgrund der geringen Anzahl an Akteur_innen innerhalb der Nischenbewegung die theoretische Sättigung nach den vier geplanten internen Interviews erreicht wird (vgl. FLICK 2009, S.93f). Da das bio-vegane Netzwerk die einzige soziale Gruppe ist, welche sich ausschließlich diesem Themenfeld widmet, wird neben den Praktiker_innen auch eine Person mit universitärem Arbeitsfeld zur Thematik befragt, welche seit längerer Zeit im BVN aktiv ist. Drei bio-vegan wirtschaftende Praktiker_innen, sowie diese Person aus dem bio-veganen Netzwerk bilden somit die bio-vegane Bewegung ab. Vor den eigentlichen Befragungen fand ein Pretest mit einer weiteren Expertin aus dem BVN statt, woraufhin der Fragebogen noch einmal angepasst wurde.

Tabelle 1 verdeutlicht die Vorgehensweise der Verfasserin. Im Folgenden werden die Abkürzungen I1-I4 (für die internen Befragten) bzw. E1-E2 (für die externen Befragten), die in der jeweils linken Tabellenspalte hinter den Namen zu finden sind, anstelle der Namen verwendet.

Tabelle 1: Qualitativer Stichprobenplan der internen Stakeholder_innen

Quelle: eigene Darstellung

Wer?	Wann?	Rolle?
Bernd Kugelman, I1	25.April 2016, 16.30h-16.50h	bio-veganer Landwirt (D)
Franz Haslinger, I2	28.April 2016, 15.00h-15.45h	bio-veganer Landwirt (A)
Lisa Brünjes, I3	03.Mai 2016, 14.00-14.30h	Aktive im BVN (D)
Lukas Denker, I4	05.Mai 2016, 17.30-18h	Mit-Initiator einer geplanten bio-veganen CSA und veganer Konsument (D)

I1 ist bio-veganer Landwirt in Deutschland, welcher ein Patent auf ein landwirtschaftliches Verfahren zur Herstellung eines bio-veganes Produktes anmeldete (KUGELMANN 2016). Er nahm an den im vergangenen Jahr stattgefundenen Bio-Veganen Landbautagen (vgl. Kapitel 6.1) teil und ist nach eigenen Aussagen sehr an einer Anbauverbandsgründung interessiert. I2 ist bio-veganer Landwirt in Österreich und nahm ebenfalls an den Bio-Veganen Landbautagen 2015 teil. Da eine Vermarktung an den Großhandel stattfindet (BELLER 2015, S.26), war davon auszugehen, dass I2 auch eher zu einer Zertifizierung der bio-veganes Produkte und damit zu einer Formalisierung der Bewegung tendiert. I3 ist Doktorandin an einer landwirtschaftlichen Fakultät und seit langer Zeit im BVN aktiv. In der Berliner Strategiegruppe (vgl. Kapitel 5.1) wurde ihr Wunsch, eher informelle und dezentrale Lösungen für die Bewegung zu finden, deutlich. Auch I4 distanziert sich von Großhandelsstrukturen für die Bewegung, indem er momentan eine bio-vegane CSA in Bandenburg etabliert, für welche er auf den Bio-Veganen Landbautagen 2015 Mitgestalter_innen warb. Er ernährt sich vegan und bildet damit auch die Konsument_innen-Seite ab (DENKER 2013). Somit war damit zu rechnen, dass sich mit wechselnden Interviewpartner_innen zwei verschiedene Grundideen der Organisation für die bio-vegane Bewegung abwechselten. Dies hat sich in den Interviews bestätigt.

Zwei Akteur_innen aus der Bioszene, welche nichts mit der (bio-)veganes Bewegung an sich zu tun haben, stellen das äußere Untersuchungsfeld dar. Hier wurde Wert auf reichlich Erfahrung im Bereich von Formalisierungswegen und Organisation in der Biobewegung gelegt. Tabelle 2 zeigt die Expert_innen, welche nicht Teil der Bewegung sind, jedoch mit ihrer Expertise aus dem Bioverbandsbereich wertvolle Impulse geben können.

Tabelle 2: Qualitativer Stichprobenplan der externen Stakeholder_innen

Quelle: eigene Darstellung

Wer?	Wann?	Rolle?
Prof. Dr. Anna Maria Häring, E1	04.Mai 2016, 10.30-11h	Professorin an der HNEE
Dr. Felix Prinz zu Löwenstein, E2	10.Mai 2016, 11.00-11.30h	Vorsitzender des BÖLW

E1 ist an der HNEE unter anderem im Modul "Politik und Organisationen der

ökologischen Agrar- und Ernährungswirtschaft" als Dozentin tätig. Dort hat sie zudem eine Forschungsprofessur im Gebiet "Politik und Märkte in der Agrar- und Ernährungswirtschaft" inne und ist zudem Studiengangsleiterin des Studiengangs "Ökolandbau und Vermarktung" (HNEE 2016). Sie verfügt folglich über Expertise im Bereich der Organisationen im ökologischen Landbau und der ökologischen Ernährungswirtschaft.

E2 ist Agrarwissenschaftler, Ökolandbauer und Vorsitzender des BÖLW, dem größten Verband landwirtschaftlicher Erzeuger_innen, Verarbeiter_innen und Händler_innen von Bio-Lebensmitteln in Deutschland (BÖLW 2016a) (vgl. Kapitel 3.3) sowie Vorstandsvorsitzender des Naturland-Verbands (BÖLW 2016b).

Um eine gewisse Einheitlichkeit zu gewährleisten, wurden die beiden letztgenannten Interviewpartner_innen anhand desselben Leitfadens befragt, auch wenn davon auszugehen war, dass diese die bio-vegane Landbewirtschaftung nicht unbedingt befürworten.

4.5 Datenerfassung und -aufbereitung

Zunächst wurden die zu Interviewenden per E-Mail informiert und nach ihrer Bereitschaft zur Teilnahme gefragt. Dann wurden Termine für die Interviews vereinbart. Die Expert_inneninterviews wurden daraufhin **telefonisch** durchgeführt. Sich ergebende Nachteile, wie die Tatsache, dass visuelle Informationen wie Körpersprache und Gesprächsatmosphäre nicht mit aufgenommen werden können und es ggf. Störungen geben kann, die nicht zu verhindern sind, wurden für den Vorteil der Zeit- und Kostenersparnis in Kauf genommen (vgl. GLÄSER/LAUDEL 2010, S.153).

"Datenerfassung ist ein unverzichtbarer Bestandteil im Forschungsprozess, um die Güte der Daten und Interpretationen zu sichern", so LAMNEK (2005, S.387). Mithilfe der Lautsprecherfunktion und eines Aufnahmegerätes wurden die Gespräche jeweils aufgezeichnet. Im Interview 5 mit E1 musste durch ein technisches Problem eine Unterbrechung erfolgen, sodass dieses aus zwei Audiodateien besteht, welche aber nahtlos ineinander übergehen. Die Audiodateien wurden im Anschluss wörtlich **transkribiert**, um ein kritisches Nachvollziehen der Daten auf beiliegender CD zu ermöglichen und den erwünschten Grad an Genauigkeit zu gewährleisten (vgl. LAMNEK 2005, S.389f). Vollständiges wörtliches Transkribieren bietet eine gute

Basis für eine ausführliche Interpretation (GLÄSER/LAUDEL 2010, S.193). Nach KUCKARTZ (2012, S.36 und S.136) sind einfache Transkriptionssysteme in den meisten Studien völlig ausreichend, daher wurden Dialektfärbungen, Betonungen, Lautstärke, gedehntes Sprechen, Sprechpausen und zustimmende bzw. ermunternde Lautäußerungen der Interviewerin nicht mit transkribiert. Weiterhin wurden kleine Versprecher, direkt aufeinander folgende Wortwiederholungen, z.B. während des Nachdenkens, sowie Füllwörter wie "ähm", "also", "irgendwie", "halt" und "so" teilweise weggelassen. Äußerungen der Interviewerin wurden im Transkript mit einem "AB", die der sechs Interviewten mit jeweils mit "I1" - "I4" sowie "E1" und "E2" gekennzeichnet. Das Transkript wurde anschließend nochmals in der Rechtschreibung korrigiert, außerdem wurden Zeilennummern eingefügt (s. beigelegte CD). Die Nummerierung der Transkripte und Audiodateien orientiert sich an der zeitlichen Abfolge der Interviews aus obiger Tabelle, bspw. trägt das Interview mit I1 den Namen "Interview 1", "Interview 5" ist jenes mit E1 und Interview 6 wurde mit E2 geführt. I2 legte Wert darauf, das Transkript noch einmal durchsehen zu können, weshalb in das Interview 2 wenige Korrekturen und Ergänzungen, die nachträglich von I2 vorgenommen wurden, eingearbeitet wurden, welche nicht den Inhalt, sondern eher seine Wortwahl betrafen.

4.6 Datenauswertung: Qualitative Inhaltsanalyse

Weiterhin wurde das Datenmaterial mithilfe einer **qualitativen Inhaltsanalyse** zusammengefasst, also auf die Fragestellung bezogen, theoriegeleitet, analysiert und strukturiert (vgl. MAYRING 2010, S.156ff). Hauptzweck dieses Verfahrens ist die Extraktion, bei der anhand eines Rasters die relevanten Informationen aus dem transkribierten Text entnommen werden (GLÄSER/LAUDEL 2010, S.200). Bei einer solchen stellt die **Kategorienbildung** ein Kernelement dar, wobei diese Kategorien stark mit den theoretischen Annahmen über den zu erforschenden Bereich und damit auch der Forschungsfrage verknüpft werden (ATTESLANDER 2008, S.189; GLÄSER/LAUDEL 2010, S.201; MAYRING 2010, S.59). Bei der Interpretation des Textes werden Inhalte einer Kategorie zugeordnet, festgelegte Kategorien helfen somit bei der Strukturierung der Daten und dienen der Nachvollziehbarkeit der Auswertung (GLÄSER/LAUDEL 2010, S.201). Das Kategoriensystem bleibt während der Extraktion offen, das heißt es können während der Analyse immer neue

Kategorien gefunden werden und zur Anwendung kommen (GLÄSER/LAUDEL 2010, S.201).

Es erfolgte in vorliegender Arbeit die Bildung von voneinander unabhängigen, wechselseitig exklusiven und eindeutig definierten, inhaltlichen Kategorien (ATTESLANDER 2008, S.189-190, KUCKARTZ 2012, S.43). Dann wurde eine **Codierung** aller vier Interviews durchgeführt (vgl. KUCKARTZ 2012, S.37): Textstellen, die mit einer bestimmten Kategorie in Verbindung gebracht werden können, wurden von der Verfasserin markiert, und werden laut KUCKARTZ (ebd., S.47-48) als Fundstellen bezeichnet. Da vor der Befragung bereits ein theoretisches Konzept entwickelt und ein Leitfaden erstellt wurde, ließen sich einige Hauptkategorien direkt aus der Forschungsfrage ableiten. Die Vorgehensweise bei den Themenbereichen "Formalisierung", "Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehung" und "Zertifizierung" war also vor allem **deduktiv** und theoriegeleitet (vgl. KUCKARTZ 2012, S.59-60 und S.69). Zusätzlich wurden sogenannte „Subkategorien“ am Datenmaterial bestimmt, folglich **induktiv** gearbeitet, woraufhin eine Recodierung erfolgte (vgl. KUCKARTZ 2012, S.148). Das Kategoriensystem ist im Anhang II einsehbar.

4.7 SWOT-Analyse

Um klarer herauszuarbeiten, welche Chancen und Risiken die aus den Interviews herausgearbeitete Organisationsstruktur impliziert, und wo genau die internen Stärken und Schwächen liegen, erfolgte anschließend eine SWOT-Analyse (**Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threads**), welche üblicherweise im Unternehmensmanagement Verwendung findet. Dabei wird eine Matrix aufgespannt, welche zum einen die Unternehmensumwelt und zum anderen die Unternehmensfaktoren betrachtet. Dann werden beide Achsen weiter unterteilt, indem die Stärken und Schwächen des Unternehmens, sowie die Chancen und Risiken der Umwelt ausdifferenziert werden (MÜLLER-STEVENS/LECHNER 2001, S.166f). Anhand dieser Methode wird es ermöglicht, die Bedingungen im Umfeld der Unternehmung mit den eigenen Stärken und Schwächen in Bezug zu setzen, Anschließend können passende Strategien zur Vermeidung der identifizierten Risiken und zur optimalen Ausnutzung des Potenzials erarbeitet werden (LINK/WEISER 2006, S.122f). Wenn bspw. eine Stärke des Unternehmens auf eine

Umweltentwicklung trifft, so kann sie als Chance gewertet und genutzt werden. Wenn jedoch eine Schwäche auf eine Entwicklung im Umfeld trifft, so ist sie als Gefahr zu bewerten, welche es abzuwehren gilt (LINK/WEISER 2006, S.123; JUNG/BRUCK/QUARG 2011, S.324). Die zu entwerfenden Strategien können in vier Gruppen eingeteilt werden: SO-Strategien (Stärken-Chancen-Strategien) nutzen die Stärken der Unternehmung, um die identifizierten Chancen im Unternehmensumfeld optimal zu nutzen. ST-Strategien (Stärken-Risiken-Strategien) haben dagegen zum Ziel, die möglichen Risiken abzumildern oder zu umgehen. WO-Strategien (Schwächen-Chancen-Strategien) versuchen, die Chancen so zu nutzen, dass die gegebenen Schwächen gemildert werden, während WT-Strategien (Schwächen-Risiken-Strategien) dazu dienen, durch eine Verringerung der Schwächen die Risiken im Umfeld zu reduzieren (MÜLLER-STEVENSON/LECHNER 2001, S.166f). Die SWOT-Analyse hilft also dabei, auf einen Blick zu erkennen, "wo die kritischen Bereiche und die besonderen Vorteile der Idee liegen" (SCHWARZ/KRAJGER/DUMMER 2013, S.192), da eine übersichtliche Darstellung und eine direkte Verknüpfung der wichtigsten Aspekte erfolgt (MÜLLER-STEVENSON/LECHNER 2001, S.166f), weshalb die SWOT-Analyse auch zur Bewertung der Formalisierungsbestrebungen der bio-veganen Bewegung geeignet ist. MÜLLER-STEVENSON und LECHNER (ebd., S.167) sehen bei der SWOT-Analyse als problematisch an, dass keine Hilfestellung bei der Auswahl der Einflussfaktoren und der Setzung von Schwerpunkten geboten wird. Im Falle vorliegender Arbeit werden jedoch von den befragten Expert_innen bereits Chancen und Risiken, sowie Stärken und Schwächen genannt und z.T. auch gewichtet, sodass die SWOT-Analyse vielmehr als übersichtliche Darstellung und Hilfsmittel zur Diskussion bereits genannter Aspekte betrachtet werden kann.

5 Theoretische Ergebnisse: Organisationstheoretische Einordnung der bio-veganen Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum

Folgendes Kapitel möchte die Bewegung um die bio-vegane Wirtschaftsweise (vgl. Kapitel 2) in Zusammenhang mit der in Kapitel 3 erarbeiteten Theorie zu Organisationen in der Landwirtschaft bringen. Es wird daher im Folgenden betrachtet, welche bedarfswirtschaftlichen Strukturen die Bewegung bereits hat, ob es horizontale Kooperationen auf der Ebene der Erzeugung gibt und wie Verbraucher_innen mit bio-veganen Landwirt_innen in Beziehung stehen. Daraufhin sollen andere Bewegungen im Biobereich im Bezug auf deren Formalisierung näher beleuchtet werden, um am Ende dieses Kapitels Meilensteine für die bio-vegane Landwirtschaft herausarbeiten zu können.

5.1 Bedarfswirtschaftliche Organisationen innerhalb der Bewegung

Um die bio-vegane Landwirtschaft und den bio-veganen Gartenbau auch im deutschsprachigen Raum bekannter zu machen, hat sich im Jahre 1999 der österreichische Verein „BioVegan“ (Biologisch-Veganes Netzwerk für Garten- und Landbau), ehemals „VOHAN Austria“, gegründet (WYTEK 2000, S.2). Dieser betrieb die Internetseite biovegan.org, gab bis zum Jahr 2005 regelmäßig die Zeitschrift „Regenwurm“ heraus und arbeitete eng mit dem englischen Vegan Organic Network (vgl. Kapitel 5.4.1) zusammen (VGÖ 2014; VGÖ 2016e; VON 2016); bspw. wirkte der Verein bei der Ausarbeitung der bio-veganen Anbau Richtlinien mit (WYTEK 2000, S.2). „BioVegan“ existiert nicht mehr und hat die Domain der Internetseite der Veganen Gesellschaft Österreich (kurz: VGÖ) übertragen, welche deren Nutzung seit 2011 dem heute länderübergreifenden **Biologisch-Veganen Netzwerk für Landwirtschaft und Gartenbau** (kurz: BVN) überlässt (BONZHEIM/METTKE/RIEKEN 2014, S.37; LAMLA/ROTENBERG 2014, S.8). Dieses versteht sich als „offene Plattform für alle, die bio-veganen Landbau praktizieren oder an der bio-veganen Produktion von Verarbeitungs- oder Verbraucher_innenseite Interesse haben“ (VGÖ 2016a) und möchte eine landwirtschaftliche Lebensmittelproduktion ohne Nutztiere fördern und weiterentwickeln (VGÖ 2016c). Ziel des BVN ist es außerdem, die vegane Bewegung und die ökologische Landwirtschaft zusammenzubringen und Vernetzung zu vereinfachen (VGÖ 2016c). Das deutsch-österreichisch-schweizerische Netzwerk hat

den Begriff „bio-vegan“ maßgeblich geprägt und fordert eine Loslösung vom Dogma der Notwendigkeit der Verwendung tierischen Düngers im Ökolandbau (VGÖ 2016c). Dabei werde nach WYTEK (2003/2004, S.13) nicht „die bio-vegane Landwirtschaft weltweit“, sondern modellhaftes Wirtschaften propagiert.



Abbildung 8: Screenshot der BVN-Homepage

Quelle: VGÖ 2016h

Das BVN bietet eine „Informations-, Austausch- und Vernetzungsplattform“ (BONZHEIM/METTKE/RIEKEN 2014, S.35; VGÖ 2016c) an und informiert auf der Internetseite www.biovegan.org umfassend über die bio-vegane Anbauweise, stellt einen Infopool sowie ein Forum für praktische wie organisatorische Fragen zur Verfügung (vgl. Abb.8) (BONZHEIM/METTKE/RIEKEN 2014; VGÖ 2016a).

Die Netzwerkarbeit beruht auf ehrenamtlichem Engagement einzelner Erzeuger_innen, Kleingärtner_innen, Verbraucher_innen, Studierenden landwirtschaftlich-gärtnerischer Fachrichtungen und Tierrechtsaktivist_innen. Der Austausch erfolgt bisher ausschließlich über einen Mailingverteiler und das Forum (METTKE 2016).

Das BVN ist seit Mai 2015 an den **Bund für Vegane Lebensweise** (kurz: BVL) angegliedert (METTKE 2015c), dessen Logo Abb.9 zeigt.



BVL

*Abbildung 9: Logo
des BVL*

Quelle: VGÖ 2015

Dort bildet es eine teilautonome Untergruppe des Umweltkreises (METTKE 2015c), welcher von Daniel Mettke koordiniert wird, und ist nicht mehr wie zuvor eine „offene, formal nicht organisierte Plattform“ (BONZHEIM/METTKE/RIEKEN 2014). Der BVL ist ein gemeinnütziger Verein, der sich auch durch Regionalgruppen „deutschlandweit dafür ein[setzt], die vegane Lebensweise in ihrem gesamten Umfang bekannt zu machen und zu fördern“ (BVL 2016b). Die Angliederung des Bio-Veganen Netzwerks an den BVL bietet Möglichkeiten der Finanzierung von Projekten, außerdem können durch die Struktur des eingetragenen Vereins andere Maßnahmen in Betracht gezogen werden (METTKE 2015c). Vorrangige Motivation für diese Angliederung ist nach METTKE (2015c), „im deutschsprachigen Raum eine Zertifizierungsstelle für bio-vegane Landwirtschaft zu etablieren“.

Trotzdem fehlen klare Strukturen, da ausdrücklich darauf verwiesen wird, dass eine Mitarbeit im Netzwerk auch ohne eine Mitgliedschaft im BVL möglich ist (METTKE 2015c). Es gibt also weder eine klare Abgrenzung nach außen, noch eine klare Aufgabenverteilung innerhalb des Netzwerks. Dieses stellt zwar ein Forum dar, in welchem verschiedene Akteur_innen mit demselben Ziel, die bio-vegane Wirtschaftsweise zu fördern und weiterzuentwickeln, Ressourcen bündeln. Dies geschieht, aus SÄNGERS (2000, S.43) Perspektive (vgl. Kapitel 3.1.3) auf informeller Ebene. Damit ist das bio-vegane Netzwerk nicht als landwirtschaftliche Organisation, sondern eher als soziale Gruppe einzuordnen (LULEY 1996, S.27).

Zwar kann der BVL als institutionale Organisation betrachtet werden, jedoch wirkt der Verein eher auf der Ebene der Konsument_innen als auf Erzeuger_innenebene und verfügt daher vermutlich kaum über landwirtschaftliches Know-How. Eine

landwirtschaftliche Institution (vgl. Kapitel 3.3) mit klarer Aufgabenverteilung, welche als Interessenvertretung und Leistungserbringer für die Praktiker_innen fungiert oder diesen auf Produktionsebene Kooperationen und damit Vorteile ermöglicht, fehlt also.

Gemeinsam mit der ASS, dem VEBU und anderen Initiativen entstand Anfang des Jahres 2014 die **Berliner Strategieguppe für bio-vegane Landwirtschaft**. Sie möchte Projekte und Aktionen konzipieren, die den bio-vegane Landbau bekannter machen. Außerdem plant die Gruppe Schritte bezüglich der Schaffung einer formalen Struktur, wie einheitliche Anbauregeln für die Praktiker_innen sowie eine Zertifizierung (BONZHEIM/METTKE/RIEKEN 2014, S.37; VGÖ 2016f). Hier handelt es sich um eine klassische Kooperation von Organisationen, die ihre Eigenständigkeit behalten und ein gemeinsames Ziel verfolgen (vgl. Kapitel 3.1.2). Es kann jedoch gesagt werden, dass die ASS und der VEBU ebenso eher Verbraucher_innen-orientierte Organisationen mit wenig landwirtschaftlicher Expertise sind. Sie wirken wie der BVL vorwiegend auf der Konsument_innenebene oder im Tierschutz, nicht als landwirtschaftliche Organisationen (ASS 2016; VEBU 2016b).

Ein erster Schritt der oben vorgestellten Strategieguppe war die Organisation und Durchführung der **Bio-Veganen Landbautage 2015** unter dem Motto "Gemeinsam den Boden bereiten – Nutztierfreie Landwirtschaft als Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz" vom 13.-15.November 2015 auf der Burg Lohra in Thüringen (VGÖ 2016g). Dem voraus gingen bereits zwei Bio-Vegane Landbautagungen im Jahr 2002 an der Universität Kassel und in Wien an der Universität für Bodenkultur (WYTEK 2002/2003, S.3). Die aktuellste Veranstaltung wurde mit dem Ziel, „erste gemeinsame Maßnahmen abzustimmen, um veganen Öko-Landbau als konstruktiven Lösungsansatz in den gesellschaftlichen Diskurs und die betriebliche Praxis zu bringen“ (VGÖ 2016g), vom BVN/BVL organisiert und von der ASS und weiteren Organisationen unterstützt und gefördert (BVL 2016c, S.5 und S.9). Den ca. 100 Teilnehmer_innen, Akteur_innen unter anderem aus der Landwirtschaft, der Forschung sowie der Tierrechts- und Tierschutzszene, wurde hier Raum für Austausch und Vernetzung geboten (SCHULZ 2016 und TSILIMEKIS 2016, S.4ff). Zum Programm gehörten einerseits die inhaltliche Weiterbildung zum Anbau selbst, dessen Herausforderungen und Vorteile, zum anderen ein methodengestütztes

Kennenlernen mit Vernetzungsmöglichkeiten sowie Workshops und Fachvorträge von Referent_innen verschiedener relevanter Bereiche (SCHULZ 2016, S.5; VGÖ 2016g). Interessant für vorliegende Forschungsarbeit sind die Ergebnisse der **Zukunftswerkstatt**, welche die Tagung abrundete. Es handelt sich dabei um eine Methode, durch die zusammen Lösungen für gemeinsame Herausforderungen, aber auch Zukunftsentwürfe und Maßnahmen für Organisationen entwickelt werden (REICH 2003, S.1ff und S.6). Sie war geeignet, um über Zukunftsentwürfe der Organisation der bio-veganen Bewegung zu sprechen, da alle Teilnehmer_innen gleichberechtigt am Prozess beteiligt sein und mit ihrer Kreativität zum Ergebnis beitragen konnten. Dabei beschäftigte sich eine der beiden Gruppen mit einem *formellen* Weg der Organisation, die andere legte den Fokus eher auf weiterhin *informelle* Strukturen für die bio-vegane Bewegung. In zwei Gruppen wurden die Phasen „Kritik-“, „Phantasie-“ und „Verwirklichungsphase“ durchschritten (BVL 2016c, S.46). Betrachtet werden sollen an dieser Stelle in Kürze die Ergebnisse der Phantasiephase beider Gruppen, in welcher Raum für Utopien, also alle Wünsche, Träume und Ziele geboten wird, ohne diese mit Einwänden zu beschränken (REICH 2003, S.3f).

Zentrale Elemente, die für die bio-vegane Bewegung auf *formeller* Organisationsbasis gewünscht werden, sind bspw. eine kritische Erarbeitung eigener Richtlinien, ein Zentralverband zur Bündelung der Interessen und für Lobbyarbeit, ein Lehrstuhl und Forschungsinstitut für bio-veganen Landbau, Beratungsstellen für Praktiker_innen, ein Label und eine klare Definition für bio-veganen Anbau, Bildungsarbeit, Modellhöfe u.v.m. Hinzu kommt der Anspruch der Tagungsteilnehmer_innen, authentisch, konsequent und transparent zu bleiben (BVL 2016c, S.51ff). Setzt man diese Forderungen in Bezug zu den in Kapitel 3.3 dargelegten Aufgaben eines **Anbauverbands**, kann festgestellt werden, dass ein solcher obige Wünsche zur Weiterentwicklung erfüllen könnte. Landwirtschaftliche Anbauverbände haben, so LULEY (1996, S.47), vor allem die Interessenvertretung von Landwirt_innen nach außen sowie der Erfüllung von Leistungen für die Mitglieder nach innen zum Ziel (vgl. Kapitel 3.3).

Die Gruppe, die sich mit *informellen* Zukunftsperspektiven auseinandersetzte, wünschte sich vor allem regionalen Bezug der bio-veganen Landwirtschaft, Basisdemokratie, eine Befreiung vom Geldzwang und den Einbezug von

Postwachstumsideen. Die Gruppe äußerte sich deutlich für Vertrauen statt Kontrolle . Ein Netzwerk als Rückgrat, welches eine gewisse Regelmäßigkeit bietet, um voneinander zu lernen und sich gemeinsam weiterzuentwickeln, und ein gegenseitiger Erfahrungsaustausch bildeten weitere Vorstellungen dieser Gruppe (vgl. Abb.10) (BVL 2016c, S.48f).

