

# **Ökologische Dienstleistung Gemüseabonnement:**

Untersuchung eines Handlungskonzeptes zur nachhaltigen  
Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung auf ökologische und  
soziale Rahmenbedingungen und Folgen

vorgelegt von  
Diplom-Ingenieurin  
Petra van Rüth

Von der Fakultät VII  
Architektur Umwelt Gesellschaft  
der Technischen Universität Berlin  
zur Erlangung des akademischen Grades  
Doktorin der Ingenieurwissenschaft  
- Dr.-Ing. -  
genehmigte Dissertation

## **Promotionsausschuss:**

Vorsitzender: Prof. Dr. Joachim Erber  
Berichterin: Prof. Dr. Renate Fuchs  
Berichterin: Prof. Dr. Ines Weller

Tag der wissenschaftlichen Aussprache: 4. Juni 2003

Berlin 2003

D 83



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Die Debatte um nachhaltige Produktions- und Konsummuster in der Bundesrepublik Deutschland</b>	<b>11</b>
2.1	Nachhaltige Entwicklung durch die Veränderung von Produktions- und Konsummustern	11
2.2	Von einem nachsorgenden zu einem proaktiven Umweltschutz	13
2.3	Die Entwicklung und Operationalisierung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern	14
2.4	Debatte um die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“	19
2.4.1	Die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“	19
2.4.2	Feministische Kritikpositionen am Beispiel der Auseinandersetzung um die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“	21
2.5	Für die Entwicklung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern relevante Ergebnisse sozialwissenschaftlicher Forschung	25
2.6	Einflüsse der gesellschaftlichen Organisation von Haus- und Versorgungsarbeit auf den Energie- und Ressourcenverbrauch im privaten Konsum	31
<b>3</b>	<b>Das Bedürfnisfeld Ernährung</b>	<b>34</b>
3.1	Landwirtschaft	36
3.1.1	Ökologische Belastungen aus der konventionellen Landwirtschaft	36
3.1.2	Ökonomische Bedeutung der landwirtschaftlichen Produktion in der Bundesrepublik Deutschland	44
3.1.3	Prinzipien der ökologischen Landwirtschaft	47
3.1.4	Stand der ökologischen Landwirtschaft in Deutschland im internationalen Vergleich	50
3.2	Nahrungsmittelindustrie	54
3.3	Handel	54
3.3.1	Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel	55
3.3.2	Handel mit ökologisch angebauten Produkten	56
3.4	Transport- und Verkehrsaufkommen im Bedürfnisfeld Ernährung	62
3.4.1	Verkehrsaufkommen in Produktion, Verarbeitung und Distribution	62
3.4.2	Einkaufsverkehr	65
3.5	VerbraucherInnen	67
3.5.1	Ernährungsorientierungen	67
3.5.2	Ernährungstrends in der Bundesrepublik	69
3.5.3	Determinanten für die Entwicklung des individuellen Ernährungsverhaltens	77
3.6	Vorschläge für eine nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung	90
3.6.1	Grundsätze	90
3.6.2	Handlungsansätze	92
3.7	Gesundheitliche Aspekte der Vorschläge für eine nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung	95
3.8	Untersuchungsziele: Gemüseabonnements – ein Baustein für eine nachhaltige Entwicklung im Bedürfnisfeld Ernährung?	97
<b>4</b>	<b>Gesellschaftliche Organisation von Hausarbeit – Voraussetzungen für die Umsetzung nachhaltiger Konsumalternativen in privaten Haushalten</b>	<b>100</b>
4.1	Blinde Flecken – Bedingungen der Arbeit in privaten Haushalten	100
4.2	Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion – Begriffsklärung und Darstellung des Forschungsstandes	104
4.2.1	Reproduktionsarbeit - gesellschaftliche Analyse und Untersuchung des spezifischen Arbeitscharakters von Hausarbeit	106
4.2.2	Das Konzept Haushaltsproduktion	116

4.2.3	Verständnis der Begriffe Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion im Rahmen dieser Arbeit	121
4.3	Zuweisung der Verantwortlichkeit für Arbeiten in der „privaten Sphäre“ an Frauen	122
4.3.1	Entwicklung der industriellen Gesellschaft	122
4.3.2	Festigung der Zuweisung der Verantwortlichkeit von Reproduktionsarbeit an Frauen	127
4.3.3	Verbindung von Erwerbsarbeit und Reproduktionsarbeit - Debatte um die Doppelbelastung von Frauen zu Beginn des 20. Jahrhunderts	129
4.3.4	Grenzen der Rationalisierbarkeit von Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion	135
4.4	Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion in den neunziger Jahren	141
4.4.1	Veränderung privater Haushalte im gesellschaftlichen Kontext	141
4.4.2	Überblick über die demographische Struktur in der Bundesrepublik	143
4.4.3	Zeitverwendung für Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion	145
4.5	Rahmenbedingungen für die Umsetzung nachhaltiger Konsumalternativen in privaten Haushalten	155
4.6	Untersuchungsziele: Gemüseabonnements - ein in den Alltag integrierbares Handlungskonzept?	158
<b>5</b>	<b>Methodik und Durchführung der Untersuchung</b>	160
5.1	Methodologische Überlegungen	163
5.2	Durchführung der Datenerhebung	164
5.2.1	AnbieterInnen	164
5.2.2	KundInnen	166
5.3	Auswertung	170
<b>6</b>	<b>Einführung Abonnementkisten: Entwicklungslinien und aktuelle Reichweite</b>	172
<b>7</b>	<b>Gemüseabonnements aus Sicht der AkteurInnen</b>	180
7.1	ErzeugerInnen	180
7.1.1	Unternehmensphilosophie: Orientierung an der eigenen ökologischen Produktion	182
7.1.2	Unternehmensphilosophie: Orientierung an den KundInneninteressen	183
7.1.3	Potenziale, besondere Anforderungen und Hemmnisse der Vermarktungsform Gemüseabonnement aus Sicht der AnbieterInnen	185
7.2	NutzerInnen	190
7.2.1	Sozio-ökonomische Beschreibung der NutzerInnen von Gemüseabonnements	191
7.2.2	Charakterisierung der sich beteiligenden Haushalte	193
7.2.3	Beschreibung der Interviewgruppe	196
7.2.4	Zugang zu Informationen über Abonnementangebote	197
7.2.5	Motivationen zur Nutzung von Gemüseabonnements	198
7.2.6	Motivallianzen zwischen Gesundheit, Umweltschutz und der Stützung regionalen Wirtschaftens	205
7.2.7	Erfahrungen mit den Abonnements	208
7.2.8	Sicht der VerbraucherInnen: Entlastung – Belastung	221
<b>8</b>	<b>Ökologische Veränderungen durch die Versorgung mit Gemüseabonnements</b>	230
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse: Ableitung von Handlungsempfehlungen aus den empirischen Untersuchungen</b>	238
<b>10</b>	<b>Gemüseabonnements – Nachhaltiges Handlungskonzept im Bedürfnisfeld Ernährung?</b>	246

## **Anhang**

Literatur

258

Tabellen Schadfaktoren / Schadwirkungen konventioneller Landwirtschaft und  
Richtlinien der Anbauverbände Demeter und Gäa:

Tabelle Ia Umweltmedien

Tabelle Ib Biotische Systeme

Tabelle Ic Ressourcenverbrauch

Tabelle Id Arbeits- und VerbraucherInnenschutz

Tabelle Ie Übergreifende Umweltbelastungen

Liste mit Anbietern regionaler Gemüseabonnements in Berlin-Brandenburg

Fragebögen der Erhebungen

## **Abbildungen**

Abbildung 1	Entwicklung des ökologischen Landbaus in Europa
Abbildung 2	Flächen- und Betriebsentwicklung des ökologischen Landbaus in Deutschland (2001)
Abbildung 3	Steigerung des Pro-Kopf-Verbrauches an Tiefkühlprodukten in der Bundesrepublik Deutschland zwischen 1970 und 1999
Abbildung 4	Verständnis traditioneller Theorien vom Verhalten privater Haushalte
Abbildung 5	Verständnis neuer Theorien vom Verhalten privater Haushalte

## **Tabellen**

Tabelle 1	Einnahmenverteilung in der deutschen Landwirtschaft
Tabelle 2	Erzeuger- und Verbraucherpreisentwicklung im Vergleich
Tabelle 3	Anteile der Erzeugerpreise am Endverbraucherpreis für verschiedene Produktgruppen
Tabelle 4	Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche an der insgesamt landwirtschaftlich bewirtschafteten Fläche im weltweiten Vergleich (2001)
Tabelle 5	Ernährungsorientierungen
Tabelle 6	Verzehrmengen von Fleisch, Fleisch- und Wurstwaren von Männern und Frauen in Österreich sowie die Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung
Tabelle 7	Kaufkraft eines Industriearbeiterstundenlohns bei einzelnen Nahrungsmitteln
Tabelle 8	Vergleich von Preisen für Produkte aus konventioneller, intensiver und ökologischer, artgerechter Landwirtschaft
Tabelle 9	Funktionen von Kohleöfen (Kochmaschinen) und Erfüllung durch Ersatzgeräte
Tabelle 10	Zahl und Anteil der privaten Lebensformen in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 1995 (in Millionen und Prozent)
Tabelle 11	Zahl der Alleinlebenden und Anteil an den privaten Haushalten in der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 1995 nach Altersgruppen
Tabelle 12	Zusammengestellte Ergebnisse verschiedener Studien zum Zeitaufwand für Hausarbeit in Familienhaushalten in Stunden pro Woche
Tabelle 13	Durchschnittliche tägliche Zeitverwendung von Männern und Frauen ab 12 Jahren

Tabelle 14	Durchschnittliche tägliche Zeitverwendung für unbezahlte Arbeit von Alleinlebenden, Ehepartnern und Alleinerziehenden
Tabelle 15	Durchschnittliche wöchentliche Zeitverwendung für unbezahlte Arbeit in ausgewählten Bereichen der Haushaltsproduktion von Alleinlebenden, Ehepartnern und Alleinerziehenden
Tabelle 16	Sozio-ökonomische Kenndaten von AbonnementkundInnen und BerlinerInnen im Vergleich
Tabelle 17	Haushaltstypen von AbonnementnutzerInnen
Tabelle 18	Erwerbstätigkeit von in Familienhaushalten lebenden Erwachsenen
Tabelle 19	Erwerbstätigkeit von in Lebensgemeinschaften lebenden Erwachsenen
Tabelle 20	Erwerbstätigkeit in Haushalten von alleinlebenden Erwachsenen
Tabelle 21	Relative Häufigkeiten der drei wichtigsten Gründe für den Bezug eines Gemüseabonnements nach zugeordneten Motiven
Tabelle 22	Bewertung des Aufwandes für die Mahlzeitenversorgung in Abhängigkeit vom Lieferzyklus, betrachtet werden nur Einpersonenhaushalte
Tabelle 23	Einschätzung des Aufwandes für die Mahlzeitenversorgung in Abhängigkeit von der Zustellungsart
Tabelle 24	Vergleich der Herkunft von Gemüse, das über Gemüseabonnements ausgeliefert wurde, mit der Herkunft von im konventionellen Handel vermarkteten Produkten





# Vorwort

Meine Dissertation basiert auf einer empirischen Untersuchung, die ich in Zusammenarbeit mit meiner Kollegin Silvia Cunningham im Rahmen eines Berlinforschungsprojektes von Herbst 1997 bis Herbst 1999 am Fachbereich 6 der TU Berlin im Forschungsbereich „Sozial-ökologische Forschung / Gender & Environment“ unter der wissenschaftlichen Leitung von Dr. Ines Weller durchgeführt habe. Titel dieses Forschungsvorhabens war „Nachhaltige Entwicklung durch Veränderung von Produktions- und Konsummustern: Untersuchung der aktuellen Reichweite und zukünftiger Entwicklungspotenziale neuer VerbraucherInnen-ErzeugerInnen-Kooperationsformen im Bedürfnisfeld Ernährung in Berlin“. In meiner Arbeit nehme ich zum Teil Bezug auf Forschungsergebnisse meiner Kollegin Silvia Cunningham. Diese zitiere ich aus unserem gemeinsam veröffentlichten Abschlussbericht. Ines Weller möchte ich für ihre engagierte Unterstützung in der Antragsstellung und für ihre konstruktive wissenschaftliche Leitung des Forschungsvorhabens danken.

Die vertiefte Bearbeitung und die Verfassung meiner Dissertationsschrift wurde durch Stipendien der TU Berlin und der Frauenforschungsförderung des Berliner Senates ermöglicht. Der Technischen Universität Berlin danke ich für das Stipendium zur Promotionsabschlussförderung für Frauen aus Mitteln des Sonderforschungsprogramms III, das ich im März und April 2000 erhalten habe. Von der Frauenforschungsförderung des Berliner Senates habe ich von Mai 2000 bis Januar 2001 ein Stipendium erhalten. Mit dieser Unterstützung konnte ich die empirischen Ergebnisse des Forschungsvorhabens zu den theoretischen Debatten und Ergebnissen der Umwelt- und Geschlechterforschung in Beziehung setzen. Dafür möchte ich der TU Berlin und der Frauenforschungsförderung des Berliner Senates ganz herzlich danken.

Bedanken möchte ich bei meinen wissenschaftlichen Betreuerinnen Frau Prof. Dr. Renate Fuchs und Frau Prof. Dr. Ines Weller die mich mit ihrem fachlichen Rat und ihrer konstruktiven Kritik inhaltlich betreut haben. Ines Weller danke ich insbesondere für die Ermutigung mit der Arbeit an der Dissertation zu beginnen.

Bedanken möchte ich mich auch bei Frau Dr. Christine Bauhardt für Ihre Mitwirkung bei Betreuung der Arbeit. Sie hat mich besonders in der Erarbeitung des Kapitels zur „Gesellschaftliche Organisation von Hausarbeit“ mit fachlichem Rat unterstützt und ich verdanke ihr viele nützliche Hinweise.

Ein großer Dank geht an meine Kollegin Kathrin Buchholz. Sie hat einige Teile der Arbeit in verschiedenen Bearbeitungsstadien mehrfach gelesen und mit mir diskutiert. Sie war trotz eigener hoher Arbeitsbelastung immer wieder bereit, inhaltliche Diskussionen und Auseinandersetzungen zu führen. Danke.

Herzlich bedanken möchte ich mich bei meinen Freundinnen Jutta Schulzki, Almut Tippelmann und Susanne Bauer, die mein Manuskript mit großer Genauigkeit in Bezug auf Rechtschreibfehler und andere Ungenauigkeiten Korrektur gelesen haben. Ebenfalls bedanken möchte ich mich bei Stefan Rüdell und auch bei Kathrin Buchholz für die technische Unterstützung im Umgang mit Computern und Druckern. Karen Schramm und Ute Siebert danke ich für die Gespräche über die Alltagserfahrungen mit Gemüseabonnements, die mir schon in der Durchführung der empirischen Erhebungen und auch später bei der theoretischen Aufarbeitung immer wieder gute Ideen und Impulse gegeben haben.

Nicht zuletzt danke ich an dieser Stelle noch einmal den MitarbeiterInnen der Abonnementbetriebe und den NutzerInnen von Gemüseabonnements, die mich in meiner Arbeit unterstützt haben, indem sie mich an ihren Alltagserfahrungen Teil haben ließen.

Inhaltlicher Redaktionsschluss meiner Arbeit war August 2001, bis zu diesem Zeitpunkt habe ich aktuelle Entwicklungen in Bezug auf die Vermarktung von ökologischen Lebensmitteln und die Debatte um nachhaltige Produktions- und Konsummuster in der Bundesrepublik Deutschland berücksichtigt.

# 1 Einleitung

Die politische Forderung nach einer Veränderung der Produktions- und Konsummuster wurde in der Agenda 21, dem Abschlussdokument der Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro, als vordringliche Aufgabe insbesondere für die Industrieländer formuliert (BMU o.J.). Dies stellt auch die Wissenschaft vor neue Aufgaben. So wird an die Umweltforschung u.a. die Anforderung gestellt, Daten und Erkenntnisse über ökologische wie sozio-ökonomische Wirkungen von Produktion und Konsum bereit zu stellen, Maßstäbe zu ihrer Beurteilung zu erarbeiten und Strategien für die Reduktion des Energie- und Stoffverbrauchs zu entwickeln.

Für die Umsetzung veränderter Produktions- und Konsummuster wurden innovative Konzepte für Konsumalternativen entwickelt, die insbesondere von Bürgerinnen und Bürgern eine Veränderung im alltäglichen Handeln erfordern. Bislang fehlt jedoch die Erhebung der Einschätzung von VerbraucherInnen zur Umsetzbarkeit dieser Konzepte im Alltagskontext. Zudem sind die aus den verschiedenen Rahmenbedingungen der Alltagsorganisation resultierenden Einflüsse auf die Integrierbarkeit von nachhaltigem Konsumverhalten in den Lebensalltag kaum erhoben worden. Dies kann als Folge einer in der Bundesrepublik erfolgten starken Konzentration auf die ökologischen Dimensionen des Konzeptes „Nachhaltiger Entwicklung“ interpretiert werden, in der soziale Aspekte weniger im Blickpunkt der Debatte stehen.

In den vergangenen Jahrzehnten haben sich aber deutliche Veränderungen der Formen des Zusammenlebens entwickelt. Mehr Menschen leben allein, die Scheidungszahlen sind gestiegen, die Zahl der Alleinerziehenden ist gewachsen und in immer mehr Familienhaushalten sind beide PartnerInnen Vollzeit erwerbstätig. Diese Entwicklungen haben Einfluss auf die Alltagsorganisation in privaten Haushalten, insbesondere weil Frauen zusätzliche Aufgaben übernommen haben und Erwerbsarbeit, Haus- und Versorgungsarbeiten stärker als früher miteinander koordinieren müssen und damit das zu bewältigende Arbeitspensum für sie insgesamt angewachsen ist. Männer haben ihren Anteil an der Hausarbeit aber nicht in einem äquivalenten Maße erhöht.

In der Debatte über eine Veränderung von Konsumverhalten werden diese Veränderungen in der gesellschaftlichen Arbeitsteilung bislang wenig diskutiert. Insbesondere Vorschläge zu einer Veränderung der Versorgungsarbeit erwecken zum Teil den Eindruck einer Vorstellung einer vormodernen Organisation der Hauswirtschaft, in der die veränderten Rahmenbedingungen unter denen Hausarbeit heute geleistet wird, nicht berücksichtigt werden. Zudem wird eine traditionelle Struktur privater Haushalte unterstellt. Häufig wird von der „vollständigen“ Kleinfamilie mit geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung ausgegangen, in der Männer Vollzeit erwerbstätig und Frauen im Wesentlichen für die Haushaltsführung und Reproduktionsarbeit zuständig sind. Diese Organisationsform privater Haushalte verliert in der gesellschaftlichen Realität zugunsten anderer Lebensentwürfe und Familienformen an Bedeutung.

Besonders deutlich wird das Muster der Wahrnehmung von privaten Haushalten als bürgerliche Kleinfamilien in der Veröffentlichung „Der private Haushalts-Check“ von

B.A.U.M. e.V.<sup>1</sup>. Dieses Buch wendet sich mit dem Anspruch an private Haushalte, Ratgeber zu sein, für eine gesunde, umweltschonende Lebensweise, mit der auch Geld eingespart werden kann (RIEDESSER 2000). In den vier konkret beschriebenen Beispielhaushalten handelt es sich in allen Fällen um Familien mit Kindern, in denen Männer für den Unterhalt der Familie und Frauen für die Alltagsorganisation zuständig und nicht erwerbstätig sind. Haushalte von Alleinerziehenden, Alleinlebenden, berufstätigen Paaren ohne Kinder oder Haushalte, in denen berufstätige Erwachsene mit Kindern leben, kommen in der Darstellung nicht vor. Diese Ausblendung hat gravierende Auswirkungen auf die entwickelten Vorschläge. Sie sind zum Teil mit erheblichem, vor allem zeitlichen Mehraufwand verbunden, ohne dass problematisiert wird, wie sich ein höherer Aufwand mit anderen alltäglichen Anforderungen verbinden lässt. Als vorbildhaft werden Familien vorgestellt, deren Ernährung zum Teil sogar auf Subsistenzwirtschaft beruht: „In ihrem Gemüsegarten bauen sie Tomaten, Salat, Bohnen, Zwiebeln und Gewürze an. Obst wie Zwetschgen, Erdbeeren, Brombeeren, Stachelbeeren und Johannisbeeren wächst auch im Garten. (...) Andere Waren werden saisongerecht von Bauern in der Region gekauft. Lagerfähige Lebensmittel werden in großen Mengen eingekauft, zum Beispiel Getreide in 25 kg-Säcken, Nudeln in 5 kg-Kartonagen und Tee in 1 kg-Beutel. So werden Abfälle vermieden, und auf die Waren gibt es Rabatt. Im Herbst werden große Mengen an Kartoffeln, Rote Beete und Karotten eingelagert. Es werden auch noch Sauerkraut milchsauer eingemacht und ca. 200 Liter Apfelsaft in Flaschen eingekocht. Johannisbeeren, Zwetschgen, Kirschen und Gemüse werden in Gläser eingekocht und im Keller für den Winter eingelagert. (...) Brot backt Frau Sing meist selbst, und Kuchen gibt es oft. Dazu wird immer frisch selbstgemahlenes Mehl verwendet“ (RIEDESSER 2000: 101f).

Die Hauswirtschaft, wie sie hier romantisierend verklärt wird, entspricht vormodernen Strukturen in einem eher ländlich geprägten Raum. Die Fragen wer die Arbeit leistet, wer das Obst und Gemüse anbaut, es konserviert, zu Erzeugern und zu Händlern fährt, um große Vorräte von Lebensmitteln zu kaufen und wo diese anschließend gelagert werden sollen, werden nicht besprochen. Der Hinweis „Brot backt Frau Sing meist selbst und Kuchen gibt es oft“, legt die Vermutung nahe, dass sie die wesentlichen Arbeiten für die als mustergültig beschriebene Versorgung leistet. Diese Form der Alltagsorganisation ist sehr weit von der Alltagswelt vieler Menschen entfernt, die z.B. in Großstädten leben, erwerbstätig sind, keinen Garten zur Verfügung haben in dem sie Obst und Gemüse anbauen könnten und auch nicht über den notwendigen Raum verfügen, um große Mengen Lebensmittel für längere Zeit zu lagern.

Inhaltlich wird empfohlen, regionale, saisongerechte, möglichst unverarbeitete Produkte zu verwenden sowie Verpackungsmaterial durch die Bevorzugung von Großpackungen zu sparen. Hintergrund dieser Vorschläge ist der hohe Ressourcenverbrauch, der aus den Produktionsschritten Vorverarbeitung, Verpackung und Transport resultiert.

Die Ausblendung der Rahmenbedingungen privater Haushalte für die Veränderung ihres Konsumverhaltens wird selten so deutlich wie in dieser Veröffentlichung. Häufig

---

<sup>1</sup> B.A.U.M. e.V.: Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V.

ist jedoch auch in anderen Veröffentlichungen zwischen den Zeilen die Vorstellung von tradierten Rollenmustern heraus zu lesen, in denen Frauen die Versorgungsarbeit übernehmen. Vorschläge zu einer ökologischeren Versorgung richten sich im Kern an Frauen - auch wenn dies selten direkt benannt ist. Die oftmals bestehende Mehrfachbelastung von Frauen und die Vereinbarkeit von ökologischen Verhaltensumstellungen mit komplexen Alltagsanforderung ist nicht Gegenstand von Überlegungen zu einer nachhaltigen Gestaltung des alltäglichen Lebens.

Auf programmatischer Ebene (z.B. in der Agenda 21) ist das Ziel „Geschlechtergerechtigkeit“ Teil einer nachhaltigen Entwicklung. Auf der Ebene der Umsetzung und Konkretisierung von nachhaltigen Konsummustern wird jedoch häufig auf geschlechtsspezifische Rollen- und Verantwortungsverteilung zurück gegriffen. Meist lassen sich in Veröffentlichungen zur Umsetzung von nachhaltigen Konsumalternativen zwischen den Zeilen geschlechtsspezifische Zuweisungen von Verantwortungsbereichen lesen.

Auf Grund der historisch entstandenen Zuweisung der Verantwortung für die Hausarbeit und die Alltagsorganisation an Frauen ist bei der Bearbeitung von Themen die mit Reproduktionsarbeit verbunden sind, die Beachtung der Geschlechtergerechtigkeit von entscheidender Bedeutung. In der Agenda 21 in Kapitel 24 ist explizit formuliert, dass die enorme Arbeitsbelastung von Frauen und Mädchen unter anderem durch eine gerechte Aufteilung der Hausarbeit zwischen Mann und Frau reduziert werden soll (BMU o.J.: 219). Die Entwicklung und Bewertung nachhaltiger Konsumalternativen erfordert also, der einseitigen Zuschreibung der Verantwortlichkeit von Frauen für die Hausarbeit entgegen zu wirken. Neben der politischen und wirtschaftlichen Gleichstellung von Frauen ist auch der Abbau von Hierarchisierungen und geschlechtsspezifischen Zuweisungen gesellschaftlicher Sphären und Aufgabenbereiche eine wichtige Voraussetzung zur Schaffung von Geschlechtergerechtigkeit. Mit der Spaltung in verschiedene Sphären ist die Hierarchisierung der Geschlechterverhältnisse und die ungleiche Macht- und Einflussverteilung von Männern und Frauen auf alle gesellschaftlichen Bereiche verbunden. Die strukturelle Veränderung der Trennung von privaten und öffentlichen Sphären - mit ihren geschlechtsspezifischen Konnotationen - ist eine wesentliche Aufgabe in einem nachhaltigen gesellschaftlichen Veränderungsprozess mit dem Ziel der Geschlechtergerechtigkeit.

In den Studien über nachhaltige Entwicklung lässt sich neben der fehlenden Berücksichtigung der veränderten Organisation von Haus- und Versorgungsarbeit auch ein Defizit an wissenschaftlicher Absicherung bislang konzipierter Handlungsstrategien feststellen. Es liegen kaum Daten über die tatsächlich erzielbaren Umweltentlastungen vor, die beispielsweise aus der Regionalisierung von Produktion und Konsum oder der Langlebigkeit bestimmter Produkte resultieren. Im Bereich der Produktion gibt es inzwischen zahlreiche, sowohl allgemeine, wie auf bestimmte Betriebe bezogene Untersuchungen, die zum Teil im Rahmen von Ökoaudits erstellt worden sind. Für die Nutzungsphase von Produkten im „privaten Bereich“ fehlen konkrete Erhebungen. Eine bessere wissenschaftliche Fundierung der Prioritäten, Effekte und Potenziale umweltgerechten Verbraucherverhaltens ist notwendig, um erfolgversprechende Ansätze weiter entwickeln zu können. Wichtige Forschungsfragen sind, wie die den VerbraucherInnen vorgeschlagenen Strategien zur nachhaltigen Gestaltung des Konsums von den NutzerInnen beurteilt werden, wie sie in die Alltagsorganisation und in bestehen-

den Alltagsroutinen integriert werden können und mit welchen Umweltwirkungen sie verbunden sind.

In meiner empirischen Untersuchung habe ich das konkrete Handlungskonzept „Gemüseabonnement“ untersucht. Gemüseabonnements werden von ökologischen Landwirten als Service angeboten, die KundInnen bekommen regelmäßig Produkte geliefert, die zu (großen) Teilen aus der Erzeugung des liefernden Betriebes stammen. Als Beispiel für ein nachhaltiges Konsummuster habe ich dieses Handlungskonzept aus dem Bedürfnisfeld<sup>2</sup> Ernährung ausgewählt. Die Begründungen für diese Auswahl stelle ich im Folgenden kurz zusammen:

- Von einer Veränderung von Konsummustern in der Ernährungsversorgung werden deutliche Auswirkungen auf die resultierenden Stoff- und Energieströme erwartet. Nach Ergebnissen der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ entstehen aus dem Bedarfsfeld<sup>3</sup> Ernährung 20 % der gesamten Inanspruchnahme von Stoffen und Energie in der Bundesrepublik. Da mit den unterschiedlichen Nahrungsmitteln und mit den verschiedenen Graden ihrer Vorverarbeitung auch verschieden hohe Materialinanspruchnahmen einhergehen<sup>4</sup>, wird davon ausgegangen, dass mit der Veränderung der Ernährungsgewohnheiten und mit einer Reduktion insbesondere des Fleischkonsums ein Beitrag zum Rückgang von Umweltbelastungen geleistet werden kann (BUND/MISEREOR 1997: 103).
- Die Veränderung der Organisation der Ernährungsversorgung kann mit bedeutsamen Auswirkungen auf die Organisation der Reproduktionsarbeit verbunden sein und hat damit möglicherweise geschlechtsspezifisch unterschiedliche Konsequenzen.
- Gesamtgesellschaftlich und in der konkreten Alltagspraxis besteht eine starke geschlechtsspezifische Zuweisung der Verantwortlichkeit für die Ernährungsversorgung an Frauen.
- Aufgrund der Pluralisierung der Formen privater Haushalte haben sich auch sehr unterschiedliche Organisationsformen der Ernährungsversorgung entwickelt, diese

---

<sup>2</sup> Die Enquete-Kommission des deutschen Bundestages „Schutz des Menschen und der Umwelt“ (1994) definiert den Begriff „Bedürfnisfeld“ wie folgt: Bedürfnisfelder sind „komplexe Systeme von Stoffströmen, die der Erfüllung menschlicher bzw. gesellschaftlicher Bedürfnisse dienen“ (ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DES MENSCHEN UND DER UMWELT“ 1994: 90).

<sup>3</sup> In der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ wird von Bedarfsfeldern gesprochen, der Begriff wird wie folgt erläutert: „Die Bedarfsfelder geben nicht die Vielzahl der existierenden Bedürfnisse wieder, sondern umfassen jeweils eine Reihe miteinander verwandter Einzelbedürfnisse“ (BUND/MISEREOR 1997: 92). Während die Betrachtung von Bedürfnissen auch Bereiche umfasst, die nicht materiell zu befriedigen sind, wie z.B. den Erhalt und die Vertiefung menschlicher Beziehungen, oder das Verfolgen selbstbestimmter Aktivitäten, bezieht sich die Betrachtung von Bedarf im Wesentlichen auf konsumrelevante Sachgüter und Dienstleistungen.

<sup>4</sup> In der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ wird als Indikator für die Umweltbelastung ein deutlicher Schwerpunkt auf die Ressourcenentnahme gelegt. Der Indikator für die Ressourcenentnahme umfasst alle Massen - mit Ausnahme von Wasser und Luft - die aktiv von Menschen bewegt werden, um bestimmte Produkte zu erzeugen. In die Berechnung gehen Massen ein, die zur Gewinnung der Rohstoffe bewegt werden sowie alle Massen die zur Weiterverarbeitung, Nutzung bis hin zur Entsorgung bewegt werden müssen. Dieser hoch aggregierte Indikator für die Ressourcenentnahme wird als „Ökologischer Rucksack“ eines Gutes oder auch einer Dienstleistung bezeichnet. Als Einheit und Vergleichsgröße wird die Materialintensität (kg/kg) herangezogen (BUND/MISEREOR 1997: 45 ff, vgl. auch SCHMIDT-BLEEK 1994). Während mit Obst und Gemüse ein ökologischer Rucksack von 1,4 kg/kg verbunden ist, beträgt der ökologische Rucksack von Fleisch- und Fleischerzeugnissen mit 16,7 kg/kg nahezu das 12-fache (BUND/MISEREOR 1997: 104).

sind abhängig von den Rahmenbedingungen unter denen in den einzelnen privaten Haushalten gewirtschaftet wird.

Der Ausbau des ökologischen Landbau wird als Möglichkeit gesehen, das Bedürfnisfeld Ernährung nachhaltiger zu gestalten und den Umwelteffekten, der hoch technisierten und mit hohem Ressourcenverbrauch wirtschaftenden konventionellen Landwirtschaft eine umweltverträglichere Alternative gegenüber zu stellen. Bis Mitte der 90er Jahre wurde in Deutschland vor allem die Umstellung von landwirtschaftlichen Betrieben gefördert. Eine nur geringe Aufmerksamkeit galt der Vermarktung der Produkte ökologischer Landwirtschaft. Diese wurden vorwiegend in kleinen Läden, auf ökologisch orientierten Wochenmärkten und direkt ab Hof verkauft. So erreichten ökologisch erzeugte Lebensmittel nur wenige Konsumentinnen und Konsumenten und nicht die Mehrheit der VerbraucherInnen, die sich vorwiegend in Supermärkten mit Lebensmitteln versorgt. Mit dem ökologischen Landbau sind strukturell Gegebenheiten verbunden, die die Vermarktung erschweren. So können im ökologischen Landbau aufgrund der Anbaumethoden nicht große Mengen gleichförmiger Produkte erzeugt werden, wie sie große Handelsketten von ihren Lieferanten erwarten. Aufgrund der Vermarktungsprobleme suchten ökologische Landwirte nach neuen Vermarktungsmöglichkeiten, die ihnen eine sichere Absatzmöglichkeit für ihre Produkte boten. Das Gemüseabonnement ist eine solche neue Vermarktungsform, die ich in der vorliegenden Arbeit genauer untersuchen möchte.

Im Mittelpunkt meiner empirischen Studie steht die Frage, ob das ökologische Handlungskonzept Gemüseabonnement unter den gegebenen Voraussetzungen zu Be- oder Entlastungen für die Umwelt und die Haushaltsorganisation führt. Ist dieser Handlungsansatz für ein nachhaltiges Konsummuster in die Versorgungsarbeit integrierbar oder erfordert es in der Alltagsorganisation möglicherweise zusätzlichen Aufwand. Inwieweit tragen ökologische Gemüseabonnements dazu bei, die Absatzsituation von Produkten aus ökologischem und regionalem Landbau zu stärken und welche ökologischen Be- oder Entlastungen sind damit verbunden. Meinen Hauptfokus richte ich auf Veränderungen, die die Nutzung eines Gemüseabonnements für die VerbraucherInnen mit sich bringt. Hat der Bezug eines Gemüseabonnements Auswirkungen auf die Gestaltung der Ernährungsversorgung. Welche Veränderungen in der Haushaltsorganisation zieht die Nutzung eines Gemüseabonnements nach sich. Ziel meiner Arbeit ist es, in Bezug auf das konkrete Handlungskonzept Gemüseabonnement zu einer Einschätzung zu kommen, ob es zu einer nachhaltigen Entwicklung des Bedürfnisfeldes Ernährung beitragen kann.

In meiner Arbeit nehme ich explizit die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen privater Haushalte in den Blick, um sie mit den Ergebnissen meiner empirischen Studie zum Handlungskonzept Gemüseabonnement in Beziehung setzen zu können. Relevant für die Analyse der Alltagstauglichkeit des konkreten Handlungskonzepts Gemüseabonnement ist neben den Erfahrungen der derzeitigen NutzerInnen auch die Fragestellung, wer sich an dem System beteiligt. So könnten z.B. aus dem Ergebnis, dass sich die bislang erreichte Gruppe durch spezielle Merkmale auszeichnet, Hinweise darauf abgeleitet werden, mit welchen Haushaltsstrukturen sich diese Versorgungsalternative gut verbinden lässt und in welchen Kontexten sie in der Umsetzung eher auf Hemmnisse stößt.

Diesen Fragestellungen liegt meine These zugrunde, dass die Umsetzung nachhaltiger Konsummuster davon abhängig ist, ob Angebote von Versorgungsalternativen zu den Strukturen passen, in denen sie angewendet und gelebt werden sollen. In diesem Zusammenhang sehe ich als relevante Fragestellung, wie die Versorgungsstrukturen privater Haushalte aktuell aussehen. Aus den Rahmenbedingungen der Alltagsorganisation können sich Grenzen und Potenziale für die Umsetzung ergeben. Die Analyse von Hemmnissen und Potenzialen kann Hinweise darauf geben, wie Konsumalternativen modifiziert werden müssten, um für größere NutzerInnenkreise praktikabel zu sein. Mit dieser Herangehensweise möchte ich soziale und ökologische Dimensionen von als nachhaltig eingeschätzten Handlungskonzepten integriert betrachten.

Bisher fehlen weitgehend Untersuchungen, die den Zusammenhang zwischen Konsumstrukturen und Geschlechterverhältnissen systematisch auch unter Berücksichtigung des Zusammenhangs zwischen Arbeitsbelastung für Frauen und Umweltentlastung bestimmen. Die feministische Kritik setzt bislang zumeist auf der konzeptionellen Ebene an. Gezielte Untersuchungen, wie und in welchem Ausmaß Verbindungen zwischen Umweltentlastung und „Frauenbelastung“ bestehen und wie sie aufgebrochen werden können, stehen noch weitgehend aus. In meiner Arbeit untersuche ich die Wirkungen des konkreten Handlungskonzeptes Gemüseabonnements auf die Alltagsorganisation und auf Umweltwirkungen. Ich nehme dabei explizit die Fragestellung mit in den Blick, welche Auswirkungen die Versorgung mit Gemüseabonnements auf die Arbeitsbelastung von Männern und Frauen hat.

Für meine Arbeit ist die feministische Kritik an der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ und anderen Konkretisierungsansätzen von Nachhaltigkeit von zentraler Bedeutung. Diese Kritik werde ich im *zweiten Kapitel* darstellen.

In der Konsequenz der Forschungsergebnisse zu nachhaltigen Konsummustern und der feministischen Kritik an der fehlenden integrierten Betrachtung von sozialen und ökologischen Dimensionen werde ich den Forschungsstand für das Bedürfnisfeld Ernährung aus zwei verschiedenen Blickwinkeln heraus beleuchten. Diese werde ich im *dritten* und *vierten Kapitel* darstellen:

Ernährung und die heutige Organisation der Ernährungsversorgung ist mit ökologischen Wirkungen verbunden. In Bezug auf naturwissenschaftlich-ökologische Dimensionen werde ich Ergebnisse ökologischer Forschung bezogen auf verschiedene Akteure im Bedürfnisfeld Ernährung im *dritten Kapitel* darstellen. Als wesentliche Akteure für meine Arbeit betrachte ich Landwirtschaft, Handel und VerbraucherInnen. Das Verkehrsaufkommen im Bedürfnisfeld Ernährung stelle ich gesondert dar. Das von mir empirisch untersuchte Handlungskonzept Gemüseabonnement hat Bezugspunkte zu den verschiedenen Akteursfeldern, da es sowohl mit Veränderungen in der Landwirtschaft als auch in der Handelsstruktur und in der Alltagsorganisation der VerbraucherInnen verbunden ist, die mit Umweltwirkungen einher gehen.

Ernährung und Ernährungsversorgung ist ein wesentlicher Bestandteil von Hausarbeit. Deshalb nimmt die Betrachtung der Bedingungen von Hausarbeit einen großen Raum in meiner Arbeit ein. Da die Bedingungen, unter denen Hausarbeit heute geleistet wird, nicht in der Konzeptualisierung von nachhaltigen Handlungsalternativen berücksichtigt werden, stelle ich im *vierten Kapitel* für meine Fragestellung wesentliche Ergebnisse



der Forschung verschiedener Disziplinen zu Hausarbeit dar. Damit möchte ich den Rahmen abbilden, in dem Hausarbeit heute stattfindet und gleichzeitig Probleme aufzeigen, die BOCK, HEEG und RODENSTEIN (1993) in der Formulierung „Krise der Reproduktionsarbeit“ zusammengefasst haben. Um zu verdeutlichen, mit welcher zeitlichen Arbeitsbelastung die Verbindung von Hausarbeit und Erwerbsarbeit verbunden ist, stelle ich die Ergebnisse von Zeitbudgeterhebungen aus verschiedenen Jahrzehnten vor. Mit der Längsschnittdarstellung kann ich die Frage bearbeiten, ob sich am zeitlichen Aufwand für Hausarbeit in den letzten Jahrzehnten insbesondere für Frauen und in der Übernahme von Aufgaben durch Männer etwas geändert hat.

Das Problem, die Hausarbeit mit anderen Arbeitsbereichen verbinden zu müssen, hat bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts zu einer Diskussion um die Hausarbeit und Fragen, wie diese gesellschaftlich zu organisieren sei, geführt. Kontrovers diskutiert wurden Konzepte der Vergesellschaftung von Reproduktionsarbeit versus der Technisierung privater Haushalte, mit deren Hilfe es für Frauen möglich werden sollte, Reproduktionsarbeit mit Erwerbsarbeit zu verbinden. Dieser Ansatz wonach Frauen weiterhin allein zuständig für die Reproduktionsarbeit in einer Familie sind und dabei durch den Einsatz von Technik unterstützt werden, bewirkte eine starke Veränderung in der Versorgungsarbeit. In den verschiedenen Bereichen (z.B. Ernährung, waschen und putzen) wurden Techniken und Produkte entwickelt, die die Verbindung von Reproduktions-, Erziehungs- und Erwerbsarbeit ermöglichen, ohne an der grundsätzlichen Struktur der Verantwortlichkeit von Frauen etwas zu verändern. Diese Entscheidung für eine Technisierung und gegen eine Vergesellschaftung sind meines Erachtens prägend für die Bedingungen, denen Hausarbeit heute unterliegt und mit welchen Umweltwirkungen sie verbunden ist.

Nach der Aufarbeitung der theoretischen Diskursstränge schließe ich die Darstellung meiner empirischen Erhebung zum Handlungskonzept Gemüseabonnement an (*Kapitel 5 – 7*). In der Untersuchung des konkreten Handlungskonzepts lege ich den Schwerpunkt auf die Darstellung der Veränderung der Ernährungsversorgung in privaten Haushalten, die sich dem Abonnementsystem angeschlossen haben. Während für die Bereiche der landwirtschaftlichen Erzeugung und der Nahrungsmittelverarbeitung hauptsächlich verbesserte technische Lösungen für grundsätzlich unveränderte Produktionsprozesse (Effizienzstrategie: z.B. Verringerung des Energieeinsatzes bei der Stickstoffdüngerherstellung) propagiert werden, wird auch im Ernährungsbereich an VerbraucherInnen appelliert, durch Suffizienz zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Als Erfolg versprechend gelten die Reduzierung des Fleischkonsums und die bevorzugte Verwendung regionaler, ökologisch erzeugter, saisongerechter und gering verarbeiteter Lebensmittel. Diese Eigenschaften sind mit der Versorgung mit Gemüseabonnements verbunden. Sie könnten also, wenn sie bei den VerbraucherInnen auf Akzeptanz stoßen, dazu beitragen, das Bedürfnisfeld Ernährung nachhaltiger zu gestalten. Ich gehe deshalb insbesondere der Frage nach, welche Gruppen von NutzerInnen sich bislang an dem System beteiligen und ob sich aus den Erfahrungen der derzeitigen NutzerInnen Hemmnisse und Potenziale für die Integration des Konzeptes in den Alltag ableiten lassen. Besondere Aufmerksamkeit richte ich auf mögliche Veränderungen der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung.

Die ökologischen Folgewirkungen durch Gemüseabonnements stelle ich im *achten Kapitel* vor allem bezogen auf qualitative Dimensionen dar, greife aber auch auf Ergebnisse der halbquantitativen Abschätzung von Umweltentlastungspotenzialen meiner Kollegin Silvia CUNNINGHAM (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000) zurück.

In *Kapitel 9* werde ich Handlungsempfehlungen aus den Ergebnissen der empirischen Untersuchungen für die verschiedenen AkteurInnen ableiten. Zur abschließenden Beurteilung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement werde ich im *zehnten Kapitel* Potenziale und Hemmnisse bei der Umsetzung sowohl für die NutzerInnen als auch für die AnbieterInnen zusammenfassen. Dabei betrachte ich Einflüsse auf die Versorgungsarbeit und Fragen nach den mit dem Konzept verbundenen Umweltwirkungen integriert miteinander und werde die Frage beantworten, ob es sich bei dem Handlungskonzept Gemüseabonnement unter Berücksichtigung der sozialen und ökologischen Dimensionen von Nachhaltigkeit um ein nachhaltiges Handlungskonzept im Bedürfnisfeld Ernährung handelt.

## **2 Die Debatte um nachhaltige Produktions- und Konsummuster in der Bundesrepublik Deutschland**

„Voraussetzung für die Verwirklichung von Umweltqualitäten und nachhaltiger Entwicklung ist eine größere Effizienz der Produktion und eine Veränderung der Verbrauchsgewohnheiten, damit eine Optimierung der Ressourcennutzung und eine Minimierung des Abfallaufkommens stärker zum Tragen kommen kann. In vielen Fällen bedeutet dies, dass es zu einer Umorientierung der augenblicklichen Produktions- und Verbrauchsgewohnheiten kommen muß, die sich in den Industriegesellschaften entwickelt haben und in einem großen Teil der übrigen Welt nachgeahmt werden.“

AGENDA 21, Kapitel 4, Abs. 4.15 (BMU o.J.: 23)

### **2.1 Nachhaltige Entwicklung durch die Veränderung von Produktions- und Konsummustern**

Seit der Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung (UNCED) in Rio de Janeiro 1992 hat sich Sustainability bzw. Nachhaltigkeit als globales umwelt- und entwicklungspolitisches Leitbild etabliert. Der Begriff „Sustainable Development“ - im Deutschen hat sich die Übersetzung „Nachhaltige Entwicklung“ etabliert - ist zu verstehen als eine weltweite, über Generationen hinweg aufrecht erhaltbare, umwelt- und sozialverträgliche Entwicklung. Es bestehen enge Beziehungen zwischen ökologischen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Dimensionen (UBA 1997: 3f). Das wichtigste, aber völkerrechtlich nicht verbindliche Abschlussdokument der UNCED-Konferenz ist die Agenda 21. Zentraler Gedanke dieses Dokumentes ist die Einleitung eines internationalen Entwicklungsprozesses, mit dem der zunehmenden Ungleichheit zwischen Menschen und ihren Entwicklungschancen sowie der fortschreitenden Schädigung der Ökosysteme Einhalt geboten werden kann, um ein Überleben zukünftiger Generationen zu sichern (BMU o.J.: 9). In der Bundesrepublik werden unter „Nachhaltiger Entwicklung“ vor allem ökologische Aspekte diskutiert, während die sozialen Implikationen von Sustainability weniger im Blickpunkt stehen.

In Kapitel 4 der Agenda 21 werden explizit die Produktions- und Konsummuster insbesondere in den Industrieländern als Hauptursache für die allmähliche Zerstörung der globalen Umwelt benannt (Abs. 4.3) und für den Handlungsbedarf (Abs. 4.7) folgende Zielvorgaben gemacht:

- „Förderung von Verbrauchs- und Produktionsmustern, die zu einer Verringerung von Umweltbelastungen und zur Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse führen“
- „Vertiefung des Einblicks in die Rolle des Konsumverhaltens und die Klärung der Frage, wie sich nachhaltige Verbrauchsgewohnheiten entwickeln lassen“ (BMU o.J.: 22).

Die Bedeutung der Veränderung von Produktions- und Konsummustern wurde auf der Rio-Nachfolgekonzferenz in New York (1997) bekräftigt und beschlossen, dass die Unterzeichnerstaaten der Agenda 21 jährlich der Commission for Sustainable Development (CSD) über ihre Ergebnisse im Hinblick auf die Förderung Nachhaltiger Produktions- und Konsummuster berichten sollen.

