



# **LEUPHANA**

UNIVERSITÄT LÜNEBURG

## **Masterarbeit**

zum Thema

**Solidarische Landwirtschaft in Deutschland: Hindernisse einer  
Mitgliedschaft für Verbraucher:innen und deren  
Überwindungsmöglichkeiten.**

**Community Supported Agriculture in Germany: Barriers to Membership  
for Consumers and Ways to Overcome Them.**

Erstprüferin: Prof. Dr. Jacqueline Loos

Zweitprüfer: Prof. Dr. Jörn Fischer

Leuphana Universität Lüneburg

Fakultät Nachhaltigkeit

Eingereicht von: Nele Wagenfeld

Studiengang: Nachhaltigkeitswissenschaft / Sustainability Science (M.SC.)

Abgabedatum: 08. Januar 2024

## Zusammenfassung

Das derzeitig dominierende Agrarsystem geht mit zahlreichen negativen Folgen, wie beispielsweise dem Rückgang kleinbäuerlicher Höfe, einher. Eine nachhaltige Alternative bietet die Solidarische Landwirtschaft (Solawi), die eine Lebensmittelproduktion innerhalb ökologischer und sozialer Grenzen ermöglicht. Dieses Konzept wird durch eine Gruppe von Verbraucher:innen, auch Mitglieder genannt, ermöglicht, die eine Partnerschaft mit Landwirt:innen eingehen und den Betrieb finanzieren. Der Großteil, der in Deutschland bestehenden Solawi-Betriebe ist derzeit auf der Suche nach weiteren Mitgliedern. Die vorliegende Masterarbeit untersucht, was Verbraucher:innen in Deutschland von einer Mitgliedschaft abhält und wie diese Hindernisse überwunden werden können. Methodisch erfolgten im ersten Schritt eine Literaturrecherche und neun Interviews mit acht Solawis in verschiedenen deutschen Bundesländern und dem *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.* Die daraus generierten Ergebnisse bildeten die Grundlage für eine Online-Umfrage, die sich an Menschen richtete, die noch keine Solawi-Mitglieder waren. Die finale bereinigte Stichprobe bestand aus 371 vollständig ausgefüllten Fragebögen. Als zentrale Hindernisse einer Mitgliedschaft wurden eine nicht aussetzbare Ernteanteilslieferung während Abwesenheit und die Abholung des Ernteanteils in einem bestimmten Zeitfenster identifiziert. Bedeutsame Überwindungsmöglichkeiten waren die Option, die Ernteanteilslieferung während Abwesenheit aussetzen zu können, verschiedene wählbare Abholtage und Ernteanteilstypen und eine individuelle Ernteanteilszusammenstellung. Des Weiteren wurden verschiedene Ernteanteilsgrößen und eine Probemitgliedschaft als Aspekte erkannt, die die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft für den Großteil der Umfrage-Teilnehmenden erhöhten. Diese Ergebnisse bieten Solawi-Betrieben einen Überblick über relevante Hindernisse und Faktoren, die die Attraktivität einer Mitgliedschaft steigern, die bei zukünftiger Mitgliederakquise berücksichtigt werden können.

## Abstract

The current dominant agricultural system is associated with numerous negative consequences, such as the decline of smallholder farms. Community Supported Agriculture (CSA) offers a sustainable alternative, enabling food production within ecological and social boundaries. This concept is enabled by a group of consumers, also known as members, who become partners with farmers and finance the farming activities. Most CSA farms in Germany are currently looking for additional members. This master's thesis examines the factors that hinder consumers in Germany from becoming members and how these barriers can be overcome. The methodology used in the first step was a literature review and nine interviews with eight CSA farms in different German federal states and the *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.* The results generated from this formed the basis for an online survey targeting people who were not yet CSA members. The final sample consisted of 371 fully completed questionnaires. The main barriers to membership were identified as not being able to suspend delivery of the harvest share during absence and collecting the share within a certain time slot. Significant possibilities for overcoming these obstacles were the option of being able to suspend the share delivery during absence, different selectable collection days and share types and an individual share composition. Furthermore, different share sizes and a trial membership were identified as aspects that increased the likelihood of membership for the majority of survey participants. These results provide CSA farms with an overview of relevant barriers and factors that increase the attractiveness of membership, which can be taken into account when recruiting members in the future.

# Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung .....	II
Abstract .....	III
Inhaltsverzeichnis .....	IV
Abbildungsverzeichnis .....	VI
Abkürzungsverzeichnis .....	VI
1. Einleitung.....	1
1.1. Solidarische Landwirtschaft.....	2
1.1.1. Was ist Solidarische Landwirtschaft?.....	2
1.1.2. Vorteile .....	3
1.1.3. Solidarische Landwirtschaft in Deutschland .....	5
1.2. Forschungsstand.....	6
1.3. Forschungsfragen .....	7
2. Methodisches Vorgehen .....	8
2.1. Literaturrecherche .....	8
2.2. Interviews.....	9
2.2.1. Auswahl der Interviewpartner:innen.....	10
2.2.2. Erstellung des Leitfadens.....	11
2.2.3. Durchführung der Interviews.....	12
2.2.4. Auswertung der Interviewergebnisse .....	12
2.3. Umfrage .....	14
2.3.1. Fragebogenerstellung.....	14
2.3.2. Pretest .....	17
2.3.3. Datenerhebung.....	17
2.3.4. Datenaufbereitung .....	18
2.3.5. Datenauswertung .....	19
3. Ergebnisse.....	20
3.1. Literaturrecherche .....	20
3.1.1. Hindernisse einer Mitgliedschaft .....	21
3.1.1.1. Nachhaltiger Konsum .....	21

3.1.1.2.	Solidarische Landwirtschaft.....	22
3.1.2.	Überwindungsmöglichkeiten .....	23
3.1.2.1.	Nachhaltiger Konsum .....	23
3.1.2.2.	Solidarische Landwirtschaft.....	24
3.2.	Interviews.....	25
3.2.1.	Interviewpartner:innen .....	25
3.2.2.	Hindernisse einer Mitgliedschaft .....	27
3.2.3.	Überwindungsmöglichkeiten .....	29
3.3.	Umfrage .....	32
3.3.1.	Stichprobenszusammensetzung.....	32
3.3.2.	Hindernisse einer Mitgliedschaft .....	34
3.3.3.	Überwindungsmöglichkeiten .....	40
3.3.4.	Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten.....	44
4.	Diskussion .....	47
4.1.	Hindernisse .....	48
4.2.	Überwindungsmöglichkeiten.....	50
4.3.	Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten .....	52
4.4.	Schlussfolgerungen.....	54
4.5.	Limitationen.....	56
4.6.	Weitere Forschungsperspektiven .....	58
5.	Fazit.....	58
6.	Literaturverzeichnis.....	61
7.	Eidesstattliche Erklärung .....	71
	Anhangsverzeichnis.....	VII

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Interviewpartner:innen innerhalb Deutschlands, nummeriert nach Reihenfolge der Durchführung .....	25
Abbildung 2: Verteilung nach Bundesländern .....	34
Abbildung 3: Hindernisse sortiert nach Größe und Überkategorie, ohne "sonstige Hindernisse" .....	35
Abbildung 4: Überwindungsmöglichkeiten sortiert nach Größe und Überkategorie, ohne "sonstige Überwindungsmöglichkeiten".....	41
Abbildung 5: Korrelationen zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten	45
Abbildung 6: Korrelationen zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten	46

## Abkürzungsverzeichnis

CSA.....	Community Supported Agriculture
eG.....	eingetragene Genossenschaft
e.V.....	eingetragener Verein
n.....	Anzahl der Befragten
o.J.....	ohne Jahr
$\rho$ .....	Korrelationskoeffizient Rho
Solawi.....	Solidarische Landwirtschaft

## 1. Einleitung

„Wachsen oder Weichen“ – so lautet das Motto des derzeitigen, durch Globalisierung und die Oligopolstellung einiger weniger Handelsunternehmen geprägten Agrarsystems (Dobelman 2019; Grünwald 2019; Stränz 2014). Um dem damit einhergehenden Preis- und Konkurrenzdruck standhalten zu können, setzen landwirtschaftliche Betriebe auf eine Intensivierung und Spezialisierung ihrer Produktion (Diekmann und Theuvsen 2019). Konkreter bedeutet dies den Anbau besonders ertragreicher Sorten in Monokulturen, die ohne den Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel nicht überlebensfähig sind (Kellermann 2020). Die Konzentration liegt hierbei auf wenigen einheitlichen, transport- und marktfähigen Kulturpflanzen, deren hoher Ertrag auf Kosten ihrer Widerstandskraft geht (Hustadt 2012; Kellermann 2020). Die Varianz zwischen den Sorten sowie innerhalb einer Sorte nimmt damit weltweit ab, was die Vulnerabilität der Landwirtschaft gegenüber Schädlingsbefall und den Folgen des Klimawandels steigert (Grünwald 2019). Nicht nur die Sorten, sondern auch die fertigen Lebensmittel werden standardisiert (Heyland 2017). Obst und Gemüse, das nicht den Marktnormen entspricht, wird folglich aussortiert, was zu einer Ressourcenverschwendung führt.

Sowohl der Anbau von Monokulturen als auch die Verwendung von Pestiziden haben den Verlust naturnaher Habitate und der biologischen Vielfalt zur Folge (Feindt et al. 2019; Fädler 2017). Der durch Mikroorganismen durchgeführte, energieintensive Pestizidabbau geht mit einem Verlust der Bodenfruchtbarkeit einher (Kellermann 2020). Der nicht sofort abgebaute Anteil reichert sich in den Böden an oder führt durch Auswaschung zu einer Kontamination der umliegenden Gewässer (Kellermann 2020; Schilling 2019). Zusätzlich wird die Umwelt durch den Lebensmitteltransport belastet. Aufgrund globalisierter Vermarktungsstrukturen der Agrarbranche legen Lebensmittel weite Strecken zurück, was enorme Mengen an fossilen Brennstoffen benötigt und durch Treibhausgasemissionen zum Klimawandel beiträgt (Heyland 2017). Um eine lange Haltbarkeit der Produkte zu gewährleisten, werden Zusatzstoffe verwendet, die jedoch die Nährstoff- und Frischeeigenschaften reduzieren (Heyland 2017; Grünwald 2019).

Landwirt:innen, die zum Schutz der Umwelt auf den Einsatz von Pestiziden verzichten, sind dazu gezwungen, sich selbst und ihre Arbeitskräfte unter prekären Bedingungen zu beschäftigen, um konkurrenzfähig bleiben zu können (Boddenberg et al. 2017). So haben „Menschen, die in der Landwirtschaft arbeiten, [...] meist nur die Wahl, entweder die Natur oder sich selbst auszubeuten“ (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023e). Insbesondere kleine, wenig technisierte Betriebe haben häufig nicht die Möglichkeit, dem Modernisierungsdruck und den niedrigen Weltmarktpreisen standzuhalten und müssen in Folge dessen ihre Höfe aufgeben (Boddenberg et al. 2017; Stränz 2014).

Durch Agrarsubventionen, die zu Gunsten großer Betriebe ausfallen, wird der Verlust kleiner Betriebe zusätzlich verstärkt (FAO et al. 2021; Heyland 2017; Fabricius 2018). So ist allein in Deutschland die Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe zwischen 1950 und 2022 um 89% zurückgegangen (Fabricius 2018; statista 2022). Eine mögliche Alternative, die auf regionale Vermarktung setzt und so eine Unabhängigkeit vom Weltmarkt gewährleistet, ist die Solidarische Landwirtschaft. Was sich hinter dem Konzept verbirgt und welche Potenziale es bietet wird im Folgenden erläutert.

## 1.1. Solidarische Landwirtschaft

### 1.1.1. Was ist Solidarische Landwirtschaft?

Der Begriff „Solidarische Landwirtschaft“ (Solawi) wurde 2010 beim Gründungstreffen des *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft* eingeführt und im Trägerverein *Solidarische Landwirtschaft e.V.* organisatorisch verankert (Fabricius 2018). Alternative Bezeichnungen sind gemeinschaftsgetragene Landwirtschaft oder der US-amerikanische Begriff „Community Supported Agriculture“ (CSA) (Bauer 2014). Solidarische Landwirtschaft bezeichnet ein Modell des verbindlichen Zusammenschlusses von Verbraucher:innen und Erzeuger:innen (Bauer 2014; Kraiß und van Elsen 2011; Goland 2002; Europäisches CSA Netzwerk 2016). Die Verbraucher:innen werden zu Mitgliedern, indem sie sich verpflichten, in der Regel für ein Wirtschaftsjahr, die Kosten eines landwirtschaftlichen Betriebes vorzufinanzieren (Boddenberg et al. 2017; Goland 2002). Im Gegenzug erhalten sie, in wöchentlichen Abständen, die vom Betrieb produzierten Lebensmittel (Goland 2002; Heyland 2017; Boddenberg et al. 2017). Die Ernteanteile enthalten zu meist saisonales Gemüse, je nach Solawi können aber auch Obst, Kräuter, tierische oder verarbeitete Erzeugnisse, wie Brot, enthalten sein (Schilling 2019; Kunzmann 2015; Bietau et al. 2013). In den meisten Fällen können sie entweder direkt am Hof oder in naheliegenden Depots abgeholt werden (Bietau et al. 2013). Die Finanzierung erfolgt durch monatliche Beiträge, die von der jeweiligen Menge der Erträge entkoppelt sind (Bietau et al. 2013; Stränz 2014). So werden Risiken, wie mögliche Ernteauffälle, von den Verbraucher:innen mitgetragen (Kraiß und van Elsen 2011; Europäisches CSA Netzwerk 2016; Boddenberg et al. 2017). Die Beiträge sollen die Jahreskosten des Betriebs decken und den Landwirt:innen ein sicheres, als ausreichend erachtetes Einkommen gewährleisten (Wellner und Theuvsen 2017). Eine Gewinnmaximierung der Betriebe ist hierbei ausgeschlossen (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023e). Je nach Solawi wird die Höhe der finanziellen Beteiligung von den Landwirt:innen festgelegt oder in (anonymen) Bieterunden bestimmt (Kunzmann 2015). Letzteres ist ein Verfahren, das die finanziellen Möglichkeiten der Verbraucher:innen berücksichtigt (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. o.J.). Hierbei gibt jedes Mitglied ein Gebot für eine



Beitragshöhe an, die sich zumeist an einem zuvor festgelegten Richtwert orientiert (ebenda). Dieser errechnet sich aus den geschätzten Jahreskosten, die durch alle Mitglieder geteilt werden. Die Gebote der Mitglieder werden anschließend addiert. Deckt die Summe das Jahresbudget, ist die Bieterunde abgeschlossen. Ist dies nicht der Fall erfolgt eine weitere Gebotsrunde (ebd.). Ursprünglich sah das Konzept zusätzlich eine aktive Teilnahme der Mitglieder durch Mitarbeit vor (Wellner und Theuvsen 2017). Um das Konzept an die Bedürfnisse der Konsument:innen anzupassen und so die potenzielle Interessent:innengruppe zu erweitern, wird mittlerweile allerdings häufig auf eine (verpflichtende) Mitarbeit verzichtet (ebd.). Bestehende Solawis weisen verschiedene Varianten hinsichtlich ihres Marktzugangs auf (Schilling 2019). Während manche Betriebe ihre Produkte lediglich innerhalb der Verbraucher:innengemeinschaft verteilen, vermarkten andere Landwirt:innen zusätzlich konventionell (Schilling 2019; Kunzmann 2015; Boddenberg et al. 2017). Zudem variieren Solawis hinsichtlich ihrer Größe und Rechtsform. So gibt es kleine Solawis mit einstelligen Mitgliederzahlen, aber auch große Betriebe, die an die 3000 Verbraucher:innen zu ihrer Gemeinschaft zählen (Heyland 2017). Die Wahl einer bestimmten Rechtsform hängt von den Vorstellungen, Interessen und Zielen der Beteiligten ab (Kraiß und Meißner 2016).

### 1.1.2. Vorteile

Was sind die Vorteile von Solawi und inwiefern bietet dieses Konzept eine nachhaltige Alternative zum derzeitigen Agrarsystem? Um folgende Frage zu beantworten, wird im ersten Schritt geklärt, was unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ verstanden wird. Definitionen von und Modelle zu Nachhaltigkeit gibt es zahlreiche. In dieser Arbeit wird sich auf den Ansatz der starken Nachhaltigkeit berufen. Hierbei steht die Ökologie an oberster Stelle und bildet die Grundlage für die Dimensionen „Soziales“ und „Ökonomie“ (Stepanek 2022; Lexikon der Nachhaltigkeit 2015). Ohne eine intakte Natur ist demzufolge keine soziale Stabilität möglich und ohne soziale Stabilität auch keine Ökonomische (Stepanek 2022). Nachhaltigkeit meint somit, dass Wirtschaften nur im Rahmen ökologischer und sozialer Grenzen möglich ist (ebd.). Eine Substituierbarkeit natürlicher Ressourcen wird hierbei ausgeschlossen (Lexikon der Nachhaltigkeit 2015).

Insbesondere in Anbetracht landwirtschaftlicher Praktiken ist dieser Ansatz nachvollziehbar, denn ohne natürliche Ressourcen wie gesunde Böden oder Wasser (ökologische Dimension) können Landwirt:innen nicht ihrer Arbeit, der Lebensmittelproduktion, nachgehen, um dadurch ihre Existenz zu sichern (soziale Dimension). Wenn nichts geerntet werden kann, haben Menschen nicht ausreichend Nahrung, um ein gesundes Leben führen zu können (soziale Dimension). Außerdem können keine Produkte verkauft und

dementsprechend keine langfristig bestehende (Land-)Wirtschaft betrieben werden (ökonomische Dimension).

Im Folgenden werden die Vorteile Solidarischer Landwirtschaft anhand der drei Nachhaltigkeitsdimensionen, beginnend mit der ökologischen Dimension, erläutert. Solidarische Landwirtschaft ermöglicht, aufgrund der vom Ertrag entkoppelten Mitgliedsbeiträge, eine landwirtschaftliche Praxis, die die Produktqualität über die Erreichung von maximalen Ernteerträgen stellt (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023e; Stränz 2014). Dies begünstigt die Umsetzung von Maßnahmen, die zur Ertragsminderung führen können, jedoch ökologische Vorteile bieten (Bechtel und van Elsen 2015). Beispiele sind das Anlegen von Hecken und Teichen, die Förderung der Bodenfruchtbarkeit und der Anbau samenfester, regional angepasster Sorten, die auch ohne den Einsatz von Pestiziden auskommen (Boddenberg et al. 2017; Stränz 2014; Goland 2002). Um eine hohe Produktvielfalt der Ernteanteile zu gewährleisten, wird anstelle von Monokulturen eine Vielzahl an Gewächsen angebaut, was sich förderlich auf die umliegende Biodiversität auswirkt (Goland 2002; Stöwer 2010). Eine bedarfsorientierte Produktion und die Verwertung von Lebensmitteln, die normalerweise auf Grund von Marktnormen im Müll landen würden, reduzieren Abfälle und den Ressourcenverbrauch (Bopp 2011; Stränz 2014; Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023e). Bei Solidarischer Landwirtschaft gelangen die Produkte direkt an die in der nahen Umgebung lebenden Verbraucher:innen. Dies verringert sowohl Verpackungen als auch durch lange Transportwege verursachte Treibhausgasemissionen (Stöwer 2010; Goland 2002; Stränz 2014).

Auf sozialer Ebene agiert Solidarische Landwirtschaft nachhaltig, indem sie Landwirt:innen ein von der Menge der Erträge losgelöstes, gesichertes Einkommen gewährleistet (Maschkowski et al. 2017; Goland 2002; Bechtel und van Elsen 2015; Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023e). Durch eine feste Abnehmer:innengruppe sind die Erzeuger:innen unabhängig von einflussreichen, globalen Handelsunternehmen (Grünewald 2019; Stränz 2014). Dies ermöglicht Arbeitsstrukturen, die mehr Freizeit und Urlaub erlauben, als es sonst in dieser Branche üblich ist (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023d). Auch auf Verbraucher:innenseite bringt Solidarische Landwirtschaft Vorteile mit sich. Zum einen sind saisonal-regionale Lebensmittel gesundheitsförderlich, da die im optimalen Reifezustand geernteten Produkte den höchsten Gehalt an Vitaminen und sekundären Pflanzenstoffen aufweisen (Dienstleistungszentren Ländlicher Raum Rheinland-Pfalz 2013). Zum anderen konnte in verschiedenen Untersuchungen gezeigt werden, dass Solawi-Mitglieder, aufgrund der wöchentlichen Ernteanteile, mehr Gemüse, Obst, Ballaststoffe und Vitamin A zu sich nehmen als Nicht-Mitglieder (Stöwer 2010; Hanson et al. 2017). Durch Gemeinschaftsaktionen, z.B. bei der Ernte, werden zudem

Bildungs- und Erfahrungsräume geschaffen (Stöwer 2010; Stränz 2014; Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023e).

Durch eine auf Langfristigkeit ausgelegte Zusammenarbeit zwischen Produzent:innen und Verbraucher:innen, die auf Transparenz und Vertrauen basiert, trägt Solidarische Landwirtschaft zur ökonomischen Nachhaltigkeit bei (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023d; Boddenberg et al. 2017; Europäisches CSA Netzwerk 2016). Durch das geteilte Risiko wird Betrieben trotz Ernteausfällen ein Fortbestehen gesichert (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023d, 2023e; Heyland 2017; Kraiß und van Elsen 2011). Zudem ermöglicht das Konzept die Existenz kleiner, ökologisch wirtschaftender Höfe und sichert die Arbeitsplätze der zugehörigen Landwirt:innen (Grünewald 2019; Bechtel und van Elsen 2015; Stöwer 2010). Aufgrund der lokalen Vermarktungsstruktur von Solawis werden regionale Wertschöpfungen und Wirtschaftskreisläufe erhalten und gestärkt (Stöwer 2010; Stränz 2014). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Solidarische Landwirtschaft zahlreiche Vorteile auf allen drei Dimensionen bietet und somit als nachhaltige Alternative zum derzeitig dominierenden Agrarsystem angesehen werden kann (Diekmann und Theuvsen 2019).

### 1.1.3. Solidarische Landwirtschaft in Deutschland

Die Ursprünge Solidarischer Landwirtschaft stammen aus dem Japan der 1970er Jahre. Teruo Ichiraku, Philosoph und Leiter einer landwirtschaftlichen Genossenschaft, warnte Verbraucher:innen vor den Gefahren von Agrarchemikalien und warb für den ökologischen Landbau (Heyland 2017). Daraufhin schlossen sich besorgte japanische Hausfrauen mit lokalen Landwirt:innen zusammen und entwickelten das „teikei“-Konzept (ebd.). Hierbei einigten sie sich auf die Qualität der Lebensmittel als Gegenleistung für die (monetäre) Unterstützung der Landwirt:innen. „Teikei“ bedeutet übersetzt „Partnerschaft“ (Goland 2002). Mit Gründung des Buschberghofes im Jahr 1988 kam das Konzept schließlich nach Deutschland (Stränz 2014). Während in Frankreich und den USA die Anzahl der Solawis seit den ersten Gründungen Ende der 1980er Jahre schnell zunahm, kam es in Deutschland erst rund 30 Jahre später zu einem dynamischen Anstieg der Betriebe (Fabricius 2018). 2004 zählte Deutschland fünf Betriebe (Maschkowski et al. 2017). Bis 2011 stieg die Anzahl auf 19, bis 2017 auf über 130 und bis 2020 auf 267 an (Fabricius 2018; Maschkowski et al. 2017; Klemisch und Boddenberg 2020). Im April 2023 gab es bereits 439 Solawis, zusätzlich befanden sich 94 weitere in Gründung (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023a). Bundeslandspezifisch variierte die Anzahl stark. Während Baden-Württemberg und Niedersachsen mit 71 und 70 Solawis die höchste Zahl aufwiesen, bildeten Berlin, das Saarland und Hamburg mit lediglich ein bis zwei Solawis die Schlusslichter. In Bremen war als einziges Bundesland kein Betrieb

ansässig (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023a). Der Großteil der Solawis befindet sich in überwiegend städtischen oder intermediären Regionen, während in ländlichen Gebieten<sup>1</sup> nur ein kleiner Teil der Solawis angesiedelt ist (Wellner und Theuvsen 2017).

Etwa 91% der Solawis versorgen ihre Mitglieder mit Gemüse, 61% mit Kräutern, 48% mit Obst, 41% mit tierischen Erzeugnissen wie Eier, Milch, Fleisch und Honig und 40% der Ernteanteile enthalten verarbeitete Produkte wie Backwaren, Saft oder Wein. 93% der Betriebe wirtschaften ökologisch (siehe Anhang 1.1). Eine obligatorische Mitarbeit der Mitglieder wird lediglich bei 5% der Solawis explizit genannt. Hinsichtlich Auslastung geben 80% der 439 Solawis an, noch weitere Mitglieder zu suchen (siehe Anhang 1.1). Daraus lässt sich schließen, dass sich derzeit nicht ausreichend Verbraucher:innen für eine Mitgliedschaft entscheiden, um die Kapazität der Betriebe auszuschöpfen. Da ausreichend Mitglieder fundamental für das Bestehen von Solawis sind, stellt sich die Frage, wie eine Mitgliedschaft attraktiver für Verbraucher:innen gestaltet werden kann. Hierfür bedarf es an Wissen über Hindernisse, die einer Mitgliedschaft derzeit noch im Wege stehen, um daraus Überwindungsmöglichkeiten und Schlüsse für eine zukünftige Mitgliederakquise ableiten zu können.

## 1.2. Forschungsstand

Forschungsarbeiten zu Solidarischer Landwirtschaft gibt es zahlreiche (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023c). Thematisch sind sie vielfältig und beschäftigen sich mit Solidarischer Landwirtschaft im Allgemeinen, bspw. den Potenzialen des Konzepts, seiner Entwicklung und Zukunftsfähigkeit oder auch mit bestehenden Solawi-Betrieben im Spezielleren. Darüber hinaus gibt es Forschungsarbeiten, die sich mit den Menschen auseinandersetzen, die an Solawi beteiligt sind. So beschäftigten sich Cone und Myhre (2000) mit den Beweggründen von Verbraucher:innen, eine Mitgliedschaft einzugehen. Die Grundlage der Forschung bildete die Datenauswertung einer Fünf-Jahres-Studie von acht Solawi-Betrieben in den USA, die unter anderem Interviews mit Landwirt:innen und Mitgliedern umfasste. Auch Blättel-Mink et al. (2017) setzten sich mit den Motiven von Mitgliedern auseinander. Den methodischen Rahmen bildeten standardisierte Fragebögen, die an alle 2017 in Deutschland existierenden Solawi-Betriebe gesendet wurden und sich an die Mitglieder richteten. Additional wurden Interviews geführt. Auch Fiedler und Madsen (2015) untersuchten anhand von Interviews die Beweggründe von Solawi-Beteiligten im deutschen Kontext. Neben Mitgliedern standen bei dieser

---

<sup>1</sup> Nach Definition der NUTS-3-Regionen, werden Regionen als überwiegend ländlich bezeichnet, wenn der Bevölkerungsanteil in ländlichen Gebieten mehr als 50 % beträgt. In intermediären Regionen beträgt dieser Anteil zwischen 20% und 50%, in städtischen Regionen beträgt er weniger als 20 % (eurostat o.J.).

Forschungsarbeit zusätzlich die Landwirt:innen im Fokus der Betrachtung. In einer umfangreichen empirischen Studie der Goethe-Universität Frankfurt (Bietau et al. 2013) wurde sich ebenfalls mit den Motiven von Landwirt:innen und Mitgliedern in Deutschland auseinandergesetzt. Zusätzlich waren Konflikte bzw. Schwierigkeiten im organisatorischen Alltag einer Solidarischen Landwirtschaft Teil der Forschung. Die Ergebnisse der Untersuchung lieferten in Teilen Rückschlüsse auf Hindernisse einer Mitgliedschaft. Die methodische Grundlage der Studie setzte sich aus Online-Fragebögen und Interviews zusammen. Kunzmann (2015) untersuchte in ihrer Masterarbeit mit welchen Hindernissen und Widersprüchen Solidarische Landwirtschaft als Teil einer Bewegung für Ernährungssouveränität zu kämpfen hat. Neben einer Literaturrecherche wurden leitfadengestützte Interviews mit Gärtner:innen und Mitgliedern in Deutschland geführt. Auch diese Arbeit beinhaltet in Teilen Erkenntnisse zu Schwierigkeiten, die mit einer Mitgliedschaft einhergehen. Ähnliches gilt für die Forschungsarbeit von Gesa Maschkowski et al. (2017), die sich mit Ausstiegsgründen ehemaliger Solawi-Mitglieder befasst. Die Studie basiert auf einer Fallstudie und einer deutschlandweiten Abbrecher:innenbefragung. Golland (2002) beschäftigte sich zudem in ihrem Fachzeitschriftenartikel mit den Unannehmlichkeiten, die mit einer Solawi-Mitgliedschaft in den USA einhergehen. Neben Schwierigkeiten, mit denen Mitglieder zu kämpfen hatten, nennt sie Vorschläge, wie diese Unannehmlichkeiten verbessert bzw. abgeschwächt werden können. Die Ergebnisse der Untersuchung wurden erzielt, indem Solawi-Mitglieder Fragebögen ausfüllten. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass bereits Forschung zu Motiven aber auch Schwierigkeiten, die mit einer Mitgliedschaft einhergehen, besteht. Allerdings stehen jeweils bestehende oder im Einzelfall ehemalige Mitglieder im Fokus der Untersuchungen. Was Verbraucher:innen, die noch keine Solawi-Mitglieder sind, von einer Mitgliedschaft abhält, wurde bislang noch nicht untersucht. Diese Forschungslücke zu schließen, stellt das Ziel dieser Arbeit dar.

### 1.3. Forschungsfragen

Aus der aufgezeigten Forschungslücke ergeben sich folgende Forschungsfragen:

1. Welche Barrieren verhindern eine Mitgliedschaft bei einer Solidarischen Landwirtschaft für Verbraucher:innen in Deutschland?
2. Wie können diese Barrieren überwunden werden bzw. welche Aspekte gestalten eine Mitgliedschaft attraktiver für Verbraucher:innen in Deutschland?

Die erste Frage zielt zum einen darauf ab, eine Vielzahl an möglichen Hindernissen einer Mitgliedschaft zu identifizieren. Zum anderen soll diese Vielzahl quantifiziert werden, um so die vorrangigen Hindernisse von Verbraucher:innen in Deutschland feststellen zu

können. Damit soll gewährleistet werden, dass Solawis besser einschätzen können, welche Barrieren priorisiert angegangen werden sollten und welche nebensächlich sind.

Die zweite Forschungsfrage hat zum Ziel eine Vielzahl an möglichen Faktoren, die eine Mitgliedschaft attraktiver gestalten, zu identifizieren. Diese werden der besseren Lesbarkeit halber im Folgenden als „Überwindungsmöglichkeiten“ bezeichnet, auch wenn nicht alle Faktoren bestehende Hindernisse überwinden. Welche Aspekte tatsächlich zur Überwindung der Hindernisse einer Mitgliedschaft beitragen, soll im Rahmen dieser Arbeit herausgefunden werden. Auch die potenziellen Überwindungsmöglichkeiten werden quantifiziert. Dies soll dazu beitragen, diejenigen Faktoren, die die Attraktivität einer Mitgliedschaft am meisten steigern, zu identifizieren. So soll eine Priorisierung der Umsetzung von Überwindungsmöglichkeiten für Solawis gewährleistet werden.

Im Folgenden wird zunächst der methodische Rahmen der Arbeit dargestellt, gefolgt von der Präsentation der Ergebnisse. Diese werden jeweils differenziert nach der angewandten Methode und „Hindernissen einer Mitgliedschaft“ bzw. „Überwindungsmöglichkeiten“ dargestellt. Anschließend erfolgt die Diskussion der Ergebnisse, die Darstellung der Limitationen der Arbeit und eine Aufbereitung weiterer Forschungsmöglichkeiten. Die Arbeit wird abschließend durch ein Fazit abgerundet.

## 2. Methodisches Vorgehen

Das methodische Vorgehen der Arbeit ist in drei Schritte unterteilt: eine Literaturrecherche zu Beginn, gefolgt von Interviews und einer Umfrage.

### 2.1. Literaturrecherche

Zu Anfang der Arbeit wurde eine Literaturrecherche durchgeführt, um einen umfassenden Überblick über potenzielle Hindernisse und deren mögliche Überwindungsstrategien zu erhalten. Da Solidarische Landwirtschaft eine Form nachhaltiger Ernährung darstellt (Stöwer 2010), lag der Fokus der Recherche auf nachhaltiger Ernährung bzw. nachhaltigem Lebensmittelkonsum im Allgemeinen, und Solawi-Mitgliedschaften im Speziellen. So wurde zum einen nach Begriffen wie veganem, vegetarischem, ökologischem, regionalem, saisonalem und verpackungsfreiem Konsum gesucht. Da eine Solawi-Mitgliedschaft mit einer Umstellung der Ernährung bzw. der Kochgewohnheiten einhergeht (Cone und Myhre 2000; Goland 2002), wurde zum anderen nach Schlagwörtern gesucht, die eine solche Umstellung beinhalten. Beispiele sind der Übergang von Fleischkonsum zu Vegetarismus oder Veganismus, ein vermehrter Verzehr von Obst und Gemüse oder

eine Änderung des Konsumverhaltens in Richtung der *Planetary Health Diet*<sup>2</sup>. Zentral bei der Recherche waren Hürden, die einer solchen Ernährungs- bzw. Konsumumstellung im Wege stehen und Möglichkeiten, wie diese für Verbraucher:innen verringert werden können.