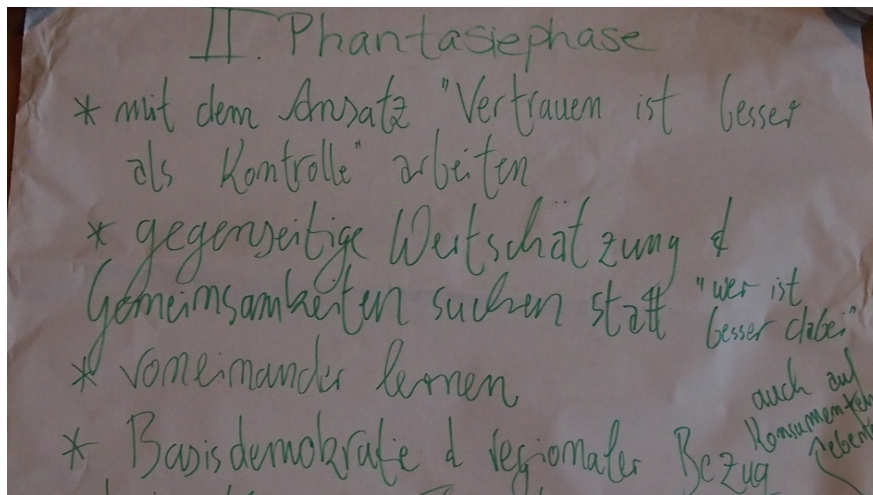


Abbildung 10: Ergebnis der "informell-Gruppe" der Phantasiephase bei der durchgeführten Zukunftswerkstatt

Quelle: BVL 2015c, S.48

Die in Kapitel 3.4.2 beleuchtete **solidarische Landwirtschaft** oder das **Participatory Guarantee System** (vgl. Kapitel 3.4.3) könnten Möglichkeiten sein, diese Wünsche umzusetzen.

5.2 Kooperationen zwischen Erzeuger_innen auf Produktionsebene

Nach VISAK (2007, S.195) wird die vegane Landwirtschaft im deutschsprachigen Raum bereits erfolgreich praktiziert. Da die praktische Umsetzung des bio-vegane Anbaus noch nicht einheitlich geregelt ist, kann die Zahl der **Betriebe** nur schwer ermittelt werden (METTKE 2015a, S.139). METTKE (2015b) spricht von bio-vegan wirtschaftenden Betrieben, die Mitglied beim Bioland- oder Naturland-Verband sind, jedoch liegt keine empirische Erfassung von der Anzahl oder der Verbandszugehörigkeit bio-vegane Betriebe im deutschsprachigen Raum vor. Die Höfeliste des VEBU listet derzeit neben einigen viehlosen auch 17 bio-vegane

Betriebe in Deutschland, Österreich und der Schweiz (VEBU 2016a). Diese haben die Gemeinsamkeit, dass sie weitest möglich auf die Zufuhr von Nutztierdüngern verzichten und nach bio-veganem Ideal wirtschaften (METTKE 2015b). Aufgrund der geringen Anzahl an Betrieben und deren großräumiger Verteilung (vgl. VEBU 2016a) sind momentan nach Einschätzung der Verfasserin noch keine horizontalen Kooperationen zwischen bio-veganen Betrieben in Form von Gesellschaften oder Erzeuger_innengemeinschaften mit speziell bio-veganer Ausrichtung vorhanden, was jedoch noch eines empirischen Beleges bedarf. Es kann vermutet werden, dass horizontale Kooperationen, wie Mitgliedschaften in Maschinenringen etc., mit benachbarten Betrieben existieren, welche unabhängig von der bio-veganen Produktionsform von Nutzen sind.

5.3 Organisation von Produzent_innen-Konsument_innen-Beziehungen

5.3.1 Zertifiziert bio-vegan?

Die vom Vegan Organic Network in Großbritannien entwickelten Vegan Organic Standards, die Richtlinien für bio-veganen Anbau (vgl. Kapitel 5.4.1), wurden vom BVN im Jahr 2007 ins Deutsche übersetzt und dienen als Richtschnur für Praktiker_innen (VGÖ 2016d). Jedoch haben Landwirt_innen im deutschsprachigen Raum auf dem Biomarkt noch keine Möglichkeit, das Produktmerkmal des bio-veganen Anbaus hervorzuheben und sind meist den Bioverbänden angegliedert (BONZHEIM 2014, S.49; METTKE 2015a, S.139; METTKE 2015b). ARNDT et al. (2015, S.8) sehen die Ablehnung der Nutztierhaltung durch die bio-veganen Betriebsleiter_innen jedoch als eine markante Abgrenzung zum nicht-veganen Ökolandbau und stellen fest, dass es im deutschsprachigen Raum noch kein Siegel für bio-vegane Produkte gibt (ebd., S.13). In ihrer Umfrage zur Fremdwahrnehmung bio-veganer Betriebe durch nicht-vegan wirtschaftende Ökolandbäuer_innen hält etwa die Hälfte gesonderte rechtliche Standards oder ein bio-veganes Siegel für unnötig (FRONING 2015, S.29). Die Studie kommt jedoch auch zu dem Ergebnis, dass bio-vegane Landwirt_innen eigene verbindliche Standards und ein Siegel befürworten (ebd.). METTKE (2015a, S.139) führt ebenfalls an, dass eine **Zertifizierung** nach einheitlichen Kriterien vegan-affinen Konsument_innen die bio-vegane Qualität der Lebensmittel vor Augen führen und daher eine innovative Vermarktungsstrategie darstellen könnte. In Kapitel 3.3 wurde die Bekanntmachung,

Patentierung, Kontrolle und Vergabe eines spezifischen Verbands- und Warenzeichens als eine der wichtigsten Aufgaben eines **Anbauverbandes** identifiziert. Ein solcher existiert jedoch nicht (vgl. Kapitel 5.1).

Im Februar 2016 fand sich jedoch ein Personenkreis zusammen, um die bio-veganen mit den **Biozyklischen Standards** des Biozyklischen Netzwerks in Griechenland zusammenzuführen und sie bis zum Ende des Jahres 2016 als die ersten offiziellen bio-veganen Standards bei der IFOAM registrieren zu lassen. Das Biozyklische Netzwerk besteht aus ca. 100 ökologisch wirtschaftenden, kleinbäuerlichen Betrieben in Griechenland und Zypern, welche spezielle, die EU-Bio-Anforderungen übersteigende, Richtlinien erfüllen. Diese an den Mittelmeerraum angepassten Produktionsstandards wurden von Dr. agr. Johannes Eisenbach und Adolf Hoops entwickelt (BNS 2015a) und „haben zum Ziel, über einen gezielten Humusaufbau und die Schaffung von artenreichen Biotopen natürliche Lebenskreisläufe (griechisch: bios + kyklos) zu schließen und damit die Selbstheilungskräfte der Natur zu fördern“ (BNS 2015b). Ein Schwerpunkt liegt dabei in der Erhaltung wertvoller Ökosysteme, indem externe Effekte des Anbaus minimiert werden. Die Biocyclic Network Services Ltd. (kurz: BNS) verwaltet das Betriebsnetz und hat die Rechte am Biozyklischen Markenzeichen inne (s. Abb.11). Die Kontrolle dieser Produkte nach den Biozyklischen Richtlinien wird von der Schweizer Kontrollorganisation bio.inspecta durchgeführt (BNS 2015a).



Abbildung 11:
Markenzeichen für
Biozyklischen Anbau

Quelle: BNS 2015a

Der Biozyklische Standard ist bereits in der „**Family of Standards**“ der IFOAM für Europa zu finden (IFOAM 2015). Der Geschäftsführer von BNS, Dr. agr. Johannes Eisenbach, ist nun an einer Anpassung der Biozyklischen Standards hin zu einer bio-veganen Anbauweise interessiert (EISENBACH 2016). Nach EISENBACH (2016) stehen die VON-Standards den Biozyklischen Standards inhaltlich sehr nahe; es gibt

keine schwerwiegenden Abweichungen. So könnten die biozyklisch-veganen Standards in die „Family of Standards“ der IFOAM aufgenommen werden, womit eine entsprechende Zertifizierung weltweit und damit auch im deutschsprachigen Raum ermöglicht werden könnte.

Ein bio-veganer Landwirt aus Deutschland meldete außerdem ein **Patent** an, welches zum Ziel hat, „ein optimiertes Verfahren zur landwirtschaftlichen Herstellung eines bio-veganen Lebensmittels aus Ernteprodukten einer bepflanzten Bodenfläche herzustellen, bei dem in der Produktionskette auf den Einsatz tierischer Komponenten zur Herstellung des Lebensmittels verzichtet wird“ (KUGELMANN 2015). Es bezieht sich konkret auf die Vermischung eines Gärsubstrates mit pflanzlicher Biomasse (wie Kompost, Grünabfälle oder Erntereste), woraus ein Düngemittelgemisch entsteht, welches mehrere Male umgesetzt, durchlüftet und anschließend ausgebracht wird. Dadurch soll eine „bio-vegane Produktionskette zur Herstellung eines bio-veganen Lebensmittels bei zugleich optimierten Anbaubedingungen gewährleistet“ werden (KUGELMANN 2015).

5.3.2 CSA und partizipative Ansätze im bio-veganen Landbau

Im Gegensatz zu einer großflächigen Vermarktung der bio-veganen Erzeugnisse, in der möglicherweise ein Siegel notwendig ist, wirtschaften einige bio-vegane Betriebe gemeinschaftsgetragen und nutzen das Konzept der **solidarischen Landwirtschaft** (vgl. Kapitel 3.4.2) um die Marktgesetze zu umgehen und die Qualität ihrer Produkte - statt durch ein Label - im Vertrauensverhältnis hervorzuheben (BONZHEIM 2014, S.45; WESSEL/WEIDENFELD 2016, S.44f). „To achieve sustainable agriculture there has to be a new relationship between food producers and the economic system“ ist auf der Homepage des englischen Vegan Organic Network (kurz: VON) zu lesen. Vergegenwärtigt man sich die Grundsätze des VON in Großbritannien, so ist die Etablierung einer möglichst regionalen Erzeugung und Vermarktung eine wichtige Handlungsmaxime des bio-veganen Systems (HALL/TOLHURST 2006, S.8f und S.295ff; VGÖ 2016a). Regionale und damit dezentrale Absatzstrukturen werden von HALL und TOLHURST (2006, S.307) explizit empfohlen, da bio-vegane Betriebe in der Regel eine große Vielfalt an Kulturen produzieren und daher keine großen Mengen an den Einzel- oder Großhandel liefern können. Die beiden Autor_innen (ebd., S.300) sprechen von einer Partnerschaft zwischen Erzeuger_innen und

Konsument_innen, welche das wirtschaftliche Risiko bio-veganer Produzent_innen verringern kann. Weite Absatzwege widersprechen auch der Maxime, den ökologischen Fußabdruck zu minimieren (HALL/TOLHURST 2006, S.xiv). Das bio-vegane Netzwerk schreibt auf seiner Seite dazu: „Für die Zukunft wäre ein immer dichter werdendes Netz bio-veganer dezentraler Versorgungsstellen wünschenswert“ (VGÖ 2016j). ARNDT et al. (2015, S.14) vermuten, dass sich die bio-vegane Anbaumethode zukünftig auch weiter nur in einer kleinen Nische bewegen wird. **Direkte Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen**, z.B. durch CSA oder das Participatory Guarantee System, können also einen alternativen Weg zum **Labeling** in großflächigen Vermarktungsstrukturen darstellen (vgl. Kapitel 3.4).

5.4 Wege der Formalisierung – einige Beispiele

Um eine Formalisierung der bio-veganen Bewegung ins Auge zu fassen, ist es sinnvoll, sich den Prozess der Entwicklung von Organisationsstrukturen anderer Bewegungen anzuschauen. Die Strukturen um das Vegan Organic Network in Großbritannien, die Entstehung des Bioland-Verbandes aus dem "Natürlichen Landbau" sowie der Weg der Formalisierung des Netzwerks Solidarische Landwirtschaft dienen als Exempel einer erfolgreichen Formalisierung und werden im Folgenden näher beleuchtet.

5.4.1 Bio-vegane Organisationsstrukturen in Großbritannien und Nordamerika

Die bio-vegane Landwirtschaft hat ihre Wurzeln in Großbritannien. Dort existiert seit 1996 die internationale Organisation **Vegan Organic Network** (kurz: VON), ein eingetragener gemeinnütziger Verein. Dieser hat sich unter anderem zum Ziel gesetzt, über die bio-vegane Anbauweise zu informieren und zu forschen (VON 2005). Das VON führt eine Liste bio-veganer Betriebe, gibt Kurse zum bio-veganen Anbau, organisiert Exkursionen auf Betriebe sowie Anbaukurse und wirkt auch beratend. Mitglieder und (teilweise internationale) Unterstützer_innen erhalten halbjährlich das Magazin „Growing Green International“ (VON 2016a). Gemeinsam mit der britischen Soil Association und weiteren Beteiligten verabschiedete das VON im Jahre 2004 die „**Stockfree-Organic-Standards**“, welche Anbau Richtlinien für bio-vegan wirtschaftende Landwirt_innen und Gärtner_innen darstellen (HALL/TOLHURST 2006, S.313-314, VON 2016a). Diese sollen den Einstieg in den

bio-vegane Anbau und die Umstellung erleichtern (VGÖ 2016d). Bestandteile sind beispielsweise ein Verbot der Nutztierhaltung, des Rückgriffs auf Tierprodukte, der Verwendung von Schlachtabfällen oder tierischen Düngern und der Produktion von Futterpflanzen oder Einstreu. Außerdem enthalten die Richtlinien Empfehlungen und Auflagen zur Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit und Nährstoffversorgung des Bodens, zur Fruchtfolgegestaltung, zur Vermeidung von sogenanntem Schädlingsbefall, zur Beikräuterregulierung und zum Umweltschutz. Darüber hinaus regeln die Standards die Ernte, Verpackung und Kennzeichnung der Produkte (VON 2007, VGÖ 2012). Bei Einhaltung besagter Richtlinien besteht seit Oktober 2014 die Möglichkeit der **Zertifizierung** durch die britische Soil Association Certification Ltd (SA Cert), welche den Verbraucher_innen eine kontrollierte Qualität in Bezug auf die tierethische Herkunft ihrer Nahrung bietet (VON 2016a). Die Abteilung Stockfree Organic Services, eine Teilorganisation des VON, bietet hierzu Beratung und Unterstützung und ist die Schnittstelle, welche den Auftrag, die Betriebe zu zertifizieren, an die Soil Association vergibt. Zur Kennzeichnung dieser Produkte existiert das „**Stockfree Organic**“-Label (vgl. Abb.12) (STOCKFREE ORGANIC SERVICES 2016a; VON 2016a). Bereits Bio- zertifizierte Betriebe können nach der Umstellungszeit das Logo nutzen (METTKE 2015b).



Abbildung 12: Stockfree Organic-Siegel

Quelle: STOCKFREE ORGANIC SERVICES 2016a

Darüber hinaus ist das „**Stockfree**“-Siegel (vgl. Abb.13) unter Einhaltung und Unterzeichnung der Konformitätserklärung zu den IFOAM-Standards weltweit verfügbar und wird anhand der grower-to-grower-Zertifizierung kostenlos vergeben (STOCKFREE ORGANIC SERVICES 2016a; TAYLOR 2016). Dabei kontrollieren sich vegane wirtschaftende Landwirt_innen gegenseitig unabhängig von der EU-Bio-Kontrolle und haben damit die Möglichkeit, voneinander zu lernen, zudem sparen sie

die Kosten für eine third party-Zertifizierung. Es handelt es sich hierbei um ein Pilotprojekt des VON in Zusammenarbeit mit dem Non-Profit Unternehmen Climate Friendly Food CIC (STOCKFREE ORGANIC SERVICES 2016a).



Abbildung 13: Stockfree-Siegel

Quelle: STOCKFREE ORGANIC SERVICES 2016b

In Großbritannien gibt es zurzeit 24 gelistete bio-vegane **Betriebe**, von denen sechs durch die Soil Association als „Stockfree Organic“ gelabelt sind (TAYLOR 2016).

Auch in Nordamerika gibt es vergleichbare Richtlinien, die an jene des VON angelehnt entwickelt wurden. Dort bündelt das **Veganic Agriculture Network** die Interessen veganer Produzent_innen und initiierte eine weitere Zertifizierungsmöglichkeit partizipativer Art, das „Certified Veganic“-Label (s. Abb.14).



Abbildung 14: Certified Veganic-Label

Quelle: VEGANIC AGRICULTURE NETWORK 2011b

Momentan steht dieses Zertifizierungsprogramm nicht mehr zur Verfügung und es wird empfohlen, auf das Siegel aus Großbritannien zurückzugreifen (VEGANIC AGRICULTURE NETWORK 2011a). Die Zertifizierung des VON ist international

verfügbar, so vergab eine Zertifizierungsstelle namens Quality Certification Services 2007 das „Stockfree Organic“-Siegel an einen vegan wirtschaftenden Betrieb in Florida (VEGANIC AGRICULTURE NETWORK 2008).

5.4.2 „Natürlicher Landbau“ und die Anfänge von „Bioland“

ARNDT et al. (2015, S.7) schreiben in einer Studie über die Selbstwahrnehmung bio-vegane Landwirte: "Als relativ junges Phänomen besetzt bio-vegane Landwirtschaft möglicherweise eine vielversprechende, aufstrebende Nische [...]". Der Ökolandbau entwickelte sich von der Nische zu einem mittlerweile weltweit anerkannten Anbausystem (BMEL 2016, S.6). Es lohnt sich daher aus Sicht der Verfasserin, die Entstehung des heutigen Ökolandbaus zu betrachten. Pioniere der Landreform und aus der biologisch-dynamischen Bewegung legten bereits in den 20er und 30er Jahren den Grundstein für diesen (VOGT 2000, S.24). Der „Natürliche Landbau“, welcher eine Bewirtschaftungsform innerhalb der Lebensreform in den Zwischenkriegsjahren darstellt (VOGT 2000, S.60ff), ist in seinen Idealen dem bio-vegane Konzept sehr ähnlich. Gelebter Vegetarismus und damit einhergehend kaum bis gar keine Tierhaltung bei biologischer Bewirtschaftung mit dem Ziel, eine hohe Lebensmittelqualität zu erreichen, kennzeichnete dieses Anbausystem (VOGT 2000, S.61f, S.67, S.76). Dabei bildete ein biologisches Verständnis von Bodenfruchtbarkeit und die Entdeckung der Wichtigkeit von Bodenmikroben die Basis für Bodenbearbeitung und Düngung (VOGT 2000, S.67-69). Alle organischen Abfälle des Betriebs, Kompostwirtschaft, Gründüngung und teilweise sogar die Rückführung menschlicher Fäkalien bildeten die Hauptbestandteile der Düngung; auch Gesteinsmehle kamen zum Einsatz, zudem wurden Leguminosen angebaut (VOGT 2000, S.76-77; SIEBENEICHER 2002, S.66). Auch im bio-vegane Land- und Gartenbau wird mit Gründüngung, Mulch, Kompost aus organischen Abfällen, Gesteinsmehlen und anderen pflanzlichen Düngemethoden gearbeitet (HALL/TOLHURST 2006, S.36-67; HEINE 2015, S.18-39), Leguminosen spielen dort ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Stickstofffixierung (HALL/TOLHURST 2006, S.38f; INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHEN LANDBAU 2007, S.2). Beiden Systemen ist außerdem der Wunsch nach einer nachhaltigen Bewirtschaftung unter Einbezug tierethischer und gesundheitlicher Aspekte gemein (VOGT 2000, S.62, S.69 und S.71; HALL/TOLHURST 2006, S.xiv; BONZHEIM 2014, S.52ff; BRÜNJES/LAMLA/TSILIMEKIS 2015, S.294).

Die Bewegung um den „Natürlichen Landbau“ war zunächst informell und erinnert an die des Bio-Veganen Netzwerks heute. Damals kommunizierten „lose“ Zusammenschlüsse über eine erste Zeitschrift („Bebauet die Erde“), einzelne Personen engagierten sich und veröffentlichten Schriften zu Themen wie der Bodenfruchtbarkeit im viehlosen System (VOGT 2000, S.89; SIEBENEICHER 2002, S.66). Anfang des Jahres 1928 wurde eine Arbeitsgemeinschaft gegründet, die sich vor allem Forschungs- und Beratungsaufgaben widmete und bereits 1936 deutschlandweit organisiert war. Auch in der Schweiz gab es Bestrebungen, das Gedankengut des „Natürlichen Landbaus“ zu verbreiten. Es wurden mehrere Schulungsstätten errichtet, in welchen Lehrgänge und Tagungen zu biologischem Landbau stattfanden (VOGT 2000, S. 90f). 1930 wurde ein Zertifizierungssystem mit Richtlinien, Kontrollen und der Vergabe eines Markenzeichens eingeführt (VOGT 2000, S.92-93). In der Nazizeit wurde die „Arbeitsgemeinschaft Landreform“ jedoch wieder aufgelöst (VOGT 2000, S.91; SIEBENEICHER 2002, S.66). Die von Ewald Könemann, einem Hauptakteur der Bewegung des „Natürlichen Landbaus“, erarbeiteten Richtlinien wurden in den 50er Jahren von eben diesem weiterentwickelt und ein neuer Verein gegründet (VOGT 2000, S.247; SIEBENEICHER 2002, S.67).

Der parallel entstandene „Organisch-Biologische Landbau“ und der heutige Ökolandbau lehnen sich in vielerlei Hinsicht an die Grundgedanken und Konzepte des „Natürlichen Landbaus“ (VOGT 2000, S.204-205). Die Systeme knüpfen nach VOGT (2000, S.17f) inhaltlich und zeitlich aneinander an. Hans und Maria Müller sowie Hans Peter Rusch, drei bedeutende schweizer Begründer_innen des "Organisch-Biologischen Landbaus" profitierten bspw. in der Bodenbewirtschaftung von bereits in der Lebensreform entwickelten Konzepten (VOGT 2000, S.204; SIEBENEICHER 2002, S.77). Nach einem Vortrag von Rusch in Baden-Württemberg schwappte die Bewegung auch in die deutsche Bundesrepublik: Zwölf Teilnehmer_innen gründeten im Jahre 1971 den heutigen Bioland-Verband, der mittlerweile den größten aller neun deutschen Anbauverbände darstellt (VOGT 2000, S.233; SIEBENEICHER 2002, S.77) (vgl. Kapitel 3.3). Seit 1974 erschien der Rundbrief "bio-gemüse", welcher 1980 von der Verbandszeitschrift "bio-land" abgelöst wurde. Das Warenzeichen "Bioland" dient seit 1981 zur Kennzeichnung von Produkten aus organisch-biologischem Anbau. Aus den damals 56 Betrieben, die nach den Bioland-Bestimmungen wirtschafteten, wurden 1000 Betriebe im Jahre

1992 und 6200 Betriebe zu Beginn des Jahres 2016 (VOGT 2000, S.235; BIOLAND E.V. 2013 und 2016). Der Verein Bioland e.V. verfügt mittlerweile über 13 Bundesfachausschüsse, 170 Regionalgruppen und neun Landesverbände, deren Satzungen an die des Bundesverbandes angelehnt sind (LULEY 1996, S.159; BIOLAND E.V. 2013).

5.4.3 Das Netzwerk solidarische Landwirtschaft

Das „Netzwerk Solidarische Landwirtschaft“ hat sich im Jahre 2011 gegründet, um die gemeinschaftsgetragene Landwirtschaft (vgl. Kapitel 3.4.2) voranzubringen, die Gründung weiterer CSA-Betriebe anzuregen sowie Beratung anzubieten und bestehende Betriebe zu unterstützen. Ähnlich wie im BVN wurde hier eine Plattform geschaffen, welche Informationen, Wissen und Ressourcen bündelt (SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. 2016b).

Doch wie begann dieses zunächst informelle Netzwerk, sich zu formalisieren? Bis zum Jahre 2003 existierten in Deutschland lediglich 3 Betriebe, die nach solidarischem Prinzip wirtschafteten, 2007 wurden im Rahmen einer Abschlussarbeit 7 solcher Betriebe untersucht. Nach einem Workshop zum Thema wurde eine Tagung organisiert, welche Interessierte zusammenführte. Man einigte sich auf den Begriff „Solidarische Landwirtschaft“ und gründete im Jahre 2011 das bundesweite „Netzwerk Solidarische Landwirtschaft“ (SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. 2016c). Der Verein „Solidarische Landwirtschaft e.V.“ bildet seither den Trägerverein des Netzwerks und damit den formalen Rahmen. Jährlich wird ein Gremium von den Mitgliedern gewählt, welches sich mindestens zur Hälfte aus Betriebsleiter_innen der CSA-Höfe zusammensetzt. Dieses Gremium wählt eine Koordinationsgruppe von 9 Personen, welche die Aufgaben des Vereins umsetzt, zudem gibt es verschiedene Arbeitsgruppen. Wichtige Aufgaben des Netzwerks sind die Begleitung und Beratung bestehender Solawis, die Organisation von Vernetzungstagungen, die Koordination von Forschungsanfragen, Öffentlichkeitsarbeit und die Bereitstellung von Infomaterial. Finanziert wird der Verein ebenfalls nach solidarischen Prinzipien: Die Betriebe und Mitglieder bezahlen einen selbst ausgewählten Beitrag, durch welchen die Arbeit der Geschäftsstelle gedeckt wird (SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. 2016b).

5.5 Zwischenbilanz: Meilensteine für die bio-vegane Bewegung

Die bio-vegane Landwirtschaft ist momentan lediglich über das informelle Bio-Vegane Netzwerk organisiert, bzw. für strategische und finanzielle Vorteile an den eher verbraucher_innenorientierten Verein BVL angegliedert. Für Projekte und Aktionen nimmt das Netzwerk eine Kooperation mit Tierrechts- und Tierschutzgruppen wahr, welche auf Verbraucher_innen-Ebene Öffentlichkeitsarbeit und politische Arbeit betreiben kann, die der Bewegung zugute kommt (vgl. Kapitel 5.1). Auf der landwirtschaftlichen Produktionsebene finden vermutlich noch keine überbetrieblichen Kooperationen zwischen bio-vegane Betrieben statt, evtl. weil diese meist zu weit voneinander entfernt liegen (vgl. Kapitel 5.2), auch existiert noch keine institutionelle Interessenvertretung der Landwirt_innen (vgl. Kapitel 5.1). Einige Betriebe nutzen das Prinzip der solidarischen Landwirtschaft, wohingegen momentan einige Bestrebungen, ein Label für den deutschsprachigen Raum zu etablieren, ablaufen (vgl. Kapitel 5.3).

Wie das Beispiel des VON in Großbritannien (vgl. Kapitel 5.4.1) deutlich macht, ist es möglich, die bio-vegane Bewegung zu formalisieren und eine Zertifizierung sowie institutionelle Interessenvertretung zu realisieren. Am Beispiel des in Kapitel 5.4.2 beleuchteten "Natürlichen Landbaus" zeigt sich, dass auch kleine, zunächst scheinbar unbedeutende Bewegungen gesellschaftliche Veränderungen herbeiführen und Basis für die spätere Gründung eines großen Anbauverbandes sein können. Im Tagungsband der o.g. Bio-vegane Landbautage 2015 wird deutlich, dass es auch Stimmen innerhalb des Netzwerks gibt, welche eine eher informelle, solidarische Lösung bevorzugen (BVL 2016c, S.48f). Einen solchen Weg hat das „Netzwerk Solidarische Landwirtschaft“ eingeschlagen, indem die Finanzierung der Betriebe als auch des Vereins solidarisch gehandhabt wird, wobei auch hier ein institutioneller Rahmen durch den Trägerverein geschaffen wurde (vgl. Kapitel 5.4.3). RAMME (2015, S.35) stellt die Frage, wie sich die bio-vegane Branche entwickeln kann. Welche Formen der überbetrieblichen Organisation sind denkbar für die bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum? Und: Ist eine Zertifizierung und ein Labeling demnach überhaupt notwendig? Und wenn ja, welche Art der Zertifizierung soll eingeführt werden? Wie könnten bio-vegane Verbraucher_innen-Konsument_innen-Beziehungen aussehen?

6 Empirische Ergebnisse: Sichtweisen von Expert_innen zu möglichen überbetrieblichen Organisationsstrukturen

Im Folgenden werden Sichtweisen und Ideen zu obigen Fragen der sechs Expert_innen als Ergebnisse der Inhaltsanalyse vorgestellt. Es wird für die tiefer gehende Beschäftigung die ausführliche Dokumentation in Form von Transkripten zur Ansicht empfohlen (s. beiliegende CD).