Im englischen Originaltext der Agenda 21 ist das Kapitel 4 mit „Changing Consumption Patterns“ überschrieben<sup>5</sup>. Das englische Wort „pattern“ drückt die Art und Weise aus, in der etwas geschieht, sich entwickelt oder organisiert ist<sup>6</sup>. In der deutschen Übersetzung ist das Kapitel 4 mit „Veränderung der Konsumgewohnheiten“ überschrieben. Diese Formulierung ist unglücklich gewählt, weil sie nahe legt, dass es vor allem um die Notwendigkeit von Verhaltensänderungen von KonsumentInnen geht. Der englische Begriff „Consumption Patterns“ drückt stärker als die gewählte deutsche Übersetzung „Konsumgewohnheiten“ die strukturelle Verwobenheit zwischen Produktion und Konsum aus. Im Sinne von Produktions- und Konsummustern können damit sowohl Produktions- als auch die Konsumgewohnheiten in den Blick genommen und als zusammenhängend und in einem Wechselwirkungsprozess miteinander stehend gesehen werden. Der Begriff Produktions- und Konsummuster beinhaltet für mich, dass die wechselseitigen Bedingungen aus Produktion und Konsum bei der Bearbeitung von Fragestellungen zu einer nachhaltigen Veränderung in den Blick genommen werden müssen. Ich werde in dieser Arbeit den Begriff Produktions- und Konsummuster benutzen, wenn es mir darum geht, die strukturellen Zusammenhänge zwischen Produktion und Konsum zu beschreiben. Dagegen spreche ich von Konsumverhalten oder von Konsumgewohnheiten, wenn es um das Verhalten von KonsumentInnen geht, auf das ich in dieser Arbeit in weiten Teilen meinen Fokus richte. Dies tue ich in dem Bewusstsein, dass Konsumverhalten auf dem Hintergrund der wechselseitigen Bedingtheit von Produktion und Konsum basiert.

Häufig werden private Haushalte als „Konsumenten“ als vorrangig konsumtiv, als allein verbrauchend eingestuft, während privat und staatlich organisierte Unternehmen dagegen als vorrangig produktiv gelten. Dieses Verständnis stellt eine Verkürzung dar und ist vielfach kritisiert worden, da innerhalb der Konsumphase ein eigenständiger materieller, kultureller und sozialer Produktionsprozess - die Reproduktionsarbeit - stattfindet, in dem Stoffe und Materialien hergestellt und verändert werden (vgl. SCHULTZ, WELLER 1997: 161). Wesentlich für die Verortung von Konsum vor allem in private Haushalte ist ein verkürztes Verständnis ihrer Aufgaben und Funktionsweisen. In dieser Betrachtungsweise wird der Verbrauch von Ressourcen in privaten Haushalten in den Mittelpunkt der Betrachtung gestellt, die (produktive) Arbeit, die geleistet wird sowie die sie bestimmenden Rahmenbedingungen, werden dagegen nicht wahrgenommen.

---

<sup>5</sup> Die Agenda 21 ist in englischer Sprache im Internet unter <http://www.un.org/esa/sustdev/agenda21text.htm> abgelegt.

<sup>6</sup> Random House Webster's Unabridged Dictionary, Random House, Inc. (1999): „pattern: (...) a combination of qualities, acts, tendencies, etc., forming a consistent or characteristic arrangement (...);“ Oxford Advanced Learner's Dictionary, Oxford University Press (1992): „pattern: (...) way in which sth happens, moves, develops or is arranged (...).“

Auf die Dichotomisierung der gesellschaftlichen Sphären von Produktion (Erwerbsarbeit) und Konsum (Reproduktionsarbeit) und die damit verbundenen geschlechtsspezifischen Konnotationen werde ich in Kapitel 4.2.1.1 ausführlich eingehen. Die Gleichsetzung privater Haushalte mit der Sphäre der Konsumtion ist ein Gegenstand der Kritik feministischer Forschung am herrschenden Wirtschaftsverständnis (z.B. HOFMEISTER 1999). Diese Kritik arbeitet heraus, dass der Erwerbsarbeit in der entwickelten Industriegesellschaft alle anderen Arbeitsbereiche untergeordnet werden (Primat der Erwerbsarbeit (BIESECKER, JOCHIMSEN, KNOBLOCH 1997)).

Im zweiten Kapitel werde ich in der Darstellung der Debatte um die Veränderung von Produktions- und Konsummustern in Deutschland vor allem auf feministische Kritikpositionen an den bisher erfolgten Konkretisierungsansätzen konzentrieren. Ausführliche Abhandlungen über die Entwicklung der Debatte um eine Veränderung des Konsums von den ethisch-moralisch geprägten Diskursen in den späten 60er und 70er Jahren bis hin zur Debatte um eine Veränderung von Produktions- und Konsummustern im Nachfolgeprozess der UNCED-Konferenz, die stärker als zuvor ökologisch motiviert ist, finden sich z.B. bei SCHULTZ 1995, UBA 1997, SCHULTZ, WELLER 1997, REISCH, SCHERHORN 1998 und HEID 1998.

## **2.2 Von einem nachsorgenden zu einem proaktiven Umweltschutz**

In den Umweltwissenschaften hat Ende der 80er und zu Beginn der 90er Jahre ein Paradigmenwechsel stattgefunden, mit dem eine Verschiebung der Fokussierung von einem nachsorgenden hin zu einem proaktiven Umweltschutz angestrebt wurde. Dies werde ich kurz darstellen, weil mit dieser geänderten Denkweise VerbraucherInnen und die Nutzungsphase von Produkten und Dienstleistungen stärker in das Blickfeld der Umweltwissenschaften gerückt sind.

Noch bis zum Beginn der 90er Jahre dominierte die Entwicklung nachsorgender Umwelttechniken. Es wurde eine Vielzahl von End-of-the-Pipe Technologien entwickelt, die den Eintrag von Schadstoffen in die Umwelt reduzieren sollten (z.B. der Einbau von NO<sub>x</sub> und SO<sub>2</sub>-Filtern in Kraftwerke oder die Verbesserung der Wasserreinigungstechnik). In Teilbereichen konnte die Umweltsituation durch diese Technologien deutlich verbessert werden. Ein grundsätzliches Problem nachsorgender Umwelttechnik ist aber vielfach, dass versucht wird, mit Reinigungstechnologien Probleme der Schadstoffbelastung zu lösen, indem die relevanten Stoffe von einem Medium ins andere überführt werden (z.B. Überführung von Abwasserinhaltsstoffen in die feste Phase, Bindung von Luftschadstoffen in die flüssige Phase). Mit diesen Verfahrensschritten sind oft nur zeitliche und/oder räumliche Verschiebungen der eigentlichen Problematik erzielbar. Eine Lösung der grundlegenden Umweltprobleme, die vielfach in der Mobilisierung von Stoffen begründet ist, kann auf diese Weise aber nicht erreicht werden (z.B. BEHRENDT 1997, WELLER 1999d). Seit Anfang der 90er Jahre setzte eine Umorientierung in der technischen Gestaltung von Produktionsprozessen ein, die sich an Prinzipien der Kreislaufführung sowie der Wiederverwendung und -verwertung von Stoffen orientierte. Diese wurde insbesondere von der abfallpolitischen Diskussion Ende der 80er Jahre beeinflusst (SCHULTZ, WELLER 1997).

In der Konsequenz entwickelte sich die neue Anforderung an Umweltforschung und Umwelttechnik, den gesamten Lebensweg von Stoffen und Produkten zu untersuchen, um die aus Herstellung, Gebrauch und Nachgebrauch resultierenden Umweltwirkungen zu analysieren und Problemfelder zu identifizieren (vgl. WELLER 1999d: 78). Als zentrale Lebenswegstationen werden in die Analyse Vorproduktion, Produktion, Vermarktung, Nutzung, Recycling und Endlagerung von Stoffen und Produkten einbezogen. Es wurden verschiedene Methoden entwickelt, die die Analyse der Lebenswegstationen von Produkten systematisieren, dazu gehören beispielsweise Produktlinienanalysen und Ökobilanzen. Insbesondere die Nutzungsphase von Produkten wird als bedeutsam für den Energie- und Stoffverbrauch und Umweltwirkungen berücksichtigt. Zur Bestimmung des Energie- und Stoffverbrauchs erfolgen meist Abschätzungen, da über das tatsächliche Nutzungsverhalten im Alltagskontext nur wenige Daten vorliegen und die Erfassung solcher Daten mit einer Reihe von Schwierigkeiten verbunden ist. Mit diesem Ansatz rücken VerbraucherInnen und ihr Alltagsverhalten stärker in das Blickfeld des Interesses von UmweltwissenschaftlerInnen.

### **2.3 Die Entwicklung und Operationalisierung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern**

In der Folge der Rio-Konferenz und der Agenda 21 rückte das Thema der Nachhaltigen Entwicklung in der Bundesrepublik stärker in den Mittelpunkt. Als zentral wird die Entwicklung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern diskutiert. Die Enquete-Kommission im Deutschen Bundestag „Schutz des Menschen und der Umwelt“ zeigt vier strategische Handlungsansätze für eine nachhaltige Stoffpolitik auf, die die deutsche Debatte stark prägten. Die ersten vier Regeln basieren auf Definitionen von DALY und MEADOWS (DALY 1991, MEADOWS ET AL. 1992, zitiert nach SCHERHORN, REISCH, SCHRÖDL 1997). Die fünfte Regel wurde vom Sachverständigenrat für Umweltfragen eingeführt, um der Risikovorsorge für die menschliche Gesundheit Rechnung zu tragen (ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DES MENSCHEN UND DER UMWELT“ 1998: 45).

- Die Nutzung erneuerbarer Ressourcen (z.B. Holz, Fischbestände) soll ihre Regenerationsraten nicht überschreiten.
  - Nicht erneuerbare Ressourcen (z.B. fossile Energieträger) sollen nur in dem Maße verwendet werden, wie ein gleichwertiger Ersatz durch erneuerbare Ressourcen oder eine Erhöhung der Ressourcenproduktivität geschaffen wird.
  - Stoffeinträge in die Umwelt sollen sich an der Belastbarkeit der Umweltmedien orientieren.
  - Das Zeitmaß von Einträgen bzw. Eingriffen in die Umwelt muss in einem ausgewogenem Verhältnis zum Zeitmaß der für das Reaktionsvermögen der Umwelt relevanten natürlichen Prozesse stehen.
  - Gefahren und unvermeidbare Risiken für die menschliche Gesundheit durch anthropogene Einwirkungen sind zu vermeiden.
- (ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DES MENSCHEN UND DER UMWELT“ 1998: 46).

Das Wuppertal-Institut fügte diesen Regeln - in Anlehnung an ein vom holländischen Umweltverband „Friends of the Earth“ entwickeltes Konzept - in der Studie „Zukunfts-

fähiges Deutschland“ eine weitere Regel hinzu, die besagt, dass „Jeder Mensch hat prinzipiell im Sinne eines universellen Menschenrechtes das Recht, die globale Umwelt im Rahmen ihrer Tragfähigkeit zu nutzen“ (LOSKE 1996: 23). Der hier formulierte Grundsatz der Gerechtigkeit, bezogen auf die Nutzung von Ressourcen wird nach LOSKE kontrovers diskutiert (a.a.O.).

Für die Operationalisierung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster stehen vor allem zwei Strategien im Mittelpunkt der Diskussion:

- **Effizienzstrategie**

Durch eine erhöhte Produktivität (bezogen auf den Energie- und Ressourceneinsatz pro Produkteinheit) sollen Produkte, Dienstleistungen bzw. ein angestrebter Nutzen mit geringeren Energie- und Materialeinsätzen erzeugt werden. Mit der Effizienzstrategie soll es möglich sein, den Umweltverbrauch bei einem gleichbleibenden Nutzenniveau zu senken (z.B. WESKAMP 1995). Effizienzstrategien zeichnen sich dadurch aus, dass sie Vorteile sowohl in ökologischer als auch in ökonomischer Hinsicht beinhalten und sich Win-Win-Situationen ergeben können, wodurch sie zu besonders attraktiven Handlungsstrategien werden.

Die Grenzen von Effizienzstrategien liegen dort, wo Energie- und Materialeinsparung durch die absolut steigende Menge an Produkten oder deren Nutzungshäufigkeit kompensiert wird. So steht beispielsweise der Senkung des durchschnittlichen Kraftstoffverbrauchs von Pkws durch eine Erhöhung der Fahrleistung eine Kompensation bzw. sogar eine Überkompensation gegenüber (BEHRENDT 1997: 17). Ein weiteres Beispiel ist, dass der Energieverbrauch von Farbfernsehgeräten zwischen 1970 und 1995 auf weniger als ein Drittel gesenkt werden konnte, sich aber der gesamte Energieverbrauch aller Fernsehgeräte in der gleichen Zeit - durch eine Erhöhung der Anzahl der Geräte und den Anstieg der Nutzungszeit - mehr als verdoppelt hat. Auch der Endenergiebedarf pro Quadratmeter beheizter Wohnfläche wurde zwischen 1950 und 1990 mit technischen Maßnahmen um mehr als die Hälfte reduziert, in der gleichen Zeit ist der Endenergiebedarf für Raumwärme pro Person jedoch um 70 % angestiegen, weil die durchschnittlich von einer Person genutzte Wohnfläche in diesem Zeitraum stark zugenommen hat (BEHRENDT 1997: 17).

- **Suffizienzstrategie**

Komplementär zur Effizienzstrategie wird die Suffizienzstrategie als notwendig für eine absolute Senkung von Energie- und Ressourcenverbrauch diskutiert. „Einer naturverträglichen Gesellschaft kann man in der Tat nur auf zwei Beinen näherkommen: durch eine intelligente Rationalisierung der Mittel wie durch eine kluge Beschränkung der Ziele. Mit anderen Worten: die `Effizienzrevolution` bleibt richtungsblind, wenn sie nicht von einer `Suffizienzrevolution` begleitet wird (SACHS 1993: 69). Durch Konsumverzicht soll zu einer Verringerung des Stoff- und Energieverbrauchs beigetragen werden. Konsumverzicht kann sowohl der völlige Verzicht auf die Befriedigung eines Bedürfnisses bedeuten, als auch die Bedürfnisbefriedigung mit nachhaltigen Produktalternativen oder eine sogenannte Entmaterialisierung von Konsum durch die Nutzung von Dienstleistungen. Zudem wird die Wahrnehmung neuer Nutzungsstrategien, wie eine langfristige oder gemein-

schaftliche Nutzung von Produkten, die Inanspruchnahme von Dienstleistungen (Kaufverzicht) oder die Nutzung von Sekundärmärkten vielfach vorgeschlagen (z.B. WESKAMP 1995).

Neben diesen beiden Strategien wird von UmweltwissenschaftlerInnen als dritte, notwendige Strategie die „Konsistenzstrategie“ diskutiert. Stoff- und Energieströme sollen in qualitativer und quantitativer Hinsicht an die Belastungsfähigkeit natürlicher Kreisläufe angepasst werden (z.B. GILLWALD 1996, BEHREND 1997). Mit der Berücksichtigung der qualitativen Eigenschaften von Stoffen und oder auch Energieerzeugungsverfahren tritt neben der Berücksichtigung rein quantitativer Aspekte z.B. auch die Ökotoxikologie in den Blickpunkt der Betrachtung.

In sozialwissenschaftlich bzw. ökonomisch geprägten Debatten um nachhaltige Produktions- und Konsummustern tritt als dritte Strategie dagegen die „Soziale Innovation“ neben Effizienz- und Suffizienzstrategien (REISCH, SCHERHORN 1998; ORNETZEDER, BUCHEGGER 1998). Bedürfnisbefriedigung soll in innovativen Strukturen stattfinden, die teilweise nicht marktvermittelt sind, als Beispiele werden Eigenarbeit, Tauschringe, Gemeinschaftsnutzungskonzepte genannt (REISCH, SCHERHORN 1998).

Die diskutierten Strategien zu einer Veränderung von Produktions- und Konsummustern lassen sich nicht eindeutig gegeneinander abgrenzen. So können konkrete Effizienzstrategien in Teilbereichen auch als suffiziente Verhaltensänderungen interpretiert werden. Suffizienzstrategien enthalten Elemente von Effizienz und sozialer Innovation. In der Tendenz kann aber festgestellt werden, dass für die Wirtschaft vor allem Effizienzstrategien diskutiert und entwickelt werden, während Konzepte für private Haushalte eher von der Notwendigkeit der Suffizienz - der Bescheidenheit und des Verzichts - auf den Konsum von Gütern und Dienstleistungen ausgehen. Häufig wird der Appell zur Bescheidenheit mit dem Hinweis darauf verbunden, dass weniger (Konsum) mehr (Zufriedenheit) bedeuten könne. In der viel diskutierten Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ (s.u.) wird dies beispielsweise in die Formel „Gut leben statt viel haben“ gefasst (BUND/MISEREOR 1997).

Die Forderung nach einer Suffizienzrevolution setzt tiefer an als die Strategie der Effizienz. Die Effizienzstrategie setzt darauf, dass der gleiche Nutzen mit weniger Stoff- und Energieeinsatz - Schlagworte in der Umweltdebatte sind die Reduzierung um den „Faktor vier“ (VON WEIZSÄCKER et al. 1995) bzw. den „Faktor zehn“ (SCHMIDT-BLEEK 1994, 1998) - erreicht werden soll. Bei der Forderung nach Suffizienz steht dagegen eine grundsätzliche Reflexion des Konsumniveaus und der Versorgungsweisen im Vordergrund, die bisherige Lebensweisen in Frage stellt und bei einem Willen zu Veränderungen weit reichende Umorientierungen in der Gestaltung neuer Handlungsweisen notwendig macht. Die Handlungsoptionen reichen von der Kaufvermeidung („Dienstleistung statt Produkt“), gemeinschaftlicher Nutzung von Gütern wie Teilen, Tauschen und Leihen („Nutzen statt Besitzen“ (VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG 1997) bis hin zu Konsumverzicht und Subsistenz („Simple living“) (vgl. REISCH, SCHERHORN 1998). In der Debatte um die Entwicklung eines suffizienten Konsumverhalten stehen bislang die Kontexte und Voraussetzungen der privaten Haushalte, die ihr Verhalten verändern sollen, nur in Ausnahmen im Blickfeld. Die verschiedenen Haushaltstypen und die sich daraus ergebenden unterschiedlichen Hemmnisse und Potenziale für die Veränderung des Konsumverhaltens werden wenig berücksich-



tigt. Überlegungen zur Effizienzstrategie beziehen sich dagegen im Wesentlichen auf Fragestellungen einer (öko)effizienteren Produktionsweise in der (privaten) Wirtschaft, eine grundsätzliche Reflektion des Handelns wird - im Gegensatz zu den Anforderungen an private Haushalte - nicht erwartet. Im Kern unverändert bleibende Produkte - ihr Nutzen wird keiner Prüfung unterzogen - sollen in energie- und ressourcenoptimierten Verfahren produziert werden.

Damit stehen die Strategien, mit denen eine nachhaltige Wirtschaftsweise erzielt werden soll, relativ unverbunden nebeneinander. Die Notwendigkeit einer weit reichenden Umorientierung wird in die privaten Haushalte verortet, von denen ein wesentlicher Impuls für die Umsteuerung von stetig wachsendem Ressourcenverbrauch hin zu einem energie- und ressourcensparenden Wirtschaftskreislauf erwartet wird. Die Rolle von VerbraucherInnen in einem Entwicklungsprozess hin zu nachhaltigen Produktions- und Konsummustern wird im Wesentlichen darin gesehen, dass sie ihr Verbrauchsverhalten verändern und über ihr verändertes Kaufverhalten und ihre Nachfrage am Markt Impulse für ein nachhaltiges Stoffstrommanagement (Effizienz und Konsistenz) bei den ProduzentInnen geben. Die Sparappelle an private Haushalte stehen im Widerspruch zu den ökonomischen Interessen von Wirtschaftsunternehmen: „Dieser Widerspruch zwischen einem privatwirtschaftlichem Interesse, das auf Mehrverkauf und Mehrverbrauch ausgerichtet ist und einer privatistischen Ökomoral, die Umweltverantwortung entkontextualisiert in die Haushalte verschiebt, muß als Quelle neuer Umweltprobleme erkannt werden. Auf der Ebene der Gesellschaft gesehen kann diese Form der Abfallwirtschaft, der Energiewirtschaft, der Wasserwirtschaft nicht funktionieren, da sie - um in einer Analogie zu sprechen - zugleich aufs Gas und auf die Bremse tritt“ (SCHULTZ 1998a: 21).

Im Alltag privater Haushalte ist Konsum mit vielfältigen Arbeitsschritten verbunden. Notwendig sind Bedarfsprüfung, Informationsbeschaffung, Erwerb oder Beschaffung des Produkts oder der Dienstleistung, Finanzierung, Verwaltung, Bedienung, Wartung, Reparatur, Abfallbeseitigung und der Ersatz von Konsumgütern (NIESBACH, SCHELL 1998). Alle diese Tätigkeiten können Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit von Produktions- und Konsummustern haben. Deshalb beziehen sich Vorschläge für ein nachhaltiges Konsumverhalten an VerbraucherInnen nicht nur auf eine Veränderung des Kaufverhaltens, sondern erfordern eine Veränderung von Alltagspraktiken. So leiten sich aus der Tutzinger Erklärung (NEITZEL, HELD 1997) die folgenden Anforderungen an veränderte Handlungsmuster in der Alltagsorganisation ab:

- Orientierung an der Sparsamkeit in Hinsicht auf Energie, Material- und Produktverbrauch;
- Regionalisierung von Einkauf und Erholung;
- Gemeinsame Produktnutzung;
- Nutzung von langlebigen Produkten und entsprechende Pflege, Wartung und Reparatur.

Die Anforderungen die sich aus der Tutzinger Erklärung an private Haushalte ergeben, müssen in die alltägliche Organisation integriert und mit konkurrierenden Ansprüchen in Einklang gebracht werden. Daraus entsteht ein Mehraufwand insbesondere in den Bereichen Informationsbeschaffung, Umstellung von Handlungsrouinen und Integra-

tion neuen Konsumverhaltens in die Organisation des Alltags. Zudem muss häufig gegenüber weiteren Haushaltsangehörigen Überzeugungsarbeit geleistet werden, um das veränderte Konsumverhalten im Haushalt zu etablieren.

Die bislang geführte Debatte nachhaltigen Konsumverhaltens beschränkt sich jedoch vielfach auf die Formulierung von Handlungsalternativen, ohne die Voraussetzungen für die Umsetzung und die Integration in die Alltagsorganisation privater Haushalte zu thematisieren. Damit werden die in privaten Haushalten Wirtschaftenden - in der Mehrzahl sind dies immer noch Frauen<sup>7</sup> - zu AdressatInnen von Vorschlägen, ohne dass dies explizit benannt und ihre aktive Beteiligung an der Planung und Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster angestrebt wird. „Die heutigen Anforderungen nachhaltiger Konsummuster gehen damit eindeutig zu Lasten von Frauen, dass diese ihr Verhalten an die ökologischen Vorgaben sozusagen `end-of-the-pipe` anpassen sollen, ohne dass auf der anderen Seite ihre Anforderungen und Handlungsmöglichkeiten und -grenzen gleichermaßen berücksichtigt werden“ (WELLER 1997: 29).

Damit erfüllt die Debatte um eine Veränderung von Produktions- und Konsummustern die in der Agenda 21 formulierten Anforderungen nicht. Im Kapitel 24 (Globaler Aktionsplan für Frauen zur Erzielung einer nachhaltigen und gerechten Entwicklung<sup>8</sup>) wird explizit die „Reduzierung der enormen Arbeitsbelastung von Frauen und Mädchen innerhalb und außerhalb des Hauses“ als notwendig benannt (Agenda 21, Kapitel 24, Abs. 24.3 d, BMU o.J. 219). In einem weiteren Abschnitt dieses Kapitels wird auf die Bedeutung der *aktiven* Beteiligung von Frauen für die Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster hingewiesen (Agenda 21, Kapitel 24, Abs. 24.3 h, BMU o.J. 219). Diese ist erforderlich, um das Wissen, die Kompetenzen und die Erfahrungen von Frauen als Expertinnen des Alltags einbeziehen zu können und um die Handlungsmöglichkeiten und -grenzen neuer Konsumalternativen zu bestimmen. Gleichzeitig muss in der Konzeption künftiger Verhaltensstrategien einer Fortschreibung der einseitigen Verantwortungszuweisung für Hausarbeit an Frauen entgegengewirkt werden. Das ambivalente Unterfangen, einerseits die Erfahrungen von Frauen als Expertinnen des Alltags aktiv einzubeziehen und sie andererseits nicht auf diese Rolle festzulegen, erfordert die Berücksichtigung von Forschungsergebnissen aus der Frauen- und Geschlechterforschung. Daher werde ich in Kapitel 4 die Forschungsergebnisse zu Hausarbeit ausführlich darstellen.

Bislang entwickelte Ansätze und Vorschläge für nachhaltige Produktions- und Konsummuster beziehen sich zumeist auf einzelne Handlungsbereiche<sup>9</sup> und skizzieren nicht

---

<sup>7</sup> In Kapitel 4.4.3 werde ich anhand von Zeitbudgetuntersuchungen zeigen, dass sich an der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung bislang leider wenig geändert hat.

<sup>8</sup> Im englischen Original „Global action for women towards sustainable and equitable development, <http://www.un.org/esa/sustdev/agenda21text.htm>).

<sup>9</sup> Eine Bestandsaufnahme von Initiativen und Aktionen in verschiedenen Handlungsbereichen wurde 1997 vom Sekretariat für Zukunftsforschung (Gelsenkirchen), dem Clearing House/Büro für angewandte Zukünfte (Wuppertal) und der Universität /GHS Paderborn veröffentlicht (SIBUM, HUNECKE, HOFFMANN, SCHNEIDER 1997). Es wurden Projekte und Initiativen zusammengestellt, die die AutorInnen als „Pionierprojekte“ einstufen. Darunter verstehen sie „Projekte und Initiativen, die über das in der Bevölkerung akzeptierte Umweltverhalten hinausgehen und sich somit vom „Mainstream“, wie zum Beispiel der Abfalltrennung, dem sanften Tourismus, dem Kauf von Mehrwegflaschen oder von Fahrgemeinschaften deutlich unterscheiden“ (a.a.O.: 21). Die AutorInnen beschränkten sich bewusst auf Projekte, in denen KonsumentInnen direkt beteiligt sind, rein betriebliche Innovationen wurden nicht berücksichtigt (a.a.O.: 22).

ein Gesamtbild einer auf nachhaltige Entwicklung orientierten Gesellschaft. Dies wurde in der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“, die vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH im Auftrag der Umweltorganisation BUND und der Entwicklungshilfeorganisation der katholischen Kirche Misereor erstellt wurde, versucht (BUND / MISEREOR 1997), auf die ich im folgenden Kapitel näher eingehen werde.

## **2.4 Debatte um die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“**

Eine bedeutende Rolle in der Debatte um eine nachhaltige Entwicklung kommt in der BRD der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ zu, die nach ihrer Publikation breit und kontrovers diskutiert wurde. An dieser Debatte beteiligten sich feministische Wissenschaftlerinnen und formulierten in diesem Kontext einen Kritikansatz, der sich - über die konkrete Kritik an der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ hinaus - auf die Debatte um eine nachhaltige Entwicklung beziehen lässt. Deshalb werde ich im Folgenden die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ und die für meine Fragestellung wichtigen Kritikpositionen darstellen.

### **2.4.1 Die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“**

Mit der Studie wurde erstmals versucht, das Leben in einem „Zukunftsfähigen Deutschland“ in einer umfassenden Weise zu skizzieren. Den Anspruch der Studie formulieren Dr. Angelika Zahrt (BUND) und Prälat Norbert Herkenrath (Misereor) in ihrem gemeinsamen Vorwort: „Es werden die Grenzen der ökologischen Belastbarkeit benannt, Umweltziele formuliert, Reduktionsziele errechnet und schließlich Wege aufgezeigt, wie diese Ziele erreichbar sind. Der Kern der Studie jedoch sind die Leitbilder. Sie umreißen Antworten auf grundlegende Fragen...“ (BUND/MISEREOR 1997: 10).

Die Gliederung des Buches orientiert sich an diesem Anspruch: Unter der Überschrift „Maßstäbe“ werden Kriterien und Indikatoren mit denen Umweltbelastungen menschlicher Aktivitäten ausgedrückt werden können, entwickelt und erläutert, sowie Umweltziele für ein zukunftsfähiges Deutschland diskutiert. In der Studie wird das Konzept eines nationalen Umweltraums aufgegriffen und damit konzeptionell an die Studie „Sustainable Netherlands“ angeknüpft, die von dem holländischen Umweltverband „Friends of the Earth“ erarbeitet wurde (deutsche Übersetzung: ISOE 1993). Nach diesem Konzept steht weltweit jedem Menschen das gleiche Recht zu, zur Verwirklichung seiner Lebenschancen global zugängliche Ressourcen in Anspruch zu nehmen, solange die Umwelt nicht übernutzt wird (BUND/MISEREOR 1997: 33). Daraus werden die theoretisch jedem in der BRD lebenden Menschen zur Verfügung stehenden Ressourcen und Senken ermittelt, die zusammengenommen den abstrakten Umweltraum bilden, in dem ein nachhaltiges Leben und Wirtschaften stattfinden sollte.

Anschließend wird im Kapitel „Bilanzen“ der Energie- und Ressourcenverbrauch in Deutschland für verschiedene Bedürfnisfelder dargelegt. Damit werden die Umweltbelastungen auf die Seite des Konsums abgebildet, wobei ausdrücklich betont wird: „dass die Abbildung von Umweltbelastungen auf die Nachfrageseite keinesfalls bedeutet, dass die Produktionssphäre von geringerer strategischer Bedeutung ist - vielmehr stellt diese Sichtweise *einen* der möglichen empirischen `Schnitte` durch das gesamtgesellschaftliche Problem der Umwelt(über)nutzung dar“ (BUND/MISEREOR 1997: 94, Her-

vorhebungen im Original). In der Systematisierung der Bedürfnisfelder knüpfen die AutorInnen an Vorüberlegungen der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ an und beziehen ihre Berechnungen auf die Felder Ernährung, Bekleidung, Wohnen, Gesundheit, Bildung, Freizeit, gesellschaftliches Zusammenleben und Sonstiges.

Die AutorInnen der Studie sehen in der umweltwissenschaftlich orientierten Darstellung in den Kapiteln „Maßstäbe“ und „Bilanzen“ eine Reduktion, die der gesellschaftlichen Konkretisierung und Skizzierung von nachhaltigen Veränderungsmöglichkeiten bedarf: „Es ist zugleich die Stärke und die Schwäche der stofflich-quantitativen Darstellung, dass sie die Komplexität des historischen Moments auf die Differenz zwischen einer Ist- und einer Sollmenge konzentriert. Um zu Aussagen dieses Typs zu kommen, ist eine doppelte Reduktionsleistung erforderlich. Zum einen wird vom Gesellschaftlichen, also dem Ineinander von Institution, Macht und Bedeutung, in das jeder Umgang mit der Natur eingelassen ist, abstrahiert, mit der Folge, dass die Umweltproblematik als Naturkrise und nicht als Gesellschaftskrise erscheint. Und zum anderen sieht diese Darstellung von der Mannigfaltigkeit der Naturvorgänge und -erscheinungen ab und hebt statt dessen deren gemeinsame, meßbare Substrate - Energie, Stoffe, Fläche - heraus“ (BUND/MISEREOR 1997: 149). Für die anschließend vorgestellten „Leitbilder“ wird der Anspruch formuliert: „Deshalb muß die Darlegung der Reduktionsziele überführt werden in eine Darlegung qualitativer Zielvorstellungen, sonst bliebe die Studie in der Expertenfalle hängen: zwar Grenzwerte zu vermitteln, aber nichts für die Teilhabe der Bürger tun zu können“ (BUND/MISEREOR 1997: 151).

Dem Kapitel in dem quantitative Reduktionsziele hergeleitet werden, folgt die Vorstellung von acht sogenannten „Leitbildern“<sup>10</sup>, die durch sogenannte „Wendeszenarien“ ergänzt sind, die diese Überlegungen konkretisieren sollen. Die Leitbilder skizzieren eine veränderte Gesellschaft. Im darauf folgenden Kapitel „Übergänge“ werden drei Szenarien entwickelt, die auf unterschiedlichen Vorannahmen hinsichtlich struktureller Veränderungen in Bezug auf Umweltschutz in der BRD basieren. In einem abschließenden Kapitel „Zusammenhänge“ diskutieren die AutorInnen von ihnen erwartete Gegenargumente wie den Verlust von Arbeitsplätzen durch ein reduziertes Güteraufkommen, die Gefährdung sozialer Sicherungssysteme durch die Veränderung der wirtschaftlichen Strukturen, die mangelnde politische Durchsetzbarkeit von Beschränkungen und die wirtschaftliche Bedeutung dieser strukturellen Veränderungen für die Länder des Südens.

Die Studie wurde breit rezipiert und ist in der Folge aus verschiedener Perspektive kritisiert und kommentiert worden. Dies trug dazu bei, dass die Debatte um die Veränderung von Produktions- und Konsummustern weiter entwickelt werden konnte.

---

<sup>10</sup> Diese sind überschrieben mit „Rechtes Maß für Raum und Zeit“, „Eine grüne Marktagenda“, „Von linearen zu zyklischen Produktionsprozessen“, „Gut leben statt viel haben“, „Für eine lernfähige Infrastruktur“, „Regeneration von Land und Landwirtschaft“, „Stadt als Lebensraum“ und „Internationale Gerechtigkeit und globale Nachbarschaft“.

## **2.4.2 Feministische Kritikpositionen am Beispiel der Auseinandersetzung um die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“**

Ich werde im Folgenden Kritik an der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ aus feministischer Perspektive vorstellen, an der ich exemplarisch Positionen zur Entwicklung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern darstellen möchte.

Ein wesentlicher feministischer Kritikpunkt an der Nachhaltigkeitsdebatte und an der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ betrifft die Fortführung der dichotomen Spaltung von Produktion und Konsum, in deren Folge Effizienzstrategien für den Bereich der Produktion und Suffizienzstrategien für den „privaten“ Bereich der privaten Haushalte entwickelt werden. „Eine der größten Verzerrungen entsteht durch die Ignoranz gegenüber der Gender-Konstruiertheit von Gesellschaften“ (FORUM UMWELT & ENTWICKLUNG 1997: 5). Die „AG Frauen im Forum Umwelt & Entwicklung“ expliziert ihre Kritik in Bezug auf „das nicht hinterfragte Gespann von Produktion und Konsum (mit den ihnen jeweils zugeordneten Kategorien von Effizienz und Suffizienz) und das generelle Fehlen von sozialen Räumen für diejenigen Teile des Wirtschaftens, die sich außerhalb von Produktion und Konsumtion am gemeinsamen Wohlergehen orientieren“ (a.a.O.). „(Im) Zusammenhang mit `Nachhaltigkeit` (stellt sich) die Frage nach dem Verhältnis von Produktion und Konsum, von Erwerbs- und Versorgungsarbeit, wie auch die Frage nach der Gestaltung und geschlechtlichen Verteilung der gesellschaftlichen Regenerationsarbeit in ökologischer wie in sozialer Sicht“ (FORUM UMWELT & ENTWICKLUNG 1997: 14). Diese Fragen werden in der Studie nicht bearbeitet.

Mit der Trennung der Sphären von Produktion und Konsumtion wird die einseitige Orientierung am Primat der Erwerbsarbeit (BIESECKER, JOCHIMSEN, KNOBLOCH 1997) unhinterfragt fortgeschrieben und als Gesellschaft strukturierendes Prinzip nicht in Frage gestellt. Die Fokussierung von Suffizienzstrategien auf private Haushalte, mit denen der Verzicht und die Neubewertung von Produkten auf die VerbraucherInnen beschränkt bleiben, während die Wirtschaft von der grundlegenden Umorientierung unberührt bleiben soll, wird in der feministischen Debatte um Nachhaltigkeit vielfach in Frage gestellt (z.B. HOFFMANN/ WEILAND 1999).

BERNHARD vermutet in der Formulierung von Suffizienzappellen in der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ gar einen Angriff auf die mühsam erkämpften Freiräume von Frauen: „Für Frauen zeichnen sich darin (in der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“, Anmerkung PvR) erschreckende Aussichten ab. Im Blickpunkt der Ressourcenschonung stehen hauptsächlich die privaten Haushalte. Die Leitbilder und Handlungsanweisungen sind ein fundamentaler Angriff auf die gesamte Lebens- und Arbeitswelt von Frauen, und das weder unbeabsichtigt noch unbewußt, sondern als Plan, der die Möglichkeiten von Frauen gründlich reduzieren soll. (...) Zu den traditionellen Argumenten, die Frauen an den Herd zurückschicken - sich den Kindern widmen und Männern nicht den Arbeitsplatz streitig machen -, gesellt sich jetzt auch noch das ökologische Argument. Es hat die geradezu widerliche Komponente, die Art und Weise wie die Frauen die Reproduktionsarbeit zu gestalten haben, auf das Genaueste vorzuschreiben. Nämlich arbeitsintensiv, auslaugend, farblos, luxusfrei, ohne jegliche Fluchtmöglichkeiten und komplett enttechnisiert“ (BERNHARDT 1999: 112f).

Die Kritik, dass Frauen mit Konzepten zu einer nachhaltigen Entwicklung weiterhin auf ihre Rolle als Hausfrauen festgelegt werden sollen, findet sich auch bei anderen Autorinnen. So formuliert Uta VON WINTERFELD, nicht direkt auf die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ bezogen, aber in Bezug auf die Debatte zur Entwicklung von nachhaltigen Konsummustern, dass Frauen als „Generalistinnen des Pflegens“ oder als „Öko-Expertinnen des Alltags“ stilisiert werden, und sie damit für die Umsetzung zuständig gemacht werden, während Männer die Strategien für Umsetzungskonzepte entwerfen (VON WINTERFELD 1996: 58). Dennoch hat die Kritik von VON WINTERFELD eine andere Stoßrichtung. Sie sieht in der geschlechtsspezifischen Sozialisation von Frauen zum Verantwortungsgefühl bei gleichzeitiger gesellschaftlicher Teilhabe auf untergeordneten Positionen die Ursache des Entstehens einer „ohnmächtigen Über-Verantwortung“. „Es entsteht somit bei Frauen eine ausgeprägte Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung bei gleichzeitig geringen gesellschaftlichen Handlungsmöglichkeiten. Dies ist ein ungutes Gespann, welches Frauen oft genug überfordert“ (VON WINTERFELD 1996: 59).

Irmgard SCHULTZ und Ines WELLER entwickeln eine methodische Kritik an der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“, aus der sie inhaltliche Kritikpunkte ableiten (SCHULTZ, WELLER 1997). Als wesentlichen Mangel stellen sie das Fehlen einer Bestandsaufnahme von gesellschaftlich-sozialen Zuständen und Entwicklungstendenzen in der Studie fest. Damit wird der naturwissenschaftlich-ökonomischen Bestandsaufnahme von Umweltproblemen keine Beschreibung der sozialen Realität in ihren quantitativen und qualitativen Dimensionen gegenübergestellt. Die Beschreibung sozialer Zustände sehen sie als notwendig an, damit sozialstrukturierende Kontexte in den Blick genommen werden können, die Einfluss auf die Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster haben. Statt dessen liegt der Schwerpunkt der Bestandsaufnahme allein auf naturwissenschaftlich-ökonomischer Ebene, die die AutorInnen der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ durch die Darstellung von an Zukunftsvisionen ausgerichteten Leitbildern zu überbrücken versuchen. Die Darstellung der „Leitbilder“ bezieht sich auf die Zukunft. Bestehende gesellschaftliche Realitäten werden dagegen nicht analysiert. Durch dieses Vorgehen ist es nicht möglich, Zusammenhänge zwischen Naturverbrauch und gesellschaftlichen Zuständen in den Blick zu nehmen. Letztlich führt dies zu einer Spaltung zwischen der effizienzorientierten Strategie der Entwicklung neuer Technologien und den normativen Appellen zur Entwicklung suffizienter Konsumorientierungen ohne Berücksichtigung der derzeitigen Voraussetzungen in privaten Haushalten.

Beide Autorinnen haben sich in weiteren Aufsätzen mit den inhaltlichen Konsequenzen der methodischen Schwächen der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ auseinandergesetzt (SCHULTZ 1996, SCHULTZ 1997, SCHULTZ 1999b, WELLER 1999b). Die fehlende Analyse gesellschaftlicher Zustände und der fehlende Bezug zwischen strukturellen gesellschaftlichen Bedingungen und dem gesellschaftlichen Naturverhältnis, führt zu verkürzten Lösungsansätzen mit Auswirkungen sowohl für deren Praktikabilität in der Alltagsorganisation als auch ihren Entlastungswirkungen für die ökologische Situation. „Wird die soziale Perspektive auf eine Frage neuer Konsumorientierungen reduziert, statt auf eine Frage neuer sozialer Praktiken, dann bleiben Hausarbeit, Familienarbeit, Haushaltsproduktion und alle mit dem Konsum in unserer Gesellschaft verbundenen

Formen der geschlechtsspezifischen Arbeits- und Verantwortungsteilung von vornherein ausgeblendet. Das Aufspalten von Effizienz und Suffizienz entsprechend der gesellschaftlichen Zuordnung zu Produktion und Konsumtion programmiert strukturell die Gefahr der Verschiebung von ökologischen Verantwortungen auf den sog. Privatbereich, der von vielen Deutschen noch immer als 'Verantwortungsbereich der Frauen' begriffen wird" (SCHULTZ 1997: 11).

Ohne die Berücksichtigung von sozialstrukturellen Ausgangsbedingungen, wird die unterschiedliche Gestaltungsmacht verschiedener gesellschaftlicher Gruppen und AkteurlInnen und insbesondere auch die unterschiedliche Ausgangsposition von Frauen und Männern in den Zukunftsentwürfen nicht berücksichtigt.

Als gravierenden Mangel sehen SCHULTZ und WELLER das Fehlen einer integrierenden Systematik in der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“, die sowohl den Umweltverbrauch, als auch die sozialen Felder auf die gleiche Strukturebene bezieht und damit ermöglicht, dass Umweltverbrauchsdaten und soziale Daten zueinander in Bezug gestellt und in ihrem Kontext analysiert werden könnten (SCHULTZ, WELLER 1997).

Als sinnvolle und die Studie integrierende Gesamtsystematik schlagen sie vor, die Systematisierung nach Bedürfnisfeldern in der Beschreibung des Umweltverbrauchs in der Strukturierung der „Leitbilder“ wieder aufzunehmen. Damit wäre eine begründete Auswahl der sozialen Akteure möglich und Frauen als zentrale Akteursgruppe der Alltagsgestaltung und Kinder als weitere wichtige soziale Gruppe wären nicht - wie in der Studie geschehen - außer Acht gelassen worden (SCHULTZ, WELLER 1997: 169).

Statt der Ausmalung von Zukunftsbildern wäre zunächst einmal die Darstellung der real existierenden Leitbilder in den Köpfen der Menschen notwendig, die deren Vorstellungen und Handeln bestimmen. „Beispielsweise würden Ernährungsleitbilder nicht normativ ausgemalt, sondern die vorhandenen und in unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen unterschiedlich ausgeprägten Leitbilder über Ernährung würden dargestellt.“ (SCHULTZ 1999b: 107).

Durch die Zuweisung eines Großteils der Verantwortung für die Umsetzung eines umweltfreundlichen Handelns an die privaten Haushalte ohne die tatsächlichen Rahmenbedingungen und geringen konkreten Einflussmöglichkeiten auf die Produktgestaltung zu betrachten, kommt es in der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ und in der Diskussion um nachhaltige Produktions- und Konsummuster zu einer rhetorischen Überhöhung der KonsumentInnenmacht. Es wird suggeriert, KonsumentInnen könnten mit ihren individuellen Kaufentscheidungen großen Einfluss auf Produktion und Produktangebot nehmen. Dass sie tatsächlich aber kaum über konkrete Gestaltungsmacht verfügen, auf die Konzeption von Produkten Einfluss zu nehmen, wird dabei so wenig in den Blick genommen, wie die Tatsache, dass die Forderungen nach einer Veränderung des Konsums umfangreiche Änderungen der individuellen Lebensgestaltung zur Voraussetzung haben, für die oft geringe Spielräume existieren (WELLER 1999). Diese Ausblendungen führen dazu, dass insgesamt wenig über die tatsächlichen Anforderungen und Rahmenbedingungen des Konsumhandelns bekannt ist und diese so auch nicht in die Produktgestaltung eingehen können. In der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ wird die Verantwortung für die Entwicklung einer nachhaltigen Produkt-

palette in den Händen von Technikern und Ingenieuren<sup>11</sup> gesehen. Durch eine ökologische Steuerreform sollen Impulse gegeben werden, die über Preise von Rohstoffen und Energie die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen zur Entwicklung von öko-effizienten Produkten motivieren. WELLER (1999) kritisiert, dass auch bislang für KonstrukteurInnen und PlanerInnen die Zielperspektive bestand, Ressourcen und damit Kosten einzusparen, um Produktionsprozesse wirtschaftlich effizient zu gestalten. Erzielt wurden vor allem ökologische Detailverbesserungen, in denen existierende Produkte schrittweise verbessert und aber keine wirklich neuen Produkte entwickelt wurden. Dazu wäre die Entwicklung neuer Planungs- und Entwicklungskonzepte erforderlich, in die die Anforderungen aus der Perspektive der NutzerInnengruppen einfließen können und damit Anforderungen aus der Alltagsorganisation bei der Produktentwicklung berücksichtigt werden können.

Bei der Entwicklung neuer Produktkonzepte ist die Berücksichtigung von symbolischen und materiellen Dimensionen von Konsumhandeln sowie die Handlungs- und Anspruchsroutinen des Alltags erforderlich. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit der expliziten Einbeziehung von Erfahrungen und Erwartungen von Frauen, da sie im Rahmen der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung die Hauptverantwortung für die Organisation des Alltags übernehmen (FORUM UMWELT & ENTWICKLUNG 1997: 16). In der hier beschriebenen Form findet der Einbezug von VerbraucherInnen in die Produktkonzeption bislang noch nicht statt.

Ines WELLER resümiert die Kritik feministischer Wissenschaftlerinnen an der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ wie folgt: „Die feministischen Analysen der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ bestätigen insgesamt die schon länger formulierte These von der Feminisierung der Umweltverantwortung. Darunter ist zu verstehen, dass ein Großteil an Verantwortung für die Umsetzung eines umweltverantwortlichen Handelns den privaten Verbraucherinnen und Verbrauchern zugewiesen wird, während gleichzeitig ihre Rahmenbedingungen und Handlungsmöglichkeiten sowie die Komplexität des Alltagshandelns kaum berücksichtigt werden. Vielmehr wird die Gestaltungsmacht der privaten Konsumentinnen und Konsumenten deutlich überhöht und ihr Handeln moralisiert“ (WELLER 1999b: 23).

Irmgard SCHULTZ beschreibt ihre Kritik an der Konzeption der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ explizit als eine, die sich auf die gesamte Umwelt- und Nachhaltigkeitsforschung beziehen lässt: „Was es bedeuten könnte und müsste, sowohl die Dimension des Sozialen als auch die Dimension des Ökologischen in ihrer unauflösbaren Verbindung von quantitativen und qualitativen Perspektiven zu konzeptualisieren (...) ist bisher noch nie wirklich dargelegt worden. Der konzeptionelle blinde Fleck und die konzeptionelle Schwäche der Wuppertal-Studie ist eine, welche bisher die gesamte Umweltforschung und die Nachhaltigkeitsforschung bestimmt“ (SCHULTZ 1999b: 105).

---

<sup>11</sup> Bezeichnend ist die Wahl der Formulierungen in der Studie: während für Techniker und Ingenieure durchgängig nur die männliche Form verwendet wird, verwenden die AutorInnen in Bezug auf VerbraucherInnen auch die weibliche Form.