Um speziellere, Solawi-bezogene Ergebnisse zu erhalten, wurde nach Literatur gesucht, die Schwierigkeiten, mit denen Solawi-Mitglieder konfrontiert werden, oder Ausstiegsgründe ehemaliger Mitglieder, behandelt. Hintergrund dessen war die Vermutung, dass sich die Ergebnisse dieser Arbeiten mit möglichen Hindernissen einer Mitgliedschaft überschneiden. Des Weiteren wurde Literatur über die Beweggründe für eine Mitgliedschaft gesichtet, da diese Schlüsse über potenzielle Überwindungsmöglichkeiten zulassen. Als Literaturgrundlage diente hierbei eine Übersicht des *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.* über Abschlussarbeiten zu Solidarischer Landwirtschaft (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023c). Darüber hinaus wurde per *Google Scholar* und der Literatursuchmaschine der Leuphana – LUX - nach passender Literatur gesucht. Aufgrund des geografischen Fokus dieser Arbeit lag die Schwerpunktsetzung der Recherche auf Studien aus Deutschland. Dennoch wurden auch relevante Literaturquellen aus anderen Ländern herangezogen, um ein umfassendes Portfolio an Ergebnissen zu gewährleisten. Die Ergebnisse der Recherche wurden notiert, nach Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten sortiert und dienten anschließend als Grundlage für die nachfolgenden Interviews und die Umfrage.

## 2.2. Interviews

Im Anschluss an die Literaturrecherche folgten Interviews mit dem Ziel, Informationen zu erhalten, die über die Ergebnisse der bestehenden Literatur hinausgehen. Interviews zählen zu qualitativen Forschungsmethoden und bieten aufgrund ihrer Offenheit die Möglichkeit neue, bisher unbekannte Sachverhalte zu entdecken (Röbken und Wetzel 2016). Die Wahl fiel auf Leitfadeninterviews, die sich dadurch auszeichnen, dass sie mit einer zuvor erstellten Fragenliste den Interviewverlauf gestalten (Helfferrich 2014, 2022). Der Vorteil dieser Interviewart liegt darin, dass der Leitfaden vorformulierte Fragen enthält, die den Gesprächsverlauf strukturieren und absichern, dass kein vorgesehenes Thema vergessen wird (Hepperle 2016; Loosen 2016). Trotz Strukturierung bieten Leitfadeninterviews Raum für spontane Themen und die Abänderung der zuvor festgelegten Fragenreihenfolge je nach Gesprächsverlauf (ebd.). Darüber hinaus ermöglicht dieser

---

<sup>2</sup> Die *Planetary Health Diet* ist eine Strategie der EAT-Lancet-Kommission, die einen allgemeingültigen Referenzrahmen für eine Ernährung liefert, die die Gesundheit des Menschen und der Erde gleichermaßen schützen soll (BZfE 2023).

Interviewtyp eine Vergleichbarkeit der Gespräche, da für gewöhnlich ein Leitfaden erstellt wird, der die Grundlage für alle Interviews bildet (Helfferrich 2022).

### 2.2.1. Auswahl der Interviewpartner:innen

Um Solawi-spezifische Informationen über mögliche Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten einer Mitgliedschaft zu erhalten, wurde beschlossen, in erster Linie Akteur:innen bestehender Solawis als Gesprächspartner:innen auszuwählen. Dieser Ansatz basierte auf der Annahme, dass Solawis aktiv daran arbeiten müssen, neue Mitglieder zu gewinnen, um ihre Existenz zu sichern. Daher wurde davon ausgegangen, dass sie regelmäßigen Kontakt zu potenziellen Mitgliedern haben und so aus erster Hand Informationen über mögliche Faktoren erhalten, die Menschen von einer Mitgliedschaft abhalten. Darüber hinaus wurde das *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.* als potenzieller Interviewpartner identifiziert, da es sich für die Verbreitung von Solidarischer Landwirtschaft einsetzt und im Austausch mit ent- und bestehenden Solawis steht (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. 2023b).

Um einen Überblick über die möglichen Gesprächspartner:innen zu erhalten, wurde im ersten Schritt eine Übersicht mit allen 439 im April 2023 bestehenden Solawis in Deutschland erstellt. Diese enthält unter anderem Informationen zu der ansässigen Stadt, dem Bundesland, Gründungsjahr, Ernteanteilsinhalt, Anbauweise, Mitgliederanzahl, (verpflichtender) Mitarbeit, Verteilzentren und ggf. vorhandenen Wartelisten (siehe Anhang 1.1). Anschließend wurde die Liste Bundesland für Bundesland durchgegangen, um ein Interviewsample zu erhalten, das verschiedene Regionen in Deutschland abdeckt. Kriterien, nach denen Solawis als mögliche Interviewpartner:innen identifiziert wurden waren folgende:

1. Betriebe mit der größten Mitgliederanzahl des jeweiligen Bundeslandes. Hintergrund dessen war die Annahme, dass je größer eine Solawi ist, desto mehr Erfahrung hat sie mit der Gewinnung von und im Kontakt mit verschiedenen Mitgliedern.
2. Solawis, die auf ihrer Homepage angaben, dass sie sich vergrößern wollen, da in diesem Fall zu erwarten war, dass entsprechende Betriebe aktiv in der Mitgliederakquise tätig sind.
3. Solawis, die noch keine Wartelisten haben, da dies bedeutet, dass sie ggf. noch auf der Suche nach weiteren Mitgliedern sind.
4. Solawis mit einem frühen Gründungsjahr, denn je länger ein Betrieb besteht, desto mehr Erfahrung hat er vermutlich in dem Kontakt mit und der Akquise von Mitgliedern.
5. Eine Homepage, die darüber Aufschluss gibt, dass sich der entsprechende Betrieb Gedanken zur Mitgliedergewinnung macht.



6. Solawis, die über besondere Angebote oder Konzepte verfügen (z.B. selbstständige Auswahl der Produkte durch die Mitglieder; Lieferdienst), da diese ggf. mit anderen Schwierigkeiten zu kämpfen haben als Solawis, die nicht über diese Angebote verfügen.

Wie für qualitative Forschung üblich, wurde beschlossen, das Sample auf eine kleine Anzahl von fünf bis zehn Interviewpartner:innen zu beschränken (Hepperle 2016). So wurde eine Liste mit den zehn passendsten Solawis erstellt und die ersten fünf per Mail kontaktiert. Im Falle einer Absage wurde eine andere Solawi im selben Bundesland bzw. in der Umgebung kontaktiert. Nach der Durchführung erster Interviews wurden die zuvor erstellten Auswahlkriterien angepasst, um eine möglichst große Diversität der Interviewbetriebe zu erhalten. So wurde darauf geachtet, dass sich die befragten Solawis hinsichtlich ihrer Größe, Produktvielfalt, Mitarbeit der Mitglieder (freiwillig vs. obligatorisch) und Finanzierungssysteme (Festpreise vs. Biiterrunden) unterschieden. Hintergrund dessen war die Vermutung, dass verschiedene Charakteristiken einer Solawi mit unterschiedlichen Hindernissen einer Mitgliedschaft und Überwindungsmöglichkeiten einhergehen. Aus zwölf kontaktierten Solawis entstand das finale Interviewsample von acht Betrieben und dem *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.*

### 2.2.2. Erstellung des Leitfadens

Vor den Interviews wurde ein Leitfaden erstellt, der das Grundgerüst für alle Gespräche bildete (siehe Anhang 1.2). Dieser bestand zum Großteil aus offenen Fragen, da diese eine Gewinnung umfangreicher Informationen in kurzer Zeit ermöglichen und für eine zwanglose und lebendige Kommunikation sorgen (BMI 2023). Im Fokus standen Fragen zu betriebspezifischen und generellen Hindernissen einer Mitgliedschaft und deren Überwindungsmöglichkeiten, die zur Beantwortung der Forschungsfragen (siehe Kapitel 1.3) beitragen sollten. Zusätzlich umfasste der Leitfaden Fragen zur Gewinnung neuer und zur Charakterisierung bestehender Mitglieder, da diese Aspekte potenziell weitere, betriebspezifische Hindernisse aufzeigen können. Der Fragenkatalog schloss mit einer Abfrage zu möglichen Verbreitungskanälen für die Umfrage und der Zustimmung zur Erwähnung der Gesprächspartner:innen im Verlauf der Forschungsarbeit.

Das allgemeine Fragengerüst wurde für jedes Interview gesondert an bereits verfügbare Informationen und das Zeitbudget der Interviewpartner:innen angepasst. So wurde vor jedem Gespräch der entsprechende Betrieb ausführlich recherchiert, sodass gezielt auf Besonderheiten und bereits umgesetzte Überwindungsmöglichkeiten eingegangen werden konnte. Im Falle vom *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.* wurde der Leitfaden dahingehend angepasst, dass die Fragen auf den aktuellen allgemeinen Stand von Solidarischer Landwirtschaft in Deutschland abzielten. Fragen zu Hindernissen und

Überwindungsmöglichkeiten einer Solawi-Mitgliedschaft standen allerdings auch bei diesem Interview im Fokus (siehe Anhang 1.3.2).

### 2.2.3. Durchführung der Interviews

Die insgesamt neun Interviews wurden in einem Zeitraum von 19 Tagen durchgeführt. Die zuvor angedachte Dauer der Gespräche betrug 15 bis 20 Minuten. Je nach Zeitbudget und Gesprächigkeit der Interviewten variierte die Dauer allerdings zwischen neun und 75 Minuten. Die durchschnittliche Gesprächsdauer betrug 38 Minuten. Die Terminabsprache mit den Interviewpartner:innen erfolgte per Mail, die Durchführung fand anschließend per Telefon statt. Die Interviews wurden nicht aufgezeichnet, die Ergebnisse wurden jedoch während des Gesprächsverlaufs stichpunktartig notiert (siehe Anhang 1.3).

Jedes Gespräch startete mit einer Begrüßung und der Vorstellung des zugrundeliegenden Forschungsinteresses. Anschließend wurde der zuvor erstellte Leitfaden Frage für Frage durchgegangen. Je nach Gesprächsverlauf und -inhalt wurden die Reihenfolge verändert und weitere (Nach-)Fragen ergänzt. Falls kaum Hindernisse oder Überwindungsmöglichkeiten genannt wurden, wurden spezifische Nachfragen zu zuvor identifizierten möglichen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten gestellt. Ziel war es, damit den oder die Interviewpartner:in zu weiterführenden Überlegungen anzuregen. Nach der Bearbeitung aller vorgesehenen Fragen bestand die Möglichkeit für Nachfragen oder Anmerkungen.

### 2.2.4. Auswertung der Interviewergebnisse

Im Anschluss an die Interviews erfolgte die Auswertung der Gesprächsnotizen in Anlehnung an die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (Mayring und Fenzl 2014, 2022). Hierfür wurden im ersten Schritt Kategorien gebildet, denen die Interviewinhalte anschließend zugeordnet werden konnten. Die Kategorienbildung erfolgte zuerst auf deduktivem Wege. So wurden die an den Forschungsfragen orientierten Überkategorien „Hindernisse“ und „Überwindungsmöglichkeiten“ gebildet. Diese wurden anschließend durch induktiv gebildete, weitere Unter- und Überkategorien ergänzt, um das Material differenzierter auswerten zu können (Vogt und Werner 2014). Bei der Erstellung der Kategorien wurde darauf geachtet, dass sich diese inhaltlich nicht überschneiden, sodass Textpassagen eindeutig zugeordnet werden können (Renner und Jacob 2020). Das erstellte Kategoriensystem gliedert sich wie folgt:

#### 1. Solawi-Betrieb

##### 1.1. Generelle Informationen

- 1.2. Mitgliederakquise
- 1.3. Charakteristika der Mitglieder
- 1.4. Probleme
- 2. Hindernisse
  - 2.1. Generelle Hindernisse
  - 2.2. Betriebsspezifische Hindernisse
  - 2.3. Ausstiegsgründe
- 3. Überwindungsmöglichkeiten
  - 3.1. Denkbare Überwindungsmöglichkeiten
  - 3.2. Umgesetzte Überwindungsmöglichkeiten

Die Unterkategorie „Generelle Informationen“ beinhaltete Informationen wie z.B. Hinweise über die Größe, Mitgliederanzahl oder Ernteanteile. Der Kategorie „Mitgliederakquise“ wurden Informationen zugeteilt, die Aufschluss über die Strategien der Mitgliederwerbung gaben. „Charakteristika der Mitglieder“ beinhaltete Angaben zu den Merkmalen der Mitglieder des befragten Betriebs. „Probleme“ enthielt Hinweise zu betriebsspezifischen Schwierigkeiten, die bspw. auf die Lage, die Konzeptausführung oder die Mitglieder zurückzuführen waren.

Der Unterkategorie „Generelle Hindernisse“ wurden Informationen zu Barrieren einer Mitgliedschaft zugeteilt, die auf das Konzept im allgemeinen oder derzeitige (deutschlandweite) Vorkommnisse zurückzuführen waren und somit auf den Großteil der Solawis zutrafen. Die Kategorie "Betriebsspezifische Hindernisse" umfasste hingegen Barrieren einer Mitgliedschaft, die auf der individuellen Umsetzung des Konzepts basierten und folglich nicht für alle Solawis relevant waren. „Ausstiegsgründe“ beinhaltete Ursachen, warum Menschen ihre Mitgliedschaft beendeten.

Die Überkategorie „Überwindungsmöglichkeiten“ gliedert sich in „Denkbare Überwindungsmöglichkeiten“ und „Umgesetzte Überwindungsmöglichkeiten“. Erstere Unterkategorie enthielt attraktivitätssteigernde Aspekte, die potenziell möglich wären. Die zweite umfasste hingegen Informationen zu Maßnahmen, die bereits von den interviewten Betrieben umgesetzt wurden.

Die Interviewnotizen wurden durch farbliche Markierungen den einzelnen Unterkategorien zugeordnet. Die codierten Elemente wurden anschließend in einer Tabelle zusammengeführt, um einen Überblick über die Inhalte der einzelnen Kategorien zu erhalten (siehe Anhang 1.4). Im Verlauf der Arbeit wurden allerdings ausschließlich die Ergebnisse behandelt, die einen Beitrag zur Beantwortung der Forschungsfragen leisteten.

## 2.3. Umfrage

Der abschließende methodische Schritt dieser Arbeit beinhaltete die Durchführung einer Umfrage. Diese richtete sich an Verbraucher:innen in ganz Deutschland, die bislang keine Mitglieder bei einer Solawi waren. Ziel der Umfrage war es, noch weitere Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten herauszufinden und bereits identifizierte zu quantifizieren. Methodisch wurde sich für einen Online-Fragebogen entschieden, da diese Umfrageform zeitlich und räumlich unabhängig ist (Wagner und Hering 2014; Wagner-Schelewsky und Hering 2022). Diese Eigenschaft ermöglichte eine deutschlandweite Verbreitung und die Teilnahme einer Vielzahl von Menschen über große Entfernungen hinweg (Wagner und Hering 2014). Zusätzlich bieten Online-Befragungen den Vorteil multimediale Inhalte, wie Bilder, problemlos zu integrieren und schließen Fehler durch manuelle Datenerfassung aus (Wagner-Schelewsky und Hering 2022). Als Software wurde *LimeSurvey* verwendet, da dieses Tool kostenlos von der Leuphana Universität Lüneburg bereitgestellt wurde und über zahlreiche Fragetypen verfügte.

### 2.3.1. Fragebogenerstellung

Inhaltlich bestand der Fragebogen aus den durch die Literaturrecherche und Interviews identifizierten Hindernissen einer Mitgliedschaft und Überwindungsmöglichkeiten. Diese wurden allerdings nicht vollständig übernommen, sondern nach Relevanz sortiert, um die ideale Dauer des Fragebogens von zehn bis 15 Minuten nicht zu überschreiten (Wagner-Schelewsky und Hering 2022; Wagner und Hering 2014). Als relevant wurden jene Ergebnisse eingestuft, die sowohl in der Literatur als auch den Interviews angeführt oder in mehreren Interviews genannt wurden. Außerdem wurde darauf geachtet Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten, die lediglich auf spezifische und seltene Formen von Solawi zutrafen, auszuschließen. Grund dafür war das Ziel, mit der Umfrage Ergebnisse zu erzielen, die auf ein möglichst breites Spektrum an Solawi-Betrieben anwendbar sind. Bei der Fragenformulierung wurde darauf geachtet einfache und eindeutige Begriffe zu verwenden, lange, komplexe und suggestive Fragen zu vermeiden und erschöpfende<sup>3</sup> und disjunkte<sup>4</sup> Antwortkategorien zu bilden (Porst 2022).

Die Umfrage begann mit einer kurzen Vorstellung der Forschenden, des Forschungsthemas und Angaben zu Dauer, Anonymität und Bedingung (nur für Nicht-Solawi-Mitglieder) der Umfrage (Steiner und Benesch 2021; Richter et al. 2021). Außerdem wurde darauf aufmerksam gemacht, dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt, der

---

<sup>3</sup> Antwortkategorien werden als „erschöpfend“ bezeichnet, wenn die vorgegebenen Kategorien alle möglichen Antworten abdecken (Porst 2022).

<sup>4</sup> Antwortkategorien werden als „disjunkt“ bezeichnet, wenn die vorgegebenen Kategorien überschneidungsfrei sind und sich gegenseitig ausschließen (Porst 2022).

Fragebogen bis zum Ende ausgefüllt werden soll und sich für die Teilnahme bedankt (Richter et al. 2021; Steiner und Benesch 2021). Für Menschen, die das Konzept noch nicht kannten, folgte anschließend eine kurze Beschreibung von Solidarischer Landwirtschaft. Die ersten Fragen leiteten das Thema ein und waren leicht verständlich (Steiner und Benesch 2021; Fietz und Friedrichs 2022). Sie fragten nach der Bekanntschaft mit Solawi-Mitgliedern und derzeitigen Lebensmittelbezugsstätten.

Der für die Beantwortung der Forschungsfragen (siehe Kapitel 1.3) essenzielle Abschnitt der Umfrage war in Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten unterteilt. Der Teil zu Hindernissen war in neun Fragenblöcke untergliedert. Die Fragenblöcke unterschieden sich hinsichtlich ihrer Art des Hindernisses oder bzgl. der vorgegebenen Antwortkategorien. Der erste Block umfasste Fragen zur Verfügbarkeit von Solawi in der Umgebung und beinhaltete die Antwortkategorien „ja“ und „nein“. Zusätzlich bestand in diesem Fragenblock die Option „weiß nicht“ auszuwählen, da die Möglichkeit bestand, dass die Befragten über Verfügbarkeiten von Solawis uninformiert waren. Im weiteren Verlauf wurde größtenteils auf die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ verzichtet, da diese den Anteil an Befragten, die angeben, keine Meinung zu einem Thema zu haben, erhöht hätte (Franzen 2022). Der zweite Fragenblock beschäftigte sich mit einem Informationsdefizit gegenüber Solawi. Die Fragen wurden jeweils mit „Mir ist unklar...“ eingeleitet. Der dritte Fragenblock beinhaltete eine grafische Darstellung eines exemplarischen Ernteanteils und untersuchte die Einstellung hinsichtlich Preis-Leistungsverhältnis und Größe des Anteils. Dieser exemplarische Ernteanteil enthielt lediglich Gemüse, da dieser Inhalt bei Solawis in Deutschland am verbreitetsten ist (siehe Kapitel 1.1.3; Anhang 1.1). Der vierte Fragenblock deckte unterschiedliche Hindernisse einer Mitgliedschaft ab, die nicht zu einer Kategorie zusammengefasst werden konnten. Der fünfte Fragenblock umfasste Faktoren einer Mitgliedschaft, auf die Verbraucher:innen möglicherweise keine Lust hatten, während der sechste Fragenblock Aspekte, die mit Aufwand assoziiert werden, beinhaltete. Fragenblock sieben und acht beinhalteten jeweils potenzielle Störfaktoren. Während die Faktoren aus Fragenblock sieben auf den Großteil der Solawi-Mitgliedschaften zutrafen (z.B. saisonales Gemüse im Ernteanteil und geringere Produktvielfalt als im Supermarkt), umfasste Fragenblock acht Faktoren, die nicht zwingend Teil einer Mitgliedschaft waren (z.B. erst am Tag der Abholung erfahren, was der Ernteanteil beinhaltet).

Die Fragenblöcke zwei bis acht verfügten über unipolare Likert-skalierte Antwortmöglichkeiten (Steiner und Benesch 2021). Da die optimale Anzahl an Antwortkategorien sieben plus/minus zwei beträgt und empirisch die Ergebnisse eher für ungerade Skalen sprechen (Franzen 2022) wurde sich auf eine fünfstufige Skala festgelegt, die von „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme voll und ganz zu“ reichte. Aufgrund der

Mehrstufigkeit ermöglichen Likert-Skalen präzisere Ergebnisse als binäre Ja-Nein-Fragen (Survey Monkey 2023).

Der letzte Fragenblock bestand aus einer offenen Frage<sup>5</sup>, die nach weiteren Hindernissen einer Mitgliedschaft fragte, die im Laufe des Fragebogens noch nicht genannt wurden. Offene Fragen haben den Vorteil, dass sie umfangreicheres und differenzierteres Material liefern können als geschlossene Fragen (Klößner und Friedrichs 2014; Fietz und Friedrichs 2022). Außerdem sind sie sinnvoll, wenn man erwartet neue Aspekte herauszufinden oder die Bandbreite möglicher Antworten sehr groß ist (Züll und Menold 2022). Dies war im Falle möglicher Hindernisse gegeben, da die Literaturrecherche und geführten Interviews nicht alle individuellen Bedürfnisse und Lebensstile von Verbraucher:innen abdecken konnten.

Im Anschluss an die neun Fragenblöcke bzgl. möglicher Hindernisse einer Mitgliedschaft folgten vier Fragenblöcke zu Überwindungsmöglichkeiten. Die ersten Zwei enthielten diverse Aspekte, die die Wahrscheinlichkeit für eine Mitgliedschaft potenziell erhöhten. Die einzelnen Variablen waren unipolar, fünfstufig Likert-skaliert. In Fragenblock drei wurde danach gefragt, zu welchem Zeitpunkt man erfahren möchte, was der Ernteanteil enthält. Bei dieser Frage handelte es sich um eine halboffene<sup>6</sup> Einzelauswahl. Die letzte Frage war vergleichbar mit dem Fragenblock neun des Hindernisteils. Sie beinhaltete eine offene Frage<sup>7</sup>, die die Möglichkeit bot, weitere Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit für eine Mitgliedschaft erhöhten, zu ergänzen.

Anschließend folgten die sozio-demografischen Fragen. Diese standen am Ende um zu vermeiden, dass Teilnehmende aufgrund sensitiver Fragen, die Umfrage gleich zu Beginn abbrechen (Fietz und Friedrichs 2022). Abgefragt wurden die Faktoren Geschlecht, Alter, Bildung, berufliche Situation, Familienstand, das monatlich zur Verfügung stehende Geld, die Wohnsituation, Haushaltsgröße, Bundesland und die Einwohner:innenanzahl des Wohnortes. Bei Wohnsituation und der derzeitigen beruflichen Situation handelte es sich um halboffene Fragen, da zwar einige mögliche Antworten bekannt waren, aber noch mit zusätzlichen, nicht aufgeführten Antwortoptionen gerechnet werden konnte (Richter et al. 2021). Die restlichen sozio-demografischen Faktoren wurden als geschlossene oder offene Fragen formuliert. Bei der Auswahl der sozio-demografischen Fragen wurde darauf geachtet nur diejenigen Aspekte zu inkludieren, die

---

<sup>5</sup> Bei der Frage handelt es sich aufgrund der Antwortoptionen „nein“ und „ja:....“ eigentlich um eine halboffene Frage. Da sich die Frage jedoch von den anderen, in der Umfrage enthaltenen halboffenen Fragen, hinsichtlich der Auswahl an Antwortoptionen unterscheidet, wird sie im Folgenden als „offen“ bezeichnet.

<sup>6</sup> Bei halboffenen Fragen besteht die Möglichkeit eine vorgegebene oder selbst erstellte Antwortoption auszuwählen.

<sup>7</sup> Auch in diesem Fall handelt es sich eigentlich um eine halboffene Frage mit den Antwortoptionen „nein“ und „ja:....“ (siehe Fußnote 5).

möglicherweise einen Einfluss auf Hindernisse einer Mitgliedschaft und Überwindungsmöglichkeiten haben. Zu guter Letzt bestand die Möglichkeit Fragen oder Anmerkungen zur Umfrage zu äußern, gefolgt von einem Dank für die Teilnahme, einem Link zu weiteren Informationen zu Solidarischer Landwirtschaft und passenden Höfen und Kontaktdaten der Forscherin. Die gesamte Umfrage ist im Anhang (siehe Anhang 2.1) ersichtlich.

### 2.3.2. Pretest

Bevor die Umfrage online gestellt und verbreitet wurde, erfolgte ein Pretest. Hierbei wurde der Fragebogen von elf Menschen unter anderem auf Verständlichkeit der Fragen, Übersichtlichkeit des Layouts und Befragungszeit überprüft (Steiner und Benesch 2021). Bei drei der elf Pretester:innen wurde die Think-Aloud-Methode angewandt. So wurden sie darum gebeten, während der Beantwortung einer Frage laut auszusprechen, was sie denken (Richter et al. 2021). Die Forscherin war während der Durchführung anwesend und konnte so gezielt Rückfragen zur Verständlichkeit stellen und direkt bemerken, wenn Fragen unklar formuliert waren. Die restlichen acht Personen füllten den Fragebogen in Abwesenheit der Forscherin aus und teilten ihr anschließend ihr Feedback mit. Die Umfrage wurde sowohl auf Mobilfunkgeräten als auch Computern getestet, da sich das Layout je nach technischem Gerät unterschied. So konnte überprüft werden, ob in beiden Fällen die passende Schriftgröße und das richtige Format ausgewählt wurde. Im Anschluss an die Pretestrunde wurde jegliches Feedback, das als umsetzbar und sinnvoll erachtet wurde, eingearbeitet. Anschließend wurden die per *LimeSurvey* aufgezeichneten Antworten in *Excel* und *SPSS* exportiert, um die Codierung der Variablen zu überprüfen und so spätere Probleme in der Auswertung auszuschließen.

### 2.3.3. Datenerhebung

Nach Einarbeitung des Feedbacks aus der Pretestrunde wurde der Fragebogen auf *LimeSurvey* aktiviert und über diverse Kanäle verteilt. Hierbei wurde versucht, insbesondere potenziell an einer Mitgliedschaft interessierte Verbraucher:innen zu erreichen. Hintergrund dessen war die Annahme, dass diese Menschen eine höhere Bereitschaft aufbringen, die Umfrage auszufüllen. Außerdem wurde davon ausgegangen, dass diese Zielgruppe spezifischere, realistischere und umsetzbarere Antworten liefert als Verbraucher:innen, die zuvor noch nie etwas von dem Konzept gehört haben. Die Umfrage wurde an etwa 410 E-Mail-Adressen, darunter bestehende Solawis, deutschlandweite BUND-Verbände und Ernährungsräte, Gruppen und Verteiler der Leuphana Universität Lüneburg und in Lüneburg ansässige Hochschulgruppen und Vereine, versandt. Inhalt der Mails war eine Vorstellung des Forschungsrahmens und -themas, die Bitte um

Weiterleitung und vorformulierte Texte für Verteiler oder Newsletter mit Link und einer kurzen Beschreibung des Inhalts, der Zielgruppe und Dauer der Umfrage. Des Weiteren enthielten die Mails ein Dokument mit einem QR-Code, der für Infostände o.Ä. verwendet werden konnte. Zurück kamen einige positive Rückmeldungen und Interessensbekundungen an der fertigen Masterarbeit. Darüber hinaus wurde die Umfrage im Familien-, Freund:innen- und Bekanntenkreis verteilt mit der Bitte um Teilnahme und Weiterleitung. Nach etwa zehn Wochen, 214 unvollständig und 383 vollständig ausgefüllten Fragebögen, wurde die Umfrage geschlossen.

### 2.3.4. Datenaufbereitung

Nach Deaktivierung der Umfrage wurden die erhobenen Daten in *SPSS* exportiert (siehe Anhang 2.2). Zu Beginn wurde überlegt, ob auch unvollständig ausgefüllte Fragebögen mit in die Auswertung aufgenommen werden sollten. Nach Sichtung der Daten wurde sich dagegen entschieden. Grund dafür war der geringe Mehrgewinn, da nur bei 13 der 214 unvollständigen Fragebögen, die für die Beantwortung der Forschungsfragen elementaren Fragen ausgefüllt waren. Gleichzeitig wäre aufgrund unterschiedlicher Stichprobenanzahlen je Frage die Auswertung verkompliziert worden.

Die 383 vollständig ausgefüllten Fragebögen wurden anschließend bereinigt. So wurden Teilnehmende mit falschen demografischen Angaben (z.B. 0 Jahre alt) oder die angaben, bereits Solawi-Mitglied zu sein, entfernt. Zudem wurden die Daten hinsichtlich inkonsistenter Werte (z.B. allein wohnen und drei-Personen Haushalt) und starker Antworttendenzen überprüft und ggf. entfernt, falls der Wert nicht eindeutig ersetzt werden konnte (Häder 2019; Lück und Landrock 2022). Nach der Bereinigung umfasste der Datensatz noch 371 Personen. Nun folgte die Umkodierung der Variablen. Die Altersangaben wurden in Zehnerschritten gruppiert, und ungenaue Angaben in der Haushaltsgröße aufgerundet (z.B. 2-3=3). Haushaltsgrößen über fünf Personen wurden zu „>5“ zusammengefasst. Für aussagekräftigere Ergebnisse wurden die Bundesländer in „alt“ und „neu“ kategorisiert. Berlin wurde in diesem Fall den neuen Bundesländern zugeordnet. Um die Frage nach der Einwohner:innenanzahl für spätere Auswertungszwecke in eine ordinal-skalierte Variable zu verwandeln, wurde eine Zusatzvariable ohne die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ erstellt. Dasselbe galt für Fragenblock drei der Hindernisse. So wurde auch hier eine neue Variable erstellt, die die „weiß nicht“-Antworten ausschloss.

Im nächsten Schritt wurden die „Sonstiges“-Kategorien der halboffenen Fragen umkodiert. Bei der Angabe des höchsten Bildungsabschlusses konnten die Ergebnisse unter „Sonstiges“ zu bereits bestehenden Antwortoptionen zugeordnet werden. Bei der Frage nach der Wohnsituation wurde eine neue Kategorie namens „Familie/ Eltern“ erstellt, zu der alle „Sonstiges“-Angaben zugeteilt werden konnten. Ähnlich bei der Frage nach der



beruflichen Situation: hier wurde eine neue Kategorie namens „selbstständig“ erstellt. Die restlichen Angaben konnten bereits bestehenden Antwortmöglichkeiten zugewiesen werden. Sonstige Orte, von denen die Teilnehmenden Lebensmittel bezogen, wurden in einer neuen Variable den Antwortmöglichkeiten „Hofladen/ Bauer“, „Foodsharing/Verteiler“, „Kochkisten/ Hello fresh“, „Online“, „Tafel“ und „andere Gärten“ zugeordnet. Zusätzlich wurde die Antwortoption „Sonstiges“, für alle Lebensmittelorte, die nur einmal genannt wurden, ergänzt.

Nach der Umkodierung der halboffenen Fragen folgte die Bearbeitung der offenen Fragen bzgl. weiterer Hindernisse oder Überwindungsmöglichkeiten. 169 Personen (46% der Stichprobe) gaben weitere Hürden einer Solawi-Mitgliedschaft an. Diese wurden im ersten Schritt überprüft. Hindernisse, die bereits zuvor im Fragebogen enthalten waren und somit keinen Informationsgewinn enthielten, wurden ausgeschlossen. Aus den restlichen Angaben wurden induktiv Kategorien gebildet, denen die entsprechenden Hindernisse zugeordnet wurden.

Bei der Frage zu weiteren Überwindungsmöglichkeiten wurde ähnlich verfahren. Zu Beginn wurden die 62 Antworten durchgegangen und Überwindungsmöglichkeiten, die bereits im Fragebogen abgefragt wurden, exkludiert. Die restlichen Antworten wurden gesammelt und es wurde versucht Dopplungen zu finden, um die Überwindungsmöglichkeiten zu Kategorien zusammenfassen zu können. Für Aspekte, die mindestens dreimal genannt wurden, wurden eigene Kategorien gebildet. Faktoren, die weniger als dreimal genannt wurden und zu keiner der Überkategorien passten, wurden einer „Sonstiges“ Kategorie zugeordnet.