6.1 Formalisierung der Bewegung

6.1.1 Bedarf aus Sicht der Expert_innen

Die Frage, ob ein Bedarf zur Formalisierung der noch losen Organisationsstruktur des bio-veganen Landbaus gesehen wird, wurde von den Befragten unterschiedlich beantwortet.

Während I1 **sehr großen Bedarf** sieht, die bio-vegane Produktion zu regeln und dies sogar als Wunsch formuliert (Int.1, Z.27-32 und Z.97-99), äußert I2 nicht explizit, dass er einen Bedarf zur Formalisierung sieht, bringt aber sofort den Vorschlag, einen eigenen Verein zu gründen (Int.2, Z.30-41) und hat bereits konkrete Vorstellungen, wie dieser aussehen könnte. Auch aufgrund seiner auf die bestehende Biobranche bezogene Äußerung: "Wenn sie mich nicht fördern, brauche ich sie gar nicht. Dann muss ich eben selbst meinen Weg suchen", ist davon auszugehen, dass I2 ebenfalls einen gewissen **Bedarf** sieht, eigene überbetriebliche Organisationsstrukturen speziell für die bio-vegane Landbaubewegung zu finden.

I3 und I4 sehen **eingeschränkten Bedarf**. I3 lehnt eine völlig neue Organisationsstruktur ab, jedoch äußert sie den Wunsch, dass eine mögliche verbesserte "Struktur aus dem BVN heraus" entsteht und betont, dass dieses ja bereits gewisse strukturelle Ansätze bietet (Int.3, Z.31-35). Sie befürchtet, dass durch eine ökonomisch ausgerichtete Formalisierung soziale und politische Aspekte der Bewegung nicht berücksichtigt werden könnten (Int.3, Z.140-143 und Z.187-198). I4 ist ebenfalls skeptisch bezüglich einer Formalisierung und spricht sich eher für lose Strukturen aus, da diese "viel mehr fordern von den einzelnen Leuten" und mehr Flexibilität zulassen (Int.4, Z.35-50 und Z.55-58). Er sieht eine zu große Herausforderung darin, dass eine aus einer Formalisierung resultierende Richtliniendefinition zu viele Einschränkungen, Zwänge und "starre" Verpflichtungen für die Produzent_innen implizieren würde (ebd., Z.35-50 und Z.259-267). Aufgrund vieler "Grauzonen" ist für ihn eine einheitliche Definition von bio-veganen Anbau Richtlinien kaum vorstellbar und birgt die Gefahr von Widersprüchlichkeiten (ebd.,

Z.41-50 und 291-293). Zum anderen befürchtet er, dass ein Label die "Entfremdung zwischen Konsument_in und Produzent_in" verstärken könnte (ebd., Z.100-102 und Z.218-221) und das tatsächliche intrinsische Interesse der Verbraucher_innen an den Produktionsbedingungen durch ein Labeling nachlassen könnte (Int.4, Z.55-58, Z.83-84, Z.96-98, Z.212-215 und Z.268-271). Ein weiterer Aspekt, den I4 als Herausforderung betrachtet, ist die Glaubwürdigkeit eines Labels in Großhandelsstrukturen, da die Verifizierung der bio-veganen Grundidee nicht von dem_r Konsument_in persönlich erfolgen kann (ebd., Z.105-113, Z.212-215 und Z.270-271) und damit die Gefahr besteht, dass Produzent_innen auf diesen Trend aufspringen, ohne hinter dem Ideal der Bewegung zu stehen oder sogar betrügen könnten (ebd., Z.55-60, Z.127-131, Z.256-257 und Z.291-300). Im direkten Vergleich mit den anderen Bioverbänden und deren Strukturen sieht er jedoch eine gewisse Notwendigkeit, der losen bio-veganen Bewegung eine Struktur zu geben und diese zu formalisieren (ebd., Z.51-58).

Insgesamt sehen also **alle Beteiligten aus der Bewegung selbst Bedarf**, die Organisationsstrukturen zu verbessern, haben jedoch **unterschiedliche Vorstellungen** von der Umsetzung dieser Formalisierung.

E1 betont, dass die Gruppe selbst über den Bedarf entscheiden muss (Int.5, Z.49-51). Ihrer Ansicht nach sollte einer Notwendigkeit, zu formaleren Strukturen überzugehen, nachgegangen werden, sobald sie von den Akteur_innen gesehen wird (ebd., Z.51-56). Der **Bedarf** zur Formalisierung **hängt** nach E1 also **von den Bedürfnissen der Beteiligten ab**.

E2 sieht nur **eingeschränkten Bedarf**, da seine Wahrnehmung der bio-veganen Bewegung "gegen null" tendiert (Int.6, Z.29). Er ist der Meinung, dass eine Vernetzung bei einer solchen Gruppengröße auch ohne formelle Struktur funktioniert (ebd., Z.30-32) und diese erst bei einem Wachstum über 50 Betriebe notwendig wird (ebd., Z.39-40 und Z.48). Jedoch räumt er ein, dass bezüglich einer gemeinsamen Vermarktung ein "legitimiertes Gegenüber" wichtig und bereits im jetzigen Stadium eine klare Struktur sinnvoll sei (ebd., Z.53-53, Z.58-66 und Z.83-84).

6.1.2 Sechs Vorschläge zur Findung von Organisationsstrukturen

Folgende Tabelle zeigt die vier unterschiedlichen Entwürfe zur Findung von überbetrieblichen Organisationsstrukturen der internen Befragten. Anschließend werden

die von den Befragten aufgeführten Vorteile sowie die Herausforderungen für die beschriebene Variante beleuchtet.

Tabelle 3: Vorgeschlagene Formen der Organisation durch interne Akteur_innen

Quelle: eigene Darstellung

Interviewte_r	Vorgeschlagene Formen der Organisation
11	Überregionaler Bioverband in Form eines Vereins mit breiter Beteiligung von Erzeuger_innen, Konsument_innen, Abnehmer_innen und anderen Interessierten (Int.1, Z.38-42, Z.53 und Z.98-99)
12	Eigener Verein für den gesamten deutschsprachigen Raum, der sich ausschließlich mit bio-veganer Landwirtschaft beschäftigt (Int.2, Z.30-32, Z.47-49 und 130-134), Richtlinien ausarbeitet und gesetzlich verankert (ebd., Z.115-120 und Z.122-125), politische Interessensvertretung betreibt (ebd., Z.109-114), einen Ansprechpartner für Presse, Konsument_innen und Praktiker_innen darstellt (ebd., Z.98-109 und Z.120-121) und mit anderen Organisationen kooperiert (ebd., Z.38-41)
13	Starke persönliche Vernetzung zwischen Betrieben, Wissenschaftler_innen und anderen am bio-veganen Anbau Interessierten zur Erarbeitung einer gemeinsamen Grundlage (Int.3, Z.44-46, Z.50-56, Z.286-291, Z.330-335), aus der ein Verein entstehen kann (ebd., Z.310-314)
14	Lose, offene Plattform und Möglichkeiten, sich untereinander zu vernetzen (Int.4, Z.55-58 und Z.75-77), Rahmen für starken gegenseitigen Informationsaustausch, freie Vereinbarungen und persönliche Beziehungen (ebd., Z.35-40, Z.60-64 und Z.72-73)

I1 sieht in einem überregionalen und als Verein organisierten Bioverband den Vorteil, ein Mitbestimmungsrecht für o.g. Interessengruppen realisieren zu können (Int.1, Z.46-47). Es könnte dann ein gegenseitiger Austausch zwischen Produzent_innen und Konsument_innen erfolgen (ebd., Z.47-52). Der Verband könnte die verschiedenen Interessen von Erzeuger_innen, Abnehmer_innen und Konsument_innen bündeln, was jedoch auch eine Herausforderung für I1 darstellt, da sowohl Tier-, als auch Umweltschutz, wie auch soziale Interessen "unter einen Hut zu bringen und auf einen kleinen Nennen herunterzufahren" sind (ebd. Z.46-47, Z.58-62, Z.88-91), ohne, dass jemand sich "übergangen fühlt" (ebd., Z.89-91). Eine weitere Herausforderung sieht er darin, sowohl die Praxistauglichkeit für die Erzeuger_innen (ebd., Z.63 und Z.69-72), als auch die Verständlichkeit für den_die Konsument_in (ebd., Z.63-69) und das Kaufinteresse des_r Verbraucher_in zu gewährleisten (ebd., Z.91-93).

Eine ähnliche Vorstellung hat I2, auch er sieht einen Verein, der sich ausschließlich "mit der bio-veganen Landwirtschaft beschäftigt" (Int.2, Z.30-32, Z.47-49 und 130-134) als sinnvoll an, da dieser diverse Informationen rund um den bio-veganen Landbau bündeln (ebd., Z.98-109 und Z.120-121) und der Presse und allen Interessierten als Ansprechpartner, z.B. bei der Vermittlung von Kontakten, dienen könnte (ebd., Z.101-108). Er sieht in solch einer Organisationsform den großen Vorteil, dass die Richtlinien praxistauglich für die Betriebe definiert und angepasst werden könnten (ebd., Z.62-75 und Z.356-358), trotzdem gibt es die Möglichkeit der Mitbestimmung durch Konsument_innen (ebd., Z.362-365) und die der Vernetzung von Erzeuger_innen und Konsument_innen (ebd., Z.362-364). Weitere Vorteile sind aus der Sicht von I2 zum einen mehr Sicherheit für Konsument_innen durch Verankerung des Begriffes und der Richtlinien im Gesetz (Int.2, Z.115-120), sowie eine Erleichterung der organisierten agrarpolitischen Einflussnahme (ebd., Z.109-114). Als Herausforderung benennt er die aus seiner Sicht zu vollziehende Vernetzung des gesamten deutschsprachigen Raums (ebd., Z.130-134), da es seiner Meinung nach keinen Sinn macht, "einen österreichischen, einen schweizer[ischen, d. Verf.] und einen deutschen Verein zu gründen, wenn es eh so wenige Leute sind." Weiterhin sieht er Herausforderungen in der Finanzierung, die den Verein trägt bzw. notwendige durchzuführende Maßnahmen ermöglicht (ebd., Z.134-139) sowie darin, Personal zu finden, welches "mit Leidenschaft" dort arbeitet (ebd., Z.139-140). Wichtig ist ihm, dass der Übergangsweg so gestaltet wird, dass es für die Betriebe finanziell tragbar bleibt (Int.2, Z.63-75).

I3 fühlt sich eher in dezentralen und egalitären Strukturen wohl (Int.3, Z.157-159 und Z.249-252) und plädiert für eine starke persönliche Vernetzung zwischen Praktiker_innen, Wissenschaftler_innen und allen anderen Interessierten zur Erarbeitung einer gemeinsamen Grundlage (ebd., Z.44-46, Z.50-56, Z.286-291 und Z.330-335). Die Gründung eines Vereins sieht sie als mögliche Folge der Erarbeitung eines zugrunde liegenden Selbstverständnisses (ebd., Z.298-301 und Z.309-314), in dem neben fachlichen "auch politische Konzepte Platz finden und diskutiert werden können" (ebd., Z.254-255 und Z.286-291). Dieses bietet aus ihrer Sicht den großen Vorteil, den Charakter als "soziale und politische Transformationsbewegung" in einem solchen verankern zu können (ebd., Z.125-128, Z.135-143, Z.216-226 und Z.254-255) und nicht nur ökonomische Gesichtspunkte heranzuziehen und "diesen neuen Markt" zu bedienen (ebd., Z.125-146). Außerdem bietet dieser Weg für sie den Vorteil, an die bestehenden dezentralen, egalitären Strukturen und die Expertise des BVN anknüpfen zu können (ebd., Z.33-35, Z.82-85, Z.157-159 und Z.200-201). Weitere positive Aspekte sind nach Meinung von I4 die in diesem Falle starke Vernetzung und der enge Informationsaustausch der Akteur_innen untereinander (ebd., Z.148-152, Z.163-166, Z.193-198 und Z.213-216), sowie ein "Gestaltungsspielraum" für und Einbezug aller Beteiligten (ebd., Z.159-166 und Z.252-259). Als herausfordernd sieht sie es an, Personen zu finden, welche den Elan, die Zeit sowie das Wissen haben und "das in die Hand nehmen" (ebd., Z.263-265 und Z.275-277). Räumlich zerstreute Akteur_innen müssen aktiviert werden (ebd., Z.263-265), und ein verbindendes Element und eine starke persönliche Beziehung fehlt aus Sicht von I3 bisher noch (Int.3, Z.299-301 und Z.309-310).

I4 bezeichnet sich als "nicht so der Formalisierungsfreund im Allgemeinen" und plädiert daher für eine lose Plattform und verschiedene Möglichkeiten, wie Hoftage, um sich untereinander zu vernetzen (Int.4, Z.55-58 und Z. 75-77). Er wünscht sich lediglich einen informellen Rahmen für einen sehr persönlichen gegenseitigen Informationsaustausch (ebd., Z.35-40, Z.60-64 und Z.72-73). Der Befragte sieht einen Weg, mithilfe von freien Vereinbarungen eine gewisse Flexibilität und Dynamik zu erhalten (ebd., Z.35-40 und Z.89-96), was er als großen Vorteil betrachtet, da dann auch die Ideen und das Wissen der einzelnen Beteiligten gefordert sind (ebd., Z.55-64 und Z.96-102). Weiterhin besteht seiner Ansicht nach ein Vorteil in solch einer informellen Variante, weil dann die Möglichkeit des persönlichen Kontakts zwischen Konsument_innen und Produzent_innen stärker gegeben ist (ebd., Z.63-64 und Z.102-105). Vorteilhaft findet I4 auch, dass jede_r

so viel beitragen und nehmen kann, wie er_sie möchte (ebd., Z.74-75), ohne Verpflichtungen einzugehen oder sich einschränken zu müssen (ebd., Z.35-41). Aus seiner Sicht stellt es jedoch eine Herausforderung dar, "dass die Leute [...] am Ball bleiben" (ebd., Z.126-127) und eine Kontinuität des Austausches und der Kommunikation vorhanden bleibt (ebd., Z.119-131). Zudem sieht er einerseits eine Herausforderung darin, dass Ideale trotz Vergrößerung und eventuellem Labeling bio-veganer Produkte nicht verloren gehen (ebd., Z.127-131) und andererseits, die Gefahr einer Abschottung der Szene zu verhindern (ebd., Z.146-147 und Z.167-173).

Folgende Tabelle zeigt die zwei unterschiedlichen Entwürfe zur Findung von überbetrieblichen Organisationsstrukturen der beiden externen Befragten. Anschließend werden die von den Befragten aufgeführten Vorteile sowie die Herausforderungen für die beschriebene Variante beleuchtet.

Tabelle 4: Vorgeschlagene Formen der Organisation durch externe Akteur_innen

Quelle: eigene Darstellung

Interviewte_r	Vorgeschlagene Formen der Organisation
E1	Veranstaltung von Netzwerktreffen unter Einbezug der Konsument_innen (Int.5, Z.144-147), aus denen sich der Bedarf, Arbeitsgruppen zu bilden oder politische Interessenvertretung zu organisieren, ergibt (ebd., Z.67-73)
E2	Vernetzung ohne formelle Struktur (Int.6, Z.30-34 und Z.43-45), Bildung von gemeinsamen Vermarktungsstrukturen in Form von einer oder mehreren vertraglich geregelten GbR, die ggf. in GmbH übergehen können (ebd., Z. 83-91, Z.96-100 und Z.115-117).

E1 sieht in der Organisation von ein oder zwei losen Netzwerktreffen im Jahr den Vorteil, gemeinsam über kollektiv auftretende Probleme reflektieren und anstehende Themen zusammen besprechen zu können (Int.5, Z.53-56, Z.67-70 und Z.78-88). Sie hält "irgendeine Art des Austausches" "bei Gruppen von Menschen", die ein neues Thema bearbeiten, für sehr hilfreich (ebd., Z.46-49) und schlägt eine Einbeziehung von

Konsument_innen vor, "um da die Sichtbarkeit zu ermöglichen einerseits und andererseits auch, den Konsument_innen den direkten Bezug zu ermöglichen" (ebd., Z.144-147). Zudem ist sie der Meinung, dass eine weitere Formalisierung, z.B. die Bildung von Arbeitsgruppen, die zu bestimmten Themen arbeiten oder politische Interessenvertretung betreiben, vom Bedarf der Gruppe abgeleitet sein muss (ebd., Z.49-53 und Z.67-74). Als Herausforderung sieht sie an, "die Bedarfe oder Bedürfnisse der Mitglieder möglichst gut zu erkennen und auch zu akzeptieren und dazu dann die geeignete Organisationsform zu finden" (ebd., Z.94-96). Außerdem die Finanzierung im Allgemeinen wie auch die Tatsache, dass alle sich engagieren und jede_r auch "entsprechend Nutzen daraus zieht" (ebd., Z.96-98). Weiterhin nennt sie als Herausforderungen die Umsetzung einer politischen Interessenvertretung sowie die Bekanntmachung dieser Idee auf dem Markt und die Schaffung von angemessenen rechtlichen Rahmenbedingungen (ebd., Z.99-108). E2 sieht das ähnlich, er ist der Meinung, dass eine lose Vernetzung bei der gegebenen Gruppengröße zunächst ausreicht (Int.6, Z.29-34 und Z.46-48). Formalisierung macht für ihn erst dann für die Bereiche Vernetzung und Erfahrungsaustausch sowie politische Einflussnahme Sinn (ebd., Z.43-54). Einzig in der Vermarktung sieht er auch momentan schon Bedarf, klare Strukturen zu haben, die bspw. in Form einer GbR hergestellt werden könnten (ebd., Z.60-66, Z.72-76 und Z.83-84). Er sieht darin den Vorteil, möglichst unbürokratisch anhand eines Vertrags die Zusammenarbeit regeln zu können, dies notariell im Amtsgericht vornehmen zu müssen (Int.6, Z.96-98 und Z.111-113) und Preisunterschiede, die durch unterschiedliche Abnehmer_innen entstehen, ausgleichen zu können (ebd., Z.84-91). Von Nachteil ist hierbei nach E2, dass "bei der GbR jedes GbR-Mitglied voll in der Haftung ist, auch für die anderen" (ebd., Z.98-99). Diese könne jedoch bei einem entsprechenden gegebenen Wachstum nach E2 in eine GmbH übergehen, "einfach auch aus Haftungsgründen" (ebd., Z.115-121). Er sieht eine Herausforderung in der Schaffung von bezahlten Stellen und der Findung entsprechend motivierten Personals (ebd., Z.148-152). Mehrmals äußert er große Skepsis bezüglich der Kommunikationsaufgabe, "wie man das so kommunizieren kann, dass daraus ein Spezialmarkt [für bio-vegane Produkte, d. Verf.] wird" (ebd., Z.186-190, Z.200-201 und Z.216-220).

6.1.3 Mögliche Reaktionen der Bioszene auf eine Formalisierung

In Tabelle ist zu sehen, welche möglichen Reaktionen die Befragten sich von der Bioszene erwarten. In der rechten Spalte kann nachvollzogen werden, wie oft der jeweilige Aspekt

genannt wurde.

Tabelle 5: Mögliche Reaktionen der Bioszene auf eine Formalisierung der Bewegung laut der Befragten

Quelle: eigene Darstellung

Reaktionen aus der Bioszene	Nennungen von 6 Interviews
Ablehnung einer rein pflanzlichen Anbauweise	4
Unverständnis/Überforderung	3
Gleichgültigkeit	2
Begrüßung	1
Gefühl der Bedrohung	1
Entwicklung von Akzeptanz oder sogar Toleranz	1

Vier der sechs Interviewten befürchten eine **Ablehnung des bio-vegane Anbausystems** aufgrund des verinnerlichten Gedanken eines Kreislaufes über Nutztiere im Ökolandbau. "Gerade bei den Verbänden oder den Biolandwirten, die das Tier als integralen Bestandteil der ökologischen Landwirtschaft sehen," rechnet E1 mit Ablehnung (Int.5, Z.115-116 und 122-124) und empfiehlt eine tolerante Haltung aller Parteien (Int.5, Z.-121-129). E2, selbst im Vorstand eines großen Bioverbandes, bezeichnet die bio-vegane Bewegung als einen "nicht logischen Weg" und vertritt die Meinung, Nährstoffe müssen im Ackerbau ohne Tierhaltung zwangsläufig importiert werden. Auch I1 und I2 sind sich sicher, dass es diesbezüglich zu Meinungsverschiedenheiten und Ablehnung kommen wird, da in der Biobewegung "die Tierhaltung sehr sehr tief verankert" sei und im bio-vegane System von "einem ganz anderen Kreislaufgedanken" ausgegangen werde (Int.1, Z.79-83 und Int.2, Z.145-154).

Unverständnis und Überforderung bei den Konsument_innen fürchten drei der sechs Befragten. I1 befürchtet, dass die besondere Qualität nicht bei Endverbraucher_innen geschätzt werden und diese "bio-vegan" als "nur aufgesattelt" empfinden könnten (Int.1, Z.77-79). I4 vermutet eine zu große Auswahl unterschiedlicher Label, die für Verwirrung und Überforderung sorgen könnte ("Ah ja, noch ein Label!") (Int.4, Z.136-137). Auch E2 bezweifelt, dass es möglich ist, die Produktmerkmale bio-vegan angebaute Lebensmittel so an die Konsument_innen zu kommunizieren, dass der Unterschied zwischen "biologisch mit veganen Inhaltsstoffen" und "bio-vegan angebaut" deutlich wird und "daraus ein Spezialmarkt werden kann" (Int.6, Z.200-201)."Ich müsste ja dem Verbraucher erklären, es gibt [...] ein veganes Produkt, das ist noch veganer als ein veganes Produkt.

Weil es stammt von einem Betrieb, der bio-vegan zertifiziert ist" (Int.6, Z.263-265).

E1 und E2 gehen von einer gewissen **Gleichgültigkeit** in der Bioszene aus ("Das berührt die nicht!"/"Manche sehen das dann ganz gelassen..."), zumal E2 eine "kommunikative Herausforderung" darin sieht, diesen Markt überhaupt zu etablieren (Int.6, Z.159-167; Int.5, Z.112).

E1 geht vermutet allerdings, dass es eine "spezielle Community" an Erzeuger_innen und Konsument_innen gibt, welche Wert auf solch ein Produktmerkmal legen und dieses als "Bereicherung, sichergehen zu können, dass ein, als bio-vegan bezeichnetes Produkt, das dann auch ist" **begrüßen** würden (Int.5, Z.112-115 und Z.135-139).

I2 äußert, dass Tierhalter_innen in Österreich seiner Erfahrung nach die Propagierung einer Landwirtschaft, in der "Tierhaltung nicht mehr notwendig ist", als eine existenzielle **Bedrohung** empfinden (Int.2, Z.161-168). Dies erklärt aus seiner Sicht, warum die bio-vegane Idee oft argumentativ in ein "schlechtes Licht" gerückt wird: "um natürlich ihre eigene Landwirtschaft, von der sie natürlich emotional und finanziell abhängig sind, zu rechtfertigen" (Int.2, Z.166-168).

Er kann sich allerdings auch vorstellen, dass es bei einem Wachstum der Szene und einer langsamen Annäherung aneinander "vielleicht einmal irgendwas zwischen **Toleranz und Akzeptanz** geben" wird (Int.2, Z.153-159).

6.2 Vom Erzeuger_in zur Konsument_in

6.2.1 Welche Rolle spielen sich vegan ernährende Konsument_innen?

Alle Befragten sind sich einig, dass Veganer_innen eine wichtige Rolle für eine Formalisierung der bio-vegane Bewegung spielen. Abb.15 zeigt, welchen verschiedenen Rollen vegane Verbraucher_innen durch die Expert_innen zugeordnet wurden.

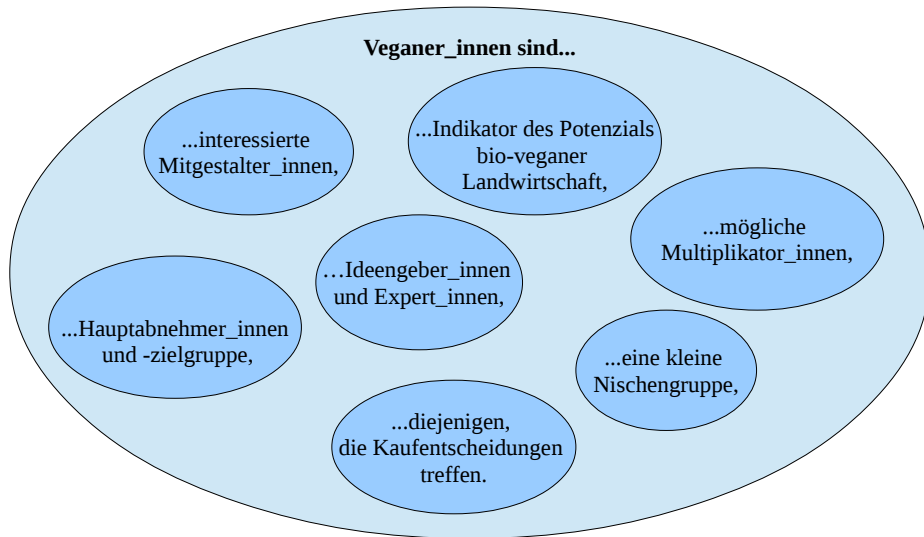


Abbildung 15: Rolle veganer Konsument_innen aus Sicht der Expert_innen

Quelle: eigene Darstellung angelehnt an Int.1-6

I1 und I2 halten die veganen Konsument_innen für "mündig" sowie reflektiert über die Landwirtschaft (Int.1, Z.115-118; Int.2, Z.184-187), weshalb I1 sie sogar als **"Ideengeber_innen, d. Verf.]"** bezeichnet. In seinen Augen könnten diese einbringen, was das Ziel und der ideelle Hintergrund dieser Bewirtschaftungsform sein soll, da Veganer_innen "genauere Vorstellungen" haben, als Leute, die sich nicht mit dieser Thematik auseinandersetzen (Int.1, Z.115-118). Er erachtet die veganen Konsument_innen als "wichtig, um auch diesen Input zu geben" und den anderen Verbraucher_innen dieses Verständnis näher bringen zu können (Int.1, Z.115-118 und Z.124-129). Auch I4 betont die **Multiplikator_innen-Rolle** dieser Gruppe, aus seiner Sicht sind die Veganer_innen "gefragt, dass sich da halt was tut", bspw. durch eine Anfrage nach bio-veganem Gemüse im Supermarkt (Int.4, Z.187-193).

I2 ist überzeugt, dass Veganer_innen "sich sehr viele Gedanken [...] über die Landwirtschaft gemacht haben", trotzdem fragt er sich, wie viele Veganer_innen den bio-veganen Landbau befürworten. Sie dienen ihm in diesem Gedankengang als **Indikator** für die Frage, ob diese Potenzial hat (Int.2, Z.184-190). I3 ist der Meinung, dass es gerade die

veganen Konsument_innen sind, welche ein Interesse an der bio-veganen Landwirtschaft haben. Sie sieht die veganen Konsument_innen als wesentliche **Mitgestalter_innen** an der Bewegung, was der Grund für sie ist, weshalb sich diese vom anderen Biolandbau unterscheidet (Int.3, S.173-182).

I1 bezeichnet diese **Konsument_innen-Gruppe** jedoch als **sehr klein** und hinterfragt, ob es ökonomisch sein kann, nur für diese zu produzieren (Int.1, Z.118-124). Auch I2 spricht von einer "sehr kleine[n] Nische" (Int.2, Z.196), I4 dagegen von einer "riesen Nische" (Int.4, Z.178-180), vermutlich ist eine Nische mit riesengroßem Potenzial gemeint.