## 2.5 Für die Entwicklung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern relevante Ergebnisse sozialwissenschaftlicher Forschung

Dass die Umweltdebatte im Wesentlichen naturwissenschaftlich und ökonomisch geprägt ist und gesellschaftliche Voraussetzung für die Entwicklung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern kaum in die Debatte aufgenommen werden, wird in der Diskussion um die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ deutlich und von feministischen Wissenschaftlerinnen stark kritisiert.

Gerade mit der Forderung nach Verhaltensänderungen der VerbraucherInnen wird aber ein gesellschaftswissenschaftliches Feld betreten. Als Weg um Verhaltensänderungen bei den VerbraucherInnen zu initiieren und zu unterstützen, werden in der naturwissenschaftlich-ökonomisch geprägten Umweltdebatte häufig Informationsangebote und Produktkennzeichnungen vorgeschlagen, Ergebnisse der Umweltbewusstseinsforschung zeigen aber, dass eine Differenz zwischen Umweltwissen und Umweltverhalten besteht, so dass Informationsangebote allein, nicht als Weg zu einer nachhaltigen Veränderung des Konsumverhaltens gesehen werden können (s.u.).

Es fehlt bislang eine integrierte Bearbeitung von sozialen, wirtschaftlichen und technisch-ökologischen Gesichtspunkten. Irmgard SCHULTZ und Ines WELLER (1997) formulieren ihr Verständnis für eine notwendige Forschungsprogrammatisierung: „Ein kritisches, sozial-ökologisches Problemverständnis, das die Zusammenhänge zwischen sozialen, dem wirtschaftlichen und dem ökologischen Wandel beachtet, ist für die Erarbeitung von Perspektiven einer nachhaltigen Entwicklung jedoch unverzichtbar. Eine solche integrative Sicht auf Zukunftsgestaltung hat die Debatte über *sustainable development* eröffnet“ (SCHULTZ, WELLER 1997: 114, Hervorhebung im Original). Am Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) wurde im Auftrag des BMBF (Bundesministerium für Bildung und Forschung) ein Rahmenkonzept für sozial-ökologische Forschung erarbeitet, das einen neuen Förderschwerpunkt konzeptioniert, in dem die integrative Bearbeitung solcher Fragestellungen möglich wird (BMBF 2000). In diesem Rahmenkonzept wird sozial-ökologische Forschung wie folgt definiert: „Soziale Ökologie ist die Wissenschaft von den Beziehungen der Menschen zu ihrer jeweiligen natürlichen und gesellschaftlichen Umwelt. In der sozial-ökologischen Forschung werden die Formen und Gestaltungsmöglichkeiten dieser Beziehungen in einer disziplinübergreifenden Perspektive untersucht. Ziel der Forschung ist es, Wissen für gesellschaftliche Handlungskonzepte zu generieren, um die zukünftige Reproduktions- und Entwicklungsfähigkeit der Gesellschaft und ihrer natürlichen Umwelt sichern zu können“ (BMBF 2000: 1).

Anhand von Ergebnissen der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ zur Konkretisierung der Perspektiven nachhaltiger Produktions- und Konsummuster zeigen SCHULTZ und WELLER (1997) ihre Kritik an der mangelnden Berücksichtigung sozialwissenschaftlicher Forschungsergebnisse in der Umweltforschung und in den Konzepten zur Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster auf. Diese Darstellung werde ich im Folgenden zusammenfassen.

Die Enquete-Kommission misst dem Wertewandel und der Verhaltensänderung von KonsumentInnen eine hohe Bedeutung zu, wobei als zentrale Veränderungsstrategie auch von der Enquete-Kommission das Angebot von Umweltinformationen angeführt wird. Dabei werden KonsumentInnen als homogene Gruppe betrachtet, vorhandene sozialstrukturelle Unterschiede und auch Differenzen hinsichtlich verschiedener Handlungsmöglichkeiten werden nicht berücksichtigt. SCHULTZ und WELLER fassen ihre Kritik an der naturwissenschaftlich-ökonomischen Umweltforschung wie folgt zusammen: „Zusammenfassend kann daher behauptet werden, dass die hier äußerst knapp referierte naturwissenschaftliche-ökonomische Umweltforschung zwar Schlagworte der sozialwissenschaftlichen Forschung aufnimmt, vor allem die Begriffe Wertewandel und Lebensstile, nicht aber die unter diesen Begriffen betriebenen Forschungen“ (a.a.O.: 121).

SCHULTZ und WELLER (1997) arbeiten den Forschungsstand sozialwissenschaftlicher Forschung zu den für Verhaltensveränderungen wichtigen Bereichen auf. Im Folgenden werde ich die Ergebnisse von SCHULTZ und WELLER zu den Bereichen „Wertewandel und Postmaterialismus“, „Lebensstilforschung und Konsum“ und „Umweltbewusstsein/Umweltverhalten“ zusammenfassen, um die für die Fragestellung meiner Arbeit relevanten Erkenntnissen sozialwissenschaftlicher Forschung darzustellen. Diesen Überblick ergänze ich anhand einer aktuelleren Arbeit von EMPACHER, HAYN, SCHUBERT, SCHULZ (2001).

### **Wertewandel und Postmaterialismus**

In den 70er Jahren entwickelte INGLEHART die These eines Wertewandels, nach der Werte wie Pflicht, Arbeitsamkeit, Sicherheit und Ordnung in industriellen Gesellschaften unbedeutender werden und „postmaterialistische“ Werte der Selbstverwirklichung, Partizipation und der Schutz der natürlichen Umwelt bedeutender geworden sind (INGLEHART 1979, 1989 nach SCHULTZ, WELLER 1997: 134). Diese These einer gleichförmigen gesellschaftlichen Entwicklung hin zu postmateriellen Werteorientierungen ist nach den Ergebnissen sozialwissenschaftlicher Forschung nicht aufrecht zu erhalten. Hingegen hat eine Pluralisierung der Werteordnungen stattgefunden.

- ⇒ Für die Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster relevante Feststellungen der Wertewandelforschung sind, dass sich die Lebenseinstellungen, Normen und Orientierungen von Menschen in westlichen Gesellschaften enttraditionalisiert, ausdifferenziert und pluralisiert haben. Dies weist darauf hin, dass es nicht möglich ist, Aufklärungs-, Kommunikations- und Vermittlungsstrategien zu entwickeln, die für alle zutreffend sind. Erforderlich ist die Entwicklung zielgruppen- und bereichsspezifischer Strategien (SCHULTZ, WELLER 1997: 139).
- ⇒ In der Debatte um eine ökologische Entwicklung von Produktions- und Konsummustern hat der Begriff einer postmaterialistischen Werteorientierung zu Missverständnissen geführt. Die These eines postmateriellen Wertewandels wurde in die Umweltdebatte in pädagogisch-didaktischer Absicht aufgenommen: Mit dem Appell zu einer Veränderung der Werte wird die Hoffnung auf eine Veränderung umweltrelevanten Verhaltens verbunden. Dabei wird nicht berücksichtigt, dass mit dem Konstrukt Wertewandel ein kultureller Wandel der Gesellschaft beschrieben wird.

Dies bedeutet, dass die unmittelbare Ableitung von Verhaltensänderungen auf dem Stand der sozialwissenschaftlichen Forschung nicht haltbar ist (a.a.O.: 139).

- ⇒ Die Autorinnen weisen darauf hin, dass auch als postmateriell identifizierte Wertorientierungen mit hohem Güterkonsum verbunden sein können. So kann eine Orientierung auf Selbstverwirklichung, z.B. mit hohen Mobilitätsanforderungen, im Rahmen der Freizeitgestaltung einhergehen. Eine starke Bildungsorientierung ist möglicherweise mit Ressourcenverbrauch im Bereich von Mediennutzung, Reisen etc. verbunden (a.a.O.: 136 ff).

### **Lebensstilforschung und Konsum**

Die Analysemodelle der gesellschaftlichen Strukturen (Schichten bzw. Klassen-Modell) entsprachen zu Beginn der 80er Jahre nicht mehr der gesellschaftlichen Realität mit ihren neuen sozialen und kulturellen Entwicklungen der Pluralisierung und Individualisierung. Nicht allein sozio-demografische Kriterien wie Beruf, Einkommen und Bildungsstand strukturieren den sozialen Raum, auch anhand soziokultureller Kriterien lassen sich verschiedene Milieus beschreiben, die sich durch jeweils eigene Lebensstile unterscheiden. Wichtige Aspekte von Veränderungen in den vergangenen Jahrzehnten sind:

- ⇒ Die Ausdifferenzierung von Familien- und Zusammenlebensformen und die Enttraditionalisierung und Entmoralisierung der Familiennormen. Zudem ist ein Trend zu kleineren Haushalten zu verzeichnen.
- ⇒ Die zunehmende Erwerbsbeteiligung von Frauen und die Tatsache, dass gleichzeitig keine neue Verteilung der Lasten der Hausarbeit stattgefunden hat, führt zur Überlastung vieler Frauen.
- ⇒ Es hat ein Anstieg des Konsumniveaus und eine Ausdifferenzierung der Alltagskultur stattgefunden. Parallel dazu ist eine neue Armut bei alleinerziehenden Frauen, kinderreichen Familien, Rentnerinnen und (Dauer-)Erwerbslosen entstanden, die durch den Abbau staatlicher Sozialleistungen und gesundheitlicher Fürsorge verschärft wird.
- ⇒ Aus den vielfältigen Möglichkeiten von Beziehungsmodellen und der Tendenz der Auflösung lebenslanger Berufsbilder ergibt sich, dass Lebensplanungen vielfach nicht mehr langfristig möglich sind (a.a.O.: 141 ff).

Einige SoziologInnen erklären diese Beobachtungen damit, dass die Lohnarbeit insgesamt ihre - die Stellung der Menschen in der Gesellschaft determinierende - Bedeutung verloren hat und subjektive Orientierungen insbesondere im Familien-, Freizeit- und Konsumbereich wichtiger geworden sind. Um diese beschreiben zu können, verwenden SoziologInnen den Begriff von unterschiedlichen „Lebensstilen“.

Dies unterscheidet sich von der Verwendung des Begriffes „Lebensstil“, wie er vielfach in der Umweltforschung benutzt wird (z.B. BUND/MISEREOR 1997). Der Begriff Lebensstil bezieht sich nicht auf eine differenzierte Beschreibung verschiedener Lebensweisen, sondern wird verwendet, um pauschal *den* Lebensstil in der industriellen Gesellschaft zu beschreiben. Mit dieser vereinfachten und abstrakten Betrachtungsweise wird die Pluralität der nebeneinander existierenden Lebens- und Konsumweisen mit ihren sehr unterschiedlichen Umweltwirkungen und auch sehr stark differierenden Verän-

derungspotenzialen in Bezug auf Möglichkeiten zur Entwicklung eines nachhaltigen Konsumverhaltens nicht berücksichtigt. Damit werden wesentliche Ergebnisse sozialwissenschaftlicher Forschung, die Pluralisierung und Ausdifferenzierung der Gesellschaft in der Umweltforschung und der Umweltdebatte vernachlässigt und fließen entsprechend bislang nur wenig in die Entwicklung von Strategien ein.

Aus den Ergebnissen der Lebensstilforschung leiten SCHULTZ und WELLER die Folgerung ab, dass bereichsspezifische Strategien zur Beeinflussung von Verhalten besser geeignet sind, als generalistische Pädagogikmodelle, die in ihrer kognitiv orientierten Aufklärung zu kurz greifen, da sie die mit Konsumverhalten verbundenen Gefühle und identitätsstiftenden Elemente nicht beachten. Auf konkrete Lebensbereiche bezogene Konzepte bieten hingegen die Möglichkeit unterschiedliche Verhaltensstrategien für unterschiedliche soziale Lagen ausarbeiten zu können: „Die Lebensstilforschung kann Einblick in die motivationale Tiefenstruktur von Verhaltensformen ermöglichen, welche eine gezielte Nutzung von ‚motivationalen Anker‘ für zielgruppenspezifische Aufklärungs- und Beeinflussungsstrategien möglich macht“ (a.a.O.: 150). Als Ziel formulieren die Autorinnen eine Abkehr von der Aufforderung zu einem Wechsel des Lebensstils, da diese der Aufforderung gleiche, die Gesamtidentität zu wechseln. Für die Veränderung von Konsumverhalten notwendig halten sie es dagegen eine „Ökologisierung der verschiedenen Konsumstile“ anzustreben (a.a.O.: 151).

Am ISOE (Institut für sozial-ökologische Forschung, Frankfurt/Main) wurde 1999 eine Studie zu den verschiedenen Konsumstilen in der Bundesrepublik abgeschlossen, in der die Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen nachhaltigen Konsumverhaltens ermittelt wurden (EMPACHER 2000, SCHULTZ 2000). In der Studie wurden zehn in der Bundesrepublik vorherrschende Konsumstile identifiziert<sup>12</sup>, die bereits in ihrer Benennung unterschiedliche Veränderungspotenziale des Konsumverhaltens erahnen lassen (z.B. schlecht gestellte Überforderte - statusorientierte Privilegierte). Im Rahmen der Studie wurden zielgruppenspezifisch unterschiedliche Ökologisierungsstrategien (z.B. konkrete Produkt- oder Dienstleistungsangebote und neue Formen von Nutzungs- und Konsumverhalten) entwickelt und in Gruppendiskussionen mit typischen VertreterInnen der jeweiligen Gruppen darauf hin untersucht, ob sie Erfolg versprechen (SCHULTZ 2000: 4). Die Ergebnisse zeigen, dass die Ökologisierungsstrategien von den unterschiedlichen Gruppen zum Teil sehr unterschiedlich bewertet werden.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die Notwendigkeit der Berücksichtigung der Rahmenbedingungen des Alltagshandelns und der mehrfachen Dimensionen von Konsum in den verschiedenen gesellschaftlichen Handlungskontexten. Grundlegend kann Konsum als dreifach bestimmter Prozess gesehen werden.

- Konsum ist ein eigenständiger Produktionsprozess, indem Stoffe und Materialien hergestellt und verändert werden;

---

<sup>12</sup> SCHULTZ stellt sie wie folgt dar: Typ 1: „Die durchorganisierten Ökofamilien“, Typ 2: „Die kinderlosen Berufsorientierten“, Typ 3: „Die jungen Desinteressierten“, Typ 4: „Die Alltagskreativen“, Typ 5: „Die Konsumgenervten“, Typ 6: „Die Ländlich-Traditionellen“, Typ 7: „Die schlecht gestellten Überforderten“, Typ 8: „Die unauffälligen Familien“, Typ 9: „Die aktiven Seniorinnen und Senioren“ und Typ 10: „Die statusorientierten Privilegierten“ (SCHULTZ 2000: 2).

- Konsum ist ein kultureller Prozess, mit dem die KonsumentInnen einen Teil von Lebenssinn, Identität und sozialer Zugehörigkeit produzieren;
- Konsum ist ein sozialer Gestaltungsprozess, der sich in unterschiedlichen Zeiten und Kulturen stark unterscheidet (SCHULTZ, WELLER 1997: 162).

Eine Nachauswertung der oben angeführten ISOE-Studie (EMPACHER, HAYN, SCHUBERT, SCHULTZ 2001) in Bezug auf die Folgen des Geschlechtsrollenwandels für Umweltbewusstsein und Umweltverhalten zeigt Unterschiede zwischen den Geschlechtern in den verschiedenen Handlungsfeldern des Alltagshandelns. Diese sind in den zehn verschiedenen Konsumtypen unterschiedlich stark ausgeprägt. In Bezug auf das Handlungsfeld Ernährung und Kochen zeigte sich fast durchgängig, dass für Frauen Gesundheit ein wesentlicher Aspekt bei der Auswahl ihrer Ernährung ist. Frauen haben eine meist deutlich geringere Vorliebe für Fleisch als Männer. Bei der Gruppe der „Kinderlosen Berufsorientierten“ arbeiten die Autorinnen heraus, dass die Frauen dieses Typs sich in ihrem Gesundheitsbewusstsein eher an einem ganzheitlichen Körperbild orientieren, während Männer in Bezug auf Ernährung kein oder ein funktionalistisches Gesundheitsbewusstsein haben (a.a.O. Anhang: 25). Die Autorinnen stellen heraus, dass sich alle befragten Frauen dieses Typs bereits intensiver mit dem Thema Ernährung beschäftigt hatten als Männer (a.a.O. Anhang: 24).

### **Umweltbewusstsein und Umweltverhalten**

Als Konsequenz ihrer Bestandsaufnahme der Ergebnisse sozialwissenschaftlicher Forschung zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten kommen SCHULTZ und WELLER zu dem Ergebnis, dass sich nur begrenzt Antworten auf die Frage ableiten lassen, wie Verhaltensänderungen mit der Zielperspektive auf nachhaltige Produktions- und Konsummuster erreicht werden können. Bedeutsame Ergebnisse sind:

- ⇒ Ein Großteil der Bevölkerung schreibt dem ökologischen Problembewusstsein einen hohen Stellenwert zu. KUCKARTZ (1995) und LITTIG (1995) deuten dies als Etablierung einer neuen sozialen Norm. In der Mitte bis Ende der 90er Jahre hatte das Thema Umweltschutz dennoch gegenüber Themen wie Arbeitslosigkeit an Bedeutung verloren (KUCKARTZ 1995, LITTIG 1995 nach SCHULTZ, WELLER 1997: 124).

Als Ergebnis einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage aus dem Jahre 2000 konstatiert KUCKARTZ, dass das Thema Umweltschutz im öffentlichen Bewusstsein wieder eine größere Rolle spielt. Die Hauptbesorgnisse bestehen in Bezug auf die eigene Gesundheit und die globale Gefährdung, wobei Umweltprobleme vor allem als Zukunfts- nicht aber als Gegenwartsprobleme gesehen werden. Dies lässt es nicht als notwendig erscheinen, das eigene umweltrelevante Verhalten zu verändern (KUCKARTZ 2000: 79f).

- ⇒ Bereiche, in denen von der Umweltbewusstseinsforschung eine hohe Handlungsbereitschaft festgestellt wurde, sind häufig sogenannte Low-Cost-Bereiche (z.B. Abfallsortierung, Kaufverhalten), die einen geringen Mehraufwand in der Umstellung des Verhaltens erfordern. High-Cost-Situationen sind dagegen die Felder Verkehr und Energie (DIEKMANN, PREISENDÖRFER 1992 nach SCHULTZ, WELLER 1997: 126).

- ⇒ Konsumverhalten wird in Studien zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten meist auf Kaufverhalten reduziert und die Phase des Produktgebrauches nicht berücksichtigt. Ergebnisse der Haushaltswissenschaften, die unterschiedliche Entscheidungsmöglichkeiten und Entscheidungskompetenzen und daraus resultierend ein unterschiedliches Verhalten der verschiedenen Mitglieder privater Haushalte sowie eine starke Abhängigkeit der Entscheidungsspielräume je nach Haushaltstyp feststellten, werden nicht in der Forschung zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten berücksichtigt. Damit gerät auch geschlechtsspezifisch unterschiedliches Verhalten aus dem Blick. Nur ein Teil der Befragungen differenziert nach Geschlecht.
- ⇒ Repräsentative Untersuchungen fragen nach der Handlungsbereitschaft in ausgewählten Problemfeldern (z.B. Kaufbereitschaft für ökologisch erzeugte Lebensmittel), erfragen aber keine Gesamteinschätzungen zu einer Veränderung von Alltagspraktiken. Damit sind wesentliche Aspekte, die für die Entwicklung nachhaltiger Konsumstrukturen von Bedeutung sind, bislang nicht erfasst worden. Insbesondere fehlen Einschätzungen von KonsumentInnen zu den, mit neuen Nutzungsstrategien (z.B. Pooling<sup>13</sup> und Sharingkonzepte<sup>14</sup>) verbundenen Verhaltensveränderungen im Alltag.
- ⇒ Umweltschutz hat vor allem eine Bedeutung als Zusatznutzen, d.h. umweltbewusstes Verhalten ist wahrscheinlicher zu erwarten, wenn es mit anderen Motiven verbunden werden kann (Gesundheitseffekte, Geldersparnis, Zeitersparnis etc.). LITTIG spricht in diesem Zusammenhang von Motivallianzen (LITTIG 1995).
- ⇒ Zwischen Umweltwissen und der Steigerung von Umweltbewusstsein, sowie zwischen Umweltwissen und der tatsächlichen Bereitschaft zur Handlungsveränderung besteht nur ein geringer Zusammenhang. Dies stellt die Bedeutung von Informationskampagnen für Verhaltensänderungen von KonsumentInnen stark in Frage. Kritisch äußern sich SCHULTZ und WELLER zu der Art des in den Untersuchungen abgefragten Umweltwissens: Erfragt wird vor allem naturwissenschaftlich-ökologisches Faktenwissen. Die Autorinnen halten demgegenüber Wissen über konkrete Folgen des eigenen Handelns, bzw. über Umweltentlastungen die durch eine Verhaltensänderung erzielt werden kann, für die Initiierung und Stabilisierung von Verhaltensänderungen für notwendiger (SCHULTZ, WELLER 1997: 129).

PREISENDÖRFER wertete die die Umweltbewusstseinsstudien von 1996 und 1998 nachträglich in Bezug auf die Variable Geschlecht aus (PREISENDÖRFER 1999) und kam zu dem Ergebnis, dass Frauen in Bezug auf Umweltprobleme eine größere Betroffenheit äußern als Männer. Speziell in den Bereichen Mülltrennung, Recycling, Mobilität und Konsum zeigen sie ein größeres Umweltbewusstsein. Zudem gibt es in den Umweltbewusstseinsstudien empirische Hinweise darauf, dass ihre Handlungsbereitschaft in Bezug auf Umweltprobleme größer ist als bei Männern (PREISENDÖRFER 1999, zitiert nach EMPACHER, HAYN, SCHUBERT, SCHULZ 2001: 11). Die Sekundäranalyse der „Bevölke-

---

<sup>13</sup> Gemeinschaftsnutzungen für einen beschränkten Nutzerkreis (z.B. nachbarschaftlich organisierte Gemeinschaftsnutzung von Haushaltsgeräten, Werkzeugen und Heimwerkergeräten oder Freizeitgeräten).

<sup>14</sup> Gemeinsame Nutzungen für einen breiteren Nutzerkreis (z.B. Car-Sharing).

rungsumfrage zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Deutschland 2000“ in Bezug auf geschlechtsspezifische Unterschiede, die von EMPACHER, HAYN, SCHUBERT und SCHULTZ (2001) durchgeführt wurde, attestiert Frauen ebenfalls ein stärkeres Umweltbewusstsein (a.a.O.: 28). Die Autorinnen stellen fest, dass Frauen eher dazu neigen, in Umweltproblemen Gefahren für sich und ihre Angehörigen zu sehen als Männer (a.a.O.: 28), sowie mit der in Deutschland bestehenden Umweltgesetzgebung unzufriedener sind als Männer (a.a.O.: 29). In Bezug auf verschiedene Handlungen zeigt die Sekundäranalyse, dass Frauen auch eher als Männer umweltverträglichere Handlungsweisen praktizieren. So nutzen sie beispielsweise häufiger umweltverträgliche Verkehrsmittel und befürworten häufiger Maßnahmen, die den automobilen Verkehr einschränken (vgl. EMPACHER, HAYN, SCHUBERT, SCHULZ 2001: 34 ff.). In Bezug auf das Konsumverhalten entscheiden sich Frauen nahezu durchgängig etwas häufiger für die umweltverträglichere Option als Männer. Sie gaben in der Befragung zum Umweltbewusstsein 2000 z.B. häufiger an, beim Obst- und Gemüseanbau auf die Jahreszeiten zu achten und Fleisch und Gemüse aus ökologischer Produktion zu kaufen (a.a.O.: 37).

Die Ergebnisse der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung weisen darauf hin, dass der soziale Kontext und die Bedingungen unter denen Hausarbeit heute geleistet wird, entscheidend für die Etablierung eines geänderten Konsumverhaltens im Kontext von privaten Haushalten ist. Deshalb werde ich, im vierten Kapitel der Frage nach gehen, unter welchen Bedingungen die Versorgungsarbeit heute geleistet wird.

## **2.6 Einflüsse der gesellschaftlichen Organisation von Haus- und Versorgungsarbeit auf den Energie- und Ressourcenverbrauch im privaten Konsum**

Für die Entwicklung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern ist die Berücksichtigung der Probleme, die heute mit der Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion verbunden sind, von hoher Bedeutung, um zu Konzepten zu kommen, die im Alltagshandeln umsetzbar sind. Bislang kann in der Debatte über die Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster eine Verlängerung gesellschaftlicher Ausblendungsmechanismen festgestellt werden. Die gesellschaftliche Nichtachtung von Reproduktionsarbeit wird in der Formulierung als nachhaltig angesehenen Handlungsstrategien fortgeführt. Die Bedingungen unter denen in privaten Haushalten gewirtschaftet wird, werden auch dann nicht in den Blick genommen, wenn es um die Formulierung von Strategien geht, die an das Alltagshandeln anknüpfen. Auch das Primat der Erwerbsarbeit verlängert sich in der Formulierung von Nachhaltigkeitsstrategien. Während für die öffentliche Sphäre im Wesentlichen Effizienzstrategien mit dem Hinweis auf „win-win Strategien“ zu Gunsten von Umwelt und Ökonomie entwickelt werden, prägen Suffizienzstrategien - mit dem Aufruf zur Bescheidenheit - die Debatte um Veränderungen in der privaten Sphäre.

Inwieweit die Bedingungen unter denen Reproduktionsarbeit heute geleistet wird, zu gestiegenen Stoff- und Energieströmen und den damit verbundenen negativen Umwelteinflüssen beitragen, ist bislang noch nicht explizit untersucht worden.

Einige Umweltwissenschaftlerinnen vermuten jedoch die Kompensation von Krisenerscheinungen in der Reproduktionsarbeit durch ressourcenintensive Substitution von Arbeitszeit und Arbeitskraft in der Hausarbeit durch Produkte und Dienstleistungen (vgl. SPITZNER 1998; SCHÄFER, SCHÖN 1998). So formuliert Meike SPITZNER: „Strategien der Anpassung der Reproduktionsarbeit an die Erwerbsarbeit gewinnen Gestalt in zeitlichen und räumlichen Verlagerungen der Versorgungsarbeit, in qualitativer Reduktion der Versorgungsarbeit, in ihrer (stoff- und energieintensiven) Technisierung in Rückgriff auf professionelle, marktlich und institutionell angebotene Reproduktionsarbeit bzw. reproduktionsnahe Produkte und Dienstleistungen“ (SPITZNER 1998: 75). Mit diesen Strategien sieht SPITZNER zum Teil umweltbelastende Folgen verbunden. Sie nennt beispielsweise die Verursachung von zusätzlichem Verkehrsaufwand durch die Inanspruchnahme von Dienstleistungen im Haushaltsbereich (Pizzaservice, Beschäftigung von Hilfskräften etc.). Auch SCHÄFER und SCHÖN ziehen eine Verbindungslinie zwischen gesunkenen Arbeitskapazitäten in der Hausarbeit und deren wachsenden Energie- und Rohstoffverbrauch. „Da mit dieser Zugehörigkeit zur (Erwerbs)Arbeitswelt bessere Lebens- und Entwicklungschancen und entsprechende gesellschaftliche Anerkennungs- und Gratifikationsmechanismen verbunden sind, drängen immer mehr Menschen - vor allem auch Frauen - in den Erwerbsarbeitsbereich. Das damit notwendigerweise schrumpfende Zeitbudget für die vielfältigen lebensweltlichen Arbeiten sowie die mit einer schrumpfenden Zahl der Erwerbsarbeitsplätze einhergehende Suche nach weiteren vermarktbareren Produkten und Dienstleistungen führt zu einer Kommerzialisierung auch lebensweltlicher Arbeiten, die die ökologische Krisentendenz verstärkt. Denn auch hier scheint die Arbeit unter steigendem Rohstoff- und Energieverbrauch durch Kapitaleinsatz substituiert zu werden“ (SCHÄFER, SCHÖN 1998: 28). Martina SCHÄFER und Susanne SCHÖN beschreiben die Attraktivität von Erwerbsarbeit für Frauen als Ursache für einen zunehmenden Umweltverbrauch im Reproduktionsbereich. Dies legt nahe, die Erwerbstätigkeit von Frauen als eine Ursache zunehmenden Ressourcenverbrauchs im Versorgungsbereich zu sehen und ihnen damit die Verantwortung für den gestiegenen Ressourcenverbrauch zuzuschreiben. Aus meiner Sicht ist es aber wichtig, die historisch gewachsene Zuschreibung der Verantwortlichkeit für Hausarbeit von Frauen in Frage zu stellen und die Frage, wie die Versorgungsarbeit organisiert werden kann, losgelöst von geschlechtsspezifischen Zuschreibungen zu betrachten. Versorgungsarbeit ein gesellschaftlich notwendiger Bereich, dessen Rahmenbedingungen Rückwirkungen auf den mit ihm verbundenen Ressourcenverbrauch hat.

Die Vorschläge für eine Haushaltsführung mit der Energie und Ressourcen eingespart werden sollen, sind häufig mit dem Verzicht auf technische Hilfsmittel bzw. industriell vorgefertigte Produkte verbunden. Die Mehrarbeit, die aus dem Verzicht möglicherweise resultiert, geht unter den derzeitigen Bedingungen der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung vor allem zu Lasten von Frauen und wird bislang wenig thematisiert. Frauen müssen individuell Strategien entwickeln, um Erwerbsarbeit und Hausarbeit miteinander zu verbinden, da gesellschaftliche Konzepte für die Vereinbarung von Erfordernissen aus Erwerbs- und Reproduktionsbereich kaum entwickelt werden und noch weniger Eingang in die Alltagspraxis gefunden haben.

Vorschläge zu einer mit Mehrarbeit verbundenen Veränderung des Konsumverhaltens treffen also vielfach auf die ohnehin problematische Situation der Arbeitsüberlastung



von Frauen und auf eine Nichtübernahme von Verantwortung für Hausarbeit durch Männer. Ansätze zu einer gesellschaftlichen Neuorganisation von Hausarbeit, die zu Beginn des 20. Jahrhunderts diskutiert worden sind, um die Arbeitsbelastung von Frauen zu reduzieren, konnten sich nicht durchsetzen (siehe Kapitel 4.3.3). Statt dessen wurden Techniken und Produkte entwickelt, um die Haushaltsproduktion zu rationalisieren. Ihr Einsatz ist zum Teil mit einem höheren Energie- und Ressourcenverbrauch verbunden. Die Rationalisierung von Hausarbeit hat aber auch, wie die feministische Forschung zeigt, zwiespältige Auswirkungen auf die Situation von Frauen. Das steigende Angebot von technischen Geräten und industriell vorgefertigten Produkten hat die Vereinbarung von Erwerbs- und Hausarbeit erleichtert. Die erhoffte Reduktion der Hausarbeit auf einen „verbleibenden Rest“ ist jedoch nicht gelungen, da sich die Arbeit durch den Einsatz neuer Produkte und Techniken zwar verändert, aber nicht deutlich reduziert hat. Die Rationalisierung der Hausarbeit führt zudem über verschiedene Mechanismen, die ich in Kapitel 4.3.4 erläutern werde, auch dazu, dass die einseitige Zuweisung von Verantwortung an Frauen für Arbeiten in privaten Haushalten verlängert und verfestigt wurde.

Die Debatte um ein nachhaltiges Konsumverhalten in privaten Haushalten setzt vielfach an Produkten und Geräten an, die Hausarbeit vereinfachen sollen und stellt ihre Verwendung aus Energie- und Ressourcenschutzgesichtspunkten in Frage, ein Beispiel dafür ist der oft vorgeschlagene Verzicht auf Convenience-Produkte in der Ernährung.

Ökologische Gemüseabonnements sind auch ein Handlungskonzept, das den Rationalisierungsbestrebungen im Ernährungsbereich entgegen läuft. Den NutzerInnen werden regelmäßig unverarbeitete Produkte geliefert, deren Zubereitung im Vergleich mit industriell vorgefertigten Nahrungsmitteln tendenziell mit einem höheren Arbeitsaufwand verbunden ist. Im empirischen Teil dieser Arbeit werde ich deshalb untersuchen, ob die Versorgung mit Gemüseabonnements von den NutzerInnen als arbeitsaufwändiger erfahren wird und welche Veränderungen in der Haushaltsorganisation mit diesem Handlungskonzept verbunden sind. Ich nehme damit explizit die Rahmenbedingungen und Erfordernisse der Reproduktionssphäre und der Alltagsorganisation an dieses möglicherweise nachhaltige Handlungskonzept in den Blick. Damit gewinne ich Erkenntnisse über Potenziale und Hemmnisse für die Umsetzung, die aus der Alltagsorganisation verschiedener Haushaltsformen resultieren.

### **3 Das Bedürfnisfeld Ernährung**

Ernährung eignet sich für die exemplarische Untersuchung von ökologischen Wirkungen und Konsequenzen für die Alltagsorganisation durch eine Veränderung von Produktions- und Konsummustern, da die Ernährungsversorgung ein wesentlicher Teil von Haushaltsarbeit ist. Es ist zu vermuten, dass sich aus einer veränderten Organisation der Ernährungsversorgung Konsequenzen für die in den Haushalten wirtschaftenden Menschen ergeben. Erste Bilanzierungen verschiedener Bedürfnisfelder belegen zudem die Bedeutung des Bedürfnisfeldes Ernährung für den Energie- und Ressourcenverbrauch. Nach den Ergebnissen der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“ entfallen hierauf allein 20 % der Gesamtmaterialentnahme sowie ebenfalls 20 % des Primärenergieverbrauchs in der Bundesrepublik (BUND / MISEREOR 1997).

Ernährungsversorgung ist verbunden mit Hausarbeit und mit Umweltauswirkungen durch die Organisation der Ernährung im Alltag. Möglicherweise ergeben sich Wechselwirkungen aus den Bedingungen unter denen Hausarbeit geleistet wird und ökologischen Folgewirkungen.

Im Bedürfnisfeld Ernährung gibt es eine Vielzahl von AkteurInnen, die die Gestaltung der Ernährungsversorgung beeinflussen. Dazu gehören neben der Landwirtschaft, der lebensmittelverarbeitenden Industrie, dem Lebensmittelhandel und den VerbraucherInnen auch die chemische Industrie als Zulieferindustrie für Landwirtschaft und die lebensmittelverarbeitende Industrie. Hinzu kommen AkteurInnen aus dem Dienstleistungsbereich der verschiedenen Formen der Gastronomie, Außer-Haus- und Gruppenverpflegung. Alle diese AkteurInnen stehen in Wechselwirkungsprozessen miteinander, die letztlich Konsequenzen sowohl für Hausarbeit, als auch für ökologische Wirkungen haben.

In diesem Kapitel werde ich ökologische und ökonomische Implikationen aus dem Bedürfnisfeld Ernährung darstellen. Den Schwerpunkt lege ich auf die Akteursgruppen Landwirtschaft, Handel und VerbraucherInnen, sowie die mit diesen Bereichen verbundenen Transport- und Verkehrsleistungen. Diese Bereiche habe ich für eine genauere Darstellung der Situation im Bedürfnisfeld Ernährung sowie möglicher Veränderungsperspektiven ausgewählt, weil das Handlungskonzept Gemüseabonnement, für das ich eine empirische Untersuchung durchgeführt habe, vor allem auf Veränderungen in diesen vier Bereichen abzielt.

#### ***Landwirtschaft***

Die derzeitig auf 97 % der landwirtschaftlichen Flächen in Deutschland betriebene konventionelle Landwirtschaft ist mit negativen ökologischen Wirkungen verbunden. Zudem ist auch die ökonomische Situation für die in der Landwirtschaft tätige Bevölkerung problematisch. Als nachhaltige Alternative gilt der ökologische Landbau. Gemüseabonnements können eine Möglichkeit sein, die Vermarktungssituation von Produkten aus kontrolliert ökologischem Anbau zu stabilisieren und damit die Ausweitung von ökologischem Landbau zu fördern.

Im folgenden Kapitel werde ich ökologische Belastungen aus der konventionellen Landwirtschaft darstellen und im Anschluss daran Hinweise auf die ökonomisch prob-

lematische Situation geben. Dem stelle ich die Prinzipien der ökologischen Landwirtschaft und ihre Situation in Deutschland gegenüber. Mit der Darstellung möchte ich die Potenziale zur Umweltentlastung in der landwirtschaftlichen Produktion umreißen.

### ***Handel***

Der Einzelhandel hat im Bedürfnisfeld Ernährung eine Schlüsselfunktion. Als Vermittlungsinstanz zwischen Erzeugung und Verbrauch von Lebensmitteln hat der Handel eine Marktmacht, die durch Konzentrationsprozesse auf dem Markt für Lebensmittel noch gestärkt wurde. Vor allem über ökonomische Wirkungsmechanismen besteht ein starker Einfluss von wenigen großen Handelskonzernen auf die Produktion in der Landwirtschaft einerseits, und durch Preisgestaltung und Angebotspalette auf die VerbraucherInnen andererseits.

Eine nachhaltige Alternative zu globalen Konzentrationsprozessen im Nahrungsmittelhandel kann eine Stärkung von regionalen Agrarmärkten durch Direktvermarktungssysteme darstellen. Gemüseabonnements sind eine neue Form der Direktvermarktung, über die landwirtschaftliche ErzeugerInnen und EndverbraucherInnen in einen regelmäßigen und direkten Kontakt zueinander treten. Diese Form der Handelsbeziehung ist möglicherweise in der Lage, nachhaltige Produktions- und Konsummuster – in Erzeugung und in Verbrauch – zu unterstützen.

Um den Hintergrund abzubilden, auf den Gemüseabonnements treffen, konzentriere ich mich in der Darstellung der Akteursgruppe Handel auf den Konzentrationsprozess auf dem Lebensmittelmarkt und die Darstellung der Situation des Handels mit ökologisch erzeugten Lebensmitteln in der Bundesrepublik. Ich berichte zudem über Entwicklungen im Handel mit ökologischen Lebensmitteln im benachbarten europäischen Ausland, um Hinweise aufzugreifen, auf welche Weise der Absatz von ökologischen Produkten aufgrund von Erfahrungen in Nachbarstaaten auch in der Bundesrepublik ausgeweitet werden könnte.

### ***Verkehr und Transportleistungen***

Das Handlungskonzept Gemüseabonnement hat zwei verschiedene Bezüge zur Verkehrsproblematik. Ein wichtiges Ziel ist die Vermarktung von regionalen Produkten. Damit ist die Thematik der in den vergangenen Jahren stetig gestiegenen Güterverkehrsströme verbunden, zu denen eine Regionalisierung der Produktions- und Konsummuster eine nachhaltigere Alternative darstellen könnte. Als Lieferdienste können Gemüseabonnements zudem eventuell Einflüsse auf den stetig gewachsenen privaten Einkaufsverkehr haben.

Aus diesem Grund stelle ich die mit der Erzeugung, Verarbeitung und Distribution verbundenen Verkehrsleistungen dar und gehe in einem weiteren Kapitel auf Ergebnisse von Untersuchungen zum privaten Einkaufsverkehr ein.

### ***VerbraucherInnen***

Die VerbraucherInnen rücken als diejenigen, die das Handlungskonzept Gemüseabonnement in der Organisation ihrer Ernährungsversorgung im Alltag umsetzen, in den Mittelpunkt meiner Betrachtung. Die Wahl der Ernährungsorientierung ist eine individuelle Entscheidung, dennoch ist es möglich, Gruppen mit Präferenzen für bestimmte Lebensmittel zu charakterisieren. Zudem zeichnen sich in der Bundesrepublik Ernäh-

nungstrends ab, die auch von ökologischer Relevanz sind. In diesem Kapitel werde ich die bestimmenden Ernährungsorientierungen in der Bundesrepublik vorstellen und auf sich seit einigen Jahren abzeichnende Ernährungstrends eingehen. Ich halte diese Darstellung für wichtig, um den Status Quo der Ernährungsversorgung zu umreißen, da das Handlungskonzept Gemüseabonnement einerseits den Trend zu einer gesundheitsbewussteren und auch den Trend zu einer ökologischen Ernährung aufgreift, aber im Widerspruch steht zu einem Dritten Trend, nämlich zu einer verstärkten Nutzung von Convenience-Produkten.

Als wesentlich für eine Beschreibung der Ernährungsorganisation sehe ich die Rahmenbedingungen an, unter denen Entscheidungen für oder gegen Ernährungsweisen getroffen werden. Bedeutsam sind Bedingungen, die sich aus Arbeits- und Wohnsituation ergeben. Erwerbstätige haben andere Entscheidungsrahmen als nicht erwerbstätige Menschen. Alleinlebende organisieren ihren Alltag anders als Familien und Mehrpersonenhaushalte. Wichtig ist auch die individuell zur Verfügung stehende Haushaltsausstattung, die verbunden ist mit der Wohn- und Lebensform des Einzelnen.

Ich stelle die Determinanten für die Entwicklung des individuellen Ernährungsverhaltens im Wesentlichen anhand von Forschungsergebnissen aus der Haushaltssoziologie dar. Im Anschluss daran gehe ich auf weitere Bestimmungsfaktoren im Ernährungsbereich ein. Als wesentlich, besonders im Bezug zu höheren Preisen für ökologisch erzeugte Lebensmittel sehe ich die Preisentwicklung im Ernährungsbereich an und widme diesem Thema daher ein eigenes Kapitel. Zusätzlich bedeutsam für die Ausprägung der Ernährungsorientierung sind Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit Nahrungsmitteln.

### ***Nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung***

Im Anschluss an die Darstellung des Status Quo im Bedürfnisfeld Ernährung, in die ich auch Hinweise auf nachhaltigere Gestaltungsalternativen einbinde, erläutere ich die in der Debatte um die Entwicklung von nachhaltigen Produktions- und Konsummustern ausgearbeiteten Vorschläge für eine nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung (Kapitel 3.7). Ich schließe das Kapitel mit der Vorstellung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement, das ich empirischen Teil dieser Arbeit genauer untersuche.

## **3.1 Landwirtschaft**

### **3.1.1 Ökologische Belastungen aus der konventionellen Landwirtschaft**

Die Produktivität in der Landwirtschaft ist in den letzten 150 Jahren stark gestiegen. Ernährte ein Landwirt im Jahr 1850 noch einen Menschen, so waren es 1950 bereits zehn und 1990 77 Menschen (SCHNEIDER 1995). In den neunziger Jahren stieg die Zahl weiter, 1998 ernährte ein Landwirt theoretisch 133 Menschen (DBV 2001a). Ursache ist die immense Steigerung von Erträgen pro Flächeneinheit und die Rationalisierung der landwirtschaftlichen Arbeit. Beispielsweise braucht ein Bauer heute mit Hilfe von landwirtschaftlichen Maschinen statt 300 nur noch eine Stunde um ein Hektar Getreide zu mähen und zu dreschen (SCHNEIDER 1995).

In der konventionellen Landwirtschaft erfolgte in den letzten 50 Jahren ein Prozess der Konzentrierung und Spezialisierung landwirtschaftlicher Betriebe, bei dem die Bereiche Pflanzen- und Tierproduktion voneinander getrennt wurden. Auch innerhalb dieser beiden Bereiche erfolgten weitere Spezialisierungen. In den Bereichen Viehwirtschaft und Pflanzenproduktion ergeben sich aus der Trennung und Intensivierung eine Vielzahl ökologischer Probleme, die insbesondere daraus resultieren, dass früher in landwirtschaftlichen Betrieben vergleichsweise geschlossene Stoffkreisläufe geöffnet, vergrößert und räumlich immer weiter geführt werden. Dies werde ich im Folgenden näher erläutern.

In der intensiven konventionellen Landwirtschaft wurde die Tierproduktion von ihrer Flächenanbindung gelöst. Bei einer flächenunabhängigen Tierproduktion reichen die zu den Betrieben gehörigen Flächen nicht aus, um für die gehaltenen Tiere ausreichende Futtermengen zu produzieren. Zur Erhöhung der Effektivität der Produktion fand zudem ein Wechsel der verfütterten Materialien statt, so wird vielfach z.B. Soja wegen seines höheren Proteingehaltes in der Tierproduktion eingesetzt<sup>15</sup>. Ein Großteil des in der Intensivhaltung eingesetzten Futters wird aus Ländern der dritten Welt importiert, wo diese Flächen für die Produktion von Nahrungsmitteln für Menschen fehlen.

Andererseits führen die Haltungsbedingungen (z.B. einstreulose Tierhaltung mit Spaltenböden und Gülleauffangsystemen), die entwickelt wurden, um Arbeitsabläufe zu vereinfachen und die Haltung großer Viehbestände zu ermöglichen, dazu, dass Gülle anfällt, die aufgrund ihrer Menge und Eigenschaften zu Entsorgungsproblemen führt. Die Flächen von Intensivtierhaltung betreibenden Höfen sind häufig zu klein, um die anfallenden Mengen zur Nährstoffversorgung in der Pflanzenproduktion zu benutzen. Zudem unterscheidet sich die Qualität von Gülle aus einstreuloser Tierhaltung, von Mist, der in extensiver Tierhaltung anfällt. Mist ist eine Mischung von Exkrementen und Stroh, und sowohl von der Konsistenz als auch von der stofflichen Zusammensetzung für die Düngung von Flächen zur Pflanzenproduktion geeigneter.

In Betrieben, die sich auf Pflanzenproduktion spezialisiert haben, werden synthetische Düngemittel eingesetzt, die bei der Herstellung mit einem hohen Energie- und Ressourcenverbrauch verbunden sind. Die Rohstoffe werden - wie die in der Tierproduktion eingesetzten Futtermittel - meist importiert. Viele der Umweltprobleme aus der Landwirtschaft, die im Folgenden näher beschrieben werden, lassen sich auf die flächenunabhängige Intensivtierhaltung und die Steigerung der Flächenerträge mit Hilfe synthetischer Düngemittel und Pestizide zurückführen.

In diesem Kapitel werde ich kurz umreißen mit welchen ökologischen Problemen die Entwicklung der konventionellen Landwirtschaft in den letzten Jahrzehnten verbunden ist. Die dargestellten ökologischen Folgewirkungen beziehen sich auf konventionelle Bewirtschaftungsverfahren. Die Abgrenzung des „Integrierten Landbau“ von konventionellen Verfahren ist schwierig. In der Schweiz wird unter „Integrierter Produktion“ ein zurückhaltender Umgang mit chemischen Düngemitteln und Pestiziden verstanden. Im integrierten Landbau ist nur ein eingeschränktes Sortiment an Chemikalien erlaubt. Die Düngung erfolgt entsprechend des Bedarfs, wie er durch Bodenuntersuchungen ermit-

---

<sup>15</sup> Die Verwendung des ebenfalls proteinreichen Tiermehls wurde wegen der Gefahr der Übertragung der Rinderkrankheit BSE Ende des Jahres 2000 in der BRD verboten.

telt wird. Zum Teil wurden Pflanzensorten und Anbautechniken aus dem ökologischen Landbau übernommen (JUNGBLUTH 2000: XIV). Integrierte Produktion wird in der Schweiz durch eine Direktzahlung von staatlicher Seite gefördert, Voraussetzung ist die Ausweisung von mindestens 5 % der Landfläche als „ökologische Ausgleichsfläche“ (z.B. extensiv genutzte Wiesen, Gehölze, Ruderalflächen, Streuobstwiesen) (OPPERMANN, ERZGRABER, KLEß 1998).