### 2.3.5. Datenauswertung

Zu Beginn fand eine univariate Auswertung der Daten statt. Im Zuge dessen wurden für alle Variablen Häufigkeitsverteilungen erstellt (siehe Anhang 2.3). Anhand der Höhe der Ausprägungen der Antwortkategorien „stimme eher zu“ und „stimme voll und ganz zu“ bzw. „eher“ und „voll und ganz“ konnten Rückschlüsse auf zentrale Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten gezogen werden. Des Weiteren wurde so ein erster Überblick über die sozio-demografische Zusammensetzung der Stichprobe ermöglicht.

Anschließend erfolgte die bivariate Auswertung der Daten, indem Korrelationen (siehe Anhang 2.4) und Kreuztabellen (siehe Anhang 2.5) erstellt wurden. Im ersten Schritt wurden Korrelationen zwischen Likert-skalierten Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten erstellt. Zusammenhangsmaße variieren je nach Skalenniveau der Variablen (Richter et al. 2021). Da Likert-skalierte Variablen ordinalskaliert sind (Regorz 2022), wurden die Korrelationen zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten mit dem Rangkorrelationskoeffizient nach Spearman's Rho ( $\rho$ ) berechnet (Richter et al.

2021). Korrelationen, die nach Cohen (1988) als moderat (ab  $\rho = ,3$ ) oder groß (ab  $\rho = ,5$ ) gelten, wurden in einer separaten Tabelle zusammengeführt (siehe Tabelle 23 im Anhang). Anhand nachgewiesener Zusammenhänge konnten anschließend Annahmen über das Potenzial mancher Faktoren, Hindernisse zu überwinden, getroffen werden.

Anschließend wurden Korrelationen zwischen sozio-demografischen Faktoren und allen Likert-skalierten Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten berechnet, um mögliche Zusammenhänge zu identifizieren. Die Berechnung schloss lediglich ordinal- bzw. metrisch-skalierte Variablen ein und erfolgte per Spearman's Rho. Alle Ergebnisse, die mindestens eine moderate Korrelation (ab  $\rho = ,3$  (Cohen 1988)) aufwiesen, wurden in einer gesonderten Tabelle gesammelt (siehe Tabelle 21 im Anhang). Korrelationswerte nominal skalierten Variablen wären nicht aussagekräftig gewesen. Aufgrund dessen wurden zusätzlich Kreuztabellen erstellt, um diese in die Auswertung mitaufnehmen zu können. Die Kreuztabellen bestanden jeweils aus einem Hindernis bzw. einer Überwindungsmöglichkeit in der Zeile und einem sozio-demografischen Faktor in der Spalte. Die Ergebnisse wurden sowohl in absoluten Zahlen als auch Spaltenprozenten ausgewiesen (siehe Anhang 2.5). Mithilfe dieser Darstellung konnten Unterschiede in den Ergebnissen hinsichtlich sozio-demografischer Merkmale identifiziert werden. Neben den nominal-skalierten wurden auch die ordinal- bzw. metrisch-skalierten Variablen in Kreuztabellen abgebildet, da diese differenziertere Auswertungs- und Interpretationsmöglichkeiten bieten als Korrelationswerte. Die erstellten Kreuztabellen wurden anschließend nach auffälligen Ergebnissen durchsucht. Als auffällig wurden jene Werte angesehen, die sich merklich von den Ergebnissen der univariaten Häufigkeitsverteilung und somit hinsichtlich sozio-demografischer Faktoren unterschieden.

### 3. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Literaturrecherche, der Interviews und der Online-Umfrage, getrennt nach „Hindernissen einer Mitgliedschaft“ und „Überwindungsmöglichkeiten“, erläutert.

#### 3.1. Literaturrecherche

Die Ergebnisse der Literaturrecherche werden in generelle und Solawi-spezifische Resultate unterteilt dargestellt.

### 3.1.1. Hindernisse einer Mitgliedschaft

#### 3.1.1.1. Nachhaltiger Konsum

Eines der am häufigsten genannten Hindernisse nachhaltigen Konsums bzw. nachhaltiger Ernährung ist der Preis. Dieser wird häufig als zu hoch wahrgenommen, sodass umweltverträglicher Konsum teilweise als Luxus angesehen wird (Neumann-Rieser 2011; Stamm 2018; Fehér et al. 2020; Marken und Wagenfeld 2020; Le und Le 2021; Bryła 2016; Friedrichsen und Gärtner 2020; Terlau und Hirsch 2015; Kushwah et al. 2019; Masson und Leßmann 2016; Chekima et al. 2016). Viele Konsumierende verfügen nicht über ausreichend finanzielle Mittel oder sind nicht dazu bereit, mehr Geld für nachhaltige Konsumgüter auszugeben (Engels und Pläschke 2019; Baschin et al. o.J.; van Doorn und Verhoef 2015; Ludin und Wellbrock 2021). So steht häufig beim Einkauf ein möglichst niedriger Preis an oberster Stelle (Engels und Pläschke 2019; Neumann-Rieser 2011).

Zusätzlich hindert die mangelnde Verfügbarkeit von nachhaltigen Produkten oder Einkaufsstätten in der Umgebung einen nachhaltigen Konsum (Neumann-Rieser 2011; Stamm 2018; Riefler und Wallnöfer 2020; Govindan 2018; Marken und Wagenfeld 2020; Reipurth et al. 2019; Le und Le 2021; Bryła 2016; Friedrichsen und Gärtner 2020; Hilger et al. 2017; Terlau und Hirsch 2015; Kushwah et al. 2019). Auch Informationsdefizite hinsichtlich der Orte, an denen diese zu finden sind oder der Gewissheit, ob und wann Produkte tatsächlich nachhaltig sind, erweisen sich als entscheidende Hindernisse (Neumann-Rieser 2011; Baschin et al. o.J.; Cheah et al. 2020; Iversen et al. 2019; Reipurth et al. 2019; Le und Le 2021; Terlau und Hirsch 2015; Kushwah et al. 2019; Ludin und Wellbrock 2021). Neben einem Mangel an Informationen kann jedoch auch ein Informationsüberfluss überfordern und so umweltverträglichen Konsum verhindern (Iversen et al. 2019; Terlau und Hirsch 2015).

Die Umstellung zu einem nachhaltigen Konsum bzw. einer nachhaltigen Ernährung geht mit einer Änderung der Routinen bzw. Gewohnheiten einher (Neumann-Rieser 2011; Baschin et al. o.J.; Cheah et al. 2020; Friedrichsen und Gärtner 2020; Terlau und Hirsch 2015; Riefler und Wallnöfer 2020; Göll und Henseling 2017). So werden bislang konsumierte Produkte durch nachhaltigere Optionen ersetzt oder ganz weggelassen. Dies kann ein Hindernis darstellen, wenn gewohnte, nicht-nachhaltige Konsumgüter nicht wegzudenken sind (Neumann-Rieser 2011; Cheah et al. 2020), oder das Suchen von Alternativen mit einem zeitlichen Mehraufwand einhergeht (Riefler und Wallnöfer 2020). Ein höherer Zeitaufwand kann zusätzlich durch das Aufsuchen verschiedener Einkaufsstätten (z.B. Unverpacktladen) oder die selbstständige Essenszubereitung anstelle von nicht-nachhaltigem Außer-Haus-Verzehr, verursacht werden (Neumann-Rieser 2011;

Engels und Pläschke 2019; Riefler und Wallnöfer 2020; Fehér et al. 2020; Marken und Wagenfeld 2020; Hilger et al. 2017; Kushwah et al. 2019). Wenn zeitliche Ressourcen knapp sind oder die Bequemlichkeit der Verbraucher:innen überwiegt, verhindert ein Mehraufwand die Umstellung auf nachhaltige Konsummuster (Fädler 2017; Fehér et al. 2020; Marken und Wagenfeld 2020; Trudel 2018; Friedrichsen und Gärtner 2020; Ludin und Wellbrock 2021).

Weitere Faktoren, die nachhaltigen Konsum erschweren, sind mangelndes Bewusstsein oder Interesse der Verbraucher:innen (Stamm 2018; Friedrichsen und Gärtner 2020; Bryła 2016). Selbst wenn ein Bewusstsein bzgl. der Wichtigkeit nachhaltigen Handelns vorhanden ist, besteht häufig eine Diskrepanz zwischen Bewusstsein und dem tatsächlichen Handeln (Riefler und Wallnöfer 2020; Fädler 2017). Dieses Phänomen wird auch *Attitude-Behaviour-Gap* genannt (ebd.). Hierbei spielt oft auch die Wirkungslosigkeitsvermutung des eigenen nachhaltigen Verhaltens eine Rolle. So haben, aufgrund der Größe des Problems, viele das Gefühl, selbst keinen Unterschied machen zu können (Riefler und Wallnöfer 2020; Iversen et al. 2019; Stamm 2018).

Ein weiteres Hindernis ist das direkte soziale Umfeld, das nicht-nachhaltige Konsumgüter präferiert (Fehér et al. 2020). Hinzu kommt die geringe Auswahl nachhaltiger Artikel (Marken und Wagenfeld 2020; Kushwah et al. 2019). So umfassen bspw. Unverpacktläden ein schmaleres Sortiment als herkömmliche Einkaufsstätten und nicht alle Produkte verfügen über ein nachhaltiges Pendant.

### 3.1.1.2. Solidarische Landwirtschaft

Die Hindernisse bzw. Gründe der Beendigung einer Solawi-Mitgliedschaft überschneiden sich in vielen Punkten mit den Hindernissen nachhaltigen Konsums. Ein Beispiel ist der finanzielle Aspekt, der eine Mitgliedschaft verhindert oder beendet. So haben Personen mit niedrigem Einkommen Probleme, die für die Mitgliedschaft notwendigen finanziellen Mittel aufzubringen und somit fehlende Partizipationsmöglichkeiten (Bietau et al. 2013; Kunzmann 2015). Die Option, bei Bieterrunden weniger als den Richtwert anzugeben, wird von finanziell schlechter gestellten Personen aufgrund schlechten Gewissens oder gefühlter Stigmatisierung teilweise nicht genutzt (ebd.). Hinzu kommt, dass die Preise für eine Solawi-Mitgliedschaft häufig mit Supermarktpreisen verglichen und aufgrund dessen als zu teuer empfunden werden (ebd.).

Ähnlich zum nachhaltigen Konsum, stellt ein mangelndes Bewusstsein oder Interesse an nachhaltiger Lebensmittelherstellung bzw. landwirtschaftlichen Tätigkeiten ein Hindernis für eine Solawi-Mitgliedschaft dar (Fädler 2017; Kunzmann 2015). Zudem geht auch eine Solawi-Mitgliedschaft mit Änderungen von Routinen einher (Cone und Myhre 2000; Goland 2002). So müssen Gerichte an die im Ernteanteil enthaltenen Lebensmittel

angepasst werden, anstatt nach Rezept einzukaufen. Dies stellt besonders dann eine Herausforderung dar, wenn das enthaltene Gemüse und dessen Verarbeitungsmöglichkeiten unbekannt sind (McMurray et al. 2017; Goland 2002). Zudem muss vermehrt zu Hause gekocht werden, um das Gemüse verwerten zu können. Für Menschen, die für gewöhnlich außer Haus essen, bedeutet dies neben der Änderung von Gewohnheiten zusätzlich einen vermehrten Zeitaufwand. Dasselbe gilt für die wöchentliche Abholung des Ernteanteils, die meist additional zu dem Gang zum Supermarkt erledigt werden muss (Wellner und Theuvsen 2017; Fädler 2017). Aufgrund knapper zeitlicher Ressourcen kann ein vermehrter Aufwand deshalb hinderlich für eine Mitgliedschaft sein (Maschkowski et al. 2017).

Zumeist besteht bei den Ernteanteilen nicht die Möglichkeit, die jeweiligen Mengen und Arten des Inhalts individuell anzupassen (Cone und Myhre 2000; McMurray et al. 2017; Goland 2002). Dies kann dazu führen, dass der Ernteanteilsumfang nicht zu den Essgewohnheiten passt oder Lebensmittel enthalten sind, die nicht gemocht werden (Goland 2002). Außerdem beinhalten Ernteanteile für gewöhnlich ausschließlich saisonale und regionale Lebensmittel (Kunzmann 2015; McMurray et al. 2017). Dies führt zu einer geringeren Produktvielfalt im Vergleich zu Supermärkten, die globale Konsumgüter anbieten (Maschkowski et al. 2017; Bietau et al. 2013; Wellner und Theuvsen 2017; Fädler 2017; Cone und Myhre 2000). Wenn Mitglieder oder deren Familien Produkte bevorzugen, die nicht saisonal oder regional sind bzw. die im Ernteanteil enthaltenen Produkte nicht mögen, kann dies zu einer Beendigung einer Mitgliedschaft führen (Maschkowski et al. 2017). Weitere Gründe, die Menschen an einer (fortlaufenden) Solawi-Mitgliedschaft hindern können, sind eine temporäre oder dauerhafte Abwesenheit, bspw. durch längere Urlaube oder den Umzug an einen anderen Ort (Bietau et al. 2013; Cone und Myhre 2000; Maschkowski et al. 2017), oder die mangelnde Qualität eines Ernteanteils (Maschkowski et al. 2017).

### 3.1.2. Überwindungsmöglichkeiten

#### 3.1.2.1. Nachhaltiger Konsum

Faktoren, die nachhaltigen Konsum begünstigen, sind ein Gesundheits- und Umweltbewusstsein der Verbraucher:innen (Le und Le 2021; Ragger 2018; Terlau und Hirsch 2015; Kushwah et al. 2019; Fädler 2017), nachhaltiges Verhalten des sozialen Umfelds (Engels und Pläschke 2019) und eine frühe Sozialisierung mit nachhaltigem Verhalten (ebd.). Außerdem können sich soziale Normen positiv auf nachhaltigen Konsum auswirken (Cheah et al. 2020; Trudel 2018; Le und Le 2021).

Um bestehende Hindernisse zu überwinden ist es förderlich, wenn nachhaltiges Handeln als vorteilhaft empfunden wird (Cheah et al. 2020). Hier bieten sich Informationen über Vorteile nachhaltigen bzw. Nachteile nicht-nachhaltigen Konsums an (Engels und Pläschke 2019; Friedrichsen und Gärtner 2020). Außerdem können Regeln, Gesetze und Subventionen zu Gunsten von Alternativen vorteilhafte Konsummuster begünstigen (Göll und Henseling 2017; Riefler und Wallnöfer 2020).

Je geringer der mit nachhaltigem Konsum einhergehende Verzicht und zusätzliche Aufwand ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit nachhaltigen Handelns (Trudel 2018). Ein verringerter zeitlicher Aufwand kann durch nachhaltige Konsumstätten und Produkte in der direkten Umgebung gewährleistet werden (Engels und Pläschke 2019; Masson und Leßmann 2016). Zudem hat sich gezeigt, dass sich eine hohe Qualität und Transparenz nachhaltiger Produkte positiv auf deren Konsum auswirkt (Le und Le 2021; Bryła 2016; Baschin et al. o.J.; Terlau und Hirsch 2015; Kushwah et al. 2019; Ragger 2018). Weitere Faktoren, die nachhaltigen Konsum begünstigen können, sind (ökologische) Krisen oder biografische Umbruchssituationen, wie die Geburt eines Kindes, der Tod eines Angehörigen oder ein Umzug, die zu Verhaltensänderungen führen können (Göll und Henseling 2017; Stamm 2018; Rückert-John 2011).

### 3.1.2.2. Solidarische Landwirtschaft

Bezüglich der Teilnahme bei Solidarischer Landwirtschaft sind ein Bewusstsein für Probleme in der konventionellen Landwirtschaft und eine kapitalismus- und globalisierungskritische Einstellung ausschlaggebende Faktoren (Kunzmann 2015; Bietau et al. 2013; Blättel-Mink et al. 2017; Fädler 2017; Cone und Myhre 2000). Verbraucher:innen, die dieses Bewusstsein nicht haben, können durch Einblicke in die landwirtschaftliche Produktion dahingehend sensibilisiert werden (Kunzmann 2015). Das Gefühl, durch Solidarische Landwirtschaft etwas gegen die bestehenden Probleme tun bzw. gegen das konventionelle Nahrungssystem protestieren zu können, ist ein starker Motivator für eine Solawi-Mitgliedschaft (Bietau et al. 2013; Schilling 2019). Auch eine hohe Transparenz und damit einhergehend das Gefühl zu wissen, woher die Lebensmittel kommen, bewegt Menschen dazu, an Solawi teilzunehmen (Wellner und Theuvsen 2017; Cone und Myhre 2000; Kraiß 2012; McMurray et al. 2017; Fiedler und Madsen 2015). Weitere Motivatoren für Verbraucher:innen sind eine hohe Qualität (Bietau et al. 2013; Goland 2002), besondere Frische (Wellner und Theuvsen 2017; Fädler 2017; Cone und Myhre 2000; McMurray et al. 2017; Schilling 2019) und die biologische Erzeugung der Lebensmittel (Wellner und Theuvsen 2017; Fädler 2017; Cone und Myhre 2000; McMurray et al. 2017; Schilling 2019). Bessere Produktionsbedingungen im Vergleich zu konventioneller Landwirtschaft (Wellner und Theuvsen 2017; Bietau et al. 2013), die Unterstützung lokaler

Landwirtschaft (Blätzel-Mink et al. 2017; Cone und Myhre 2000; Kraiß 2012; McMurray et al. 2017; Schilling 2019) und die gerechte Entlohnung der Erzeuger:innen (Fiedler und Madsen 2015) sind zusätzliche Faktoren, die eine Mitgliedschaft befördern. Die Teilnahme bei einer Solawi ermöglicht es, mit den Lebensmittelproduzent:innen zu interagieren (Fädler 2017) und Menschen mit ähnlichen Interessen kennenzulernen (McMurray et al. 2017). Letztere Aspekte sind jedoch zumeist kein ausschlaggebender Grund, eine Mitgliedschaft einzugehen (Fädler 2017; Wellner und Theuvsen 2017; Cone und Myhre 2000).

Um zu verhindern, dass Menschen aufgrund unpassender Mengen oder ungewollter Lebensmittel eine Solawi-Mitgliedschaft beenden, sind Wahlmöglichkeiten bei der Zusammensetzung der wöchentlichen Anteile sinnvoll (Goland 2002). Außerdem erleichtern Informationsblätter, zu den im Ernteanteil enthaltenen Lebensmitteln, und die Bereitstellung passender Rezepte, den Umgang mit unbekanntem oder bislang unbeliebten Gemüsesorten (ebd.). Eine möglichst hohe Produktvielfalt ist zusätzlich von Vorteil, um Menschen von einer Mitgliedschaft zu überzeugen oder bestehende Mitglieder zu erhalten (Wellner und Theuvsen 2017).

## 3.2. Interviews

### 3.2.1. Interviewpartner:innen

Wie in Abbildung 1 ersichtlich bestand das Sample aus neun Interviews. Die Nummerierung stellt hierbei die Interviewreihenfolge dar. Bei den acht schwarzen Markierungen handelt es sich um bestehende Solawis, die in acht verschiedenen Bundesländern (Niedersachsen, Sachsen, Bayern, Brandenburg, Hessen, Baden-Württemberg, Sachsen-Anhalt und Nordrhein-Westfalen) ansässig sind. Der erste Interviewpartner war Lukas Heidelberg, Vorstand für Kommunikation, Finanzen, Administration und Logistik der 2017 gegründeten WirGarten Lüneburg eG (WirGarten Lüneburg eG 2023a). Diese Solawi ist eine



Abbildung 1: Interviewpartner:innen innerhalb Deutschlands, nummeriert nach Reihenfolge der Durchführung

biologisch wirtschaftende Genossenschaft. Dies bedeutet, dass jedes werdende Mitglied neben einem Erntevertrag zusätzlich Genossenschaftsanteile zeichnet und so Miteigentümer:in der Solawi wird. Neben Gemüse bietet die WirGarten Lüneburg eG zusätzlich Hühneranteile an (WirGarten Lüneburg eG 2023b). Das zweite Interview fand mit Katharina Kraiß, Koordinatorin des *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.*, statt, die ihren Sitz in Witzenhausen in Nordhessen hat. Dritter Gesprächspartner war Jan-Felix Thon, Vorstand und Bereichsleiter Freilandgemüsebau der 2019 gegründeten KoLa Leipzig eG (KoLa Leipzig eG 2023c). Auch bei dieser Solawi werden Mitglieder durch Genossenschaftsanteile Miteigentümer:innen (KoLa Leipzig eG 2023d). Die Ernteanteile der KoLa Leipzig eG beinhalten ökologisch produziertes Obst und Gemüse (KoLa Leipzig eG 2023b). Das anschließende Interview erfolgte mit Daniel Überall, Mitgründer und Vorstand der seit 2012 bestehenden Kartoffelkombinat eG in München (Kartoffelkombinat eG 2023a). Neben des im Ernteanteil enthaltenden Bio-Gemüses gibt es bei dieser Solawi zusätzlich das optionale Angebot, ein Bio-Brot-Abo hinzuzubuchen. Das letzte Gespräch mit einer reinen Solawi-Genossenschaft wurde mit Judith Henn, Vorstand der seit 2018 bestehenden PlantAge eG, geführt. Diese Solawi hat ihren Sitz in Frankfurt (Oder) und beliefert ihre Mitglieder mit bio-veganem Gemüse (PlantAge eG 2023c).

Im Anschluss an die Interviews mit Genossenschaften, die sich durch eine Mitgliederanzahl von 600 (WirGarten Lüneburg eG) bis über 1800 (KoLa Leipzig eG und Kartoffelkombinat eG) und Festpreise<sup>8</sup> auszeichnen, folgten vier Interviews mit kleineren und diverseren Solawis. So wurde das sechste Gespräch mit Sigrid Wanke des seit 2019 bestehenden Solawi Groß-Umstadt e.V. geführt. Diese Solawi ist als Verein organisiert und baut Gemüse für etwa 60 bis 70 Ernteanteile an (Solawi Groß-Umstadt e.V. 2023). Die Höhe der monatlichen Mitgliedsbeiträge wird durch Bierrunden festgelegt. Das siebte Interview erfolgte mit Florian Keimer, Betriebsleiter in der Gärtnerei Großhöchberg. Hierbei handelt es sich um eine *demeter*-zertifizierte Gärtnerei, die 2014 zu einer Teil-Solawi wurde. Das bedeutet, dass der Betrieb neben Solidarischer Landwirtschaft noch über weitere Vermarktungswege, wie bspw. Wochenmärkte, verfügt (demeter Gärtnerei & solidarische Landwirtschaft Großhöchberg 2023b). Neben Gemüse enthalten die rund 300 Ernteanteile in ertragsschwachen Monaten zusätzlich verarbeitete Lebensmittel wie Sauerkraut oder Marmelade (demeter Gärtnerei & solidarische Landwirtschaft Großhöchberg 2023a). Wie bei der Solawi in Groß-Umstadt werden auch hier die jeweiligen Mitgliedsbeiträge in Bierrunden bestimmt. Anschließend folgte ein Gespräch mit dem Vorsitzenden des Solidarische Landwirtschaft Langendorf e. V., Jens Mielke. Diese in

---

<sup>8</sup> Die Kosten für die Ernteanteile werden von den Solawis festgelegt und nicht durch Bierrunden bestimmt. Bei allen Solawi-Genossenschaften besteht jedoch die Möglichkeit weniger zu bezahlen, falls andere Mitglieder mehr als den Festpreis bezahlen (WirGarten Lüneburg eG 2023b; PlantAge eG 2023b; KoLa Leipzig eG 2021).



Sachsen-Anhalt liegende Solawi wurde 2019 gegründet und vergibt derzeit etwa 40 Ernteanteile, die Gemüse, Obst und Kräuter beinhalten (SOLAWI Langendorf e.V. 2023). Neben einem festgelegten monatlichen monetären Beitrag sieht diese Solawi 100 Arbeitsstunden pro Jahr vor, die von jedem aktiven Mitglied zu leisten sind. Das letzte Interview erfolgte mit Christiane Bez, Geschäftsführerin der Gärtnerehof Entrup eG in Altenberge bei Münster. Bei dieser Genossenschaft handelt es sich um eine seit 2008 bestehende, *demeter*-zertifizierte Teil-Solawi. Neben Gemüse und Kräutern enthalten die über 100 Ernteanteile zusätzlich Eier, Suppenhühner, Schafskäseprodukte, selbstgebackenes Brot und Lammfleisch (Entrup 119 2023). Die Kosten für die Ernteanteile werden von der Genossenschaft festgelegt (Entrup 119 2022).

### 3.2.2. Hindernisse einer Mitgliedschaft

Anhand der Interviews konnten sowohl generelle als auch betriebsspezifische Hindernisse einer Mitgliedschaft identifiziert werden. Das am häufigsten genannte Hindernis war der Preis der Ernteanteile. So können sich Menschen mit mangelnden finanziellen Ressourcen eine Mitgliedschaft nicht leisten (KoLa Leipzig eG, Solawi Groß-Umstadt e.V., Solidarische Landwirtschaft Langendorf e.V.). Zudem besteht das Problem, dass Monats- oder Jahresbeiträge einer Mitgliedschaft im Vergleich zu Einzelpreisen bei Supermarkteinkäufen sehr hoch erscheinen (siehe Kartoffelkombinat eG; Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.). Auch unabhängig von den Monatspreisen sind Verbraucher:innen die Ernteanteile zu teuer, wenn sie diese mit den Preisen von Discountergemüse vergleichen (WirGarten Lüneburg eG; Kartoffelkombinat eG). Ein weiteres preispezifisches Hindernis ist ein schlechtes Preis-Leistungsverhältnis, insbesondere in ertragschwachen Monaten (Solawi Groß-Umstadt e.V.; WirGarten Lüneburg eG). So haben Verbraucher:innen das Gefühl woanders mehr für ihr Geld zu bekommen (PlantAge eG).

Passend zu finanziellen Hürden, stellt auch die Inflation ein Hindernis dar (KoLa Leipzig eG; Solawi Großhörnberg; Gärtnerehof Entrup eG). Diese führt zu dem, dass die Preise für die Ernteanteile steigen (WirGarten Lüneburg eG). Zum anderen hat sie zur Folge, dass Menschen ihr Geld lieber sparen, anstatt sich zu einer Mitgliedschaft, die mit monatlichen Fixkosten einhergeht, zu verpflichten (WirGarten Lüneburg eG; Kartoffelkombinat eG). Auch unabhängig von Inflation wurde die Verbindlichkeit einer Mitgliedschaft für ein Jahr als mögliches Hindernis identifiziert (Solawi Großhörnberg; Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.).

Ein erhöhter Aufwand, der mit einer Solawi-Mitgliedschaft einhergeht, wurde als weitere Barriere genannt. Dieser kann zum einen durch die Abholung des Ernteanteils verursacht werden (KoLa Leipzig eG; Solawi Groß-Umstadt e.V.; WirGarten Lüneburg eG;

PlantAge eG). Diese ist meistens mit einem teilweise weiten (Fahrt-)Weg verbunden, der neben dem Gang zum Supermarkt anfällt (Kartoffelkombinat eG; Gärtnerhof Entrup eG). Zusätzlich müssen häufig die Inhalte des Ernteanteils bei der Abholung selbstständig abgewogen (Kartoffelkombinat eG) und erdiges Gemüse vor dem Verzehr gereinigt werden (PlantAge eG). Die Abholung muss zumeist in einem festgelegten Zeitraum erfolgen (WirGarten Lüneburg eG; KoLa Leipzig eG). Zudem können Ernteanteile häufig nicht während längerer Abwesenheiten, wie Urlauben, abbestellt werden. Diese mangelnde Flexibilität kann sich negativ auf die Bereitschaft für eine Mitgliedschaft auswirken (Solawi Großhöhnberg).

Neben der Abholung ist auch die Verwertung des Ernteanteils mit Aufwand verbunden (Solawi Großhöhnberg; PlantAge eG; KoLa Leipzig eG). Dies stellt insbesondere dann eine Herausforderung dar, wenn Menschen nicht regelmäßig kochen (WirGarten Lüneburg eG). Zusätzlich wird eine Verwertung des Ernteanteils durch wählerische Familienmitglieder (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.; Solawi Groß-Umstadt e.V.) oder unbekannte Lebensmittel, bei denen mögliche Zubereitungsformen unklar sind, erschwert (WirGarten Lüneburg eG; Gärtnerhof Entrup eG). Für Verbraucher:innen, die es gewohnt sind nach Rezept einkaufen zu gehen oder jede Woche dieselben Gerichte zu kochen, bedeutet die Verwertung eines vorgesetzten Ernteanteils eine große Umstellung (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.; Gärtnerhof Entrup eG; Kartoffelkombinat eG; PlantAge eG).

Mitglieder können in den meisten Fällen nicht über den Inhalt des jeweiligen Ernteanteils bestimmen (WirGarten Lüneburg eG; Gärtnerhof Entrup eG; Kartoffelkombinat eG). Dies stellt ein weiteres Hindernis einer Mitgliedschaft dar, da es dadurch passieren kann, dass die Inhalte nicht gemocht werden (KoLa Leipzig eG) oder die Mengen unpassend sind (Kartoffelkombinat eG; Solawi Großhöhnberg). Insbesondere zu umfangreiche Ernteanteile haben in der Vergangenheit dazu geführt, dass Menschen ihre Mitgliedschaft beendeten, da sie das Gemüse nicht verwertet bekamen (Solawi Groß-Umstadt e.V.).

Zusätzlich kann eine mangelnde Qualität (KoLa Leipzig eG; Solawi Großhöhnberg), eine schlechte Produktauswahl oder die Saisonalität (KoLa Leipzig eG) des Ernteanteils Menschen von einer Mitgliedschaft abhalten. Außerdem werden manche Verbraucher:innen von den Gemeinschaftsprozessen einer Mitgliedschaft abgeschreckt (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.). Knappe zeitliche Ressourcen oder eine große Distanz zum Betrieb erschweren zudem eine Teilnahme bei Solawis mit verbindlicher Mitarbeit (Kartoffelkombinat eG; Solidarische Landwirtschaft Langendorf e.V.).

Ein weiteres Hindernis besteht im fehlenden Wissen über ökologische Hintergründe bzw. die Vorteile von solidarischer gegenüber konventioneller Landwirtschaft (Kartoffelkombinat eG; KoLa Leipzig; Solawi Großhöhnberg). Zudem adressieren manche Solawis eine

spezifische Zielgruppe, sodass nicht alle Menschen erreicht werden (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.). Einige Gesprächspartner:innen merkten außerdem an, dass es zahlreiche attraktivere Alternativen gibt, die in Konkurrenz zu einer Solawi-Mitgliedschaft stehen. Beispiele sind der Gang zum (Bio-)Supermarkt, Biokisten oder Wochenmärkte (Kartoffelkombinat eG; PlantAge eG; Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.; WirGarten Lüneburg eG). Darüber hinaus gibt es Menschen, die selbst gärtnern, was eine Mitgliedschaft für sie überflüssig macht (Gärtnerhof Entrup eG; Solawi Groß-Umstadt e.V.).

Nach Florian Keimer können Hindernisse einer Solawi-Mitgliedschaft je nach Region und Bundesland variieren. So beschrieb er die Bevölkerung im Umkreis der in Schwaben liegenden Gärtnerei Großhöchberg als sehr sparsam (Solawi Großhöchberg). Die PlantAge eG beliefert vor allem Berlin, was aufgrund zahlreicher Umzüge zu einer hohen Fluktuation der Mitglieder führt (PlantAge eG). Während im Münsterland Solawi kaum verbreitet ist, und der dort ansässige Gärtnerhof Entrup eG nicht ausreichend Mitglieder findet, um weiter zu wachsen (Gärtnerhof Entrup eG), trifft die Solawi Groß-Umstadt aufgrund ihrer Lage zwischen Darmstadt und Frankfurt auf viele potenziell Interessierte (Solawi Groß-Umstadt e.V.). Auch Lüneburg verfügt über potenzielle Mitglieder, allerdings bietet die Stadt zahlreiche flexiblere Angebote für regionale und saisonale Lebensmittel wie Wochenmärkte und Bioläden. Außerdem gibt es weitere Solawis im Umkreis, sodass die WirGarten Lüneburg eG mit einer hohen Konkurrenz zu kämpfen hat (WirGarten Lüneburg eG). Ein weiteres Solawi-spezifisches Hindernis ist die beträchtliche Größe des Betriebs. Die damit einhergehende Anonymität (Kartoffelkombinat eG) und Unterschiedlichkeit zu als idyllisch wahrgenommenen kleinen Bauernhöfen (KoLa Leipzig eG) kann potenzielle Mitglieder abschrecken.