Er hält die Veganer_innen auch für diejenigen, welche bio-vegane Produkte einkaufen, den "Tierschutzgedanken weiter denken" und mit ihrer **Konsumententscheidung** den Markt beeinflussen könnten (Int.4, Z.189-196). Auch E1 und E2 halten die veganen Verbraucher_innen für die entsprechende **Zielgruppe**, welche eine bio-vegane Auslobung als "Bereicherung" empfinden würden, sofern sie richtig kommuniziert werden würde (Int.5, Z.135-139 und Int.6, Z.185-189).

6.2.2 Gestaltung von Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen

In dieser Fragenkategorie, welche die Art der Beziehung zwischen interessierten Konsument_innen und bio-veganen Praktiker_innen meint, konnten die beiden Subkategorien

- "**indirekt über den Handel**" sowie

- "**direkt und partnerschaftlich**"

identifiziert werden, welche im Folgenden in all ihren genannten Aspekten näher erläutert werden.

Lediglich zwei Interviewte sprechen von einer **indirekten Beziehung** zu den Konsument_innen über den Großmarkt, wobei I2 der einzige ist, der beide Optionen nennt und sich erst genannten Weg sehr gut vorstellen kann (Int.2, Z.197-202, Z.211-214 und Z.224-226).

Schneeballeffekt durch Meinungsbildner

Er betont dabei die Wichtigkeit von "Meinungsbildnern", Mitarbeiter_innen von großen Handelsketten in Österreich, welche die Entscheidungsbefugnis zur Füllung der Regale

mit Waren inne haben. Wenn eine Kette anfangen würde, ein "bio-vegan"-Regal einzuführen, könnte seiner Ansicht nach ein Schneeballeffekt entstehen, da vermutlich nach und nach andere Ketten aufspringen und sich dem anschließen würden, um keine Marktanteile zu verlieren. Dies könnte aus seiner Sicht große Vorteile mit sich bringen, wenn das Angebot in letzter Konsequenz auch abnehmende Konsument_innen findet (Int.2, Z.220-244).

Kommunikation über Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

I3 spricht zwar auch von der Möglichkeit, "den anonymen Weg des Marktes [zu, d. Verf.] gehen und sich über ein gemeinsames Siegel Gedanken [zu, d. Verf.] machen. Jedoch eher, um zu betonen, dass die bio-vegane Landbaubewegung in ihren Augen mehr als nur die Bedienung einer spannenden ökonomischen Nische darstellt (Int.3, Z.140-143 und Z.187-205). Sollte dies das Ziel sein, denkt sie an die Maßnahme eines gemeinsamen Siegels, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zur Herausstellung der Unique Selling Proposition der Produkte und den Effekt der positiven Kaufentscheidung durch vegane Konsument_innen im Handel (Int.3, Z.187-193 und Z.201-205).

Stattdessen schlägt sie allerdings - wie die übrigen Interviewten - eine **direkte und partnerschaftliche Beziehung** (Int.1, Z.134-145; Int.4, Z.212-215; Int.6, Z.207-212) vor, in der es einen engen Austausch und näheren Kontakt (Int.4, Z.201-202; Int.5, Z.144-147) zwischen beiden Parteien gibt und diese "voneinander lernen können" (Int.3, Z.148-152 und Z.193-200).

Vertrauen und Kommunikation

I2 betrachtet dies als eine Möglichkeit, "mit dem[_r, d. Verf.] Konsument[_in, d. Verf.] wieder mal in Kontakt zu treten", dies, so meint auch I4, schaffe Vertrauen (Int.2, Z.220-224; Int.4, Z.218-225). Es stärkt nach E1 und E2 zudem die Glaubwürdigkeit und die direkte Kommunikation der Produktmerkmale (Int.5, Z.154-157; Int.6, Z.200-201 und Z.207-209).

Direkte Absatzwege

E1 und E2 betonen, dass es sinnvoll wäre, die Konsument_innen direkt miteinzubeziehen und mit ihnen zusammenzuarbeiten. Dies sichere die Sichtbarkeit und damit die Absatzsicherheit für die Produzent_innen und ermögliche den Konsument_innen außerdem den direkten Bezug der Produkte (Int.5, Z.144-150; Int.6, Z.216). Direkte

Absatzwege führen jedoch nach E1 ggf. zu höheren Transaktionskosten (Int.5, Z.154-157). Es stellt nach Ansicht von I2 im Vergleich zu einer indirekten Beziehung über den Handel einen langsameren Weg dar, direkt zusammenzuarbeiten, bei dem jährlich immer mehr Konsument_innen erreicht werden könnten (Int.2, Z.220-224).

Weniger Entfremdung

I3 und I4 sehen in direkten Beziehungen eine Möglichkeit, der Entfremdung oder Lücke zwischen Stadt und Land etwas entgegenzusetzen (Int.4, Z.218-230). I3 ist der Meinung, dass dann eine höhere Wertschätzung, "gegenüber den Produkten [...] und den Menschen, die diese Produkte herstellen" und mehr Bewusstsein, "was Landwirtschaft überhaupt heißt" (Int.3, Z.209-216) entstehen könnten. Bei einer solchen Zusammenarbeit könnte aus ihrer Sicht auch eine wünschenswerte angemessene Entlohnung der Praktiker_innen thematisiert und realisiert werden (Int.3, Z.216-226).

Austausch und Zusammenarbeit

I1 und I2 wünschen sich ein Mitbestimmungsrecht für Abnehmer_innen, da sie mit ihrer Vorstellung von landwirtschaftlicher Produktion wichtigen Input einbringen können (Int.1, Z.46-49, Z.115-118 und Z.149-150; Int.2, Z.361-363). I1 findet es auch wichtig, die Seite der Produktion und die Machbarkeit aus Sicht der landwirtschaftlichen Praxis an die Konsument_innen zu vermitteln (Int.1, Z.149-150), da er feststellte, dass bei diesen oft wenige Praxisnähe und ein verzerrtes Verständnis der Lebensrealität auf Biobetrieben vorherrscht (Int.1, Z.160-166). Auch I3 und E1 plädieren für einen engen Austausch, um voneinander lernen zu können (Int.3, Z.149-152, Z.163-166 und Z.193-198; Int.5, Z.149-150). I4 verweist auf die Möglichkeit, sich auf Betrieben auch mit anderen Abnehmer_innen von bio-veganen Produkten auseinandersetzen und austauschen zu können (Int.4, Z.222-225).

6.2.3 CSA als Form von Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen

I2-E2 nennen die solidarische Landwirtschaft oder andere Formen der Direktvermarktung wie FoodCoops als eine Möglichkeit, eine enge Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehung umzusetzen (Int.2, Z.197-198; Int.3, Z.193-201; Int.4, Z.204-225; Int.5, Z.149-150; Int.6, Z.209-212). I3 sieht die CSA als eine Struktur, die "sehr nah an dem bisherigen Organisationskonzept von bio-veganer Landwirtschaft" steht, da es einen engen Austausch gibt, die Lücke zwischen Konsument_innen und Produzent_innen nicht so groß

ist und eine höhere Wertschätzung sowie ein gewisses Verständnis gegenüber den Landwirt_innen und deren Arbeit entstehen kann (Int.3, Z.198-201 und Z.209-216). Auch I4 sieht in der solidarischen Landwirtschaft eine Möglichkeit, eine Beziehung zueinander herzustellen, die auf Vertrauen basiert, was seiner Ansicht nach der "Entfremdung was entgegengesetzt kann" (Int.4, Z.210-225). E1 hält es für wichtig, den Konsument_innen "den direkten Bezug zu ermöglichen", damit sie direkt in den Austausch mit den Erzeuger_innen gehen können, was ihrer Meinung nach die Glaubwürdigkeit stärken könnte (Int.5, Z.144-150 und Z.154-155). E2 sieht in direkten Absatzstrukturen die einzige Möglichkeit, die besondere Produktionsweise an die Konsument_innen zu kommunizieren und beschreibt die CSA als eine Variante, "durch die der[_{die}, d. Verf.] Produzent_in, d. Verf.] nicht nur in eine enge Verbindung zu seinem[_r, d. Verf.] Kund[_{in}, d. Verf.] gerät, sondern den[_{die}, d. Verf.] auch mit in die Verantwortung für seine Produktion nimmt" (Int.6, Z.207-212).

6.3 Zertifizierung und Labeling

6.3.1 Bedarf der Etablierung einer Zertifizierung aus Sicht der Expert_innen

Zwei der sechs Befragten aus dem internen Bereich, I1 und I2, sprechen sich uneingeschränkt für eine Zertifizierung bio-veganer Betriebe und ein Labeling von bio-veganen Produkten aus und nennen vor allem Vorteile (Int.1, Z.171-178; Int.2, Z.259-271). Die anderen beiden, die aus der Bewegung selbst befragt wurden, I3 und I4, sehen einige Nachteile in einer Zertifizierung, weshalb I4 sie ablehnt (Int.4, Z.255-271 und Z.287-289) und I3 sie nur bedingt bejaht (Int.3, Z.122-143). E1 und E2, welche nicht Teil der Bewegung sind, äußern zwar Vorteile, haben jedoch auch Befürchtungen oder befürworten ein Siegel nur eingeschränkt. E1 befürwortet es mit Einschränkungen (Int.5, Z.183-192), E2 sieht keine Notwendigkeit, ein Siegel einzuführen (Int.6, Z.241-244).

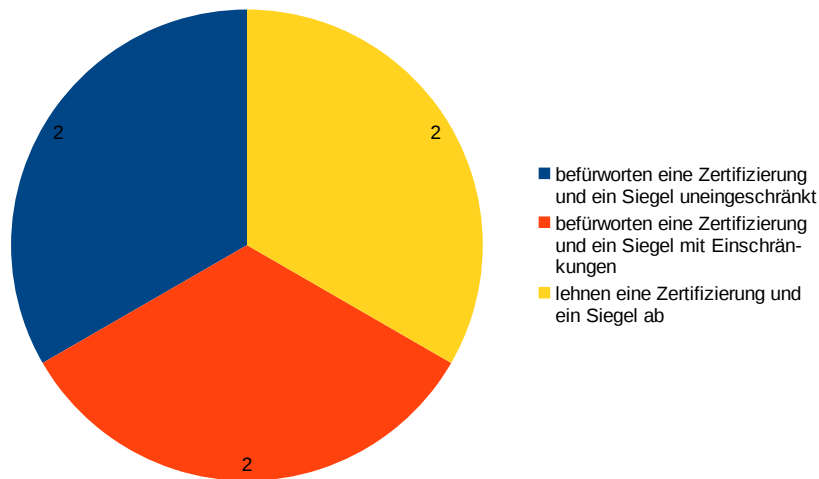


Abbildung 16: Haltung der Befragten zu einem Siegel für bio-vegane Produkte und einer Zertifizierung bio-veganer Betriebe

Quelle: eigene Darstellung

Wie Abb.16 zeigt, ergibt sich ein ausgewogenes Bild aus zwei Personen, die ein Labeling uneingeschränkt gut heißen, zweien, die dem kritisch, aber nicht ablehnend gegenüber stehen und zweien, die ein Label eher ablehnen. Es ist damit keine eindeutige Tendenz zu erkennen.

E1 und E2 halten ein Labeling nur dann für sinnvoll, wenn keine Direktvermarktungsstrukturen, CSA o.ä. angestrebt werden sollen, sondern eine Vermarktung in den Groß- und Einzelhandel erfolgen soll (Int.5, Z.188-192; Int.6, Z.242-243). Für E2 ist der Aufbau eines speziellen Marktes für bio-vegane Produkte nicht vorstellbar, er plädiert für enge Beziehungen zwischen Erzeuger_innen und Konsument_innen, wenn die bio-vegane Produktion kostenintensiver ist, als die biologische Standardproduktion, da sonst der "normale[...] Markt für vegane Produkte" ausreiche (Int.6, Z.220-235 und Z.279-284). Zudem ist für ihn eine Grundvoraussetzung für die Einführung eines Siegels, dass die Konsument_innen überhaupt den Unterschied zu veganen Produkten, die "nur" biologisch hergestellt sind, verstehen und stattdessen bio-vegane Produkte nachfragen, was er für unmöglich hält (Int.6, Z.243-244 und Z.263-265). I3 sieht, dass "gerade ein Markt entstanden ist, den man besetzen könnte", fühlt sich jedoch in den bestehenden egalitär und dezentral organisierten Strukturen, in denen

"politische Konzepte auch noch Platz haben oder diskutiert werden können, wo auch viele Leute miteinbezogen werden können, das zu gestalten", wohl und bezeichnet dies als Spannungsfeld (Int.3, Z.249-263).

6.3.2 Vor- und Nachteile einer Zertifizierung und eines Siegels

Folgende Tabelle zeigt die Vor- und Nachteile eines Siegels für bio-vegane Produkte und einer Zertifizierung gekoppelt an bio-vegane Anbau Richtlinien, welche durch die Bewegung erarbeitet werden könnten, aus Sicht der sechs Befragten. Die jeweiligen Vor- und Nachteile für die Gruppe der Erzeuger_innen, der Konsument_innen, des Handels und der Bewegung selbst wurden der Übersicht halber in vier verschiedene Blöcke eingeteilt, welche farblich markiert sind. Einigen Vorteilen wurden zu diesen passende Nachteile direkt gegenübergestellt.

Tabelle 6: Vor- und Nachteile eines gemeinsamen Siegels

Quelle: eigene Darstellung

Vorteile...	Nachteile...
<p>... für Erzeuger_innen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erzeuger_innen haben genormte Anbaustandards (Int.1, Z.198-199) • Erzeuger_innen können bessere Preise erzielen (Int.1, Z.207-208 und Z.224-226; Int.5, Z.221-225) • Markt erweitert sich für die Produzent_innen (Int.5, Z.223-224; Int.6, Z.279-280) 	<ul style="list-style-type: none"> • weniger Flexibilität für die Erzeuger_innen (Int.4, Z.35-40, Z.94-96 und Z.259-265) • Grauzonen können kaum geregelt werden und es entstehen evtl. Widersprüche oder "verwässert" (Int.4, Z.40-47 und Z.291-293) • Gefahr, dass sich Landwirt_innen einzig aus ökonomischen Gründen für bio-vegane Produktion zu entscheiden, statt aus idealistischen Motiven (Int.4, Z.128-131) • Gefahr des Betrugs, um ökonomische Vorteile des Labels zu nutzen (Int.4, Z.105-113 und Z.292-300)
<p>... für Konsument_innen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontrolle schafft Sicherheit und Glaubwürdigkeit: Verbraucher_innen können dem Label vertrauen (Int.1, Z.199-201; Int.2, Z.264 und Z.269-271) • Transparenz und Erkennbarkeit der Produkte für die Konsument_innen (Int.5, Z.183-188) 	<ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen der Verbraucher_innen in ein Siegel fraglich (Int.4, Z.255-259 und Z.270-271) • Verbraucher_innen setzen sich nicht mehr direkt mit den Produzent_innen und deren Betrieben auseinander (Int.4, Z.96-105 und Z.267-271) • Gefahr, dass die Kommunizierbarkeit scheitert und Verwirrung bei den Konsument_innen eintritt (Int.6, Z.195-201, Z.255 und Z.304-307) • bio-vegane Produkte werden teurer für die Konsument_innen (Int.6, Z.265-268)
<p>... für den Handel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handel kann neue Zielgruppen erschließen (Int.5, Z.229-237) 	<ul style="list-style-type: none"> • Einkauf für den Handel wird teurer (Int.1, Z.205-208; Int.2, Z.339-350 und Z.371-373)
<p>... für die Bewegung als solche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bio-vegan klar geregelter und geschützter Begriff (Int.1, Z.171-178) • Produktionsbedingungen können gemeinsam realistisch und idealistisch zugleich definiert werden (Int.2, Z.355-357 und Z.361-364) • bio-vegane Produktion wird bekannter (Int.2, Z.263-264) 	<ul style="list-style-type: none"> • Etablierung kostet Geld (Int.5, Z.188-192) • Charakter als politische und soziale "Transformationsbewegung" könnte verloren gehen (Int.3, Z.133-137)

Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte näher beleuchtet.

Vor- und Nachteile für die Erzeuger_innen

Ein Siegel für bio-vegan produzierte Lebensmittel und eine entsprechende Zertifizierung von bio-veganen Betrieben mithilfe von **genormten Anbaurichtlinien**, die allgemein gültig und klar geregelt sind, betrachtet I1 als großen Vorteil für bio-vegane Erzeuger_innen, da sich im Moment "alles vegan schimpft" und er eine klare Regelung für notwendig hält (Int.1, Z.27-28 und Z.198-199). I4 sieht hierin jedoch große Nachteile für die Seite der Produktion, da der Anbau dann von **Bestimmungen und Einschränkungen** geprägt wäre, den einzelnen Landwirt_innen damit viel Freiheit genommen würde und diese "in Zwänge verfallen" könnten (Int.4, Z.35-40, Z.94-96 und Z.259-265). Dies könne "vielen Dingen schon im Keim den Riegel vorschieben", auch wenn es sich um sinnvolle Schritte handelt (Int.4, Z.261-265). Als Beispiel für einen solchen Fall nennt er die Gnadentierhaltung, eine Haltung, bei welcher gerettete Tiere als "Mitbewohner" und nicht zur Nutzung auf dem Betrieb leben. Da diese auch Teil des Kreislaufes sind, kann sich I4 vorstellen, deren Dung zu nutzen, was bei strikt bio-veganer Anbauweise nicht vorgesehen ist (Int.4, Z.41-50 und Z.89-96). In einer starr geregelten Produktion könnten solche Grauzonen schwer berücksichtigt werden, was zu einem weiteren Punkt führt, den I4 als Nachteil sieht: Grauzonen - wie die Verwendung von Dung von Gnadentieren - können kaum sinnvoll geregelt werden und es entstehen eventuell gewisse **Widersprüche** (Int.4, Z.40-47 und Z.291-293). Sollte Dung von Tieren aus einer Gnadentierhaltung erlaubt sein, so kann schwer kontrolliert werden, ob nicht auch Dung von Nutztieren verwendet wird. Dies wiederum birgt die Gefahr einer **Verwässerung der Richtlinien**, was grundsätzlich dazu führen kann, als Bewegung in den Idealen nicht ernst genommen zu werden (Int.4, Z.291-300). I1 und E1 begrüßen ein Siegel aus Sicht der Produzent_innen, da diese in einem solchen Falle **bessere Preise** für bio-vegan produzierte Nahrungsmittel erzielen könnten, als bisher (Int.1, Z.207-208 und Z.224-226; Int.5, Z.221-225). Zudem erweitert sich der Markt für die Erzeuger_innen, indem eine **neue Nische** erschlossen wird (Int.5, Z.223-224; Int.6, Z.279-280). Auch hier sieht I4 Nachteile, wie z.B. die Gefahr, dass sich Landwirt_innen **einzig durch die ökonomischen Anreize** für eine bio-vegane Produktion entscheiden könnten, ohne diese Werte selbst zu vertreten und intrinsische Motive für dieses Anbausystem aufzuweisen (Int.4, Z.128-131). Zudem könnte darin seiner Ansicht nach die **Gefahr des Betrugs**, wie bspw. durch Umdeklarierung der Produkte, um von den finanziellen Vorteilen des Siegels "bio-vegan" zu profitieren, lauern (Int.4, Z.105-113, Z.256-257 und Z.292-300).

Vor- und Nachteile für die Konsument_innen

I1 und I2 sind der Meinung, dass eine Kontrolle und ein damit einhergehendes Siegel Klarheit über die Bedingungen, in denen das Produkt angebaut wurde, schaffen kann und damit eine bessere **Glaubwürdigkeit** für die Abnehmer_innen einherginge (Int.1, Z.199-201; Int.2, Z.264 und Z.269-271). Die Konsument_innen könnten sich dann sicher sein, "dass das drin ist, was die Konsument[_innen, d. Verf.] fordern" (Int.2, Z.269-271). Zudem liegt durch ein Siegel mehr **Transparenz** vor und es wird nach E1 leichter für Käufer_innen, bio-vegane Produkte zu erkennen und diese im Handel zu finden (Int.5, Z.183-188). Jedoch stellt I4 in Frage, ob Verbraucher_innen **einem Siegel wirklich vertrauen** (Int.4, Z.255-259 und Z.270-271). Außerdem stellt es für ihn einen Nachteil dar, dass diese sich nicht mehr selbst mit den Produzent_innen bio-vegane Produkte und dem Anbau dieser auf den Betrieben beschäftigen und damit die **Lücke zwischen Konsument_in und Produzent_in** wieder größer werden könnte (Int.4, Z.96-105 und Z.267-271). Mit einem Siegel einher geht auch die Frage der **Kommunizierbarkeit**. E2 sieht einen großen Nachteil darin, dass die Gefahr besteht, die bio-vegane Wirtschaftsweise und den Unterschied zum biologischen und veganen Endprodukt aus tierhaltenden Betrieben oder Betrieben mit tierischer Düngung verständlich an die Verbraucher_innen zu kommunizieren. Es könnte seiner Ansicht nach Verwirrung entstehen (Int.6, Z.195-201, Z.255 und Z.304-307). Ein weiterer Nachteil, den er sieht, sind die laut ihm zu Beginn sicher **höheren Preise** für bio-vegane Produkte, die Konsument_innen zu zahlen bereit sein müssten, was E2 stark in Frage stellt (Int.6, Z.265-268).

Vor- und Nachteile für den Handel

I1 und I2 sehen vor allem Nachteile für den Handel, da dieser in ihren Augen kein Interesse daran hat, dass ein neues Siegel eingeführt wird, zumal Eigenmarken und eine eigene Auslobung günstiger für diesen sind. Sollte ein "bio-vegan"-Siegel durch die Bewegung aufgesetzt und diese Kennzeichnung dem Handel entrissen werden, so wird der **Einkauf dieser gelabelten Produkte für die Ketten teurer** (Int.1, Z.205-208; Int.2, Z.339-350 und Z.371-373). E1 nennt jedoch für den Handel den Vorteil, dass neue Zielgruppen erschlossen werden und das spezielle Angebot für Veganer_innen damit erweitert werden könnte, indem man diese bestehende Zielgruppe gezielt mit bio-vegan produzierten Waren anspricht (Int.5, Z.229-237).

Vor- und Nachteile für die Bewegung als solche

Ein großer Vorteil für die bio-vegane Landbaubewegung ist aus Sicht von I1, dass "bio-vegan" im Falle eines Labelings einen klar geregelten und **rechtlich geschützten Begriff** darstellt (Int.1, Z.171-178). Ein sinnvoller Schritt, wenn Großhandelsstrukturen genutzt werden sollen, der jedoch, so E1 und E2, auch aufwändig ist und **Geld kostet** (Int.5, Z.188-192; Int.6, Z.243). I2 nennt als wichtigen Vorteil, dass die Anbaurichtlinien gemeinsam so gestaltet werden können, dass diese sowohl den Bedingungen, zu denen die Praktiker_innen produzieren können, als auch den ideellen Anforderungen, die vonseiten der vegan konsumierenden Bevölkerung kommen, entsprechen und dabei realistisch bleiben (Int.2, Z.355-357 und Z.361-364). Bei Eigenmarken, die durch den Handel vorgegeben werden, sind dagegen die Produzent_innen oft den Anforderungen an die Produktion, die der Handel vorgibt, unterworfen und werden austauschbar. Bei einer **gemeinsamen Erarbeitung von Richtlinien** durch die Bewegung, "haben wir das selbst in der Hand" (Int.2, Z.323-338). I3 befürchtet, dass hierbei **nur ökonomisch argumentiert** werden und der Charakter als soziale und politische "Transformationsbewegung" verloren gehen könnte (Int.3, Z.133-137). Ein weiterer Vorteil, den I2 nennt, ist die Erweiterung des Bekanntheitsgrades der bio-vegane Landwirtschaft, da seiner Meinung nach "jede Produktionsmethode dann beim[_r, d. Verf.] Konsument[_in, d. Verf.] ankommt, wenn sie ausgelobt wird" (Int.2, Z.263-264).

6.3.3 Ablauf der Kontrolle und Zertifizierung

Die Frage, wie die Zertifizierung optimalerweise ablaufen könnte, wurde unterschiedlich beantwortet. Es wurden drei unterschiedliche Systeme genannt, welche im Folgenden beleuchtet werden sollen.

Einbindung der bio-vegan-Kontrolle in eine EG-Bio-Kontrolle

I1, I2 und E2 schlagen vor, die bio-vegane Kontrolle in eine EG-Bio-Kontrolle durch eine anerkannte Zertifizierungsstelle anhand eines Beiblattes, einer Liste mit zusätzlichen Anforderungen, einzubinden (Int.1, Z.182-193; Int.2, Z.122-138; Int.6, Z.289-298). I2 nennt als einen Vorteil dieser Variante die Kosteneinsparung, da keine gesonderte Anfahrt eines_r eigenen Kontrolleur_in und besondere Administration notwendig wären (Int.2, Z.290-294). Außerdem sieht er es als Absicherung vor öffentlichem Gerede im Falle einer Abweichung durch einen Betrieb, die später entdeckt wird, wenn die von der Bewegung

unabhängige Kontrollstelle zuvor kontrolliert und den Betrieb für gut befunden hat (Int.2, Z.309-316). Auch I3 erwägt eine Kontrolle durch entsprechend ausgebildete Kontrolleur_innen und damit ein Andocken an das bestehende Zertifizierungssystem im Biobereich, indem es erweitert wird (Int.3, Z.66-68 und Z.101-105). Sie sieht jedoch die Gefahr, dass manche Betriebe nicht das Kapital haben, sich zusätzlich "bio-vegan" zertifizieren zu lassen. Durch die höheren Kosten für diese **third party-Zertifizierung** könnte also eine ungewollte Selektion stattfinden. Fraglich ist für sie, ob diese Kontrolle besser wäre als andere Systeme (s.u), jedoch vermutet sie, es könnte eine einheitlichere Umsetzung der Vorgaben gegeben sein, da die Betriebe von unabhängigen Kontrolleur_innen kontrolliert werden, die die Betriebe miteinander vergleichen können. Auch mutmaßt I3, dass dies zu einer besseren Akzeptanz in der Bevölkerung führen könnte, da die Strukturen der Biozertifizierung bekannt und anerkannt sind (Int.3, Z.105-111).

Grower-to-grower-Zertifizierung

I2 beleuchtet auch die **grower-to-grower-Zertifizierung**, kommt jedoch zu dem Schluss, dass diese zwar momentan durch die überschaubare Anzahl sehr idealistisch geprägter Betriebe möglich, jedoch im größeren Rahmen nicht "handfest" genug ist (Int.2, Z.276-282 und Z.303-309). I3 legt viel Wert auf eine gemeinsame Grundlage, für die Zertifizierung selbst sieht sie neben der oben erwähnten Möglichkeit auch die grower-to-grower-Zertifizierung als realistischen Weg, also dass sich die Betriebe gegenseitig zertifizieren, "einen Betriebsrundgang machen und eine Checkliste abarbeiten" (Int.3, Z.62-70). Dieser Vorgang wäre aus ihrer Sicht für die Betriebe selbst kostengünstiger, jedoch arbeits- und zeitaufwändig, und möglicherweise fiel diese Kontrolle in die Arbeitsspitzen der Betriebe, da Betriebsbesichtigungen sinnvollerweise während der Saison stattfinden sollten, um alle wichtigen Arbeitsabläufe einsehen zu können (Int.3, Z.78-82 und Z.93-97). I3 sieht zudem den Vorteil, dass diese Art der Zertifizierung "an die bestehenden Strukturen sehr eng anknüpfen" würde und den Austausch und die gegenseitige Unterstützung der Landwirt_innen untereinander befördern könnte (Int.3, Z.82-85 und Z.236-243). Es stellt sich für sie die Frage des Vertrauens sowohl der Konsument_innen in die Betriebe als auch der Betriebe ineinander, die sich gegenseitig begutachten (Int.3, Z.85-89). Außerdem ist für sie fraglich, wie ein solches System in Food Chains, wo auch Verarbeiter_innen bio-vegane Produkte weiterverarbeiten möchten, integriert werden soll (Int.3, Z.89-93). Bei der Frage, welche Variante ihr lieber wäre, bevorzugt sie klar die gegenseitige Kontrolle, da

"das die bestehende Struktur besser abdeckt" und dem Charakter der Bewegung eher entspricht (Int.3, Z.249-252). E1 schlägt ebenfalls eine Gruppen- bzw. grower-to-grower-Zertifizierung vor, da sie diese bei der momentan kleinen Anzahl an bio-veganen Betrieben für ausreichend hält. In ihren Augen bietet diese Form der Zertifizierung zusätzlich eine gute Möglichkeit für die Praktiker_innen, sich auszutauschen, sich mit anderen Betrieben auseinanderzusetzen und gemeinsam "Lösungsansätze für etwaige Anbauprobleme oder betriebsorganisatorische Probleme" zu entwickeln" (Int.5, Z.201-214). E2 betont, dass das grower-to-grower-Zertifizierungssystem nur in "ganz überschaubaren Größenordnungen" funktioniert, zudem bei großen Entfernungen nicht sinnvoll ist.