In der Bundesrepublik Deutschland unterscheiden sich die von der „Fördergemeinschaft Integrierter Pflanzenbau e.V.“ vertretenen Verfahren des Integrierten Landbaus dagegen nicht von der gesetzlich vorgeschriebenen Methodik der Landwirtschaft. „Spätestens seit dem Pflanzenschutzgesetz von 1986 sind die Bauern nämlich gesetzlich verpflichtet, nach den Regeln des integrierten Pflanzenbaus zu wirtschaften. In der Praxis bedeutet das unter anderem, bei der Schädlingsbekämpfung technischen und biologischen Mitteln den Vorrang zu geben und erst bei Erreichen eines bestimmten Schadniveaus quasi als letztes Mittel genau kontrolliert zu `spritzen‘“ (PETER 1998: 263). Dennoch wird in einigen Publikationen in der Betrachtung von Umweltwirkungen zwischen konventioneller und integrierter Landwirtschaft unterschieden und der integrierte Landbau insbesondere in Bezug auf Bodenerosion und Stoffausträgen als mit verringerten Umwelteffekten verbunden, dargestellt (SEEMÜLLER 2000). Unterschiede zwischen konventionellem und integriertem Landbau bestehen demnach in bodenschonenderen Bearbeitungsverfahren, dem Einsatz von möglichst krankheits- und schädlingsresistentem Pflanz- und Saatgut, der Düngung nach vorheriger Bestimmung des Nährstoffgehaltes der Böden und dem Pestizideinsatz nach dem Schadschwellenprinzip (SEEMÜLLER 2000).

Die Darstellung von Umweltwirkungen aus der konventionellen Landwirtschaft gliedere ich in fünf Kapitel. Zunächst beschreibe ich die Wirkungen von Stoffeinträgen in die Umwelt, danach gehe ich auf Bodendegrationsprozesse durch Erosion und Gefügeschäden ein. Es folgen Kapitel zum Verlust der biologischen Vielfalt und zu klimaschädigenden Emissionen. Abgeschlossen wird die Darstellung mit einem Kapitel zu Auswirkungen intensiver Landwirtschaft in Ländern der dritten Welt.

### **3.1.1.1 Stoffeinträge**

#### **Stickstoff- und Phosphatbelastung**

Landwirtschaftliche Flächen können entweder mit organischen oder mit mineralischen Düngemitteln mit Nährstoffen versorgt werden. Mineralische Düngemittel werden unter hohem Energieaufwand synthetisch erzeugt. Unter organischen Düngemitteln werden verschiedene Substanzen natürlichen Ursprungs verstanden, es kann sich beispielsweise um Exkremente von Tieren, Ernterückstände und andere pflanzliche Reststoffe oder auch um technisch aufbereitete Produkte natürlichen Ursprungs, wie z.B. Hornspäne handeln.

Der Austrag von Stickstoff- und Phosphatverbindungen mit organischen und mineralischen Düngemitteln auf landwirtschaftlich genutzte Flächen in der Bundesrepublik übersteigt die Beträge, die durch Nutzpflanzen entzogen werden. Die Gülleausbringung dient nicht mehr allein der Nährstoffversorgung, sondern im hohen Maße auch der Entsorgung der aus der Tierproduktion anfallenden Reststoffe. Zudem werden von

pflanzenerzeugenden Betrieben (auf anderen Flächen) mineralische Düngemittel ausgebracht.

Auf die Problematik der Stoffüberschüsse beider Nährstoffe werde ich im Folgenden eingehen.

### **Stickstoff**

Pflanzen und Tiere benötigen Stickstoffverbindungen zum Aufbau von Aminosäuren. Bei Kulturpflanzen liegt der Bedarf bei 200 bis 250 Kilogramm Stickstoff pro Hektar und Jahr (SCHEFFER / SCHACHTSCHABEL 1992). Die wesentlichen pflanzenverfügbaren Stickstoffverbindungen sind Ammonium und Nitrat.

In der Landwirtschaft ist der Einsatz von mineralischem Stickstoff stark gestiegen, wurden 1950 noch etwa 25 Kilogramm pro Hektar und Jahr eingesetzt, wurden 1982/83 durchschnittlich 120 Kilogramm pro Hektar und Jahr ausgebracht. Ende der 80er-Jahren erreichte der Einsatz von mineralischen Düngemitteln in der Landwirtschaft seinen Höhepunkt, seither sind sowohl der Einsatz als auch die Austräge in Landschaft, Gewässer und Luft etwas zurückgegangen. Im Wirtschaftsjahr 1992/93 betrug der durchschnittliche Stickstoffüberschuss 118 Kilogramm pro Hektar landwirtschaftlicher Fläche (UBA 1997: 121).

Die unterschiedlichen chemischen Stickstoffverbindungen Ammoniak ( $\text{NH}_3$ ), Lachgas ( $\text{N}_2\text{O}$ ) und Nitrat ( $\text{NO}_3$ ) haben verschiedene ökologische Wirkungen:

- Nährstoffübersorgung (Eu- bzw. Hypertrophierung) von Böden und Gewässern durch unterschiedliche Stickstoffverbindungen
- Lachgas ( $\text{N}_2\text{O}$ ) hat klimarelevante Auswirkungen und trägt zum Treibhauseffekt bei. Etwa 80 % der Lachgasemissionen in der BRD stammen aus der landwirtschaftlichen Bodennutzung, wobei die Emissionen mit steigender Düngeintensität zunehmen.
- Stickstoffbedingte Bodenversauerung durch Ammoniakemissionen ( $\text{NH}_3$ ): Der Beitrag der Landwirtschaft an den gesamten Ammoniakemissionen lag 1994 bei 85 %, wobei etwa die Hälfte der Ammoniakfreisetzung beim Ausbringen von Gülle auf die Felder erfolgt. Insgesamt sind cirka 50 % des stickstoffbedingten Versauerungspotenzials von Böden in der BRD auf Ammoniakemissionen aus der Landwirtschaft zurückzuführen (vgl. UBA 1997: 121f).
- Nitrat-Austräge ( $\text{NO}_3$ ) ins Grundwasser stammen vor allem aus der Landwirtschaft. Diese bedrohen u.a. auch die Trinkwasserqualität. Besonders in landwirtschaftlich stark genutzten Gebieten liegen die Nitratwerte von Eigen- und Einzelwasserversorgungsanlagen häufig über dem von der Trinkwasserverordnung (TVO) vorgegebenen Grenzwert von 50 mg/l.

Der Anteil der Landwirtschaft an den Gesamtstickstoffemissionen in der BRD ist mit 48 % deutlich höher, als die Emissionen anderer relevanter Stickstoffemittenten: Verkehr (22 %), menschliche Ernährung und Abwässer (17 %) sowie Energie-, Heizung und industrielle Prozesse (13 %) (NIEDERSÄCHSISCHES UMWELTMINISTERIUM 1996).

## Phosphat

Der durchschnittliche Phosphatüberschuss betrug im Wirtschaftsjahr 1992/93 ca. 18 Kilogramm pro Hektar (UBA 1997: 121). Phosphat ist in Mineraldüngern und in Futtermitteln enthalten. Das von Pflanzen nicht aufgenommene Phosphat wird im Boden angereichert. Nach SCHEFFER / SCHACHTSCHABEL (1992) benötigen die Hälfte der bundesdeutschen Ackerböden keine, ein Drittel nur eine Zusatzdüngung und lediglich 14 % eine Phosphatdüngung. Da im Gegensatz zu Stickstoffverbindungen Phosphat besser im Boden zurückgehalten wird, sind für Gewässer vor allem oberflächlich abgeschwemmte und ausgeblasene Bodenbestandteile problematisch. Phosphateinträge in Gewässer stammen zu mehr als 40 % aus der Landwirtschaft und sind wesentliche Ursache der Eutrophierung<sup>16</sup> der Gewässer, da Phosphat in der Regel in Gewässern das Algenwachstum am stärksten reguliert. Der diffuse Eintrag von Phosphat in Oberflächengewässer aus der Landwirtschaft ist bedeutsamer geworden, seit Phosphat aus kommunalen Abwässern durch den Einbau einer zusätzlichen Reinigungsstufe in den Klärwerken entfernt wird. Nachdem die Phosphateinträge aus Klärwerksabläufen in den 80er und 90er Jahren unterbunden wurden, zeigte sich, dass die diffusen Einträge aus der Landwirtschaft von so großer Wirkung sind, dass sich die Gewässersituation durch die Phosphateliminierung in kommunalen Kläranlagen nicht in dem erhofften Umfang verbessern konnte.

Zusätzlich zu den umrissenen ökologischen Problemen durch die Emission von Stickstoff- und Phosphatverbindungen ist der hohe Energieaufwand für die Mineraldüngerproduktion problematisch. Aufgrund ihrer Herkunft oder Herstellungsverfahren können mineralische Düngemittel zudem mit Schadstoffen belastet sein. So werden vor allem Cadmium, Chrom, Blei, Nickel und Arsen mit der Düngung in die Landschaft ausgetragen (UBA 1997: 126).

## Einsatz von Pestiziden

Weltweit betrug der Umsatz im Jahre 1997 aus dem Verkauf von Pestiziden 49 Milliarden DM. In der BRD werden offiziell jährlich etwa 30.000 Tonnen verkauft. Es gibt ca. 1.000 Präparate mit ca. 200 Wirkstoffen. Problematisch ist die Vielzahl der in die Ökosysteme ausgebrachten Verbindungen, da daraus u.a. ein Problem bei der Überwachung von Grenzwerten z.B. in Trinkwasser und Nahrungsmitteln entsteht.

Die toxikologische Beurteilung ist schwierig, da die verschiedenen Stoffe in Wechselwirkung miteinander Synergieeffekte haben können, es also zu Wirkungen kommen kann, die die Einzelstoffe nicht auslösen. Viele heute eingesetzte Pestizide gehören zu den schwer abbaubaren halogenierten organischen Verbindungen, die inzwischen ubiquitär nachgewiesen werden und sich in der Nahrungskette anreichern können. Aufgrund des Effektes der „Globalen Destillation“ werden Pestizide auch in ökologisch sensible Regionen wie zum Beispiel die Polargebiete verfrachtet, wo sehr ungünstige Bedingungen für den Abbau der stark persistenten Substanzen herrschen<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Nährstoffübersversorgung

<sup>17</sup> „Globale Destillation“ bedeutet, dass organische Schadstoffe in den Industrieländern der warmen und gemäßigten Teile der Erde verdampfen und mit Luftströmen in die Kälte der Arktis und Hochgebirge transportiert werden. Dort kondensieren die Substanzen bei niedrigeren Temperaturen. Die Abbaubedingungen



In der Landwirtschaft eingesetzte Pestizide können sowohl in die Oberflächengewässer als auch in die Grundwässer gelangen. Für aquatische Lebensgemeinschaften sind eine Vielzahl akuter und chronischer Wirkungen nachgewiesen, wenn die Biozönose mit höheren Konzentrationen von Pestiziden in Berührung gelangt (UBA 1997: 124).

In Trinkwasser sind Pestizide grundsätzlich unerwünscht, der pauschale Vorsorgegrenzwert in der Trinkwasserverordnung sieht 0,1 µg/l für eine Einzelsubstanz und einen Summengrenzwert von 0,5 µg/l vor. Als Grenzwerte wurden neben Konzentrationen für Einzelsubstanzen auch Summenparameter festgelegt, um zu berücksichtigen, dass viele verschiedene Stoffe eingesetzt werden. Inzwischen ist das Problem der Kontaminierung des Grundwassers mit Pestiziden in Deutschland sehr groß. Im Mittel werden in einem Drittel aller Grundwassermessstellen Pestizide nachgewiesen. Für die Wasserwerke bedeutet dies, dass die Reinigungsverfahren für die Bereitstellung von Trinkwasser technisch immer aufwändiger und teurer werden, zum Teil mussten Grundwasserbrunnen geschlossen werden (UBA 1997: 124). Die zusätzlichen Kosten für die Trinkwasseraufbereitung, die die Wasserwerke in der BRD für die Entfernung von Pestizidrückständen jährlich aufbringen müssen, betragen 260 Millionen DM (OPPERMANN 1998).

Zwischen 1949 und 1989 verzehnfachte sich der weltweite Einsatz von Pestiziden, dennoch verdoppelten sich im gleichen Zeitraum die Ernteverluste durch Schädlingsbefall von 7 auf 14 % (TAPPESE, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 34). Die Zahl resistenter Schadinsekten ist zwischen 1965 und 1996 von 182 auf 900 angestiegen. Die Entwicklung neuer Insektizide wird immer teurer. Lagen die Entwicklungskosten 1956 noch bei 1,2 Millionen Dollar, so gibt die Industrie inzwischen 20 bis 45 Millionen US-Dollar aus (WORLD WATCH INSTITUTE 1996).

Von 1989 bis Mitte der neunziger Jahre ist der Einsatz von Pestiziden in Deutschland gesunken: 1989 lag der Wirkstoffaufwand bei 3,1 Kilogramm pro Hektar und Jahr und war bis 1993 um mehr als die Hälfte auf 1,5 Kilogramm pro Hektar und Jahr abgesunken. Seither steigt er aber wieder an und lag 1998 bei 1,9 Kilogramm pro Hektar und Jahr (DBV 2001b).

Als Ursachen für den Rückgang des Absatzes von Pestiziden in der Mitte der neunziger Jahre nennt JACOB (1999) Gründe, die darauf schließen lassen, dass die Wirtschaftsweisen in der konventionellen Landwirtschaft sich nicht verändert haben:

- Entwicklung wirksamerer Präparate mit geringeren Aufwandmengen pro Hektar
- Zunahme illegaler Einfuhr nicht zugelassener Pestizide in Deutschland
- Relative Trockenheit in den Jahren 1993 und 1994, die zu geringem Pilzbefalldruck führte
- Altbestände an Pestiziden aus der ehemaligen DDR wurden in den Jahren zwischen 1991 und 1994 aufgebraucht
- Flächenstilllegungen und Extensivierungsmaßnahmen im Rahmen der europäischen Agrarpolitik

---

für organische Schadstoffe sind bedingt durch Kälte, geringe Sonneneinstrahlung und niedrige mikrobielle Aktivität schlecht und die ohnehin schwer abbaubaren Substanzen können in den Kälteregeionien noch länger erhalten bleiben.

- gesunkene Interventionspreise in der EU (JACOB 1999: 206f).

Die Aufzählung zeigt, dass Absatzzahlen nur einen sehr ungenauen Überblick über die tatsächlichen Mengen von verwendeten Pestiziden in der BRD geben können. Daten zum Einsatz von Pestiziden werden nicht erhoben und stehen somit nicht zur Verfügung. Zudem ist ein direkter Rückschluss aus der eingesetzten Menge auf die Umweltwirksamkeit nicht möglich, da ein rein mengenbezogener Parameter die tatsächlichen ökotoxikologischen Wirkungen nicht repräsentiert.

### **3.1.1.2 Bodendegradation durch Erosion und Gefügeschäden**

Unter Bodenerosion werden Abtragungsvorgänge durch Wind- und Wasserkraft verstanden, die die Bodenbildungsrate übersteigen. Intensive Bodenbearbeitung sowie die Schaffung größerer Flächeneinheiten durch Flurbereinigungsmaßnahmen<sup>18</sup> mit denen die Anforderungen größer und schwerer werdenden Landmaschinen erfüllt werden, begünstigen sowohl die Erosion durch Wind- und Wasserabtrag, als auch die Mineralisierung und Auswaschung von Nährstoffen. Große Bewirtschaftungsflächen bieten Wind und Wasser Angriffsflächen<sup>19</sup>, so dass Bodenbestandteile erodieren, was dazu führt, dass die Böden verarmen und es an anderer Stelle, z.B. in nahe gelegenen Gewässern zu problematischen Nährstoffeinträgen kommt. „So wird z.B. der von SCHWERTMANN (SCHWERTMANN et al. 1987) vorgeschlagene maximal tolerierbare Bodenabtrag von 8 Tonnen pro Hektar und Jahr in Bayern laut Atlas der Erosionsgefährdung (AUERSWALD / SCHMIDT 1986) auf 43 % der Ackerfläche überschritten. In Bayern wurden insgesamt 66 % der Ackerfläche und in Niedersachsen 26 % der Gesamtfläche als gefährdet eingestuft. In Baden-Württemberg sind lt. Bodenerosionsatlas knapp 18 % der Fläche mit einem Bodenabtrag von mehr als 5,1 t/ha/a als erheblich gefährdet einzustufen (GÜNDRA et al. 1995). In den neuen Bundesländern sind 27 % des Ackerlandes wasser- und 28 % winderosionsgefährdet, dabei weisen 50 % der Standorte bereits Degradationserscheinungen auf“ (UBA 1997: 127).

Der Einsatz schwerer Landmaschinen führt zu technogenen Gefügeschäden, insbesondere zu Bodenverdichtungen. In den neuen Bundesländer können ca. 40 % der Ackerflächen durch die Einwirkung schwerer Landmaschinen als krumenbasisverdichtet eingestuft werden. Daraus resultieren Pflanzenertragsverluste auf den betroffenen Flächen von 10 bis 25 % (UBA 1997: 127).

Aufgrund von Flurbereinigungsmaßnahmen wurde vielfach auch in lokale Wasserhaushalte eingegriffen: Flächen wurden melioriert<sup>20</sup> und zur Bewässerung von Kulturen kommt es zu Grundwasserentnahmen. Zudem wurden kleinere Oberflächengewässer wie Sölle und Pfuhe entfernt, sowie Fließgewässer verlegt oder begradigt. Mit der Begradigung von Fließgewässern ist eine Beschleunigung der Fließgeschwindigkeit ver-

---

<sup>18</sup> Vielfach wurden Landschaftselemente wie Hecken oder Pfuhe auf Feldern entfernt, weil sie die Flächenbearbeitung stören.

<sup>19</sup> Zusätzlich ungünstig ist eine evt. reliefbedingte Hangneigung von großen Flächen.

<sup>20</sup> trocken gelegt

bunden, die einen Rückgang der Selbstreinigungskraft der Gewässer bewirkt. Bei gleichzeitig erfolgenden erhöhten Nährstoffeintragen ist eine Verarmung der aquatischen Lebensgemeinschaft die Folge.

### **3.1.1.3 Verlust der biologischen Vielfalt**

Bei intensiver landwirtschaftlicher Nutzung von Flächen wird durch landschaftsverändernde Maßnahmen wie Flurbereinigung, Wegebau und Melioration zahlreichen Lebensgemeinschaften der Lebensraum entzogen. In der „Roten Liste der gefährdeten Pflanzenarten Deutschlands“ (BfN 1996) wurden knapp 40 % der Arten als gefährdet, stark gefährdet, vom Aussterben bedroht oder ausgestorben eingestuft. Als Hauptgefährdungsursachen gelten die intensive, maschinengerechte Landwirtschaft, Nutzungsänderungen und –aufgaben und Schadstoffimmissionen (UBA 1997: 128).

Auch auf die Artenzahl von Kulturpflanzen und Nutztieren hatte die Industrialisierung der Landwirtschaft erhebliche Auswirkungen. Beispielhaft stelle ich hier Zahlen aus den USA vor: Im Weltzustandsbericht zur Situation der pflanzengenetischen Ressourcen für Landwirtschaft und Lebensmittel wird berichtet, dass seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts in den USA von 7.098 Apfelsorten 86 % ausgestorben sind. Weiter sind in den USA 95 % der Kohlsorten, 91 % der Maissorten, 94 % der Erbsensorten und 81 % der Tomatensorten verloren gegangen (TAPPESE, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 32).

Weltweit hat ein Prozess der Vereinheitlichung der verwendeten Kultursorten stattgefunden. So werden beispielsweise von ehemals 50 Gerstensorten nur noch vier Sorten verwendet. In Indien sind heute von 30.000 nur noch knapp 30 Reissorten auf dem Markt und in Europa werden im Wesentlichen nur noch zwei Zuchtpopulationen von Legehennen gehalten (SCHNEIDER 1995). Mit der genetischen Vielfalt der Kultursorten nimmt auch die ökologische Flexibilität in Bezug auf Ansprüche an die Umweltbedingungen ab und die Empfindlichkeit gegen Krankheitserreger erhöht sich.

### **3.1.1.4 Beitrag zum Treibhauseffekt**

Unter Berücksichtigung aller klimawirksamen Emissionen trägt die Landwirtschaft in Deutschland zu 10 % zum nationalen anthropogenen Treibhauspotenzial bei. Die wichtigsten klimarelevanten Emissionen für das Jahr 1994 waren:

- Lachgas ( $N_2O$ ) mit ca. 66.000 Tonnen, 36 % der Gesamt- $N_2O$ -Emissionen, Quelle: leichtverfügbarer Stickstoff aus der Stickstoffdüngung landwirtschaftlicher Flächen
- Methan ( $CH_4$ ) mit ca. 1,66 Millionen Tonnen, 32 % der Gesamt- $CH_4$ -Emissionen, Quelle: Tier- insbesondere Rinderhaltung,  $\frac{3}{4}$  der Methanemissionen stammen aus der tierischen Verdauung
- Kohlendioxid ( $CO_2$ ) mit ca. 23 Millionen Tonnen, ca. 3 % der Gesamt- $CO_2$ -Emissionen, Quelle: Energieverbrauch der Arbeitsverfahren und Vorleistungen, insbesondere die Produktion mineralischer Stickstoffdünger ( $CO_2$ -Emissionsanteile importierter Produktionsmittel sind in der Berechnung nicht berücksichtigt). Zusätzlich haben die  $CO_2$ - und  $NO_x$ -Emissionen aus Benzin- und Dieselmotoren landwirtschaftlicher Nutzfahrzeuge eine Bedeutung (UBA 1997: 130).

### **3.1.1.5 Auswirkungen intensiver Landwirtschaft in den Ländern des Südens**

Die beschriebenen ökologischen Auswirkungen der konventionellen Landwirtschaft beziehen sich auf die Verhältnisse in der Bundesrepublik Deutschland. Die Ernährungsversorgung in der BRD fußt zum Teil aber auch auf Intensivlandwirtschaft in den Ländern des Südens. „Durch den Anbau von Exportprodukten (wie Futtermittel, Kaffee, Südfrüchte, Kakao, Tabak, Tee, Baumwolle, Blumen) existiert in der Dritten Welt eine Flächenkonkurrenz. Diese besteht jedoch weniger im quantitativen Bereich (Anteil der landwirtschaftlichen Fläche für Exportproduktion in Afrika 5 – 20 % der Agrarfläche), sondern eher in qualitativer Hinsicht. Für Exportprodukte werden die besten Böden und die meiste Arbeitszeit verwendet sowie höhere (oft staatlich garantierte) Preise erzielt als für Produkte für den einheimischen Bedarf. Der Staat fördert zusätzlich mit Kreditprogrammen und der Bereitstellung von Saatgut und Dünger den Exportanbau. Folglich sinken die Anreize zur Nahrungsproduktion für den eigenen Verbrauch und den lokalen Markt“ (VON KOERBER, KRETSCHMER 1999: 90).

In den Ländern der so genannten dritten Welt kommt es durch intensiv betriebene Landwirtschaft auch zu ökologischen Problemen. Neben der Erosion landwirtschaftlich nutzbaren Bodens, führen auch Versalzung und Wüstenbildung zum Verlust landwirtschaftlich produktiver Flächen. Aus klimatischen Gründen ist die Wasserversorgung häufig um ein vielfaches problematischer als in Mitteleuropa und wird durch intensive Landwirtschaft für den Export mit erheblichen Wasserentnahmen sowie Gewässerkontaminationen durch Düngemittel- und Pestizideinträge verschärft. In der Bundesrepublik Deutschland werden Pestizide für den Export in Entwicklungsländer produziert, deren Einsatz in der Bundesrepublik selbst verboten ist. Diese Mittel werden dort zum Teil ohne Sicherheitsmaßnahmen eingesetzt: „So wird in vielen Plantagen Lateinamerikas auch dann aus der Luft gesprüht, wenn ArbeiterInnen auf den Feldern beschäftigt sind. Bis Mitte der 80er-Jahre entfielen die Hälfte der Pestizidvergiftungen und 80 % der durch Schädlingsbekämpfungsmittel verursachten Todesfälle auf die Entwicklungsländer, obwohl sie global gesehen nur 20 % der Pestizide verbrauchten. Allein in China starben 1993 schätzungsweise 10.000 Landwirte an Pestizidvergiftungen (WORLD WATCH INSTITUTE 1996)“ (TAPPESER, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 34).

### **3.1.2 Ökonomische Bedeutung der landwirtschaftlichen Produktion in der Bundesrepublik**

Volkswirtschaftlich verliert die landwirtschaftliche Produktion in der Bundesrepublik an Bedeutung, 1960 waren noch 13,6 % aller Erwerbstätigen in der Landwirtschaft beschäftigt, im Jahre 1996 waren es nur noch 2,8 %. Insgesamt ist die Zahl der Landwirte von 1950 3,9 Millionen auf 0,7 Millionen im Jahre 1996 gesunken. Diese bewirtschaften heute in Folge eines Konzentrationsprozesses durchschnittlich größere Flächen: 1950 bearbeitete ein Landwirt 3,6 Hektar, 1996 waren es mit 25,6 Hektar etwa sieben mal so viel (BMELF 1998). Im Jahre 1995 wurden die landwirtschaftlichen Betriebe in der Bundesrepublik mit 27,9 Milliarden DM aus der EU, dem Bund und den Ländern subventioniert, diesen Subventionen stand im gleichen Jahr eine Wertschöpfung von 23,2 Milliarden DM gegenüber. Dies bedeutet, dass durchschnittlich ein Hektar konventionell bewirtschaftete Fläche mit 1.600 DM und ein Arbeitsplatz in der Landwirtschaft mit

40.000 DM subventioniert wird (UBA 1997: 120). Nur ein Teil dieser Gelder kommt allerdings tatsächlich den Landwirten zu gute (TAPPESEK, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 28). Zusätzliche Steuergelder fließen in Lagerungs- bzw. Vernichtungskosten für Agrarüberschüsse und in den subventionierten Export in Länder der so genannten dritten Welt.

Die ökologisch besonders bedeutsame Tierproduktion stellt für die Bauern die wichtigste Einnahmequelle dar: Mehr als 25 % der gesamten Einnahmen der deutschen Landwirte stammen allein aus der Rinderhaltung und hier insbesondere aus der Milchproduktion. Der Umsatz aus der Milchproduktion betrug im Jahr 1998/99 16,3 Milliarden DM. Insgesamt stand in diesem Jahr dem Umsatz aus tierischer Erzeugung mit 32,2 Milliarden DM ein Umsatz aus Ackererzeugnissen mit 24,5 Milliarden DM gegenüber (DBV 2001c). Mit 59,3 Milliarden DM gingen die Verkaufserlöse der deutschen Landwirtschaft im Jahr 1998/99 gegenüber dem Vorjahr um etwa 5 % zurück (DBV 2001c).

**Tabelle 1** Einnahmenverteilung in der deutschen Landwirtschaft (Quelle: DBV 2001c)

<b>Produkt(gruppe)</b>	<b>Umsatz in Milliarden DM (1998/99)</b>
Milch	16,3
Schweine	7,1
Getreide	6,2
Rinder, Kälber	5,9
Blumen, Pflanzen	4,6
Zuckerrüben	2,5
Wein	2,5
Landwirtschaftliche Dienstleistungen <sup>21</sup>	2,6
Kartoffeln	2,3
Gemüse	2,1
Obst	2,1
Ölsaaten	1,6
Eier	1,4
Geflügel	0,9
Sonstiges	1,2

Bei der Gegenüberstellung der Umsätze aus tierischer und pflanzlicher Produktion ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der Pflanzenproduktion als Futter für die Tierproduktion verwendet wird. So erzeugen 63 % aller Haupterwerbsbetriebe Futter für die Tierproduktion (TAPPESEK, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 29).

Nach Angaben des WORLD WATCH INSTITUTES von 1996 werden weltweit 38 % der Getreideernte zur Fleischproduktion verfüttert. Zur Erzeugung von einem Kilogramm

---

<sup>21</sup> Dienstleistungen im Rahmen der landwirtschaftlichen Produktion (z.B. Verleih von landwirtschaftlichen Geräten oder Übernahme von Arbeitsschritten unter Einsatz eigener Maschinen)

Rindfleisch ist die sieben bis neunfache Masse an Getreide notwendig<sup>22</sup>. Angesichts der Situation, dass weltweit Menschen an Unterernährung leiden, ist die Verfütterung von Getreide und Ölsaaten, die zum Teil aus Entwicklungsländern in die Industriestaaten eingeführt werden, problematisch.

Bislang beträgt die Flächenbelegung für Ernährung der bundesrepublikanischen Bevölkerung im In- und Ausland 2600 m<sup>2</sup>/Kopf, wobei 1.100 m<sup>2</sup> allein für die Erzeugung von Fleisch- und Fleischprodukten notwendig sind (WACKERNAGEL, REES 1997).

### Sinkende Erzeugerpreise

Die Erzeugerpreise<sup>23</sup> für Landwirte sind trotz steigender Ausgaben für Löhne, Betriebsmittel, Maschinen etc. gleich geblieben oder sogar gesunken. So lag beispielsweise der Weizenerzeugerpreis 1994 um 18 % unter dem Niveau von 1950. Er machte nur noch etwa 7 % des Brotpreises aus, während es 1950 noch zwei Drittel waren. In den neunziger Jahren setzte sich diese Entwicklung fort, während die Kostenanteile der Endverbraucherpreise für Verarbeitung, Handel und Transport stiegen, sanken die Preise für die landwirtschaftlichen Rohprodukte weiter. Im Jahre 1998 lag der Weizenpreis schon 30 % unter dem Preis von 1950 und der Anteil des Getreidepreises am Brotpreis betrug nur noch 6 % (DBV 2001).

**Tabelle 2** Erzeuger- und Verbraucherpreisentwicklung im Vergleich (Quelle: DBV 2001)

<b>Erzeuger- und Verbraucherpreisentwicklung im Vergleich (1991 = 100)</b>									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Erzeugerpreis Weizen	100	98,4	81,8	78,3	73,1	76,7	70,2	65,9	67,1
Erzeugerpreis Weizenmehl	100	98,7	95,0	89,2	84,0	87,5	84,1	83,5	82,7
Verbraucherpreis Weizenmehl	100	101,2	100,6	98,9	97,8	96,8	97,0	97,0	95,5
Verbraucherpreis Brötchen	100	108,8	115,2	118,9	121,8	124,1	126,3	127,4	128,1

Seit Jahren sinkt in allen Bereichen der Lebensmittelproduktion der Anteil, den der landwirtschaftliche Erzeugerpreis am Preis des Endprodukts hat. 1998/99 erhielten Landwirte nur noch 26 % der Verbraucherausgaben für Nahrungsmittel, zehn Jahre zuvor waren es noch 36 %.

Einen höheren Anteil erhalten die Bauern für Milch- und Milcherzeugnisse, dennoch ist ihr Anteil an den Preisen, die die VerbraucherInnen bezahlen, von 54 % im Jahre 1987/88 auf 44 % in 1998/99 ebenfalls gesunken. Auch bei Fleisch- und Fleischwaren ist der Anteil der Bauern am Endverbraucherpreis um 10 Prozentpunkte auf 22 % niedriger geworden. Am niedrigsten ist der Erlösanteil nach wie vor bei Brotgetreide und Brotgetreideerzeugnissen mit 4 % (1987/88: 9 %) (DBV 2001). Die angeführten Zahlen sind in der nachfolgenden Tabelle noch einmal zusammengefasst.

<sup>22</sup> Für die Produktion eines Kilogramms Schweinefleisch werden vier Kilogramm und für ein Kilogramm Hühnerfleisch drei Kilogramm Getreide benötigt.

<sup>23</sup> Preise, die Landwirte für ihre Produkte erzielen.

**Tabelle 3**

Anteile der Erzeugerpreise am Endverbraucherpreis für verschiedene Produktgruppen (eigene Darstellung, Datenquelle: DBV 2001)

	<b>Anteile der Erzeugerpreise am Endverbraucherpreis</b>	
	<b>1987/88</b>	<b>1998/99</b>
Milch- und Milcherzeugnisse	54 %	44 %
Fleisch- und Fleischwaren	32 %	10 %
Brotgetreide und Brotgetreideerzeugnisse	9 %	4 %

### 3.1.3 Prinzipien der ökologischen Landwirtschaft

In diesem Kapitel werde ich die wesentlichen Prinzipien des ökologischen Landbaus aufzeigen und darstellen, welche Umweltentlastungen durch ökologischen Landbau im Vergleich mit konventionellen Landbewirtschaftungsverfahren möglich sind.

In der Bundesrepublik gibt es neun anerkannte ökologische Erzeugerverbände<sup>24</sup>. Der größte Teil der ökologisch wirtschaftenden Betriebe (85 %) gehört einem dieser neun anerkannten Erzeugerverbände an. Jeder Erzeugerverband hat eine eigene, für die Mitgliedsbetriebe verbindliche Richtlinie für die landwirtschaftliche Produktion und teilweise auch für die Weiterverarbeitung. Die Produkte der Mitgliedsbetriebe der Anbauverbände werden mit den unterschiedlichen Verbandsiegeln gekennzeichnet.

In der gesamten EU unterliegt der ökologische Landbau der EU Verordnung Nr. 2092/91 vom 21. Juni 1991 über den ökologischen Landbau. Die entsprechende Kennzeichnung von landwirtschaftlichen Lebensmitteln und Erzeugnissen schützt die VerbraucherInnen und ökologischen LandwirtInnen vor unlauterem Wettbewerb. Die Landwirte werden nach der Richtlinie ihres Erzeugerverbandes und der EU-Richtlinie überwacht. Der ökologische Landbau verfügt so über ein effizientes Zertifizierungs- und Kontrollsystem (KÖPKE 2001).

Die ökologische Landwirtschaft orientiert sich an einer integrierten Erzeugung von pflanzlichen und tierischen Lebensmitteln. Eine starke Spezialisierung und Differenzierung der Betriebe - wie in der industrialisierten konventionellen Landwirtschaft - ist schon aus diesem Grund nicht möglich. Mit wenigen Ausnahmen<sup>25</sup> ist eine Spezialisierung auf alleinige Erzeugung pflanzlicher oder tierischer Produkte aufgrund der Richtlinien der ökologischen Anbauverbände nur in engen Grenzen erlaubt. Zulässig, aber genehmigungsbedürftig durch die Anbauverbände, sind z.B. Kooperationen räumlich benachbarter Betriebe in Bezug auf Tierhaltung und Flächenbewirtschaftung. Ziel dieser grundlegenden Bestimmung ist die ökologisch sinnvolle Ergänzung der Stoffflüsse zwischen Tier- und Pflanzenproduktion.

<sup>24</sup> Demeter, Bioland, Naturland, Biokreis Ostbayern, ANOG, Gäa, Ökosiegel, ECOVIN und Biopark.

<sup>25</sup> Hier handelt es sich vor allem um Gärtnereien für die Feingemüseproduktion.

Wesentliche Grundlagen ökologischer Landwirtschaft sind ein flächenabhängiger Viehbesatz und das Einsatzverbot chemisch-synthetischer Düngemittel sowie weiterer synthetisch hergestellter Mittel (z.B. Pflanzenschutz- und Tierbehandlungsmittel).

Zur Stickstoffanreicherung der Böden werden Futterleguminosen<sup>26</sup> angebaut, die als Tierfutter im Betrieb Verwendung finden. Die Fruchtbarkeit der Böden wird über spezielle Fruchtfolgen sowie den Dung der Tiere gesichert. Sowohl der Zukauf von Düngemitteln als auch Futterzukäufe sind nach den Richtlinien der Anbauverbände nur in einem eng umgrenzten Umfang möglich.

Die kurz umrissenen wesentlichen Prinzipien ökologischer Landwirtschaft, wie sie durch die Richtlinien der ökologischen Anbauverbände festgelegt sind, haben im Vergleich mit der konventionellen Landwirtschaft geringere Belastungen der verschiedenen Umweltmedien - Boden, Wasser und Luft - zur Folge. Die komplexen Wirkungsdimensionen ökologischer Landwirtschaft sind in Tabelle I a - e (Aus Platzgründen befindet sich diese Tabelle im Anhang): „Schadfaktoren / Schädwirkungen konventioneller Landwirtschaft und Richtlinien der Anbauverbände Demeter und Gäa“ aufgeführt. Dargestellt werden die Schädwirkungen auf die Bereiche: a. Umweltmedien, b. Biotische Systeme, c. Ressourcenverbrauch, d. Arbeits- und VerbraucherInnenenschutz sowie e. Übergreifende Umweltbelastungen, wie sie durch die industrialisierte, stark spezialisierte konventionelle Landwirtschaft ergeben können. Gegenübergestellt habe ich Vorgaben der Anbauverbände der ökologischen Anbauverbände Demeter und Gäa<sup>27</sup>. Ein direkter Bezug von Anbauverbänden auf die benannten Schädwirkungen und die Abschätzung der Effizienz oder des Vermeidungspotenzials der zitierten Maßnahmen ist im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich. Die Gegenüberstellung gibt aber Hinweise auf die vielfältigen umweltentlastenden Potenziale der ökologischen Landwirtschaft.

Im Folgenden nenne ich einige Aspekte der im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft umweltentlastenden Potenziale der ökologischen Landwirtschaft und stelle Ergebnisse einer entsprechenden Langzeitstudie aus der Schweiz vor. Im Anschluss diskutiere ich die Frage, welche Einflüsse verringerte Erträge aus ökologischer Landbewirtschaftung bei einer großflächigen Umstellung der landwirtschaftlichen Bewirtschaftungsweise auf die Deckung des Nahrungsmittelbedarfs in der Bundesrepublik hätte.

Entlastend bzw. natürliche biotische Systeme stärkend, wirkt sich die ökologische Landwirtschaft auf Flora, Fauna, Biotope und das Landschaftsbild aus. Mit der ökologischen Landwirtschaft geht im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft eine Senkung des Ressourcenverbrauchs einher: Energie, Wasser und andere Rohstoffe werden eingespart. Beispielsweise ist im ökologischen Landbau eine absolute Energieeinsparung in Höhe von 66 % erzielbar, wobei bei einem anderen Anbauspektrum geringere Ertragsleistungen geerntet werden. Flächenbezogen ist damit eine um 58 % geringere CO<sub>2</sub>-Emission möglich (HAAS, KÖPKE 1994: 21ff). Auch Lachgas-, Ammoniak- und Methanemissionen können aufgrund geringerer Bestandsdichten von Nutz-

---

<sup>26</sup> Aufgrund von Symbiosen mit stickstofffixierenden Bakterien reichern Leguminosen die Böden mit Stickstoff an und bereiten sie so auf nachfolgende Kulturen vor.

<sup>27</sup> Diese beiden Verbände wurden ausgewählt, weil alle in Berlin/Brandenburg wirtschaftenden GemüseabonementanbieterInnen Mitglieder eines dieser beiden Anbauverbände sind.



tieren um etwa die Hälfte reduziert werden. Die größere Fruchtfolge mit einem hohen Grad der Bodenbedeckung durch Zwischenfrucht- und Feldfutteranbau, sowie weniger erosionsfördernden Bodenbearbeitungsverfahren beugen der Bodenerosion und –degradation vor.

Es ergeben sich auch positive Wirkungen im Arbeits- und VerbraucherInnenschutz, z.B. dadurch, dass chemisch-synthetische Pestizide nicht eingesetzt werden und somit die Gefahr von Vergiftungsunfällen in der Landwirtschaft und die Kontamination von Lebensmitteln und Trinkwasser ausgeschlossen werden kann.

Das Forschungsinstitut für biologischen Landbau in Frick (Schweiz) hat in einer 21 Jahre dauernden Langzeitstudie (seit 1978) im Unteren Baselgebiet auf zufällig ausgewählten Feldern die Konsequenzen von ökologischen<sup>28</sup>, bio-dynamischen<sup>29</sup>, integrierten und konventionellen Bewirtschaftungsformen untersucht und verglichen. Die Erträge verschiedener Kulturen<sup>30</sup> waren bei extensivem ökologischen Anbau im Durchschnitt von 21 Jahren um 20 % geringer als bei konventionellem Anbau. Die Studie zeigt, dass im ökologischen Landbau im Vergleich zu Produkten aus konventionellem oder integriertem Anbau die gleiche Menge Bioprodukte mit durchschnittlich 19 % weniger direkter und indirekter Energie angebaut werden kann. Damit kann eine höhere Effizienz im ökologischen Landbau in Bezug auf eine Nutzung von nicht erneuerbaren Ressourcen wie Erdöl oder die in Minen abgebauten Pflanzennährstoffe Phosphor und Kalium erzielt werden. Die Ergebnisse der Langzeituntersuchung zeigen weiter, dass sich die Bodenfruchtbarkeit auf den nach Prinzipien des ökologischen Landbau bewirtschafteten Flächen deutlich verbessert hat. Der im bio-dynamischen Anbau verwendete kompostierte Kuhmist erhöhte den Humusgehalt und führte zu einem stabileren und saugfähigeren Boden, was auch bei heftigen Niederschlägen oberflächliches Wegschwemmen von Feinerde und Schlamm verhindert. Regenwürmer, die den Boden lockern und beleben, fanden sich in ökologisch bewirtschafteten Feldern 50 bis 80 % häufiger als bei integriertem Anbau. Weitere landwirtschaftliche Nützlinge, wie Laufkäfer, Spinnen und Kurzflügler, fanden sich doppelt so häufig wie in konventionell bewirtschafteten Flächen. Die Masse der Kleinstlebewesen im Boden<sup>31</sup>, die durch ihre Lebensprozesse den Boden fruchtbar machen und den Pflanzen natürliche Nährstoffe nachliefern, war in ökologisch bewirtschafteten Böden bis 40 % höher als in integriertem und bis zu 85 % höher als in konventionell bewirtschafteten Böden (FIBL 2000).

Im ökologischen Landbau werden geringere Erträge pro bewirtschafteter Fläche erzielt. Daraus ergibt sich, dass zur Bereitstellung der gleichen Nahrungsmittelmenge größere Flächen bewirtschaftet werden müssen. Es stellt sich die Frage, ob bei einer Umstellung der landwirtschaftlichen Produktion auf ökologische Landwirtschaft in größerem Umfang ein höherer Lebensmittelimportbedarf in die Bundesrepublik verbunden wäre, um verringerte Erträge auszugleichen. Dies wäre insbesondere deshalb kritisch zu be-

---

<sup>28</sup> Vollständiger Verzicht auf Mineraldünger und chemisch-synthetische Pestizide. Freilandanbau und ungeheizte Folientunnel und Gewächshäuser (JUNGBLUTH 2000: XII).

<sup>29</sup> Zusätzliche zu den Grundsätzen des ökologischen Landbau Beachtung von Regeln, die von dem Begründer der Anthroposophie Rudolf Steiner entwickelt wurden (verankert z.B. in den Richtlinien des Demeter Anbauverbandes).

<sup>30</sup> Weizen, Kartoffeln, Feldgemüse, Futtergerste und Kunstwiese

<sup>31</sup> Bakterien, Pilze, Einzeller und Algen

urteilen, weil bei einem steigenden Wachstum der Weltbevölkerung und dem Rückgang von landwirtschaftlichen Produktionsflächen weltweit, die Senkung des Selbstversorgungsgrades eines Industrielandes die Welternährungssituation zusätzlich verschärfen könnte. Dieser Frage ging SEEMÜLLER in seiner Untersuchung zum Einfluss verschiedener Landbewirtschaftungssysteme auf die Ernährungssituation in Deutschland nach (SEEMÜLLER 2000). Ergebnis seiner Untersuchung ist, dass bei unveränderten Konsumgewohnheiten durch die vollständige Umstellung auf ökologischen Landbau eine Fläche von 5,5 Millionen Hektar zusätzlich in der BRD bewirtschaftet werden müsste. „Um den Lebensmittelverbrauch bei ökologischer Landbewirtschaftung zu sichern, müssen entweder die Nahrungsmittelimporte ansteigen oder es muss sich die Konsumgewohnheit von derzeit 39 % „tierischen“ auf 24 % „tierische“ Kalorien reduzieren. Diese Nahrungsmittelverbrauchsgewohnheit entspricht in etwa dem Lebensmittelkonsummuster Italiens und ist folglich nicht außergewöhnlich“ (SEEMÜLLER 2000: 49). Er argumentiert weiter, dass der Gesamtkalorienverbrauch von Kriegsende bis 1980 kontinuierlich gestiegen ist und sich seither auf gleichem Niveau bewegt, so dass nicht davon auszugehen ist, dass der Nahrungsmittelverbrauch künftig ansteigen wird. Verschieben hat sich aber in den letzten Jahren die Zusammensetzung der Nahrung insbesondere in Bezug auf deren „pflanzliche“ und „tierische“<sup>32</sup> Herkunft. Der durchschnittliche Anteil des Konsums „tierischer“ Kalorien befand sich 1990 mit 1.139 Kilokalorien pro Person und Tag auf dem höchsten Niveau und sinkt seither ab, 1996 wurden noch durchschnittlich 1.064 Kilokalorien „tierische“ Kalorien verbraucht. Im Gegenzug dazu stieg der Verbrauch von Kalorien aus „pflanzlicher“ Herkunft an. Aufgrund von Ergebnissen der Shellstudie von 1997 kommt SEEMÜLLER zu der Aussage, dass die Ernährungsgewohnheiten und die Ernährungswünsche von Jugendlichen erwarten lassen, dass der Konsum von Fleisch- und Fleischprodukten weiter sinken wird, da sich 40 % der Jugendlichen bereits fleischarm oder vegetarisch ernähren und dies beibehalten wollen (SEEMÜLLER 2000: 52). Als Resümee seiner Untersuchung kommt SEEMÜLLER zu dem Schluss: „Bei Berücksichtigung dieser Veränderung der Nahrungsmittelverbrauchsgewohnheiten kann tendenziell davon ausgegangen werden, dass der Konsumanteil „tierischer“ Nahrungsmittel in den nächsten Jahren weiter sinken wird. Setzt sich dieser Trend linear fort, so besteht c.p. im Jahre 2024 die Möglichkeit die Ernährungssicherung in Deutschland durch eine vollständige ökologische Landwirtschaft bzw. ohne Anstieg der Importe zu gewährleisten“ (SEEMÜLLER 2000: 80).

### **3.1.4 Stand der ökologischen Landwirtschaft in Deutschland im internationalen Vergleich**

Ökologischer Landbau wird in fast allen Ländern der Welt betrieben. Sowohl die Zahl der Betriebe, als auch die Größe der bewirtschafteten Fläche wächst weltweit. Die Internationale Dachorganisation der Anbauverbände IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) hat etwa 750 Mitglieder in 104 Ländern. Die weltweit größten Flächen werden in Australien (7,6 Millionen Hektar), Argentinien (3 Millionen Hektar) und Italien (knapp 1 Millionen Hektar) bewirtschaftet. Die großen ökologisch

---

<sup>32</sup> Unter Nahrungsmittel „tierischer“ Herkunft werden hier alle Produkte verstanden, die durch Tierproduktion gewonnen werden, dazu gehören neben Fleisch- und Fleischprodukten auch Milch- und Milchprodukte und Eier.

bewirtschafteten Flächen in Australien und Argentinien stehen in einem Verhältnis zu insgesamt sehr großen Flächen, die landwirtschaftlich bewirtschaftet werden. In Bezug auf das Verhältnis von ökologischem zum konventionellen Landbau rangieren Argentinien und Australien in der internationalen Rangfolge auf dem dreizehnten und vierzehnten Platz. Die folgende Tabelle zeigt die Anteile an ökologischem Landbau im internationalen Vergleich.