### 3.2.3. Überwindungsmöglichkeiten

Um die finanziellen Hindernisse zu überwinden, wurden in den Interviews verschiedene Ansätze genannt. Auf politischer Ebene wäre eine Option, die Subventionen für nachhaltige Landwirtschaft zu erhöhen, sodass nachhaltige Produkte günstiger angeboten werden können (WirGarten Lüneburg eG). Gleichzeitig könnten externalisierte Kosten in den Preis von Erzeugnissen miteinbezogen werden, sodass die Preisdifferenz zwischen konventionell produzierten Lebensmitteln und Solawi-Ernteanteilen gesenkt wird (WirGarten Lüneburg eG). Auf Betriebsebene wären anonyme Bieterunden eine Option, um finanziell schlechter gestellte Personen zu integrieren (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.; Solawi Großhöchberg). Dieses Finanzierungsmodell wird bereits von der Solawi Groß-Umstadt e.V. und der Gärtnerei Großhöchberg umgesetzt. Zusätzlich bieten alle Solawi-Genossenschaften solidarische Preise an, die durch Mitglieder

gewährleistet werden, die mehr als den Festpreis bezahlen (Kartoffelkombinat eG). Eine andere Möglichkeit, Geringverdiener:innen zu integrieren, ist die Option die Kosten eines Ernteanteils durch Mitarbeit zu senken. So gibt es bei der Solawi Groß-Umstadt jedes Jahr fünf Ernteanteile, deren Kosten durch 100 Stunden Mithilfe abgearbeitet werden können. Zusätzlich gab es 2022 die Möglichkeit für acht Stunden Mitarbeit im Jahr sich den Beitrag für einen Monat erstatten zu lassen. Mittlerweile gibt es dieses Angebot allerdings nicht mehr, da es kaum angenommen wurde (Solawi Groß-Umstadt e.V.). Die Solidarische Landwirtschaft Langendorf verfolgt ein ähnliches Konzept. Der Unterschied liegt allerdings darin, dass hier eine Mitarbeit für alle Mitglieder obligatorisch ist. Im Gegenzug werden die Kosten der Ernteanteile geringgehalten (Solidarische Landwirtschaft Langendorf e.V.).

Um das Hindernis der wöchentlichen Abholung des Ernteanteils zu überwinden, besteht die Möglichkeit, die Ernteanteile zur Haustür der Mitglieder zu liefern (Kartoffelkombinat eG; PlantAge eG). Die KoLa Leipzig eG hat dies bereits umgesetzt und bietet gegen einen Aufpreis Lieferungen per Lastenrad an. Dieses Angebot wird bislang allerdings noch kaum angenommen (KoLa Leipzig eG). Um die Abholung des Ernteanteils mit anderen Einkaufswegen kombinieren zu können, ist eine Option Abholstellen auf dem Wochenmarkt oder Supermarkt einzurichten. Da der Gärtnerhof Entrup seine Produkte neben Solawi noch zusätzlich auf dem Wochenmarkt vertreibt, besteht für seine Mitglieder die Möglichkeit, die Ernteanteile von dort abzuholen (Gärtnerhof Entrup eG). Die KoLa Leipzig eG hingegen hat eine Kooperation mit dem lokalen Supermarkt *KONSUM Leipzig*, sodass Ernteanteile auch dort eingesammelt werden können (KoLa Leipzig eG). Um den Aufwand der Abholung zusätzlich möglichst gering zu halten, packen die Solawi-Genossenschaften PlantAge, Kartoffelkombinat und KoLa Leipzig die Kisten vor, sodass den Mitgliedern das selbstständige Abwiegen der Inhalte erspart bleibt. Zusätzlich waschen sie das Gemüse vor der Ausgabe an die Mitglieder (PlantAge eG; KoLa Leipzig eG).

Um die Flexibilität der Abholung zu steigern, ist ein langer, uneingeschränkter Zugang zu den Depots sinnvoll (WirGarten Lüneburg eG; Gärtnerhof Entrup eG). Außerdem ist es von Vorteil verschiedene Abholtage anzubieten. Der Gärtnerhof Entrup beliefert seine Depots an drei verschiedenen Tagen. So können die Mitglieder mit der Wahl des Depots über ihren Abholtage entscheiden. Durch eine Änderung des Depots ist es somit auch möglich spontan den Abholtage zu verändern (Gärtnerhof Entrup eG).

Da ein Hindernis darin besteht, dass Ernteanteilslieferungen nicht ausgesetzt werden können, haben verschiedene Solawis ein Joker-System eingeführt. Hierbei stehen jedem Mitglied vier Joker zur Verfügung, die flexibel über das Jahr eingesetzt werden können. Ein eingesetzter Joker bewirkt, dass in dieser Woche keine Ernteanteilslieferung

erfolgt (KoLa Leipzig eG 2023b; PlantAge eG 2023b; Kartoffelkombinat eG 2023c). Eine weitere Möglichkeit zu umgehen, dass wöchentlich die Abholung eines Ernteanteils anfällt, ist ein zweiwöchiger Lieferrhythmus (Kartoffelkombinat eG). Diese Option wurde bereits von der Gärtnerei Großhöchberg umgesetzt. So können Mitglieder dieser Solawi zwischen einem wöchentlichen und zweiwöchigen Ernteanteil wählen (Solawi Großhöchberg).

Um die Verwertung des Ernteanteils zu vereinfachen ist die Bereitstellung von Rezepten sinnvoll (WirGarten Lüneburg eG; Kartoffelkombinat eG). Verschiedene Anteilsgrößen und -arten ermöglichen zudem, dass die Ernteanteile besser zu den Essgewohnheiten der Menschen passen. So bieten einige Solawis bereits halbe Anteile an (Kartoffelkombinat eG; Solawi Großhöchberg; Gärtnerhof Entrup eG; Solidarische Landwirtschaft Langendorf e.V.) oder ermöglichen teilweise sogar die Wahl zwischen bis zu vier verschiedenen Größen (S-XL) (WirGarten Lüneburg eG; KoLa Leipzig eG), sodass die Ernteanteile an die entsprechende Haushaltsgröße angepasst werden können. Der Gärtnerhof Entrup eG hat zudem, neben Ernteanteilen mit tierischen Produkten, einen reinen Gemüseanteil eingeführt.

Um die Wahlmöglichkeit der Mitglieder zusätzlich zu steigern, wären verschiedene Kistentypen, bspw. ein Ernteanteil ohne Salat, denkbar (Kartoffelkombinat eG; WirGarten Lüneburg eG). Der Gärtnerhof Großhöchberg geht mit einer Individualverteilung noch weiter. Diese ermöglicht den Mitgliedern, den von der Solawi vorgegebenen Standardanteil hinsichtlich der Mengen der einzelnen Inhalte individuell anzupassen (demeter Gärtnerei & solidarische Landwirtschaft Großhöchberg 2023a). Aufgrund dieses Angebots ist die Zufriedenheit der bestehenden Mitglieder sehr hoch (Solawi Großhöchberg). Allerdings ist zu bedenken, dass eine höhere Individualisierung der Ernteanteile den logistischen Aufwand für Solawis enorm erhöht (WirGarten Lüneburg eG). Für Betriebe, die ihre Produkte zusätzlich auf Wochenmärkten vertreiben, bestände die Möglichkeit, dass ihre Mitglieder sich beim Marktstand das Gemüse, nach festgelegten Kriterien, selbst zusammensuchen (Gärtnerhof Entrup eG).

Um zu vermeiden, dass Lebensmittel aufgrund der Menge oder der Tatsache, dass sie nicht gemocht werden, nicht vollständig verwertet werden, bieten manche Solawis Tausch- bzw. Verschenkeboxen in den Depots an (WirGarten Lüneburg eG 2023b; Solawi Groß-Umstadt e.V.). Damit Ernteanteile als abwechslungsreich und vielfältig wahrgenommen werden, ist es von Nutzen eine große Varietät an Gemüsesorten abzudecken (PlantAge eG). Um auch in den Wintermonaten den Mitgliedern Lebensmittel anzubieten, die sie gerne konsumieren, kauft die KoLa Leipzig eG Kartoffeln, Zwiebeln und Karotten von umliegenden Betrieben hinzu (KoLa Leipzig eG).

Da eine verbindliche Mitarbeit manche Menschen von einer Solawi-Mitgliedschaft abhält, ist es sinnvoll die Mitgliedschaft an möglichst wenige Verpflichtungen zu koppeln (Kartoffelkombinat eG). Zusätzlich bietet eine hohe Digitalisierung eine Vereinfachung der Mitgliedschaft (Kartoffelkombinat eG). Durch Hofführungen und Veranstaltungen können potenzielle Mitglieder in Kontakt mit Produzent:innen kommen, erfahren, was Solidarische Landwirtschaft ist und wie eine Mitgliedschaft funktioniert (Gärtnerhof Entrup eG; Solawi Groß-Umstadt e.V.; WirGarten Lüneburg eG). Eine detaillierte Einführung in die Funktionsweise einer Mitgliedschaft kann zudem durch eine Patenschaft zwischen bestehenden und neuen Mitgliedern ermöglicht werden (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V). Dadurch kann das Hindernis, aus Unerfahrenheit nicht teilzunehmen, überwunden werden.

Die Solawi Großhörnberg teilt wöchentlich einen sogenannten unsichtbaren Ernteanteil mit ihren Mitgliedern. In diesem werden Dinge beschrieben, die der Hof tut, die jedoch nicht direkt für die Mitglieder sichtbar sind. So soll auf die Vorteile Solidarischer Landwirtschaft, die über den Erhalt regionalen Bio-Gemüses hinausgehen, aufmerksam gemacht und das Bewusstsein geschärft werden (Solawi Großhörnberg). Um zu verhindern, dass Menschen aus Unsicherheit, ob eine Mitgliedschaft zu ihnen passt, keine Mitglieder werden, bietet der Großteil der interviewten Solawis eine Probephase an. Diese ermöglicht den Verbraucher:innen das Konzept zu testen, ohne gleich eine verbindliche Teilnahme für ein Jahr einzugehen (WirGarten Lüneburg eG; Solawi Großhörnberg; PlantAge eG; KoLa Leipzig eG; Gärtnerhof Entrup eG; Kartoffelkombinat eG). Das Angebot wird gut angenommen (WirGarten Lüneburg eG). Je nach Betrieb schließen 30% bis 70% der Testenden nachfolgend eine Mitgliedschaft ab. Da die Probephase mit einem hohen Aufwand verbunden ist, gibt es die Überlegung von Seiten der Kartoffelkombinat eG eine Vorselektion einzuführen, um Testende, die von vornherein eine Mitgliedschaft ausschließen, zu vermeiden.

### 3.3. Umfrage

#### 3.3.1. Stichprobenszusammensetzung

Die bereinigte Stichprobe umfasste 371 Personen, darunter 267 Frauen (72%) und 88 Männer (24%) (siehe Anhang Tabelle 9). Sechs Personen gaben ihr Geschlecht als nicht binär an und weitere zehn Personen wählten „keine Angabe“. Die am stärksten vertretene Altersgruppe war die zwischen 20 und 29 Jahren (n=111), gefolgt von den 30- bis 39-Jährigen (n=98) (siehe Anhang Tabelle 11). Den kleinsten Anteil machten Personen über 70 (n=10) und unter 20 Jahren (n=5) aus. Der Großteil der Stichprobe verfügte über einen Fachhochschul- bzw. Universitätsabschluss (n=259). 89 Teilnehmende gaben

(Fach-)Abitur als höchsten Bildungsabschluss an, 19 Mittlere Reife. Der Anteil der Personen mit Hauptschulabschluss (n=3) oder ohne Schulabschluss (n=1) war sehr gering (siehe Anhang Tabelle 12). Bezüglich beruflicher Situation gaben 146 Befragte (39%) der Befragten an, Vollzeit beschäftigt zu sein. Die Anzahl der Personen, die sich in Ausbildung befanden (n=81) oder Teilzeit beschäftigt waren (n=79), war ähnlich hoch. 33 Menschen waren zudem bereits in Rente, zwölf selbstständig und neun übernahmen hauptsächlich Care-Arbeit. Nur wenige der Teilnehmenden waren erwerbslos (n=5), arbeitsunfähig (n=4) oder absolvierten einen Freiwilligen- bzw. Wehrdienst (n=2) (siehe Anhang Tabelle 13). Etwas mehr als die Hälfte der Befragten hatte monatlich durchschnittlich unter 2000€ zur Verfügung. Spezifischer gaben 75 Menschen (20%) unter 1000 € und 117 (32%) zwischen 1000 und 1999 € an. 102 Personen verfügten über 2000 bis 2999 € und 51 Personen über 3000 bis 3999€ monatlich. Der Anteil derjenigen, die 4000 bis 5000 € (n=16) bzw. über 5000€ (n=10) zur Verfügung hatten, war vergleichsweise gering (siehe Anhang Tabelle 14). Die Wohnsituation der Stichprobe war sehr divers. So lebte etwa die Hälfte der Teilnehmenden mit (Ehe-)Partner:in zusammen (siehe Anhang Tabelle 15). 79 Personen wohnten mit Kindern zusammen. Der Großteil derjenigen, die mit Kindern zusammenlebten, wohnte zusätzlich mit (Ehe-)Partner:in zusammen (n=57) (siehe Anhang 2.5). Es gab aber auch 22 Befragte, die allein mit Kindern lebten. Etwa ein Viertel der Befragten (n=96) wohnte allein. Zusätzlich lebten 74 Teilnehmende in einer Wohngemeinschaft und acht Personen mit ihren Eltern zusammen. Beim Familienstand lässt sich erkennen, dass der Großteil der Stichprobe ledig war (n=226) (siehe Anhang Tabelle 17). 107 Befragte waren verheiratet bzw. lebten in einer eingetragenen Partnerschaft, 25 waren geschieden. Nur wenige Befragte gaben an verheiratet aber getrennt lebend (n=8) oder verwitwet (n=5) zu sein. Der Anteil der Teilnehmenden, die in einem zwei-Personen Haushalt lebten, war am größten (n=138), gefolgt von ein-Personen Haushalten (n=96) (siehe Anhang Tabelle 16). Ab zwei-Personen Haushalten galt: je größer der Haushalt, desto geringer war der jeweilige Anteil der Befragten. So lebten 73 Menschen in drei- Personen-Haushalten, 42 in vier-Personen-Haushalten und lediglich zwölf bzw. elf der Teilnehmenden lebten mit vier oder mehr als vier Personen zusammen.

Die Stichprobe erstreckte sich über 15 der 16 deutschen Bundesländer (siehe Abbildung 2). Lediglich Mecklenburg-Vorpommern war nicht enthalten. Die Bundesländer, die am stärksten vertreten waren, waren Niedersachsen, Baden-Württemberg, Sachsen und Bayern (siehe Anhang Tabelle 18). Bei Unterteilung der Bundesländer in alt und neu (inklusive Berlin) lässt sich feststellen, dass 264 der Teilnehmenden (71%) aus den alten Bundesländern und lediglich 107 (29%) aus den neuen Bundesländern oder Berlin kamen (siehe Anhang Tabelle 19). Die Verteilung innerhalb verschiedener Einwohner:innengrößen der Städte war ebenfalls divers. Die Hälfte der Stichprobe lebte allerdings in

Großstädten  
(Heinrich-Böll-  
Stiftung 2023)  
ab 100.000  
(n=85) oder  
über 500.000  
Einwohner:in-  
nen (n=102).  
Die Anteile der-  
jenigen, die in  
kleinen Städten  
mit unter  
10.000 (n=13)

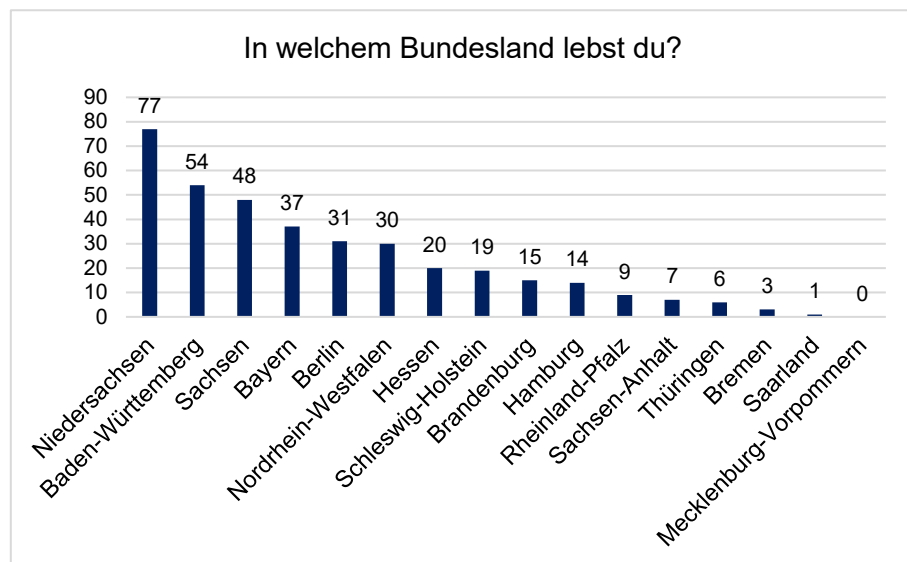


Abbildung 2: Verteilung nach Bundesländern

oder Dörfern mit unter 5.000 Einwohner:innen (n=30) lebten waren am geringsten (siehe Anhang Tabelle 20).

260 Befragte (70%) kannten bereits Menschen, die Mitglied bei einer Solidarischen Landwirtschaft sind (siehe Anhang Tabelle 1). 329 Personen (89%) bezogen ihre Lebensmittel unter anderem vom Supermarkt, 212 (57%) vom Bioladen und 143 Befragte (39%) kauften Lebensmittel auf dem Wochenmarkt. 131 Menschen verfügten über einen eigenen Garten, in dem sie Lebensmittel anbauten. 40 Personen hatten ein Gemüsekitenabonnement und 38 kauften Lebensmittel in einem Unverpacktladen ein. Als weitere Lebensmittelbezugsquellen gaben 18 Befragte Hofläden und 14 Foodsharing an. Zusätzlich wurden jeweils von maximal fünf Personen Kochkisten wie *Hello fresh*, sowie Onlinehandel, Tafel, andere Gärten, Wald, Drogeriemarkt oder Bäcker genannt (siehe Anhang Tabelle 2).

### 3.3.2. Hindernisse einer Mitgliedschaft

Die Ergebnisse der Hindernisse sind in Abbildung 3 ersichtlich. Die spezifischen Häufigkeitsverteilungen sind im Anhang (siehe Tabelle 3 und Tabelle 4) abgebildet. Die farblich rot markierten Säulen stellen die Angaben „stimme eher zu“, „stimme voll und ganz zu“ bzw. „ja“ dar (siehe Abbildung 3). Je größer diese Bereiche sind, desto mehr Befragte sahen die zugehörige Variable als Hindernis einer Mitgliedschaft an. Die schwarze Linie in der Mitte der Darstellung stellt die Hälfte der Befragten (185,5) dar. Rote Säulen, die bis zu dieser Linie oder darüber hinaus reichen, implizieren somit, dass die entsprechende Variable für (über) die Hälfte der Befragten ein Hindernis darstellte. Weiterhin wurden die einzelnen Variablen passenden Überkategorien zugeordnet. Diese sind in Abbildung 3 ersichtlich und lauten „Verfügbarkeit“, „Informationsdefizit“, „Finanzielles“,



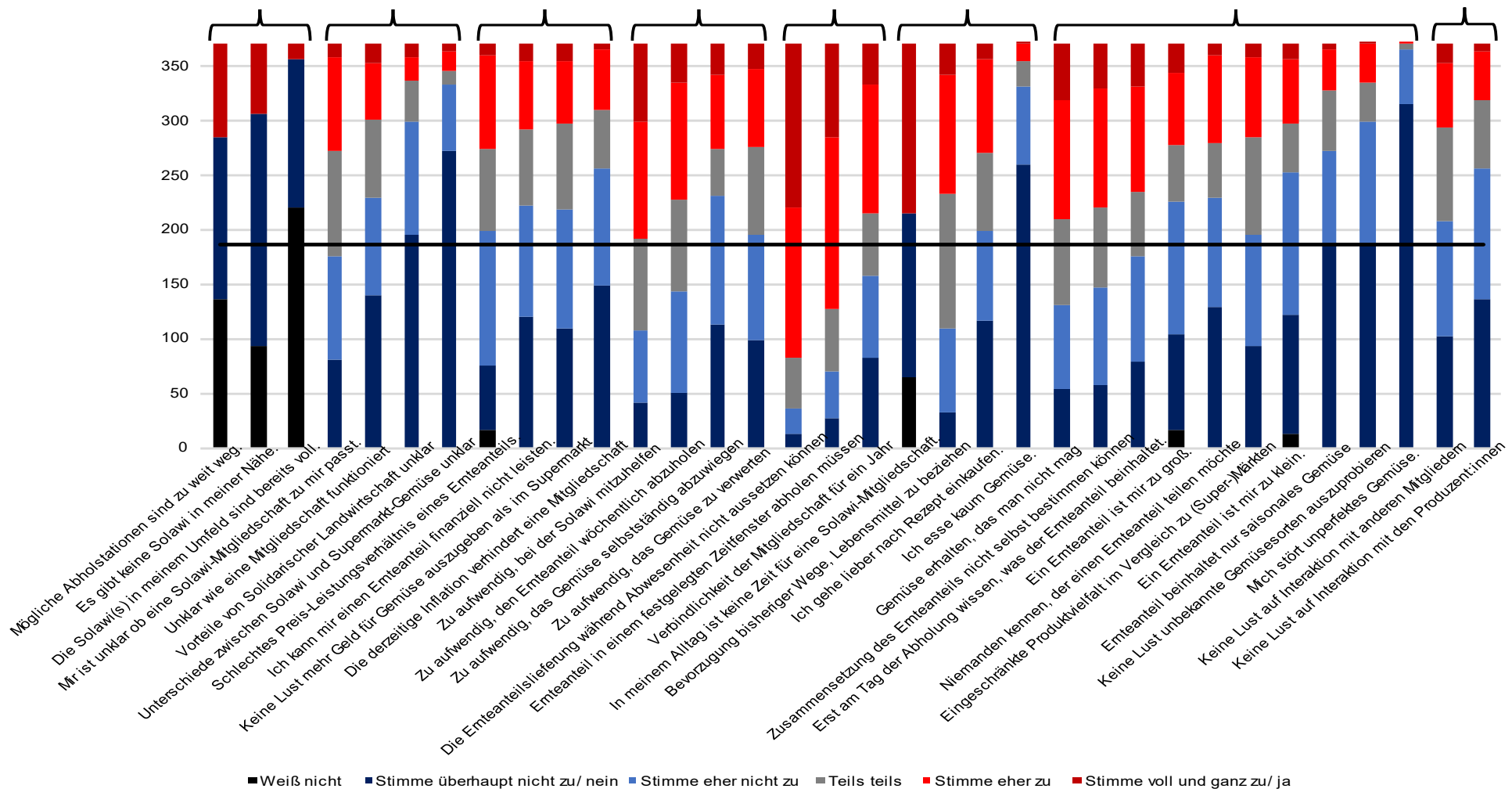


Abbildung 3: Hindernisse sortiert nach Größe und Überkategorie, ohne "sonstige Hindernisse"

„Aufwand“, „Inflexibilität“, „Unpassend“, „Charakteristika Ernteanteil“ und „Soziale Interaktion“. Die Variablen wurden der Größe nach geordnet, sodass zu Anfang jeder Überkategorie das Hindernis mit der größten Zustimmung steht. Um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten, werden die Antwortmöglichkeiten der Likert-skalierten Variablen im Folgenden komprimiert. So werden die Antwortoptionen „stimme eher zu“ und „stimme voll und ganz zu“ zu Zustimmung zusammengefasst, während „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“ keine Zustimmung bzw. Ablehnung der Aussage implizieren.

Das erste Hindernis der Überkategorie „Verfügbarkeit“ lautet *„Mögliche Abholstationen (für Ernteanteile) sind zu weit weg von meinem Wohnort.“*. 40% verneinten, 37% stimmten „weiß nicht“ und 24% bejahten die Aussage. Unter denjenigen Teilnehmenden, die in Dörfern mit unter 5.000 Einwohner:innen lebten, bejahten jedoch 47% die Aussage. Die nächste Variable *„Es gibt keine Solawi in meiner Nähe.“* wurde von mehr als der Hälfte verneint. Zudem wählte etwa ein Viertel der Befragten die Antwortoption „weiß nicht“. Lediglich 17% bejahten die Aussage. Der Zustimmungsanteil unter denjenigen, die in Dörfern lebten lag jedoch erneut bei 47%. Das letzte potenzielle Hindernis der Kategorie lautet *„Die Solawi(s) in meinem Umfeld sind bereits voll.“*. 37% der Teilnehmenden verneinten diese Aussage und lediglich 4% stimmten ihr zu. Über die Hälfte wählte die Antwortkategorie „weiß nicht“.

Die nächste Überkategorie lautet „Informationsdefizit“ und beinhaltet lediglich Likert-skalierte Variablen. Das erste Hindernis der Kategorie lautet *„Mir ist unklar, ob eine Solawi-Mitgliedschaft zu mir passt.“*. Hierbei stimmte etwa die Hälfte der Teilnehmenden nicht zu. Etwa ein Viertel stimmte zu, allerdings war der Anteil der „teils teils“-Stimmen fast genauso hoch. Die Variable *„Mir ist unklar, wie eine Mitgliedschaft bei einer Solawi funktioniert.“* wurde mehrheitlich abgelehnt. 19% der Gesamtstichprobe stimmten der Aussage zu. Die nächste Variable *„Mir ist unklar, was die Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft sind.“* wurde von 81% der Teilnehmenden abgelehnt. Lediglich 9% stimmten der Aussage zu. Ähnliche Ergebnisse erzielte das letzte potenzielle Hindernis *„Mir ist unklar was der Unterschied zwischen Solawi und Supermarkt-Gemüse ist.“*. Hier lehnten 90% die Aussage ab, nur 7% stimmten zu.

„Finanzielles“ lautet die nächste Überkategorie, die sich ebenfalls aus Likert-skalierten Variablen zusammensetzt. Die erste lautet *„Das Preis-Leistungsverhältnis eines Ernteanteils ist schlecht.“*. Etwa die Hälfte der Befragten lehnte die Aussage ab, etwas mehr als ein Viertel stimmte ihr zu. Der Zustimmungsanteil der Variable *„Ich kann mir einen Ernteanteil finanziell nicht leisten.“* belief sich auf 21%, während die Mehrheit der Befragten die Aussage ablehnte. Dieses potenzielle Hindernis weist eine starke negative Korrelation ( $\rho = -,540$ ) mit der Variable *„Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich*

zur Verfügung?“ auf (siehe Anhang Tabelle 21). Die dritte Variable der Kategorie „Finanzielles“ lautet *„Ich habe keine Lust mehr Geld für Gemüse auszugeben als im Supermarkt.“*. Dieser Aussage stimmten 20% zu während erneut über die Hälfte ablehnte. Hier besteht ein moderater negativer Zusammenhang ( $\rho=-,310$ ) mit der Variable *„Wie alt bist du (in Jahren)?“* (siehe Anhang Tabelle 21). Das letzte potenzielle Hindernis der Kategorie lautet *„Die derzeitige Inflation verhindert eine Mitgliedschaft.“*. Hier stimmten 17% zu, während der Großteil der Stichprobe die Aussage ablehnte. Zudem besteht ein moderater negativer Zusammenhang mit der Variable *„Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?“* ( $\rho=-,378$ ) (siehe Anhang Tabelle 21).

Die folgende Überkategorie lautet „Aufwand“ und beinhaltet vier potenzielle Hindernisse. Das erste lautet *„Mir wäre es zu aufwendig, bei der Solawi mitzuhelfen.“*. Hier stimmte fast die Hälfte der Befragten zu. Unter denjenigen, die mindestens 4000€ monatlich zur Verfügung hatten, wurde hingegen fast einheitlich dem Hindernis zugestimmt (siehe Anhang 2.5). Bei der Variable *„Mir wäre es zu aufwendig, den Ernteanteil wöchentlich abzuholen.“* war die Anzahl der Befragten, die zustimmten und nicht zustimmten mit jeweils 144 Personen (39%) identisch. Unter denjenigen, die mindestens 4000€ monatlich zur Verfügung hatten, wurde hingegen erneut mehrheitlich zugestimmt (siehe Anhang 2.5). Die nächste Aussage *„Mir wäre es zu aufwendig, das Gemüse in der Abholstation selbstständig abzuwiegen.“* wurde vom Großteil der Teilnehmenden abgelehnt. Über ein Viertel der Befragten stimmte der Aussage jedoch zu. Das letzte potenzielle Hindernis lautet *„Mir wäre es zu aufwendig, das im Ernteanteil enthaltene Gemüse zu verwerten.“*. Etwa ein Viertel der Befragten stimmte der Aussage zu, während mehr als die Hälfte ablehnte.

„Inflexibilität“ lautet die nächste Überkategorie. Die Aussage *„Mich würde stören, wenn ich die Ernteanteilslieferung während Abwesenheit (z.B. Urlaub) nicht aussetzen könnte“* erhielt unter allen in der Umfrage behandelten Hindernissen mit 78% die höchste Zustimmung. Unter den beruflich Selbstständigen stimmten sogar alle zwölf (100%) der Aussage zu (siehe Anhang 2.5). Der Variable *„Mich würde stören, wenn ich den Ernteanteil in einem festgelegten Zeitfenster abholen müsste.“* stimmten 66% der Befragten zu. Dies war das Hindernis mit der zweithöchsten Zustimmung der Umfrage. *„Mich stört, die Verbindlichkeit der Mitgliedschaft für ein Jahr.“* ist die letzte Variable der Kategorie. Hier waren die Anteile derjenigen die zustimmten und ablehnten beinahe identisch.

Die Überkategorie „Unpassend“ umfasst vier Variablen, darunter drei Likert-skalierte. Die erste lautet *„In meinem Alltag ist keine Zeit für eine Solawi-Mitgliedschaft.“* und wurde von 42% der Befragten bejaht und von 40% verneint. Je mehr Geld die Teilnehmenden monatlich zur Verfügung hatten, desto höher war der Anteil derjenigen, die die Aussage bejahten (siehe Anhang 2.5). So gaben unter denjenigen, die unter 1000€ zur Verfügung hatten 35% an, keine Zeit für eine Mitgliedschaft zu haben, während unter denjenigen,

die über 5000€ zur Verfügung hatten 80% die Aussage bejahten. Das potenzielle Hindernis *„Ich bevorzuge meine bisherigen Wege, Lebensmittel zu beziehen.“* wurde von 30% abgelehnt, während 37% der Aussage zustimmten. Der anschließenden Aussage *„Ich gehe lieber nach Rezept einkaufen.“* stimmte mehr als ein Viertel der Befragten zu, während über die Hälfte die Aussage ablehnte. Die letzte Variable *„Ich esse kaum Gemüse.“* wurde von 89% der Teilnehmenden abgelehnt.

Anschließend folgt die umfangreichste Überkategorie „Charakteristika Ernteanteil“. Sie enthält zehn Likert-skalierte Variablen. Der Aussage *„Mich würde stören, wenn ich Gemüse erhalten würde, das ich nicht mag.“* stimmten 43% zu, während 35% ablehnten. Ähnliche Ergebnisse erzielte das potenzielle Hindernis *„Mich würde stören, wenn ich die Zusammensetzung des Ernteanteils nicht selbst bestimmen könnte.“*. Hier stimmten 41% der Aussage zu und nur ein etwas geringerer Anteil der Befragten lehnte ab. Der Variablen *„Mich würde stören, wenn ich erst am Tag der Abholung wüsste, was der Ernteanteil beinhaltet.“* stimmten 37% der Befragten zu, fast die Hälfte lehnte hingegen ab. Eine Aussage, die anhand der Abbildung eines beispielhaften Ernteanteils getroffen werden musste, war *„Ein Ernteanteil ist mir zu groß.“*. Über die Hälfte der Befragten lehnte die Aussage ab, während ein Viertel zustimmte. Auch die gegensätzliche Aussage *„Ein Ernteanteil ist mir zu klein.“* wurde vom Großteil der Befragten abgelehnt. Lediglich 20% der Befragten stimmten zu. Die nächste Variable lautet *„Mich stört, dass ich niemanden kenne, der einen Ernteanteil mit mir teilen möchte.“*. Diese Aussage wurde erneut mehrheitlich abgelehnt, während ein Viertel der Befragten zustimmte. Dem potenziellen Hindernis *„Mich stört die eingeschränkte Produktvielfalt im Vergleich zu (Super-)Märkten.“* stimmten 23% zu, während über die Hälfte der Teilnehmenden ablehnte. Die Aussage *„Mich stört, dass der Ernteanteil nur saisonales Gemüse beinhaltet.“* wurde von 73% abgelehnt. Lediglich 12% stimmten zu. Ähnliche Ergebnisse erzielte die Variable *„Ich habe keine Lust mir unbekannte Gemüsesorten auszuprobieren.“*, die 81% ablehnten. Die letzte Aussage *„Mich stört unperfektes Gemüse.“* verzeichnete die geringste Zustimmung unter allen in der Umfrage enthaltenen potenziellen Hindernissen. So wählte lediglich eine Person „stimme eher zu“, während 365 der 371 Befragten (98%) die Variable ablehnten.

Die letzte Überkategorie lautet „Soziale Interaktion“ und beinhaltet zwei Variablen. Die Aussage *„Ich habe keine Lust auf Interaktion mit anderen Mitgliedern.“* wurde von über der Hälfte abgelehnt. 21% stimmten der Aussage jedoch zu. Die zweite Variable lautet *„Ich habe keine Lust auf Interaktion mit den Produzent:innen.“* und wurde von 69% der Teilnehmenden abgelehnt. Lediglich 14% stimmten der Aussage zu.