Eigene Zertifizierung durch eine neue Institution

I2 sieht eine weitere mögliche Variante der Kontrolle bio-veganer Betriebe darin, dass eine **eigene Zertifizierung durch den zu gründenden Verein** stattfinden könnte, vermutet allerdings, dass dies aufgrund der verstreut gelegenen Betriebe und damit verbundenen weiten Anfahrtswege zu teuer wäre (Int.2, Z.294-29).

Zertifizierung durch Verbraucher_innen

I4 spricht sich gegen eine Zertifizierung aus und schlägt vor, dass die **Konsument_innen sich** stattdessen **selbst ein Bild** machen sollen (Int.4, Z.287-289).

6.4 Weitere Aspekte

6.4.1 Offenheit und Toleranz

Zwei der Befragten finden es wichtig für die bio-vegane Landbaubewegung, dass sie "offen bleibt" und es keine Abschottung nach außen gibt, bspw. durch eine Verurteilung der Menschen, die sich nicht vegan ernähren oder die Tierhaltung befürworten. I4 betont, dass "wir halt alle irgendwo in dieser Welt aufgewachsen" sind, und kaum jemand als Veganer_in auf die Welt kommt, weshalb es sich niemand anmaßen könne, andere für ihr Essverhalten zu verurteilen. Stattdessen wünscht er sich mehr Integration (Int.4, Z.167-173). Auch E1 wünscht der Bewegung, "dass sie ihre Ziele erreicht, ohne missionieren zu wollen". Sie hält es für angebracht, anderen Ansichten gegenüber, zum Beispiel die derjenigen Landwirt_innen, welche das Tier als "integralen Bestandteil der ökologischen Landwirtschaft sehen", eine gewisse Toleranz zu wahren und Verständnis aufzubringen (Int.5, Z.121-129).

6.4.2 Richtlinienausarbeitung

Zwei Personen sprechen die Ausarbeitung der Richtlinien an. I2 kritisiert die deutsche Übersetzung der englischen Originalrichtlinien und wünscht sich, dass diese verständlicher formuliert, gekürzt und umstrukturiert werden (Int.2, Z.81-94). Kürzere Richtlinien seien auch für die Kontrollstellen leichter aufzuarbeiten. Zur Vorgehensweise schlägt er vor, sich allein auf die zusätzlichen Aspekte der bio-veganen Landwirtschaft zu beschränken und allgemeine, pflanzenbauliche Vorschriften, die in der EG-Öko-Verordnung schon verankert sind, wegzulassen. Diese zusätzlichen Aspekte sollen in einem Brainstorming erarbeitet und erst dann mit den Vegan Organic Standards abgeglichen werden, um sicherzustellen, dass nichts vergessen wurde (Int.2, Z.380-402). Auch I3 sieht die Anpassung der englischen Richtlinien als wichtigen Schritt an, bei dem diese auf deutsche Verhältnisse angepasst und dahingehend diskutiert werden sollen (Int.3, Z.281-286). Wichtig ist für sie bei dieser Maßnahme, dass unvoreingenommen und offen diskutiert wird. Ohne sich zu sehr "von den bestehenden Biorichtlinien vordefinieren" zu lassen, soll versucht werden, die "Argumente auf eine sachliche Basis zu stellen" (Int.3, Z.320-330) Damit einher geht für I3, eine gemeinsame "Selbstverortung" und die Grundsätze der bio-veganen Landwirtschaft mit allen, die ein Interesse daran haben, zu formulieren (Int.3, Z.309-312 und Z.330-335).

6.4.3 Politische Rahmenbedingungen und staatliche Förderung

Nach I4 könnte die Politik einiges tun, um die bio-vegane Landwirtschaft zu fördern, da sie aus seiner Sicht einen wesentlichen Teil zum Naturschutz beiträgt. Ein Vorschlag ist, dass der Staat zusätzliche Kosten, z.B. für veganen Dünger aus Biotreber, ausgleicht, indem er die zusätzlichen Kosten übernimmt (Int.4, Z.307-315). I1 schlägt eine staatliche Förderung für die Reduktion von CO₂-Emissionen vor, da durch die Bewirtschaftung ohne Tierhaltung wesentlich weniger CO₂ produziert wird (Int.1, Z.239-244).

6.4.4 Prozessuale Kompetenz

Als sehr wichtig erachtet E1 die Kompetenz der Organisator_innen innerhalb des bio-veganen Netzwerks. Sie rät dazu, in diese Kompetenzen der treibenden Kräfte der Bewegung zu investieren, um zu vermeiden, dass man sich in kleinen Teilen verliert oder "sich im Prozess zerreibt" und es dadurch schafft, die Prozesse so zu steuern, dass "man die Leute mitnimmt" und Entscheidungen herbeiführt (Int.5, Z.248-256).

7 Synthese - Potenziale der Formalisierungsmöglichkeiten für die bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum

7.1 Mögliche verbesserte Organisationsstrukturen

Es kann festgestellt werden, dass alle Beteiligten aus der Bewegung selbst Bedarf sehen, die Organisationsstrukturen zu verbessern, jedoch unterschiedliche Vorstellungen von der Umsetzung dieser verbesserten Struktur haben, die sich nicht unbedingt widersprechen. Im Folgenden wird sowohl der Variante, informelle Strukturen zu bewahren Raum gegeben, anschließend wird eine Formalisierung konstruiert, so wie sie möglicherweise für einige Befragte aussehen sollte.

7.1.1 Die kritischen Stimmen zur Formalisierung- Warum ein weiterhin informeller Weg auch verbesserte Strukturen bieten kann

Wie in Kapitel 4.4 bereits vermutet, sind zwei der Befragten aus der Bewegung, I3 und I4, eher für weiterhin **informelle Strukturen**, bzw. sind skeptisch oder legen wenig Wert auf eine Formalisierung und einen Fokus auf den Groß- und Einzelhandel (Int.3, Z.122-143; und Z.249-252; Int.4, Z.89-113). Ihnen ist der starke persönliche Bezug, der Informationsaustausch untereinander und eine Beziehung zwischen Konsument_in und Produzent_in, die auf Vertrauen basiert, am wichtigsten. Hier zeigt sich, wie nah diese beiden Befragten an der Grundidee, wie sie auch von den Initiator_innen des VON in Großbritannien formuliert wurde, stehen. Danach stellen "[...] dezentrale Strukturen, eine möglichst regionale Erzeugung und Vermarktung [...]" Handlungsmaximen der bio-vegane Landwirtschaft dar und die Partnerschaft zwischen städtischen und ländlichen Gruppen soll durch **direkte Vermarktungskonzepte** gestärkt werden (vgl. Kapitel 2.2) (HALL/TOLHURST 2006, S.xiv und S.300; VGÖ 2016a). HALL und TOLHURST (2006, S.295), Begründer des bio-vegane Landbaus in England, empfehlen den Produzent_innen außerdem, ihre Erfahrungen auszutauschen, andere Betriebe zu besuchen und an Seminaren und Tagungen teilzunehmen, um sich gegenseitig weiterzubilden.

I4 ist der Meinung, dass eine Formalisierung und ein Labeling die Lücke zwischen Konsument_innen und Produzent_innen vergrößern würde, da in diesem Falle der_die Verbraucher_in "sich gar nicht mehr wirklich damit auseinandersetzt" (Int.4, Z.96-100) und auch der_die Produzent_in "seine[ihre, d. Verf.] Ideen mehr oder weniger ablegen" kann (ebd., Z.55-58). HALL und TOLHURST (2006, S.295ff) schlagen ebenfalls eine enge

Beziehung dieser beiden Parteien, bspw. durch CSA oder eine Vermarktung über bio-vegane Abokisten, welche direkt an die Konsument_innen geliefert werden, vor. I4 befürchtet außerdem, dass Betriebe auf den Trend aufspringen könnten, ohne ideell hinter der bio-veganen Idee zu stehen, zudem wittert er Betrug, aufgrund des ökonomischen Anreizes, den das Label bietet (Int.4, Z.55-60, Z.127-131, Z.256-257 und Z.291-300). Ein Merkmal der bio-veganen Landwirtschaft und deren Praktiker_innen ist, wie in Kapitel 2.1 und 2.3 erläutert, die intrinsische Motivation, aus tierethischen Gründen auf jegliche Nutzung tierischer Düngemittel zu verzichten. Sollte es ein bio-veganes Siegel geben, würde aufgrund des besseren Preises für dieses zusätzliche Produktmerkmal (WIRTH 2003, S.31) tatsächlich ein Anreiz für Produzent_innen geschaffen, bio-vegan zu produzieren. Wie in Kapitel 2.4 dargelegt, sind ein Viertel aller Biobetriebe sogenannte viehlose Betriebe (SCHULZ et al. 2013, S.20), denen es grundsätzlich verhältnismäßig leicht fiel, auf eine bio-vegane Produktionsweise umzusteigen, deren Betriebsleiter_innen jedoch die Tierhaltung möglicherweise nicht grundsätzlich ablehnen. Aus Sicht der Verfasserin ist diese von I4 geäußerte Befürchtung daher durchaus berechtigt.

I4 steht einer Formalisierung weiterhin kritisch gegenüber, weil er der Meinung ist, dass sie Praktiker_innen stark in ihren Freiheiten einschränkt, wenig dynamisch und dafür starr in den entstehenden Verpflichtungen ist (Int.4, Z.35-50 und Z.259-267). Aufgrund vieler "Grauzonen" ist für ihn eine einheitliche Definition von bio-veganen Anbau Richtlinien ohnehin kaum vorstellbar und birgt die Gefahr von Widersprüchlichkeiten (ebd., Z.41-50 und Z.291-293). Unter dem Begriff der **freien Vereinbarung**, in einem lockeren, aber vertrauensvollen Verhältnis, in dem sich Konsument_innen und Produzent_innen befinden, könne viel mehr angestoßen und gemeinsam diskutiert werden (ebd., Z.72-73, Z.100-102 und Z.211-215). Eine Möglichkeit, selbst aktiv zu werden, sei zum Beispiel, sich gegenseitig auf die Betriebe einzuladen (ebd., Z.72-83). Die von ihm genannten Argumente decken sich an dieser Stelle stark mit jenen einiger Teilnehmenden der Zukunftswerkstatt auf den vergangenen Bio-Veganen Landbautagen. Die Gruppe, die sich mit *informellen* Zukunftsperspektiven auseinandersetzte, wünschte sich vor allem regionalen Bezug, Basisdemokratie, eine Befreiung vom Geldzwang und Vertrauen statt Kontrolle. Ein Netzwerk als Rückgrat, um voneinander zu lernen und sich gemeinsam weiterzuentwickeln, und gegenseitiger Erfahrungsaustausch bildeten weitere Wünsche dieser Gruppe (BVL 2016c, S.48f). I4 schlägt dazu passend vor, dass als Rahmen Plattformen im Internet geschaffen und Tagungen oder Veranstaltungen auf den Betrieben

veranstaltet werden könnten (ebd., Z.75-83). Außerdem plädiert er dafür, dass die Initiative von den Leuten selbst kommen und jede_r sich eigenverantwortlich weiterbilden könne (Int.4, Z.81 und Z.120-128). Hierzu ist zu sagen, dass die Option der gegenseitigen Vernetzung und Weiterbildung bereits existiert und die Strukturen des BVN, wie der Infopool und das Forum auf der Homepage, die Höfeliste des VEBU und das Angebot, an Tagungen teilzunehmen, schon genutzt werden können und dazu einladen, selbst aktiv zu werden und bestehendes Netzwerk zu nutzen (vgl. Kapitel 5.1). I4 schlägt somit **keine großen strukturellen Veränderungen** zum jetzigen Stand der Bewegung vor.

I3 wünscht sich eine **starke persönliche Vernetzung** zwischen Betrieben, Wissenschaftler_innen und anderen am bio-vegane Anbau Interessierten, um gemeinsam eine Grundlage zu erarbeiten (Int.3, Z.44-46, Z.50-56, Z.286-291 und Z.330-335), aus der dann möglicherweise ein Verein entstehen kann (Int.3, Z.310-314). Eine völlig neue Organisationsstruktur lehnt sie ab und verweist auf die bestehende dezentrale und egalitäre **Struktur und die Expertise des BVN** (vgl. Kapitel 5.1), auf die zurückgegriffen werden und deren Vorarbeit nützlich in der weiteren Vorgehensweise sein kann (Int.3, Z.26-35). Am allerwichtigsten scheint I3 die Möglichkeit zu sein, dass **politische und soziale Aspekte** weiterhin Teil der Bewegung bleiben und irgendwo verortet werden, anstatt sich rein von ökonomischen Anreizen leiten zu lassen (Int.3, Z.122-143 und Z.249-263). Diese Bedenken ähneln den oben beschriebenen Befürchtungen von I4, dass ökonomische Anreize wichtiger werden als soziale, ethische und ökologische Grundsätze der Bewegung. Ihr Vorschlag zur weiteren Vorgehensweise ist die Schaffung eines verbindenden Elements, welches den Aufbau persönlicher Beziehungen und der Vernetzung fördert, woraufhin die gemeinsame Definition einer Selbstverortung als Basis und anschließend eine gemeinsame Diskussion über und Ausarbeitung der Richtlinien folgen soll. Anschließend sei es "nur noch eine rein formale Sache, da jetzt einen Verein daraus entstehen zu lassen" (Int.3, Z.298-314).

Die externen Expert_innen aus der Bioszene sehen dies anders, beide sind sich einig, dass eine Vernetzung bei einer solchen Gruppengröße noch ohne formelle Struktur funktioniert (Int.5, Z.67-74; Int.6, Z.30-32) und diese nach E2 erst bei einem Wachstum über 50 Betriebe notwendig wird (Int.6, Z.39-40 und Z.48). Hier sei anzumerken, dass E2 die bio-vegane Bewegung bisher kaum wahrgenommen hat und der bio-vegane Landbau für ihn einen "nicht-logischen Weg" darstellt, den er nicht befürwortet (Int.6, Z.171-179). Die Tatsache, dass er selbst vermutlich kein besonderes Interesse daran hat, dass sich

die Idee des bio-vegane Anbaus verbreitet, sollte bei der Auswertung stets im Auge behalten werden.

Der Vorschlag von E1 besteht darin, regelmäßige **Vernetzungstreffen** zu veranstalten, um gemeinsam Lösungsbedarfe zu beleuchten und zusammen reflektieren zu können (Int.5, Z.67-70 und Z.78-88). Außerdem kann sie sich gut vorstellen, **Arbeitsgruppen** ins Leben zu rufen, bspw. um eine politische Interessenvertretung zu etablieren, und betont dabei, dass weitere Schritte von den Bedürfnissen der Beteiligten abhängen (Int.5, Z.67-74). E2 hält die Vernetzung ebenfalls für wichtig, um einen Erfahrungsaustausch zu ermöglichen und voneinander zu lernen (Int.6, Z.43-46).

Sollte die bio-vegane Landbaubewegung informell bleiben, spielt der **gegenseitige Erfahrungsaustausch** folglich eine enorm wichtige Rolle und es werden personelle und finanzielle Ressourcen benötigt, um regelmäßige Vernetzungstreffen einzuleiten. Möglicherweise könnten diese Ressourcen vom BVL, dem Verein, der das BVN nun seit Mai 2015 trägt (vgl. Kapitel 5.1), bereitgestellt werden. Damit würde umgangen, eine formal organisierte landwirtschaftliche Institution zu gründen und eine gewisse Freiwilligkeit ohne Zwänge und Vorschriften sowie ein **Mitspracherecht** für alle Interessierten bliebe erhalten. Soziale und politische Aspekte könnten gemeinsam diskutiert und Leitlinien erarbeitet werden. Aus diesen Vernetzungstreffen könnten Arbeitsgruppen entstehen, die sich verschiedenen Themen sowohl fachlich als auch politisch widmen, außerdem könnte man voneinander lernen und vom Wissen aller Beteiligten profitieren. Das BVN bliebe ein relativ **offenes Graswurzel-Netzwerk**, welches, durch die Zusammenarbeit mit dem BVL nah an den Konsument_innen positioniert, etwas besser strukturiert und fokussierter an Themen arbeiten könnte. Trotzdem stellt I3 hierzu passend fest, dass "es Leute geben muss, die involviert genug sind und die die Motivation haben, dass die sich einmal treffen und das wirklich zusammen erarbeiten" (Int.3, Z.291-293). Es besteht darüber hinaus bei dieser Variante die Gefahr, durch eine fehlende formale Struktur nicht ernst genommen zu werden (Int.5, Z.101-104), außerdem fehlt dann die Möglichkeit politischer Einflussnahme durch eine legitimierte Lobby (Int.5, Z.104-108; Int.6, Z.43-54)

Die beschriebenen Argumente gegen eine oder Skepsis an einer Formalisierung durch vier der Befragten, wurden zwar hier beleuchtet, sollen jedoch kein Ausschlusskriterium für weitere Überlegungen zu einer Formalisierung darstellen.

7.1.2 Stimmen, die eine Formalisierung voranbringen möchten: Wie eine formale Organisationsstruktur der bio-veganen Bewegung aussehen könnte

Im Interview mit I3 zeigt sich, dass sie grundsätzlich offen für eine Formalisierung ist, wenn oben genannte Bedingung der gemeinsamen Verortung der Bewegung erfüllt ist und **partizipativ mit allen Beteiligten** auf einer persönlichen Ebene eine Basis erarbeitet und formuliert wird (Int.3, Z.298-314). Im direkten Vergleich mit den anderen Bioverbänden und deren Strukturen sieht auch I4 eine gewisse Notwendigkeit, der losen bio-veganen Bewegung eine **Struktur zu geben** und diese zu formalisieren (Int.4., Z.51-58). Sowohl E1 als auch E2 nennen einige Bereiche, für die eine Formalisierung sinnvoll wäre, wie gegenseitige Weiterbildung, Bekanntmachung der Idee, politische Einflussnahme und eine gemeinsame Vermarktung (Int.5, Z.99-108; Int.6, Z.42-54). Auch räumt E2 ein, dass bezüglich einer gemeinsamen Vermarktung ein "legitimierte Gegenüber" wichtig und bereits im jetzigen Stadium eine klare Struktur sinnvoll sei (Int.6, Z.53-53, Z.58-66 und Z.83-84). Es wird damit sehr deutlich, dass alle vier oben Zitierten trotzdem eine gewisse Notwendigkeit sehen, zu einer Formalisierung, zumindest in einigen Aspekten, überzugehen und sich bis auf I4 keine_r deutlich dagegen ausspricht.

Es fällt auf, dass beide befragten Praktiker, I1 und I2, einen **Anbauverband und eine Zertifizierung** uneingeschränkt befürworten (Int.1, Z.27-32, Z.97-99 und Z.171-178; Int.2, Z.30-41 und Z.259-271). Es kann auch festgestellt werden, dass die Vorschläge von I1 und I2 zwar pragmatischer sind, jedoch einen sehr partizipativen Charakter aufweisen und nicht unbedingt zu den von I3 gewünschten Aspekten im Widerspruch stehen. Die von I4 vorgeschlagenen "freien Vereinbarungen" ohne formalen Rahmen in einer losen Struktur (Int.4, Z.35-40) sind dagegen eindeutig konträr zu den vorgeschlagenen Formalisierungswegen der ersten drei Befragten.

Laut E1 leitet sich die Notwendigkeit einer Formalisierung vom **Bedarf und den Bedürfnissen der Gruppe** selbst ab (Int.5, Z.49-51). Ist dieser Bedarf vorhanden, sollte diesem aus ihrer Sicht nachgegangen werden (ebd., Z.51-56). Wie oben dargelegt, sehen mindestens zwei der internen Befragten den unbedingten Bedarf, der Bewegung eine formale Struktur zu geben, weshalb diesem aus Sicht der Autorin auch nachzukommen ist. Es stellt sich also die Frage, ob deren Bedürfnisse sich mit denen der eher skeptischen Befragten vereinbaren lassen. Im Folgenden wird zunächst der Versuch unternommen, die Vorschläge zu einer Formalisierung zu vereinen und mit den Impulsen der beiden externen Befragten zu kombinieren.

Die von I1 und I2 vorgeschlagene Organisationsstruktur deckt sich in allen Punkten bzw. beinhaltet keine Widersprüche. I3 setzt andere Schwerpunkte, doch könnte ein Kompromiss zwischen ihrer Variante und der der eben genannten Interviewten gefunden werden. Auch der Vorschlag der Findung einer gemeinsamen Vermarktungsstruktur, die von E2 vorgeschlagen wird, sowie einige inhaltliche Vorschläge von E1 sollen hier einfließen. Dieser Weg könnte folgendermaßen aussehen:

Gründung eines überregionalen Bioverbandes (Int.1, Z.46-47; Int.2, Z.30-32, Z.47-49 und Z.130-134) für den gesamten deutschsprachigen Raum (Int.2, Z.130-134), welcher

- mit einem zugrunde liegenden Selbstverständnis, in dem auch soziale und politische Themen diskutiert werden ausgestattet ist (Int.3, Z.298-301, Z.254-255, Z.286-291 und Z.309-314),
- einen gegenseitigen Informationsaustausch zwischen und ein Mitbestimmungsrecht für Produzent_innen und Konsument_innen bietet (Int.1, Z.47-52; Int.2, Z.362-365; Int.3, Z.148-152, Z.159-166, Z.163-166, Z.193-198, Z.213-216 und Z.252-259), z.B. durch Arbeitsgruppen, die sich mit speziellen Fachthemen auseinandersetzen (Int.5, Z.70-72),
- Informationen rund um den bio-vegane Land- und Gartenbau bereitstellt sowie die Interessen von Erzeuger_innen, Verarbeiter_innen und Konsument_innen bündelt (Int.1 Z.46-47, Z.58-62 und Z.88-91; Int.2, Z.98-109 und Z.120-121),
- einen Ansprechpartner für die Presse und alle Interessierten darstellt und die Idee bekannt macht (Int.2, Z.101-108; Int.5, Z.101-104),
- die Anbau Richtlinien praxistauglich und trotzdem idealistisch definiert (Int.2, Z.62-75 und Z.356-358) und sie im Gesetz verankert (Int.2., Z.115-120),
- eine starke persönliche Vernetzung von Erzeuger_innen und Konsument_innen ermöglicht (Int.2, Z.362-364; Int.3, Z.44-46, Z.50-56, Z.286-291 und Z.330-335),
- agrarpolitischen Einfluss nimmt und die rechtlichen Rahmenbedingungen verbessert (Int.2, Z.109-114; Int.5, Z.72-73, Z.99-101 und 105-108; Int.6, Z.49-52),
- eine gemeinsame Vermarktung ermöglicht (Int.5, Z.104-105; Int.6, Z.53-53, Z.58-66 und Z.83-84),

- und dabei an die bisherigen Strukturen und die Expertise des BVN anknüpft (Int.3, Z.33-35, Z.82-85, Z.157-159 und Z.200-201).

Diese benannten Punkte sind formal durch die **Gründung eines Vereins** umzusetzen, wofür sieben Personen vonnöten sind (DOLUSCHITZ/MORATH/PAPE 2011, S.136f) (vgl. Kapitel 3.3). Dies könnte auf den für das Jahr 2017 angesetzten nächsten Bio-Veganen Landbautagen erfolgen (GIRUS-NOVOCZYN 2016), um zu gewährleisten, dass alle aktiven Personen am Prozess beteiligt werden.

Zentrale Elemente, die für die bio-vegane Bewegung auf *formeller* Organisationsbasis auf den vergangenen bio-veganen Landbautagen gewünscht wurden, sind eine kritische Erarbeitung eigener Richtlinien, ein Zentralverband zur Bündelung der Interessen und für Lobbyarbeit, Beratungsstellen für Praktiker_innen, ein Label und eine klare Definition für bio-veganen Anbau, Bildungsarbeit, Modellhöfe u.v.m. (BVL 2016c, S.51ff). Dabei war der Anspruch der Tagungsteilnehmer_innen, ähnlich dem der in vorliegender Arbeit Befragten, authentisch, konsequent und transparent zu bleiben (BVL 2016c, S.51ff) (vgl. Kapitel 5.1). Hier zeigt sich deutlich, dass auch weitere Stimmen aus der Bewegung o.g. Skizze des potenziellen Verbandes mittragen. Wie das Beispiel des Bioland-Verbandes und deren Aktiven, welche 1972 zu zwölf den Verband gründeten, zeigt (vgl. Kapitel 5.4.2), können solche Schritte einiger Einzelpersonen mit der Zeit zu bedeutsamen Schritten für die Gesellschaft werden.

In Kapitel 3.3 wurde weiterhin die Bekanntmachung, Patentierung, Kontrolle und Vergabe eines spezifischen Verbands- und Warenzeichens als eine der wichtigsten Aufgaben eines Anbauverbandes identifiziert. Mit oben beschriebener Formalisierung könnte folglich auch eine **Zertifizierung und ein Labeling** einhergehen, welche in ihrer möglichen Durchführung in Kapitel 7.4 umfassend diskutiert werden, hier jedoch mit einfließen sollen.

Es ergibt sich in diesem Punkt ein ähnliches Bild wie oben: Die beiden praktizierenden Landwirte wünschen sich ein Labeling (Int.1, Z.27-28, Z.171-178 und Z.198-199; Int.2, Z.259-271), während I3 und E1 dem kritisch aber nicht ablehnend gegenüberstehen (Int.3, Z.122-143; Int.5, Z.183-192). I4 lehnt ein Label aus verschiedenen Gründen ab (Int.4, Z.35-40, Z.94-96 und Z.259-265), E2 ist skeptisch ob der Kommunizierbarkeit und glaubt nicht an den Aufbau eines speziellen Marktes für bio-vegane Produkte, weshalb er sich gegen ein Siegel ausspricht (Int.6, Z.241-244).

Um klarer herauszuarbeiten, welche Chancen und Risiken sich in der Idee eines Verbandes wie oben beschrieben, in Kombination mit einer Zertifizierung und einem Label auf tun, und wo dabei die internen Stärken und Schwächen liegen, erfolgt nun eine SWOT-Analyse (**S**trengths-**W**eaknesses-**O**pportunities-**T**hreads) (vgl. Kapitel 4.7), die sich an den von den Befragten genannten Chancen und Risiken bei einer Formalisierung wie oben skizziert orientiert und auf den folgenden beiden Seiten zu sehen ist.