**Tabelle 4** Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche an der insgesamt landwirtschaftlich bewirtschafteten Fläche im weltweiten Vergleich (SÖL-Erhebung Februar 2001, aus: WILLER, YUSSEFI 2001: 23)

<b>Land</b>	<b>Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche an der insgesamt landwirtschaftlich bewirtschafteten Fläche (%) im Jahr 2001</b>
Liechtenstein	17,97 %
Österreich	8,43 %
Schweiz	7,87 %
Finnland	6,79 %
Italien	6,46 %
Schweden	5,60 %
Dänemark	5,46 %
Tschechien	3,15 %
Deutschland	2,64 %
Slowakei	2,45 %
Großbritannien	2,40 %
Norwegen	1,84 %
Argentinien	1,77 %
Australien	1,62 %

Im Vergleich zu anderen europäischen Nachbarländern ist der ökologische Landbau in der Bundesrepublik mit einer Nutzung von nur 2,64 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche von geringer Bedeutung. Insbesondere in Österreich und der Schweiz wurden im Verlauf der neunziger Jahre ein großer Anteil der Flächen auf ökologische Bewirtschaftung umgestellt. Zwischen 1986 und 1996 sind in der europäischen Union die ökologisch bewirtschafteten Flächen jährlich um ca. 30 % gewachsen, die größten Wachstumsraten finden sich dabei im Mittelmeerraum und in Skandinavien. Die Abbildung 1 zeigt die Entwicklung des ökologischen Landbau in Europa zwischen 1985 und 1999. In dieser Zeit ist die Zahl der ökologisch wirtschaftenden Betriebe von unter 10.000 auf über 120.000 angestiegen. Die bewirtschaftete Fläche nahm in diesem Zeitraum von etwa 100.000 Hektar auf mehr als 3.250.000 Hektar zu.

Abbildung 1 Entwicklung des ökologischen Landbaus in Europa (WILLER, YUSSEFI 2001: 69)



In der Bundesrepublik wird mit 17,1 Millionen Hektar etwas weniger als die Hälfte der Landesfläche landwirtschaftlich genutzt. Knapp 430.000 konventionell wirtschaftenden Betrieben standen im Jahre 1999 knapp 10.500 ökologisch wirtschaftende Betriebe gegenüber. Diese bewirtschafteten mit 452.279 Hektar 2,64 % der landwirtschaftlichen Fläche (ZMP 2000).

Auch in der Bundesrepublik ist der Anteil ökologisch bewirtschafteter Flächen stetig gestiegen. Nach der Wende wurden insbesondere in den neuen Bundesländern zum Teil auf den Flächen ehemaliger LPG's<sup>33</sup> ökologisch wirtschaftende Betriebe mit sehr großen Anbauflächen gegründet<sup>34</sup>. Die Zahl ökologisch wirtschaftender Betriebe ist besonders auch in Brandenburg in den letzten Jahren stark gewachsen. 1992 gab es erst 63 ökologische Betriebe in dieser Region, im Jahre 1998 war die Zahl bereits auf 236 Öko-LandwirtInnen<sup>35</sup> gestiegen. 1999 bewirtschafteten in Brandenburg bereits 363 Betriebe rund 73.400 Hektar Böden nach den Richtlinien des ökologischen Landbaus. Das waren 5,45 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche und damit deutlich mehr als die im bundesdeutschen Durchschnitt ökologisch bewirtschafteten Flächenanteile (ZMP

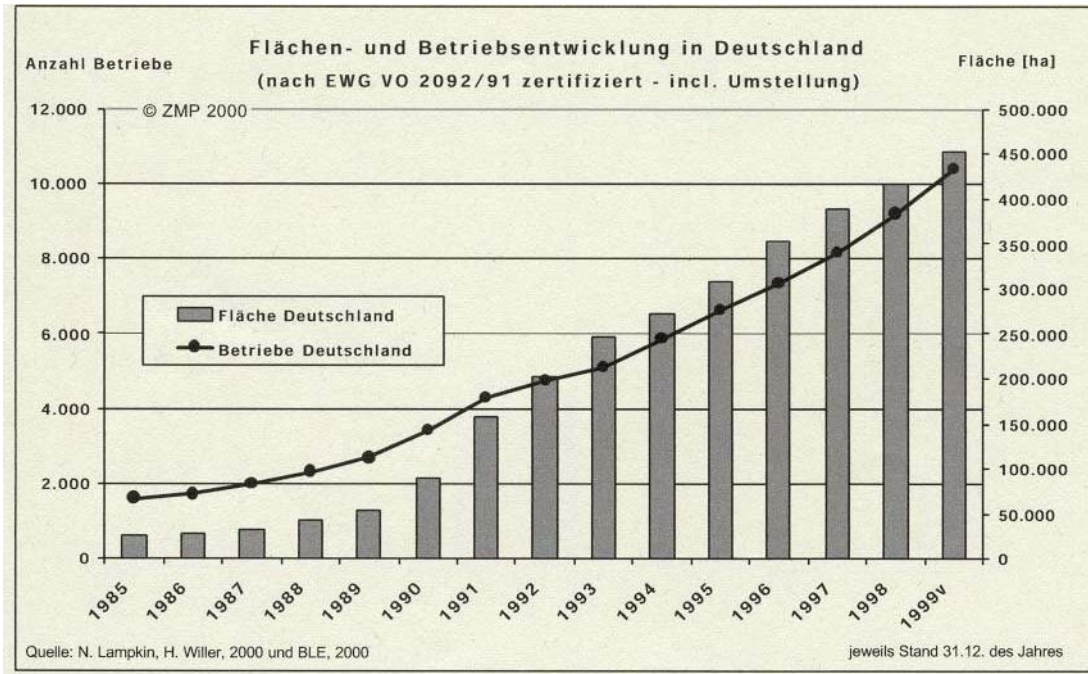
<sup>33</sup> Landwirtschaftliche Produktionsgemeinschaften der DDR

<sup>34</sup> Einer der untersuchten Gemüseabonnementbetriebe, der zum „Ökodorf Brodowin“ gehört, ist in der Nachfolge einer großen LPG im Kreis Schorfheide-Chorin entstanden. Das Unternehmen verfügt über 1.200 Hektar Produktionsflächen.

<sup>35</sup> <http://www.brandenburg.de/land/melf/publikat/o7-0198.htm>

2000). Die Tendenz ist weiter steigend und so konnte sich Brandenburg in den letzten Jahren zu einem Vorreiter des ökologischen Landbaus in der BRD entwickeln.

**Abbildung 2 Flächen- und Betriebsentwicklung in Deutschland (Quelle: WILLER, YUSSEFI 2001: 118)**



Im Vergleich mit anderen europäischen Ländern kommt die Entwicklung des ökologischen Landbaues in Deutschland dennoch nur zögerlich voran. Beispielsweise in Österreich hat die Zahl ökologisch wirtschaftender Betriebe stärker als in der Bundesrepublik zugenommen. In Grünlandregionen sind in manchen Gegenden bereits über die Hälfte aller Betriebe umgestellt. Im Landesdurchschnitt wurden zu Beginn des Jahres 2001 8,43 % der Fläche ökologisch bewirtschaftet. Die Frage, warum in anderen europäischen Ländern der Anteil der ökologisch bewirtschafteten Flächen höher ist als in der Bundesrepublik werde ich im Kapitel 3.3 behandeln.

## 3.2 Nahrungsmittelindustrie

Die Nahrungsmittelindustrie gehört mit über 5.900 Unternehmen und 544.000 Beschäftigten zu den größten Wirtschaftszweigen in Deutschland und hatte 1998 einen Umsatz von 228 Mrd. DM (STATISTISCHES BUNDESAMT 2000: 290). Die Branche gliedert sich in rund 30 Wirtschaftszweige auf, von denen die Milch- und Fleischverarbeitung, Brauereien sowie Süß- und Backwarenindustrie die umsatzstärksten Zweige sind. Die Branchen der Lebensmittelverarbeitung sind gekennzeichnet durch hohe Technisierungsgrade und Massenproduktion (UBA 1997). Ein anhaltender Trend zur Konzentration hat zur Folge, dass nur noch wenige zentrale Produktionsstätten mit langen Transportwegen für Rohstoffanlieferung und Verteilung der Produkte existieren (TAPPESER, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999).

Die Verarbeitungsschritte reichen von einfacher Größensortierungen bis zur Produktion von Fertigmahlzeiten. Mitte der 90er Jahre wurden von der Nahrungsmittelindustrie ca. 80 % der Nahrungsmittel verarbeitet, bevor sie verkauft wurden. Der Anteil vorverarbeiteter Produkte an den Lebensmitteln ist in den vergangenen Jahren stark angestiegen. Zu dem bereits sehr ausdifferenzierten Produktangebot kommen jährlich etwa 1.300 neue Lebensmittelvarianten auf den Markt (SCHNEIDER 1995). Die Veränderungen der Anteile von frischen und vorverarbeiteten Produkten lassen sich am Beispiel von Zahlen zum Kartoffelkonsum in Deutschland konkretisieren: In den letzten Jahrzehnten ist der Verbrauch von frischen Kartoffeln stetig gesunken. Waren es im Jahre 1967 noch ca. 100 Kilogramm pro Kopf und Jahr, sank der Verbrauch nicht vorverarbeiteter Kartoffeln bis 1992 auf etwa die Hälfte, nämlich ca. 50 Kilogramm pro Kopf und Jahr. Im gleichen Zeitraum ist der Verzehr von so genannten Veredelungsprodukten<sup>36</sup> stetig angestiegen. Im Jahre 1967 lag der Verzehr pro Person und Jahr bei weniger als 10 Kilogramm pro Jahr, 1992 wurde mit ca. 30 Kilogramm bereits die dreifache Menge verzehrt (HESSE, PFEIFFER, WESKAMP 1995: 5).

Die Umweltbelastungen, die sich aus der industriellen Verarbeitung von Lebensmitteln ergeben, zeigen industrietypische Problembestände auf, die mit hohem Energie-, Rohstoff- und Wassereinsatz, Abwasserbelastungen, Luftemissionen und Abfällen einhergehen. Die entstehenden Belastungen sind in hohem Maße branchenspezifisch, daher wird auf eine detaillierte Darstellung verzichtet.

## 3.3 Handel

Der Handel hat im Bedürfnisfeld Ernährung eine Schlüsselfunktion: Fast alle Lebensmittel passieren den Handel, um von Erzeugung und Verarbeitung zu den Verbrauchern zu gelangen. Durch seine strategische Marktmacht - die Handelskonzerne entscheiden darüber, welche Produkte sie „listen“ und welche nicht<sup>37</sup> - hat der Handel Ein-

---

<sup>36</sup> Bei den Veredelungsprodukten handelte es sich im Jahre 1992/93 zu 35,7 % um Trockenprodukte, 14,1 % Kartoffelchips, 22,8 % Tiefkühlprodukte, 10,3 % vorgebratene Kartoffelerzeugnisse und 17,1 % sonstige Kartoffelerzeugnisse (vgl. HESSE, PFEIFFER, WESKAMP 1995: 7).

<sup>37</sup> Eine Studie ergab, dass 90 % der Markenartikelhersteller mit den Methoden der Handelsketten unzufrieden sind, mit denen diese die Konditionen und Preise, zu denen sie Produkte in ihr Warensortiment aufnehmen, vorgeben. Neben einem hohen Preisdruck von Seiten des Handels beklagen Hersteller „Auslistungsverhinderungsabschläge“ oder „Verkaufsprämien“, die sie an große Handelsketten bezahlen müs-

fluss auf die vorgelagerten Akteure Landwirtschaft und Lebensmittel verarbeitende Industrie, als auch über Angebotszusammenstellung und Preisgestaltung auf die VerbraucherInnen (TAPPESE, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 81; JUNGBLUTH 2000: 7). Mit den vorrangig ökonomischen Wirkungsmechanismen sind auch ökologische Konsequenzen verbunden, auf die ich im Folgenden eingehen werde.

### **3.3.1 Konzentrationsprozess im Lebensmittelhandel**

Der Handel erwirtschaftet weltweit 25 % des monetär erfassten Gesamtumsatzes im Lebensmittel- und Agrarbereich (HENDERSON 1998). International fand ein starker Konzentrationsprozess im Lebensmittelhandel statt. Heute beherrschen nur wenige Konzerne sowohl den weltweiten Handel als auch die Lebensmitteldistribution in den Industrieländern. Die fünf größten Konzerne der Welt kontrollieren beispielsweise 70 % des Lebensmittelmarktes in Frankreich, 63 % in Deutschland und 47 % in Großbritannien (LAHIDIJ, MICHALSKI, STEVENS 1998, zitiert nach TAPPESE, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 81).

Ein Konzentrationsprozess im Lebensmittelhandel fand auch in den letzten Jahrzehnten in Deutschland statt. Vom Gesamtumsatz im Lebensmittelhandel im Jahre 1994 entfielen 78,4 % auf die größten zehn Unternehmen<sup>38</sup> auf dem deutschen Markt (TAPPESE, BAIER, DETTE, TÜGEL 1999: 24). Dem Preiskampf auf dem Lebensmittelmarkt konnten vielfach kleine und mittelständische Unternehmen nicht Stand halten und wurden somit vom Markt verdrängt.

Eine massive Verschärfung löste das seit 1998 auf dem deutschen Lebensmittelmarkt agierende Unternehmen WalMart aus. WalMart ist eine Tochter der Wal-Mart-Stores Inc./USA und der größte Handelskonzern der Welt<sup>39</sup>, der 1999 weltweit einen Umsatz von 338 Milliarden DM machte. Bereits ein Jahr nach seinem Marktauftritt in Deutschland im Jahre 1999, erzielte WalMart in 95 SB-Warenhäusern einen Umsatz von 5 Milliarden DM, die Hälfte davon im Lebensmittelbereich. Im Mai 2000 startete WalMart ein Niedrigpreisprogramm im Bereich von Grundnahrungsmitteln und warb mit Preisen, die unter denen des Discounters Aldi lagen. Die Unternehmen Aldi Nord und Lidl&Schwarz reagierten mit Preissenkungen für Produkte wie Milch, Butter, Mehl, Zucker und Margarine (BUNDESKARTELLAMT 2000). Mit seinem Urteil vom 1. September 2000 griff das Bundeskartellamt erstmals gegen regelmäßige Verkäufe von Lebensmitteln unter Einstandspreis<sup>40</sup> ein und verbot allen drei Konzernen diese Praxis (BUNDESKARTELLAMT 2000 und FAZ 9.9.2000).

Neben dem Verdrängungs- und Konzentrationsprozess, den der Preiskampf im Lebensmittelhandel zur Folge hat, wirkt der starke Preisdruck, den die Handelskonzerne durch ihre Marktmacht auf die Hersteller und Lieferanten ausüben, bis zurück auf die landwirtschaftliche Erzeugung. Die Intensivierung der Produktion in der konventionellen

---

sen, um gelistet zu werden oder sich einen verkaufsgünstigen Stellplatz im Supermarktregal zu sichern (TAPPESE, BAIER, DETTE, TÜGEL 1999: 24f).

<sup>38</sup> Nach der Reihenfolge der Umsätze: Metro, Rewe, Edeka/AVA, Karstadt/Hertie, Tengelmann, Lidl&Schwarz, SPAR, Allkauf, Schlecker

<sup>39</sup> Branchenunspezifisch ist Wal-Mart-Stores Inc./USA nach General Motors der zweitgrößte Konzern weltweit.

<sup>40</sup> Durchschnittspreis verschiedener Lieferanten zu dem der Handel ein Produkt bezieht.

Landwirtschaft, kann als Reaktion auf den starken Preisdruck, unter dem die Landwirte stehen, aufgefasst werden.

Die Umsatzzahlen im Lebensmittelsektor belegen, dass der Trend der Lebensmittelversorgung dahin geht, dass VerbraucherInnen ihren Bedarf in wohnortferneren und großen Einkaufsstätten decken. 1999 gab es insgesamt 76.090 Einzelhandelsgeschäfte in Deutschland, davon waren 10 % große Verbrauchermärkte mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 Quadratmetern, 17,2 % Discounter sowie 57,6 % kleinere Supermärkte und Geschäfte mit Ladenflächen unter 799 Quadratmetern. 41 % des Gesamtumsatzes an Lebensmitteln (246,3 Mrd. DM) wurde in den wenigen großen Verbrauchermärkten gemacht. Da nur 10 % der Geschäfte solchen Typs sind, kann daraus geschlossen werden, dass die Entfernung zum nächsten Verbrauchermarkt, in dem ein Großteil der Einkäufe stattfindet, für die VerbraucherInnen in der Regel verhältnismäßig groß ist. In kleineren Geschäften und Discountern mit dezentraler und verbrauchernäherer Filialstruktur wurden im Jahre 1999 mit 21,8 bzw. 30,1 % etwas mehr als die Hälfte des Lebensmittelumsatzes abgewickelt (GFK 2001).

Von großen Filialketten werden Nahrungsmittel zentral eingekauft und dann auf die Filialen verteilt. Damit trägt der Konzentrationsprozess des Lebensmitteleinzelhandels dazu bei, dass Lebensmittel zunehmend überregional beschafft werden.

### **3.3.2 Handel mit ökologisch angebauten Produkten**

Weltweit wird das Marktvolumen für Lebensmittel aus ökologischem Landbau auf 20 Milliarden Dollar geschätzt, wobei sich die größten Absatzmärkte in Europa, Japan und in den USA befinden (WILLER, YUSSEFI 2001: 30).

In Bezug auf den gesamten Lebensmittelhandel beträgt der Marktanteil ökologisch erzeugter Lebensmittel in der BRD 1,2 %. In Österreich und Dänemark werden mit 2,5 % und in der Schweiz mit 2 % höhere Anteile erreicht (WILLER, YUSSEFI 2001: 29). Deutschland ist das bevölkerungsreichste Land in der europäischen Union. Absolut betrachtet, wird in Deutschland, auch bei vergleichsweise geringen Marktanteilen, der höchste Umsatz mit ökologisch erzeugten Produkten in Europa gemacht. Im Jahr 1997 betrug der Umsatz aus dem Handel mit ökologisch erzeugten Lebensmitteln 1,8 Mrd. US Dollar. Für das Jahr 2000 wurde eine Umsatzsteigerung auf 2,5 Mrd. US Dollar vom ITC (International Trade Center UNCTAD/WTO) vorausgesagt. Dies entspricht einer Wachstumssteigerungsrate von 10 %, während das ITC für Dänemark und Schweden deutlich höhere Steigerungsraten von 30 bis 40 % und für Österreich, die Niederlande, die Schweiz, Großbritannien und Frankreich Wachstumsraten zwischen 15 und 30 % prognostizierte (ITC 1999, zitiert nach WILLER und YUSSEFI 2001).

Die Entwicklung in den europäischen Ländern, in denen es gelungen ist, binnen eines relativ kurzen Zeitraumes hohe Anteile ökologisch bewirtschafteter Flächen zu erreichen<sup>41</sup>, zeigt die bedeutende Rolle des Handels. So war es beispielsweise in Öster-

---

<sup>41</sup> Die Entwicklung der Ausweitung des ökologischen Anbaus in Österreich, der Schweiz und Dänemark begann Anfang der neunziger Jahre. In Österreich lag die Zahl ökologisch wirtschaftender Betriebe im Jahre 1990 noch unter 2.000, bis 1997 war sie um nahezu das 10-fache, nämlich auf knapp 20.000 Betriebe gestiegen. In der Schweiz fand ebenfalls eine Verzehnfachung der Anzahl ökologisch wirtschaftender Betriebe zwischen 1990 und 1998 statt. Die Ausgangsbasis des Anteils der landesweit ökologisch bewirtschafteten Flächen war in beiden Ländern geringer als zum gleichen Zeitpunkt in der Bundesrepublik. In



reich für den schnellen Anstieg ökologisch bewirtschafteter Flächen wesentlich, dass die Landwirte die Möglichkeit hatten, ihre Produkte über die beiden bedeutendsten, landesweiten Handelsketten zu akzeptablen Erzeugerpreisen vermarkten zu können. Durch direkte Verträge mit den Handelsunternehmen des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels beträgt der Aufpreis für ökologische Produkte für die VerbraucherInnen - die sie zudem in ihren gewohnten Einkaufsstätten erwerben können - im Schnitt nicht mehr als 25 %.

Als wichtig stellte sich auch die gute Erkennbarkeit der Produkte durch ein einheitliches Kontrollzeichen heraus, dass 1994 in Österreich landesweit für alle ökologischen Produkte eingeführt wurde. Ähnliche Entwicklungen erfolgten in der Schweiz und in Dänemark. Auch in diesen beiden Ländern existieren landeseinheitliche Labels und die Produkte werden zu hohen Anteilen über Handelsketten vermarktet (vgl. OPPERMANN, ERZGRABER, KLEß 1998).

Im Gegensatz zu der Strategie ökologisch erzeugte Produkte über den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel zu vermarkten, findet der Handel mit ökologischen Lebensmitteln in Deutschland bislang vor allem in Spezialgeschäften und in der Direktvermarktung auf (Öko)Märkten oder Hofläden statt. 46 % werden über den Naturkosthandel<sup>42</sup> und Reformhäuser, 19 % über Direktvermarktung (z.B. Hofläden und Wochenmärkte), 9 % über andere Kanäle (z.B. auch über das verarbeitende Lebensmittelhandwerk) und nur 26 % über den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel verkauft. In Dänemark und Schweden dagegen werden 90 bzw. 91 % ökologischer Nahrungsmittel in Supermärkten vermarktet (Zahlen bezogen auf das Jahr 1997/98) (HAMM, MICHELSEN 2000). Für Deutschland bedeuten diese Zahlen, dass 74 % ökologischer Produkte über 'besondere' Verkaufsstätten, den sogenannten 'Nischenmarkt' verkauft werden. Die Haupteinkaufsstätte für Lebensmittel in Deutschland ist mit 64 % jedoch der konventionelle Lebensmittelhandel in Form von Supermärkten, während andere Einkaufsstätten wie Wochenmärkte mit 13 %, Naturkostläden 13 % und Reformhäuser mit 5 % eine untergeordnete Rolle spielen (OPPERMANN, ERZGRABER, KLEß 1998: 25).

Ökologisch erzeugte Produkte werden in den großen Handelsketten in Deutschland bislang nur in einem geringen Umfang und mit stark eingeschränkten Sortimenten angeboten<sup>43</sup>. Handelsketten bieten Ökoprodukte meist als Eigenmarken<sup>44</sup> an (KÖPKE 2001). Diese beschränken sich häufig auf eine Auswahl von Trocken- und Fertigprodukten. Frische, unverarbeitete oder gering verarbeitete und leicht verderbliche Lebensmittel wie Obst, Gemüse, Milch- und Fleischprodukte werden nur selten angeboten. So bieten die Lebensmittelketten Rewe, Metro, Edeka und Tengelmann nur ein Basisangebot mit zwischen 50 und 200 Produkten an. Karstadt mit Shop-in-Shop Ab-

---

der BRD ist die Zahl ökologischer Landwirtschaftsbetriebe im Zeitraum von 1990 bis 1998 von 3.000 auf knapp 7.000 gestiegen, damit hat eine vergleichsweise geringe Zunahme um das 2,3-fache stattgefunden (vgl. OPPERMANN, ERZGRABER, KLEß 1998).

<sup>42</sup> In den vergangenen beiden Jahren wurden vor allem in Großstädten zusätzlich sogenannte Bio-Supermärkte gegründet, allein im Jahre 2000 wurden fast 30 Bio-Supermärkte eröffnet (ÖKÖTEST 4/2001, S.18).

<sup>43</sup> Große Handelsketten bieten ein Sortiment von über 20.000 Artikeln an, in diesem Sortiment finden sich bislang nur etwa 150-250 Bioprodukte (die tageszeitung, 27. März 2001, Ralf Geissler: Ohne Edeka kein Öko, S. 9)

<sup>44</sup> Z.B. Rewe: „Füllhorn“, Tengelmann: „Naturkind“, Metro „Grünes Land“

teilungen für ökologische Lebensmittel hat 450 ökologische Lebensmittelprodukte im Angebot.

Die mittelständische Lebensmittelkette Tegut bietet dagegen rund eintausend ökologische Produkte an (RICHTER, SCHMID, DAMARY, VAN DEN BERGE, MEIER, HALPIN 2000) und zeigt mit ihrem Konzept, wie sich ökologische Lebensmittel auch im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel erfolgreich vermarkten lassen. Tegut betreibt rund um Fulda 400 Supermärkte mit einem Umsatz von 1,9 Milliarden DM. Nach dem Konzept des Handelsunternehmens werden konventionelle und Produkte aus ökologischer Erzeugung nebeneinander angeboten und deutlich gekennzeichnet, A: konventionelle Produkte zu Discount-Preisen, B: Produkte aus ökologischem Landbau, C: Convenience = Fertigprodukte. In einer vierten Kategorie bleiben die Waren ohne Label. Die Produkte stehen nebeneinander und zum Teil erweisen sich Produkte aus ökologischem Landbau als billiger als sogenannte „Markenprodukte“. Mit 1.000 Artikeln stammen etwa 10 % der angebotenen Produkte aus ökologischem Anbau. Das Handelsunternehmen ist an einem Schlachthof zu 50 % beteiligt. Dort wird Vieh von vertraglich gebundenen ökologisch erzeugenden Bauern geschlachtet und verarbeitet. Zudem besitzt das Unternehmen eine eigene ökologische Brotfabrik, die täglich mehr als 120.000 Stück Kleingebäck, 15.000 Brote und 14.000 Stück Feingebäck nach ökologischen Kriterien produziert. Aufgrund rationeller Arbeitsabläufe bei großen Produktionsmengen sowie kurzer Transportwege sind die Preise der Fleisch- und Wurstwaren gegenüber konventionellen Produkten nur geringfügig teurer, Backwaren kosten trotz dreifacher Getreidepreise nicht mehr als bei der örtlichen Konkurrenz. Bedeutsam im Konzept des Handelsunternehmens ist die regionale Begrenzung mit einem Vorteil der kurzer Wege und einer `schlanken` Logistik. Deshalb wird eine Ausdehnung des Filialnetzes, über den Fuldaer Raum hinaus, nicht angestrebt (WDR 2001, <http://www.wdr.de/tv/dschungel/beitrag.phtml?datum=20010206&head=&word=&pos=219>, <http://www.tegut.de> (15.2.2001)).

Probleme in der Vermarktung von ökologischen Produkte ergeben sich aus der Vergangenheit: Vor dem Inkrafttreten der EU-BIO-Verordnung<sup>45</sup> von 1991 wurden im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel vielfach „Pseudo-Bio-Produkte“ angeboten, die bei den KundInnen dauerhaft die Glaubwürdigkeit ökologischer Lebensmittel untergruben. Vielfach fehlt es auch an geschultem Personal, dass Fragen zu ökologisch hergestellten Lebensmitteln seriös beantworten kann. Das Unternehmen Tegut führte für das gesamte Verkaufspersonal Schulungen über die Spezifika ökologisch erzeugter Nahrungsmittel durch.

Anhand der Erfahrungen in den europäischen Nachbarstaaten zeigt sich, dass der Aufbau der Vermarktung über den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel ein wesentlicher Strategiepfad ist, um die Ausweitung des ökologischen Landbaus zu erreichen.

Ein wesentliches Hemmnis wird auch in der schlechten Erkennbarkeit der Produkte gesehen. In Deutschland werden Produkte aus kontrolliert ökologischem Landbau mit

---

<sup>45</sup> Die „Verordnung Nr. 2092/91 vom 24.6.1991 über den ökologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel“ regelt auch die Etikettierung von ökologischen Produkten im Handel.

den neun verschiedenen Labels der Anbauverbände gekennzeichnet. Zudem existiert eine Vielzahl von Kennzeichen mit denen z.B. auch die Herkunft aus einer bestimmten Region dargestellt wird (z.B. Schorfheide-Chorin, Brucker Land etc.). Diese Zeichen machen keine Aussage über die Erzeugungswise der gekennzeichneten Produkte. Die Vielzahl der in Deutschland benutzten Labels für Produkte aus ökologischem Landbau führt bei den VerbraucherInnen zu einer Verunsicherung in Bezug auf die Vertrauenswürdigkeit der Kennzeichnung (vgl. HAMM 1998, 2000).

Um diese Situation zu verbessern und wie in anderen europäischen Länder (Schweiz, Österreich und Dänemark) ein Siegel mit hohem Bekanntheitsgrad und Vertrauen in der Bevölkerung zu entwickeln, wurde nach langen Verhandlungen zwischen der CMA (Centrale Marketinggesellschaft der Agrarwirtschaft) und der AGÖL (Arbeitsgemeinschaft ökologischer Landbau) auf der Grünen Woche im Januar 1999 ein einheitliches Zeichen für Produkte aus ökologischem Landbau vorgestellt. CMA und AGÖL sind die beiden einzigen Gesellschafter der Öko-Prüfzeichen GmbH, die das Label vergibt. Für die Nutzung wird ein Prüfzeichenentgelt vom Letztinverkehrbringer erhoben, dass sich aus dem Umsatz des gekennzeichneten Produktes errechnet. Ziel der Öko-Prüfzeichen GmbH war es, bis zum Jahr 2002 einen Jahresumsatz von drei Millionen DM zu erzielen, mit dem die Geschäftsstelle getragen und Werbe- und PR-Maßnahmen finanziert werden sollen (HUBER 2000). In ihrem Jahresbericht 2000 teilte die AGÖL mit, dass die Entwicklung und Verbreitung der Öko-Prüfzeichennutzung ins Stocken geraten war. Insbesondere ist es nicht gelungen, den Lebensmitteleinzelhandel für die Nutzung des Prüfzeichens zu gewinnen (AGÖL 2000: 10). Der Versuch von AGÖL und CMA ein einheitliches Label für Produkte aus ökologischem Landbau in Deutschland einzuführen, kann aufgrund der Erfahrungen aus den letzten Jahren als gescheitert angesehen werden.

Ein neuer Ansatz erfolgt seit dem Frühjahr 2001 durch die Bundesregierung. In Folge der BSE-Krise in Deutschland wurde beschlossen den ökologischen Landbau zu stärken. Um dieses Ziel zu erreichen, wird im Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft auch an der Entwicklung eines einheitlichen, staatlich organisierten Prüfzeichens für Produkte aus ökologischem Landbau gearbeitet. Die Arbeiten sollen zum Ende des Sommers 2001 abgeschlossen und das Prüfzeichen im Herbst 2001 eingeführt werden (KÜNAST 2001).

Die Vermarktungswege für ökologische Lebensmittel in Deutschland wurden von Diskussionen in den Anbauverbänden der ökologischen Landwirtschaft und in der Naturkostbranche (Groß- und Einzelhandel, verarbeitende Industrie) geprägt: „Über die Belieferung des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels (LEH) mit Bio-Produkten ist in den letzten zehn Jahren viel diskutiert und gestritten worden. Der Lebensmitteleinzelhandel wickelt meist über wenige Konzerne mit einer großen Anzahl von Filialen bundesweit den Löwenanteil des Lebensmittelhandels ab. Die Naturkostbranche und die meisten Bio-Bauern waren sich einig, dass mit Unternehmen, die zum Ruin vieler Bauern und der kleinen selbstständigen Läden beigetragen haben, die auch mitverantwortlich sind, dass die konventionellen Erzeugerpreise über die Jahre hinweg in den Keller gegangen sind, keine Geschäfte gemacht werden dürfen. Die Diskussion ist inzwischen weitgehend abgeflaut und einem realistischen Öko-Pragmatismus gewichen“ (KREUZER 1996: 136).

Die Bedenken und mangelnde Kooperationsbereitschaft in der Naturkostbranche mit Unternehmen des konventionellen Lebensmittelhandels führten in den vergangenen Jahren in der BRD bereits zum Scheitern von Projekten. So eröffnete der Handelskonzern AVA 1986 in Bielefeld-Oldentrup einen großen, sogenannten Gesundheitsmarkt, der in seinem Sortiment von 7.000 Artikeln auch 2.500 Artikel aus der Naturkostbranche vorgesehen hatte. Das Geschäft musste unter anderem geschlossen werden, weil verschiedene Großhändler und Verarbeiter den Konzern boykottierten und es Schwierigkeiten mit einer ausreichenden Belieferung gab (KREUZER 1996: 138).

Für einen der beiden größten Anbauverbände, den anthroposophisch orientierten Demeter-Anbauverband gilt weiterhin, dass die Produkte nicht über den konventionellen Einzelhandel vermarktet werden. Der Anbauverband begründet dies in seiner Selbstdarstellung wie folgt: „Produkte aus der biologisch-dynamischen Wirtschaftsweise haben Charakter. Da erscheint es wünschenswert, dass auch die Einkaufsstätte für diese Waren eine individuelle Qualität ausdrückt. Deshalb werden Demeter-Produkte nur in Fachgeschäften angeboten. Besonders eng ist die Zusammenarbeit mit Hofläden, Naturkostfachgeschäften und Reformhäusern in allen Teilen der Republik. Anspruchsvolle Produkte fordern nun mal Identifikation, Hintergrundwissen, Service und Beratungskompetenz. Gemeinsam bemüht sich Demeter mit seinen Partnern, diesen Ansprüchen gerecht zu werden“ (DEMETER 2001). Im Gegensatz dazu bestehen zwischen Betrieben, die dem zweiten großen Anbauverband „Bioland“ angehören, und dem konventionellen Lebensmitteleinzelhandel Handelsbeziehungen.

Weiterhin bestehen Probleme, die sich aus der zentralisierten Struktur des Lebensmitteleinzelhandels mit seinen Anforderungen an Lieferanten und den Besonderheiten der Produktionsweisen im ökologischen Landbau ergeben. Die Anforderungen der großen Handelsunternehmen sind:

- Belieferung mit ausreichend großen Partien
- Gewährleistung einer gleichmäßigen Lieferfrequenz
- Produkte müssen den Handelsklassen entsprechen
- Produkte sollen bei der Belieferung nach Handelsklassen klassifiziert und zum Teil bereits ausgewogen, verpackt und ausgepreist sein
- Teilweise werden vom Handel Werbekostenzuschüsse, Listungsgebühren, Rückvergütungsabschläge in Rechnung gestellt

(KREUZER 1996: 139)

Aus diesen Anforderungen ergeben sich für die ErzeugerInnen eine Reihe von Problemen: Aufgrund ökologischer Bewirtschaftungsweisen kann es schwierig sein, große Partien von Produkten gleich bleibender Qualitäten kontinuierlich zu gewährleisten. Unter Qualität wird in diesem Zusammenhang die Einheitlichkeit und Einhaltung von Größen-, Form-, Gewichts- und Färbungskriterien verstanden. So müssen beispielsweise Salatköpfe ein Mindestgewicht erreichen, um im Handelsklassensystem einordbar zu sein. Nicht in die Standardisierung passende Produkte können nicht - auch nicht zu geringeren Preisen - verkauft werden. Dies bedeutet in der Konsequenz, dass LandwirtInnen für Produkte, die aufgrund der bestehenden rechtlichen Rahmenbedingungen nicht den Handelsklassen entsprechen, andere Verwertungsmöglichkeiten z.B. über Direktvermarktung oder in der Weiterverarbeitung suchen müssen. Problematisch ist

auch die Gewährleistung einer kontinuierlichen Belieferung über das ganze Jahr hinweg. Mit der Anforderung des Handels, klassifizierte und zum Teil bereits abgepackte und ausgepreiste Produkte zu erhalten, werden Arbeitsschritte der Vermarktung an ErzeugerInnen bzw. die Erzeugergemeinschaften verwiesen. Dazu müssen einerseits die notwendigen Geräte angeschafft und andererseits zusätzliche Arbeitszeit investiert werden.

Diese Probleme verweisen darauf, dass in der Vermarktung von ökologisch angebauten Produkten über den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel Handlungsrationaltäten aufeinander treffen, die sich zum Teil strukturell widersprechen. Die Anforderungen des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels, wie sie sich in Zusammenarbeit mit der konventionellen Landwirtschaft und einer hoch entwickelten, stark zentralisierten Verarbeitungs- und Distributionsstruktur entwickelt haben, können auf den ökologischen Landbau nicht übertragen werden. Notwendig ist die Entwicklung von, an die Rahmenbedingungen sowohl der ökologischen Landwirtschaft als auch der Handelsunternehmen angepassten Vertragsbeziehungen.

Wie bereits beschrieben, konzentriert sich der Handel mit Produkten aus kontrolliert ökologisch erzeugten Lebensmittel in Deutschland bislang auf Naturkostwarengeschäfte und Direktvermarktungsformen. Etablierte Formen der Direktvermarktung sind (Öko)märkte und Hofläden. Als neue Formen entwickeln sich seit etwa zehn Jahren Lieferservice und Abonnementverkauf. In der Literatur wird die Direktvermarktung häufig als für die Betriebe günstige Vermarktungsschiene dargestellt, insbesondere weil sich im direkten Handel mit den EndverbraucherInnen für die ErzeugerInnen höhere Preise erzielen lassen, als bei einem Verkauf über Groß- und Zwischenhändler (vgl. z.B. KREUZER 1996). Zudem ist es möglich eine KundInnenbindung aufzubauen.

Als problematisch kann sich für landwirtschaftliche Betriebe jedoch herausstellen, dass in Städten und Regionen mit einer dichten Direktvermarktungsstruktur die Behauptung auf dem Markt schwierig ist. Zum anderen ist mit dem Einstieg in die Direktvermarktung eine Reorganisation des Betriebes erforderlich, da die Vermarktung nicht auf Dauer als Nebentätigkeit neben der landwirtschaftlichen Produktion durchgeführt werden kann. Es ist eine Professionalisierung erforderlich, die mit hohem Investitionsbedarf, Arbeitsumfang und Arbeitsqualifikation einhergeht. Die Betriebe arbeiten in der Direktvermarktung in einem Bereich der Dienstleistung, der neue Anforderungen an die MitarbeiterInnen stellt. Auf Dauer muss eine Balance in der Betriebsorganisation zwischen den Bereichen Produktion und Vermarktung/Dienstleistung hergestellt werden. Es können zusätzliche Arbeitskräfte erforderlich werden. Zudem ist in einem höheren Maße als bei einer reinen landwirtschaftlichen Betriebsführung, die Koordination und Kooperation mit andern Betrieben erforderlich. „Nach unseren Erfahrungen bieten solche Felder für Familienbetriebe zwar günstige Entwicklungschancen, weil die Flexibilität der Arbeitsorganisation und das große persönliche Engagement im Familienbetrieb sich gut mit den Handlungsbedingungen im Direktvermarktungsbereich vereinbaren lassen. Auf der anderen Seite sind die materiellen Hürden (Kosten, Arbeitsvolumen) hoch und es darf nicht unterschätzt werden, das von „professionellen Direktvermarktern“ ein Bruch mit vielen bäuerlichen Traditionen verlangt wird“ (OPPERMANN 2000: 271f).

Die Betrachtung zeigt, dass sowohl mit der Vermarktung von ökologischen Produkten über den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel, als auch über Direktvermarktungsformen Probleme und Schwierigkeiten verbunden sind, die insbesondere auch die ökologisch wirtschaftenden Landwirtschaftsbetriebe zusätzlich belasten können. Zur Erreichung des Ziels, den Flächenanteil kontrolliert ökologischen Landbaus in Deutschland deutlich zu erhöhen, ist es deshalb erforderlich, neben dem Anbau auch die Vermarktung mit öffentlichen Mitteln verstärkt zu fördern. Um eine Vielfalt der Angebote für unterschiedliche KonsumentInnengruppen zu erzielen, ist sowohl die Stützung von Direktvermarktungssystemen, als auch die Förderung des Handels mit kontrolliert ökologisch angebauten Produkten über konventionelle Betriebswege notwendig.

### **3.4 Transport- und Verkehrsaufkommen im Bedürfnisfeld Ernährung**

#### **3.4.1 Verkehrsaufkommen in Produktion, Verarbeitung und Distribution**

Im Bedürfnisfeld Ernährung sind die durch Produktion, Verarbeitung und Vermarktung verursachten Transporte von hoher Umweltrelevanz. Während vor 100 bis 150 Jahren noch 95 % der Lebensmittel aus dem direkten Umfeld stammten, werden heute immer mehr Nahrungsmittel über weite Strecken transportiert.

In vorindustrieller Zeit waren Konservierung und Lagerung von Lebensmitteln meist der einzige Weg, mit dem Hunger im Winter vorgebeugt werden konnte (SCHNEIDER 1995). Die Entwicklung von Transportmitteln, mit denen weite Wege in kurzen Zeiträumen überwunden werden können, und von modernen Konservierungstechniken, wie Vakuumverpackung und Kühltechniken, ermöglichen Transporte von Lebensmitteln über weite Wege und längere Zeiträume, die eine Unabhängigkeit von jahreszeitlichen und witterungsbedingten Versorgungsengpässen ermöglicht.

Mit Angeboten von Produkten, die in Mitteleuropa nicht erzeugt werden können, wie z.B. Kaffee, Kakao, Zitrusfrüchte ist ebenfalls eine Ausweitung von Importen verbunden. Diese Produkte haben sich in der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts zu Teilen der Grundversorgung entwickelt.

Zwischen 1970 und 1991 stieg in Deutschland das Güteraufkommen in der Nahrungsmittelproduktion und –distribution um 67,7 % von 97,1 Millionen Tonnen auf 157,8 Millionen Tonnen. Neben der Zunahme der zu transportierenden Güter nahmen auch die Transportentfernungen zu. Zudem fand eine Verlagerung von den Verkehrsträgern zu Gunsten des Transporten mit Lkws statt. Während 1971 noch 41 % der Waren mit der Bahn und 38 % mit Lkws transportiert wurden, waren es 1991 nur noch 10 % Bahntransporte und 76 % LKW-Transporte. Auch Transporte mit Binnenschiffen sind zurückgegangen. Wichtiger geworden ist die Luftfracht: 1994 wurden 35.000 Tonnen Lebensmittel mit dem Flugzeug nach Deutschland importiert und 12.500 Tonnen exportiert. Es handelt es sich hierbei vor allem um Güter des Luxuskonsums, wie z.B. Meeresfrüchte. Der per Luftfracht transportierte Anteil am gesamten Güteraufkommen im Nahrungsmittelbereich ist zwar noch immer verhältnismäßig gering, der Beitrag zum Schadstoffausstoß aber dennoch hoch (UBA 1997: 133f). Im Jahre 1997 wurden 90 % der Nahrungs- und Futtermittel mit dem LKW und nur noch 2 % wurden mit der Bahn

transportiert. Seit der deutschen Wiedervereinigung steigen die Transportentfernungen an (UBA 2002: 132).

Auch die starke Arbeitsteilung in der konventionellen Landwirtschaft verursacht hohe Transportaufkommen: Die Betriebe verwenden für ihre Produktion u.a. Futter- und Düngemittel, sowie Pflanzenschutzmittel, die zum Teil importiert werden. In der Tierproduktion bewirkt die starke Arbeitsteilung in den verschiedenen Lebenszyklen der Tiere, dass diese teilweise mehrfach über weite Strecken - auch europaweit - transportiert werden. Im Frühjahr 2001 zeigte sich anhand der Tierkrankheit Maul- und Klauen-seuche, dass diese Praxis konventioneller Landwirtschaft neben direkten Umweltauswirkungen und der nicht artgerechten Behandlung der Tiere, auch aus seuchenhygienischen Gründen bedenklich ist. Aufgrund der Transporte können sich früher eher lokal aufgetretene Epidemien mit hohen (wirtschaftlichen) Verlusten sehr schnell über verschiedene Regionen und mehrere Staaten ausbreiten.

Mit der zentralisierten Struktur der Verarbeitungsindustrie, mit einer ebenfalls ausdifferenzierten Arbeitsteilung an verschiedenen Orten, sind aufwändige und schwer überschaubare Transportketten zwischen den Verarbeitungsschritten verbunden. Exemplarisch stelle ich hier die Ergebnisse der Transportkettenanalysen am Beispiel von Kartoffeln und Kartoffelprodukten und Erdbeerjoghurt dar. HESSE, PFEIFFER und WESKAMP zeigen, dass die Versorgung mit unverarbeiteten Kartoffeln weitgehend regional erfolgt<sup>46</sup>. Nur ca. 20 % der frischen, unverarbeiteten Kartoffeln werden über einen Bereich von 50 Kilometern hinaus transportiert (HESSE, PFEIFFER, WESKAMP 1995: 26). Aufgrund geringer Produktpreise und des hohen Gewichtes von Kartoffeln können Transportkosten relativ schnell 50 % und mehr des Warenwertes erreichen. Deshalb achten besonders (Kartoffel)Großhändler auf eine für sie nahe gelegene Weitergabe an die Zentrallager des Lebensmitteleinzelhandels (HESSE, PFEIFFER, WESKAMP 1995: 16). Abhängig von deren Feindistribution kann es auf dem Weg in die Filialgeschäfte jedoch zu längeren Transporten kommen. Auch Kartoffeln für die Weiterverarbeitung in der Lebensmittelindustrie werden im Wesentlichen in der Nähe der Verarbeitungsbetriebe angebaut. Die Firma Stöver-Agrarfrost beispielsweise bezieht ihre Rohprodukte aus einem Radius von ca. 30 Kilometern rund um das Werk. In größerem Umfang werden vor allem Zwischen- und Endprodukte mit Lkws transportiert, was daraus abgeleitet werden kann, dass veredelte Produkte bundesweit vertrieben werden. „Die meisten Unternehmen der kartoffelverarbeitenden Industrie waren nicht bereit, Auskunft über ihre Distributionswege zu erteilen, bzw. konnten diese über die nächste Vermarktungsstufe hinaus selbst nicht nachvollziehen“ (HESSE, PFEIFFER, WESKAMP 1995: 23). Bei tiefgefrorenen Produkten kommt zum Energieaufwand für den Transport der Aufwand für die Aufrechterhaltung der Kühlkette<sup>47</sup> hinzu, der sehr energieintensiv ist.

Ein weiteres Beispiel zeigt, dass mit der Zusammenführung von Roh- und vorgefertigten Produkten zur Produktion von vorverarbeiteten Lebensmitteln, sowie von Verpackungsmaterialien weite Transportwege verbunden sind. BÖGE untersuchte u.a. an-

---

<sup>46</sup> Mit Ausnahme von Frühkartoffeln, die vor allem in der Osterzeit aus dem südlichen Mittelmeerraum eingeführt und zu höheren Produktpreisen vermarktet werden.

<sup>47</sup> Kühlung beim Hersteller, in Zentral- und Zwischenlagern des Lebensmitteleinzelhandels, Kühltheke des Einzelhandels, Kühlung während der Transporte zwischen den einzelnen Stationen und Kühlung in den privaten Haushalten.

hand des relativ einfach vorverarbeiteten Lebensmittels „Erdbeerjoghurt im 500 Gramm Glas“ produktbezogene Transportketten. Der mengenmäßig wichtigste Ausgangsrohstoff des Joghurts - die Milch - stammt im ausgewählten Unternehmen aus dem direkten Umfeld in Süddeutschland, während die Erdbeeren in Polen angebaut, in Aachen vorverarbeitet und dann als Fruchtzubereitung in die Molkerei im Stuttgarter Raum gebracht werden. Die Joghurtkulturen stammen aus Schleswig-Holstein, die Erzeugung der Zuckerrüben und die Zuckerherstellung erfolgt regional in Baden-Württemberg.