Zusätzlich zu den vorgegebenen potenziellen Hindernissen gaben 140 Teilnehmende noch weitere Faktoren an, die sie an einer Mitgliedschaft hinderten. Diese wurden in die

13 Kategorien „Single Haushalt“, „Gemüseverwertung“, „Unregelmäßiges/ seltenes Kochen“, „Kaum/ unregelmäßig zu Hause“, „Informationsdefizit“, „Unverträglichkeiten/ Allergien“, „Unvegan“, „mangelnde Abwechslung“, „zu viel/ zu wenig von einer Gemüsesorte“, „Esoterik/ Schwurbler\*innen/ demeter“, „Krankheit/ Alter“, „Alternative Bezugsquellen“, „Einkauf nach Bedarf“ zusammengefasst (siehe Anhang Tabelle 5). Hindernisse, die nur einmal genannt wurden, wurden einer „Sonstiges“-Kategorie zugeordnet. Diese beinhaltet Hindernisse wie das Risiko von Ernteaussfällen, Intransparenz, Unprofessionalität, ein zu aufwändiger Anmeldeprozess, ein schlechter Überblick über die verschiedenen Angebote, zu viele Verpflichtungen und ein wechselnder Wohnort. Am häufigsten, jeweils 17-mal, wurden die Hindernisse „Kaum/ unregelmäßig zu Hause“ und „Gemüseverwertung“ genannt. Letztere Kategorie bezieht sich hierbei auf die Angst, das Gemüse nicht verwertet zu bekommen bzw. das mit der Verwertung einhergehende Stressempfinden. Das am zweithäufigsten (15-mal) genannte Hindernis lautet „Alternative Bezugsquellen“. Diese Kategorie impliziert das Hindernis, bereits genug Lebensmittel aus anderen Quellen (z.B. eigener Garten oder Foodsharing) zu beziehen, was einen Ernteanteil überflüssig macht. Zwölfmal wurde das Hindernis „Unregelmäßiges/ seltenes Kochen“ genannt, gefolgt vom Hindernis „Informationsdefizit“. So gaben vier Menschen an, vor der Umfrage noch nie etwas von Solidarischer Landwirtschaft gehört zu haben. Zusätzlich gaben mehrere Teilnehmende an, generell zu wenig Wissen zu Solidarischer Landwirtschaft zu haben oder sich unklar über die Verfügbarkeit von Solawis in ihrer Umgebung zu sein. Ein weiteres, zehnmal genanntes Hindernis sind „Unverträglichkeiten/ Allergien“, sodass einiges des Solawi-Gemüses nicht gegessen werden kann. Zudem wurde achtmal „Single Haushalt“ als Hindernis genannt. Demnach erschwert das allein wohnen bspw. die Verwertung des Gemüses. Sieben Teilnehmende nannten „Krankheit/Alter“ als ein weiteres Hindernis. Drei Personen gaben an, aufgrund ihres Alters nicht mehr mithelfen zu können, während zwei auf ihre, durch Krankheit bedingte, schlechte finanzielle Situation hinwiesen. Sechs Befragte nannten als Hindernis „mangelnde Abwechslung“. Dieses impliziert, dass insbesondere im Winter immer dasselbe Gemüse in den Ernteanteilen enthalten ist. Fünf Personen gaben an, aufgrund eines unregelmäßigen, wenig planbaren Alltags „Einkauf nach Bedarf“ einem wöchentlichen Ernteanteil vorzuziehen. Zudem nannten vier Personen „Esoterik/ Schwurbler\*innen/ demeter“ als Hindernis, Solawi Mitglied zu werden. Ihren Aussagen zufolge verbanden sie Solidarische Landwirtschaft und insbesondere demeter-Zertifizierungen der Betriebe mit Esoterik. Zusätzlich ordneten sie dem Konzept „schwurbelnde“ Mitglieder zu, deren Kontakt sie vermeiden wollten. Die letzten Kategorien „Unvegan“ und „zu viel/ zu wenig von einer Gemüsesorte“ wurden jeweils dreimal von den Befragten erwähnt. „Unvegan“ impliziert hierbei die Hindernisse, dass Solawis keine rein pflanzlichen Ernteanteile für Veganer:innen anbieten oder die Tierhaltung auf dem Hof nicht durch eine Mitgliedschaft

unterstützen zu wollen. Die Kategorie „zu viel/ zu wenig von einer Gemüsesorte“ beinhaltet die Hindernisse, zu wenig einer Gemüsesorte für eine Mahlzeit zu erhalten oder zu viel von derselben Sorte, sodass der Ernteanteils zu wenig abwechslungsreich ist.

### 3.3.3. Überwindungsmöglichkeiten

Die Ergebnisse der Überwindungsmöglichkeiten sind in Abbildung 4 ersichtlich. Die spezifischen Häufigkeitsverteilungen sind im Anhang (siehe Tabelle 6) dargestellt. Die grün markierten Säulen stellen die Angaben „eher“ und „voll und ganz“ dar (siehe Abbildung 4). Diese Antwortmöglichkeiten werden im Folgenden zu Zustimmung bzw. Befürwortung zusammengefasst. Grüne Säulen, die bis zu der schwarzen Mittellinie oder darüber hinausreichen implizieren, dass für (über) die Hälfte der Befragten die entsprechende Variable die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft erhöhte. Die blauen Säulen veranschaulichen die Angaben „gar nicht“ und „eher nicht“. Sie werden zu keiner Zustimmung bzw. Ablehnung zusammengefasst, was bedeutet, dass die entsprechenden Variablen die Wahrscheinlichkeit für eine Mitgliedschaft nicht erhöhten. Weiterhin wurden die einzelnen potenziellen Überwindungsmöglichkeiten passenden Überkategorien zugeordnet (siehe Abbildung 4). Diese lauten „Informationen“, „Finanzielles“, „Aufwand“, „Flexibilität“, „Charakteristika Ernteanteil“ und „Soziale Interaktion“.

Die Überkategorie „Informationen“ umfasst sechs Variablen. Die erste lautet *„Lagerungshinweise für (unbekannte) Lebensmittel“* und wurde von über der Hälfte der Befragten befürwortet. Auch *„Hofführungen, um die Solawi kennenzulernen.“* erhöhten für über die Hälfte der Teilnehmenden die Wahrscheinlichkeit für eine Mitgliedschaft, während es das für etwa ein Viertel nicht tat. Der Variable *„Rezeptideen zu Ernteanteilen“* stimmte etwa die Hälfte der Befragten zu, 32% lehnten jedoch ab. Eine *„Detaillierte Einführung zu Beginn der Solawi-Mitgliedschaft durch ein bestehendes Mitglied“* erhöhte für 43% die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft. Für 37% der Befragten tat es das hingegen nicht. Die Variablen *„Informationen bzgl. der Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft“* und *„Informationen bzgl. Unterschieden zwischen Supermarkt und Solawi.“* wurden beide mehrheitlich abgelehnt.

Die Überkategorie „Finanzielles“ umfasst zwei Variablen. Die erste lautet *„Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen.“* und wurde von 55% der Teilnehmenden befürwortet. Zudem weist die Variable zwei moderate negative Korrelationen mit den demografischen Faktoren Alter in Jahren ( $\rho=-,310$ ) und Geld, das monatlich zur Verfügung steht ( $\rho=-,418$ ) auf (siehe Tabelle 21).

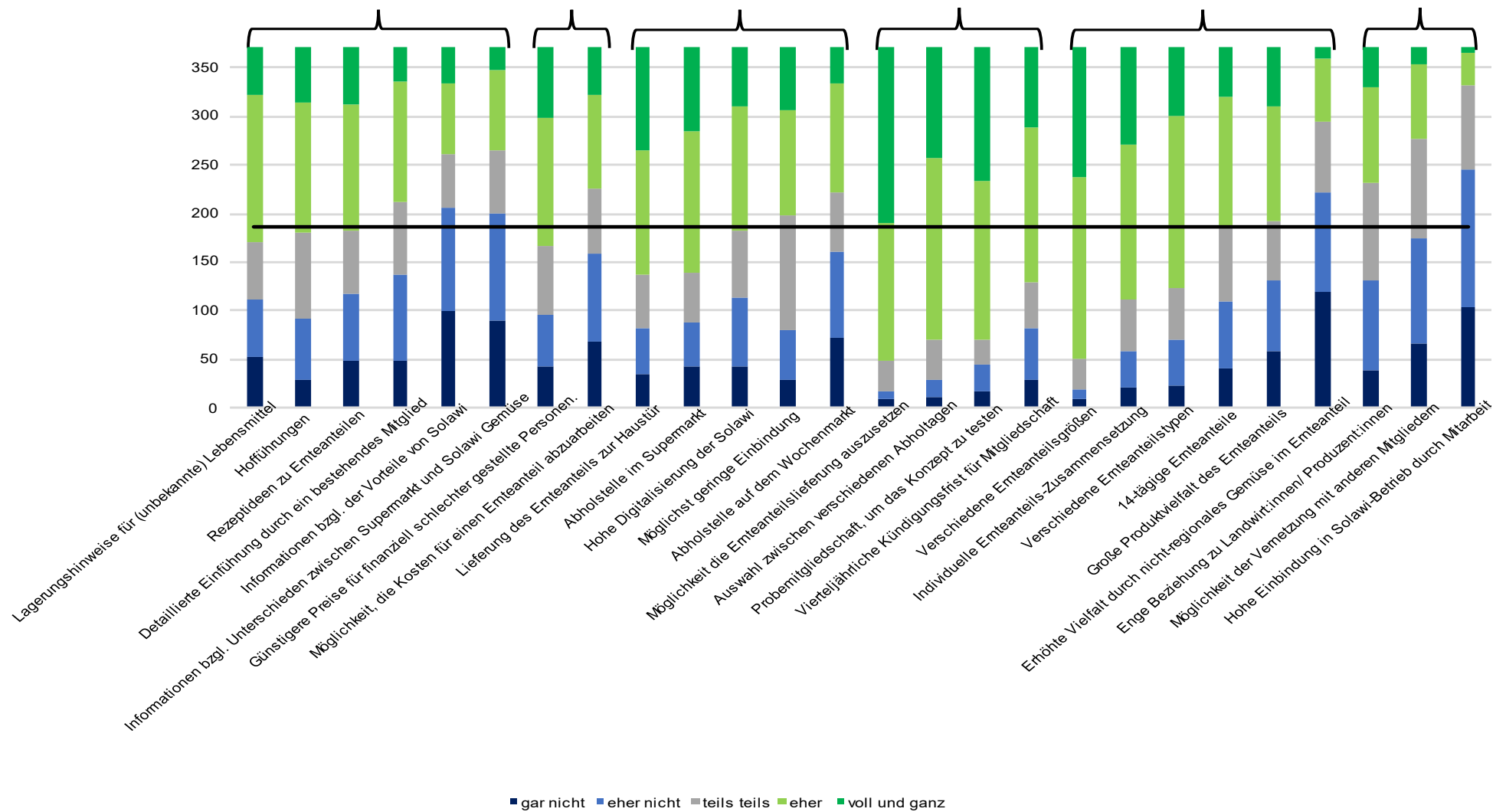


Abbildung 4: Überwindungsmöglichkeiten sortiert nach Größe und Überkategorie, ohne "sonstige Überwindungsmöglichkeiten"

Die zweite Variable *„Die Möglichkeit die Kosten für einen Ernteanteil durch Mithilfe abzuarbeiten.“* wurde von mehr Personen abgelehnt als befürwortet. Unter den Menschen, die sich in Ausbildung befanden, unter 1000€ monatlich zur Verfügung hatten oder hauptsächlich Care-Arbeit tätigten wurde jedoch mehrheitlich der Variable zugestimmt (siehe Anhang 2.5). Auch hier konnte ein moderater negativer Zusammenhang ( $p=-,382$ ) mit der Variable *„Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?“* festgestellt werden (siehe Anhang Tabelle 21).

Die nächste Überkategorie lautet *„Aufwand“* und umfasst fünf Variablen, die möglicherweise die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft erhöhen. Die erste, *„Lieferung des Ernteanteils zur Haustür“*, wurde von 63% der Befragten befürwortet. Am höchsten war der Zustimmunganteil unter den Befragten, die mindestens 4000€ monatlich zur Verfügung hatten oder verheiratet waren aber getrennt lebten (siehe Anhang 2.5). Auch der Variable *„Abholstelle im Supermarkt“* wurde mehrheitlich zugestimmt. Bundeslandspezifisch war der Zustimmunganteil unter den Menschen, die in den neuen Bundesländern oder Berlin lebten, um 13% höher als unter den Menschen, die in den alten Bundesländern lebten. Bei der Variable *„Abholstelle auf dem Wochenmarkt“* war das Ergebnis umgekehrt. Demnach war der Zustimmunganteil unter den Menschen aus den alten Bundesländern um 14% höher als unter den Menschen, aus den neuen Bundesländern und Berlin (siehe Anhang 2.5). Insgesamt stimmten 40% Personen der Variable zu, 43% lehnten sie hingegen ab. Eine *„Hohe Digitalisierung der Solawi“*, wurde von etwa der Hälfte der Befragten befürwortet, während etwa ein Drittel der Befragten die Variable ablehnte. Eine *„Möglichst geringe Einbindung“* wurde von 46% befürwortet, 22% lehnten die Variable ab.

Die Überkategorie *„Flexibilität“* beinhaltet vier Variablen, die alle mehrheitlich von den Befragten befürwortet wurden. Die Variable, die unter allen Überwindungsmöglichkeiten die größte Zustimmung erhielt, lautet *„Die Möglichkeit die Ernteanteillieferung bei Abwesenheit flexibel auszusetzen“*. Sie wurde von 87% der Befragten befürwortet. Die Variable *„Möglichkeit zwischen verschiedenen Abholtagen auszuwählen“* erhielt ebenfalls großen Zuspruch und wurde von 81% befürwortet. Auch der Variable *„Die Möglichkeit einer Probemitgliedschaft, um das Konzept zu testen“* stimmten über 80% der Befragten zu. Ein besonders hoher Zustimmunganteil konnte unter den Menschen, die in Ausbildung waren oder unter 1000€ monatlich zur Verfügung hatten, festgestellt werden (siehe Anhang 2.5). Geschlechtsspezifisch stimmten unter den Frauen 16% mehr der Variable zu als unter den Männern (siehe Anhang 2.5). Auch bei der Variable *„Möglichkeit die Mitgliedschaft vierteljährlich zu kündigen“* war der Zustimmunganteil unter den Teilnehmerinnen über zehn Prozent höher als unter den Teilnehmern (siehe Anhang 2.5). Insgesamt erhöhte die Variable für 65% der Befragten die Wahrscheinlichkeit einer



Mitgliedschaft. Die Zustimmung war besonders hoch unter den Menschen, die in Berlin lebten oder in Ausbildung waren (siehe Anhang 2.5). Die acht verheiratet, aber getrenntlebenden Befragten befürworteten die Variable einstimmig (siehe Anhang 2.5).

Die Überkategorie „Charakteristika Ernteanteil“ umfasst sechs Variablen. Die Variable *„Auswahl zwischen verschiedenen Ernteanteilsgrößen“* erhielt den zweitgrößten Zuspruch aller im Fragebogen enthaltenen Überwindungsmöglichkeiten. So stimmten ihr 87% der Befragten zu. Der Variable *„Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils individuell anzupassen“* stimmten 70% zu. Bei der Variable *„Auswahl zwischen verschiedenen Ernteanteilstypen“* lag der Zustimmungsanteil mit 67% ähnlich hoch. Die *„Möglichkeit einen 14-tägigen Ernteanteil zu beziehen“* erhöhte für knapp die Hälfte der Befragten die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft. Eine *„Große Produktvielfalt des Ernteanteils“* wurde ebenfalls von etwa der Hälfte der Befragten befürwortet. Eine *„Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil“* wurde hingegen mehrheitlich verneint. Lediglich 21% der Teilnehmenden gaben an, dass diese Option die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft für sie erhöhte.

„Soziale Interaktion“ ist die letzte Überkategorie der Überwindungsmöglichkeiten und umfasst drei Variablen. Einer *„Enge[n] Beziehung zu Landwirt:innen/ Produzent:innen“* stimmten 38% der Befragten zu, 36% lehnten hingegen ab. Demnach sind die Antworten ähnlich verteilt und keine klare Mehrheit gegeben. *„Die Möglichkeit der Vernetzung mit anderen Mitgliedern“* wurde von etwa einem Viertel der Befragten befürwortet. Etwas weniger als die Hälfte der Befragten lehnte diese Option hingegen ab. Die Variable *„Hohe Einbindung in Solawi-Betrieb durch Mitarbeit“* wurde mehrheitlich abgelehnt und lediglich von 11% der Teilnehmenden befürwortet.

Die Frage, wie viel früher man gerne wüsste, was der Ernteanteil beinhaltet wurde von 38% mit „1-2 Tage vor Abholung“ beantwortet. 31% wählten die Option „Am Tag der Abholung ist ausreichend“ und 25% wüssten gerne „3-4 Tage vor Abholung“ bescheid. Lediglich 7% wählten die Option „5 Tage bis eine Woche vor Abholung“ (siehe Anhang Tabelle 7).

Zusätzlich zu den vorgegebenen potenziellen Überwindungsmöglichkeiten gaben 43 Teilnehmende (12%) noch weitere Faktoren an, die die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft für sie erhöhen würden. Diese wurden in die sieben Kategorien „Solawi spezifische Überwindungsmöglichkeiten“, „Ernteanteil spezifische Überwindungsmöglichkeiten“, „Abholstelle/ Solawi in der Nähe“, „Organisatorische Überwindungsmöglichkeiten“, „Transparenz“, „Möglichkeit Anteile zu teilen“ und „Sonstiges“ zusammengefasst (siehe Anhang Tabelle 8). Die Kategorie „Solawi spezifische Überwindungsmöglichkeiten“ beinhaltet elf verschiedene Aspekte. Beispiele sind ein langes Bestehen, ein guter Ruf und ein modernes Auftreten der Solawi, eine gute Erreichbarkeit des Hofes bzw. der

Ansprechpartner:innen, eine Vernetzung mit anderen Solawis, Professionalität und eine Teil-Solawi, sodass die Mitglieder nicht das gesamte Risiko tragen müssen. Weitere Nennungen sind eine gewünschte Demeterzertifizierung, weniger „Weltretter-Gehabe“ und eine klare politisch linke Ausrichtung und Abgrenzung gegen rechts und Verschwörungsideologien. Die Kategorie „Ernteanteil spezifische Überwindungsmöglichkeiten“ beinhaltet acht diverse Aspekte wie den Bezug einzelner Produkte, wie z.B. ein Kartoffelabonnement, mehr Obst im Ernteanteil, eine Abwechslung des Gemüses, weniger Gemüsesorten aber dafür mehr von jeder Sorte im Ernteanteil, eine gute Qualität und kleinere Kistengrößen und dadurch auch niedrigere Beiträge. Während sich eine Teilnehmerin interessante und unbekanntere Gemüsesorten wünschte, gab eine andere Person an, dass sie sich bekanntes Gemüse wünsche. Eine „Abholstelle/ Solawi in der Nähe“ wurde von acht Befragten als Aspekt genannt, der die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft erhöhen würde. Der Kategorie „Organisatorische Überwindungsmöglichkeiten“ wurden sechs Antworten zugeordnet. So wünschte sich eine Teilnehmerin Personen, die einspringen können, wenn sie spontan nicht da ist, um den Ernteanteil abzuholen. Andere Teilnehmerinnen wünschten sich eine Tauschkiste, größere Abholzeitfenster von zwei bis drei Tagen und eine durchdachte, digitale, Datenschutz konforme Kommunikation. Zudem erwähnten zwei Befragte ihr Interesse an Kochgemeinschaften. Fünf Befragte erwähnten das Stichwort „Transparenz“. Konkreter wurde sich Transparenz hinsichtlich der Erträge, der Verteilung, der Anbaumethoden und der Zusammensetzung und Verwendung der Beiträge gewünscht. Eine „Möglichkeit Anteile zu teilen“ wurde von drei Personen als Faktor, der die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft erhöht, genannt. „Sonstiges“ beinhaltet zehn Aspekte, die keiner der zuvor genannten Kategorien zugeordnet werden konnten. So wünschten sich die Befragten Erfahrungsberichte, Schnuppertage, ein Vergleichsportal zu Solawis in der Region, Solawi Produkte, die im Supermarkt erhältlich sind, eine Kontrolle der Betriebe durch entsprechende Dachverbände, eine unabhängige Beschwerdestelle, Staffelpreise nach Haushaltsgröße und eine geringere Höhe der Einlage. Zwei Teilnehmerinnen wünschten sich den Erwerb von Genossenschaftsanteilen und eine andere Teilnehmerin gab an, dass Mitgliederwerbung eine Mitgliedschaft für sie wahrscheinlicher machen würde.

### 3.3.4. Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten

Welche Faktoren stellen Überwindungsmöglichkeiten für zuvor genannte Hindernisse dar? Diese Frage soll anhand bestehender Korrelationen zwischen Hindernissen und potenziellen Überwindungsmöglichkeiten geklärt werden. Diese sind in Abbildung 5 und Abbildung 6 ersichtlich. Ein hellgrüner Pfeil bedeutet eine **moderat positive** Korrelation (ab  $\rho=,3$ ), ein dunkelgrüner eine **stark positive** Korrelation (ab  $\rho=,5$ ) zwischen Überwindungsmöglichkeiten und Hindernissen. Ein orangener Pfeil hingegen steht für **moderat**

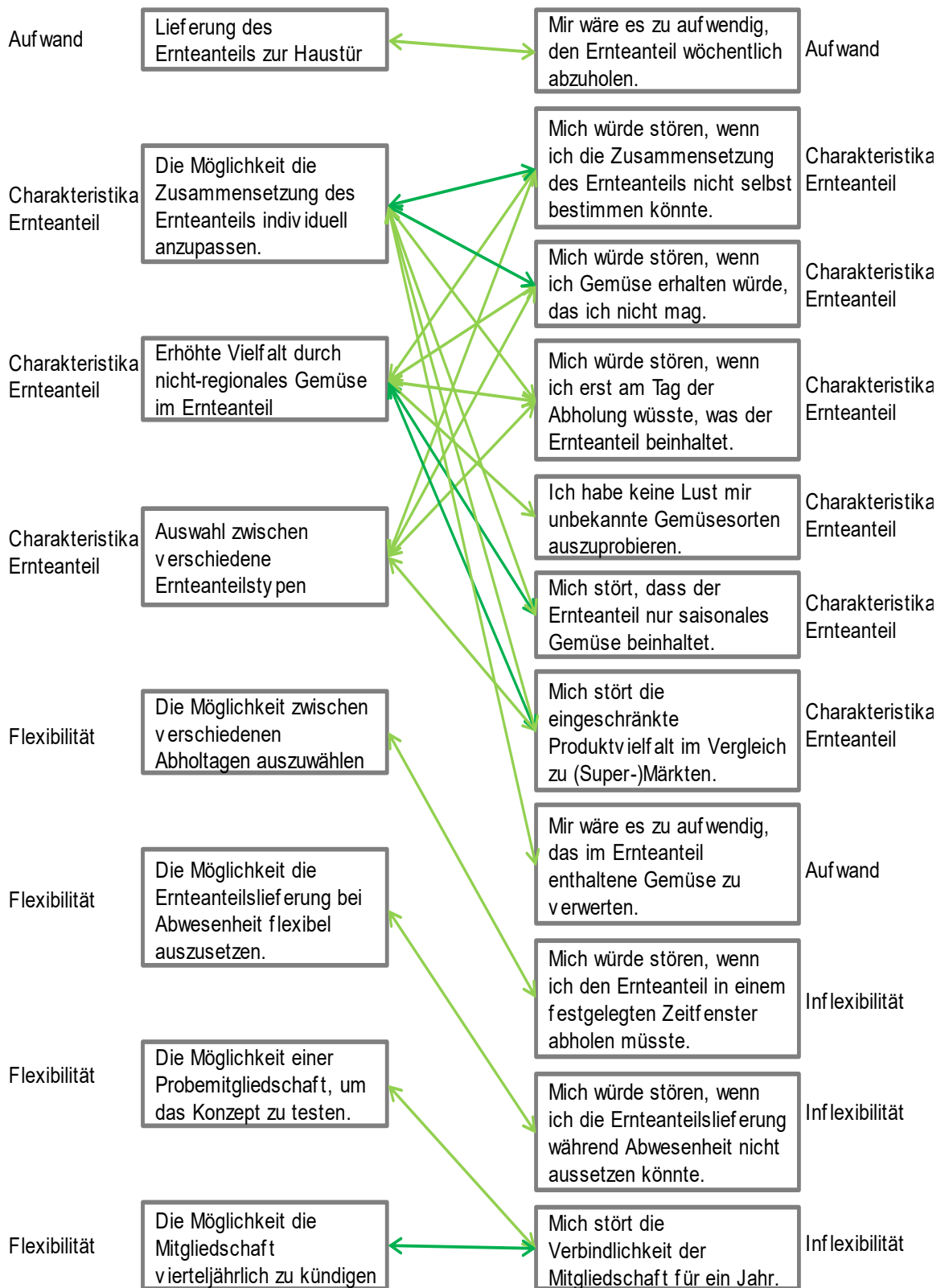


Abbildung 5: Korrelationen zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten 1

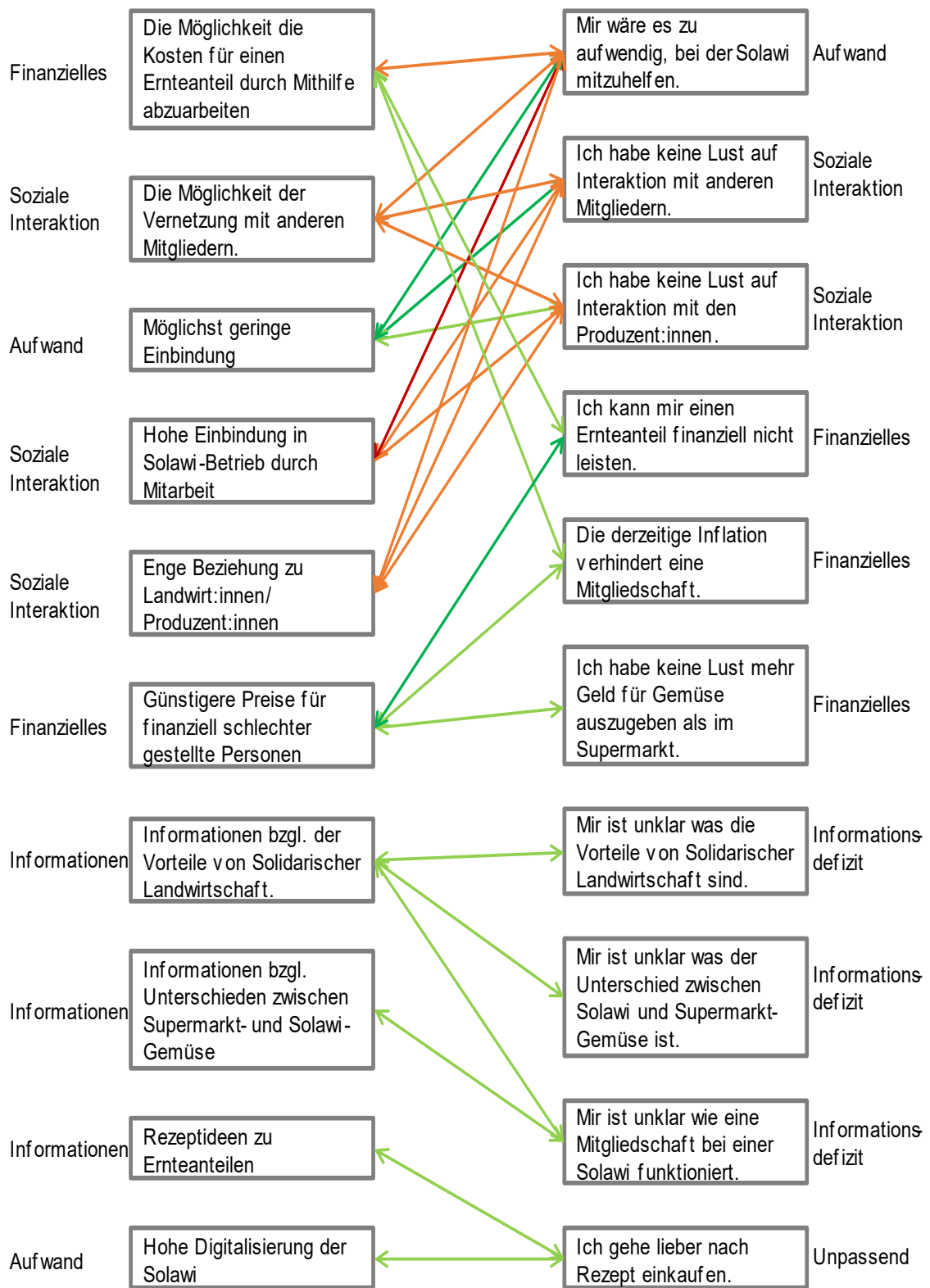


Abbildung 6: Korrelationen zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten 2

**negative** Korrelationen (ab  $\rho = -,3$ ) und ein roter Pfeil für **stark negative** Korrelationen (ab  $\rho = -,5$ ). Die spezifischen Korrelationswerte finden sich im Anhang (siehe Tabelle 23).

Insgesamt weisen 21 der 34 Hindernisse und 18 der 26 Überwindungsmöglichkeiten entsprechende Korrelationen auf. Abbildung 5 und Abbildung 6 betrachtend fällt auf, dass der Großteil dieser Zusammenhänge (moderat) positiv ist. Bei den Überwindungsmöglichkeiten korrelieren insbesondere die Aspekte einer individuellen Ernteanteilszusammenstellung, einer erhöhten Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil und verschiedene Ernteanteilstypen mit einer Vielzahl an Hindernissen. Die Hindernisse, die am häufigsten einen Zusammenhang mit Überwindungsmöglichkeiten aufweisen, sind der Aufwand bei der Solawi mitzuhelfen und die Unlust auf eine Interaktion mit anderen Mitgliedern oder den Produzent:innen.

Negative Korrelationen bestehen insbesondere zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten der Überkategorie „Soziale Interaktion“. Je weniger Lust die Befragten, auf eine Interaktion mit den Produzent:innen oder anderen Mitgliedern hatten, desto weniger befürworteten sie eine Vernetzung mit anderen Mitgliedern, eine enge Beziehung zu den Produzent:innen und eine hohe Einbindung in den Solawi-Betrieb. Zusätzlich weist das Hindernis *„Mir wäre es zu aufwendig, bei der Solawi mitzuhelfen.“* vier negative Korrelationen auf. Je aufwendiger die Mitarbeit für Befragte erschien, desto weniger befürworteten sie demnach eine Vernetzung mit anderen Mitgliedern, eine enge Beziehung zu den Produzent:innen, eine hohe Einbindung in den Solawi-Betrieb oder die Option, die Kosten eines Ernteanteils abzuarbeiten.

Stark positive Zusammenhänge zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten gibt es acht. Zum einen wurde die Option einer individuellen Ernteanteilszusammenstellung stärker befürwortet, je störender ein nicht individuell zusammenstellbarer Ernteanteil oder nicht gemochtes Gemüse empfunden wurde. Zudem stieg die Zustimmung für eine erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil, je stärker nur saisonales Gemüse im Ernteanteil und eine eingeschränkte Produktvielfalt im Vergleich zu (Super-)Märkten störten. Die Möglichkeit, die Mitgliedschaft vierteljährlich zu kündigen, wurde stärker befürwortet, je störender die Verbindlichkeit einer Mitgliedschaft empfunden wurde. Je weniger Lust die Befragten, auf eine Interaktion mit anderen Mitgliedern hatten oder je aufwendiger sie die Mithilfe bei einer Solawi empfanden, desto stärker stimmten sie einer möglichst geringen Einbindung zu. Der letzte stark positive Zusammenhang besteht zwischen der Überwindungsmöglichkeit *„Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen“* und dem Hindernis *„Ich kann mir einen Ernteanteil finanziell nicht leisten.“*

## 4. Diskussion

Die Ergebnisse der Umfrage geben Hinweise auf mögliche Hindernisse einer Solawi-Mitgliedschaft und Faktoren, die eine Mitgliedschaft attraktiver gestalten. Im Folgenden werden diese

Ergebnisse differenzierter betrachtet und daraus folgende Handlungsoptionen abgeleitet. Zudem werden Limitationen der Arbeit aufgedeckt und ein Überblick über weiterführende Forschungsmöglichkeiten gegeben.