Tabelle 7: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

<p>Umweltfaktoren</p>	<p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nische auf dem Markt vorhanden • Veganismus ist im Kommen • bio-veganer Landbau wird bekannter • Biostrukturen sind bereits vorhanden • Menschen fordern strengere Bio-Auflagen • Veganer_innen reflektiert und interessiert 	<p>Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • es gibt schon sehr viele Labels, Gefahr, dass Verwirrung bei den Konsument_innen eintritt • Vertrauen der Verbraucher_innen in ein Siegel fraglich • Unklar, ob bio-vegane Landwirtschaft von Interesse für Verbraucher_innen ist • Bio-vegane Idee auf dem Markt noch recht unbekannt • Gedanke der Kreislaufwirtschaft mit Tierhaltung tief verankert im Ökolandbau, Ablehnung der Idee zu erwarten • ggf. wenig Praxisbezug und Expertise von Seiten der Konsument_innen • Landwirt_innen könnten ohne intrinsische Motivation beginnen, bio-vegan zu produzieren, ideelle Komponente könnte verloren gehen
<p>Unternehmensfaktoren</p> <p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • von unten gewachsen • Praktiker_innen und Erzeugnisse bereits vorhanden • Vernetzung und Expertise durch BVN bereits gegeben • umfassender Infopool bereits erarbeitet 	<p>SO-Strategien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bio-vegane Anbaurichtlinien verabschieden und Siegel entwerfen • Nische bedienen: Veganer_innen finden bio-veganes Angebot vor • Markt für die Erzeuger_innen erweitern • Mitbestimmung für alle 	<p>ST-Strategien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit und Glaubwürdigkeit für die Verbraucher_innen durch Kontrolle herstellen • Transparenz und Erkennbarkeit der Produkte für die Konsument_innen herstellen • bio-vegan als Begriff klar regeln und

<ul style="list-style-type: none"> • Richtlinien haben schon eine Basis durch die Vegan Organic Standards • "Bio plus": tierethische, ökologische und soziale Verbesserungen werden angestrebt 	<p>Interessengruppen realisieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • politische Interessenvertretung in die Wege leiten 	<p>schützen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charakter als politische und soziale "Transformationsbewegung" bewahren • umfassend über das bio-vegane Anbausystem informieren • offen und tolerant bleiben • Kund_innen mit ins Boot holen und tragfähige Beziehung herstellen
<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • wenige Personen, die Zeit und Expertise dafür mitbringen • wenige, zerstreute Betriebe, verbindendes Element fehlt noch • kleine Bewegung • Finanzierung bisher nicht gegeben • viele verschiedene Interessen vorhanden, die divergieren könnten • bio-vegane Anbauweise schwer zu kommunizieren, schwer zu regelnde Grauzonen 	<p>WO-Strategien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gemeinsame Basis und Produktionsbedarf gemeinsam realistisch und idealistisch zugleich definieren • verbindendes Element schaffen, um Konsument_innen mit einzubinden • in das Labeling investieren und staatliche Fördermittel nutzen • Interesse der Verganer_innen nutzen und für bio-vegane Anbau sensibilisieren • vorhandene Biostrukturen nutzen • den gesamten deutschsprachigen Raum einbeziehen • mehr Praktiker_innen für den bio-vegane Anbau gewinnen 	<p>WT-Strategien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beziehung zwischen Verbraucher_innen und den Betrieben herstellen, um Vertrauen aufzubauen • bio-vegane Produktion transparent und bekannt machen • wissenschaftlich fundiert argumentieren • Konsument_innen zur Mitgestaltung einladen

Im Folgenden werden die unterschiedlichen strategischen Bereiche innerhalb der Matrix erläutert. Welche gedanklichen Schritte hier vollzogen wurden, ist im Kapitel 4.7 nachzulesen.

SO-Strategien

Um die bestehende Nische im veganen Warenangebot zu nutzen und dem Trend des Veganismus strategisch angemessen zu begegnen, sollte ein bio-veganes Sortiment mit einem entsprechenden Siegel zur Kennzeichnung etabliert und damit ein neuer Markt für bio-vegan produzierende Landwirt_innen geschaffen werden (Int.1, Z.27-28, Z.171-178 und Z.198-199; Int.2, Z.259-271). Hierzu müssten durch den zu gründenden Verband bio-vegane Anbau Richtlinien formuliert und verabschiedet sowie ein entsprechendes Zertifizierungssystem geschaffen werden. Wie in Kapitel 5.3.1 dargelegt, gibt es bereits Bestrebungen, die bio-veganen mit den biozyklischen Richtlinien zu vereinen und diese bei der Family of Standards der IFOAM einzureichen. Wichtig bei diesem Schritt das Einbeziehen aller Beteiligten, also auch interessierten Personen aus der Wissenschaft oder vegane Konsument_innen, um die Mitsprache und die enge partnerschaftliche Beziehung der Akteur_innen untereinander nicht zu gefährden (Int.3, Z.252-259 und Z.330-335). Hierbei können die Stärken der Bewegung, nämlich die bestehende Expertise einzelner Personen, der geschaffene Infobereich auf der Webseite www.biovegan.org, die entstandenen Beziehungen auf den bio-veganen Landbautagen 2015 sowie die bereits vorhandenen Standards aus Großbritannien von Nutzen sein. Diese Ressourcen könnten durch den Verband gebündelt und verwaltet werden. Um auch politisch auf die positiven Effekte der bio-veganen Landwirtschaft, die sozialen Bedingungen in den Betrieben sowie die Tier- und Pflanzenwelt (vgl. Kapitel 2.2 und 2.3) aufmerksam zu machen und gewisse - für die Bewegung förderliche - Bedingungen einzufordern, empfiehlt es sich nach Ansicht von E1 und E2, gemeinsam eine politische Interessenvertretung einzuleiten und das Thema neben der breiten Öffentlichkeit zügig auch in die Politik einzubringen (Int.5, Z.99-101; Int.6, Z.49-52).

WO-Strategien

Der Herausforderung, verschiedenste Interessen "unter einen Hut zu bringen" (Int.1, Z.88), welche von I1 benannt wird, kann mit einer zu schaffenden gemeinsamen Grundlage (z.B. einer Vereinssatzung) (LULEY 1996, S.60) begegnet werden,

anhand derer, wie von I2 und I3 vorgeschlagen, zusammen die Richtlinien erarbeitet werden, sodass sie idealistisch bleiben und aus Sicht der veganen Konsument_innen angemessen sind, und dabei trotzdem auch aus Sicht der Betriebe die Wirtschaftlichkeit und Umsetzbarkeit gewährleistet bleibt (Int.2, Z.63-75; Int.3, Z.50-56). Zudem ist es aus Sicht der Verfasserin wichtig, den Konsument_innen genügend Mitsprache zu ermöglichen, um mögliche Grauzonen gemeinsam auszuloten und das bio-vegane System klar kommunizieren zu können. Es könnte auch eine Strategie darstellen, diese aktiv einzubinden, um die Schwäche, dass die Bewegung aus wenigen, zerstreuten Akteur_innen besteht, abzumildern und die Gegebenheit zu nutzen, dass viele Veganer_innen bereits an der Thematik Interesse zeigen (Int.2, Z.15-19 und Z.130-132). Außerdem können durch eine länderübergreifende Organisation für den gesamten deutschsprachigen Raum, wie I2 vorschlägt, möglicherweise mehr Akteur_innen akquiriert werden (Int.2, Z.130-134). Es ist sicherlich von Vorteil, vorhandene Biostrukturen zu nutzen, da hier personelle und finanzielle Ressourcen eingespart werden könnten. Die Tatsache, dass kaum Gelder zu Verfügung stehen, um oben beschriebene Schritte durchzuführen, stellt eine weitere Schwäche dar. Eine umfassende Fördermittelakquise könnte jedoch nach Ansicht der Verfasserin dazu verhelfen, staatliche Fördermittel nutzen zu können und dadurch in ein solches Labeling und die gemeinsame Arbeit investieren zu können. Außerdem gibt es aus Sicht der Autorin die Möglichkeit, sich an der Finanzierung des Netzwerks Solidarische Landwirtschaft zu orientieren: Die Betriebe und Mitglieder bezahlen einen selbst ausgewählten Beitrag, durch welchen die Arbeit der Geschäftsstelle gedeckt wird (SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. 2016b).

ST-Strategien

I4 stellt in Frage, ob Label für Verbraucher_innen glaubwürdig sind (Int.4, Z.105-113). E2 ist der Meinung, dass das bio-vegane Anbausystem über ein Siegel nicht kommunizierbar ist und ein solches bei Konsument_innen für Verwirrung sorgen könnte (Int.6, Z.186-190 und Z.200-201). Um dieses Risiko abzumildern, ist es nach Auffassung der Autorin enorm wichtig, eine gewisse Sicherheit und Glaubwürdigkeit herzustellen, außerdem transparent nach außen zu kommunizieren, unter anderem indem der Begriff "bio-vegan" ganz klar geregelt, eingegrenzt und verständlich an die Verbraucher_innen kommuniziert wird. Die bio-vegane Idee ist auf dem Markt noch recht unbekannt, E1 und E2 haben nach eigenen Angaben bisher kaum davon

gehört (Int.5, Z.17-21; Int.6, Z.15-18 und Z.29), und es ist damit zu rechnen, dass Veganer_innen oft wenig landwirtschaftlichen Bezug haben (Int.1, Z.160-166). I1 findet es deswegen wichtig, die Seite der Produktion und die Machbarkeit aus Sicht der landwirtschaftlichen Praktiker_innen an die Konsument_innen zu vermitteln (Int.1, Z.149-150). Dazu schlägt die Verfasserin angelehnt an WIRTHGEN und MAURER (2000, S.209) vor, über Öffentlichkeitsarbeit und zielgruppengerechte Werbung umfangreich über das bio-vegane Anbausystem zu informieren, um Vertrauen und Verständnis zu gewinnen (WIRTH 2003, S. 78f) und damit dem Risiko zu begegnen, dass die Konsument_innen mit dem Label nichts anfangen können oder Verwirrung entsteht. Diese Instrumente dienen auch der Herausstellung der Unique Selling Proposition der Produkte und führen vermutlich zum Effekt der positiven Kaufentscheidung durch vegane Konsument_innen im Handel (Int.3, Z.187-193 und Z.201-205). Eine weitere Möglichkeit, um das Vertrauen der Veganer_innen zu gewinnen und unter den Praktiker_innen "Trittbrettfahrer_innen", die rein ökonomische Interessen haben, zu vermeiden, ist nach Ansicht der Verfasserin, den Charakter als politische und soziale "Transformationsbewegung" (Int.3, Z.140-143) zu bewahren, wie auch I3 es vorschlägt, indem diese Aspekte bspw. in einem Grundsatzpapier des zu gründenden Vereins ausformuliert werden. Hierbei sollten wiederum nicht nur Landwirt_innen, sondern auch Verbraucher_innen und Wissenschaftler_innen mitwirken (Int.3, Z.252-259 und Z.330-335). Das Risiko Ablehnung von anderen Bioverbänden oder praktizierenden Tierhalter_innen zu erfahren kann, so vermuten I4 und E1, durch Offenheit und Toleranz abgemildert werden (Int.4, Z.167-173; Int.5, Z.121-129). E1 bringt an, dass es wichtig sei, "denen diese Haltung halt auch [zu, d. Verf.] lassen" (Int.5, Z.121-129). Durch eine Absicherung anhand von wissenschaftlich fundierter Argumentationsweise (Int. 3, Z.321-323), wie sie bereits im Infopool der Homepage des BVN angegangen wird, kann darüber hinaus dafür gesorgt werden, dass die bio-vegane Bewegung in ihrer Intention, soziale, tierethische und ökologische Verbesserungen herbeizuführen (vgl. Kapitel 2.3), ernst genommen wird .

WT-Strategien

Es muss mit dem Risiko gerechnet werden, dass Verbraucher_innen die bio-vegane Anbauweise nicht verstehen oder kein Interesse an einer bio-vegane Produktqualität haben. Es wird z.B. von FRONING (2015, S.29) hinterfragt, ob die

größer werdende Zahl der Veganer_innen auch ein steigendes Interesse an bio-vegan angebaute Produkten zeigt. "Wie viele der Veganer_innen, d. Verf.] [...] wollen bio-vegane Landwirtschaft?", fragt I2 im Zuge der Überlegungen ob sie Potenzial hat, kommt jedoch zu dem Schluss, dass ein Umdenken unter den Konsument_innen stattfinden wird und bio-vegane Produkte in Zukunft nachgefragt werden (Int.2, Z.188 und Z.248-253). Es besteht das Risiko, dass die bio-vegane Anbauweise schwer verständlich zu machen (Int.6, Z.195-201) und evtl. aufgrund der schwierigen Grenzziehung zwischen Nutztieren und wild lebenden Tieren widersprüchlich sein könnte (Int.1, Z.150-155; Int.4, Z.291-293). Um dieses Risiko zu vermeiden, sollte die bio-vegane Landwirtschaft nach Ansicht der Autorin durch den Verband transparent und bekannt gemacht und dabei fundiert wissenschaftlich argumentiert werden (Int.3, Z.321-323). Zudem kann an dieser Stelle nur wiederholt werden, wie wichtig eine enge Beziehung zu den Konsument_innen ist, um eine Vertrauensbasis untereinander herzustellen und diese zur Mitgestaltung zu animieren (Int.1, Z.46-52 und Z.134-145; Int.2, Z.361-363).

7.2 Horizontale Kooperationen zwischen Praktiker_innen zur gemeinsamen Vermarktung

E2 sieht grundsätzlich den einzigen Weg für bio-vegane Praktiker_innen darin, direkt mit den Konsument_innen in Kontakt zu treten, da er nicht glaubt, dass es einen speziellen Markt für bio-vegane Lebensmittel geben kann (Int.6, Z.195-201 und Z.207-212). Jedoch empfiehlt er für die Vermarktung bio-veganer Produkte momentan schon, klare Strukturen zu etablieren, die bspw. in Form einer **Gesellschaft bürgerlichen Rechts** zwischen den Betrieben hergestellt werden könnten (Int.6, Z.60-66, Z.72-76 und Z.83-84).

Eine GbR ist eine **überbetriebliche horizontale Kooperation** (vgl. Kapitel 3.1.1 und 3.2) und dient der Erfüllung eines gemeinsamen, meist wirtschaftlichen, aber auch ideellen Zwecks der einzelnen Gesellschafter_innen (DOLUSCHITZ/MORATH/PAPE 2011, S.132ff). E2 sieht darin den Vorteil, möglichst unbürokratisch anhand eines Vertrags die Zusammenarbeit regeln zu können (Int.6., Z.96-98 und Z.111-113) und Preisunterschiede durch unterschiedliche Abnehmer_innen ausgleichen zu können (ebd., Z.84-91). Dies geschieht, so DOLUSCHITZ, MORATH und PAPE (2011, S.132), indem "die Leistungen der Gesellschaft nach zuvor klar definierten Beträgen

abgerechnet" und der Gewinn gleichmäßig verteilt wird. E2 erachtet es als sehr wichtig, in diesem Punkt professionell vorzugehen und die GbR schriftlich festzuhalten, um Streit zu vermeiden, da z.T. unterschiedliche Preise für die Waren bezahlt werden (Int.6, Z.72-76, Z.86-91 und Z.152-154). Von Nachteil ist hierbei nach E2, dass "bei der GbR jedes GbR-Mitglied voll in der Haftung ist, auch für die anderen" und nur gemeinschaftlich über das Vermögen verfügt werden kann (Int.6, Z.98-99; DOLUSCHITZ/MORATH/PAPE 2011, S.132). Die GbR kann jedoch bei einem entsprechenden Wachstum nach E2 in eine GmbH übergehen, was Vorteile bzgl. der Haftung bietet (Int.6, Z.115-121).

Nach Auffassung der Autorin ist es fraglich, ob der Schritt, bio-vegane GbR untereinander zu vereinbaren, momentan Sinn machen würde, da die Betriebe geografisch recht vereinzelt liegen und der Großhandel noch nicht mit -als bio-vegan deklarierten- Produkten erschlossen wurde (vgl. Kapitel 5.2). Im Falle eines Labelings der Produkte und einer großflächigen Vermarktung dieser, kann diese Maßnahme zwischen den Betrieben ergriffen werden, um Ungerechtigkeiten vorzubeugen, und dabei Unterstützung durch den zu gründenden Verband erfahren. Erzeuger_innengemeinschaften oder Gesellschaften zwischen bio-vegan produzierenden Praktiker_innen könnten außerdem in Gebieten mit einem hohen Anteil viehloser Betriebe (bei einer Schaffung eines Anreizes zur Umstellung auf bio-vegane Anbau) nach Einschätzung der Verfasserin zukünftig für eine gemeinsame Vermarktung evtl. eine Rolle spielen.

7.3 Möglichkeiten der Umsetzung einer partnerschaftlichen Beziehung zwischen Konsument_innen und Produzent_innen

7.3.1 Ein Siegel als Brücke von den Produzent_innen zu den Konsument_innen

In Kapitel 3.3 wurde die Bekanntmachung, Patentierung, Kontrolle und Vergabe eines spezifischen Verbands- und Warenzeichens als eine der wichtigsten Aufgaben eines Anbauverbandes identifiziert. Ein Label kann dazu dienen, Vertrauen und Transparenz für die Verbraucher_innen herzustellen (vgl. Kapitel 3.4.1). Viele Landwirt_innen nehmen es als Chance wahr, auf ihren Produkten durch ein weiteres Siegel eine über die Anforderungen des EU-Bio-Siegels hinausgehende Qualität zu kommunizieren, um damit ein Bewusstsein bei Verbraucher_innen für den Mehrwert zu schaffen, welches zuvor evtl. noch nicht vorhanden war (LASSAUT/SYLVANDER

1997, S.244-246). Es gibt zwei Betriebsleiter_innen unter den Interviewten, welche ein **Siegel** uneingeschränkt befürworten und ein Interesse daran haben oder bereits ohne eine Deklaration als solche dabei sind, **bio-vegane Produkte in den Einzel- und Großhandel** zu vermarkten (Int.1, Z.171-178; Int.2, Z.259-271). Sie sehen in einem Siegel einen Weg, einen besseren Preis für ihre Produkte zu erhalten, die besondere Produktqualität hervorzuheben und die bio-vegane Landwirtschaft bekannter zu machen (Int.1, Z.207-208 und Z.224-226; Int.2, Z.263-264; Int.5, Z.221-225). Auch eine studentische Studie kommt zu dem Ergebnis, dass bio-vegane Landwirt_innen eigene verbindliche Standards und ein Siegel befürworten (FRONING 2015, S.29). METTKE (2015a, S.139) führt ebenfalls an, dass eine Zertifizierung eine innovative Vermarktungsstrategie darstellen könnte (vgl. Kapitel 5.3.1). E1 und E2 halten ein Labeling allerdings nur dann für sinnvoll, wenn keine Direktvermarktungsstrukturen oder CSA angestrebt werden sollen, sondern eine Vermarktung bio-vegan erzeugter Produkte in den Groß- und Einzelhandel erfolgen soll (Int.5, Z.188-192; Int.6, Z.242-243). Hierbei muss damit gerechnet werden, dass anfangs nur geringe Absatzzahlen erzielt werden können (WIRTH 2003, S.32) und evtl. höhere Stückkosten gegeben sind (Int.6, Z.267-268).

Um der oben diskutierten Gefahr der Entfremdung und Lücke zwischen den Konsument_innen und den Produzent_innen entgegenzuwirken, gilt es, die Verbraucher_innen in den **Prozess der Ausarbeitung der Richtlinien** miteinzubeziehen. Damit einher geht für I3 eine gemeinsame "Selbstverortung" und die Grundsätze der bio-veganen Landwirtschaft mit allen Beteiligten, die ein Interesse daran haben, zu formulieren (Int.3, Z.309-312 und Z.330-335). Durch den Einbezug der Konsument_innen in diesen Prozess und ein zu verwirklichendes **Mitspracherecht** könnte die gewünschte partnerschaftliche Beziehung aus Sicht der Autorin auch trotz einer solchen Vermarktungsstruktur realisiert und dabei noch ein neuer Markt erschlossen werden. Wichtige Instrumente, um das Siegel erfolgreich zu etablieren, sind Werbung, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit (WIRTHGEN/MAURER 2000, S.208), welche durch den Anbauverband, ggf. mithilfe von Fördermitteln, realisiert werden könnten.

7.3.2 Solawi als Brücke von den Produzent_innen zu den Konsument_innen

Vergegenwärtigt man sich die Grundsätze des VON in Großbritannien, so ist die

Etablierung einer möglichst **regionalen Erzeugung und Vermarktung** eine wichtige Handlungsmaxime des bio-vegane Systems (HALL/TOLHURST 2006, S.8f; VGÖ 2016a). Es wird zudem angestrebt, den ökologischen Fußabdruck zu minimieren, weite Absatzwege widersprechen diesem Gedanken (HALL/TOLHURST 2006, S.xiv). **Dezentrale Strukturen** empfiehlt auch das bio-vegane Netzwerk auf seiner Webseite (VGÖ 2016j). ARNDT et al. (2015, S.14) vermuten, dass sich die bio-vegane Anbaumethode zukünftig auch weiter nur in einer kleinen Nische bewegen wird. Diese könnte sich nach Auffassung der Verfasserin durch einen Einstieg in den Groß- und Einzelhandel vergrößern. Bio-vegan produzierende Landwirt_innen, welche ähnlich wie I3 und I4 großen Wert auf eine sehr direkte Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehung legen (Int.3, Z.193-201; Int.4, Z.204-225) und weiterhin in dezentralen und egalitären Strukturen beheimatet bleiben wollen, haben trotzdem dem Möglichkeit, beispielweise durch **CSA** oder andere **Formen der Direktvermarktung** einen alternativen Weg zum Labeling in großflächigen Vermarktungsstrukturen einzuschlagen (vgl. Kapitel 3.4). I3 sieht die CSA als eine Struktur, die "sehr nah an dem bisherigen Organisationskonzept von bio-veganer Landwirtschaft" steht, da es einen engen Austausch gibt, die Lücke zwischen Konsument_innen und Produzent_innen nicht so groß ist und eine höhere Wertschätzung sowie ein gewisses Verständnis gegenüber den Landwirt_innen und deren Arbeit entstehen kann (Int.3, Z.198-201 und Z.209-216).

Ein zu gründender Anbauverband könnte in eine enge Kooperation mit dem in Kapitel 5.4.3 beschriebenen "Netzwerk Solidarische Landwirtschaft" treten und Betriebe darin fördern, den Konsument_innen den direkten Bezug der Produkte zu ermöglichen und eine Solawi aufzubauen oder bestehende Solawis zu verbessern.

Aus Sicht der Autorin schließen sich beide Wege, die der Vermarktung anhand eines Labels und die der direkten Vermarktung bzw. solidarischen Landwirtschaft, keinesfalls aus. Betriebsspezifische Merkmale, die Bedingungen im Umfeld des Betriebes und die Ideale des_r Betriebsleiter_in spielen hier die entscheidende Rolle bei der Wahl der Vermarktungsform (WIRTHGEN/MAURER 2000, S.19). WIRTHGEN und MAURER (ebd., S.182) empfehlen eine vorherige Analyse des Marktes, wobei sie feststellen, dass die Verbraucher_innen-Strukturen der Region um einen Betrieb meist bekannt ist. Beispielsweise wird von I1 das Problem angesprochen, dass die Anzahl der Veganer_innen sich vor allem in ländlichen

Regionen noch in Grenzen hält, sodass gehofft werden muss, dass das bio-vegane Anbausystem auch für andere Konsument_innen-Gruppen interessant wird (Int.1, Z.118-124). Dieses Problem könnte durch eine großflächige Vermarktung in Städte umgangen werden. Jedoch ist bei der solidarischen Landwirtschaft im Vergleich zur Vermarktung in den Handel durch die **direkte Beziehung** eine bessere Möglichkeit vorhanden, die besonderen Vorzüge der bio-vegane Landwirtschaft an potenzielle Solawi-Interessierte zu kommunizieren. Ideelle Werte und Nachhaltigkeitsaspekte werden für Verbraucher_innen und deren Kaufentscheidung immer wichtiger (WIRTHGEN/MAURER 2000, S.17), sodass eine realistische Chance besteht, dass die bio-vegane Landwirtschaft als eine sehr nachhaltige Form der Landbewirtschaftung erkannt wird und Konsument_innen sich aktiv in die Bewegung einbringen.

7.4 Für die Bewegung geeignete Zertifizierungsformen

E2 stellt fest, dass, wenn der Markt für bio-vegane Produkte aufgebaut werden soll, die Zertifizierung der erste Schritt sei. In Kapitel 3.4.3 wurden drei unterschiedliche Zertifizierungsformen beleuchtet: Die third party-Zertifizierung, die Gruppensertifizierung und das participatory guarantee-System. Auch die befragten Landwirt_innen sprechen bei der Frage nach der Art der Zertifizierung alle drei Varianten an.

7.4.1 Bio-vegane Kontrolle im Zuge der Biokontrolle

I1, I2 und E2 schlagen vor, die bio-vegane Kontrolle in eine EG-Bio-Kontrolle durch eine **third party-Zertifizierungsstelle anhand eines Beiblattes** einzubinden (Int.1, Z.182-193; Int.2, Z.122-138; Int.6, Z.289-298). Hier kann nur wiederholt werden, dass diese Variante für bio-vegane Betriebe Sinn macht, welche nicht bereit sind, eine CSA oder ähnliche direkte Vermarktungswege aufzubauen, sondern an den Groß- und Einzelhandel liefern möchten (Int.5, Z.188-192; Int.6, Z.242-243). Wie in Kapitel 7.2 erörtert wurde, weist die Bewegung die Schwäche auf, kaum finanzielle Ressourcen zu haben. Die empfohlene Strategie ist, wie I3 empfiehlt, das Andocken an das bestehende Zertifizierungssystem im Biobereich, indem es erweitert wird (Int.3, Z.66-68 und Z.101-105). Dieser Zertifizierungsweg bringt jedoch auch Kosten für die Betriebe selbst mit sich und schließt möglicherweise Betriebe mit geringerem

Kapital schon von vornherein aus (Int.3, Z.105-111). Betriebe, welche jedoch Wert darauf legen, die besondere **Produktqualität über ein Siegel** hervorzuheben, haben dann die Möglichkeit, diesen Weg zu gehen und dadurch möglicherweise einen besseren Preis für ihre Lebensmittel zu erzielen (Int.1, Z.207-208 und Z.224-226; Int.5, Z.221-225; WIRTH 2003, S.31). Es ergeben sich daraus weitere Vorteile, welche im Kapitel 7.1.2 umfassend beleuchtet wurden.

7.4.2 Grower-to-grower- die gegenseitige Zertifizierung

Die Betriebe, welche diesen Weg für ungeeignet erachten, sei es aus persönlichen oder aus betriebsspezifischen Gründen, könnten andere Möglichkeiten nutzen, die den Vorteil bieten, den bürokratischen und kostspieligeren Weg über eine unabhängige Zertifizierungsstelle umgehen zu können. Einige Befragte schlagen eine **Gruppen- bzw. grower-to-grower-Zertifizierung** vor, da sie diese bei der momentan kleinen Anzahl an bio-veganen Betrieben für ausreichend halten. In Großbritannien wird das "Stockfree"-Siegel anhand der Grower-to-grower-Zertifizierung sogar kostenlos an diejenigen Betriebe vergeben, welche sich eine third party-Zertifizierung nicht leisten können oder wollen (STOCKFREE ORGANIC SERVICES 2016a; TAYLOR 2016) (vgl. Kapitel 5.4.1). Allerdings existiert dort das Problem, dass die Wege zu den anderen Betrieben für die Erzeuger_innen oft zu weit sind (STOCKFREE ORGANIC SERVICES 2016a). Die group-certification ist für den deutschsprachigen Raum nach Auffassung der Verfasserin, wie auch von E2, daher eher ungeeignet, da sie bei großen räumlichen Entfernungen nicht sinnvoll ist, und die bio-veganen Betriebe ziemlich verteilt im deutschen Sprachraum liegen (vgl. Kapitel 5.2) (Int.6, Z.289-293; VEBU 2016a). Das bio-vegane Netzwerk hält allerdings ein dichter werdendes Netz bio-veganer dezentraler Versorgungsstellen [für, d. Verf.] wünschenswert" (VGÖ 2016j). Sollten also in einer Region mehrere Betriebe relativ nahe beieinander liegen, ist die **gegenseitige Kontrolle anhand einer Checkliste** aus Sicht der Autorin ein geeignetes Instrument, welches jedoch einen gewissen Zeit- und Arbeitsaufwand für die Betriebsleiter_innen bedeutet. I3 sieht in dieser Variante den Vorteil, dass sie "an die bestehenden Strukturen sehr eng anknüpfen" würde und den Austausch und die **gegenseitige Unterstützung** der Landwirt_innen untereinander befördern könnte (Int.3, Z.82-85 und Z.236-243). Sie würde auch nach E1 eine gute Möglichkeit für die Praktiker_innen bieten, sich mit

anderen Betrieben auseinanderzusetzen und "Lösungsansätze für etwaige Anbauprobleme oder betriebsorganisatorische Probleme" zu entwickeln" (Int.5, Z.201-214). Diese Elemente sind wichtige Handlungsmaximen in der bio-veganen Bewegung und sollten von dem möglicherweise entstehenden Anbauverband unterstützt werden, bspw. indem dieser zu einem gemeinsamen Erarbeitungsprozess zur Erstellung der Checkliste anregt (vgl. Kapitel 5.3.2). HALL und TOLHURST (2006, S.295), Begründer des bio-veganen Landbaus in England, empfehlen den Produzent_innen, ihre Erfahrungen auszutauschen, andere Betriebe zu besuchen und an Seminaren und Tagungen teilzunehmen, um sich gegenseitig weiterzubilden. Auch mit dieser Zertifizierungsform wäre es also unter noch **partnerschaftlicheren Strukturen** möglich, ein Label zu etablieren, wie es auch in Großbritannien geschehen ist (vgl. Kapitel 5.4.1), sofern die Betriebe nicht zu weit voneinander entfernt liegen.