Weite Transportvorgänge ergab die Analyse der Transportketten der Verpackungsmaterialien unter Einbezug der Vorketten. Insgesamt addieren sich alle Transportstrecken auf 8.000 Kilometer. Auf eine Produkteinheit umgerechnet, ist ein LKW mindestens 21 Meter gefahren, bevor das Produkt in einer herstellernahen Filiale im Lebensmitteleinzelhandel zum Kauf angeboten werden kann. Dies entspricht einem Dieselkraftstoffverbrauch für die Transportketten eines 500 Gramm Glases Erdbeerjoghurt von 9 ml (vgl. BÖGE 1995). Das von BÖGE untersuchte Unternehmen bezieht die quantitativ größten Anteile des untersuchten Produktes (Milch, Zucker) aus regionaler Erzeugung. Zudem wurde auch in der Untersuchung der Distribution und des Verkaufs an die KundInnen davon ausgegangen, dass dies lokal im Umfeld der betrachteten Molkerei erfolgt. Die Beschaffungs- und Vermarktungsbedingungen, die der Untersuchung zugrunde lagen, erscheinen vergleichsweise günstig, so dass das Ergebnis dieser Untersuchung vermuten lässt, dass für komplexere Produkte mit ungünstigeren Rahmenbedingungen weitaus höhere Transportleistungen zu erwarten sind.

Die beiden Beispiele zeigen, dass unverarbeitete Lebensmittel tendenziell weniger mit Transportvorgängen verbunden sind, als verarbeitete Lebensmittel. Dies resultiert auch daraus, dass die Preise vieler unverarbeiteter Produkte die Kosten weiter Transporte nicht decken. Die Transporte im Bereich von verarbeiteten Produkten entstehen vorwiegend aus einer zentralisierten Verarbeitungsstruktur bei einem gleichzeitig flächendeckendem Distributionssystem. Die Verwendung von vorverarbeiteten Zutaten im Fertigungsprozess (Beispiel Fruchtzubereitung im Joghurt) vergrößert die Transportketten erheblich. Auch mit der Zusammenstellung von Verpackungsmaterialien sind lange Fahrtstrecken verbunden. Es ist zu vermuten, dass eine Untersuchung komplexerer Fertigprodukte als Erdbeerjoghurt mit einer höheren Zahl von Bestandteilen an Rohprodukten und einer flächendeckenden Distribution, sowohl zu längeren Transportstrecken, als auch zu einem höheren Kraftstoffverbrauch und damit höheren Emissionswerten als die hier exemplarisch ermittelten führen würde.

Mit den wachsenden Verkehrsleistungen sind neben hohem Ressourcen- und Energieverbrauch eine Vielzahl von Belastungen für Mensch und Umwelt verbunden:

- Emission klimarelevanter und gesundheitsgefährdender Stoffe
- Verursachung von fotochemischem Sommersmog
- Gesundheitsbeeinträchtigungen durch Lärm und Unfälle
- Störungen des Wohnumfeldes und der Urbanität
- Hohe Infrastrukturkosten, die von der Allgemeinheit getragen werden<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Die finanziellen Belastungen für die SteuerzahlerInnen aus durch Verkehrsleistungen verursachten externen Kosten (einschließlich der Zuschüsse für den ÖPNV) betragen nach einer Abschätzung des Umweltbundesamtes jährlich 161 Mrd. DM, davon resultieren 133 Mrd. DM aus monetär bewertbaren



### **3.4.1.1 Gemüsekonsum in Berlin**

Die Daten für den Gemüsekonsum in Berlin nenne ich an dieser Stelle, um später Herkunft und Artenszusammensetzung mit der Produktzusammensetzung in Gemüseabonnements vergleichen zu können: CUNNINGHAM schätzt, dass 41 % des in Berlin verzehrten Gemüses aus dem europäischen Ausland importiert wird, 17 % regional in Brandenburg erzeugt werden, 41 % aus der restlichen Bundesrepublik stammen und 1 % aus Importen aus dem nichteuropäischen Ausland stammt (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 193). 99 % der aus dem Ausland nach Berlin importierten Gemüse stammen aus 15 Ländern. Die wichtigsten Herkunftsländer sind die Niederlande (44 %) und Spanien (28 %). Es folgen Italien (9 %) und Polen, Belgien, Luxemburg, die Kanarischen Inseln und Frankreich mit jeweils 3 %. Für die Versorgung mit Obst spielen Überseeimporte eine größere Rolle als bei den Gemüseimporten.

Bundesweit werden 96 % des Gemüses auf der Straße, nur 0,4 % auf der Schiene und nur 2,7 % per Binnenschiff oder Seeverkehr importiert (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 28).

### **3.4.2 Einkaufsverkehr**

Die Bedeutung des Einkaufsverkehrs ist für die Umweltwirkungen aus dem Bedürfnisfeld Ernährung ebenfalls hoch. WEBER et al. (1996) zeigen, dass in der BRD 12 % des Energieverbrauchs mit dem Einkauf von Nahrungsmitteln verbunden sind. Einen vergleichbar hohen Anteil von 15 % des Gesamtenergieverbrauchs berechneten MOLL et al. (1995) für die Niederlande (WEBER, GEBHARDT, SCHULER, FAHL, VOß 1996 und MOLL et al. 1995, zitiert nach JUNGBLUTH 1998).

Das Verkehrsaufkommen, das aus der Nahrungsmittelversorgung von privaten VerbraucherInnen resultiert, ist sehr schwierig abzuschätzen. Es ergeben sich eine Reihe von methodischen Problemen, die aus der Vielfalt der unterschiedlichen Rahmenbedingungen resultieren. Allein die Frage, wie häufig durchschnittlich eingekauft wird und welche Verkehrsmittel dazu benutzt werden, lässt sich pauschal nicht beantworten. LANGE stellte bezogen auf das Einkaufsverhalten einer Gruppe von erwerbstätigen Frauen fest, dass 13 % dieser Frauen täglich einkaufen, 52 % zwei bis drei Mal wöchentlich und 31 % einmal wöchentlich (LANGE 1993: 92). OTT untersuchte den Ernährungskonsum in Einpersonenhaushalten. Der tägliche Einkauf stellt hier eine Ausnahme dar. Nur 5 % kaufen täglich ein, 66 % mehrmals wöchentlich, 23 % einmal wöchentlich und 3 % seltener als einmal in der Woche (OTT 1995: 103 ff). BEIK und SPITZNER (1995) betonen in ihrer Arbeit zur Reproduktionsarbeitsmobilität die hohe Bedeutung von Wegeketten gerade in der Alltagsorganisation von Frauen. So werden Wege von und zur Arbeit, zu Kinderversorgungseinrichtungen, Behördengänge, aber auch Freizeitaktivitäten mit Besorgungen und Einkäufen verbunden, sodass eindeutige Zuordnungen von Verkehrsleistungen schwierig sind (BEIK, SPITZNER 1995). Dieses Ergebnis bestätigen auch die empirischen Erhebungen von Wilhelm OTT und Ilse-Marie LANGE. 42 % der berufstätigen Alleinlebenden nutzen den Arbeitsweg auch zum

---

Kosten des Straßenverkehrs. Dieser Summe stehen Einnahmen aus verkehrsbezogenen Steuern von gut 70 Mrd. DM gegenüber (UBA 1997: 84).

Einkauf (OTT 1994: 104f). LANGE fand, dass sogar 83 % der von ihr befragten vollzeiterwerbstätigen Frauen an Werktagen nach der Arbeit einkaufen gehen (LANGE 1993: 93).

Bedeutsam für die Art und Länge der Verkehrsleistungen ist die Lage der Einkaufsstätten. Eine Studie in Leipzig zeigt die Bedeutung der Einbindung von Einkaufszentren in ein Stadtquartier für die anfallenden Transportleistungen. Es wurden zwei Einkaufszentren zur Versorgung mit Produkten des täglichen Bedarfs untersucht. Einem in ein Wohngebiet integriertes Nahbereichszentrum mit guter Straßenbahnanbindung wurde ein Einkaufszentrum „auf der grünen Wiese“ gegenübergestellt. Für den Einkaufsverkehr im integrierten Nahbereichszentrum wurden Verkehrsleistungen von 10 % motorisiertem Individualverkehr mit durchschnittlich 5 Kilometer, 50 % öffentlichem Nahverkehr mit durchschnittlich 2,5 Kilometer und 40 % Fußgängern und Radfahrer ermittelt. Im nicht-integrierten Einkaufszentrum „auf der Grünen Wiese“ wurde dagegen ein Einkaufsverkehr von 96 % motorisiertem Individualverkehr mit Verkehrsleistungen über 26 Kilometer, 1 % öffentlicher Nahverkehr mit durchschnittlich 8 Kilometern Länge und 3 % Fußgänger und Radfahrerverkehr festgestellt (FREHN, MEIßNER, PLATE, FOHR, THIEMANN-LINDEN, DIEGMANN, BRACHER, LIWICKI, DRECHSLER 1999). Dieser Vergleich zeigt, dass Einkaufszentren „auf der Grünen Wiese“ nicht nur signifikant mehr mit dem PKW aufgesucht, sondern zusätzlich auch weitere Strecken zurückgelegt werden. Es ist also zu erwarten, dass derartige Einkaufszentren zur Erhöhung des Verkehrsaufkommens beitragen.

„Das Fahrvolumen (im wesentlichen Auto) für den Einkauf ist in der Vergangenheit ständig gestiegen<sup>49</sup>. Derzeit dürfte das Volumen bei 52 Mrd. Pkm<sup>(50)</sup> für die alte Bundesrepublik liegen. Hinzu kommen ca. 15 Mrd. Pkm für die neuen Bundesländer. Damit liegen die derzeit insgesamt für den Einkauf gefahrenen Kilometer in Deutschland bei 45 Mrd.“ (vgl. KRAMER, MÜLLER - REIßMANN, SCHAFFNER 1994: 152 ff)<sup>51</sup>.

KRAMER, MÜLLER – REIßMANN und SCHAFFNER gehen - unter Hinweis auf methodische Schwierigkeiten, die aus der Berücksichtigung von Wegeketten und dem Einkauf von anderen Produkten als Lebensmitteln resultieren - davon aus, dass etwa 2/3 des Auto-Einkaufsverkehrs zum Einkauf von Lebensmitteln dient und schätzen ein Aufkommen von 30 Mrd. Kilometer jährlich ab (a.a.O.: 153).

Da der Konzentrationsprozess des Lebensmitteleinzelhandels in den vergangenen Jahren weiter fortgeschritten ist, und diese Struktur zudem auf das Gebiet der neuen Bundesländer übertragen wurde, kann davon ausgegangen werden, dass die Fahrtlänge für Einkaufsfahrten in den vergangenen zehn Jahren zugenommen hat und heute von einer Fahrtlänge von deutlich mehr als 30 Mrd. Kilometer auszugehen ist.

---

<sup>49</sup> Lt. DIW: 1976 41,5 Mrd. Pkm, 1987 49,1 Mrd. Pkm. Für das Jahr 2010 werden 60,1 Mrd. Pkm prognostiziert (Fußnote im Original).

<sup>50</sup> Pkm: Personenkilometer

<sup>51</sup> Zur Berechnung des Fahrtweges aus der Angabe von Personenkilometern, gingen KRAMER et al. von einer durchschnittlichen Besetzung eines PKW mit 1,47 Personen aus.

## **3.5 VerbraucherInnen**

Neben der landwirtschaftlichen Produktion, der lebensmittelverarbeitenden Industrie und dem Handel gehören die VerbraucherInnen zu den wesentlichen AkteurInnen im Bedürfnisfeld Ernährung. Insbesondere der Konsumphase werden erhebliche Umweltwirkungen zugeschrieben. Deshalb werde ich in diesem Kapitel wichtige Aspekte der Ernährungsversorgung in privaten Haushalten darstellen.

Die Konsumphase, also die Ernährungsversorgung in privaten Haushalten, lässt sich in verschiedene Arbeitsschritte gliedern: Kaufen bzw. Selbsterstellen von Lebensmitteln, Lagerung und Konservierung, Bereitstellen von Energie für die Kochstelle, Kochen, Essen, Reinigung der benötigten Geräte, Lagerung von Resten und Beseitigung von Abfällen (DÖRR 1993). Während in Subsistenzwirtschaften die meisten Arbeitsschritte in den Haushalten selbst vollzogen werden, hat in der technisierten Industriegesellschaft in vielen Bereichen eine Auslagerung von Arbeitsschritten aus den privaten Haushalten vor allem in marktwirtschaftlich organisierte Unternehmen hinein stattgefunden.

### **3.5.1 Ernährungsorientierungen**

Die Ernährungsversorgung kann auch in der Industriegesellschaft auf verschiedene Weise und mit unterschiedlichen Konsequenzen für die Haushaltsproduktion und die resultierenden Umweltwirkungen organisiert werden. Im Rahmen einer qualitativen, empirischen Studie anhand von 50 Befragungen<sup>52</sup> identifizieren EMPACHER und GÖTZ, für Deutschland der späten 90er Jahre exemplarisch verschiedene Ernährungsorientierungen. „Unter Ernährungsorientierung wird hier eine Art Vorstellung verstanden, nach dem ein Konsument bewusst oder unbewusst seine Entscheidungen über sein Ernährungsverhalten ausrichtet. Das tatsächliche Verhalten gemäß dieser Orientierung, der Ernährungsstil, ist ein wichtiger Teil des Lebensstils der Person“ (EMPACHER, GÖTZ 1999: 12). Sie beschreiben sechs verschiedene idealtypische Lebensstil-Schwerpunkte mit entsprechenden Ernährungsorientierungen. Diese habe ich in der folgenden Tabelle zusammengestellt. Es werden die sechs identifizierten Ernährungsorientierungen genannt und jeweils die von dieser Gruppe bevorzugten Lebensmitteleigenschaften und eine kurze Charakterisierung des Ernährungsstils zugeordnet. Die von EMPACHER und GÖTZ bei den Gruppen häufig gefundenen sozio-demographischen Merkmale habe ich ebenfalls aufgeführt.

---

<sup>52</sup> Die Befragungen fanden regional verteilt in der BRD statt, es wurde eine Streuung von GesprächspartnerInnen aus ländlichen und städtischen Gebieten in Auftrag gegeben. Es wurden mehr Frauen als Männer befragt, der Anteil der befragten Männer betrug ein Drittel. Die Verteilung der Haushaltstypen beträgt ein Drittel Single-Haushalte, ein Drittel Zwei-Personen-Haushalte und ein Drittel Mehrpersonenhaushalte mit Kindern. Zudem wurde auf eine Streuung in Bezug auf Alter, Bildungsgrad und unterschiedlicher Lebensstile geachtet.

**Tabelle 5** Ernährungsorientierungen, eigene Darstellung nach EMPACHER, GÖTZ (1999)

<b>Lebensstil-Schwerpunkt mit entsprechender Ernährungsorientierung</b>	<b>Bevorzugte Lebensmitteleigenschaften</b>	<b>Ernährungsstil</b>	<b>Häufig gefundene Sozio-demographische Merkmale</b>
<u>Gesund und Natürlich</u>	Naturbelassen, unbehandelt, ohne Zusatzstoffe	Wenig Fleisch, viel Obst und Gemüse	Breit verteilt, eher in höheren Bildungsschichten, viele Familien mit jüngeren Kindern, mehr Frauen als Männer
<u>Gesund und Fit</u>	Funktionale Lebensmittel (eiweißreich, fettreduziert), Anreicherung mit gesundheitsfördernden Zusätzen (z.B. Vitamine)	Starke Orientierung auf eine optimierte Nährstoffversorgung	Eher Jüngere, mehr Männer als Frauen
<u>Schnell und Bequem</u>	Einfach und schnell zuzubereiten	Hoher Anteil von Fertig- und Halbfertigprodukten	Viele Jüngere sowie Ältere, die beruflich stark eingespannt sind
<u>Traditionell und Gut</u>	Traditionelle deutsche Küche	Viel Fleisch und Kartoffeln, traditionelle einheimische Gemüsesorten, viel Fett	Meist Ältere über 45, viele aus ländlichen Gebieten, viele Ostdeutsche
<u>Exklusiv und Genussvoll</u>	Qualität im Sinne von gutem Geschmack	Internationale Spezialitäten und Delikatessen	Mehr Männer als Frauen, vor allem Ältere, finanziell Bessergestellte, aber auch Jüngere mit hohem Einkommen
<u>Schnell und Billig</u>	Billige Lebensmittel	Wird nicht beschrieben	Finanziell schlecht gestellte, eher untere Bildungsschichten, viele Alleinerziehende und doppelbelastete Mütter, auch ältere Menschen.

Die dargestellten Idealtypen können auch in Mischformen vorkommen, je nach situativem Kontext überwiegt dann die eine oder andere Orientierung (EMPACHER, GÖTZ 1999: 15).

Die Gesellschaft für Konsumforschung GmbH (GfK) kommt aufgrund von quantitativen Erhebungen zu einer ähnlichen Einteilung der VerbraucherInnen in sechs Gruppen wie sie EMPACHER und GÖTZ als Ergebnis ihrer qualitativen Studie darstellen. Aufgrund der quantitativen Erhebung war es hier möglich prozentuale Anteile an der Gesamtbevölkerung anzugeben: Ökologen (ca. 12 %), Bequeme (ca. 15 %), Traditionalisten (ca. 25 %), Gourmets (ca. 19 %), Preisbewusste (ca. 15 %) und Fastfood Typen (ca. 14 %) (TAPPESE, BAIER, DETTE, TÜGEL 1999: 59f).

Es kann davon ausgegangen werden, dass mit den verschiedenen Ernährungsorientierungen und der damit einhergehenden Bevorzugung bestimmter Lebensmittelgruppen und Zubereitungsarten verschieden große Umweltwirkungen verbunden sind. In Bezug auf ökologische Aspekte, ist beispielsweise der hohe Fleischkonsum in der Ernährungsorientierung „Traditionell und Gut“ / „Traditionalisten“ problematisch. Dieser Orientierung folgen immerhin rund ein Viertel der Bevölkerung. Der hohe Fleischkonsum ist aber auch aus gesundheitlichen Gründen problematisch (vgl. Kapitel 3.7). In der Gruppe „Exklusiv und Genussvoll“ / „Gourmets“ dagegen, ist der zu erwartende hohe Anteil von importierten und frisch eingeflogenen Lebensmitteln aus ökologischer Sicht

als Problemschwerpunkt einzuschätzen. Die Abschätzung, dass ca. 14 % der Bevölkerung sich vorwiegend mit Fast-Food und Fertigprodukten ernähren, ist ebenfalls bedeutsam für Umweltwirkungen im Bedürfnisfeld Ernährung. Mit den hohen Anteilen an Fett und Zusatzstoffen in Fast-Food- und Fertigprodukten sind ebenfalls gesundheitliche Risiken verbunden (vgl. Kapitel 3.7). Die Kategorisierung von Ernährungsorientierungen bietet also Hinweise auf Hemmnisse und Potenziale für eine nachhaltige Veränderung von Ernährungsstilen.

Vielfach wird darauf hingewiesen, dass sich das Ernährungs- und Einkaufsverhalten von VerbraucherInnen und Verbrauchern immer mehr einer festen Typisierung entzieht. So nutzen viele KonsumentInnen, sowohl Billigpreisprodukte der Discounter, als auch Premiumwaren, greifen zu Convenience-Produkten<sup>53</sup> und kaufen frische Produkte auf dem Wochenmarkt ein. Sowohl der Einkauf im Naturkostwarengeschäft, im Verbrauchermarkt, auf dem Wochen- oder Ökomarkt als auch im Billigdiscounter gehört für viele VerbraucherInnen zu ihren festen Alltagsroutinen (vgl. NISCHWITZ, MOLITOR 1998: 40).

Das Ernährungs- und Einkaufsverhalten der VerbraucherInnen in Deutschland lässt sich auch anhand von Ernährungstrends charakterisieren, die mit der Bevorzugung von Nahrungsmitteln bzw. Zubereitungsformen einhergehen und die sich quer durch die Bevölkerung zeigen. Zudem haben Rahmenbedingungen der Alltagsorganisation Auswirkungen auf die Ausgestaltung der Versorgung. Im Folgenden werde ich zunächst wesentliche Trends in der Ernährung darstellen. Anschließend erläutere und diskutiere ich die Bedeutung von Arbeits- und Wohnsituation, Preisgestaltung, Kenntnissen und Fertigkeiten sowie der Haushaltsausstattung als Determinanten der Ausgestaltung der Ernährungsversorgung.

### **3.5.2 Ernährungstrends in Deutschland**

Die Lebensstile und damit auch die Ernährungsorientierungen haben sich in Deutschland in den letzten 30 Jahren stark verändert und ausdifferenziert. Gesellschaftliche Veränderungen drücken sich auch in verschiedenen Ernährungstrends aus (vgl. SCHULTZ/EMPACHER 1998; TAPPESER, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999).

SCHULTZ und EMPACHER fassen die Veränderungen der Ernährungsgewohnheiten der bundesdeutschen Bevölkerung zu drei Trends zusammen. Die Produktion und der Verbrauch von Convenience-Produkten ist in den letzten Jahrzehnten deutlich gestiegen, weiter identifizieren SCHULTZ und EMPACHER einen Trend zur gesundheitsbewussten Ernährung mit Veränderungen insbesondere im Fleischkonsum und drittens einen Trend zur Verwendung ökologisch erzeugter Produkte.

In Abhängigkeit vom Geschlecht lassen sich unterschiedliche Ernährungsorientierungen feststellen. Der Vergleich der Verzehrsgewohnheiten von Männern und Frauen anhand von Daten aus der Nationalen Verzehrsstudie<sup>54</sup> die von 1985 bis 1988 durchgeführt wurde, ergibt, dass Männer mit täglich durchschnittlich 2434,1 Gramm pro Tag mehr Nahrungsmittel essen als Frauen mit durchschnittlich 2.117 Gramm pro Tag

---

<sup>53</sup> Unter Convenience-Produkten fasse ich Fertig- und Halbfertigprodukte, die in unterschiedlicher Weise industriell vorverarbeitet und konserviert werden.

<sup>54</sup> KÜBLER, ANDERS, HEESCHEN (1995)

(CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 17f). Nicht nur die Mengen, auch die Art der verzehrten Nahrungsmittel unterscheidet sich. Der durchschnittliche Konsum von Fleisch und Fleischprodukten ist bei Frauen im Durchschnitt geringer als bei Männern. Dagegen verzehren Frauen zu einem höheren Anteil Gemüse und Gemüseprodukte, 13,3 % ihres täglichen Gesamtverzehr besteht aus Gemüseprodukten, bei Männern sind es 11,9 %. Frauen essen auch häufiger Frischgemüse als Männer, während 36,5 % der Frauen täglich Frischgemüse essen, sind es nur 29 % der Männer.

Neben geschlechtsspezifischen Unterschieden sind auch Unterschiede in Abhängigkeit vom Bildungsgrad festzustellen. Beim Verzehr von frischem Gemüse lässt sich eine signifikante Zunahme mit der Schulbildung erkennen. Dabei unterscheiden sich die Mittelwerte der Alters- und Bildungsgruppen bei Männern zwischen 96,2 bis 149,9 Gramm pro Tag und bei Frauen von 89,0 bis 152,4 Gramm pro Tag (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 17f.).

EMPACHER, HAYN, SCHUBERT und SCHULTZ (2001) kommen in ihrer aktuelleren, nicht quantitativen sondern qualitativen Analyse der Haushaltsexploration, die im Jahre 1999 in 100 deutschen Haushalten durchgeführt wurde, zu dem Ergebnis, dass es in vielen der von ihnen identifizierten Konsumtypen geschlechtsspezifisch unterschiedliche Vorlieben und Gewohnheiten in der Ernährung gibt. Diese sind besonders deutlich in Bezug auf den Fleischkonsum. Nur in den Typen „Durchorganisierte Ökofamilie“ und „Alltagkreative“ legen sowohl Frauen als auch Männer Wert auf einen geringen Fleischkonsum. In sechs anderen Gruppen wird deutlich, dass Frauen häufig ihren geringen Fleischkonsum betonen, während Männer Wert auf regelmäßige Fleischmahlzeiten legen. In der älteren Generation, die in der ISOE – Studie in die beiden Gruppen „Ländlich Traditionelle“ und „Aktive Senioren“ gefasst werden sind die geschlechtsspezifisch unterschiedliche Präferenz für den Fleischverzehr nicht festzustellen. Sowohl Männer als auch Frauen essen regelmäßig und verhältnismäßig viel Fleisch. Unterschiede finden sich auch in Bezug auf die Auswahl bei Gemüsen und Convenienceprodukten. Frauen legen bei der Auswahl eher Wert auf Frische, Regionalität und Saisonalität von Gemüsen als Männer. In den Gruppen „Junge Desinteressierte“, „Konsumgenervte“, „Schlecht gestellte Überforderte“ werden unabhängig vom Geschlecht der Befragten viele Convenienceprodukte verwendet, während Fertigprodukte von den anderen Gruppen in der Tendenz eher abgelehnt und allenfalls tiefgefrorene Gemüse verwendet werden (vgl. EMPACHER, HAYN, SCHUBERT, SCHULZ 2001, Anhang V: Geschlechtsspezifische Ergebnisse der Sekundärauswertung 16 – 68).

Unabhängig von den unterschiedlichen Ernährungsgewohnheiten zwischen verschiedenen Konsumorientierungen und Geschlechtern gibt es generelle gesellschaftliche Trends, diese werde ich im Folgenden darstellen.

### **3.5.2.1 Trend zu Convenience-Produkten**

Convenience-Produkte stehen für eine bequeme und schnelle Möglichkeit, ohne großen Aufwand Mahlzeiten zuzubereiten. Es werden verschiedene Konservierungsformen angeboten: Neben Konservendosen, Tütenprodukten und vakuumverpackten Produkten sind in diesem Lebensmittelsegment insbesondere auch Tiefkühlprodukte in

unterschiedlichen Zubereitungsstufen von großer Bedeutung<sup>55</sup>. Vorverarbeitete Lebensmittel werden von 97 % der Haushalte gekauft (UBA 2002: 134).

Im Segment Convenience wurden im Jahr 1996 in Deutschland 37 Milliarden DM umgesetzt. Branchenspezialisten rechnen mit einer Verdopplung des Absatzes innerhalb der nächsten zehn Jahre (TAPPESE, BAIER, DETTE, TÜGEL 1999: 56). „Convenience-Produkte werden seitens der Hersteller als Produkte mit beigefügter Dienstleistung verstanden, wodurch diese einen höheren Wert erlangen (added value) und demnach teurer verkauft werden können“ (TAPPESE, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 14).

Als Beispiel für den gestiegenen Absatz vorgefertigter Nahrungsmittel, nenne ich hier Zahlen für die Verbreitung von Tiefkühlprodukten: Zwischen 1970 und 2000 erhöhte sich die Menge der verbrauchten Tiefkühlprodukte<sup>56</sup> um mehr als das achtfache. Waren es 1970 noch 3,4 Kilogramm pro Person und Jahr, so ist die Menge bis 2000 bereits auf 28,8 Kilogramm gestiegen.

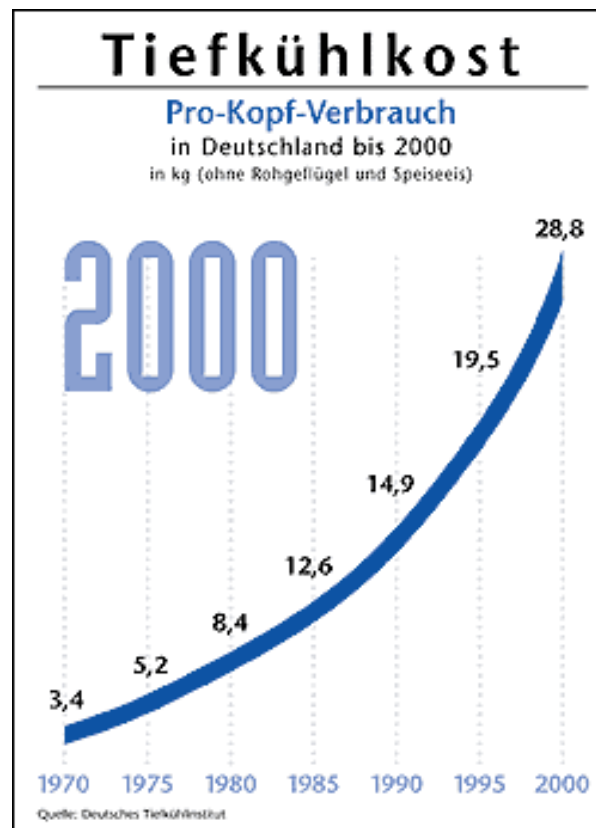
---

<sup>55</sup> Das Angebot an Tiefkühlprodukten ist breit gefächert und ausdifferenziert und reicht von gereinigten, aber ansonsten weitgehend unverarbeiteten Produkten wie Gemüse, Fisch und Fleisch bis hin zu Torten, Gebäck und mehrteiligen Fertigmahlzeiten.

<sup>56</sup> Ohne Frischgeflügel und Speiseeis.

Abbildung 3

Steigerung des Pro-Kopf-Verbrauches an Tiefkühlprodukten in der Bundesrepublik Deutschland zwischen 1970 und 2000, in Kilogramm ohne Rohgeflügel und Speiseeis (Quelle: Deutsches Tiefkühlinstitut e.V. (2001), [http://www.tiefkuehlinstitut.de/images/grafik\\_prokopfverbrauch99\\_gr.gif](http://www.tiefkuehlinstitut.de/images/grafik_prokopfverbrauch99_gr.gif) (13.4.2001))



Die Bedeutung von Convenience-Produkten nimmt auch auf dem Markt ökologisch produzierter Nahrungsmittel zu: Beispielsweise wurden auf der Fachmesse für ökologische Lebensmittel Biofach im Frühjahr 1995 über 100 neue Convenience-Produkte vorgestellt (vgl. MEIER-PLÖGER, MERKLE, MEY, WÖRNER 1997: 39 zitiert nach KOLAREK 1999: 13). Dieser Trend im Bereich ökologisch erzeugter Lebensmittel hat sich in den letzten Jahren fortgesetzt und seit Ende der 90er Jahre werden auch Tiefkühlprodukte aus kontrolliert ökologischem Anbau angeboten.

### ***Gestiegener Konsum von Convenience-Produkten – Verwendung aus Zeitnot?***

Häufig wird der gestiegene Konsum von Convenience-Produkten mit der höheren Erwerbsbeteiligung von Frauen in Verbindung gebracht und angenommen, dass er vor allem daraus resultiert, dass mit Hilfe dieser Produkte Zeit für die Zubereitung von Mahlzeiten eingespart werden soll.

Der Vergleich der Zeitbudgetstudie von 1991/92 mit Untersuchungen zur Arbeitszeit in Familienhaushalten (vgl. Kapitel 4.4.3) zeigt jedoch, dass in den 90er Jahren in Familienhaushalten die Zeitverwendung für die Essensversorgung, im Vergleich zu den 60er- und 70er Jahren, in etwa gleich geblieben ist. KETTSCHAU (1981) ermittelte in ihrer Untersuchung, dass in den 60er und 70er Jahren zwischen knapp 10 und 16,5 Stunden wöchentlich von Frauen in Familienhaushalten für die Essensversorgung aufgewendet wurde. Der zeitliche Aufwand von Männern wurde nicht aufgeschlüsselt. Die



Zeitbudgetstudie von 1991/92 ermittelt einen durchschnittlichen Aufwand von Frauen in Familienhaushalten von 12 Stunden wöchentlich. Männer in Familienhaushalten sind 2 ½ Stunden wöchentlich mit der Mahlzeitenzubereitung beschäftigt. In diesen Zahlen ist der Zeitaufwand für Mahlzeitenzubereitung, Tischdecken und Geschirreinigung zusammengefasst.

Für andere Haushaltstypen, Alleinlebende, Alleinerziehende und Paare ohne Kinder stehen keine Vergleichsdaten aus früheren Jahren zur Verfügung. Alleinlebende und Alleinerziehende verwenden deutlich weniger Zeit für die Zubereitung von Mahlzeiten (vgl. Kapitel 4.4.3).

Möglicherweise resultiert aus dem Anstieg von Haushalten Alleinerziehender und alleinlebenden Menschen, ein Rückgang der gesamtgesellschaftlichen aufgewendeten Zeit für Mahlzeitenzubereitung. Die Ernährungsgewohnheiten von alleinlebenden Menschen werden in Kapitel 3.5.3.1 anhand einer Studie von OTT (1995) genauer vorgestellt.

Das Ergebnis, dass sich der Zeitaufwand für die Essensversorgung nicht oder nur wenig verändert hat, erstaunt insofern, als dass zu erwarten ist, dass mit der erfolgten größeren Nutzung von industriell vorgefertigten Lebensmitteln, Einflüsse auf die Zubereitungszeiten von Mahlzeiten verbunden sind. Bei einem direkten Vergleich von Zubereitungsalternativen mit frischen und vorverarbeiteten Produkten lässt sich ein verringerter Zeitaufwand zeigen: So dauert beispielsweise die Zubereitung eines hausgemachten Kartoffelpürees etwa 35 Minuten, während das industriell vorgefertigte Produkt bereits nach 8 Minuten verzehrfertig ist (MEIER-PLOEGER 1995). Die Zeitersparnis durch die Verwendung von Convenience-Produkten scheint aber keinen deutlichen Einfluss auf die insgesamt für die Essenszubereitung aufgewendete Zeit zu haben.

Dass eine mögliche Zeitersparnis nicht der einzige Vorteil vorverarbeiteter Produkte ist, lässt sich am Beispiel von tiefgefrorenem Spinat verdeutlichen. Das frische Blattgemüse zeichnet sich durch einen hohen Reinigungsaufwand aus, während die anschließende Zubereitungszeit relativ unaufwändig und kurz ist. Probleme bereitet das Frischgemüse zusätzlich insbesondere bei einer eventuell notwendig werdenden Lagerung. Das Rohprodukt ist voluminös und benötigt bei der Lagerung relativ viel Raum, zudem sind hohe Luftfeuchtigkeiten und niedrige Temperaturen erforderlich, um das Gemüse für wenige Tage aufheben zu können. Diese Bedingungen sind sowohl im Lebensmitteleinzelhandel als auch in privaten Haushalten schwierig zu gewährleisten. Das Frischprodukt wird im Lebensmitteleinzelhandel selten angeboten, erhältlich ist es im Wesentlichen auf Wochenmärkten. In Haushalten bedeuten die hohen Lagerungsanforderungen in der Regel, dass empfindliche Produkte bald nach der Beschaffung zubereitet (und verzehrt) werden müssen. Die Alternative von vorverarbeitetem und tiefgekühltem Spinat zeichnet sich dagegen durch verschiedene Vorteile aus: Das Produkt ist über einen längeren Zeitraum lagerbar, vor der Zubereitung sind keine Reinigungsarbeiten erforderlich und so steht es mit geringem Aufwand bereit. Zudem wird für Tiefkühlgemüse mit dem Argument geworben, dass Nährstoff- und Vitamingehalte im Vergleich zum Frischprodukt besser erhalten blieben, weil die Produkte unmittelbar nach der Ernte eingefroren werden und so die Reduzierung von Inhaltsstoffen durch längere Zeiträume zwischen Ernte und Verzehr vermieden werden könne. In diesem

Kontext ist nahe liegend, dass die Nutzung von Convenience-Produkten nicht nur wegen knapper werdender Zeitressourcen attraktiver geworden ist.

ANWANDER PHAN-HUY vermutet zudem aufgrund einer abnehmenden sozialen Bedeutung von gemeinsamen Mahlzeiten, eine Zunahme der Wertschätzung von Fertigprodukten (ANWANDER PHAN-HUY 1998, zitiert nach JUNGBLUTH 2000: 83).

### **3.5.2.2 Trend zu ökologischer Ernährung**

Neben Convenience-Produkten weisen auch ökologisch erzeugte Lebensmittel seit mehreren Jahren steigende Umsatzzahlen auf. Der „Bund Naturkost Naturwaren“ (BNN) beziffert die Umsatzsteigerungen des Naturkoste Einzelhandels für das Jahr 1997 mit mehr als 5 %, die des Naturkostgroßhandels sogar mit 11 % gegenüber dem Vorjahr (vgl. BUNDESVERBÄNDE NATURKOST NATURWAREN (BNN) 1998: 1 ff zitiert nach KOLAREK 1999: 13). Der Jahresumsatz des Naturkosthandels in Deutschland betrug im Jahre 1999 1,8 Milliarden Dollar (WILLER, YUSSEFI 2001: 28). Zwar ist der Anteil ökologisch produzierter Produkte mit 1,2 % noch immer klein, aber während im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel Umsatzrückgänge verzeichnet werden, weist der Verkauf von kontrolliert ökologischen Produkten über den Naturkostfachhandel Umsatzzuwächse auf.

Nach Umfragen haben 70 % der Deutschen Interesse an Produkten aus ökologischem Landbau und halten sie für gesünder, 40 % bezeichnen sie als geschmackvoller (HAMM 1998). Im Gegensatz zum Interesse an ökologisch produzierten Produkten, kaufen jedoch nur 14 % der VerbraucherInnen regelmäßig Produkte aus kontrolliert ökologischem Anbau. Eine Erhebung der Gesellschaft für Konsumforschung ergab, dass die akzeptierte Preisdifferenz zu Produkten aus konventioneller Erzeugung 20 bis 30 % beträgt (TAPPESEER, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 10).

Als hemmend für die Erschließung neuer KundInnenkreise identifizieren EMPACHER und GÖTZ eine deutlich emotionale Besetzung von ökologisch erzeugten Lebensmitteln, die sich in stark negativen oder stark positiven Erwartungen von KonsumentInnen an Ökoprodukte ausdrücken (EMPACHER/GÖTZ 1998:15 ff). Zudem fanden sie Vorbehalte bezüglich der Glaubwürdigkeit von ökologischen Produkten, die sich ebenfalls hemmend auswirkten. Neben einer Gruppe von Befragten die dem Beispiellebensmittel Joghurt aus ökologischem Anbau uneingeschränkt positiv gegenübersteht und einer zweiten Gruppe die keinen Unterschied zwischen Joghurt aus ökologischer und konventioneller Produktion sieht, beschreiben die AutorInnen eine dritte Gruppe von KonsumentInnen wie folgt: „Bei der dritten Gruppe ist das Misstrauen bezüglich der Glaubwürdigkeit am stärksten ausgeprägt. Diese Gruppe hält kbA<sup>(57)</sup> für einen Marketing-Trick, hinter dem nur Geldmacherei steht. Produkte aus kbA sind ihrer Ansicht nach viel zu teuer, der überhöhte Preis steht in keinem Verhältnis zum kaum ersichtlichen Nutzen. Diese relativ große Gruppe lehnt kbA rundheraus ab“ (EMPACHER, GÖTZ 1999: 20).

Als wesentliche Vermarktungshemmnisse für Produkte aus ökologischem Landbau werden auch die überwiegende Vermarktung von ökologisch erzeugten Produkten in

---

<sup>57</sup> kbA: kontrolliert biologischer Anbau

besonderen Einkaufsstätten und die fehlende eindeutige Erkennbarkeit von Produkten gesehen (z.B. HAMM 1998). Erfolgversprechende Strategien der Vermarktung von Öko-Produkten wie sie in Dänemark, Schweiz und Österreich und in dem mittelständischen deutschen Unternehmen „Tegut“ praktiziert werden, habe ich bereits im Zusammenhang mit der Rolle des Handels dargestellt (vgl. Kapitel 3.3).

### **3.5.2.3 Trend zu gesundheitsbewusster Ernährung**

Nach Befragungen die 1984 und 1994 durchgeführt wurden, erhöhte sich die Zahl der Befragten, die zustimmten, dass im Zusammenhang mit dem Einkauf von Lebensmitteln Gesundheitsgesichtspunkte eine Rolle spielen (LITZENROTH 1995: 255 zitiert nach SCHULTZ/EMPACHER 1998: 28). Die steigende Bedeutung von Gesundheitsaspekten in der Ernährung belegen SCHULTZ und EMPACHER mit sinkendem bzw. steigendem Pro-Kopf-Verbrauch unterschiedlicher Nahrungsmittelgruppen.

#### **Fleischkonsum**

In Deutschland hat sich besonders in den letzten Jahrzehnten nach dem Krieg eine stark fleischorientierte Nahrungsweise entwickelt. Bis 1988 hat der Fleischkonsum pro Kopf der Bevölkerung stetig zugenommen und erreichte 1988 den Wert von 69,7 Kilogramm im Jahr. In der Zeit danach ist der Konsum zurückgegangen und lag 1994 bei 60,5 Kilogramm (LITZENROTH 1995: 255 zitiert nach SCHULTZ/EMPACHER 1998: 28). Es gab einen starken Nachfragerückgang bei Rindfleisch und eine zunehmende Bedeutung von Geflügelfleisch. Der Rindfleischkonsum ging zwischen 1988 und 1994 um 25 % zurück, während der Konsum von Geflügelfleisch zwischen 1978 und 1994 um 32 % stieg (SCHULTZ/EMPACHER 1998: 28).

Mit dem Nahrungsmittel Fleisch verbinden sich insbesondere symbolische Bedeutungen, die Einfluss auf die Menge des verzehrten Fleisches haben. Die Möglichkeit eines hohen Fleischverzehr wurde historisch mit Wohlstand und auch mit Männlichkeit verbunden. Diese Konnotationen bestehen bis heute (DÖCKER, KLOIMÜLLER, LANDSTEINER, NOHEL, PAYER, RÜTZLER, SIEDER und STOCKER 1994). In einer interdisziplinären Studie, die zu Beginn der neunziger Jahre von DÖCKER ET AL. in Österreich durchgeführt wurde, sind diese symbolischen Bedeutungen herausgearbeitet worden. Es wurden umfangreiche Daten des Verzehr der österreichischen Bevölkerung empirisch erfasst. Die Summe der in Österreich durchschnittlich verzehrten Menge an Fleisch- und Fleischprodukten, ist gegenüber den durchschnittlichen Werten in Deutschland zu Beginn der neunziger Jahre etwas höher, liegt aber mit 77 Kilogramm pro Kopf und Jahr auf einem vergleichbaren Niveau. Ich gehe davon aus, dass die in dieser Studie erzielten Ergebnisse auf die Verhältnisse in Deutschland übertragbar sind und stelle sie deshalb im Folgenden zusammengefasst vor. Die Ergebnisse weisen im Besonderen auf geschlechtsspezifisch voneinander abweichende Mengen der verzehrten Lebensmittel hin: Frauen essen in deutlich geringerem Umfang Fleisch und Fleischprodukte als Männer.

**Tabelle 6**

Verzehrmengen von Fleisch, Fleisch- und Wurstwaren von Männern und Frauen in Österreich sowie die Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung, Quelle: DÖCKER, KLOIMÜLLER, LANDSTEINER, NOHEL, PAYER, RÜTZLER, SIEDER und STOCKER (1994: 7), eigene Darstellung

	Tägliche Verzehrsmenge an Fleisch, Fleisch- und Wurstwaren		Summe der jährlichen Verzehrsmenge an Fleisch, Fleisch- und Wurstwaren
	Fleisch	Fleisch- und Wurstwaren	
φ ÖsterreicherIn	125 g	90 g	77 kg
φ Männer	150 g	120 g	99 kg
φ Frauen	100 g	60 g	55 kg
DGE-Empfehlung <sup>58</sup>	300 – 600 g <u>wöchentlich</u>		15 – 32 kg

Die in Österreich erhobenen Verzehrmengen für Männer und Frauen liegen erheblich über denen, die von der „Deutschen Gesellschaft für Ernährung“ empfohlen werden. Die als physiologisch sinnvoll angeratene Menge wird im Durchschnitt um 90 % überschritten<sup>59</sup>. In einer geschlechtsdifferenzierten Betrachtung zeigt sich, dass Männer die empfohlenen Mengen mit rund 140 % stärker überschreiten als Frauen mit 50 % (DÖCKER, KLOIMÜLLER, LANDSTEINER, NOHEL, PAYER, RÜTZLER, SIEDER und STOCKER 1994: 7).

Der Fleischkonsum hat eine deutlich patriarchalisch besetzte Tradition: „Verbunden mit den Konnotationen ‚gesund‘, ‚kräftig‘, ‚besonders‘ war Fleisch über eine lange Dauer Ausdruck sozialen Wohlstands, es war Herrenspeise, Fleisch war das Vorrecht der Männer“ (a.a.O.: 8). Es bestehen aber anscheinend auch geschmacklich unterschiedliche Präferenzen. Frauen scheinen aus geschmacklichen Gründen deutlich weniger zu Fleischkonsum zu neigen als Männer. Obwohl die Studie zeigt, dass Frauen auch in Österreich im Wesentlichen noch immer für die Nahrungsversorgung zuständig sind und die damit verbundenen Arbeiten übernehmen, bestimmen die männlichen Haushaltsmitglieder die Auswahl der zubereiteten Lebensmittel. Frauen machen in der Mahlzeitenzusammenstellung zwischen den Wünschen männlicher Haushaltsmitglieder und ihren eigenen Bedürfnissen insofern Kompromisse, als dass sie Mahlzeiten mit Fleischbestandteilen zubereiten und selbst häufig bei den Mahlzeiten die Fleischkomponenten weglassen oder reduzieren (vgl. DÖCKER, KLOIMÜLLER, LANDSTEINER, NOHEL, PAYER, RÜTZLER, SIEDER und STOCKER 1994).

Die österreichische Untersuchung zeigt außer geschlechtsspezifisch unterschiedlichen Präferenzen, starke Unterschiede im Fleischkonsum abhängig von der sozialen Position. In den verschiedenen sozialen Milieus werden unterschiedliche Fleischprodukte bevorzugt: Die bäuerliche Bevölkerung Österreichs verbraucht mehr Schweinefleisch,

<sup>58</sup> „Essen und Trinken – Kurzfassung des Ernährungsberichtes 2000, Gesund essen, länger leben – Prävention mit Messer und Gabel, Genuss und Gesundheit mit 10 Regeln der DGE“ <http://www.bml.de/verbraucher/verbraucherinfos.htm> (24. April 2001)

<sup>59</sup> Die AutorInnen der Studie gingen bei der Berechnung von einer empfohlenen Menge an Fleisch und Fleischprodukten von 65 Gramm pro Tag aus. Dies entspricht dem Mittelwert aus der von der DGE im Ernährungsbericht 2000 empfohlenen Menge.

Fleisch- und Wurstwaren, während leitende Angestellte Rind- und Geflügelfleisch bevorzugen.

### **Gemüsekonsum**

Der Gemüsekonsum ist seit Ende der 70er Jahre in Deutschland beträchtlich gestiegen und stagniert seit 1992 auf hohem Niveau. Zwischen den Jahren 1987 und 1996 hat der Gemüseverzehr pro Person bezogen auf ein Jahr um 10 Kilogramm zugenommen (vgl. TAPPESE, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999: 12). Jährlich stehen pro Kopf in Deutschland ca. 80 Kilogramm Gemüse zur Verfügung. Insgesamt beträgt der Selbstversorgungsgrad für Gemüse in Deutschland 38 %, d.h. 62 % der benötigten Mengen werden importiert (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 27).

Die Hälfte des bundesdeutschen Gemüsemarktangebotes verteilt sich auf acht Gemüsearten (Tomaten 21 %, Gurken 9 %, Speisezwiebeln 8 %, Rot- und Weißkohl, Möhren, Karotten und Rote Rüben) (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 22f). In Deutschland werden am häufigsten Fruchtgemüse (z.B. Tomaten, Paprika, Zucchini, Auberginen, Gurken) konsumiert, so machen Tomaten mit 15 Kilogramm pro Kopf allein 21 % des Marktgemüses aus. Es folgen Kohlgemüse (knapp 20 %), Wurzelgemüse (knapp 15 %) und Salat- und Blattgemüse mit etwa 11 % (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 22f).