#### 4.1. Hindernisse

Keine der Variablen der Hinderniskategorie „Verfügbarkeit“ wurde mehrheitlich bejaht (siehe Abbildung 3). Lediglich die Teilnehmenden, die in Dörfern wohnten, hatten vermehrt weder eine Solawi noch eine Abholstation in ihrer Umgebung. Dieses Ergebnis stimmt mit dem Befund von Wellner und Theuvsen (2017) überein, dass sich nur ein kleiner Anteil der Solawis in ländlichen Räumen befindet. Auffällig war der jeweils hohe Anteil der Antwortoption „weiß nicht“. Dieses Ergebnis lässt darauf schließen, dass sich viele der Befragten noch nicht eingehender mit möglichen Solawis in ihrer Nähe auseinandergesetzt hatten. Aufgrund des jeweils geringen „ja“-Stimmenanteils, lässt sich davon ausgehen, dass die Faktoren bzgl. Verfügbarkeit von (freien) Solawis bzw. Depots in der Umgebung größtenteils kein Hindernis für die Befragten darstellten.

Auch bei der Kategorie „Informationsdefizit“ wurde keiner der Variablen mehrheitlich zugestimmt. Dies bedeutet, dass Unwissenheitsfaktoren hinsichtlich Solidarischer Landwirtschaft für den Großteil der Teilnehmenden kein Hindernis darstellten. Daraus lässt sich schließen, dass sich die Befragten mehrheitlich schon vor der Umfrage mit dem Konzept auseinandergesetzt hatten.

Die Ergebnisse der Kategorie „Finanzielles“ sprechen dafür, dass finanzielle Faktoren die Befragten größtenteils nicht von einer Mitgliedschaft abhielten. Sowohl in der Literatur (siehe Kapitel 3.1.1.1) als auch den Interviews (siehe Kapitel 3.2.2) stellten höhere Kosten die am häufigsten genannte Barriere dar. Aufgrund dessen war davon auszugehen, dass finanzielle Aspekte auch in der Umfrage für einen größeren Teil der Befragten ein Hindernis einer Mitgliedschaft darstellten. Zusätzlich hatte über die Hälfte der Befragten monatlich weniger Geld zur Verfügung als das durchschnittliche Äquivalenzeinkommen in Deutschland im Jahr 2022 (Destatis 2023b), was die niedrige Zustimmung finanzieller Barrieren noch erstaunlicher macht. Aufgrund dieser Ergebnisse lässt sich davon ausgehen, dass die Teilnehmenden ein Verständnis der Werte und Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft hatten, das über finanzielle Überlegungen hinausging. Die vorhandenen moderaten bis starken Zusammenhänge mit den Variablen „*Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?*“ und „*Wie alt bist du (in Jahren)?*“ weisen jedoch auf Unterschiede hinsichtlich demografischer Faktoren hin. Aus den vorhandenen Korrelationen lässt sich schließen, dass je weniger Geld die Befragten monatlich zur Verfügung hatten, desto stärker hinderten sie mangelnde finanzielle Ressourcen oder die Inflation daran, eine Mitgliedschaft einzugehen. Dieses Ergebnis stimmt mit den

Angaben der Interviewpartner:innen überein, die den Preis der Ernteanteile als Barriere für finanziell schlechter gestellte Personen nannten (siehe Kapitel 3.2.2). Der moderat negative Zusammenhang zwischen der Variable *„Ich habe keine Lust mehr Geld für Gemüse auszugeben als im Supermarkt.“* und dem Alter der Befragten lässt darauf schließen, dass je älter die Befragten waren, desto weniger stellte der preisliche Unterschied zwischen Solawi- und Supermarkt-Gemüse ein Problem dar. Dieses Ergebnis könnte verschiedene Ursachen haben. Zum einen besteht die Möglichkeit, dass ältere Menschen mehr Wert auf eine gesunde Ernährung legen und deshalb bereit sind, einen höheren Preis für frisches, lokal angebautes Gemüse zu zahlen. Zum anderen befinden sich ältere Personen vermutlich größtenteils nicht mehr in Ausbildung und haben dadurch eher die Möglichkeit Geld zu verdienen, um sich das teurere Gemüse leisten zu können. Diese Vermutung wird von den Umfrageergebnissen gestützt. So waren unter den Teilnehmenden, die sich in Ausbildung befanden, 86% jünger als 30 Jahre. Zudem besteht eine moderat positive Korrelation zwischen dem Alter und dem monatlich zur Verfügung stehenden Geld ( $\rho=,395$ ) (siehe Anhang Tabelle 22), die aussagt, dass die Befragten monatlich mehr Geld zur Verfügung hatten, je älter sie waren.

Bei der Kategorie „Aufwand“ stellte am ehesten die Mitarbeit ein Hindernis einer Mitgliedschaft dar. Für die Mehrheit der Befragten, die 4000€ und mehr im Monat zur Verfügung hatten, war zudem die wöchentliche Abholung ein Hindernis. Ursächlich dafür könnten knappe zeitliche Ressourcen sein, da der Großteil dieser Menschen zum Umfragezeitpunkt Vollzeit beschäftigt war. Insbesondere der Aufwand des Abholens und der Verwertung des Ernteanteils wurden von fast allen Interviewpartner:innen als Hindernis einer Mitgliedschaft identifiziert (siehe Kapitel 3.2.2). Aufgrund dessen wurde bei diesen Variablen ursprünglich mit einer insgesamt höheren Zustimmung gerechnet.

Die Kategorie „Inflexibilität“ enthält die zwei Hindernisse der nicht aussetzbaren Ernteanteillieferung während Abwesenheit und der Abholung in einem festgelegten Zeitfenster, die die größte Zustimmung erhielten. Dies weist darauf hin, dass besonders mit Inflexibilität einhergehende Faktoren eine Solawi-Mitgliedschaft für die Befragten verhinderten. Bei der Kategorie „Unpassend“ stellten vor allem mangelnde zeitliche Ressourcen eine Barriere dar, die größer wurde, je mehr Geld die Befragten monatlich zur Verfügung hatten. Daraus lässt sich schließen, dass insbesondere wohlhabende Menschen zu wenig Zeit für eine Mitgliedschaft haben. Die Variable *„Ich esse kaum Gemüse.“* wurde hingegen von fast 90% abgelehnt. Demnach ist davon auszugehen, dass die Befragten mehrheitlich (regelmäßig) Gemüse aßen und dies demnach kein Hindernis einer Mitgliedschaft darstellte.

Keiner der in der Kategorie „Charakteristika Ernteanteil“ enthaltenen Variablen wurde mehrheitlich zugestimmt. Der Großteil der Befragten sah weder die Saisonalität des Ernteanteils noch unbekanntes oder unperfektes Gemüse als Hindernis einer Mitgliedschaft an. Dies

spricht dafür, dass die Teilnehmenden offen gegenüber neuen Sorten waren und keine Vielfalt an überregionalem und makellosem Gemüse benötigten, wie es in Supermärkten üblich ist. Die Ablehnung beider in der Kategorie „Soziale Interaktion“ enthaltenen Variablen lässt darauf schließen, dass die Interaktion mit anderen Mitgliedern oder den Produzent:innen kein elementares Hindernis einer Mitgliedschaft darstellte.

Die in den Interviews genannte Existenz attraktiverer Alternativen bzw. eines eigenen Gartens, der eine Solawi-Mitgliedschaft überflüssig macht, fand sich auch in den Umfrageergebnissen wieder. So nannten, in der offenen Frage nach weiteren Hindernissen, 15 Personen alternative Bezugsquellen (siehe Anhang Tabelle 5). Des Weiteren gaben insgesamt 76% der Befragten an, Lebensmittel von Bioläden, Wochenmärkten, einem Gemüsekastenabonnement oder dem eigenen Garten zu beziehen. Daraus lässt sich schließen, dass der Großteil der Befragten bereits über eine Quelle für biologisches und/ oder regionales Gemüse verfügte.

Die Gesamtergebnisse der Hindernisse betrachtend fällt auf, dass lediglich eine nicht aussetzbare Ernteanteilslieferung während Abwesenheit und die Abholung des Ernteanteils in einem bestimmten Zeitfenster mehrheitlich Zustimmung erhielten (siehe Abbildung 3). Darüber hinaus erhielten fünf weitere Hindernisse mehr Zustimmung als Ablehnung. Diese waren der Aufwand mitzuhelfen, mangelnde Zeitressourcen, die Bevorzugung bisheriger Lebensmittelbezugsquellen, der Erhalt nicht gemochter Lebensmittel und die fehlende Auswahlmöglichkeit der Ernteanteils-Zusammensetzung. 32 der 34 Variablen stellten demnach für die Mehrheit der Befragten keine Hindernisse einer Mitgliedschaft dar. Aufgrund dessen lässt sich davon ausgehen, dass die Teilnehmenden dazu bereit waren, Unannehmlichkeiten, die mit einer Solawi-Mitgliedschaft einhergehen, hinzunehmen. Ursächlich dafür könnte ein hohes Problembewusstsein sein, sodass der positive Nutzen einer Mitgliedschaft höher angesehen wurde als die damit einhergehenden Kosten. Zudem ist möglich, dass die Befragten bereits gewohnt waren, Unannehmlichkeiten für nachhaltigen Konsum hinzunehmen. Diese Annahme wird durch das Ergebnis von 66% der Stichprobe, die bereits nachhaltige Konsumstätten wie Bioläden, Wochenmärkte oder Unverpacktläden aufsuchten, gestützt.

## 4.2. Überwindungsmöglichkeiten

In der Kategorie „Informationen“ schienen insbesondere Hofführungen, Lagerungshinweise und Rezeptideen die Attraktivität einer Mitgliedschaft für die Befragten zu steigern. Die beiden letzteren Faktoren bestätigen die Ergebnisse von Goland (2002), die Informationsblätter und Rezeptideen zu den im Ernteanteil enthaltenen Lebensmitteln empfiehlt. Informationen hinsichtlich der Unterschiede zu Supermarkt-Gemüse und den Vorteilen von Solawi erhielten kaum Zustimmung. Dieses Ergebnis deckt sich mit den niedrigen Zustimmungswerten zu einer Unklarheit hinsichtlich der Unterschiede und Vorteile als potenzielle Hindernisse.



In der Kategorie „Finanzielles“ bestehen drei moderat negative Korrelationen mit den Faktoren Geld und Alter. Zwei der Korrelationen weisen darauf hin, dass je älter die Befragten waren oder je mehr Geld sie monatlich zur Verfügung hatten, desto weniger erhöhte die Option günstigerer Preise für finanziell schlechter gestellte Personen ihre Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft. Dieses Ergebnis war vorhersehbar, da Menschen, die monatlich mehr Geld zur Verfügung haben, in der Regel nicht finanziell schlecht gestellt sind und Alter und Geld positiv korrelieren. Die dritte negative Korrelation lässt darauf schließen, dass je mehr Geld die Befragten monatlich zur Verfügung hatten, desto weniger erhöhte die Möglichkeit, die Kosten für einen Ernteanteil abzarbeiten, ihre Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft. Eine Ursache dafür könnten die für Mitarbeit notwendigen zeitlichen Ressourcen sein, die insbesondere bei wohlhabenden Befragten knapp waren. Zusätzlich können sich Menschen, die ausreichend Geld zur Verfügung haben, auch ohne Mitarbeit einen Ernteanteil finanziell leisten. Die hohe Zustimmung zu der Option, die Kosten eines Ernteanteils abzarbeiten, unter den Teilnehmenden, die sich in Ausbildung befanden oder Care-Arbeit leisteten, könnte darauf zurückzuführen sein, dass diese Menschen zeitlich flexibel waren, um Mitarbeit in ihren Alltag zu integrieren. Zudem hatte der Großteil der Menschen in Ausbildung unter 1000€ monatlich zur Verfügung, sodass diese Option für sie möglicherweise eine finanzielle Entlastung darstellte. Aspekte der Kategorie „Aufwand“, die die Wahrscheinlichkeit für eine Mitgliedschaft erhöhten, waren insbesondere die Lieferung des Ernteanteils zur eigenen Haustür, eine Abholstelle im Supermarkt und eine hohe Digitalisierung der Solawi.

„Flexibilität“ war die einzige Kategorie, bei der alle enthaltenen Variablen mehrheitlich Zuspruch erhielten. Demnach haben Flexibilitäts-Faktoren ein hohes Potenzial, die Attraktivität einer Mitgliedschaft zu erhöhen. Diese Resultate stimmen mit den hohen Zustimmungswerten der Inflexibilitäts-bezogenen Hindernisse überein. Eine Probemitgliedschaft bietet die Möglichkeit, das Konzept zu testen, bevor man sich für ein Jahr bindet. Das Risiko, langfristig für etwas Geld auszugeben, das nicht zu einem passt oder nicht den eigenen Erwartungen entspricht, wird somit reduziert. Demnach ist nicht verwunderlich, dass diese Option insbesondere unter den Menschen, die wenig finanzielle Ressourcen monatlich zur Verfügung hatten, Anklang fand. Die besonders hohe Zustimmung zur vierteljährigen Kündigungsfrist unter den Menschen, die in Berlin lebten oder in Ausbildung waren, kann verschiedene Ursachen haben. So kann bspw. davon ausgegangen werden, dass Menschen nach Abschluss ihrer Ausbildung häufig den Wohnort wechseln, was eine Verbindlichkeit einer Mitgliedschaft für ein Jahr erschwert. Dasselbe gilt für Bewohner:innen von Berlin, da nach Judith von der PlantAge eG die Stadt durch eine hohe Fluktuation der dort lebenden Menschen gekennzeichnet ist (siehe Anhang 1.3.5). Geschlechtsspezifisch lag sowohl bei einer Probemitgliedschaft als auch bei einer vierteljährlichen Kündigungsfrist die Zustimmung unter den Teilnehmerinnen merklich höher als unter den männlichen Befragten. Ursächlich dafür könnte eine geringere Risikobereitschaft

von Frauen sein (Khor et al. 2020), da beide Optionen das Risiko einer ungewollten langfristigen Entscheidung reduzieren.

Auch Ernteanteils-spezifische Überwindungsmöglichkeiten erhöhten größtenteils die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft. Die hohe Zustimmung zu der Option der individuellen Ernteanteilszusammenstellung spiegelt sich in der Erfahrung der Solawi Großhöchberg wider, bei der seit Einführung der Individualverteilung eine besonders hohe Mitgliederzufriedenheit verzeichnet wurde. Lediglich nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil wurde mehrheitlich abgelehnt. Dies lässt darauf schließen, dass für die Befragten eine rein regionale Zusammenstellung des Ernteanteils ausreichend war.

Die Variablen der Kategorie „Soziale Interaktion“ erhöhten für den Großteil der Befragten nicht die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft. Dieses Ergebnis stimmt mit den Erkenntnissen aus der Literatur überein, nach denen soziale Faktoren kein maßgeblicher Motivator für eine Mitgliedschaft darstellen (siehe Kapitel 3.1.2.2). Hinsichtlich des Zeitpunktes, wann die Inhalte des Ernteanteils kommuniziert werden sollten, war ein bis zwei Tage vor der Abholung für die Mehrheit der Befragten ausreichend (siehe Anhang Tabelle 7).

Die Antworten zu möglichen weiteren Überwindungsmöglichkeiten waren sehr divers. So enthalten die gebildeten Kategorien mit Ausnahme von „Abholstelle/ Solawi in der Nähe“, „Transparenz“ und „Möglichkeit Anteile zu teilen“ sehr unterschiedliche Aspekte, die nur oberflächlich zu einer Kategorie zusammengefasst werden konnten (siehe Anhang 2.2.). Dies weist darauf hin, dass sich die Befragten hinsichtlich ihrer Bedürfnisse, Vorlieben und Erwartungen an Solidarische Landwirtschaft stark unterschieden. Demzufolge scheint es schwierig zu sein, eine Solawi zu gestalten, die den Anforderungen und Wünschen aller potenzieller Mitglieder gerecht wird.

Alle in der Umfrage enthaltenen Überwindungsmöglichkeiten betrachtend fällt auf, dass 14 der 26 Optionen mehrheitlich auf Zuspruch bei den Befragten stießen (siehe Abbildung 4, Anhang Tabelle 6). Daraus lässt sich schließen, dass es zahlreiche Möglichkeiten gibt, die die Attraktivität einer Solawi-Mitgliedschaft erhöhen. Die vier zentralsten Faktoren waren hierbei eine Aussetzbarkeit der Anteilslieferung während Abwesenheiten, die Auswahl zwischen verschiedenen Ernteanteilsgrößen und Abholtagen und eine Probemitgliedschaft.

### 4.3. Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten

Die zehn negativen Korrelationen weisen darauf hin, dass manche Faktoren bestehende Hindernisse nicht verbessern, sondern eher verschlechtern. So sind insbesondere die Aspekte, die eine höhere (soziale) Einbindung zur Folge haben, für Menschen, die dies als Hindernis sehen, kontraproduktiv (siehe Abbildung 6). Da 35 der insgesamt 45 Korrelationen jedoch

positiv sind, lässt sich davon ausgehen, dass sich der Großteil der Überwindungsmöglichkeiten vorteilhaft auf Hindernisse auswirkt.

Bei Faktoren, die besonders häufig positiv mit Hindernissen korrelieren, ist davon auszugehen, dass diese die meisten potenziellen Barrieren einer Mitgliedschaft überwinden können. Dies war bei den Optionen einer individuellen Ernteanteilszusammenstellung, einer erhöhten Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil und verschiedene Ernteanteilstypen der Fall (siehe Abbildung 5). Nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil wurde jedoch nur von einem geringen Anteil der Befragten befürwortet (siehe Abbildung 3). Demnach sollte die Umsetzung dieser Überwindungsmöglichkeit nicht im Fokus stehen.

Hindernisse, die die häufigsten positiven Zusammenhänge mit Überwindungsmöglichkeiten aufweisen, sind eine nicht vorhandene Auswahlmöglichkeit der Ernteanteils-Zusammensetzung, der Erhalt nicht gemochten Gemüses, eine kurzfristige Information über den Inhalt des Ernteanteils und eine eingeschränkte Produktvielfalt im Vergleich zu (Super-)Märkten (siehe Abbildung 5). Es lässt sich demnach davon ausgehen, dass mehrere Optionen bestehen, um diese vier potenziellen Barrieren einer Mitgliedschaft zu überwinden. Aufgrund der Zustimmungsergebnisse lässt sich jedoch sagen, dass lediglich eine nicht vorhandene Auswahlmöglichkeit der Ernteanteils-Zusammensetzung und der Erhalt nicht gemochten Gemüses als relevantes Hindernis angesehen werden können (siehe Abbildung 3). Zusätzlich weisen jedoch auch weitere, durch die Umfrage als relevant identifizierte Hindernisse, Zusammenhänge mit Überwindungsmöglichkeiten auf. So kann davon ausgegangen werden, dass das Hindernis einer nicht aussetzbaren Ernteanteilslieferung während Abwesenheit durch eine aussetzbare Ernteanteilslieferung beseitigt werden kann. Zudem kann durch eine Wahl zwischen verschiedenen Abholtagen das Hindernis der Abholung des Ernteanteils in einem bestimmten Zeitfenster überwunden werden. Zu guter Letzt vermeidet eine möglichst geringe Einbindung einen durch Mithilfe verursachten Aufwand (siehe Abbildung 5 und Abbildung 6).

Betrachtet man die Korrelationen hinsichtlich der für Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten erstellten Überkategorien fällt auf, dass 36 der insgesamt 45 Zusammenhänge innerhalb derselben bzw. jeweils passenden Überkategorien bestehen (siehe Abbildung 5 und Abbildung 6). Die zur Überkategorie „Informationen“ passende Hinderniskategorie lautet „Informationsdefizit“, die zu „Flexibilität“ passende ist „Inflexibilität“. Dies spricht dafür, dass sowohl Hindernisse als auch Überwindungsmöglichkeiten den passenden Kategorien zugeordnet wurden und größtenteils passende Überwindungsmöglichkeiten für bestehende Hindernisse einer Kategorie identifiziert wurden. Zu „Verfügbarkeit“ und „Unpassend“ gibt es keine passende Überkategorie der Überwindungsmöglichkeiten. Dies könnte ursächlich dafür sein, dass lediglich ein Hindernis dieser Kategorien („*Ich gehe lieber nach Rezept einkaufen.*“) einen Zusammenhang mit Überwindungsmöglichkeiten aufwies. Zudem sind die Hindernisse der

Überkategorie „Verfügbarkeit“ nicht Likert-, sondern nominalskaliert, sodass aufgrund nicht aussagekräftiger Ergebnisse auf Zusammenhangsprüfungen mit ordinalskalierten Überwindungsmöglichkeiten verzichtet wurde.

Faktoren, die mit keiner der Überwindungsmöglichkeiten korrelieren, sind die Unklarheit, ob eine Mitgliedschaft passt, ein schlechtes Preis-Leistungsverhältnis, ein zu kleiner oder zu großer Umfang des Ernteanteils, das selbstständige Abwiegen der Inhalte, das nicht essen von Gemüse, keine Person zum Teilen, unperfektes Gemüse und die Bevorzugung derzeitiger Wege um Lebensmittel zu beziehen. Um diese Barrieren aufzulösen, müssten somit noch weitere Überwindungsmöglichkeiten identifiziert werden. Der Großteil dieser Faktoren erfuhr allerdings nur eine geringe Zustimmung (siehe Abbildung 3). Demnach lässt sich davon ausgehen, dass passende Überwindungsmöglichkeiten nicht zwingend notwendig sind, da die Aspekte ohnehin nur für wenige Befragte ein Hindernis einer Mitgliedschaft darstellten. Lediglich die Bevorzugung derzeitiger Wege, um Lebensmittel zu beziehen erhielt mehr Zustimmung als Ablehnung (siehe Abbildung 3). Da dieses Hindernis schwer mit einer Solawi-Mitgliedschaft vereinbar ist, ist fraglich, ob es überhaupt Möglichkeiten der Überwindung gibt. Denkbar wäre lediglich, eine Solawi-Mitgliedschaft so anzupassen, dass sie sich kaum von den derzeitigen Lebensmittelbezugsquellen unterscheidet oder attraktiver als diese ist.

Aspekte, die mit keinem der Hindernisse korrelieren sind Lagerungshinweise, Hofführungen, eine detaillierte Einführung zu Beginn der Mitgliedschaft, eine Abholstelle auf dem Supermarkt oder Wochenmarkt, verschiedene Ernteanteilsgrößen und eine große Produktvielfalt. All diese Aspekte wurden jedoch von einem Teil der Befragten befürwortet, fünf sogar mehrheitlich (siehe Abbildung 4). Demnach erhöhen diese Variablen, auch unabhängig von Hindernissen, für manche Befragten die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft.

#### 4.4. Schlussfolgerungen

Den Ergebnissen zur Folge sollten sich Solawis insbesondere auf die Möglichkeit, die Ernteanteilslieferung während Abwesenheit auszusetzen und das Anbieten verschiedener Abholtage fokussieren. Hintergrund dessen ist, dass diese Aspekte sowohl die stärkste Zustimmung unter den Überwindungsmöglichkeiten erhielten (siehe Abbildung 4) als auch Hindernisse mit hoher Zustimmung überwinden können. Die Option Ernteanteilslieferungen während Abwesenheit auszusetzen, wurde bereits von verschiedenen Solawis durch ein Joker-System umgesetzt (PlantAge eG 2023a; Kartoffelkombinat eG 2023b; KoLa Leipzig eG 2023a). Dieses ist allerdings auf jährlich vier Joker, sprich vier Wochen ohne Ernteanteilslieferung, begrenzt. Für Arbeitnehmer:innen, die nur einen begrenzten Urlaubsanspruch haben, ist dies vermutlich ausreichend. Für beruflich Selbstständige, die ihren Urlaub frei wählen können oder Studierende, die mehrere Monate im Jahr Semesterferien haben, sind vier Wochen ggf. nicht

ausreichend. Für diese Fälle wäre ein Netzwerk an Solawi-Interessierten Nicht-Mitgliedern, die bei längerer Abwesenheit einspringen könnten, denkbar.

Die Überwindungsmöglichkeit „verschiedene Abholtage“ wurde bereits von der Gärtnerhof Entrup eG umgesetzt, indem die verschiedenen Depots an jeweils anderen Tagen beliefert werden. Allerdings setzt dies voraus, dass die Depots nahe beieinander liegen, damit Mitglieder tatsächlich zwischen verschiedenen Abholtagen wählen können. Falls die Depots weit auseinander liegen oder lediglich ein Depot existiert, wäre eine Option diese(s) an mehreren Tagen zu beliefern. Dies wäre allerdings mit einem hohen zusätzlichen Zeitaufwand für Solawis verbunden. Eine weitere Option könnte darin bestehen, eine Abholzeitspanne über mehrere Tage anzubieten, sodass der Ernteanteil nicht nur am Liefertag, sondern auch an den darauffolgenden Tagen abgeholt werden kann. Hierbei könnte es jedoch, insbesondere bei hohen Temperaturen, dazu kommen, dass das Gemüse bei Abholung nicht mehr frisch oder gar verschimmelt ist. Um dies zu vermeiden, müssten die Depots entweder sehr gut isoliert sein oder über Kühlungsinfrastruktur verfügen. Fraglich ist jedoch, ob entsprechende Räume gefunden werden können und eine Kühlung nicht zu ressourcenintensiv wäre. Zudem würden unbegrenzte Depotöffnungszeiten, wie sie die WirGarten Lüneburg eG anstrebt, die Flexibilität hinsichtlich des Abholzeitraums erhöhen.

Zusätzliche Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft mehrheitlich erhöhten und zentrale Hindernisse potenziell vermeiden können, sind die Möglichkeit zur individuellen Ernteanteilszusammenstellung sowie unterschiedliche Ernteanteilstypen. Eine Orientierung, wie eine Individualverteilung vonstattengehen kann, bietet die Solawi Großhöchberg (demeter Gärtnerei & solidarische Landwirtschaft Großhöchberg 2023a). Bzgl. verschiedener Ernteanteilstypen bestände für Betriebe, deren Ernteanteile tierische Produkte enthalten, die Möglichkeit reine Gemüseanteile anzubieten, um Vegetarier:innen bzw. Veganer:innen eine Mitgliedschaft zu ermöglichen. Es bestünde außerdem die Option, bei rein pflanzlichen Ernteanteilen unterschiedliche Schwerpunkte zu setzen. Zum Beispiel könnten Ernteanteile mit einem höheren oder niedrigeren Anteil an Salat oder Wurzelgemüse in Betracht gezogen werden. Es gilt jedoch zu beachten, dass sowohl eine Individualverteilung als auch unterschiedliche Ernteanteilstypen mit einem logistischen Mehraufwand einhergehen. Dies ist insbesondere für große Solawis mit einer hohen Mitgliederanzahl herausfordernd. Für reine Solawi-Betriebe verkomplizieren unterschiedliche Ernteanteilstypen oder eine Individualverteilung zudem die Anbauplanung. Betriebe, die neben Solawi noch andere Vermarktungswege haben, könnten Lebensmittel, die nicht von den Mitgliedern gewählt werden, auf dem Wochenmarkt verkaufen. Zusätzlich bestünde für sie die Option, den Mitgliedern die Möglichkeit zu geben, sich beim Marktstand das Gemüse nach festgelegten Kriterien eigenständig zusammenzustellen.

Zwei weitere Aspekte, auf die sich Solawis fokussieren sollten, sind verschiedene Ernteanteilsgrößen und die Option einer Probemitgliedschaft, da diese die Attraktivität einer Mitgliedschaft für fast alle Befragten steigerten (siehe Abbildung 4). Die Ernteanteilsgrößen können zwischen kleinem und großem bzw. halben und ganzen Anteil bis hin zu vier verschiedenen Größen (WirGarten Lüneburg eG 2023b) variieren. Je vielfältiger die Auswahl verschiedener Größen ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Ernteanteilsumfang zu den Essgewohnheiten der Mitglieder passt. Gleichzeitig kann davon ausgegangen werden, dass mit zunehmender Vielfalt an unterschiedlichen Größen der logistische Aufwand der Solawis steigt. Die Möglichkeit, eine Probemitgliedschaft abzuschließen, wurde bereits von sechs der acht interviewten Solawis etabliert. Bei der Entrup eG gibt es Menschen, die einen Ernteanteil für einen Probemonat verschenken (Gärtnerhof Entrup eG). Diese Variante bietet die Möglichkeit, Menschen, die sich bislang noch nicht eingehender mit Solidarischer Landwirtschaft auseinandergesetzt haben oder Schwierigkeiten haben den ersten Schritt zu wagen, als neue Mitglieder zu gewinnen.

#### 4.5. Limitationen

Obwohl diese Arbeit umfassende Ergebnisse zu möglichen Hindernissen einer Solawi-Mitgliedschaft und deren Überwindungsmöglichkeiten liefert, ist es von Bedeutung, bestehende Limitationen zu identifizieren, um die Grenzen dieser Forschung aufzuzeigen. Die im Verlauf der Arbeit geführten Interviews sollten dazu dienen, die Ergebnisse der Literaturrecherche zu ergänzen. Darüber hinaus war das Ziel, möglichst viele verschiedene Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten zu identifizieren. Betriebe, die Solidarische Landwirtschaft betreiben sind divers (Heyland 2017; Bietau et al. 2013; Kraiß und Meißner 2016; Kunzmann 2015). Anhand der acht, mit Solawi-Betrieben geführten Gesprächen, konnte nur ein kleiner Teil der über 400 in Deutschland bestehenden Solawis abgedeckt werden. Darüber hinaus handelt es sich bei der Hälfte des Samples um große Genossenschaften, die sich in der Ausführung des Konzepts stark ähneln. Es ist demnach davon auszugehen, dass eine höhere Anzahl an Interviews und eine größere Vielfalt von Betrieben mit unterschiedlichen Ausgestaltungen ggf. ein breiteres Spektrum an potenziellen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten ermöglicht hätten. Es lässt sich allerdings feststellen, dass sich die genannten Hindernisse, trotz der Unterschiedlichkeit der interviewten Betriebe, stark überschneiden.

Auch die durchgeführte Umfrage weist Limitationen auf. So lassen sich die Umfrageergebnisse nicht auf die Grundgesamtheit aller Nicht-Mitglieder in Deutschland übertragen, auch wenn alle moderaten bis hohen Korrelationen nach SPSS hoch signifikant sind (siehe Anhang 2.4). Hintergrund dessen ist die fehlende Repräsentativität der Umfrage (Gehrau et al. 2022; Beywl 2010). „Eine Repräsentativität einer Stichprobe ist nicht gegeben, wenn die Stichprobe verzerrt

ist, d.h. wenn bestimmte Elemente in der Stichprobe anteilig häufiger vorkommen als in der Grundgesamtheit.“ (Gehrau et al. 2022: 202). In der durchgeführten Umfrage ist dies der Fall. So enthielt die Stichprobe überdurchschnittlich viele Menschen, die bereits nachhaltig konsumierten. Während 57% der Befragten angaben, ihre Lebensmittel unter anderem in Bioläden einzukaufen, liegt die Zahl deutschlandweit bei lediglich 22% (statista 2023; Scholle 2023). Ursächlich dafür sind vermutlich die Verteilkanäle der Umfrage, die sich vorwiegend an Menschen richteten, die sich bereits für Solidarische Landwirtschaft oder ökologische Themen interessierten. Des Weiteren ist davon auszugehen, dass insbesondere Menschen, die bereits mit Solidarischer Landwirtschaft vertraut waren, überhaupt Interesse zeigten, an der Befragung teilzunehmen. Neben dem höheren Anteil an Kund:innen von Bioläden lag zusätzlich der Anteil an Personen weiblichen Geschlechts in der Umfrage deutlich über dem deutschen Durchschnitt (Destatis 2023a). Dies könnte auf das generell höhere Interesse weiblicher Personen an Solidarischer Landwirtschaft zurückzuführen sein (Boddenberg et al. 2017). Das Durchschnittsalter lag hingegen mit 39,74 Jahren unter dem durchschnittlichen Alter der deutschen Bevölkerung von 44,6 Jahren (Turulski 2023). Dies ist unter anderem auf die Wahl der Online-Befragung zurückzuführen, da Internetnutzer:innen jünger als der Durchschnitt sind (Wagner-Schelewsky und Hering 2022). Zudem schließt eine Online-Befragung Personen, die das Internet nur selten oder überhaupt nicht nutzen, von einer Teilnahme aus (Richter et al. 2021). Eine Zufallsauswahl der Stichprobe, wie sie für repräsentative Ergebnisse notwendig gewesen wäre (Gehrau et al. 2022), war im Rahmen dieser Arbeit aufgrund mangelnder zeitlicher und finanzieller Möglichkeiten nicht möglich.

Auch unabhängig von Repräsentativitätskriterien hätte eine diversere Stichprobe vermutlich zu vielfältigeren Ergebnissen, unter anderem einer größeren Zustimmung der Hindernisse, geführt. Es stellt sich jedoch die Frage, wie brauchbar die Ergebnisse gewesen wären, falls viele der Teilnehmenden Solidarische Landwirtschaft mit Supermärkten verglichen und kein wirkliches Interesse an einer Mitgliedschaft gehabt hätten. Um eine heterogenere Befragungsgruppe zu erreichen, hätten noch weitere E-Mail-Verteiler identifiziert oder die Umfrageteilnehmenden persönlich akquiriert werden müssen. Es bleibt jedoch unklar, ob die Umfrage über Verteiler, die keine Verbindung zum Thema haben, verbreitet worden wäre und welche Rücklaufquote dadurch erzielt worden wäre. Eine persönliche Rekrutierung wäre hingegen im Rahmen dieser Arbeit zu zeitaufwendig gewesen.