7.4.3 Partizipatorische Zertifizierung

Der möglicherweise etwas skurril klingende Vorschlag von I4, die Konsument_innen sollten den Betrieb selbst kontrollieren (Int.4, Z.287-289), ist durchaus eine Option, die ähnlich wie der CSA-Gedanke machbar wäre, z.B anhand des in Kapitel 3.4.3 betrachteten **participatory guarantee system**. Grundsätze hiervon sind **Partizipation**, eine gemeinsame Vision, Transparenz, Vertrauen und flache Hierarchien (IFOAM 2008, S.4-8). Teilhaber_innen am Entwicklungsprozess von Standards können Produzent_innen, Konsument_innen, Verarbeiter_innen, Händler_innen und NGOs sein (ebd., S.4), weshalb sich dieses Verfahren gut für die bio-vegane Bewegung als "soziale und politische Transformationsbewegung", welche von der **partnerschaftlichen Beziehung zwischen Konsument_innen und Produzent_innen** getragen wird (Int.3, Z.125-128, Z.135-143, Z.216-226 und Z.254-255) und bereits von NGOs wie der ASS und dem BVL unterstützt wird (vgl. Kapitel 5.1), eignen würde. So könnten, wie I3 es sich wünscht, eine gemeinsame "Selbstverortung" und die Grundsätze der bio-veganen Landwirtschaft mit allen Beteiligten, die ein Interesse daran haben, formuliert werden (Int.3, Z.309-312 und Z.330-335) und damit Verantwortung, Ideen und Wissen geteilt werden, wie I4 es vorschlägt (Int.4, Z.55-64, Z.96-102).

Wie auch immer Betriebe sich bezüglich einer Zertifizierung entscheiden mögen,

wichtig bleibt die **gemeinsame Identität** und die ideelle intrinsische Motivation, ohne Elemente aus der Nutztierhaltung zu wirtschaften, die ein verbindendes Element zwischen Konsument_innen und Erzeuger_innen und die Basis für eine partnerschaftliche, persönliche Zusammenarbeit innerhalb der ganzen Bewegung darstellt.

8 Ausblick und Forschungsbedarf

Insgesamt sind sowohl die momentanen sowie die durch die Befragten gewünschten Organisationsstrukturen innerhalb der bio-veganen Bewegung mithilfe dieser Arbeit zwar etwas deutlicher geworden, jedoch gibt es nach wie vor Informationslücken. Es ist empirisch zu belegen, dass vegane Konsument_innen tatsächlich an der bio-veganen Landwirtschaft Interesse zeigen und diese befürworten. Zudem ist herauszufinden, wie viel Wert sie auf ein bio-veganes Label legen, um die Produkte im Handel zu erkennen. Weiterhin bleibt in Frage zu stellen, ob eine bio-vegane CSA im ländlichen Raum mögliche Mitgestalter_innen findet, denen die Besonderheit der bio-veganen Produktion bewusst ist und etwas bedeutet. Unklar ist auch, inwieweit sich die Verbraucher_innen in die Bewegung einbringen und diese aktiv mitgestalten können und möchten. Es ist also im weiteren thematischen Forschungsverlauf eine Marktforschung zu den Bedürfnissen veganer Konsument_innen nötig. Außerdem stellt sich die Frage nach der tatsächlichen Anzahl der bio-vegan wirtschaftenden Betriebe im deutschsprachigen Raum. Die Höfeliste des VEBU hält den wissenschaftlichen Ansprüchen nicht stand und es ist eine quantitative empirische Erhebung der bio-vegan wirtschaftenden Gärtnereien, Ackerbau- und Gärtnerhöfen sowie deren geographischer Lage notwendig, um unter anderem geeignete Zertifizierungsansätze daraus ableiten zu können (vgl. Kapitel 7.4).

Weiterhin steht eine empirische quantitative Forschung zu den tatsächlichen Erwartungen der Betriebe an einen Anbauverband aus. Diese Arbeit hat den Grundstein gelegt, jedoch wurde bereits im Methodikteil deutlich, dass über eine passende Zusammenstellung der Interviewpartner_innen zwar eine potenzielle inhaltliche Repräsentativität erreicht werden sollte, welche nun jedoch empirisch geprüft werden muss (LAMNEK 2005, S.193; GLÄSER/LAUDEL 2010, S.276). An die vorliegende qualitative Forschung könnte eine quantitative Forschung anschließen, die sich mit einer klaren Hypothese an dieser Arbeit orientieren kann. Es ist zu fragen, wie hoch der tatsächliche Anteil derjenigen Praktiker_innen ist, die Interesse an einer großflächigeren Vermarktung und einem Siegel haben, sowie derjenigen, denen dezentrale Strukturen und die direktere Beziehung zu den Konsument_innen wichtiger sind. Darüber hinaus könnte es interessant sein, viehlose Öko-Ackerbaubetriebe zu befragen, wie es um deren Interesse an einer Umstellung auf eine gänzlich vegane Bewirtschaftung bestellt ist.

Was die weiteren Schritte betrifft, so kann nach Auffassung der Verfasserin die Gründung eines bio-vegane Anbauverbandes ins Auge gefasst werden, welcher sich an den in Kapitel 7.2 herausgearbeiteten Anregungen der Befragten orientiert. Die durchgeführte SWOT-Analyse kann helfen, dabei mögliche Risiken zu minimieren und die empfohlenen Strategien anzuwenden. Wichtigste Elemente bei der durchzuführenden Formalisierung bleiben die partnerschaftliche Beziehung und der Einbezug aller Beteiligten, ein gemeinsamer Austausch von Wissen, Erfahrung und Wünschen sowie die intrinsische Motivation der Erzeuger_innen, bio-vegan zu wirtschaften. Da die Ansprüche an Vermarktung und Labeling innerhalb der Bewegung teilweise auseinander gehen, ist durch den Anbauverband dafür zu sorgen, dass alle Interessen berücksichtigt und verschiedene Wege für die Praktiker_innen ins Auge gefasst werden. Er kann dabei unterstützen, eine third party-Zertifizierung zu etablieren, es sollte jedoch auch denjenigen Betrieben Hilfestellung gegeben werden, welche sich für alternative Vermarktungs- und Zertifizierungswege wie CSA oder das participatory guarantee System entscheiden möchten.

9 Zusammenfassung

Während im so genannten viehlosen Ökolandbau tierische Handelsdünger wie beispielsweise Haarmehlpellets erlaubt sind, arbeiten bio-vegane Landwirt_innen ausschließlich mit rein pflanzlichen Düngemitteln, setzen auf große Anbauvielfalt und weisen eine intrinsische Motivation, sich von der Tierhaltung zu distanzieren, auf (BONZHEIM 2014, S.51; BRÜNJES/LAMLA/TSILIMEKIS 2015, S.294). Im deutschsprachigen Raum betrifft das nach Angaben des VEBU (2016a) 17 Bio-Betriebe. Da es sich bei bio-veganem Anbau demnach noch um eine Nische innerhalb der Biobewegung handelt, fehlen im deutschsprachigen Raum noch jegliche formale überbetriebliche Organisationsstrukturen. Es stellte sich die Frage nach dem Bedarf und möglichen Wegen der Formalisierung aus Sicht von Expert_innen innerhalb und außerhalb der bio-veganen Landbaubewegung. Ziel dieser Arbeit war daher eine Erfassung des Ist-Zustandes der Organisationsstrukturen innerhalb der Bewegung im deutschsprachigen Raum und eine Einordnung dieser aus organisationstheoretischer Sicht unter Berücksichtigung ähnlicher Bewegungen im Biobereich. Außerdem wurden durch die sechs durchgeführten leitfadengestützten Expert_inneninterviews im bio-veganen Umfeld sowie im externen Umfeld innerhalb des Biobereichs verschiedene Möglichkeiten der Formalisierung sowie deren Vorteile und Herausforderungen aufgezeigt und daraus Empfehlungen abgeleitet. Dabei wurde mit offenen Fragen qualitativ gearbeitet, die Expert_innen wurden nach maximaler Variation anhand des theoretical samplings ausgewählt. Die Leitfadeninterviews wurden mithilfe der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet und anschließend mit den erarbeiteten Vorschlägen zur Strategieentwicklung eine SWOT-Analyse durchgeführt.

Die bio-vegane Landbaubewegung ist momentan lediglich als informelles bio-veganes Netzwerk organisiert und für strategische und finanzielle Vorteile an den eher verbraucher_innenorientierten Verein BVL angegliedert (METTKE 2015c). Auf der landwirtschaftlichen Produktionsebene finden vermutlich noch keine überbetrieblichen Kooperationen zwischen bio-veganen Betrieben statt, da diese augenscheinlich meist deutlich zu weit voneinander entfernt liegen, darüber hinaus existiert noch keine institutionelle landwirtschaftliche Interessenvertretung bio-veganer Erzeuger_innen. Einige Betriebe nutzen das Prinzip der solidarischen Landwirtschaft (BONZHEIM 2014, S.45; WESSEL/WEIDENFELD 2016, S.44f), auch laufen momentan einige Bestrebungen, ein

Label und Richtlinien für bio-vegane Produkte zu etablieren, ab (EISENBACH 2016; VEGORGANIC E.V. 2014; KUGELMANN 2015). Wie das Beispiel des VON in Großbritannien deutlich macht, ist es möglich, die bio-vegane Bewegung zu formalisieren und eine Zertifizierung sowie institutionelle Interessenvertretung zu realisieren.

Dies wurde von zwei Praktiker_innen aus der Bewegung klar bestätigt, sie sehen den Bedarf, einen Anbauverband zu gründen, sowie eine Zertifizierung und ein deutschsprachiges Label zur Vermarktung in den Groß- und Einzelhandel zu etablieren. Diese Herangehensweise wird jedoch von den anderen Befragten kritisch betrachtet, allerdings nur von einem Befragten aus der Bewegung gänzlich abgelehnt. Es wurde sehr deutlich, dass die bio-vegane Landbaubewegung von der partnerschaftlichen Beziehung zwischen den Konsument_innen und den Produzent_innen lebt und der gegenseitige Austausch, die Vernetzung und eine enge persönliche Zusammenarbeit eine wichtige Rolle spielen und auch in Zukunft nicht von rein ökonomischen Interessen überlagert werden sollten. Dezentrale Strukturen werden von den Begründer_innen der Bewegung explizit empfohlen und könnten weiterhin für viele Betriebe eine wichtige Rolle spielen.

Die genannten Aspekte sollten sowohl in einen mit allen Akteur_innen gemeinsam zu gründenden Anbauverband und eine Richtlinienausarbeitung einbezogen werden, als auch in Form von CSA und anderen direkten Vermarktungswegen, partizipativen Zertifizierungsansätzen und regelmäßigen Vernetzungstreffen zur Geltung kommen. Je nach Betrieb könnten diese Varianten mit einer großflächigeren Vermarktung durch andere bio-vegane Betriebe Hand in Hand gehen. Dabei kann von den bestehenden Strukturen profitiert und die Expertise des BVN und des VON genutzt werden, außerdem kann eine (weitere) Zusammenarbeit mit NGOs und dem Netzwerk Solidarische Landwirtschaft von Vorteil sein.

10 Summary

In the common stockfree organic agricultural system the use of fur meal pellets and other livestock byproducts is standard, whereas vegan-organic farmers apply only plant based manure, as they focus on biodiversity and have an intrinsic motivation to distance from livestock farming (BONZHEIM 2014, S.51; BRÜNJES/LAMLA/TASILIMEKIS 2015, S.294). VEBU (2016a) lists 17 farms in the German speaking area which produce under these conditions. Since vegan-organic agriculture is still a niche within the organic agricultural movement there is a lack of any formal organisational structures in the German speaking part yet. It came up the question of the demand and the possibilities of formalising the movement from the view of experts within and outside the vegan-organic movement. Hence the aim of this thesis was a capture of the actual state of the organisational structures within the movement in the German-speaking countries as well as its classification from a theoretical perspective with consideration of similar movements in the organic sector. Furthermore, six semi-structured interviews with experts in vegan-organic and organic farming provide an overview of different possibilities of formalisation, respective advantages and challenges and are the basis for derived recommendations. Therefore open questions were used to get qualitative information. Based on theoretical sampling experts were selected by maximum variation. The semi-structured interviews were analysed by qualitative content analysis and the results were subsequently discussed with the elaborated recommendations in a SWOT-analysis.

At the moment, the vegan-organic movement in the German speaking area at the moment is merely organised in an informal network called BVN and connected to a consumer oriented organisation, BVL, for strategic and financial advantages (METTKE 2015c). On the agricultural production level there are probably no inter-company cooperations between vegan-organic farms yet because they mostly are geographically too isolated from another, also there is no institutional agricultural representation of interests for vegan-organic producers yet. Some farms use the principle of Community Supported Agriculture (BONZHEIM 2014, S.45; WESSEL/WEIDENFELD 2016, S.44f), also there are currently some efforts running to establish a label and guidelines for vegan-organic products (EISENBACH 2016; VEGORGANIC E.V. 2014; KUGELMANN 2015). As the example of the Vegan Organic Network in Great Britain shows, it is possible to formalise the vegan-organic movement and to establish a certification and an institutional lobby. This has been

clearly confirmed by two farmers from the German speaking movement; they see the need to set up a farmers association and to establish a certification as well as a German-language label for marketing in wholesale and retail. However, this approach is considered critically by the other interviewees, though rejected by only one interviewee from the movement.

It became very clear that the vegan-organic movement thrives on the collaborative relationship between the consumers and the producers; and that the mutual exchange, the networking and the close personal collaboration play an important role and should not be overlapped by economic interests in the future. Decentralised structures are explicitly recommended by the founders of the movement and could continue to be of importance for some farms. These aspects mentioned should be included in the corporate establishment of a farmer association and the elaboration of growing standards as well as realised in CSA and other direct marketing concepts, participatory certification systems and frequent networking events. Depending on the farm these variants could go hand in hand with developing retail and wholesale by some other establishments. There can be benefits from the existing structures and the expertise of the BVN and the VON can be used. In addition, a (further) cooperation with NGOs and the German network of Community Supported Agriculture could possibly be advantageous.

Literaturverzeichnis

- ALBERT SCHWEITZER STIFTUNG FÜR UNSERE MITWELT (2014): Bio-vegane Landbau: eine forder- und förderungswürdige Alternative. Unter: <http://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/bio-vegane-landbau> [Datum des Abrufs: 16.Februar 2016]
- ALBERT SCHWEITZER STIFTUNG FÜR UNSERE MITWELT (2016): Leitbild. Unter: <https://www.albert-schweitzer-stiftung.de/ueber-uns/leitbild> [Datum des Abrufs: 07.April 2016]
- ALVERMANN, GUSTAV (2004): „Viehloser Ackerbau“ im ökologischen Landbau. In: SCHMIDT, HARALD et al. (Hrsg.): Viehloser Öko-Ackerbau - Beiträge, Beispiele, Kommentare. Verlag Dr. Köster, Berlin, S.12-14
- ARNDT, MARVIN/FRONING, PAUL/PALASS, MARIUS/RAMME, WIEBKE/RÖBBELEN, ALICE (2015): Ist bio-vegane oder ökologische Landwirtschaft zukunftsfähiger? -Das Selbst- und Fremdbild der Landwirte, Projektbericht im Projektseminar "Landwirtschaft im Klimawandel" des Moduls "Wissenschaft trägt Verantwortung", Leuphana Universität Lüneburg, 45 S.
- ATTESLANDER, PETER (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 12., durchgesehene Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 359 S.
- BALMANN, ALFONS (2001): C Funktionsbereiche des Managements - C1 Organisation. In: ODENING, MARTIN/BOKELMANN, WOLFGANG (2001): Agrarmanagement – Landwirtschaft, Gartenbau. 2. Auflage, Verlag Eugen Ulmer GmbH & Co., Stuttgart (Hohenheim), S.163-112
- BEA, FRANZ XAVER/GÖBEL, ELISABETH (2002): Organisation. 2., neu bearbeitete Auflage, Lucius & Lucius, Stuttgart, 484 S.
- BEDNARCZYK, SVENJA (2014): Gurke ohne Tier. Unter: <http://www.taz.de/!5035762/> [Datum des Abrufs: 16.Februar 2016]
- BELLER, SVENJA (2015): Sehen Sie auf diesem Bild eine Kuh? In: greenpeace magazin., 5.15, S.24-29
- BIO AUSTRIA (2016): Geschichte. Unter: <http://www.bio-austria.at/bio-austria/ueber-uns/geschichte/> [Datum des Abrufs: 05.April 2016]
- BIOCYCLIC NETWORK SERVICES LTD. (2015a): Was ist das Bio-Betriebsnetz BIOCYCLIC NETWORK? Unter: <http://www.biocyclic-network.net/das-bio-betriebsnetz-biocyclic-network.html> [Datum des Abrufs: 18.März 2016]
- BIOCYCLIC NETWORK SERVICES LTD. (2015b): Was sind die Biozyklischen Standards? Unter: <http://www.biocyclic-network.net/die-biozyklischen-standards.html> [Datum des Abrufs: 18.März 2016]
- BIOLAND E.V. (2013): Bioland und seine Strukturen. Unter: <http://bioland.de/ueber-uns/bioland-ev.html> [Datum des Abrufs: 06.April 2016]
- BIOLAND E.V. (2016): Bioland in Zahlen - Erzeuger. Unter: http://bioland.de/fileadmin/dateien/HP_Dokumente/Allgemeine_Informationen/Zahlen_Erzeuger_2016_01.pdf [Datum des Abrufs: 06.April 2016]
- BIO SUISSE (2016a): Portrait. Unter: <http://www.bio-suisse.ch/de/portraitbiosuisse.php> [Datum des Abrufs: 05.April 2016]

- BIO SUISSE (2016b): Mitgliederorganisationen. Unter: <http://www.bio-suisse.ch/de/mitglieder/mitgliedorganisationen.php> [Datum des Abrufs: 05.April 2016]
- BLUM, EGON (2000): Grundzüge anwendungsorientierter Organisationslehre. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 218 S.
- BÖLW (2016a): Wir über uns. Unter: <http://boelw.de/ueberuns/> [Datum des Abrufs: 31.März 2016]
- BÖLW (2016b): Vorstand. Unter: <http://boelw.de/menschen/vorstand/> [Datum des Abrufs: 17.Mai 2016]
- BONZHEIM, ANJA (2014): Die bio-vegane Landwirtschaft in Deutschland: Definition, Motive und Beratungsbedarf. Bachelorarbeit im Studiengang Ökolandbau und Vermarktung, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde. Unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2014/02/Bonzheim_Bachelorarbeit_Bio-veganeLandwirtschaft.pdf [Datum des Abrufs: 16.Februar 2016]
- BONZHEIM, ANJA/METTKE, DANIEL/RIEKEN, HENRIKE (2014): Vegan in aller Munde – und auf dem Acker? In: Ökologie und Landbau, 04/2014, S.35-37
- BRÜNJES, LISA/LAMLA, SILKE/TSILIMEKIS, KONSTANTINOS (2015): Bio-vegane Landwirtschaft – wie geht das? In: AGRARBÜNDNIS E.V. (Hrsg.) (2015): Der Kritische Agrarbericht 2015. Unter: http://www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2015/KAB2015_293_298_Mertz.pdf [Datum des Abrufs: 17.Februar 2016], S. 294
- BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2015a): Vegan ab Hof: Bio-vegane Landwirtschaft. Unter: <https://www.oekolandbau.de/verbraucher/wissen/aus-der-praxis/bio-vegane-landwirtschaft/> [Datum des Abrufs: 14.Februar 2016]
- BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2015b): Anbauverbände. Unter: <https://www.oekolandbau.de/erzeuger/grundlagen/verbaende/anbauverbaende/> [Datum des Abrufs: 09.März 2016]
- BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2015c): Dachorganisationen. Unter: <https://www.oekolandbau.de/erzeuger/grundlagen/verbaende/dachorganisationen/> [Datum des Abrufs: 09.März 2016]
- BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2015d): Öko-Kontrolle. Unter: <https://www.oekolandbau.de/erzeuger/grundlagen/rechtliche-grundlagen/kontrollsystem/oeko-kontrollen/> [Datum des Abrufs: 09.März 2016]
- BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2015e): Solidarische Landwirtschaft - Planungshilfen für gemeinschaftsgetragene Landwirtschaft. Unter: <https://www.oekolandbau.de/erzeuger/oekonomie/diversifizierung/solidarische-landwirtschaft/> [Datum des Abrufs: 21.März 2016]
- BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG (2016): Bio-Kontrollen. Unter: <https://www.oekolandbau.de/bio-siegel/verbraucherinformationen/bio-kontrollen/> [Datum des Abrufs: 22.März 2016]
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (2016): Ökologischer Landbau in Deutschland - Stand: Februar 2016, Broschüre

- BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (2015): Grüner Bericht 2015: Bericht über die Situation der österreichischen Land und Forstwirtschaft. 56.Auflage, Wien. Unter: <http://gruenerbericht.at/cm4/download/send/2-gr-bericht-terreich/1523-gb2015-pdf> [Datum des Abrufs: 07.April 2016]
- BUND FÜR VEGANE LEBENSWEISE E.V. (2016a): Definition des Begriffs „Vegan“. Unter: <http://vegane-lebensweise.org/vegan-im-alltag-3/definition-des-begriffs-vegan/> [Datum des Abrufs: 07.Januar 2016]
- BUND FÜR VEGANE LEBENSWEISE E.V. (2016b): Über uns. Unter: <http://vegane-lebensweise.org/> [Datum des Abrufs: 25.Februar 2016]
- BUND FÜR VEGANE LEBENSWEISE E.V. (Hrsg.) (2016c): Tagungsband Bio-Vegane Landbautage 2015: Gemeinsam den Boden bereiten – Nutztierfreie Landwirtschaft als Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz, 13. - 15.November 2015 - Burg Lohra. Unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2016/02/Tagungsband_BVLT2015.pdf [Datum des Abrufs: 24.Februar 2016]
- CROPP, JAN-HENDRIK (2014): Pflanzen reichen aus – Über die Potenziale einer bio-veganen Landwirtschaft. In: OYA – anders denken.anders leben. 24/2014, S.84-86
- DENKER, LUKAS (2013): mündliche Auskunft im September 2013
- DOLUSCHITZ, REINER/MORATH, CLEMENS/PAPE, JENS (2011): Agrarmanagement - Unternehmensführung in Landwirtschaft und Agribusiness - Grundwissen Bachelor. Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart, 343 S.
- DURCHFÜHRUNGSVERORDNUNG (EG) Nr. 889/2008 vom 8. Dezember 2008. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (2015): EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau. Unter: http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/OekologischerLandbau/889_2008_EG_Durchfuehrungsbestimmungen.pdf?__blob=publicationFile [Datum des Abrufs: 19.Februar 2016]
- EG-ÖKO-BASISVERORDNUNG (EG) Nr. 834/2007 vom 28. Juni 2007, Artikel 4. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (2015): EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau. Unter: http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/OekologischerLandbau/834_2007_EG_Oeko-Basis-VO.pdf?__blob=publicationFile [Datum des Abrufs: 19.Februar 2016]
- EISENBACH, JOHANNES (2016): schriftliche Auskunft per E-Mail am 15.Februar 2016, Biozyklisches Netzwerk
- ENDRES, EGON (2001): Erfolgsfaktoren des Managements von Netzwerken. In: HOWALDT, JÜRGEN/KOPP, RALF/FLOCKEN, PETER (Hrsg.) (2001): Kooperationsverbünde und regionale Modernisierung – Theorie und Praxis der Netzwerkarbeit. Gabler Verlag, Wiesbaden, S.104f
- FLICK, UWE (2009): Sozialforschung - Methoden und Anwendungen - Ein Überblick für die BA-Studiengänge. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, 334 S.
- FRONING, PAUL (2015): Zusammenfassung. In: ARNDT, MARVIN/FRONING, PAUL/PALASS, MARIUS/RAMME, WIEBKE/RÖBBELEN, ALICE (2015): Ist bio-vegane oder ökologische Landwirtschaft zukunftsfähiger? -Das Selbst- und Fremdbild der Landwirte, Projektbericht im

- Projektseminar "Landwirtschaft im Klimawandel" des Moduls "Wissenschaft trägt Verantwortung",
Leuphana Universität Lüneburg, S.29
- GLÄSER, JOCHEN/LAUDEL, GRIT (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 4.Auflage, VS
Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 347 S.
- GIRUS-NOVOCZYN, FRAUKE (2016): telefonische Auskunft am 18.März 2016, BVL
- HALL, JENNY/TOLHURST, IAIN (2006): Growing Green - Animal-Free Organic Techniques. Cambrian
Printers Ltd, Wales, 328 S.
- HEINE, SUSANNE (2015): Peaceful gardening – Biovegan gärtnern – Das Praxisbuch. BLV Buchverlag
GmbH & Co. KG, München, 143 S.
- HIELSCHER, CAROLIN (2011): Foto von Mischkultur mit Blühstreifen als Nützlingshabitat
- HNEE (2016): Professorinnen und Professoren. Unter:
<http://www.hnee.de/de/Fachbereiche/Landschaftsnutzung-und-Naturschutz/Team/Professuren/Professorinnen-und-Professoren-K3591.htm> [Datum des Abrufs:
17.Mai 2016]
- HUNZIKER, MARCEL (1995): The spontaneous reforestation in abandoned agricultural lands: perception
and aesthetic assessment by locals and tourists. In: Landscape and Urban Planning, Vol. 31, Februar
1995, S.399-410
- IFOAM (2008): PGS Guidelines – How participatory guarantee systems can develop and function. Unter:
http://www.ifoam.bio/sites/default/files/pgs_guidelines.pdf [Datum des Abrufs: 22.März 2016]
- IFOAM (2015): Family of Standards. Unter: http://www.ifoam.bio/sites/default/files/familyframe_web.pdf
[Datum des Abrufs: 21.März 2016]
- IFOAM (2016a): General information on organic standards and certification. Unter:
<http://www.ifoam.bio/en/general-information-organic-standards-and-certification> [Datum des Abrufs:
21.März 2016]
- IFOAM (2016b): Participatory Guarantee Systems (PGS). Unter: <http://www.ifoam.bio/en/organic-policy-guarantee/participatory-guarantee-systems-pgs> [Datum des Abrufs: 22.März 2016]
- IFOAM (2016c): Internal Control Systems (ICS) for Group Certification. Unter:
<http://www.ifoam.bio/en/internal-control-systems-ics-group-certification> [Datum des Abrufs: 22.März
2016]
- INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHEN LANDBAU, UNIVERSITÄT FÜR BODENKULTUR WIEN (2007): Beiträge
zur Weiterentwicklung des viehlosen biologischen Ackerbaus Teil 2. Unter:
[http://www.boku.ac.at/fileadmin/_/PF-
BioLandwirtschaft/pubs/ProdSys/2007_WeiterentwicklungDesViehlosenBiologischenAckerbausTeil2.p
df](http://www.boku.ac.at/fileadmin/_/PF-BioLandwirtschaft/pubs/ProdSys/2007_WeiterentwicklungDesViehlosenBiologischenAckerbausTeil2.pdf) [Datum des Abrufs: 04.April 2016]
- JOY (ehem. ZÖSCH), SEBASTIAN (2014): Die vegane Lebensweise ist in der Mitte der Gesellschaft
angekommen. In: tierrechte 4.14, Nr. 69, Dezember 2014, S.10
- JUNG, RÜDIGER/BRUCK, JÜRGEN/QUARG, SABINE (Hrsg.) (2011): Allgemeine Managementlehre -
Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung. 4., neu bearbeitete Auflage, Erich