Die besonders beliebten Fruchtgemüse können in Deutschland nur während einer kurzen Periode im Freiland erzeugt und geerntet werden. Zudem lassen sich diese Gemüsearten, im Gegensatz zu einigen Kohl- oder Wurzelgemüsearten, nur über kurze Zeiträume lagern. Bei einer kontinuierlichen Bereitstellung dieser bevorzugten Gemüsearten, werden die Gemüse also entweder aus südlichen Ländern importiert oder mit hohem energetischen Aufwand für die Licht- und Wärmeversorgung in Gewächshäusern gezogen. Vermehrt werden auch traditionelle einheimische Sorten importiert<sup>60</sup>, um ein saisonunabhängiges Angebot vieler Obst- und Gemüsesorten zu gewährleisten (BODENSTEIN et al. 1997: 86 zitiert nach SCHULTZ/EMPACHER 1998: 29).

Der Energiebedarf verschiedener Verfahren in der Gemüseproduktion wird von KRAMER und MOLL im ökologischen Landbau mit 1,85 MJ/kg, in der Freilandproduktion mit 2 MJ/kg und für die Treibhausproduktion mit 39 bis 63 MJ/kg angegeben, wobei diese Werte für unterschiedliche Gemüsearten variieren (KRAMER, MOLL 1995 nach JUNGBLUTH 2000: 218). Dies bedeutet, dass für die Produktion von Gemüse in Treibhäusern etwa 20 bis 30 mal mehr Energie aufgewendet wird, als für Gemüse aus ökologischem Landbau oder konventioneller Erzeugung im Freiland. Entsprechend ist mit dem höheren Energieeinsatz auch ein höheres Maß an Emissionen verbunden.

### **3.5.3 Determinanten für die Entwicklung des individuellen Ernährungsverhaltens**

Die Wahl des Ernährungsstils ist eine individuelle Entscheidung, die aber verschiedenen Rahmenbedingungen unterliegt, die den Entscheidungsspielraum für die Einzelnen abstecken. Einige wesentliche Faktoren für die Entscheidungsrahmen im Ernährungsbereich werde ich in diesem Kapitel darstellen und diskutieren.

---

<sup>60</sup> Z.B. Weintrauben im Frühjahr und Sommer aus Neuseeland, Südafrika, Chile

Wichtige Einflussgrößen des privaten Verbrauchs lassen sich grob in soziale, demografische, psychologische und ökonomische Determinanten gliedern (HESSE 1994: 111). Bestimmungsgrößen für die Gestaltung der Ernährungsversorgung sind:

- Wohn- und Arbeitssituation,
- Lebensmittelpreise,
- Wissen und Fähigkeiten im Umgang mit Nahrungsmitteln und
- die Möglichkeiten, die aufgrund der individuellen Haushaltsausstattung zur Verfügung stehen.

Die oben genannten Bestimmungsgrößen sollen im Folgenden umrissen werden, um den Hintergrund abzubilden, auf den auch eine Versorgung mit Gemüseabonnements trifft.

### **3.5.3.1 Bedeutung von Wohn- und Arbeitssituation für die Ernährungsversorgung**

Bedeutsame Determinanten für die Ernährungsversorgung sind Wohnsituation und strukturelle Vorgaben durch die Arbeitssituation, wie z.B. Arbeitszeiten, das Vorhandensein von Kantinen oder Möglichkeiten zur Essenszubereitung am Arbeitsplatz. Ich gehe zunächst näher auf die Bedeutung der Wohnsituation und der unterschiedlichen Haushaltstypen ein. Daran anschließend stelle ich die Einflüsse, die sich aus der Erwerbstätigkeit ergeben können, dar.

Wie ich in Kapitel 4.4.1 genauer zeigen werde, hat sich statistisch die Personenzahl in privaten Haushalten deutlich zugunsten von kleineren Haushalten verschoben. Insgesamt ist die Zahl von Familienhaushalten rückläufig und in vielen Haushalten leben keine Kinder (mehr). In Großstädten sind zirka 50 % der Haushalte Einpersonenhaushalte.

Thomas KUTSCH weist darauf hin, dass die Bedeutung gemeinsamer Mahlzeiten aber auch in Mehrpersonenhaushalten abgenommen hat. Ein gemeinsamer Alltag und auch die gemeinsame materielle Versorgung ist im Haushaltsverbund weniger wichtig geworden (KUTSCH 1997: 255). Zur Untermauerung dieser These zieht er eine repräsentative Untersuchung der GFM-GETAS (Gesellschaft für Marketing-, Kommunikation- und Sozialforschung mbH) heran, in der festgestellt wurde, dass Tischgemeinschaften allgemein an Bedeutung verloren haben. Vor allem Mittagsmahlzeiten werden in Mehrpersonenhaushalten weniger oft gemeinsam mit den Haushaltsangehörigen eingenommen. So essen mittags 34 % der Personen, die in Mehrpersonenhaushalten leben, außerhalb des Haushaltes, 20 % allein zu Hause und 45 % mit anderen zusammen zu Hause. Am Abend ist die gemeinsame Mahlzeit häufiger, nur 1 % essen außerhalb, 21 % allein zu Hause und 75 % mit anderen gemeinsam zu Hause (KUTSCH 1997: 257). Als Ergebnis eigener Untersuchungen kam er zu folgender Beschreibung des Ernährungsverhaltens in Abhängigkeit von der Haushaltsstruktur: „In einer eigenen Untersuchung, deren Forschungsdesign in Orientierung an einem Lebenszyklusmodell angelegt war, ließen sich die folgenden Ergebnisse herausarbeiten: es macht durchaus einen Unterschied, in welcher (fortgeschrittenen) typischen Phase sich der jeweilige Haushalt befindet bzw. auch, ob (kleine) Kinder zum Haushalt gehören, ob, wann und

wie häufig eine warme Hauptmahlzeit in dem jeweiligen Haushalt zubereitet wird. Hierbei waren Ergebnisse:

- Je älter der Haushalt ist, d.h. je später er im Lebenszyklus platziert war, desto typischer war eine warme Mahlzeit mittags.
- Umgekehrt galt: Je jünger der Haushalt, desto eher war die warme Hauptmahlzeit abends platziert.
- In Haushalten mit Kindern gab es häufiger eine warme Mahlzeit sowohl mittags als auch abends.
- Aus jungen Single-Haushalten wird zu einem hohen Anteil berichtet (mit annähernd 30 %), dass eine warme Hauptmahlzeit zu Hause selten oder gar nicht zubereitet wird.
- Gerade bei der Identifikation von Single-Haushalten ist zu berücksichtigen, dass solche Einpersonenhaushalte keineswegs eine homogene Gruppe darstellen! Die Konsummuster von jungen Single-Haushalten und von Senioren-Single-Haushalten unterscheiden sich durchaus beachtlich. Als Faustformel kann man davon ausgehen, dass aus der Gesamtsumme der Einpersonenhaushalte in unserer Gesellschaft etwa die Hälfte junge Single-Haushalte und die andere Hälfte Senioren-Single-Haushalte sind“ (KUTSCH 1997: 302).

Aus den Ergebnissen von KUTSCH lässt sich m.E. nach ableiten, dass Berufstätigkeit, die Anzahl der Personen im Haushalt, das Alter der Haushaltsmitglieder und die Frage, ob Kinder mitzuversorgen sind, die Organisation der Ernährungsversorgung entscheidend mit prägen. Diese Determinanten und der Lebensstil prägen die Ernährungsorientierung der Einzelnen (vgl. EMPACHER, HAYN, SCHUBERT, SCHULTZ 2001, sowie Kapitel 3.5.1).

Im Folgenden werde ich zwei empirische Untersuchungen vorstellen, die sich mit der Ernährungsversorgung in Haushalten von Vollzeit erwerbstätigen Frauen und von Alleinlebenden beschäftigen. Ich werde diese beiden Studien ausführlicher vorstellen, weil sie die beiden Gruppen in den Mittelpunkt stellen, denen die bedeutsamsten Einflüsse auf die Veränderung der Ernährungsversorgung zugeschrieben werden. Sowohl mit der zunehmenden Erwerbsbeteiligung von Frauen als auch mit der Verringerung der Haushaltsgrößen und der wachsenden Gruppe von Einpersonenhaushalten wird z.B. häufig das Ansteigen des Konsums von vorverarbeiteten Lebensmitteln erklärt.

Erwerbstätigkeit, insbesondere vollzeitige Erwerbstätigkeit hat einen großen Einfluss auf die Gestaltungsmöglichkeiten der Ernährungsversorgung. Ilse-Marie LANGE befragt Vollzeit erwerbstätige Frauen. Die Daten wurden mit Hilfe einer schriftlichen Befragung unter 2.000 Vollzeit beschäftigten Mitarbeiterinnen in dem Großunternehmen Bayer AG in Leverkusen gewonnen. Der Auswahl ihrer Befragungszielgruppe – Vollzeit erwerbstätige Frauen unterschiedlicher beruflicher Qualifikationen und aller Altersgruppen - liegt die Annahme zugrunde, dass Frauen gesellschaftlich noch immer als die Verantwortlichen, für die Gestaltung und Organisation der Ernährungsversorgung angesehen werden und diese Verantwortung in der Regel auch wahrnehmen. Zudem geht LANGE in ihrer Studie davon aus, dass die zeitliche Inanspruchnahme durch eine vollzeitige Erwerbstätigkeit so hoch ist, dass daraus Auswirkungen auf die Ernährungsversorgung der Haushalte, in denen diese Frauen leben, zu erwarten sind. Die Studie eignet sich insofern dazu - ohne den Anspruch auf Repräsentativität für alle erwerbstätigen Frauen

in Deutschland zu erheben - Hinweise darauf zu erhalten, welche Konsequenzen die höhere Erwerbsbeteiligung von Frauen auf die Versorgungssituation privater Haushalte hat.

LANGE setzt in ihrer Studie voraus, dass Frauen für die Ernährungsversorgung zuständig sind, die Beteiligung von Männern an der Hausarbeit und insbesondere an der Ernährungsversorgung ihrer Familien wurde nicht untersucht. Damit besteht grundsätzlich die Gefahr, die Zuschreibung der Verantwortlichkeit für die Reproduktionsarbeit an Frauen fortzuschreiben, da durch die fehlende Untersuchung der Beteiligung der männlichen Partner an der Ernährungsversorgung von einer statischen Verantwortlichkeit von Frauen für die Ernährungsversorgung in ihren Familien ausgegangen wird. Die Möglichkeit veränderter gesellschaftlicher Verantwortungsverteilung wird mit diesem Ansatz ausgeblendet.

Konkretes Untersuchungsziel der Studie war die Analyse der Beziehung zwischen der Erwerbstätigkeit der Frauen und deren ernährungsbezogenen Verhalten. LANGE fällt an ihrer Untersuchungsgruppe auf: „Über die Hälfte der Befragten ist jünger als 30 Jahre, während nur ca. 20 % der Frauen 40 Jahre und älter sind. Dieser hohe Anteil an jungen Frauen bestätigt, dass Frauen überwiegend vor der Gründung einer Familie ganztags erwerbstätig sind, bei Gründung einer Familie hingegen die Vollzeit Erwerbstätigkeit aufgeben. Gestützt wird dies dadurch, dass nur in 11,4 % der Fälle Kinder im Haushalt leben. Noch deutlicher wird die geringe Vereinbarkeit von Vollzeit Erwerbstätigkeit und Familie für Frauen dadurch, dass nur 6,2 % der Frauen Kinder haben, die jünger als 14 Jahre sind, also noch in größerem Ausmaß betreut werden müssen“ (LANGE 1993: 70). Mit dieser Aussage schließt die Autorin aus den Ergebnissen ihrer Befragung in einem Unternehmen auf gesellschaftliche Verhältnisse. Ob diese Übertragung anhand der befragten Gruppe, den Vollzeit erwerbstätigen Mitarbeiterinnen eines westdeutschen Großunternehmens möglich ist, kann im Einzelnen nicht nachvollzogen werden.

Die von LANGE befragten Frauen leben überwiegend in Kleinhaushalten, 27,4 % der befragten Frauen leben allein und weitere 53,1 % in einem 2-Personen-Haushalt. Obwohl die meisten der befragten Frauen gerne kochen, praktizieren sie es eher selten. Fast die Hälfte der befragten Gruppe (43,1 %) kocht nur einmal wöchentlich oder seltener. Dagegen nutzen sie zu fast der Hälfte die Betriebsverpflegung. Mit den Ergebnissen ihrer Befragung kann LANGE zeigen, dass die Häufigkeit des Kochens zu Hause im Wesentlichen von der Haushaltsgröße, dem Vorhandensein von kleinen Kindern im Haushalt und der Schulbildung<sup>61</sup> der befragten Frauen abhängt.

---

<sup>61</sup> LANGE kommt zu dem Ergebnis, „...dass Frauen mit einem Hauptschulabschluss sehr viel häufiger täglich kochen (28,2 % der Befragten) als Frauen mit Abitur (11,4 %). Dieses Ergebnis ist insofern interessant, da sich gezeigt hat, dass die Beliebtheit des Kochens keinesfalls mit zunehmender Qualifikation abnimmt. Eine mögliche Erklärung wäre, dass die Befragten mit einer höheren Schulbildung das Kochen auf Zeitpunkte beschränken, zu denen sie auch Zeit und Lust zum Kochen haben, während bei Frauen mit niedrigeren Schulabschlüssen eher der traditionelle Anspruch an sich selbst, täglich kochen zu müssen, überwiegt“ (Lange 1993: 104). Andere Gründe dafür, dass Frauen mit Hauptschulabschluss häufiger kochen als Frauen mit Abitur, können sein, dass die Arbeitszeiten der geringer qualifizierten Frauen es eher erlauben selber zu kochen und dass sie mit hoher Wahrscheinlichkeit über ein geringeres Einkommen verfügen, so dass u.U. die Notwendigkeit besteht, mit den zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln sparsamer umzugehen. Der einseitige Erklärungsansatz von LANGE, Frauen mit niedrigerer



Die weiter gehende Analyse von LANGE zeigt, dass Frauen, die zu Hause Mahlzeiten zubereiten, an Werktagen weniger Zeit für das Kochen aufwenden als am Wochenende. Knapp ein fünftel der Befragten kochen Gerichte auf Vorrat, die beispielsweise eingefroren und später wieder aufgewärmt werden. Immerhin die Hälfte der voll-erwerbstätigen Frauen kochen ab und zu vor, nur ein Drittel tut dies nie oder nur selten.

LANGE ging in ihrer Studie von der Annahme aus, dass voll-erwerbstätige Frauen zu einem hohen Anteil vorgefertigte Produkte verwenden. Diese Annahme bestätigte sich bedingt: Während tiefgekühlte Produkte relativ häufig eingesetzt werden (ca. ein Drittel der befragten Frauen verwendete diese Produkte häufig), finden Fertiggerichte deutlich weniger Verwendung. 19 % der befragten Frauen setzen sie häufig ein und ebenso viele verwenden sie nie. Als wesentlicher Grund für die Nutzung von Tiefkühlgerichten (73,9 %) und Fertigprodukten (78,7 %) wurde Zeitmangel angegeben (LANGE 1993: 112). Tiefkühlprodukte werden zudem wegen ihrer guten Lagerfähigkeit (63,4 % der Nennungen) und weil diese Produkte frisch nicht erhältlich sind (39,7 % der Nennungen) eingesetzt. Die Verwendungsgründe für Fertigmahlzeiten unterscheiden sich von diesen Motivationen, genannt werden situativ abhängige Gründe: keine Lust zu kochen (44,5 % der Nennungen), spät nach Hause kommen (36,5 % der Nennungen) und allein essen (26,1 % der Nennungen).

Die Untersuchung von Ilse-Marie LANGE zeigt die wichtige Bedeutung von Erwerb-stätigkeit für die Organisation der Ernährungsversorgung. In der untersuchten Gruppe von Vollzeit erwerb-stätigen Frauen werden Mahlzeiten werktags häufig außer Haus einge- nommen. Anders als erwartet, werden Fertiggerichte nicht in dem Maße eingesetzt wie vielfach vermutet wird. Tiefkühlprodukte werden dagegen häufiger verwendet.

Es zeigte sich, dass Frauen, die öfter als ihre Kolleginnen im eigenen Haushalt kochen, in der Regel kleine Kinder im Haushalt versorgen. In der von LANGE untersuchten Gruppe von Vollzeit erwerb-stätigen Frauen hatten nahezu 90 % keine Kinder, so dass LANGE zu der Schlussfolgerung kommt, dass Frauen mit kleineren Kindern häufig auf eine vollzeitige Erwerb-stätigkeit verzichten.

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass Vollzeit erwerb-stätige Frauen häufig an Wochentagen nicht die Arbeitskapazität haben, täglich zu kochen. Sie nehmen zu einem hohen Anteil Gemeinschaftsversorgungseinrichtungen in Anspruch. Erst wenn Kinder mit in ihrem Haushalt leben, werden regelmäßiger Mahlzeiten zubereitet. Es kann angenommen werden, dass dieser Zeitaufwand zu Lasten der Freizeit der Vollzeit erwerb-stätigen Frauen geht.

Neben beruf-stätigen Frauen wird auch bei alleinlebenden Menschen vielfach davon ausgegangen, dass sie sich zu hohen Anteilen von Fertiggerichten und Convenience-Produkten und häufig außer Haus ernähren. Da in Großstädten nahezu 50 % der Haushalte Einpersonenhaushalte sind, kommt dem Ernährungsverhalten dieser Grup- pe in Bezug auf eine nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung eine be- deutende Rolle zu. Sollte die Annahme zutreffen, dass sich Alleinlebende nur selten zu

---

Schulbildung bezögen sich eher auf traditionelle Ansprüche, greift meiner Meinung nach an dieser Stelle zu kurz.

Hause durch Zubereitung von Mahlzeiten versorgen, wären beispielsweise Gemüseabonnements für diese Zielgruppe nur in Ausnahmesituationen attraktiv.

Wilhelm OTT (1995) untersucht das Konsumverhalten von alleinlebenden Menschen in Bezug auf Lebensmittel anhand von einer Stichprobe<sup>62</sup> von unverheirateten Menschen ohne Kinder, im Alter zwischen 30 und 64 Jahren und mit dem ersten Wohnsitz in Bonn<sup>63</sup>. Im Mittelpunkt seines Interesses steht: „ob sich bei den Singles eine problematische Ernährungssituation erkennen lässt und inwieweit der Lebensmittelkonsum in Einpersonenhaushalten aus ökologischen Gesichtspunkten heraus zu problematisieren ist“ (OTT 1995: Kurzfassung).

Auch OTT benennt den zunehmenden Anteil von erwerbstätigen Frauen als Grund dafür, dass vermehrt Angebote der Außer-Haus-Versorgung wahrgenommen werden, da keine Zeitreserven vorhanden sind, täglich selbst zu kochen. Als andere wichtige Gruppe in diesem Prozess sieht er Einpersonenhaushalte: „Zum anderen trägt die Verringerung der Haushaltsgrößen dazu bei, dass gerade die alleinwohnenden und – wirtschaftenden Personen einen immer größer werdenden Konflikt zwischen Hausarbeit und Erwerbsarbeit zu lösen haben, dem in vielen Fällen die Zubereitung einer warmen Mahlzeit zu Hause zum Opfer fällt. Der Zeitaufwand steht für viele in keinem Verhältnis zum Nutzen. Durch das gestiegene disponible Einkommen ist es heute einer breiteren Masse möglich, am Angebot außerhäuslicher Mahlzeiten zu partizipieren. Außerdem zwingt die oft beruflich bedingte Mobilität den einzelnen häufiger vom Gaststättenangebot Gebrauch zu machen“ (OTT 1995: 69). Im Bundesdurchschnitt fallen 20 % der Ausgaben für Nahrungsmittel im Außer-Haus-Verzehr an (a.a.O.: 120), dazu gehören die Betriebsverpflegung und die öffentlichen Gastronomien unterschiedlicher Art.

Von den durch OTT befragten alleinlebenden Menschen hatten von insgesamt 473 Personen 270 die Möglichkeit, eine Kantine an ihrem Arbeitsplatz zu nutzen. Diese Angebote nutzen 37,1 % der Befragten täglich, weitere 28,1 % mehrmals wöchentlich. Daraus ergibt sich, dass zusammengenommen mehr als 65 % der alleinlebenden Befragten die Betriebsverpflegung in Anspruch nehmen. Nur etwa 15 % derjenigen, die die Möglichkeit dazu haben, nehmen die Betriebsverpflegung nie in Anspruch. Die Nutzungsfrequenz ist bei Männern höher als bei Frauen (a.a.O.: 121)

Generell werden Gaststätten bzw. Restaurants von Alleinlebenden Schnellimbissangeboten gegenüber vorgezogen. Sie werden sowohl an Wochenenden als auch an Werktagen genutzt. Insgesamt zeigt sich, dass Alleinlebende häufiger ausgehen und auch häufiger essen gehen als gemeinschaftlich Lebende (a.a.O.: 71).

Die Ergebnisse der Studie von OTT zeigen, dass, anders als vermutet, Convenience-Produkte seltener von Einpersonen- als von Mehrpersonenhaushalten genutzt werden (a.a.O.: 68). Die befragten alleinlebenden Menschen bevorzugen bei der Auswahl ihrer

---

<sup>62</sup> Der Merkmalszusammenstellung für die Stichprobenauswahl von OTT entsprachen 40.000 Bonner BürgerInnen. Von diesen wurde mit Hilfe einer statistischen Wahrscheinlichkeitsauswahl eine Stichprobe von 2.000 Personen gezogen. Die ausgewählten Personen wurden mit einem postalisch verschickten Fragebogen schriftlich befragt. Von 764 Fragebögen konnten 473 Fragebögen ausgewertet werden (268 Personen, die den Fragebogen beantwortet hatten, lebten nicht allein, 23 Fragebögen waren nicht hinreichend beantwortet worden).

<sup>63</sup> Mit dem Kriterium „erster Wohnsitz in Bonn“ sollten Personen, die aufgrund ihrer Berufstätigkeit (z.B. ParlamentarierInnen) nur an Werktagen in Bonn lebten, aus der Stichprobe ausgegrenzt werden.

Lebensmittel zu 70 % frische Produkte (Männer 65 %, Frauen 75 %). Dieses Ergebnis steht im Gegensatz zu der Annahme, dass ein großes Gewicht auf die Lagerfähigkeit von Produkten gelegt wird. So kaufen die überwiegende Mehrzahl der Alleinlebenden mehrfach wöchentlich ein (mehr als 70 %) und nur 30 % der Befragten einmal in der Woche oder seltener. Die Befragten stehen dem Konsum von Fertiggerichten sehr kritisch gegenüber, 30 % verwenden nie Tiefkühlfertiggerichte, 40 % niemals nicht tiefgekühlte Fertiggerichte. Hier zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede, alleinlebende Männer nutzen Fertiggerichte eher und verfügen auch in höherem Maße über Mikrowellengeräte (Männer 30,3 %, Frauen 23,3 %). In Drei- und Mehrpersonenhaushalten verfügen nahezu 60 % der Haushalte über ein Mikrowellengerät (a.a.O.: 59, Angaben für 1993).

Bemerkenswert sind die Ergebnisse in Bezug auf die Nachfrage nach ökologisch angebauten Produkten: In der Stichprobe von OTT kaufen 12 % der Befragten Produkte aus ökologischem Landbau häufig, dies ist ein dreimal größeres Interesse als in der Gesamtbevölkerung (a.a.O.: 118).

Mit den Ergebnissen von OTT wird auch deutlich, dass es sich bei Einpersonenhaushalten nicht um eine homogene Gruppe handelt. Er belegt verschiedene Entscheidungsstrategien und Präferenzen abhängig von der demographischen Situation der Alleinlebenden (Alter, Erwerbstätigkeit, Stellung im Beruf, finanzielle Situation). Aus den Ergebnissen lässt sich ableiten, dass Unterschiede im Ernährungsverhalten zwischen erwerbstätigen und nicht erwerbstätigen Alleinlebenden und auch zwischen Männern und Frauen bestehen.

Die beiden hier vorgestellten Studien bestätigen, dass Erwerbsarbeit und Wohnform die Ernährungsversorgung deutlich prägen. Es zeigt sich in beiden Untersuchungen, dass der Gemeinschaftsversorgung in Form von Kantinen an den Arbeitsplätzen und Gastronomiebetrieben sowohl bei voll-erwerbstätigen Frauen als auch bei alleinlebenden und erwerbstätigen Menschen ein hohe Bedeutung zukommt. Anders als erwartet sind Convenience- und Fertigprodukte in den beiden untersuchten Gruppen von geringerer Bedeutung und sowohl LANGE, als auch OTT geben Hinweise darauf, dass vorverarbeitete Produkte stärker von Mehrpersonenhaushalten als von Einpersonenhaushalten genutzt werden. Frischen Produkten wird von den beiden befragten Gruppen ein hoher Wert beigemessen und bei den befragten Alleinlebenden wird zudem deutlich, dass sie in einem höheren Maße als der Durchschnitt der bundesdeutschen Bevölkerung an ökologisch erzeugten Produkten interessiert ist.

Die Ergebnisse der Studien von OTT und LANGE stehen somit im Gegensatz zu den gängigen Annahmen, dass die Steigerung der Nutzung von Convenience-Produkten und Fertiggerichten aus einer höher Erwerbsbeteiligung von Frauen und der Zunahme von Einpersonenhaushalten resultiert. Die AutorInnen beider Studien verorten eine höhere Nutzungsfrequenz solcher Produkte in Mehrpersonenhaushalte, während sie, für die von ihnen untersuchten Gruppen, zu dem Ergebnis kommen, dass die Betriebs- oder Gemeinschaftsverpflegung für die Ernährungsversorgung von hoher Bedeutung ist.

### **3.5.3.2 Haushaltsausstattung**

Bedeutsam für die individuelle Entscheidung für die Auswahl und den Kauf von Lebensmitteln sind die im privaten Haushalt bereit stehenden Lagerungs- und Verarbeitungsmöglichkeiten. „Was an Lebensmitteln und Getränken gekauft wird, ist wesentlich abhängig von der haushaltsspezifischen Ausstattung mit Raum und Technologie zur Vorratshaltung. Was gekocht und anderweitig zubereitet wird, ist entsprechend abhängig von den Vorräten, dann auch von der kulinarischen Kompetenz und der `Rezept-vertrautheit´ (z.T. auch von der Verfügung von Kochbüchern), in jedem Falle aber auch von der verfügbaren Haushalts- und Küchentechnologie“ (KUTSCH 1993: 117).

Die Ausstattung der Haushalte unterscheiden sich nach Haushaltstypen. Generell erweisen sich Einpersonenhaushalte als weniger mit technischen Hilfsmitteln ausgestattet als Mehrpersonenhaushalte, wobei in Haushalten von Männern nochmals weniger Haushaltstechnik zur Verfügung steht, als in Haushalten von alleinlebenden Frauen. Alleinlebende Männer besitzen im Vergleich zu alleinlebenden Frauen mehr Geräte aus dem Unterhaltungselektronik- und Handwerkszeubereich. Auch in diesem Bereich sind Einpersonenhaushalte schlechter ausgestattet als andere Haushalte. Die unterschiedlichen Prioritäten der verschiedenen Lebensbereiche zeigen sich auch in der Äußerung von Wünschen: Während sich Männer Geräte wie Computer, Videorecorder oder ein Auto wünschen, hätten Frauen gerne Spülmaschinen, Staubsauger und Küchenmaschinen. Für das Haushaltsgerät Mikrowellenherd interessieren sich dagegen wiederum vor allem Männer (vgl. DÖRR 1996).

Bezogen auf Vorstellungen über optimierte Organisationsformen in Einpersonenhaushalten werden nach DÖRR, vorrangig existierende Maschinen zur Bewältigung der Hausarbeit akzeptiert. Erst wenn keine technische Lösung vorhanden ist, wird nach anderen Lösungen gesucht (z.B. Haushalts- und Reinigungshilfen). „Dabei ist der Anteil der Männer, die in einer bezahlten Dienstleistung eine Alternative zum `Selbermachen´ sehen, größer als bei den Frauen“ (DÖRR 1996: 172). Im `Traumhaushalt´ stellen sich 47 % einen hohen Automatisierungsgrad vor, 18 % wünschen sich bessere und großzügigere Wohnverhältnisse, 10 % möchten nicht zu viel Technik und befürchten Verlust von Gemütlichkeit, 15 % brauchen keine Veränderung und 10 % würden gerne eine Haushaltshilfe beschäftigen. Das Ideal eines vollautomatisierten Haushaltes präferieren zu 2/3 Männer (DÖRR 1996: 173f). Dass die Inanspruchnahme von Dienstleistungen im Bereich der Hausarbeitsorganisation nach diesen Ergebnissen weniger attraktiv ist als andere Alternativen, könnte ein Hemmnis in der Umsetzung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement sein, das starke Dienstleistungskomponenten hat.

Die Untersuchung von OTT zeigte jedoch in Bezug auf die Nahrungsversorgung von Alleinlebenden, dass diese häufig auswärts essen gehen und in diesem Bereich der Haushaltsproduktion Dienstleistungsangebote häufig in Anspruch nehmen.

### **3.5.3.3 Preise im Ernährungsbereich - Bedeutung für VerbraucherInnen**

Die Preise für Nahrungsmittel sind in den letzten Jahrzehnten im Vergleich zum Einkommen gesunken. Im ersten Halbjahr 1998 gaben die Privaten Haushalte knapp 18 %

ihrer Ausgaben für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren aus (STATISTISCHES BUNDESAMT 2000a). Der Anteil für Genussmittel an diesen Ausgaben ist vergleichsweise hoch. So gibt der differenziertere Preisindex des Statistischen Bundesamtes für die Lebenshaltung aller privaten Haushalte in Deutschland für die Ausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke 13,1 % der Haushaltsbudgets für das Jahr 1995 an. Für die Genussmittel „Alkoholische Getränke und Tabakwaren“ wurden 4,2 % der Budgets ausgegeben (STATISTISCHES BUNDESAMT 2000: 329). Die Ausgaben für Nahrungsmittel sind auch im internationalen Vergleich gering. In Kanada und Großbritannien werden etwa 14 % der Einkommen für Nahrungsmittel ausgegeben, in der Schweiz sind es 19 %, in Frankreich 22 %, in Italien 23 %. Niedrigere Anteile gibt es weltweit nur in Hongkong mit 10 %, in Japan 12 % und in den USA mit 13 % (RÖSCH, HEINCKE 2001: 245).

Im Jahre 1950 betrug der Anteil der Ausgaben für Lebensmittel in einem vierköpfigen Arbeitnehmerhaushalt mit mittlerem Einkommen noch 50,7 % (KUTSCH 1997: 218). Der Anteil der Ausgaben für verschiedene Haushaltsposten hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verschoben. Während die Ausgaben für Nahrungs- und Genussmittel relativ immer weiter sanken, stiegen insbesondere die Kosten für Wohnungsmieten deutlich an (1950 noch 10,2 %, 1994 bereits 23,3 %). Noch stärker angestiegen sind die Kosten für Verkehr und Nachrichten, während 1950 von einem vierköpfigen Arbeitnehmerhaushalt mit mittlerem Einkommen 2,1 % hierfür ausgegeben wurden, waren es im Jahre 1994 bereits 15,9 % der monatlichen Ausgaben (KUTSCH 1997: 218).

Die Preissenkungen im Nahrungsmittelbereich relativ zum Einkommen lassen sich gut anhand von Produktpreisen, bezogen auf den durchschnittlichen Stundenlohn eines männlichen Industriearbeiters zeigen.

**Tabelle 7** Kaufkraft eines Industriearbeiterstundenlohns bei einzelnen Nahrungsmitteln, Quelle: DBV 2001d

<b>Zum Erwerb der folgenden Nahrungsmittel mussten ... Minuten Arbeitszeit aufgewendet werden</b>								
	<b>Einheit</b>	<b>1950</b>	<b>1960</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>1998</b>
<b>Nettostundenverdienst</b>	DM	1,27	2,48	5,24	10,77	15,89	18,75	20,63
<b>Dunkles Mischbrot</b>	1 kg	24,0	20,6	15,0	14,5	12,8	12,9	12,1
<b>Zucker</b>	1 kg	55,0	30,0	13,4	9,6	7,2	6,0	5,7
<b>Rindfleisch</b>	1 kg	154,0	124,4	72,4	51,3	39,1	35,8	33,6
<b>Schweinefleisch</b>	1 kg	207,0	157,3	96,2	62,4	45,7	40,5	39,0
<b>Butter</b>	1 kg	261,0	157,7	85,9	52,1	32,0	25,5	24,1
<b>Vollmilch</b>	1 L	16,7	16,0	8,5	6,4	4,9	4,2	3,8
<b>Eier</b>	10 Stück	100,0	50,8	21,8	14,1	10,0	8,8	9,2
<b>Berechnungsgrundlage:</b> Netto-Stundenverdienst eines männlichen Industriefacharbeiters (einschließlich Hoch- und Tiefbau), verheiratet, ohne Kind								

Auch bei importierten Lebensmitteln und Kolonialwaren sind die Preise relativ zum Einkommen stark gesunken. Musste 1960 für den Kauf von 250 Gramm Kaffee noch

1 Stunde und 46 Minuten gearbeitet werden, waren es im Jahre 1999 im Durchschnitt nur noch 12 Minuten (TAPPESE, BAIER, DETTE, TÜGEL 1999: 57).

Die oben abgebildete Darstellung bezieht sich auf unverarbeitete Lebensmittel und zeigt, dass die Kosten hierfür deutlich gesunken sind. Vorverarbeitete Produkte, die häufiger als früher angeboten und gekauft werden, sind im Vergleich mit Rohprodukten teurer, wobei der Kostenanteil für die Rohstoffe der verarbeiteten Produkte vergleichsweise gering ist (vgl. Tabelle 2 Erzeuger- und Verbraucherpreisentwicklung im Vergleich, S. 46). Dass die Verwendung vorverarbeiteter Lebensmittel zur Deckung des Bedarfs teurer ist, zeigt auch eine Studie von SEEL (1996). Im Vergleich der anfallenden Kosten<sup>64</sup> zwischen einer Gemüseversorgung mit frischen Produkten, Konserven und tiefgekühlten Produkten, ergibt sich, dass die Zubereitung von Gemüsemahlzeiten für zwei Personen und drei Monate aus frischen Produkten mit ca. 113 DM billiger ist, als die Verwendung von Konserven mit ca. 120 DM und die Verwendung von Tiefkühlprodukten mit ca. 272 DM (SEEL 1996: 142).

Trotz der relativ zum Einkommen gesunkenen Kosten für Lebensmittel, sind viele VerbraucherInnen darauf angewiesen, beim Einkauf auf die Preise zu achten, da den niedrigeren Kosten in der Nahrungsmittelversorgung gestiegene Kosten in anderen Bereichen des täglichen Lebens gegenüberstehen. Die Preisentwicklung im Lebensmittelsektor ist zu berücksichtigen, wenn ein Preisvergleich zwischen konventionellen und ökologisch erzeugten Lebensmitteln diskutiert wird.

Ökologisch erzeugte Lebensmittel stehen in Konkurrenz zu konventionell erzeugten. Ein direkter Preisvergleich führt zu dem Ergebnis, dass ökologisch erzeugte Lebensmittel deutlich teurer sind.

**Tabelle 8** Vergleich von Preisen für Produkte aus konventioneller, intensiver und ökologischer, artgerechter Landwirtschaft, Quelle: (GREENPEACE MAGAZIN 1999, zitiert nach TAPPESE, BAIER, DETTE, TÜGEL 1999)

	Produkte aus konventionell-intensiver Landwirtschaft		Produkte aus biologisch-artgerechter Landwirtschaft	
	Entlohnung für den Landwirt	Preise für Endverbraucher	Entlohnung für den Landwirt	Preise für Endverbraucher
<b>Rindfleisch</b>	4,80 DM/kg	φ 16,28 DM/kg	6,30 DM/kg	φ 25,00 DM/kg
<b>Milch</b>	0,55 DM/Liter	0,98 – 1,63 DM/Liter	0,70 DM/Liter	2 DM/Liter
<b>Eier</b>	0,14 DM/Stück	0,18 DM/Stück	0,35 DM/Stück	0,50 – 0,58 DM/Stück
<b>Getreide</b>	0,23 DM/kg	0,49 – 1,20 DM/kg	0,45-0,65 DM/kg	1,80 DM/kg

Derzeitig bestehen für die KonsumentInnen relativ große Preisunterschiede zwischen Produkten aus konventionellem und Produkten aus ökologischem Landbau. Diese resultieren nur zum Teil aus höheren Erzeugerpreisen für ökologische als für konventionelle Produkte. Der Vergleich der oben angeführten Verbraucher- und Erzeugerpreise für Produkte aus konventionell-intensiver Landwirtschaft mit biologisch-artgerechter Landwirtschaft zeigt, dass die Landwirte im ökologischen Landbau bei den Produkten Rindfleisch, Milch und Eier prozentual einen geringeren Anteil von den Verbraucherpreisen bekommen, als ihre konventionell wirtschaftenden Kollegen. Sie erhalten vom

<sup>64</sup> Die betrachteten Kosten setzen sich aus Lebensmittelkosten, Kosten für die Mahlzeitzubereitung, Geschirreinigung, Lagerung und Müllentsorgungskosten zusammen.

Verkaufspreis von Rindfleisch 25 % (konventionell 30 %), von Milch 35 % (konventionell 42 %) und von Eiern 60 % (konventionell 77 %). Lediglich vom Getreidepreis erhalten sie mit 30 % des Verkaufspreises mehr als ihre konventionellen Kollegen mit 27 %. Als Ursache höherer Verbraucherpreise für ökologische Produkte wird auch eine aufwändige Logistik genannt. Durch den geringen Anteil ökologisch wirtschaftender Betriebe an der gesamten Landwirtschaft in Deutschland ist beispielsweise der Erfassungsaufwand für die Produkte hoch. Zudem existieren nur wenige ökologische Verarbeitungsbetriebe (z.B. Mühlen und Schlachtereien) (z.B. FOGA 1995), so dass der hohe Distributionsaufwand bei ökologischen Lebensmitteln zu Preisaufschlägen führt<sup>65</sup>. Bei einer ausgeweiteten Erzeugung und Konsumstruktur besteht ein Potenzial diese Kosten reduzieren: „Das künftig gesteigerte Mengenaufkommen wird zudem die Verkaufspreise - nicht notwendigerweise die Erzeugerpreise - durch niedrigere Logistik- und Distributionskosten weiter absenken. Der Vergleich mit konventionell erzeugter Premiumware ergibt schon heute häufig nur geringe Preisdifferenzen“ (KÖPKE 2001).

Ein direkter Vergleich der Lebensmittelpreise zwischen Produkten aus konventioneller und ökologischer Landwirtschaft ist nur bedingt aussagefähig. Um zu einer Einschätzung zu gelangen, mit welchem finanziellem Aufwand die Bevorzugung von Lebensmitteln aus ökologischem Landbau verbunden ist, ist es notwendig veränderte Verbrauchsgewohnheiten in die Betrachtung einzubeziehen, da sich zeigt, dass in privaten Haushalten mit der stärkeren Nutzung von Produkten aus ökologischem Landbau häufig auch eine Umstellung der Ernährungsgewohnheiten verbunden ist.

BROMBACHER und HAMM (1991) verglichen Haushalte, die sich mit einem hohen Anteil an Produkten aus ökologischem Anbau ernähren, mit gleichartigen konventionellen Haushalten<sup>66</sup> und stellten zum Teil extreme Unterschiede im Einkaufsverhalten fest: Die „Bio“- Haushalte verbrauchten mehr als die dreifache Menge an Karotten und Hülsenfrüchten als die Vergleichsgruppe. Ihr Verbrauch von Fleisch und Fleischwaren erreicht nur ca. 20 bis 25 % der konventionellen Haushalte. Durch eine veränderte Zusammensetzung der Nahrungsmittel kommt es auch zu anderen Kosten: „Obwohl die Preise für Produkte aus alternativer Erzeugung deutlich höher sind als für konventionelle Produkte, geben Bio-Haushalte wegen ihrer anderen Verbrauchsstruktur weniger Geld für die Ernährung aus als konventionelle Haushalte“ (BROMBACHER, HAMM 1991 zitiert nach BUND/ MISEREOR 1997: 316). Zu ähnlichen Ergebnissen kommt die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE 1992) in einer Studie. Verglichen wird das Ernährungsverhalten von Menschen die Vollwerternährung praktizieren, mit einer bezüglich der sozio-demographischen Daten gleichartigen Gruppe aus den TeilnehmerInnen der Nationalen Verbrauchsstudie. Die Untersuchung zeigt, dass Menschen, die sich vollwertig ernähren, 50 bis 80 % mehr Gemüse und Getreide essen. Gleichzeitig verbrauchen sie deutlich weniger Fleisch, Fleischprodukte, Eier, Kartoffeln, Zucker, gezuckerte Getränke, alkoholische Getränke und Bohnenkaffee und können auf diese Weise höhere Ausgaben für ökologisch erzeugte Produkte kompensieren (vgl. CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 21).

---

<sup>65</sup> Zudem ist mit einem höheren Aufwand für Erfassung und Distribution von Produkten auch zusätzlicher Verkehrsaufwand verbunden. In einer Ausweitung des ökologischen Landbaus und ökologischer Verarbeitungsbetriebe bestehen Potenziale zu einer Verkehrsreduzierung.

<sup>66</sup> Haushalte der laufenden Wirtschaftsrechnung in Baden-Württemberg.

### 3.5.3.4 Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit Nahrungsmitteln

Der Umgang mit Nahrungsmitteln erfordert vielfältige Kenntnisse. Insbesondere die Verwendung unverarbeiteter Rohprodukte setzt häufig Verarbeitungskennnisse voraus, die oft nicht (mehr) vorhanden sind. Dies betrifft auch einheimische Lebensmittel, deren Verwendung auf Grund mangelnder Erfahrungen in Bezug auf Lagerung und Zubereitung Schwierigkeiten machen. Verlorengegangen sind Kenntnisse über Zubereitungsmöglichkeiten vieler Lebensmittel, die bis vor wenigen Jahrzehnten noch zu Grundnahrungsmitteln zählten, Beispiele für Nahrungsmittel, die heute nur noch selten verwendet werden sind: Getreidearten (z.B. verschiedene Grießarten), getrocknete Hülsenfrüchte (z.B. Erbsen, Linsen) und Gemüsearten (z.B. unterschiedliche Arten von Rüben, Pastinaken, Topinambur<sup>67</sup>). Auch aufwändig zuzubereitende Produkte wie z.B. Grünkohl, Spinat und Erbsen werden heute im wesentlichen als vorverarbeitete Produkte konsumiert.

Neben fehlenden Kenntnissen in Bezug auf Lagerung und Verarbeitung sind auch Kenntnisse über regional und jahreszeitlich mögliche Angebote von Lebensmittel sowie deren Verwendungs- und Verarbeitungsmöglichkeiten in den vergangenen Jahrzehnten in großem Umfang verloren gegangen. BORSCHIED weist darauf hin, dass heute das notwendige Wissen für die Haushaltsführung nicht mehr von einer Generation zur nächsten weitergegeben, sondern über Literatur vermittelt wird (BORSCHIED 1997). Dies erfordert, dass entsprechende Informationen beschafft und angelesen werden. Auch ORLAND spricht davon, dass Rückgriffe auf traditionelle Wissensbestände und im Besonderen auf vorindustrielle Subsistenztechniken zunehmend schwieriger werden (ORLAND 1998). „Zahlreiche Bedarfsgüter, die in der Verflechtung von Land-, Gewerbe- und Hauswirtschaft erarbeitet worden waren, wurden in den Produktionsprozess von Fabriken verlagert, und neue Produkte für den alltäglichen Lebensbedarf tauchten auf. Produzenten und Verbraucher entfernten sich zusehends voneinander. Der Markt wurde überregionaler und anonym, das Güterangebot vielfältiger. Die Haushaltsführung wurde marktabhängiger, d.h. der Konsum von Fertigprodukten dehnte sich auf immer mehr Haushalte aus. (...) im Produktionsprozess konzentrierte sich Macht, Technologie und Wissen, die auf Seiten der Hausfrauen mit dem Verlust des Wissens über die im Haushalt eingesetzten Mittel, ihrer Zusammensetzung und ihrer Wirkungen einhergingen“ (ORLAND 1995: 157).

Eine Untersuchung des ISOE (Institut für sozial-ökologische Forschung) zur Frage welches Gebrauchswissen im Lebensmittelbereich heute bei den KonsumentInnen vorhanden ist, ergab ebenfalls, dass „... Gebrauchswissen bei Lebensmitteln im Laufe der Zeit tendenziell abgenommen und stark verändert hat. Durch die Industrialisierung der Lebensmittelproduktion werden immer mehr Stufen der Lebensmittelverarbeitung außerhalb des Haushalts vorgenommen (zuerst die Konservierung durch Einmachen, später Halffertig- und Fertiggerichte). Erfahrungen im Umgang mit Lebensmitteln werden somit immer weniger direkt gemacht und heute in stärkerem Maße über Literatur

---

<sup>67</sup> In den vergangenen Jahren wurden verschiedene Gemüsesorten durch eine zunehmende Verwendung in einer auf regionale Produkte ausgerichteten Gastronomie wieder populärer, in der Folge finden sich auch im konventionellen Handel vereinzelt Produkte wie Steckrüben, Pastinaken, Teltower Rübchen, Topinambur, Postelein.



und die Medien vermittelt<sup>68</sup>. Auch die Zeit, die für den Umgang mit Lebensmitteln verbracht wird, verkürzt sich und dementsprechend nehmen auch die Möglichkeiten ab, aus dem Umgang Wissen zu erlangen“ (EMPACHER, GÖTZ 1999: 32). EMPACHER und GÖTZ kommen zu dem Ergebnis, dass Gebrauchswissen im Lebensmittelbereich „in eine Art Konsumentenwissen“ übergegangen ist und durch die Kompetenz ersetzt wurde, sich beim Einkaufen schnell zurecht zu finden (EMPACHER, GÖTZ 1999: 41).

### **3.5.3.5 Resümee der Determinanten des individuellen Ernährungsverhaltens**

Die vorangegangenen Kapitel zeigen, dass die Rahmenbedingungen für Entscheidungen der individuellen Ernährungsgestaltung stark von der Haushaltsform, Lebenslage und Lebensstil abhängen. In Haushalten, in denen keine Kinder leben, nutzen erwerbstätige Erwachsene häufig Angebote von Außer-Haus-Versorgungseinrichtungen. Es zeichnet sich anhand der zugrundeliegenden Studien ab, dass in Mehrpersonenhaushalten die Mahlzeitenbereitung für mehrere Personen vor allem durch eine verstärkte Nutzung von vorverarbeiteten Lebensmitteln zeiteffizienter gestaltet wird. Die Betrachtung der Ausstattung mit technischen Hilfsmitteln zeigt, dass in Mehrpersonenhaushalten im Vergleich mit kleineren Haushalten mehr technische Hilfsmittel zur Verfügung stehen. Vielfach stehen Mikrowellenherde bereit, um die Versorgung mehrerer Haushaltsangehöriger mit warmen Mahlzeiten zu verschiedenen Zeiten zu erleichtern. Dies kann auch als Bestätigung der Feststellung von KUTSCH aufgefasst werden, nach der die Bedeutung gemeinsam eingenommener Mahlzeiten in Mehrpersonenhaushalten in den vergangenen Jahren gesunken ist.