Das umfangreiche Sample ermöglichte die Abdeckung fast aller Antwortmöglichkeiten. Lediglich „Mecklenburg-Vorpommern“ als Bundesland wurde von keiner Person gewählt. Manche Antwortmöglichkeiten wurden jedoch nur von einer geringen Teilnehmendenzahl ausgewählt. Hierdurch wurde eine umfassende und aussagekräftige Auswertung in Bezug auf einige soziodemografische Faktoren beeinträchtigt.

## 4.6. Weitere Forschungsperspektiven

Die durch diese Arbeit gewonnenen Erkenntnisse und identifizierten Limitationen, eröffnen Perspektiven für zukünftige Forschungsmöglichkeiten. Da in dieser Arbeit insbesondere Personen adressiert wurden, die bereits nachhaltig konsumieren, wäre es interessant, die Hindernisse einer Mitgliedschaft und mögliche attraktivitätssteigernde Faktoren von Menschen zu untersuchen, die bislang noch nicht nachhaltig konsumieren und/ oder noch nichts von Solawi gehört haben. Hierdurch könnte der Bekanntheitsgrad von Solidarischer Landwirtschaft gesteigert und der potenzielle Mitgliederkreis erhöht werden. Durch eine umfassende Recherche aller existierenden Solawis könnte der Erkenntnisstand zu bewährten Strategien zur Steigerung der Attraktivität einer Mitgliedschaft erweitert werden. Die Rechercheergebnisse könnten anschließend in einem Best-Practice-Leitfaden für ent- und bestehende Solawis zusammengeführt werden. Weiterhin wäre eine Forschungsarbeit denkbar, die die Wirksamkeit, der in dieser Arbeit identifizierten Überwindungsmöglichkeiten, untersucht. Dies könnte bspw. anhand von Fallstudien mit Betrieben, die entsprechende Aspekte integrieren, umgesetzt werden. Bei diesen Betrieben könnte anschließend der Einfluss dieser Maßnahmen auf die Mitgliederzahlen oder -akquirierung gemessen werden. Um einen Beitrag zur erfolgreichen Umsetzung des Angebots verschiedener Ernteanteilstypen zu leisten, könnte zudem analysiert werden, welche Kombinationen für die Mitglieder ansprechend und gleichzeitig für Solawis umsetzbar wären. Zu guter Letzt wären vergleichende Studien auf internationaler Ebene denkbar, da Solidarische Landwirtschaft in vielen unterschiedlichen Ländern existiert. Erkenntnisse US-amerikanischer Studien deuten darauf hin, dass es Überschneidungen hinsichtlich Hindernisse einer Mitgliedschaft und attraktivitätssteigernden Faktoren in Deutschland und den USA gibt (Goland 2002; Cone und Myhre 2000). Es könnte überprüft werden, ob diese Überschneidungen auch bei anderen Ländern bestehen.

## 5. Fazit

Nach einer Analyse der Hindernisse einer Solawi-Mitgliedschaft für Verbraucher:innen in Deutschland und deren Überwindungsmöglichkeiten, bietet das folgende Fazit einen zusammenfassenden Einblick in die Kernergebnisse dieser Masterarbeit. Die erste Forschungsfrage *„Welche Barrieren verhindern eine Mitgliedschaft bei einer Solidarischen Landwirtschaft für Verbraucher:innen in Deutschland?“* kann folgendermaßen beantwortet werden: Anhand der Literaturrecherche, den neun Interviews mit Solawis sowie dem *Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.* und der Verbraucher:innen-Umfrage konnte eine Vielzahl potenzieller Hindernisse herausgefunden werden. Diese setzen sich aus finanziellen, zeitlichen, informationellen, präferenzorientierten, gesundheitlichen, ernteanteilsspezifischen, inflexibilitäts-, inkompatibilitäts-, verfügbarkeits- und aufwandsbezogenen Faktoren zusammen. Durch die Umfrage



konnten eine nicht aussetzbare Ernteanteilslieferung während Abwesenheit und die Abholung des Ernteanteils in einem bestimmten Zeitfenster als primäre Hindernisse einer Mitgliedschaft identifiziert werden. Weitere relevante Hindernisse waren der Aufwand mitzuhelfen, mangelnde Zeitressourcen, die Bevorzugung bisheriger Lebensmittelbezugsquellen, der Erhalt nicht gemochter Lebensmittel und die fehlende Auswahlmöglichkeit der Ernteanteils-Zusammensetzung.

Die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage *„Wie können diese Barrieren überwunden werden bzw. welche Aspekte gestalten eine Mitgliedschaft attraktiver für Verbraucher:innen in Deutschland?“* lautet folgendermaßen: Anhand der Umfrageergebnisse hat sich gezeigt, dass das Hindernis einer nicht aussetzbaren Ernteanteilslieferung durch die Möglichkeit, die Lieferung bei Abwesenheit flexibel auszusetzen, überwunden werden kann. Zudem kann die Barriere der Abholung des Ernteanteils in einem bestimmten Zeitfenster durch verschiedene wählbare Abholtagen verringert werden. Eine individuelle Ernteanteilszusammenstellung und verschiedene Ernteanteilstypen verhindern die beiden Störfaktoren der fehlenden Auswahlmöglichkeit der Ernteanteils-Zusammensetzung und des Erhalts nicht gemochten Gemüses. Zusätzlich vermeidet eine möglichst geringe Einbindung die durch den Aufwand von Mitarbeit verursachte Barriere.

Die nach Relevanz geordneten Faktoren, die für die Mehrheit der Befragten die Wahrscheinlichkeit einer Mitgliedschaft erhöhten, sind die Möglichkeit, die Ernteanteilslieferung bei Abwesenheit flexibel auszusetzen, die Auswahl verschiedener Ernteanteilsgrößen, verschiedene zur Auswahl stehende Abholtage, eine Probemitgliedschaft, eine individuelle Ernteanteilszusammenstellung, verschiedene Ernteanteilstypen, eine vierteljährliche Kündigungsfrist, eine Abholstelle auf dem Supermarkt, die Lieferung der Ernteanteile zur Haustür, günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen, Lagerungshinweise, Hofführungen und eine hohe Digitalisierung der Solawi. Darüber hinaus wurden noch zahlreiche weitere Faktoren, die die Attraktivität einer Mitgliedschaft potenziell steigern können, identifiziert. Diese sind sehr vielfältig und lassen sich oberflächlich zu finanziellen, informationellen, vereinfachenden, flexibilitätssteigernden, ernteanteilsspezifischen und verfügbarkeitsbezogenen Faktoren zusammenfassen.

Durch den Fokus auf Nicht-Mitglieder und Barrieren einer Mitgliedschaft sowie deren Überwindungsmöglichkeiten, konnte die zu Beginn identifizierte Forschungslücke geschlossen werden. Gleichzeitig wurde die bestehende Forschung zu Solidarischer Landwirtschaft in Deutschland erweitert, indem Wissen generiert wurde, das über die Schwierigkeiten und Motive bestehender Mitglieder hinausgeht.

Aufgrund der Diversität der Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten, die sich von Person zu Person unterscheiden, kann es vermutlich keine „perfekte“ Solawi geben, die allen

Bedürfnissen und Vorlieben der Verbraucher:innen gerecht wird. Dennoch ist anzunehmen, dass bestimmte Faktoren für viele Menschen von Relevanz sind. Diese Arbeit liefert Informationen darüber, welche Aspekte dies sein könnten. Die als relevant identifizierten Hindernisse und Überwindungsmöglichkeiten geben somit Aufschluss darüber, welche Faktoren priorisiert angegangen werden sollten. Auf dieser Grundlage können Solawi-Betriebe entscheiden, welche dieser Erkenntnisse für sie sinnvoll und umsetzbar sind, um neue Mitglieder zu gewinnen. Es wäre wünschenswert, dass durch die Berücksichtigung der attraktivitätssteigernden Faktoren die Mitgliederanzahl der Betriebe gesteigert wird, sodass in Zukunft alle bestehenden Solawis ausgelastet sind. Eine hohe Nachfrage von Verbraucher:innenseite könnte weitere Betriebe dazu veranlassen, auf Solidarische Landwirtschaft umzusteigen anstatt zu weichen und so die Versorgung mit Lebensmitteln, die im Rahmen ökologischer und sozialer Grenzen erwirtschaftet werden, vorantreiben.

## 6. Literaturverzeichnis

Baschin, Juliane; Holzendorf, Ulf; Hrouda, Tina; Schreiner, Florian (o.J.): Nachhaltigkeitsaspekte bei Kaufentscheidungen von Lebensmitteln. Universität Potsdam.

Bauer, Ute Christina (2014): Solidarische Landwirtschaft – Modell für den Hof der Zukunft? In: *Standort* 38 (4), S. 198–202. DOI: 10.1007/s00548-014-0362-9.

Bechtel, D.; van Elsen, T. (2015): Potenziale Solidarischer Landwirtschaft für Naturschutz in der Kulturlandschaft (13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau). Online verfügbar unter <http://orgprints.org/view/projects/int-conf-wita-2015.html>, zuletzt geprüft am 06.04.2023.

Beywl, Wolfgang (2010): Zur (Nicht-)Angemessenheit von Signifikanztests in der Evaluation. Online verfügbar unter [https://www.univation.org/download/Beywl\\_Signifikanz\\_Maerz\\_2010.pdf](https://www.univation.org/download/Beywl_Signifikanz_Maerz_2010.pdf), zuletzt geprüft am 08.09.2023.

Bietau, Phillip; Boddenberg, Moritz; Dietze, Franziska; Frauenlob, Max Heinrich; Gunkel, Lenard; Kärgel, Katharina et al. (2013): Solidarische Landwirtschaft - eine soziale Innovation? Eine empirische Studie aus soziologischer Perspektive. Universität Frankfurt am Main.

Blättel-Mink, Birgit; Boddenberg, Moritz; Gunkel, Lenard; Schmitz, Sarah; Vaessen, Franziska (2017): Beyond the market-New practices of supply in times of crisis: The example community-supported agriculture. In: *Int J Consum Stud* 41 (4), S. 415–421. DOI: 10.1111/ijcs.12351.

BMI (2023): Organisationshandbuch. Interview. Bundesministerium des Innen und für Heimat. Online verfügbar unter [https://www.orghandbuch.de/OHB/DE/Organisationshandbuch/6\\_MethodenTechniken/61\\_Erhebungstechniken/612\\_Interview/interview-node.html](https://www.orghandbuch.de/OHB/DE/Organisationshandbuch/6_MethodenTechniken/61_Erhebungstechniken/612_Interview/interview-node.html), zuletzt geprüft am 04.10.2023.

Boddenberg, Moritz; Frauenlob, Max Heinrich; Gunkel, Lenard (2017): Solidarische Landwirtschaft als innovative Praxis -Potenziale für einen sozial-ökologischen Wandel. In: Melanie Jaeger-Erben, Jana Rückert-John und Martina Schäfer (Hg.): Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Wissenschaftliche Perspektiven, Strategien der Förderung und gelebte Praxis: Springer VS, S. 125–148.

Bopp, Anette (2011): ACKERN, SÄEN, ERNTEN, HINSTELLEN – BITTE SCHÖN! (a tempo).

Bryła, Paweł (2016): Organic food consumption in Poland: Motives and barriers. In: *Appetite* 105, S. 737–746. DOI: 10.1016/j.appet.2016.07.012.

BZfE (2023): Planetary Health Diet. Strategie für eine gesunde und nachhaltige Ernährung. Online verfügbar unter <https://www.bzfe.de/nachhaltiger-konsum/lagern-kochen-essen-teilen/planetary-health-diet/>, zuletzt geprüft am 21.11.2023.

Cheah, Isaac; Sadat Shimul, Anwar; Liang, Johan; Phau, Ian (2020): Drivers and barriers toward reducing meat consumption. In: *Appetite* 149, S. 104636. DOI: 10.1016/j.appet.2020.104636.

Chekima, Brahim; Syed Khalid Wafa, Syed Azizi Wafa; Igau, Oswald Aisat; Chekima, Sohaib; Sondoh, Stephen Laison (2016): Examining green consumerism motivational drivers: does premium price and demographics matter to green purchasing? In: *Journal of Cleaner Production* 112, S. 3436–3450. DOI: 10.1016/j.jclepro.2015.09.102.

Cohen, Jacob (1988): *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. 2. ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum. Online verfügbar unter <http://www.loc.gov/catdir/enhancements/fy0731/88012110-d.html>.

Cone, Cynthia Abbott; Myhre, Andrea (2000): Community-Supported Agriculture: A Sustainable Alternative to Industrial Agriculture? In: *Human Organization* 59 (2), 187-197.

demeter Gärtnerei & solidarische Landwirtschaft Großhörnberg (2023a): Unsere solawi, häufigste Fragen. Online verfügbar unter <https://www.grosshoechberg.de/unsere-solawi/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

demeter Gärtnerei & solidarische Landwirtschaft Großhörnberg (2023b): Vermarktung. Online verfügbar unter <https://www.grosshoechberg.de/vermarktung-2/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

Destatis (2023a): Bevölkerung nach Nationalität und Geschlecht. Hg. v. Statistisches Bundesamt. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/deutsche-nichtdeutsche-bevoelkerung-nach-geschlecht-deutschland.html>, zuletzt aktualisiert am 20.06.2023, zuletzt geprüft am 07.12.2023.

Destatis (2023b): Einkommensverteilung (Nettoäquivalenzeinkommen). Hg. v. Destatis. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Lebensbedingungen-Armutsgefaehrdung/Tabellen/einkommensverteilung-mz-silc.html>, zuletzt aktualisiert am 31.05.2023, zuletzt geprüft am 07.12.2023.

Diekmann, Marie; Theuvsen, Ludwig (2019): Soziale Nachhaltigkeit durch Community Supported Agriculture. Hält das Konzept was es verspricht? In: *Soziologie und Nachhaltigkeit - Beiträge zur sozial-ökologischen Transformationsforschung* (Ausgabe 05/2019), S. 91–110.

Dienstleistungszentren Ländlicher Raum Rheinland-Pfalz (2013): Nachhaltige Ernährung: Aus der Region und nach der Saison - Vorteile für Verbraucher. Online verfügbar unter <https://www.dlr.rlp.de/Internet/global/themen.nsf/0/D58A32E6A3826437C1257727004728C8?OpenDocument>, zuletzt geprüft am 30.05.2022.

Dobelman, Anna (2019): Globale Lieferketten. In: Jan Brunner, Anna Dobelman, Sarah Kirst und Louisa Prause (Hg.): Wörterbuch Land- und Rohstoffkonflikte. Bielefeld, Germany: transcript Verlag, S. 109–114.

Engels, Sandra; Pläschke, Annemarie (2019): Kosten nachhaltiger Ernährung. Working Paper Series Sustainable Lives: Food Choices as Politics and Lifestyle. Universität Hamburg.

Entrup 119 (2022): Erntevertrag/Mitgliedschaft. Online verfügbar unter <https://www.entrup119.de/gaertnerhof/downloads/CSA-VertragHerbst-2022.pdf>, zuletzt geprüft am 09.12.2023.

Entrup 119 (2023): Was ist Community Supported Agriculture, kurz CSA? Online verfügbar unter <https://www.entrup119.de/gaertnerhof/csa.php>, zuletzt geprüft am 09.12.2023.

Europäisches CSA Netzwerk (2016): Europäische CSA-Deklaration.

eurostat (o.J.): Stadt/Land Typologie. Hg. v. Europäische Union. Online verfügbar unter <https://ec.europa.eu/eurostat/de/web/rural-development/methodology>, zuletzt geprüft am 25.11.2023.

Fabricius, Christine (2018): Solidarische Landwirtschaft in der Großstadt. Alternativen für eine nachhaltige Stadtentwicklung am Beispiel des Reyerhofes in Stuttgart. Masterthesis. Hochschule für Öffentliche Verwaltung und Finanzen Ludwigsburg, Ludwigsburg.

Fädler, Josefina Luise (2017): Community-supported agriculture in Germany. A case study analyzing sustainable consumption among CSA consumer-members. Masterthesis. Aalborg University.

FAO; UNDP; UNE (2021): A multi-billion-dollar opportunity – Repurposing agricultural support to transform food systems.

Fehér, András; Gazdecki, Michał; Véha, Miklós; Szakály, Márk; Szakály, Zoltán (2020): A Comprehensive Review of the Benefits of and the Barriers to the Switch to a Plant-Based Diet. In: *Sustainability* 12 (10), S. 4136. DOI: 10.3390/su12104136.

Feindt, Peter H.; Krämer, Christine; Früh-Müller, Andrea; Heißenhuber, Alois; Pahl-Wostl, Claudia; Purnhagen, Kai P. et al. (2019): Einleitung. In: Peter H. Feindt, Christine Krämer, Andrea Früh-Müller, Alois Heißenhuber, Claudia Pahl-Wostl, Kai P. Purnhagen et al. (Hg.):

Ein neuer Gesellschaftsvertrag für eine nachhaltige Landwirtschaft. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, S. 1–11.

Fiedler, M.; Madsen, G. (2015): Motivationen landwirtschaftlicher Erzeuger und Verbraucher an Community Supported Agriculture (CSA) in Sachsen. In: *13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau*. Online verfügbar unter <http://orgprints.org/view/projects/int-conf-wita-2015.html>, zuletzt geprüft am 30.05.2022.

Fietz, Jennifer; Friedrichs, Jürgen (2022): Gesamtgestaltung des Fragebogens. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1081–1097.

Franzen, Axel (2022): Antwortskalen in standardisierten Befragungen. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1115–1126.

Friedrichsen, Jana; Gärtner, Manja (2020): Warum essen wir so viel Fleisch? Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW). Berlin (DIW Roundup: Politik im Fokus, 137).

Gehrau, Volker; Maubach, Katharina; Fujarski, Sam (2022): Schätzen und Testen. In: *Einfache Datenauswertung mit R. Eine Einführung in uni- und bivariate Statistik sowie Datendarstellung mit RStudio und R Markdown*. Wiesbaden, Heidelberg: Springer VS (Research), S. 199–232.

Goland, Carol (2002): Community Supported Agriculture, Food Consumption Patterns, and Member Commitment. In: *Culture & Agriculture* 24 (114-25).

Göll, Edgar; Henseling, Christine (2017): Gesellschaftliche Trägheiten und Optionen zu ihrer Überwindung in Richtung Nachhaltigkeit. In: Jana Rückert-John und Martina Schäfer (Hg.): *Governance für eine Gesellschaftstransformation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden (Innovation und Gesellschaft), S. 87–108.

Govindan, Kannan (2018): Sustainable consumption and production in the food supply chain: A conceptual framework. In: *International Journal of Production Economics* 195, S. 419–431. DOI: 10.1016/j.ijpe.2017.03.003.

Grünewald, Andreas (2019): Industrialisierte Landwirtschaft. In: Jan Brunner, Anna Dobelmann, Sarah Kirst und Louisa Prause (Hg.): *Wörterbuch Land- und Rohstoffkonflikte*. Bielefeld, Germany: transcript Verlag, S. 147–153.

Häder, Michael (2019): Aufbereitung und Auswertung der Daten. In: Michael Häder (Hg.): *Empirische Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 429–476.

Hanson, Karla L.; Kolodinsky, Jane; Wang, Weiwei; Morgan, Emily H.; Pitts, Stephanie B. Jilcott; Ammerman, Alice S. et al. (2017): Adults and Children in Low-Income Households that

Participate in Cost-Offset Community Supported Agriculture Have High Fruit and Vegetable Consumption. In: *Nutrients* 9 (7). DOI: 10.3390/nu9070726.

Heinrich-Böll-Stiftung (2023): Stadttypen. Online verfügbar unter <https://kommunal-wiki.boell.de/index.php/Stadttypen>, zuletzt aktualisiert am 29.11.2023, zuletzt geprüft am 07.12.2023.

Helfferrich, Cornelia (2014): Leitfaden- und Experteninterviews. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 559–574.

Helfferrich, Cornelia (2022): Leitfaden- und Experteninterviews. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 875–892.

Hepperle, Florian (2016): Leitfadeninterviews. In: Florian Hepperle (Hg.): *Nachhaltigkeit in der öffentlichen Beschaffung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 151–181.

Heyland, Silja K. (2017): *Exploring Characteristics and Practices of Community Supported Agriculture in Germany*. Masterthesis, Wageningen.

Hilger, Jennifer; Loerbroks, Adrian; Diehl, Katharina (2017): Eating behaviour of university students in Germany: Dietary intake, barriers to healthy eating and changes in eating behaviour since the time of matriculation. In: *Appetite* 109, S. 100–107. DOI: 10.1016/j.appet.2016.11.016.

Hustadt, Sven (2012): Wir verlieren die genetische Vielfalt bei Obst und Gemüsesorten. Online verfügbar unter [https://www.lokalkompass.de/ennepetal/c-natur-garten/wir-verlieren-die-genetische-vielfalt-bei-obst-und-gemuesesorten\\_a207801](https://www.lokalkompass.de/ennepetal/c-natur-garten/wir-verlieren-die-genetische-vielfalt-bei-obst-und-gemuesesorten_a207801), zuletzt geprüft am 30.05.2022.

Iversen, Nicola; Klopitzke, Carolin; Marchlowitz, Felicitas (2019): Dilemmata nachhaltiger Ernährung. Hg. v. Michael Brüggemann, Jannis Androutsopoulos, Imke Hoppe, Katharina Kleinen-von Königslöw, Stefanie Kley und Grischa Perino. Universität Hamburg.

Kartoffelkombinat eG (2023a): Daniel Überall. Online verfügbar unter <https://www.kartoffelkombinat.de/blog/uber-uns/team/daniel-ueberall/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

Kartoffelkombinat eG (2023b): Mitmachen. Online verfügbar unter <https://www.kartoffelkombinat.de/blog/mitmachen/>, zuletzt geprüft am 09.12.2023.

Kartoffelkombinat eG (2023c): So funktioniert's. Online verfügbar unter <https://www.kartoffelkombinat.de/blog/mitmachen/so-funktioniert/>, zuletzt geprüft am 09.12.2023.

Kellermann, Kim (Hg.) (2020): *Die Zukunft der Landwirtschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden (BestMasters).

Khor, Ling Yee; Sariyev, Orkhan; Loos, Tim (2020): Gender differences in risk behavior and the link to household effects and individual wealth. In: *Journal of Economic Psychology* 80. DOI: 10.1016/j.joep.2020.102266.

Klemisch, Herbert; Boddenberg, Moritz (2020): Selbstorganisation der Verbraucher\*innen: Potenziale zur Vermeidung von sozialer Ungleichheit in Bedarfsfeldern des Konsums? In: C. Bala und W. Schuldzinski (Hg.): *Armutskonsum - Reichtumskonsum: Soziale Ungleichheit und Verbraucherpolitik*. Düsseldorf, S. 79–102.

Klößner, Jennifer; Friedrichs, Jürgen (2014): Gesamtgestaltung des Fragebogens. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 675–685.

KoLa Leipzig eG (2021): Die neuen Richtpreise. Online verfügbar unter <https://kolaleipzig.de/die-neuen-preise/>, zuletzt aktualisiert am 11.02.2021, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

KoLa Leipzig eG (2023a): Die Ernte abholen. Online verfügbar unter <https://kolaleipzig.de/ernte-abholen/>, zuletzt geprüft am 09.12.2023.

KoLa Leipzig eG (2023b): Hier gibt's Ernteanteile und alles, was du dazu wissen musst. Online verfügbar unter <https://kolaleipzig.de/ernteanteil-von-der-kola-leipzig/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

KoLa Leipzig eG (2023c): Jan-Felix Thon. Online verfügbar unter <https://kolaleipzig.de/personal/jan-felix-thon/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

KoLa Leipzig eG (2023d): Werde Mitglied bei Kola Leipzig! Online verfügbar unter <https://kolaleipzig.de/mitglied-werden-in-der-genossenschaft-kola-leipzig/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

Kraiß, Katharina (2012): Erfolgsfaktoren für den Aufbau einer Solidarischen Landwirtschaft/ Community Supported Agriculture (CSA) sowie deren Konkretisierung am Beispiel der Gärtnerei Wurzelwerk. Masterarbeit. Universität Kassel, Witzenhausen.

Kraiß, Katharina; Meißner, Sara (2016): Germany. In: *Overview of Community Supported Agriculture in Europe*, S. 39–43.

Kraiß, Katharina; van Elsen, T. (2011): Community Supported Agriculture- ein nachhaltiges Konzept für ländliche Räume. In: G. Leithold, K. Becker, C. Brock, S. Fischinger, A.-K. Spiegel, K. Spory und Wilbois, K.-P. und Williges, U. (Hg.): *Tierproduktion, Sozioökonomie*. 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Gießen. Justus-Liebig-Universität Gießen. Berlin: Dr. Köster (Tagungsband der 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, 2), S. 356–359.



Kunzmann, Manja (2015): Ernährungssouveränität durch Solidarische Landwirtschaft? Eine Suche nach den solidarischen Prinzipien in den Initiativen bei Göttingen.

Kushwah, Shiksha; Dhir, Amandeep; Sagar, Mahim; Gupta, Bhumika (2019): Determinants of organic food consumption. A systematic literature review on motives and barriers. In: *Appetite* 143. DOI: 10.1016/j.appet.2019.104402.

Le, Hai Nam; Le, Loc Tuan (2021): Organic food consumption: a literature review on motives and barriers. In: *VNUHCM Journal of Economics, Business and Law* 6 (1), S. 2115–2126. DOI: 10.32508/stdjelm.v6i1.830.

Lexikon der Nachhaltigkeit (2015): Starke und schwache Nachhaltigkeit. Online verfügbar unter [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/schwache\\_vs\\_starke\\_nachhaltigkeit\\_1687.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/schwache_vs_starke_nachhaltigkeit_1687.htm).

Loosen, Wiebke (2016): Das Leitfadeninterview – eine unterschätzte Methode. In: Stefanie Averbek-Lietz und Michael Meyen (Hg.): *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 139–155.

Lück, Detlev; Landrock, Uta (2022): Datenaufbereitung und Datenbereinigung in der quantitativen Sozialforschung. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 517–532.

Ludin, Daniela; Wellbrock, Wanja (2021): Verbraucherökonomische Grundlagen eines nachhaltigen Konsums. In: Wanja Wellbrock und Daniela Ludin (Hg.): *Nachhaltiger Konsum. Best Practices aus Wissenschaft, Unternehmenspraxis, Gesellschaft, Verwaltung und Politik*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 3–15.

Marken, Gesa; Wagenfeld, Nele (2020): Einkaufsgewohnheiten und Einflussfaktoren beim Unverpackt-Einkauf. Ergebnisse einer Umfrage. Arbeitsbericht des Forschungsprojekts Inno-redux. Unter Mitarbeit von Vanessa Dangel, Elina Hettich, Magdalena Kitzberger, Josepha Nestele und Frieder Rubik. IÖW. Heidelberg.

Maschkowski, Gesa; Barth, Alice; Königeter, Alexandra (2017): Solidarische Landwirtschaft – Austrittsgründe aus Perspektive ehemaliger Mitglieder. Eine Analyse aus haushaltswissenschaftlicher Perspektive.

Masson, Torsten; Leßmann, Ortrud (2016): *Ökologisch nachhaltiger Konsum und ungleiche Teilhabe*. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag (Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland: Exklusive Teilhabe - ungenutzte Chancen).

Mayring, Philipp; Fenzl, Thomas (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 543–556.

Mayring, Philipp; Fenzl, Thomas (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 691–706.

McMurray, Kenna; Hall, Kelsey; Brain, Roslynn (2017): Community Supported Agriculture: Participating in a Share. Hg. v. UtahState University.

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (o.J.): Was ist eine Bieterunde und wie funktioniert sie? Online verfügbar unter <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/fileadmin/media/solidarische-landwirtschaft.org/Solawis-aufbauen/Vorlagen-Dokumente/Netzwerk-Solawi-Bieterunde.pdf>, zuletzt geprüft am 14.11.2023.

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (2023a): Bestehende Solawis und Solawis i.G. Online verfügbar unter <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/solawis-finden/aufloesung/solawis>, zuletzt geprüft am 14.11.2023.

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (2023b): Das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. Online verfügbar unter <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/das-netzwerk/ueber-uns/ueberblick>, zuletzt geprüft am 04.10.2023.

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (2023c): SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT. Wissenschaftliche Abschlussarbeiten, wiss. Artikel und Berichte. Online verfügbar unter [https://www.solidarische-landwirtschaft.org/fileadmin/media/solidarische-landwirtschaft.org/Das-Netzwerk/Arbeitsgruppen/Forschung/230417\\_NWSL\\_Liste\\_Wiss\\_Arbeiten.pdf](https://www.solidarische-landwirtschaft.org/fileadmin/media/solidarische-landwirtschaft.org/Das-Netzwerk/Arbeitsgruppen/Forschung/230417_NWSL_Liste_Wiss_Arbeiten.pdf), zuletzt geprüft am 20.11.2023.

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (2023d): Solidarische Landwirtschaft – Vision und Grundprinzipien. Online verfügbar unter <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/fileadmin/media/solidarische-landwirtschaft.org/Das-Konzept/Netzwerk-Solawi-Vision-und-Grundprinzipien.pdf>, zuletzt geprüft am 14.11.2023.

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (2023e): Was ist Solidarische Landwirtschaft? Online verfügbar unter <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/das-konzept/was-ist-solawi>, zuletzt geprüft am 14.11.2023.

Neumann-Rieser, Birgit (2011): Barrieren für nachhaltigen Konsum – Gründe für den Value-Action Gap bei zu nachhaltigem (Lebensmittel-)Einkauf motivierten KonsumentInnen in Graz. Masterarbeit. Karl-Franzens-Universität Graz, Graz.

PlantAge eG (2023a): Häufig gestellte Fragen. Online verfügbar unter <https://www.plantage.farm/faq>, zuletzt geprüft am 09.12.2023.

PlantAge eG (2023b): PlantAge - Gemüse Genossenschaft. Online verfügbar unter <https://www.plantage.farm/solawi>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

PlantAge eG (2023c): Über uns. Online verfügbar unter <https://www.plantage.farm/team>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

Porst, Rolf (2022): Frageformulierung. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1099–1113.

Ragger, Melissa Sarah (2018): Regional vor Bio? Motive zur Kaufentscheidung von regionalen Lebensmitteln im Lavanttal. Masterarbeit. Karl-Franzens-Universität Graz, Graz.

Regorz, Arndt (2022): Voraussetzungen Regression: Skalierung der Variablen. Online verfügbar unter [http://www.regorz-statistik.de/inhalte/regressionsvoraussetzung\\_skaleneigenschaften.html#likert](http://www.regorz-statistik.de/inhalte/regressionsvoraussetzung_skaleneigenschaften.html#likert), zuletzt geprüft am 23.11.2023.

Reipurth, Malou F.S.; Hørby, Lasse; Gregersen, Charlotte G.; Bonke, Astrid; Perez Cueto, Federico J.A. (2019): Barriers and facilitators towards adopting a more plant-based diet in a sample of Danish consumers. In: *Food Quality and Preference* 73, S. 288–292. DOI: 10.1016/j.foodqual.2018.10.012.

Renner, Karl-Heinz; Jacob, Nora-Corina (2020): Auswertung von Interviews. In: Karl-Heinz Renner und Nora-Corina Jacob (Hg.): Das Interview. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg (Basiswissen Psychologie), S. 95–114.

Richter, Lukas; Paier, Dietmar; Reiger, Horst (2021): Quantitative Sozialforschung. Eine Einführung. 2., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wien: Facultas.

Riefler, Petra; Wallnöfer, Laura (2020): Nachhaltiger Konsum. In: Erwin Schmid und Tobias Pröll (Hg.): Umwelt- und Bioressourcenmanagement für eine nachhaltige Zukunftsgestaltung. 1. Aufl. 2020. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, S. 41–50.

Röbken, Heinke; Wetzel, Kathrin (2016): Qualitative und quantitative Forschungsmethoden. Carl von Ossietzky Universität Oldenburg.

Rückert-John, Jana (2011): Nachhaltige Ernährung. In: Matthias Groß (Hg.): Handbuch Umweltsoziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 348–364.

Schilling, Felix (2019): Die Moralische Ökonomie der Solidarischen Landwirtschaft. Eine Fallstudie zu Motiven und Verhalten von Nahrungsmittelproduzenten. Justus-Liebig-Universität Gießen.

Scholle, K. (2023): Anzahl der Personen in Deutschland, für deren Haushalt Lebensmittel in Bioläden eingekauft werden, von 2019 bis 2023. Hg. v. statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/264537/umfrage/biolaeden-einkauf-von-lebensmitteln-in-deutschland/>, zuletzt aktualisiert am 12.10.2023, zuletzt geprüft am 07.12.2023.

Solawi Groß-Umstadt e.V (2023): Wer wir sind. Online verfügbar unter <https://www.solawi-gross-umstadt.de/wer-wir-sind/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

SOLAWI Langendorf e.V. (2023): Solawi Langendorf – wer wir sind. Online verfügbar unter <https://solawi-langendorf.de/#wer>, zuletzt geprüft am 09.12.2023.