- Schmidt Verlag, Berlin, 648 S.
- KÖHNE, MANFRED (2008): Die große Zeit des Wandels – Entwicklung der Organisationsstrukturen in der Landwirtschaft und deren Umfeld. In: ANDREAS HERMES AKADEMIE (2008): Landwirtschaft im Umbruch – Agrarpolitik, Markt, Strukturen und Finanzierung seit den siebziger Jahren. Eugen Ulmer KG, Stuttgart (Hohenheim), S.129-177
- KUCKARTZ, UDO (2012): Qualitative Inhaltsanalyse - Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Beltz Juventa, Weinheim und Basel, 188 S.
- KUGELMANN, BERND (2016): schriftliche Auskunft per E-Mail am 02.März 2016, PfalzBio
- LAMLA, SILKE/ROTENBERG, LISA (2014): Bio-veganer Landbau – Wie (un)vegan ist der Anbau von Nahrungsmitteln? In: TIERBEFREIUNG – Das aktuelle Tierrechtsmagazin. Nr.82, S.6-12
- LAMNEK, SIEGFRIED (2005): Qualitative Sozialforschung. 4., vollständig überarbeitete Auflage, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 808 S.
- LARSSON, CHRISTEL L./RÖNNLUND, ULLA/JOHANSSON, GUNNAR/DAHLGREN, LARS (2003): Veganism as a status passage: The process of becoming a vegan among youth in Sweden. In: Appetite, Volume 41/1, S.61-67
- LASELVA TOSKANA FEINKOST VERTRIEBS GMBH (2016): Bio-Zertifizierung. Unter: https://www.laselva-bio.eu/images/articles/ad4790b612b1a6084505a5a252a6c57a_4.jpg [Datum des Abrufs: 10.Juni 2016]
- LASSAUT, BERNARD/SYLVANDER, BERTIL (1997): Producer-consumer relationships in typical products supply chains : where are the theoretical differences with standard products? In: EUROPEAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS (Hrsg.) (1997): "Typical and traditional productions: Rural effect and agro-industrial problems" Tagungsband des 52. EAEE Seminar - Parma, 19. - 21.Juni 1997, S.239-255
- LAUX, HELMUT/LIERMANN, FELIX (2003): Grundlagen der Organisation – Die Steuerung von Entscheidungen als Grundproblem der Betriebswirtschaftslehre. 5., überarbeitete und erweiterte Ausgabe, Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, 667 S.
- LINK, JÖRG/WEISER, CHRISTOPH (2006): Marketing-Controlling. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Franz Vahlen, München, 396 S.
- LULEY, HORST (1996): Information, Beratung und fachliche Weiterbildung in Zusammenschlüssen ökologisch wirtschaftender Erzeuger (Kommunikation und Beratung, Bd. 12), Margraf Verlag, Weikersheim, 354 S.
- MARANGON, FRANCESCO/TEMPESTA, TIZIANO/TROIANO, STEFANIA/VECCHIATO, DANIEL (2016): Toward a better understanding of market potentials for vegan food. A choice experiment for the analysis of breadsticks preferences. In: Agriculture and Agricultural Science Procedia 8 (2016), S.158 – 166
- MAYNTZ, RENATE (1963): Soziologie der Organisation. Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg, 154 S.
- MAYRING, PHILIPP (2010): Qualitative Inhaltsanalyse - Grundlagen und Techniken. 11., aktualisierte und überarbeitete Auflage, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 144 S.

- MERTZ, THORSTEN (2015): Verzicht als politisches Statement – Ein Blick auf den Veganismus als neuen Konsumtrend. In: AGRARBÜNDNIS E.V. (Hrsg.) (2015): Der Kritische Agrarbericht 2015. Unter: http://www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2015/KAB2015_293_298_Mertz.pdf [Datum des Abrufs: 17.Februar 2016], S. 293-294
- METTKE, DANIEL (2015a): Vegan ab Feld. In: UGBforum- Fachzeitschrift für Gesundheitsförderung, 32. Jahrgang, Juni/Juli, 3/15, S.137-139
- METTKE, DANIEL (2015b): Interview. In: BLE (2015a): Vegan ab Hof- Bio-vegane Landwirtschaft. Unter: <https://www.oekolandbau.de/verbraucher/wissen/aus-der-praxis/bio-vegane-landwirtschaft/> [Datum des Abrufs: 07.Januar 2016]
- METTKE, DANIEL (2015c): BVN und BVL – gemeinsam für bio-vegane Landbau. In: Vegane Gesellschaft Österreich. Unter: <http://biovegan.org/bvn-und-bvl-gemeinsam-fuer-bio-vegane-landbau/> [Datum des Abrufs: 16.Februar 2016]
- METTKE, DANIEL (2016): mündliche Auskunft am 11.Februar 2016, BVN/BVL
- MORSCHETT, DIRK (2005): Formen von Kooperationen, Allianzen und Netzwerken. In: ZENTES, JOACHIM/SWOBODA, BERNHARD/MORSCHETT, DIRK (Hrsg.) (2005): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke: Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, S.377 - 403
- OXFORD UNIVERSITY PRESS (2016): Definition von third party in Englisch. Unter: <http://www.oxforddictionaries.com/de/definition/englisch/third-party?q=third+party> [Datum des Abrufs: 22.März 2016]
- PADEL, SUSANNE et al. (2008): 3 OrganicPlus: organic food with additional values going beyond organic standards. In: PADEL, SUSANNE/GÖSSINGER, KATHARINA (2008): Farmer Consumer Partnerships - Communicating Ethical Values: a conceptual framework. International Centre for Research in Organic Food Systems (ICROFS), S.20-41. Unter: <http://orgprints.org/11028/>
- PALASS, MARIUS (2015): Tierethik. In: ARNDT, MARVIN/FRONING, PAUL/PALASS, MARIUS/RAMME, WIEBKE/RÖBBELEN, ALICE (2015): Ist bio-vegane oder ökologische Landwirtschaft zukunftsfähiger? -Das Selbst- und Fremdbild der Landwirte, Projektbericht im Projektseminar "Landwirtschaft im Klimawandel" des Moduls "Wissenschaft trägt Verantwortung", Leuphana Universität Lüneburg, S.19
- PETLAN, WOLFGANG/RÜB, HERBERT/KASPEREK, PETER (2005): Netzwerke: Begriffe, Konzepte und Beispiele. In: INSTITUT FÜR BERUFLICHE BILDUNG, ARBEITSMARKT- UND SOZIALPOLITIK GmbH (Hrsg.) (2005): Beitrag von Herbert Rüb auf der Entwicklungsplattform 4 „Netzwerkbildung“ von „Kompetenzen fördern – Berufliche Qualifizierung für Zielgruppen mit besonderem Förderbedarf“ (BQF-Programm) vom 29.11.2004. Unter: http://www.laenderaktiv.de/laenderdb/MATuploads/01NL0341_P_Netzwerk_Begriffe%20Konzepte.pdf [Datum des Abrufs: 01.März 2016]
- RADNITZ, CYNTHIA/BEEZHOLD, BONNIE/DIMATTEO, JULIE (2015): Investigation of lifestyle choices of individuals following a vegan diet for health and ethical reasons. In: Appetite Volume 90, S.31-36
- RAMME, WIEBKE (2015): Fazit und Reflexion. In: ARNDT, MARVIN/FRONING, PAUL/PALASS,

- MARIUS/RAMME, WIEBKE/RÖBBELEN, ALICE (2015): Ist bio-vegane oder ökologische Landwirtschaft zukunftsfähiger? -Das Selbst- und Fremdbild der Landwirte, Projektbericht im Projektseminar "Landwirtschaft im Klimawandel" des Moduls "Wissenschaft trägt Verantwortung", Leuphana Universität Lüneburg, S.33-37
- REICH, KERSTEN (2003): Methodenpool: Zukunftswerkstatt. Unter: <http://methodenpool.uni-koeln.de/download/zukunftswerkstatt.pdf> [Datum des Abrufs: 07.April 2016]
- RENTSCH, DEBORAH (2015): Veganismus: Eine Herausforderung – nicht nur für die Biobranche. In: bioaktuell, 4/2015, S.20-21
- SÄNGER, RALF (2000): Netzwerke in der Jugendberufshilfe – Mut zum Risiko. In: BBJ SERVIS gGmbH (Hrsg.): Zugänge zu Arbeit und Beruf – Anregungen zur Kooperation in sozialen Brennpunkten. S.43-69. Unter: <http://www.eundc.de/pdf/12200.pdf> [Datum des Abrufs: 01.März 2016]
- SCHATTENMANN, ULRIKE (2015): Ohne Mist und ohne Gülle. In: taz.thema BIOFACH & VIVANESS, Ausgabe vom 11.Februar 2015, S.IV
- SCHMIDT, HARALD (2003): Viehloser Ackerbau im ökologischen Landbau - Evaluierung des derzeitigen Erkenntnisstandes anhand von Betriebsbeispielen und Expertenbefragungen. In: Forschungsinstitut für biologischen Landbau: Bundesprogramm Ökologischer Landbau: viehloser Ackerbau. Unter: <http://orgprints.org/5020/1/5020-02OE458-uni-giessen-2003-viehloser-ackerbau.pdf> [Datum des Abrufs: 16.Februar 2016]
- SCHUBERT, HERBERT (2008): Netzwerkmanagement – Koordination von professionellen Vernetzungen – Grundlagen und Beispiele. 1. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 272 S.
- SCHULZ, FREYA (2016): Vorwort des Tagungsteams. In: BUND FÜR VEGANE LEBENSWEISE E.V. (Hrsg.) (2016c): Tagungsband Bio-Vegane Landbautage 2015: Gemeinsam den Boden bereiten – Nutztierfreie Landwirtschaft als Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz, 13. - 15.November 2015 - Burg Lohra, S.4-5. Unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2016/02/Tagungsband_BVLT2015.pdf [Datum des Abrufs: 24.Februar 2016]
- SCHULZ, FRANZ et al. (Hrsg.) (2013): Viehhaltung im Ökologischen Landbau - ja oder nein? Effekte auf Bodenfruchtbarkeit, N-Bilanzen und Erträge. In: Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL): Organic Eprints. Unter: http://orgprints.org/21379/1/21379_Schulz.pdf [Datum des Abrufs: 24.Oktober 2013] Erschienen in: NEUHOFF, DANIEL et al. (Hrsg.): Ideal und Wirklichkeit - Perspektiven Ökologischer Landbewirtschaftung. Beiträge zur 12. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Bonn, 5.-8. März 2013 Verlag Dr. Köster, Berlin, S.20-23
- SCHWARZ, ERICH/KRAJGER, INES/DUMMER, RITA (2013): Von der Geschäftsidee zum Markterfolg - Das Management von Innovationen in Gründungs- und Wachstumsunternehmen. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Linde Verlag, Wien, 276 S.
- SCHWARZ, PETER (1984): Erfolgsorientiertes Verbandsmanagement. Band 1: Grundlagen der Verbandsbetriebslehre und der Verbandsführung. Asgard-Verlag Dr. Werner Hippe, Sankt Augustin, 347 S.
- SIEBENEICHER, GEORG E. (2002): Geschichte der frühen Biolandbaupublizistik. In: SIEBENEICHER,

- GEORG E./SCHAUMANN, WOLFGANG/LÜNZER, IMMO (2002): Geschichte des ökologischen Landbaus. SÖL-Sonderausgabe Nr. 65, Stiftung Ökologie und Landbau, Bad Dürkheim, S.61-81
- SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. (2016a): Was ist Solawi? Die Idee. Unter: <http://www.solidarische-landwirtschaft.org/de/was-ist-solawi/die-idee/> [Datum des Abrufs: 21.März 2016]
- SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. (2016b): Das Netzwerk – Über uns. Unter: <http://www.solidarische-landwirtschaft.org/de/das-netzwerk/ueber-uns/> [Datum des Abrufs: 21.März 2016]
- SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT E.V. (2016c): Wie alles begann... Entstehung des Solawi-Netzwerks. Unter: <http://www.solidarische-landwirtschaft.org/de/das-netzwerk/ueber-uns/wie-alles-begann/> [Datum des Abrufs: 22.März 2016]
- STATISTA (2016): Anteil von Vegetariern und Veganern an der Bevölkerung ausgewählter Länder weltweit. Unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/261627/umfrage/anteil-von-vegetariern-und-veganern-an-der-bevoelkerung-ausgewaehelter-laender-weltweit/> [Datum des Abrufs: 05.April 2016]
- STOCKFREE ORGANIC SERVICES (2016a): Grower-to-grower certification. Unter: <http://www.stockfreeorganic.net/stockfree-grower-to-grower-certification-facebook-scheme/> [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]
- STOCKFREE ORGANIC SERVICES (2016b): Stockfree- Siegel. Unter: <http://www.stockfreeorganic.net/wp-content/uploads/2015/02/Stockfree-Logo.jpg> [Datum des Abrufs: 16.Februar 2016]
- TARAMARCAZ, JOSY/CLERC, MAURICE (2013): Viehloser Bio-Ackerbau: Resultate aus zwölf Beobachtungsjahren des Versuchsbetriebs Mapraz. In: Agrarforschung Schweiz, Heft Nr. 4 (3), S.124-131
- TAYLOR, MAGGI (2016): schriftliche Auskunft sowie Zusendung der „JK-List 2015“ per Mail am 22.Februar 2016, VON
- THOMMEN, JEAN-PAUL (2016): Anspruchsgruppen. In: SPRINGER GABLER VERLAG (Hrsg): Gabler Wirtschaftslexikon - Das Wissen der Experten. Unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/anspruchsgruppen.html?referenceKeywordName=Stakeholder> [Datum des Abrufs: 25.Februar 2016]
- TSILIMEKIS, KONSTANTINOS (2016): Keynote: Bio-vegane Landbau ist notwendig und zukunftsfähig. In: BUND FÜR VEGANE LEBENSWEISE E.V. (Hrsg.) (2016c): Tagungsband Bio-Vegane Landbautage 2015: Gemeinsam den Boden bereiten – Nutztierfreie Landwirtschaft als Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz, 13. - 15.November 2015 - Burg Lohra, S.6-7. Unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2016/02/Tagungsband_BVLT2015.pdf [Datum des Abrufs: 24.Februar 2016]
- VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2012): Die Biologisch-Veganen Standards. Unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2012/09/bio-vegan-standards-2007_Maerz-2012.pdf [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]
- VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2014): Regenwurm: biovegane Magazine. Unter: <http://www.vegan.at/inhalt/regenwurm-biovegane-magazine> [Datum des Abrufs: 24.Februar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2015): Logo des BVL. Unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2015/04/BVL_Logo_Basis_kurz_RGB_200x200.jpg [Datum des Abrufs: 14.März 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016a): Das biologisch-vegane Netzwerk - Was bedeutet "bio-vegan"? Unter: <http://biovegan.org/infopool/was-bedeutet-bio-vegan/> [Datum des Abrufs: 16.Februar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016b): 8. Wie soll ein geschlossener Betriebskreislauf im bio-vegane Land- und Gartenbau / ohne „Nutz“tiere denn aussehen? Unter: <http://biovegan.org/infopool/wie-soll-ein-geschlossener-betriebskreislauf-im-bio-vegane-land-und-gartenbau-ohne-nutztiere-denn-aussehen/> [Datum des Abrufs: 09.August 2015]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016c): Das biologisch-vegane Netzwerk - Wir über uns. Unter: <http://biovegan.org/wir-ueber-uns/> [Datum des Abrufs: 08. Januar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016d): Bio-vegane Landbau und Garten. Unter: <http://biovegan.org/infopool/bio-vegane-landwirtschaft/> [Datum des Abrufs: 07.Januar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016e): Hefte zum bio-vegane Anbau. Unter: <http://biovegan.org/infopool/hefte-zum-bio-vegane-landbau/> [Datum des Abrufs: 19.Februar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016f): Berliner Strategiegruppe bio-vegane Landbau. Unter: <http://biovegan.org/wir-ueber-uns/berliner-strategiegruppe/> [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016g): Bio-Vegane Landbautage 2015. Unter: <http://biovegan.org/landbautage-2015/> [Datum des Abrufs: 24.Februar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016h): Home. Unter: www.biovegan.org [Datum des Abrufs: 25.Februar 2016]

VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH (2016i): 9. Wo kann ich Bio-Vegane Produkte bekommen? Unter: <http://biovegan.org/infopool/wo-kann-ich-bio-vegane-produkte-bekommen/> [Datum des Abrufs: 22.März 2016]

VEGANIC AGRICULTURE NETWORK (2008): 3rd party Stockfree Organic – U.S. Unter: <http://www.goveganic.net/article107.html> [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]

VEGANIC AGRICULTURE NETWORK (2011a): Certified Veganic – U.S. Unter: <http://www.goveganic.net/article106.html> [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]

VEGANIC AGRICULTURE NETWORK (2011b): Certified Veganic- Siegel. Unter: <http://www.goveganic.net/local/cache-vignettes/L160xH163/arton106-acb73.png> [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]

VEGAN ORGANIC NETWORK (2007): The Stockfree-Organic Standards. Unter: http://veganorganic.net/wp-content/uploads/2012/06/standards_jan2007.pdf [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]

VEGAN ORGANIC NETWORK (2015): Vegan-Organic Growing – The Basics, Vegan-Organic Information Sheet #4. Unter: <http://veganorganic.net/wp-content/uploads/2015/01/VON-the-basics.pdf> [Datum des Abrufs: 17.Februar 2016]

VEGAN ORGANIC NETWORK (2016a): About us. Unter: <http://veganorganic.net/about-us/> [Datum des

- Abrufs: 22.Februar 2016]
- VEGAN ORGANIC NETWORK (2016b): Vegan Organic- Siegel. Unter: <http://veganorganic.net/wp-content/uploads/2012/06/VONLogo-150x150.png> [Datum des Abrufs: 22.Februar 2016]
- VEGAN SOCIETY (2016a): Why go vegan? Unter: <http://www.vegansociety.com/try-vegan/why-go-vegan> [Datum des Abrufs: 09.August 2015]
- VEGAN SOCIETY (2016b): Definition of veganism. Unter: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism> [Datum des Abrufs: 04.April 2016]
- VEGETARIERBUND DEUTSCHLAND (2016a): Biovegane Landbau. Unter: <http://vebu.de/lifestyle/essen-a-trinken/biovegane-landbau/detail/466-dr-rainer-philippi> [Datum des Abrufs: 22.November 2015]
- VEGETARIERBUND DEUTSCHLAND (2016b): VEBU als Organisation. Unter: <https://vebu.de/vebu/organisation/> [Datum des Abrufs: 07.April 2016]
- VEGORGANIC E.V. (2014): Ökologisch, pflanzlich, unabhängig kontrolliert. Unter: http://www.vegorganic.de/EcoVeg_Folder_web.pdf [Datum des Abrufs: 21.März 2016]
- VISAK, TATJANA (2007): Vegan Agriculture: Animal-Friendly and Sustainable. In: ZOLLITSCH, WERNER (Hrsg.): Sustainable food production and ethics – Preprints of the 7th Congress of the European Society for Agricultural and Food Ethics. Wageningen Academic Publishers, Wageningen, NL, S.193-197
- VOGT, GUNTER (2000): Entstehung und Entwicklung des ökologischen Landbaus im deutschsprachigen Raum. Ökologische Konzepte 99, Stiftung Ökologie und Landbau, Bad Dürkheim, 399 S.
- VON DER OELSCHNITZ, DIETRICH (2005): Kooperation: Entwicklung und Verknüpfung von Kernkompetenzen. In: ZENTES, JOACHIM/SWOBODA, BERNHARD/MORSCHETT, DIRK (Hrsg.) (2005): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke: Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, S.183 - 210
- WALDMANN, ANNIKA (2005): Einfluss der veganen Ernährung auf den Gesundheits- und Ernährungsstatus - Ergebnisse der Deutschen Vegan Studie. Doktorarbeit, Fachbereich Chemie der Universität Hannover
- WELBERS, LAURA CHRISTIN (2015): Solidarische Landwirtschaft als Verein – Abgrenzung von ideellen und wirtschaftlichen Vereinen – Eintragungsfähigkeit und Gemeinnützigkeit. In: Agrarbetrieb AgrB, 2/2015, S.41-45
- WESSEL, ARNE und MEIKE/WEIDENFELD, ALISSA (2016): Aufbau einer bio-veganen Community Supported Agriculture am Beispiel der SoLawi Wildwuchs. In: BUND FÜR VEGANE LEBENSWEISE E.V. (Hrsg.) (2016c): Tagungsband Bio-Vegane Landbautage 2015: Gemeinsam den Boden bereiten – Nutztierfreie Landwirtschaft als Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz, 13. - 15.November 2015 - Burg Lohra, S.44-45. Unter: http://biovegan.org/wp-content/uploads/2016/02/Tagungsband_BVLT2015.pdf [Datum des Abrufs: 24.Februar 2016]
- WEYER, JOHANNES (2000): Soziale Netzwerke – Konzepte und Methoden der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 317 S.
- WIRTH, STEFAN (2003): Öko-Marketing - Grundlagen, Chancen, Risiken. Verlag Dr. Müller, Düsseldorf, 114

S.

- WIRTHGEN, BERND/MAURER, OSWIN (2000): Direktvermarktung - Verarbeitung, Absatz, Rentabilität, Recht. 2., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart, 236 S.
- WYTEK, RONNY (2000): Editorial. In: Regenwurm, Heft Nr. 2, Sommer 2000, S.2
- WYTEK, RONNY (2002/2003): Dieses Jahr in Wien: 2. BIO-VEGANE LANDBAUTAGE. In: Regenwurm, Heft Nr. 13, Winter 2002/2003, S.3
- WYTEK, RONNY (2003/2004): Ist bio-veganes Wirtschaften praktikabel? In: Regenwurm, Heft Nr. 16, Winter 2003/2004, S.9
- ZENTES, JOACHIM/SWOBODA, BERNHARD/MORSCHETT, DIRK (Hrsg.) (2005): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke: Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, 1402 S.
- ZIMMERMANN, ARTHUR (2011): Kooperationen erfolgreich gestalten – Konzepte und Instrumente für Berater und Entscheider. Schäffer-Pöschel Verlag, Stuttgart, 386 S.
- ZIPPERT, GISA/LINDAUER, SVEN (2011): Kompost vom Profi. In: bioland 11/2011, S.8-10
- ZUKUNFTSSTIFTUNG LANDWIRTSCHAFT (2013): Fleisch. Unter:
<http://www.weltagrarbericht.de/themen-des-weltagrarberichtes/fleisch/fleisch-volltext.html>
[Datum des Abrufs: 05.Juni 2016]

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich,

Anja Bonzheim, geb. am 22.04.1989 in Schwäbisch Gmünd,

an Eides statt, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt, sowie Zitate kenntlich gemacht habe. Ich erkläre weiterhin, dass die Arbeit noch nicht im Rahmen eines anderen Prüfungsverfahrens eingereicht worden ist.

Eberswalde, Datum

eigenhändige Unterschrift

Anhang I: Interview-Leitfaden (eigene Erstellung)

Leitfaden für die Telefoninterviews zur Masterarbeit "Potenziale und Herausforderungen möglicher überbetrieblicher Organisationsstrukturen für die bio-vegane Landwirtschaft im deutschsprachigen Raum"

von Anja Bonzheim an der HNE Eberswalde

Name des_r Interviewten:

Institution:

Datum und Uhrzeit des Interviews:

Fragen:

1. Einstiegsfrage: Wie nehmen Sie die bio-vegane Landbaubewegung im deutschsprachigen Raum wahr? Wie würden Sie die Entwicklungen der letzten 5 Jahre beschreiben?

2.1 Inwiefern sehen Sie Bedarf, die bisher eher lose Organisationsstruktur des bio-vegane Landbaus zu **formalisieren**?

2.2 Angenommen die bio-vegane Landbaubewegung würde sich überbetrieblich organisieren, welche **Form von Organisation** wäre Ihrer Meinung nach passend und aus Ihrer Sicht empfehlenswert? Welche Vorteile sehen Sie darin?

2.3 Wo sehen Sie die größten **Herausforderungen** bei einer Formalisierung für die Bewegung selbst und auch nach außen? Wie wird Ihrer Meinung nach die Bio-Szene darauf reagieren?

2.4 Was würden Sie der bio-vegane Bewegung **wünschen**? Warum? Welche Vorteile sehen Sie darin?

3. Welche Rolle spielen die veganen Konsument_innen? Wie könnte die **Beziehung** zwischen veganen **Konsument_innen** und bio-vegane **Produzent_innen** aussehen?

Warum?

Welchen Vorteil sehen Sie darin?

Welche Herausforderungen wären zu bewältigen?

4. Was halten Sie von einer **Zertifizierung** bzw. einem Siegel für bio-vegane Produkte im deutschsprachigen Raum?

Warum?

Wie würde eine Zertifizierung aus Ihrer Sicht optimalerweise aussehen?

Welche Vorteile hätte das in Ihren Augen für die Erzeuger_innen und Konsument_innen und auch den Handel?

5. Welche weiteren Aspekte zur **Findung von Organisationsstrukturen** wurden noch nicht genannt und sind Ihnen noch wichtig?

Anhang II: Kategoriensystem (eigene Erstellung)

Induktive und deduktive Kategorien der qualitativen Inhaltsanalyse:

Formalisierungsbedarf

Form der Organisation

Vorteile

Herausforderungen

Reaktion der Bioszene

Notwendigkeit wird nicht gesehen

Ablehnung rein pflanzlicher Düngung

Gefühl der Bedrohung

Entwicklung von Akzeptanz oder sogar Toleranz

Gleichgültigkeit

Unverständnis/Überforderung

Begrüßung

Rolle veganer Konsument_innen

wichtige Ideengeber_innen und Expert_innen

Haupt-Abnehmer_innen und Interessent_innen/Zielgruppe

Mitgestalter_innen

kleine Verbraucher_innen-Gruppe

geben Auskunft über das Potenzial der bio-veganen Landwirtschaft

haben Kauf- und Entscheidungsmacht durch ihre Nachfrage

mögliche Multiplikator_innen

Beziehung zwischen Konsument_innen und Produzent_innen

indirekt über den Handel

Schneeballeffekt durch Meinungsbildner

Kommunikation über Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

partnerschaftlich

Vertrauen und Kommunikation

Direkte Absatzwege

Weniger Entfremdung

Austausch und Zusammenarbeit

CSA als Form von Konsument_innen-Produzent_innen-Beziehungen

Zertifizierung

Bedarf

Vorteile

Nachteile

Form der Zertifizierung

Einbindung der bio-veganen Kontrolle in eine EG-Bio-Kontrolle

grower-to-grower-Zertifizierung

Eigene Zertifizierung durch eine Institution

Zertifizierung durch Verbraucher_innen

Offenheit und Toleranz

Richtlinienausarbeitung

Politische Rahmenbedingungen und staatliche Förderung

Prozessuale Kompetenz