Stamm, Isabella (2018): Selbstdefinition, Motive & Barrieren nachhaltiger Ernährung im deutschsprachigen Raum. Masterarbeit. Paris-Londron-Universität Salzburg, Salzburg.

statista (2022): Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe und Bauernhöfe in Deutschland bis 2022. Unter Mitarbeit von Sandra Ahrens. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36094/umfrage/landwirtschaft---anzahl-der-betriebe-in-deutschland/>, zuletzt aktualisiert am 17.11.2023.

statista (2023): Bevölkerung - Zahl der Einwohner in Deutschland nach relevanten Altersgruppen am 31. Dezember 2022. Hg. v. statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen/>, zuletzt aktualisiert am 21.09.2023, zuletzt geprüft am 07.12.2023.

Steiner, Elisabeth; Benesch, Michael (2021): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. 6., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Wien: Facultas (UTB Schlüsselkompetenzen, 8406). Online verfügbar unter <http://www.blickinsbuch.de/item/51a0b0f0ab916923946e5d1df988746d>.

Stepanek, Peter (2022): Die Dimensionen der Nachhaltigkeit. In: Peter Stepanek (Hg.): Sozialwirtschaft nachhaltig managen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden (Basiswissen Sozialwirtschaft und Sozialmanagement), S. 81–123.

Stöwer, Lene (2010): Vernetzung von Erzeugern biologischer Lebensmittel und Verbrauchern am Beispiel einer internetbasierten Plattform. Masterarbeit. Fachhochschule Münster, Münster.

Stränz, Wolfgang (2014): Solidarische Landwirtschaft - Community Supported Agriculture.

Survey Monkey (2023): Vorteile und Grenzen der Likert-Skala. Online verfügbar unter <https://de.surveymonkey.com/mp/likert-skala-vor-nachteile/>, zuletzt geprüft am 22.11.2023.

Terlau, Wiltrud; Hirsch, Darya (2015): Sustainable Consumption and the Attitude-Behaviour-Gap Phenomenon - Causes and Measurements towards a Sustainable Development.

Trudel, Remi (2018): Sustainable consumer behavior. In: *Consum Psychol Rev*, S. 1–12. DOI: 10.1002/arcp.1045.

Turulski, Anna-Sofie (2023): Durchschnittsalter der Bevölkerung in Deutschland von 2011 bis 2022. Hg. v. statista. Online verfügbar unter

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1084430/umfrage/durchschnittsalter-der-bevoelkerung-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 07.12.2023.

van Doorn, Jenny; Verhoef, Peter C. (2015): Drivers of and Barriers to Organic Purchase Behavior. In: *Journal of Retailing* 91 (3), S. 436–450. DOI: 10.1016/j.jretai.2015.02.003.

Vogt, Stefanie; Werner, Melanie (2014): Forschen mit Leitfadeninterviews und qualitativer Inhaltsanalyse. Fachhochschule Köln, Köln.

Wagner, Pia; Hering, Linda (2014): Online-Befragung. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 661–673.

Wagner-Schelewsky, Pia; Hering, Linda (2022): Online-Befragung. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1051–1065.

Wellner, Marie; Theuvsen, Ludwig (2017): Community Supported Agriculture in Deutschland. In: *Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft* (95), S. 1–21.

WirGarten Lüneburg eG (2023a): Die WirGarten Lüneburg eG - Genossenschaft und Solidarische Landwirtschaft. Online verfügbar unter <https://lueneburg.wirgarten.com/genossenschaft/#team>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

WirGarten Lüneburg eG (2023b): So geht's: In fünf Schritten zu deinem Erntevertrag! Online verfügbar unter <https://lueneburg.wirgarten.com/so-gehts/>, zuletzt geprüft am 08.12.2023.

Züll, Cornelia; Menold, Natalja (2022): Offene Fragen. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1127–1134.

## 7. Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich diese Masterarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Ich versichere, dass ich alle Stellen der Arbeit, die wortwörtlich oder sinngemäß aus anderen Quellen übernommen wurden, als solche kenntlich gemacht habe. Die schriftliche sowie die elektronische Fassung der Arbeit stimmt inhaltlich überein.

Name

Matrikelnummer

Ort, Datum

# Anhangsverzeichnis

Tabellenverzeichnis.....	VIII
Anhang.....	IX
1. Interviewmaterial .....	IX
1.1. Übersicht über Solawi-Betriebe in Deutschland .....	IX
1.2. Leitfaden.....	IX
1.3. Gesprächsnotizen.....	X
1.3.1. WirGarten Lüneburg eG .....	X
1.3.2. Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.....	XIV
1.3.3. KoLa Leipzig eG.....	XVIII
1.3.4. Kartoffelkombinat eG.....	XXI
1.3.5. PlantAge eG.....	XXX
1.3.6. Solawi Groß-Umstadt e.V.....	XXXII
1.3.7. Solawi Großhöchberg.....	XXXVII
1.3.8. Solidarische Landwirtschaft Langendorf e.V.....	XLIV
1.3.9. Gärtnerhof Entrup eG.....	XLVI
1.4. Interviewauswertung Übersicht.....	LIV
2. Umfrage .....	LXIV
2.1. Umfrage in LimeSurvey .....	LXIV
2.2. Datensatz .....	LXXIV
2.3. Häufigkeitsverteilungen.....	LXXIV
2.4. Korrelationen .....	LXXXVIII
2.5. Kreuztabellen.....	XCII

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einstiegsfragen .....	LXXIV
Tabelle 2: Sonstige Lebensmittelbezugsquellen .....	LXXIV
Tabelle 3: Hindernisse (ja/nein) .....	LXXV
Tabelle 4: Hindernisse (Likert-skaliert) .....	LXXV
Tabelle 5: Sonstige Hindernisse .....	LXXIX
Tabelle 6: Überwindungsmöglichkeiten (Likert-skaliert) .....	LXXX
Tabelle 7: Zeitpunkt der Informationen über Ernteanteilsinhalt .....	LXXXII
Tabelle 8: Sonstige Überwindungsmöglichkeiten.....	LXXXII
Tabelle 9: Geschlecht.....	LXXXIII
Tabelle 10: Alter .....	LXXXIII
Tabelle 11: Alter (10er Abstände).....	LXXXV
Tabelle 12: Bildungsabschluss .....	LXXXV
Tabelle 13: Berufliche Situation .....	LXXXV
Tabelle 14: Zur Verfügung stehendes Geld .....	LXXXVI
Tabelle 15: Wohnsituation .....	LXXXVI
Tabelle 16: Haushaltsgröße.....	LXXXVI
Tabelle 17: Familienstand .....	LXXXVII
Tabelle 18: Bundesland.....	LXXXVII
Tabelle 19: Bundesland (alt/ neu).....	LXXXVIII
Tabelle 20: Einwohner:innenanzahl.....	LXXXVIII
Tabelle 21: Moderate und hohe Korrelationen zwischen sozio-demografischen Faktoren und Likert-skalierten Hindernissen bzw. Überwindungsmöglichkeiten .....	LXXXVIII
Tabelle 22: Schwache und moderate Korrelationen zwischen sozio-demografischer Faktoren .....	LXXXIX
Tabelle 23: Moderate und hohe Korrelationen zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten.....	LXXXIX

# Anhang

## 1. Interviewmaterial

### 1.1. Übersicht über Solawi-Betriebe in Deutschland

Die Übersichtstabelle befindet sich auf der CD, Dateiname: „Übersicht über Solawi-Betriebe in Deutschland, Stand April 2023“

### 1.2. Leitfaden

#### **Interviewleitfaden**

**Interviewpartner:in:**

**Datum:**

**Dauer:**

1. Individuelle Betriebsspezifische Frage, je nachdem, was noch nicht bei Recherchen herausgefunden wurde.
2. Was sind **generell** Gründe, warum sich Menschen gegen eine Mitgliedschaft entscheiden/  
**Hindernisse?**
3. Solawi *Name* **spezifische** Hindernisse?
4. Was wären Möglichkeiten, um diese **Hindernisse zu überwinden**/ diese Menschen doch von einer Mitgliedschaft zu überzeugen?
5. Unternimmt Solawi *Name* bestimmte Dinge, um diese **Hindernisse zu überwinden**? Falls ja, was zum Beispiel?
6. Was unternimmt ihr zur Gewinnung neuer Mitglieder? Geht ihr aktiv auf mögliche Mitglieder zu?
7. Charakterisierung **Mitglieder**? Bestimmtes Alter/ Familienstand/ Gehaltsklasse/ Bildungsniveau/Entfernung vom Hof?
8. Im Anschluss an die Interviews führe ich eine **Umfrage mit Nicht-Mitgliedern** durch. Gibt es einen Verteiler/ eine E-Mail-Adresse an den/ die ich diese Umfrage senden könnte?
9. Darf ich in der Masterarbeit Solawi *Name* und deinen Namen **beim Namen nennen**?
10. Fragen/Anmerkungen?

*Vielen Dank!*



## 2.2. Datensatz

Der bereinigte Datensatz der Umfrage befindet sich in *Excel*- und *SPSS*-Format auf der CD, Dateiname: „Datensatz bereinigt“.

## 2.3. Häufigkeitsverteilungen

Die *SPSS*-Ausgabe der Häufigkeitsverteilungen aller in der Umfrage enthaltenen Variablen befindet sich zusätzlich auf der CD, Dateiname: „Häufigkeitsverteilungen aller Variablen“.

*Tabelle 1: Einstiegsfragen*

Variable	Ja	Ja %	Nein	Nein %	Gesamt	Gesamt %
Kennst du Menschen, die bereits Mitglied bei einer Solidarischen Landwirtschaft (Solawi) sind?	260	70	111	30	371	100
Woher beziehst du deine Lebensmittel?: <b>Supermarkt</b>	329	89	42	11	371	100
Woher beziehst du deine Lebensmittel?: <b>Bioladen</b>	212	57	159	43	371	100
Woher beziehst du deine Lebensmittel?: <b>Wochenmarkt</b>	143	39	228	61	371	100
Woher beziehst du deine Lebensmittel?: <b>Unverpacktladen</b>	38	10	333	90	371	100
Woher beziehst du deine Lebensmittel?: <b>Gemüsekistenabonnement</b>	40	11	331	89	371	100
Woher beziehst du deine Lebensmittel?: <b>Eigener Garten</b>	131	35	240	65	371	100
Woher beziehst du deine Lebensmittel?: <b>Sonstiges</b>	48	13	323	87	371	100

*Tabelle 2: Sonstige Lebensmittelbezugsquellen*

Sonstige Lebensmittelbezugsquellen	Häufigkeit	% von Gesamtstichprobe
Hofladen, Bauer	18	4,9
Foodsharing/ Verteiler	14	3,8
Kochkisten/ Hello fresh	2	0,5
Online	3	0,8
Tafel	2	0,5
andere Gärten	5	1,3

sonstiges (Wald, Droge- riemarkt, Bäcker)	4	1,1
Gesamt	48	12,9

Tabelle 3: Hindernisse (ja/nein)

Variable	Ja	Ja %	Nein	Nein %	Weiß nicht	Weiß nicht %	Gesamt	Gesamt %
Es gibt keine Solawi in meiner Nähe.	64	17	213	57	94	25	371	100
Die Solawi(s) in meinem Umfeld sind bereits voll.	14	4	136	37	221	60	371	100
Mögliche Abholstationen sind zu weit weg von meinem Wohnort.	87	23	148	40	136	37	371	100
In meinem Alltag ist keine Zeit für eine Solawi-Mitgliedschaft.	156	42	150	40	65	18	371	100

Tabelle 4: Hindernisse (Likert-skaliert)

Variable	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu %	Stimme eher nicht zu	Stimme eher nicht zu %	Teils teils	Teils teils %	Stimme eher zu	Stimme eher zu %	Stimme voll und ganz zu	Stimme voll und ganz zu %	Weiß nicht	Weiß nicht %	Gesamt	Gesamt %
Mir ist unklar was die Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft (Solawi) sind.	196	53	104	28	37	10	22	6	12	3			371	100
Mir ist unklar was der Unterschied zwischen Solawi und Supermarkt-Gemüse ist.	273	74	60	16	13	4	18	5	7	2			371	100
Mir ist unklar wie eine Mitgliedschaft bei einer Solawi	139	37	90	24	72	19	51	14	19	5			371	100









Gemüseverwertung	17	12%	5%
Kaum/ unregelmäßig Kochen	12	9%	3%
Kaum/ unregelmäßig zu Hause	17	12%	5%
Informationsdefizit	11	8%	3%
Unverträglichkeiten/ Allergien	10	7%	3%
Unvegan	3	2%	1%
mangelnde Abwechslung	6	4%	2%
zu viel/ zu wenig von einer Gemüseorte	3	2%	1%
Esotherik/ Schwurbler*innen/ demeter	4	3%	1%
Krankheit/ Alter	7	5%	2%
Alternative Bezugsquellen	15	11%	4%
Einkauf nach Bedarf	5	4%	1%
Sonstiges	22	16%	6%
Gesamt	140	100%	38%

Tabelle 6: Überwindungsmöglichkeiten (Likert-skaliert)

Variable	gar nicht	gar nicht %	eher nicht	eher nicht %	Teils teils	Teils teils %	eher	eher %	voll und ganz	voll und ganz %	Gesamt	Gesamt %
Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen	42	11	53	14	71	19	133	36	72	19	371	100
Lieferung des Ernteanteils zur Haustür	34	9	47	13	56	15	129	35	105	28	371	100
Abholstelle auf dem Wochenmarkt	72	19	89	24	60	16	113	30	37	10	371	100
Abholstelle im Supermarkt	43	12	44	12	51	14	147	40	86	23	371	100
Auswahl zwischen verschiedene Ernteanteilstypen (Bsp. mit/ ohne Salat)	22	6	48	13	54	15	177	48	70	19	371	100
Auswahl zwischen verschiedene Ernteanteilsgrößen (Bsp. S, M, L, XL)	8	2	11	3	31	8	187	50	134	36	371	100
Große Produktvielfalt des Ernteanteils (z.B. zusätzlich Brot, Eier,	58	16	74	20	60	16	119	32	60	16	371	100

Fleisch, Milchprodukte)													
Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil	119	32	103	28	72	19	65	18	12	3		371	100
Informationen bzgl. der Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft	100	27	106	29	56	15	73	20	36	10		371	100
Informationen bzgl. Unterschieden zwischen Supermarkt- und Solawi-Gemüse	90	24	110	30	65	18	82	22	24	6		371	100
Hofführungen, um die Solawi kennenzulernen	28	8	64	17	89	24	134	36	56	15		371	100
Rezeptideen zu Ernteanteilen	49	13	69	19	65	18	129	35	59	16		371	100
Lagerungshinweise für (unbekannte) Lebensmittel	52	14	60	16	59	16	152	41	48	13		371	100
Möglichst geringe Einbindung (z.B. keine Mithilfe auf dem Hof)	29	8	51	14	119	32	107	29	65	18		371	100
Hohe Einbindung in Solawi-Betrieb durch Mitarbeit	104	28	142	38	86	23	33	9	6	2		371	100
Enge Beziehung zu Landwirt:innen/ Produzent:innen	38	10	94	25	99	27	100	27	40	11		371	100
Hohe Digitalisierung der Solawi (z.B. Infos zu Ernteanteilen, Rezeptideen, Austausch per App oder Messenger)	43	12	71	19	68	18	128	35	61	16		371	100
Detaillierte Einführung zu Beginn der Solawi-Mitgliedschaft durch ein bestehendes Mitglied	49	13	87	23	76	20	124	33	35	9		371	100
Die Möglichkeit die Kosten für einen Ernteanteil durch Mithilfe abzarbeiten	68	18	90	24	68	18	96	26	49	13		371	100
Die Möglichkeit einen 14-tägigen Ernteanteil zu beziehen (anstatt wöchentlich)	41	11	68	18	77	21	135	36	50	13		371	100
Die Möglichkeit der Vernetzung mit anderen Mitgliedern	66	18	109	29	102	27	77	21	17	5		371	100
Die Möglichkeit einer Probmitgliedschaft, um das Konzept zu testen	16	4	28	8	26	7	163	44	138	37		371	100
Die Möglichkeit die Ernteanteilslieferung bei Abwesenheit (Bsp. Urlaub) flexibel auszusetzen	8	2	9	2	31	8	143	39	180	49		371	100



Die Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils (Gemüsesorten und jeweilige Menge) individuell anzupassen	20	5	39	11	53	14	160	43	99	27		
											371	100
Die Möglichkeit die Mitgliedschaft vierteljährlich zu kündigen	29	8	52	14	48	13	160	43	82	22		
											371	100
Die Möglichkeit zwischen verschiedenen Abholtagen auszuwählen	10	3	19	5	40	11	188	51	114	31		
											371	100

Tabelle 7: Zeitpunkt der Informationen über Ernteanteilsinhalt

Wie viel früher wüsstest du gerne, was der Ernteanteil (Gemüsesorten und -mengen) enthält?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Am Tag der Abholung ist ausreichend	114	31	31
1-2 Tage vor Abholung	140	38	68
3-4 Tage vor Abholung	92	25	93
5 Tage bis eine Woche vor Abholung	25	7	100
Gesamt	371	100,0	

Tabelle 8: Sonstige Überwindungsmöglichkeiten

Sonstige Überwindungsmöglichkeit	Häufigkeit	Prozent	Anteil Gesamtstichprobe in %
Transparenz	5	10%	1%
Möglichkeit Anteile teilen	3	6%	1%
Abholstelle/ Solawi in der Nähe	8	16%	2%
Ernteanteil spez. Überw.	8	16%	2%
Solawi spez. Überw.	11	22%	3%
Organisatorische Überw.	6	12%	2%
Sonstiges	10	20%	3%
Gesamt	51	100%	14%

Tabelle 9: Geschlecht

Mit welchem Geschlecht identifizierst du dich?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Weiblich	267	72	72
Männlich	88	24	96
Nicht binär	6	2	97
Keine Angabe	10	3	100
Gesamt	371	100	

Tabelle 10: Alter

Wie alt bist du (in Jahren)?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
16	2	0,5	0,5
18	1	0,3	0,8
19	2	0,5	1,3
20	8	2,2	3,5
21	11	3,0	6,5
22	4	1,1	7,5
23	11	3,0	10,5
24	9	2,4	12,9
25	14	3,8	16,7
26	19	5,1	21,8
27	13	3,5	25,3
28	8	2,2	27,5
29	14	3,8	31,3
30	24	6,5	37,7
31	9	2,4	40,2
32	14	3,8	43,9
33	4	1,1	45,0
34	15	4,0	49,1
35	6	1,6	50,7
36	10	2,7	53,4
37	7	1,9	55,3
38	2	0,5	55,8
39	7	1,9	57,7
40	8	2,2	59,8

41	5	1,3	61,2
42	5	1,3	62,5
43	3	0,8	63,3
44	6	1,6	65,0
45	11	3,0	67,9
46	4	1,1	69,0
47	2	0,5	69,5
48	3	0,8	70,4
49	2	0,5	70,9
50	6	1,6	72,5
51	7	1,9	74,4
52	4	1,1	75,5
53	3	0,8	76,3
54	4	1,1	77,4
55	5	1,3	78,7
56	9	2,4	81,1
57	8	2,2	83,3
58	7	1,9	85,2
59	5	1,3	86,5
60	4	1,1	87,6
61	7	1,9	89,5
62	5	1,3	90,8
63	3	0,8	91,6
64	4	1,1	92,7
65	3	0,8	93,5
66	2	0,5	94,1
67	3	0,8	94,9
68	4	1,1	96,0
69	5	1,3	97,3
70	3	0,8	98,1
71	3	0,8	98,9
72	1	0,3	99,2
73	1	0,3	99,5
76	1	0,3	99,7
87	1	0,3	100
Gesamt	371	100	

Tabelle 11: Alter (10er Abstände)

Alter in 10er Schritten	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
<20	5	1	1
20-29	111	30	31
30-39	98	26	58
40-49	49	13	71
50-59	58	16	87
60-69	40	11	97
>70	10	3	100
Gesamt	371	100	

Tabelle 12: Bildungsabschluss

Was ist dein höchster Bildungsabschluss?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Kein Schulabschluss	1	0	0
Hauptschulabschluss	3	1	1
Realschule (Mittlere Reife)	19	5	6
(Fach-)Abitur	89	24	30
Fachhochschul-/ Universitätsabschluss	259	70	100
Gesamt	371	100	

Tabelle 13: Berufliche Situation

Was beschreibt deine derzeitige berufliche Situation am besten?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
In Ausbildung (Schüler:in, Auszubildende:r, Student:in)	81	22	22
Vollzeit beschäftigt	146	39	61
Teilzeit beschäftigt	79	21	82
Freiwilligen-/ oder Wehrdienst	2	1	83
Care-Arbeit (unbezahlte Haus- und/ oder Pflegearbeit)	9	2	85

Arbeitsunfähig	4	1	87
Erwerbslos	5	1	88
Rente	33	9	97
Selbstständig	12	3	100
Gesamt	371	100	

*Tabelle 14: Zur Verfügung stehendes Geld*

Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Unter 1000 €	75	20	20
1000 – 1999 €	117	32	52
2000 – 2999 €	102	27	79
3000 – 3999 €	51	14	93
4000 – 5000 €	16	4	97
Über 5000 €	10	3	100
Gesamt	371	100	

*Tabelle 15: Wohnsituation*

Wohnst du allein oder mit anderen Personen zusammen?	Häufigkeit	Prozent Gesamtstichprobe
Allein	96	26
Mit (Ehe-)Partner:in	174	47
Mit Kindern	79	21
In einer WG	74	20
Mit Familie/Eltern	8	2

*Tabelle 16: Haushaltsgröße*

Wie viele Personen leben ständig in deinem Haushalt, dich selbst miteingerechnet?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
1 Person	96	26	26
2 Personen	138	37	63
3 Personen	73	20	83
4 Personen	41	11	94

5 Personen	12	3	97
> 5 Personen	11	3	100
Gesamt	371	100	

*Tabelle 17: Familienstand*

Welchen Familienstand hast du derzeit?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Ledig	226	61	61
Verheiratet/ eingetragene Partnerschaft	107	29	90
Verheiratet aber getrennt lebend	8	2	92
Geschieden	25	7	99
Verwitwet	5	1	100
Gesamt	371	100	

*Tabelle 18: Bundesland*

In welchem Bundesland lebst du?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Baden-Württemberg	54	15	15
Bayern	37	10	25
Berlin	31	8	33
Brandenburg	15	4	37
Bremen	3	1	38
Hamburg	14	4	42
Hessen	20	5	47
Niedersachsen	77	21	68
Nordrhein-Westfalen	30	8	76
Rheinland-Pfalz	9	2	78
Saarland	1	0	78
Sachsen	48	13	91
Sachsen-Anhalt	7	2	93
Schleswig-Holstein	19	5	98
Thüringen	6	2	100
Gesamt	371	100	

Tabelle 19: Bundesland (alt/ neu)

Bundesland (alt/ neu)	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
neue Bundesländer+ Berlin	107	29	29
alte Bundesländer	264	71	100
Gesamt	371	100	

Tabelle 20: Einwohner:innenanzahl

Wie viele Einwohner:innen hat die Stadt, in der du lebst?	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Unter 5.000	30	8	1
5.000 - unter 10.000	13	4	2
10.000 - unter 20.000	37	10	2
20.000 - unter 50.000	32	9	3
50.000 - unter 100.000	65	18	4
100.000 - 500.000	85	23	7
Über 500.000	102	27	9
Weiß nicht	7	2	10
Gesamt	371	100	

## 2.4. Korrelationen

Die Korrelationen zwischen allen ordinal und metrisch skalierten Variablen in *Excel* und *SPSS*-Format befinden sich zusätzlich auf der CD, Dateiname: „Korrelationen aller ordinal und metrisch skalierten Variablen“.

Tabelle 21: Moderate und hohe Korrelationen zwischen sozio-demografischen Faktoren und Likert-skalierten Hindernissen bzw. Überwindungsmöglichkeiten

Demograf. Faktor	Hindernis/ Überwindungsmöglichkeit	Korrelation
Wie alt bist du (in Jahren)?	Ich habe keine Lust mehr Geld für Gemüse auszugeben als im Supermarkt.	-,310**
Wie alt bist du (in Jahren)?	Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen	-,310**
Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?	Ich kann mir einen Ernteanteil finanziell nicht leisten.	-,540**
Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?	Die derzeitige Inflation verhindert eine Mitgliedschaft.	-,378**
Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?	Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen	-,418**

Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?	Die Möglichkeit die Kosten für einen Ernteanteil durch Mithilfe abzarbeiten.	-,382**
--	--	---------

Tabelle 22: Schwache und moderate Korrelationen zwischen sozio-demografischer Faktoren

Demografischer Faktor 1	Demografischer Faktor 2	Korrelation
Wie viele Personen leben ständig in deinem Haushalt, dich selbst miteingerechnet?	Wie alt bist du (in Jahren)?	-,200**
Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?	Wie alt bist du (in Jahren)?	,395**
Wie viel Geld steht dir im Monat durchschnittlich zur Verfügung?	Was ist dein höchster Bildungsabschluss? (ohne Sonstiges)	,270**
Wie viele Einwohner:innen hat die Stadt, in der du lebst?	Was ist dein höchster Bildungsabschluss? (ohne Sonstiges)	,285**
Wie viele Einwohner:innen hat die Stadt, in der du lebst?	Wie viele Personen leben ständig in deinem Haushalt, dich selbst miteingerechnet?	-,126*

Tabelle 23: Moderate und hohe Korrelationen zwischen Hindernissen und Überwindungsmöglichkeiten

Hindernis	Überwindungsmöglichkeit	Korrelation
Ich kann mir einen Ernteanteil finanziell nicht leisten.	Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen	,505**
Die derzeitige Inflation verhindert eine Mitgliedschaft.	Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen	,421**
Ich habe keine Lust mehr Geld für Gemüse auszugeben als im Supermarkt.	Günstigere Preise für finanziell schlechter gestellte Personen	,364**
Mir wäre es zu aufwendig, den Ernteanteil wöchentlich abzuholen.	Lieferung des Ernteanteils zur Haustür	,354**
Mich stört die eingeschränkte Produktvielfalt im Vergleich zu (Super-)Märkten.	Auswahl zwischen verschiedene Ernteanteilstypen (Bsp. mit/ ohne Salat	,361**
Mich würde stören, wenn ich die Zusammensetzung (Menge und Sorte des Gemüses) des Ernteanteils nicht selbst bestimmen könnte.	Auswahl zwischen verschiedene Ernteanteilstypen (Bsp. mit/ ohne Salat	,423**
Mich würde stören, wenn ich Gemüse erhalten würde, das ich nicht mag.	Auswahl zwischen verschiedene Ernteanteilstypen (Bsp. mit/ ohne Salat	,455**
Mich würde stören, wenn ich erst am Tag der Abholung wüsste, was der Ernteanteil beinhaltet.	Auswahl zwischen verschiedene Ernteanteilstypen (Bsp. mit/ ohne Salat	,307**
Ich habe keine Lust mir unbekannte Gemüsesorten auszuprobieren.	Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil	,333**



Mich stört , dass der Ernteanteil nur saisonales Gemüse beinhaltet.	Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil	,592**
Mich stört die eingeschränkte Produktvielfalt im Vergleich zu (Super-)Märkten.	Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil	,569**
Mich würde stören, wenn ich die Zusammensetzung (Menge und Sorte des Gemüses) des Ernteanteils nicht selbst bestimmen könnte	Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil	,422**
Mich würde stören, wenn ich Gemüse erhalten würde, das ich nicht mag.	Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil	,410**
Mich würde stören, wenn ich erst am Tag der Abholung wüsste, was der Ernteanteil beinhaltet.	Erhöhte Vielfalt durch nicht-regionales Gemüse im Ernteanteil	,304**
Mir ist unklar was die Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft (Solawi) sind.	Informationen bzgl. der Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft.	,311**
Mir ist unklar was der Unterschied zwischen Solawi und Supermarkt-Gemüse ist.	Informationen bzgl. der Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft.	,305**
Mir ist unklar wie eine Mitgliedschaft bei einer Solawi funktioniert.	Informationen bzgl. der Vorteile von Solidarischer Landwirtschaft.	,444**
Mir ist unklar wie eine Mitgliedschaft bei einer Solawi funktioniert.	Informationen bzgl. Unterschieden zwischen Supermarkt- und Solawi-Gemüse	,317**
Ich gehe lieber nach Rezept einkaufen.	Rezeptideen zu Ernteanteilen	,316**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit anderen Mitgliedern.	Möglichst geringe Einbindung (z.B. keine Mithilfe auf dem Hof	,516**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit den Produzent:innen.	Möglichst geringe Einbindung (z.B. keine Mithilfe auf dem Hof	,466**
Mir wäre es zu aufwendig, bei der Solawi mitzuhelfen.	Möglichst geringe Einbindung (z.B. keine Mithilfe auf dem Hof	,677**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit anderen Mitgliedern.	Hohe Einbindung in Solawi-Betrieb durch Mitarbeit	-,381**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit den Produzent:innen.	Hohe Einbindung in Solawi-Betrieb durch Mitarbeit	-,331**
Mir wäre es zu aufwendig, bei der Solawi mitzuhelfen.	Hohe Einbindung in Solawi-Betrieb durch Mitarbeit	-,530**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit anderen Mitgliedern.	Enge Beziehung zu Landwirt:innen/ Produzent:innen	-,327**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit den Produzent:innen.	Enge Beziehung zu Landwirt:innen/ Produzent:innen	-,340**
Mir wäre es zu aufwendig, bei der Solawi mitzuhelfen.	Enge Beziehung zu Landwirt:innen/ Produzent:innen	-,322**
Ich gehe lieber nach Rezept einkaufen.	Hohe Digitalisierung der Solawi (z.B. Infos zu Ernteanteilen, Rezeptideen, Austausch per App oder Messenger)	,325**

Ich kann mir einen Ernteanteil finanziell nicht leisten.	Die Möglichkeit die Kosten für einen Ernteanteil durch Mithilfe abzuarbeiten	,439**
Die derzeitige Inflation verhindert eine Mitgliedschaft.	Die Möglichkeit die Kosten für einen Ernteanteil durch Mithilfe abzuarbeiten	,335**
Mir wäre es zu aufwendig, bei der Solawi mitzuhelfen.	Die Möglichkeit die Kosten für einen Ernteanteil durch Mithilfe abzuarbeiten	-,380**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit anderen Mitgliedern.	Die Möglichkeit der Vernetzung mit anderen Mitgliedern.	-,460**
Ich habe keine Lust auf Interaktion mit den Produzent:innen.	Die Möglichkeit der Vernetzung mit anderen Mitgliedern.	-,307**
Mir wäre es zu aufwendig, bei der Solawi mitzuhelfen.	Die Möglichkeit der Vernetzung mit anderen Mitgliedern.	-,311**
Mich stört die Verbindlichkeit der Mitgliedschaft für ein Jahr.	Die Möglichkeit einer Probemitgliedschaft, um das Konzept zu testen.	,327**
Mich würde stören, wenn ich die Ernteanteillieferung während Abwesenheit (z.B. Urlaub) nicht aussetzen könnte.	Die Möglichkeit die Ernteanteillieferung bei Abwesenheit (Bsp. Urlaub) flexibel auszusetzen.	,436**
Mir wäre es zu aufwendig, das im Ernteanteil enthaltene Gemüse zu verwerten.	Die Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils (Gemüsesorten und jeweilige Menge) individuell anzupassen.	,329**
Mich stört, dass der Ernteanteil nur saisonales Gemüse beinhaltet.	Die Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils (Gemüsesorten und jeweilige Menge) individuell anzupassen.	,302**
Mich stört die eingeschränkte Produktvielfalt im Vergleich zu (Super-)Märkten.	Die Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils (Gemüsesorten und jeweilige Menge) individuell anzupassen.	,383**
Mich würde stören, wenn ich die Zusammensetzung (Menge und Sorte des Gemüses) des Ernteanteils nicht selbst bestimmen könnte.	Die Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils (Gemüsesorten und jeweilige Menge) individuell anzupassen.	,523**
Mich würde stören, wenn ich Gemüse erhalten würde, das ich nicht mag.	Die Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils (Gemüsesorten und jeweilige Menge) individuell anzupassen.	,505**
Mich würde stören, wenn ich erst am Tag der Abholung wüsste, was der Ernteanteil beinhaltet.	Die Möglichkeit die Zusammensetzung des Ernteanteils (Gemüsesorten und jeweilige Menge) individuell anzupassen.	,323**

Mich stört die Verbindlichkeit der Mitgliedschaft für ein Jahr.	Die Möglichkeit die Mitgliedschaft vierteljährlich zu kündigen	,544**
Mich würde stören, wenn ich den Ernteanteil in einem festgelegten Zeitfenster abholen müsste.	Die Möglichkeit zwischen verschiedenen Abholtagen auszuwählen	,336**

## 2.5. Kreuztabellen

Die *SPSS*-Ausgaben mit Kreuztabellen zu allen in der Umfrage enthaltenen Variablen befinden sich auf der CD. Dateiname für Kreuztabellen zwischen allen Variablen mit sozio-demografischen Faktoren: „Kreuztabellen aller Variablen mit sozio-demografischen Faktoren“. Dateiname für Kreuztabellen zwischen sozio-demografischen Faktoren: „Kreuztabellen sozio-demografische Faktoren untereinander“.