Weniger vom Haushaltstyp, als eher von Faktoren abhängig wie Einkommenssituation und individueller Bildungsstand, sind die Einflussgrößen `Lebensmittelpreise` und `Kenntnisse und Fähigkeiten im Umgang mit Lebensmitteln`. Wichtig für die Entscheidung für oder gegen spezielle Nahrungsmittel ist die Preisentwicklung im Lebensmittelsektor: In den letzten Jahrzehnten sind die Preise für Lebensmittel im Verhältnis zu den Löhnen stark gesunken. Dies bedeutet aber nicht zwingend, dass ein größerer Entscheidungsspielraum für alle VerbraucherInnen entstanden ist. Andere Kosten der Lebensführung sind erheblich gestiegen und es ist anzunehmen, dass sich insbesondere für Menschen mit geringem Einkommen primär die Budgetverteilung verändert hat. Als hemmend für die Entscheidung für ökologisch erzeugte Produkte gelten die höheren Preise für ökologisch erzeugte Nahrungsmittel. Studien in denen Preisvergleiche zwischen sich konventionell ernährenden Menschen und solchen, die Vollwerternährung praktizieren, durchgeführt wurden, belegen allerdings, dass bei einer Veränderung des Ernährungsstils die Kosten für die Ernährung tendenziell sinken, auch wenn die Produkte aus ökologischem Landbau stammen.

Insgesamt haben sich die Kenntnisse und Fähigkeiten im Ernährungsbereich in der Bevölkerung stark gewandelt und sind übergegangen in ein `Konsumentenwissen`, das sich vor allem auf die im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel angebotenen vielfach bereits vorverarbeiteten Produkte bezieht. Daraus können möglicherweise

---

<sup>68</sup> Beispielsweise haben sich seit etwa Mitte der 90er Jahre im deutschen Fernsehen „Kochshows“ etablieren können, die sowohl von privaten als auch von öffentlich rechtlichen Sendern produziert werden und zum Teil mehrmals wöchentlich gesendet werden.

Schwierigkeiten im Umgang mit größeren Mengen von frischen und unverarbeiteten Produkten resultieren, wie sie in der Nutzung des Handlungskonzeptes 'Gemüseabonnement' zu erwarten sind.

## **3.6 Vorschläge für eine nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung**

Derzeitig kann das Lebensmittelangebot in der BRD als international, nicht-regional, jederzeit verfügbar und weit gehend saisonunabhängig charakterisiert werden. Zudem wächst sowohl das Angebot als auch die Nachfrage nach verarbeiteten Convenience-Produkten. Die Gestaltung der Ernährungsversorgung ist ein Bereich individueller Entscheidung, unterliegt aber – wie dargestellt – Begrenzungen des Entscheidungsspielraums, die beeinflusst werden von der persönlichen Wohn- und Arbeitssituation, den finanziellen Möglichkeiten und den individuell vorhandenen Erfahrungen und Kenntnissen.

Das Bedürfnisfeld Ernährung ist mit einer Vielzahl gesellschaftlicher Produktionsinstanzen verbunden. Die Ernährungsversorgung hat sich abhängig von gesellschaftlichen und ökonomischen Strukturen zu einem komplexen System entwickelt, in dem die Akteursinstanzen sich gegenseitig in ihrer Entwicklung hemmen oder fördern können.

Vorschläge für die nachhaltige Entwicklung des Bedürfnisfeldes Ernährung beziehen sich daher auf die verschiedenen Akteursebenen, auf Produktion, Weiterverarbeitung, Vertrieb, Handel und Konsum von Lebensmitteln. Die erarbeiteten Vorschläge werden im Folgenden dargestellt.

### **3.6.1 Grundsätze**

Für das Bedürfnisfeld Ernährung sind konkrete Vorschläge zur Veränderung der Produktions- und Konsummuster erarbeitet worden (z.B. BUND/ MISEREOR 1997, UMWELTBUNDESAMT 1997, SCHÄFER, SCHÖN 1997, OPPERMANN, ERZGRABER, KLEß 1998, VON KOERBER, KRETSCHMER 1999, TAPPESER, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999, JUNGBLUTH 2000). Als Wege zu einer nachhaltigen Gestaltung dieses Bedürfnisfeldes gelten:

- Ausbau des ökologischen Landbau
- Regionalisierung von Produktion und Konsum von Nahrungsmitteln
- Nutzung von saisonalen Lebensmitteln und Abbau der asaisonalen Erzeugung von Produkten in energieaufwändigen Treibhäusern
- Verringerung der Fleischproduktion und des Fleischkonsums
- Verringerung der Produktion und des Konsums von vorverarbeiteten Lebensmitteln

Vielfach wird darauf hingewiesen, dass die genannten Vorschläge neben umweltentlastenden Wirkungen, mit weiteren als nachhaltig einzuschätzenden Wirkungen für die ökonomische, soziale und gesundheitlich verträgliche Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung verbunden sind. Die Argumentationen werden im Folgenden für die fünf verschiedenen Handlungsstrategien kurz zusammengefasst.

## **Förderung des ökologischen Landbau**

Der ökologische Landbau wird als Form einer nachhaltigen Landbewirtschaftung gesehen. „Damit dürfte klar geworden sein, dass die ökologischen Betriebe nahezu vollständig den Forderungen entsprechen, die wir für die Pflege und Erhaltung der Naturgüter und die Erzeugung gesunder Lebensmittel stellen“ (ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DER ERDATMOSPHERE“ 1994: 11). Als wesentliche Entlastungen gegenüber der bislang überwiegend praktizierten konventionellen Landwirtschaft gelten, wie bereits dargestellt (vgl. Kapitel 3.1.3):

- Förderung natürlicher Kreisläufe von Stoffen in der Produktion
- Reduktion des Energieverbrauchs
- Reduktion von klimarelevanten Emissionen
- Geringer Rohstoffverbrauch durch Verzicht auf mineralische Düngemittel und Pestizide
- Reduktion der Nähr- und Schadstoffbelastung von Boden, Luft und Wasser
- Entlastung und Stärkung natürlicher biotischer Systeme (Flora, Fauna, Biotope und Landschaftsbild)
- Verringerte Bodenerosion
- Artgerechte Tierhaltung
- Arbeits- und VerbraucherInnenschutz

## **Regionalisierung von Produktion und Konsum von Nahrungsmitteln**

Von einer verstärkten Nutzung regional erzeugter Produkte werden neben ökologischen Vorteilen, wie der Erhalt regionaler Kulturlandschaften auch ökonomische und soziale Vorteile erwartet. Es können regionale Wirtschaftskreisläufe und Wertschöpfungsketten gefördert werden, woraus sich ökonomische und soziale Stabilisierungsprozesse durch den Erhalt und die Schaffung von dezentralen Arbeitsplätzen ergeben. Zudem wird als weiterer positiver Effekt die Reduzierung des Transportaufkommens erwartet.

## **Nutzung von saisonalen Lebensmitteln und Abbau der asaisonalen Erzeugung von Produkten in energieaufwändigen Treibhäusern**

Die Nutzung von saisonalen Produkten hat die gleichen positiven Wirkungen wie die Nutzung regionaler Produkte, da die Aspekte Saisonalität und Regionalität Hand in Hand gehen. Ein zusätzlicher Gesichtspunkt ist der Verzicht auf Produkte, die energieaufwändig in Gewächshäusern (Erzeugung von Wärme und Licht) produziert werden.

## **Verringerung der Fleischproduktion und des Fleischkonsums**

Durch eine Reduzierung der Produktion und des Verbrauchs tierischer Lebensmittel ist eine erhebliche Reduktion von klimarelevanten Gasen erzielbar. „Das Einsparpotential durch Übergang zu einer stärker pflanzlichen Ernährung eröffnet ein Einsparpotential in der Größenordnung von 100 Mio. t CO<sub>2</sub>-Äquivalenten und ist damit mit Abstand das größte im Zusammenhang des Ernährungssystems“ (KRAMER, MÜLLER-REISSMANN, SCHAFFNER 1994: 182). Die Autoren weisen darauf hin, dass die Ernährung auf eine stärker pflanzliche Basis umgestellt werden sollte, um klimarelevante Effekte zu erzielen. Der bloße Ersatz von Fleisch- und Fleischprodukten durch Milch- und Milchprodukte führt nicht zu einer Reduktion der Umweltbelastung, da die Erdatmosphäre bei-

spielsweise sowohl durch 100 Gramm Schweinefleisch als auch durch 35 Gramm Hartkäse oder 19 Gramm Butter bzw. 0,4 Liter Milch mit 0,85 Kilogramm CO<sub>2</sub>-Äquivalenten belastet wird (a.a.O.: 182).

Die Reduzierung der Produktion und des Verbrauchs tierischer Nahrungsmittel führt neben klimarelevanten Entlastungen zu weiteren ökologischen Entlastungen, so können Nährstoff- und Pestizideinträge durch eine Extensivierung der Futtermittelproduktion reduziert und auf Futtermittelimporte aus Ländern des Südens verzichtet werden (vgl. Kapitel 3.1.1).

### **Verringerung der Produktion und des Konsums von vorverarbeiteten Lebensmitteln**

Die Bevorzugung von nicht oder gering vorverarbeiteten Lebensmitteln führt zur Reduktion des Ressourcenverbrauches aus den verschiedenen Verarbeitungs- und Distributionsschritten, mit dem eine Verringerung des Ressourcen- und Primärenergieverbrauchs und des Emissionsausstoßes verbunden ist.

## **3.6.2 Handlungsansätze**

### **3.6.2.1 Direktvermarktung**

Als aussichtsreicher Umsetzungsweg diese Ziele zu erreichen, werden vielfach die verschiedenen Formen der Direktvermarktung genannt (z.B. KREUZER 1996, UMWELTBUNDESAMT 1997, SCHÄFER, SCHÖN 1997, TAPPESER, BAIER, EBINGER, JÄGER 1999). Unter Direktvermarktung wird der Verkauf von landwirtschaftlichen Erzeugnissen direkt von den ProduzentInnen an die EndverbraucherInnen verstanden. Formen der Direktvermarktung sind: Ab-Hof-Vermarktung, Märkte, Direkte Belieferung von Verbrauchergemeinschaften, Food-Coops, Großverbrauchern und Gemüse- bzw. Lebensmittelabonnements.

Als Vorteil der Direktvermarktung wird insbesondere ein Potenzial zur Regionalisierung der Agrarmärkte als Gegenbewegung zu dem Trend der ökonomischen Konzentrationsprozesse im Bedürfnisfeld Ernährung gesehen. Zudem bestehen Stärken in dem direkten Kontakt zwischen ErzeugerInnen und KonsumentInnen. Während die VerbraucherInnen die Möglichkeit haben, sich im direkten Kontakt ein Bild über Produktion und Verarbeitung ihrer Lebensmittel zu machen, ist es für die ErzeugerInnen möglich die Wünsche und Bedürfnisse ihrer KundInnen zu erfahren.

Die konkreten Umsetzungsvorschläge wenden sich insbesondere an VerbraucherInnen: So werden ihnen die Nutzung bzw. Organisation von Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften, Bio-Ringen, Food-Coops und Gemüseabonnements als nachhaltige Konsumalternativen vorgeschlagen.

### **3.6.2.2 Handlungskonzept Gemüseabonnement**

Gemüseabonnements aus regionaler und ökologischer Erzeugung werden als möglicherweise nachhaltiges Handlungskonzept beschrieben (z.B. UBA 1997, SCHÄFER, SCHÖN 1997, THOME 1998, KREUTZER 1999, TAPPESER, BAIER, DETTE, TÜGEL 1999). Durch dieses Konzept soll die ökologische Landwirtschaft und eine saisonale, regio-

nale und fleischärmere Ernährungsweise gefördert werden. Als Direktvermarktungssystem repräsentiert das Konzept eine Form der Handelsbeziehung, in der ErzeugerInnen und EndverbraucherInnen in einen direkten Kontakt und eventuell auch in Kommunikation miteinander treten. Dies entspricht den in der Debatte zu nachhaltigen Produktions- und Konsummustern präferierten Direktvermarktungssystemen.

Über Veränderungen in der Organisation der Ernährungsversorgung setzt das Handlungskonzept Gemüseabonnement zudem in privaten Haushalten als wichtige Akteursgruppe an, die das Konzept in die Alltagspraxis aufnehmen soll. Deshalb habe ich die Produktion und Nutzung von ökologischen Gemüsemittelabonnements als exemplarisches Beispiel für die Untersuchung von Umsetzungsbedingungen nachhaltiger Konsumalternativen im Bedürfnisfeld Ernährung ausgewählt<sup>69</sup>.

Zudem bietet diese (Direkt)Vermarktungsform für die Untersuchung der Fragestellung, wie sich nachhaltige Produktions- und Konsummuster in die Alltagsorganisation privater Haushalte implementieren lassen und mit welchen ökologischen Be- und Entlastungen dies verbunden ist, günstige Voraussetzungen:

- Gemüseabonnements operationalisieren alle für die Veränderung im Ernährungsbereich vorgeschlagenen Ziele, nämlich die Förderung von:
  - ⇒ Kontrolliert ökologischem Anbau
  - ⇒ Regionalisierung von Produktion und Konsum von Lebensmitteln
  - ⇒ Produktion und Konsum von saisonalen Produkten
  - ⇒ Vegetabilen Ernährungsweisen und damit indirekte Senkung des Fleischverbrauchs
  - ⇒ Erzeugung und Verwendung von gering vorverarbeiteten Lebensmitteln
- Die (Direkt)Vermarktungsform ist noch relativ jung und befindet sich in einem Entwicklungsprozess, indem die Anforderungen von AnbieterInnen und NutzerInnen sich noch in einem Aushandlungsprozess befinden.
- Gemüseabonnements können als Direktvermarktungsform mit regelmäßigem Kontakt zwischen ErzeugerInnen und VerbraucherInnen ein Potenzial zur Entwicklung neuer Kooperationsformen haben. Es soll untersucht werden, ob und u.U. wie sich die Beziehungen und Wechselwirkungen zwischen NutzerInnen und AnbieterInnen als soziale Innovation eines neuen ProduzentInnen-KonsumentInnen-Verhältnisses auf den Ressourcenverbrauch auswirken.

Mein Vorverständnis des möglicherweise nachhaltigen Produktions- und Konsummusters Gemüseabonnement mit dem ich an die Bearbeitung des Themas herangegangen bin, werde ich im Folgenden kurz umreißen.

In der Forschungskonzeption habe ich Gemüseabonnements als Konkretisierungsstrategie für ein nachhaltiges Produktions- und Konsummuster verstanden, indem sich Vorteile für die beteiligten AkteurInnen mit Entlastungen für die Umwelt verbinden können.

---

<sup>69</sup> Bei der Forschungskonzeption lag der Fokus auf Gemüseabonnements. Erst im Verlauf der Arbeiten stellte sich heraus, dass neben Gemüse und Obst zahlreiche AnbieterInnen auch andere Lebensmittel über Abonnements vermarkten.

**Vorteile für die ErzeugerInnen**, die sich aus der Vermarktungsform Gemüseabonnement ergeben, sind möglicherweise folgende Aspekte:

- Großer Einfluss auf die Vermarktung der eigenen Produkte
- Gut planbarer Absatz der Produktion
- Absatz von Produkten, die über den Großhandel nicht vermarktungsfähig sind<sup>70</sup>
- Feste KundInnenbindung
- Durch das Direktvermarktungssystem können Landwirte durch den Wegfall von Handelsspannen höhere Preise für ihre Produkte realisieren

Möglicherweise nachteilig kann sich auf die AnbieterInnen die aufwändige Organisation der Belieferung auswirken.

Es wurde erwartet, dass NutzerInnen von Gemüseabonnements vor allem den so genannten Öko-Avantgardisten zuzurechnen sind. Bei dieser NutzerInnengruppe kann vorausgesetzt werden, dass sie eher bereit sind, bei der Lebensmittelbeschaffung unter Umständen einen höheren Aufwand und eventuell auch Nachteile in Kauf zu nehmen. Insgesamt gehe ich von einer noch geringen Beteiligung am Abonnementssystem aus. Dennoch können aus der Untersuchung der kleinen Gruppe von Menschen, die sich bislang an Gemüseabonnements beteiligen, Hinweise darauf gewonnen werden, unter welchen Bedingungen sich mehr NutzerInnen an dieser Direktvermarktungsform beteiligen würden.

Als **Vorteile für die VerbraucherInnen**, die sich aus der Nutzung von Gemüseabonnements ergeben, sehe ich an:

- Produkttransparenz und große Glaubwürdigkeit durch Kenntnis der Herkunft und Kontakt zu den erzeugenden Betrieben
- Durch die Direktvermarktung und den Wegfall von Handelsspannen für Groß- und Einzelhandel günstigere Preise für ökologische Lebensmittel
- Frische der Produkte

Möglicherweise **nachteilig** kann für die NutzerInnen sein:

- Feste Abnahmeverpflichtung und Verträge
- Geringe bzw. mangelnde Einflussmöglichkeiten auf die Zusammensetzung der Lieferungen, wenig Berücksichtigung von individuellen Vorlieben und Abneigungen.
- Jahreszeitenabhängig eingeschränktes Produktangebot
- Größere Umstellungen in der Versorgungsarbeit durch Mehraufwand wegen geringer Vorverarbeitung der gelieferten Produkte, sowie mangelnde Produktkenntnis und Verarbeitungserfahrung auf Seiten der NutzerInnen

Ich bin von der Annahme ausgegangen, dass die Kooperation zwischen ErzeugerInnen und VerbraucherInnen zum wechselseitigen Nutzen der AkteurInnen erfolgt: Dem gesicherten Absatz ökologischer Produkte auf der Seite der Erzeugung und Unterstützung von ökologisch wirtschaftenden Landwirten durch KundInnen aus der Stadt, stehen Vorteile für die Ernährungsversorgung der privaten Haushalte durch einen preisgünstigen Bezug frischer, ökologisch erzeugter Produkte gegenüber. Als wesentliches Ziel

---

<sup>70</sup> Probleme mit der Vermarktung über den Großhandel resultieren aus zum Teil zu geringen Mengen und einer nicht ausreichend zu gewährleistenden Kontinuität der Belieferung. Zudem erfüllen manche Produkte die Merkmale der im Großhandel üblichen Handelsklassen nicht.

sehe ich die Stützung der regionalen, ökologischen Lebensmittelversorgung an, um mit einem Ausbau des ökologischen Landbaus einen Beitrag zur Umweltentlastung und zum Naturschutz zu leisten. Neben der Förderung des ökologischen Landbaus wird die verstärkte Nutzung regionaler, saisonaler und gering verarbeiteter Produkte als Beitrag der Vermarktungsform zum Umweltschutz aufgefasst. Zudem soll die Frage untersucht werden, ob regelmäßige Gemüselieferungen dazu beitragen können, den Fleischkonsum zu senken.

Aufgrund dieses Vorverständnisses erscheinen Gemüseabonnements als ein geeignetes Beispiel, um einerseits exemplarisch zu erkunden, welche Auswirkungen sich in der Organisation von Hausarbeit ergeben und welche ökologische Be- und Entlastungen mit dem Konzept in der Alltagsorganisation verbunden sind. Ich erwarte, dass sich für die Organisation und Durchführung der Reproduktionsarbeit Veränderungen ergeben, die sich als Mehrarbeit oder größerer organisatorischer Aufwand auswirken. Wirkungen auf die mit der Haushaltsproduktion verbundenen Umweltwirkungen können aus einer Veränderung von Stoff- und Energieströmen in der Ernährungsversorgung resultieren.

### **3.7 Gesundheitliche Aspekte der Vorschläge für eine nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung**

Ernährungsgewohnheiten und gesundheitlicher Zustand von Individuen werden in einen unmittelbaren Zusammenhang gestellt. Etwa ein Drittel aller Kosten im Gesundheitswesen werden von ernährungsbedingten Krankheiten erzeugt (RÖSCH, HEINCKE 2001: 242). Eine Reihe von Erkrankungen gelten als Folge von Fehlernährung, dazu gehören beispielsweise Karies, Herz-Kreislaufkrankungen, Arteriosklerose, Erkrankungen des Stoffwechsels, der Verdauungsorgane, des Bewegungsapparates, sowie bestimmte Krebsarten und Diabetes mellitus Typ II. Die derzeitigen Ernährungsgewohnheiten in Deutschland zeichnen sich vor allem durch eine zu hohe Aufnahme von Nahrungsenergie aus. Dies resultiert vor allem durch die zu hohe Aufnahme von Fett, Zucker und Alkohol. In Westdeutschland sind 67 % der Männer und 52 % der Frauen übergewichtig, bereits ca. 20 % der Kinder und Jugendlichen haben Übergewicht. Als untergewichtig gelten in Deutschland ca. 3,7 Millionen Menschen (RÖSCH, HEINCKE 2001: 242).

Aber nicht nur die Menge der gegessenen Lebensmittel gilt als ernährungsphysiologisch problematisch, als bedenklich werden auch die von vielen VerbraucherInnen bevorzugten Zusammenstellungen der Nahrungsmittel angesehen. Die von der „Deutschen Gesellschaft für Ernährung“ (DGE) empfohlenen Veränderungen der Ernährungsgewohnheiten gehen über eine bloße Reduktion der Energieaufnahme hinaus. Aus gesundheitlicher Sicht wird eine Senkung des Konsums tierischer Nahrungsmittel und die Ersetzung durch überwiegend pflanzliche, ballaststoffreiche Lebensmittel empfohlen. Ziel dieser Empfehlungen ist die Erhöhung der Aufnahme komplexer Kohlenhydrate<sup>71</sup>,

---

<sup>71</sup> Kohlenhydrate sind neben Fetten die wichtigsten Energielieferanten für den Menschen, sie bestehen entweder aus einem einzelnen, aus zwei oder mehreren Zuckerbausteinen. Sie werden in die Hauptgruppen Monosaccharide (z.B. Trauben- und Fruchtzucker; Disaccharide (z.B. Rübenzucker, Malz- und

Ballaststoffe<sup>72</sup> und essenzieller Nährstoffe<sup>73</sup>, sowie die Senkung der Fettaufnahme. Mit der veränderten Kost soll die Häufigkeit ernährungsbedingter Krankheiten gesenkt werden können. Wenn die von der „Deutschen Gesellschaft für Ernährung“ (DGE) angebotene Energiezufuhr angestrebt, aber gleichzeitig die übliche Nahrungsauswahl beibehalten wird, besteht die Gefahr einer Unterversorgung mit einigen essenziellen Nährstoffen aufgrund einer zu geringen Nährstoffdichte<sup>74</sup> der Durchschnittskost.

Insbesondere auch der Fleischkonsum ist in Deutschland zu hoch. Wie bereits dargestellt, ergab eine sehr detaillierte Untersuchung in Österreich (vgl. Kapitel 3.5.2.3) dass die dort erhobenen – und mit deutschen Verhältnissen vermutlich vergleichbaren - Verzehrsmengen für Männer und Frauen deutlich über den Verzehrsmengen liegen, die von der „Deutschen Gesellschaft für Ernährung“ als physiologisch sinnvoll empfohlen werden. Im Durchschnitt wird der aus ernährungswissenschaftlicher Sicht sinnvolle Fleischkonsum um 90 % überschritten, Frauen überschreiten ihn um 50 % während Männer die empfohlenen Mengen um 140 % übertreffen. (DÖCKER, KLOIMÜLLER, LANDSTEINER, NOHEL, PAYER, RÜTZLER, SIEDER und STOCKER 1994: 7). Mit dem überhöhten Fleischkonsum geht eine überhöhte Fettaufnahme einher, die durch die Bevorzugung von pflanzlichen Lebensmitteln reduziert werden kann. Die DGE empfiehlt pro Tag fünf mal Obst und Gemüse zu verzehren. Mit einer pflanzlich geprägten Nahrung könnte insbesondere auch der derzeit überhöhte Fettkonsum in Deutschland reduziert werden. Aus gesundheitlicher Sicht gilt eine Reduktion des Konsums von fettreichen Lebensmitteln wie Fleisch und Fleischprodukte, Milch- und Milchprodukte und Eier als notwendig. Studien ergaben einen besseren Gesundheitsstatus in Bezug auf Körpergewicht, Blutfette, Harnsäure und Bluthochdruck bei Menschen, die sich vorwiegend mit pflanzlichen Produkten ernähren (VON KOERBER, KRETSCHMER 1999:93).

Die Entwicklung einer pflanzlich geprägten Ernährungsweise, wie sie aus ökologischer Sicht für eine nachhaltige Entwicklung im Bedürfnisfeld Ernährung sinnvoll wäre, ent-

---

Milchzucker) sowie Polysaccharide (z.B. Stärke, Glykogen und ein Teil der Ballaststoffe) unterteilt. Polysaccharide werden auch als komplexe Kohlenhydrate bezeichnet. Für eine gesunde Ernährung empfiehlt die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE), Kohlenhydrate aus der Gruppe der Polysaccharide, also stärkehaltige und ballaststoffreiche Produkte zu bevorzugen. Der Anteil aller Kohlenhydrate an der täglichen Gesamtenergiezufuhr sollte mehr als 50 % betragen. Durch eine hohe Kohlenhydratzufuhr wird gleichzeitig die Aufnahme von fetthaltigen Lebensmitteln verringert. Auf die Verdauung wirken sich das größere Volumen und die bessere Steuerung des Sättigungsgefühls durch Kohlenhydrate günstig aus ([http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher\\_infos/index.htm](http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher_infos/index.htm)).

<sup>72</sup> Ballaststoffe sind unverdauliche, jedoch die Verdauung fördernde pflanzliche Nahrungsbestandteile ([http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher\\_infos/index.htm](http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher_infos/index.htm)).

<sup>73</sup> Der Begriff „Essenzielle Nährstoffe“ bezieht sich auf Nährstoffe, die lebensnotwendig sind und vom Körper nicht gebildet werden können. Sie müssen mit der Nahrung zugeführt werden. Es wird unterschieden zwischen essentiellen Aminosäuren (Valin, Leucin, Isoleucin, Phenylalanin, Lysin, Methionin, Threonin und Tryptophan), essentiellen Fettsäuren (z.B. Linolsäure und die aus ihr gebildeten Fettsäuren) und essentiellen Spurenelementen (Eisen, Jod, Kupfer, Zink, Mangan, Cobalt, Molybdän, Selen, Chrom, Nickel, Zinn, Fluor und Vanadium) ([http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher\\_infos/index.htm](http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher_infos/index.htm)).

<sup>74</sup> Unter Nährstoffdichte versteht man die Menge eines Nährstoffes in einem Lebensmittel im Verhältnis im Energiegehalt des Lebensmittels. Lebensmittel, deren Nährstoffdichte hoch ist, werden als ernährungsphysiologisch günstig bewertet. Dazu zählen z.B. die meisten Milchprodukte. Ihre Nährstoffdichte übersteigt für einen Großteil der enthaltenen Nährstoffe (z.B. Calcium, Magnesium) die erforderliche Nährstoffdichte von Lebensmitteln für die Ernährung der meisten Personengruppen (z.B. Kinder, Erwachsene, Schwangere, alte Menschen) ([http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher\\_infos/index.htm](http://www.dge.de/Pages/navigation/verbraucher_infos/index.htm)).



spricht somit auch Vorschlägen der „Deutschen Gesellschaft für Ernährung“ für eine gesundheitsverträglichere Ernährungsweise. Zudem hätte eine Veränderung der Ernährungsweise größerer Teile der Bevölkerung vermutlich zur Folge, dass sich der Gesundheitszustand in Bezug auf ernährungsbedingte Krankheiten verbessern könnte, was zusätzliche Effekte für eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft mit sich bringen kann.

Im Grundsatz der Bevorzugung gering beziehungsweise mäßig verarbeiteter Lebensmittel liegt der gesundheitliche Vorteil, dass möglichst naturbelassenen Nahrungsmittel mehr essenzielle Inhaltsstoffe und gesundheitsfördernde Substanzen wie Ballaststoffe und sekundäre Pflanzenstoffe enthalten, als verarbeitete Lebensmittel, in denen oftmals wertvolle Inhaltsstoffe vermindert oder abgetrennt werden (z.B. Auszugsmehle, isolierte Zucker). Außerdem können Lebensmittelzusatzstoffe gemieden werden, was zusätzlich mit weniger Gesundheitsrisiken verbunden ist. Auch andere Aspekte einer Ernährung wie sie zur nachhaltigen Entwicklung dieses Bedürfnisfeldes vorgeschlagen werden, haben gesundheitlich förderliche Wirkungen.

Die Versorgung mit regionalen Produkten hat deshalb gesundheitsförderlichen Aspekt weil es durch die Vermeidung von längeren Transportwegen und -zeiten möglich wird, dass die Produkte vor der Ernte ausreifen können, was sowohl dem Geschmack als auch dem Erhalt von essenziellen, gesundheitsfördernden Substanzen dient. Zudem wird als weiterer gesundheitlicher Vorteil gesehen, dass Freilandprodukte, wie sie in der ökologischen Landwirtschaft vorrangig angebaut werden, in der Regel weniger gesundheitsbeeinträchtigende Rückstände wie Nitrat und Pestizide enthalten, als Erzeugnisse aus Gewächshausanbau (VON KOERBER, KRETSCHMER 1999: 93).

### **3.8 Untersuchungsziele: Gemüseabonnements – ein Baustein für eine nachhaltige Entwicklung im Bedürfnisfeld Ernährung?**

Die Stärkung der ökologischen Landwirtschaft ist Teil des Weges zu einer nachhaltigen Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung. Positiv auf die Umwelt wirkt die Ökologische Landwirtschaft durch:

- die Förderung natürlicher Stoffkreisläufe in der Produktion
- die Verminderung des Energie- und Rohstoffeinsatzes
- die Verminderung der Emission von klimarelevanten Gasen
- den Verzicht auf mineralische Düngemittel und Pestizide und damit eine Reduktion der Nähr- und Schadstoffbelastung von Boden, Luft und Wasser
- die Bodenerhaltung durch schonende Bearbeitungsverfahren
- den Erhalt der ökologischen Vielfalt sowie den Erhalt und die Stärkung natürlicher biotischer Systeme

Zusätzlich positive Effekte können durch die Vermarktungsform Gemüseabonnement durch eine Regionalisierung und Saisonalisierung der Ernährungsversorgung erzielt werden.

Die ökonomische Situation der Landwirtschaft insgesamt hat sich in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend verschärft. In Deutschland ist der Lebensmittelmarkt von einem starken Konkurrenzdruck geprägt und die Preise für Lebensmittel unterliegen harten Wettbewerbsbedingungen. Insbesondere die Preise, die ErzeugerInnen für ihre Produkte erzielen können, sind stark in den vergangenen Jahrzehnten gesunken. Die Produkte der ökologischen Landwirtschaft mit ihren – in Regel - höheren Preisen stehen in dieser Situation im Wettbewerb mit oft billigeren Produkten aus konventioneller Erzeugung. Zwar sind die Ausgaben für Lebensmittel der privaten VerbraucherInnen in den vergangenen Jahrzehnten im Verhältnis zu den Löhnen stark gesunken, andere Kosten der Lebensführung sind aber gleichzeitig angestiegen, sodass dies nicht unbedingt bedeutet, dass sich die finanziellen Spielräume privater Haushalte erhöht haben.

Eine Förderung der ökologischen Landwirtschaft ist in Deutschland bislang vor allem im Sektor der Produktion durch Umstellungshilfen für die Landwirte erfolgt. Eine Stützung des Absatzes der Produkte hat nur wenig stattgefunden. Der Vergleich der Anteile des ökologischen Landbaus in Europa zeigt, dass Länder, in denen auch die Vermarktung der Produkte gefördert wurde, wie in der Schweiz, Österreich und Dänemark, im Jahr 2001 ein höherer Anteil ökologisch bewirtschafteter Flächen zu verzeichnen war als in Deutschland (vgl. Tabelle 4, S. 51).

Die Förderung der Vermarktung kann auch in Deutschland dazu beitragen, dass die Bedeutung des ökologischen Landbaus gestärkt wird. Dazu gibt es verschiedene Möglichkeiten. Im Rahmen dieser Arbeit beschäftige ich mich mit der Frage, inwieweit die Direktvermarktungsform Gemüseabonnement an einer Stärkung des Absatzes von Produkten aus ökologischem Landbau mitwirken kann.

Im empirischen Teil meiner Arbeit möchte ich in Bezug auf das Handlungskonzept Gemüseabonnement folgende Fragen klären, die Einfluss darauf haben, ob Gemüseabonnements zu einer nachhaltigen Entwicklung des Bedürfnisfeldes Ernährung beitragen können:

- Welche Angebote gibt es in der Region Berlin / Brandenburg? Ich möchte die in Berlin und Brandenburg bestehenden Angebote untersuchen und beschreiben. Ich werde die erfolgte Entwicklung der brandenburgischen Betriebe nachzeichnen und so verdeutlichen worin die Besonderheiten eines Gemüseabonnementbetriebes bestehen.
- Welche Wirkungen hat das Angebot Gemüseabonnement auf die ökologischen Betriebe und die in ihnen beschäftigten Menschen? Um für eine Gesamtbewertung sowohl den Produktions- als auch den Nutzungsbereich in den Blick zu nehmen, werde ich die verschiedenen Arbeitsbereiche in einem Gemüseabonnementbetrieb analysieren und dabei auch auf die Situation der Beschäftigten eingehen.
- Wie beurteilen die ErzeugerInnen das Vermarktungskonzept Gemüseabonnement? Ich werde eine Bewertung des Vermarktungssystems Gemüseabonnement aus Sicht der ErzeugerInnen erheben und diese in Hinblick auf Hemmnisse und Potenziale und besondere Anforderungen auswerten.

- Kann es durch das neue Vermarktungskonzept Gemüseabonnement gelingen, neue VerbraucherInnen für die Verwendung von ökologischen Produkten zu gewinnen?
- Woher stammen die Produkte, die mit Gemüseabonnements vermarktet werden. Gelingt es tatsächlich, vorwiegend regional und saisonal erzeugte Lebensmittel zu vermarkten oder erfordern es die Wünsche der KundInnen einen (größeren) Teil der ausgelieferten Produkte zu importieren?
- Welche ökologischen Auswirkungen hat die Belieferung, die ein wesentliches Element des Angebotes Gemüseabonnement ist? Wird durch die Belieferung der KundInnen mehr Verkehr erzeugt oder können durch eine Reduzierung des individuellen Einkaufsverkehrs negative Umweltwirkungen verringert werden?
- Hat die regelmäßige Belieferung mit ökologischen Produkten Einfluss auf die Ernährungsgewohnheiten der NutzerInnen von Gemüseabonnements? Führt die regelmäßige Belieferung mit größeren Mengen frischer und unverarbeiteter Gemüse dazu, dass sich die Zusammensetzung der in den Haushalten verwendeten Lebensmittel verändert? Insbesondere interessieren mich der Einfluss auf den Verbrauch von Convenience- und Fleischprodukten. Werden durch Gemüseabonnements mehr Produkte aus ökologischem Landbau verwendet und verändert sich insgesamt der Verbrauch an Produkten aus regionaler und saisonaler Produktion? Zusammengefasst möchte ich in Bezug auf ökologische Aspekte ermitteln, ob sich durch die Nutzung eines Gemüseabonnements die Ernährung ändert und inwieweit dies zu einer nachhaltigen Entwicklung im Bedürfnisfeld Ernährung beitragen kann.

## **4 Gesellschaftliche Organisation von Hausarbeit - Voraussetzungen für die Umsetzung nachhaltiger Konsumalternativen in privaten Haushalten**

### **4.1 Blinde Flecken - Bedingungen der Arbeit in privaten Haushalten**

Im vorstehenden Kapitel habe ich gezeigt, dass in der Nachhaltigkeitsdebatte bedeutende Veränderungen im Bereich des Konsumverhaltens in privaten Haushalten gefordert werden. Unter privaten Haushalten verstehe ich Lebenszusammenhänge von Individuen, die durch gemeinsames Wohnen und Wirtschaften charakterisiert sind (SPIEGEL 1986). Die Probleme, die bei der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die alltägliche Versorgungsarbeit entstehen können, werden in den Debatten um eine nachhaltige Gestaltung von Konsum bislang kaum thematisiert.

Insbesondere die Analyse von Arbeit und Arbeitsbedingungen in privaten Haushalten werden in der Debatte um nachhaltige Konsumalternativen meist ausblendet. Feministische Wissenschaftlerinnen bearbeiten den Themenbereich seit den 70er Jahren, sodass Ergebnisse dazu vorliegen, unter welchen Bedingungen Hausarbeit in privaten Haushalten geleistet wird. Diese sind bislang kaum in der Debatte um die Veränderung des privaten Konsums berücksichtigt worden. Daher möchte ich diese Ergebnisse feministischer Forschung in diesem Kapitel zusammenstellen, um sie in Beziehung setzen zu können, zu den Vorschlägen an private Haushalte ihr Konsumverhalten zu verändern.

In den meisten Veröffentlichungen im Rahmen der Debatte um eine Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster wird nicht thematisiert, dass mit einer Veränderung des Konsumverhaltens privater Haushalte Mehrarbeiten einhergehen können oder sich andere Hemmnisse für die Umsetzung aus den Anforderungen der alltäglichen Versorgung ergeben können. Die Berücksichtigung der Bedingungen unter denen Hausarbeit heute geleistet wird, ist m.E. notwendig, um Handlungskonzepte zu entwickeln, die sich in die Alltagsorganisation einbinden lassen, ohne zu einer zusätzlichen Arbeitsbelastung zu führen.

Die Vorschläge für eine Veränderung der Konsumgewohnheiten in privaten Haushalten unterlegen das Bild traditioneller Kleinfamilien mit geschlechtshierarchisierender Arbeitsteilung, ohne dies explizit zu benennen. Die traditionelle Struktur, in der insbesondere die Arbeitskraft einer Person - meist einer Frau - vorrangig für Haus- und Versorgungsarbeiten zur Verfügung steht, wird häufig als selbstverständlich gegeben vorausgesetzt. Damit wird die Verantwortung für die Umsetzung nachhaltiger Konsumalternativen in hohem Maße an Frauen verwiesen. Zudem haben die gesellschaftlichen Entwicklungen in der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts dazu geführt, dass bürgerliche Kleinfamilien zahlenmäßig an Bedeutung verlieren und andere Lebensformen (z.B. Einpersonenhaushalte oder Ein-Elternfamilien) zunehmen, wodurch sich die

zur Verfügung stehenden Arbeitskapazitäten für Haus- und Versorgungsarbeiten verändert haben.

Irmgard SCHULTZ entwickelte am Beispiel der Abfallwirtschaft die These von der „Feminisierung der Umweltverantwortung“ und belegt eine Verschiebung von Verantwortlichkeit für den Umweltverbrauch an private Haushalte. Christa Wichterich beschrieb ähnliche Entwicklungen für die Länder des Südens und verwendete für die Verschiebung von Verantwortung aus öffentlichen in private Bereiche ebenfalls den Begriff „Feminisierung der Umweltverantwortung“. In Deutschland wurde Ende der achtziger Jahre eine große Umweltaufklärungskampagne zum „sogenannten Abfallproblem“ (SCHULTZ 1995: 194) durchgeführt, die sich insbesondere an private Haushalte wandte. Öffentliche Haushalte der Gemeinden und privatwirtschaftlich organisierte Haushalte der Industrie- und Gewerbebetriebe wurden weniger stark berücksichtigt. Mit dieser Vorgehensweise fand eine Verengung der Problemdefinition statt, die aus dem „Abfallproblem“ ein „Hausmüllproblem“ machte, obwohl nach SCHULTZ der Anteil des Hausmülls nur ca. 5 % des Gesamtabfallaufkommens in der BRD beträgt. Mit der Problemverschiebung in die privaten Haushalte erfolgte auch eine Verschiebung der Problemdefinition zu einem Verhaltensproblem der EndverbraucherInnen, wobei die tatsächlichen Einflussmöglichkeiten von VerbraucherInnen überhöht und Industrie und Handel von ihrer Produkt- und Materialverantwortung entlastet wurden (vgl. SCHULTZ 1995: 196 ff). Die Verschiebung ökologischer Verantwortung in den Haushaltsbereich findet sich auch in anderen Bereichen wie z.B. bei der Energie- und Wasserversorgung wieder.

Ines WELLER (1999c) zeigt für den traditionell privatwirtschaftlich organisierten Produktionsbereich Textilien eine ähnliche Struktur: Die Stoffströme, die mit der textilen Kette verbunden sind, werden vorrangig als aus dem Konsum von Bekleidungstextilien im privaten Gebrauch resultierend verstanden. In diesem Bereich zeigt sich bei genauerer Analyse, dass der Konsum in der öffentlichen Sphäre<sup>75</sup> - auf den private VerbraucherInnen keinen Einfluss haben - einen erheblichen Anteil an den gesamten Ressourcenverbrauch im Textilbereich hat. WELLER zeigt zudem, dass auch innerhalb der privaten Nutzung von Bekleidungstextilien der Einfluss von VerbraucherInnen auf Stoffströme gering ist. Diese entstehen oft produktionsbedingt und werden z.B. notwendig, um den Materialanforderungen, die sich aus der industriellen Produktion<sup>76</sup> ergeben, gerecht zu werden. Die VerbraucherInnen erfahren über diese Materialeinsätze wenig, wenn sie nicht gar dazu dienen, sie über die Qualität von Produkten zu täuschen<sup>77</sup> (WELLER 1999c).

An den Beispielbereichen zeigen sich vergleichbare Strukturen: Private Haushalte, bzw. die Menschen, die in ihnen wirtschaften, werden als wichtiger Ausgangspunkt eines umweltorientierten Konsumverhaltens verstanden. Es findet eine Zuweisung der

---

<sup>75</sup> Bedeutsam ist sowohl der Verbrauch technischer Textilien, worunter textile Gewebe in allen Wirtschaftsbereichen zu verstehen sind (z.B. Dichtungsmaterialien für Abfalldeponien, Textilien für medizinische Zwecke, Planen für diverse Verwendungen, Autoreifen etc.), aber auch der Konsum von Bekleidungstextilien (z.B. Uniformen) im öffentlichen Bereich.

<sup>76</sup> Z.B. Umhüllung der Fasern mit „Schlichten“ damit die Fasern den hohen mechanischen Belastung bei der maschinellen Verarbeitung mit industriellen Webstühlen Stand halten können (WELLER 1999c: 141).

<sup>77</sup> WELLER nennt als Beispiel den Einsatz von Zinnverbindungen um bessere Gewebeeigenschaften von Seide zu suggerieren (WELLER 1999c: 141).

Verantwortung in den Bereich privater Haushalte statt. Als wesentlich für eine nachhaltige Entwicklung wird die „Richtigkeit“ von Kaufentscheidungen in privaten Haushalten gesehen. Konsumententscheidungen werden als Kaufentscheidungen verstanden. Die Marktmacht der KonsumentInnen könne über Nichtkauf dazu führen, dass Produkte nicht hergestellt werden. Die tatsächlichen Gestaltungs- und Einflussmöglichkeiten werden jedoch nicht berücksichtigt.

Zudem fehlt eine Reflektion der Rahmenbedingungen unter denen in privaten Haushalten gewirtschaftet wird. So bleiben die entwickelten Konzepte ohne einen Bezug auf die Umsetzungsbedingungen und berücksichtigen deshalb mögliche Hemmnisse und Potenziale nicht. Die Ausblendung der Rahmenbedingungen von Haus- und Versorgungsarbeit in der Debatte um die ökologische Krise kann zu Konzepten führen, bei deren Umsetzung höhere Arbeits-, Koordinations- und Managementanforderungen gestellt werden.

Aus der weiterhin mangelnden Beteiligung von Männern an den Versorgungsarbeiten resultiert, dass mit Hausarbeit noch immer im Wesentlichen Frauen befasst sind. Dennoch werden in dieser Arbeit Fragen der Reproduktionsarbeit nicht als „Frauenfragen“ behandelt. Ich halte eine analytische Trennung von Reproduktionsarbeit und den Bedürfnissen, die sich aus dieser Tätigkeit ergeben, von den Interessen und Belangen von Frauen für notwendig, um Reproduktionsarbeit systematisch beschreiben zu können, ohne die gesellschaftliche Zuschreibung dieser Arbeit an Frauen fortzuführen (vgl. JURCYK/RERRICH 1993a, BAUHARDT 1995). JURCYK und RERRICH setzen sich in ihrer Studie zur „Arbeit des Alltags“ mit der Problematik der Fortschreibung der Verantwortungszuweisung an Frauen für den Bereich der Reproduktionsarbeiten auseinander und kommen zu dem Schluss: „Es ist sowohl theoretisch als auch politisch bedeutsam, die Geschlechterproblematik von der Problematik der Sorge um andere trennen zu können, auch wenn sich dies in der sozialen Wirklichkeit immer wieder mischt“ (JURCYK; RERRICH 1993b: 307f). Sie setzen in ihrer Arbeit voraus, dass sich in der gesellschaftlichen Organisation der Arbeitsteilung geschlechtshierarchische Mechanismen spiegeln. „Die Beziehungen zwischen Familienmitgliedern, zwischen Generationen und Geschlechtern sind hierarchische Beziehungen, bei denen es nicht nur um die Verteilung von Arbeit im Alltag geht, sondern gleichzeitig um die Verteilung von Macht und Ressourcen. Die Prozesse der Herstellung eines gemeinsamen Alltags sind auch - wenn auch nicht nur - hierarchische Prozesse, die sich vor allem an das Geschlechterverhältnis binden“ (JURCYK; RERRICH 1993a: 276). BAUHARDT betont darüber hinaus die Notwendigkeit „reproduktive Bedürfnisse als Grundbedürfnisse menschlicher Existenz zu begreifen und gleichzeitig den Prozess der gesellschaftlichen Abwertung von Frauen und der von ihnen geleisteten Arbeit zu skandalisieren“ (BAUHARDT 1995: 65, Hervorhebung im Original).

Mit der Verschiebung der Umweltverantwortung in die private Sphäre, in der keine tiefgreifenden Einflussmöglichkeiten bestehen, beschränken sich die entwickelten Konzepte auf Appelle zu einer Veränderung von Konsumverhalten. Notwendig wäre aber eine grundlegende Veränderung von gesellschaftlichen Produktions- und Konsummustern, zu deren Konzeption die Analyse der Handlungsspielräume und Rahmenbedingungen der verschiedenen gesellschaftlichen Akteure gleichwertig nebeneinander und in ihren Wechselwirkungen aufeinander notwendig ist. Eine Entwicklung neuer und um-

fassender Konzepte müsste sich an den Anforderungen aus den Bedürfnisfeldern (Ernährung, Bekleidung, Wohnen, Bildung, Freizeit und Mobilität) orientieren. Notwendig ist die Berücksichtigung der Rahmenbedingungen unter denen in privaten Haushalten gewirtschaftet wird. Eine solche Betrachtungsweise setzt sehr tief in der Struktur der gesellschaftlichen Organisation an und erfordert als Teil des Lösungsansatzes die Aufhebung der hierarchischen Trennung gesellschaftlicher Sphären.

Auch für eine Auseinandersetzung mit bestehenden Konzepten zur Veränderung von Konsumverhalten ist es notwendig, die Umsetzungsbedingungen im Alltagshandeln zu berücksichtigen. Deshalb steht im Zentrum dieses Kapitels die Frage, wie sich die heutige Situation von Haus- und Versorgungsarbeit darstellt. Mit der Bearbeitung dieser Fragestellungen soll eine Grundlage geschaffen werden, auf der eine der zentralen Fragen dieser Arbeit, nämlich wie sich durch den Bezug von Gemüseabonnements die Versorgungsarbeit verändert, beantwortet werden kann.

Diese Fragestellung entwickelte sich aus der These, dass die Umsetzung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster davon abhängig ist, ob Angebote möglicherweise nachhaltiger Versorgungsalternativen auf Strukturen treffen, in denen sie anwendbar und lebbar sind. In diesem Zusammenhang ist insbesondere die Fragestellung relevant, wie die Versorgungsstrukturen und Rahmenbedingungen privater Haushalte aktuell aussehen, auf welche Grenzen und Potenziale als nachhaltig eingeschätzte Angebote treffen und wie diese eventuell modifiziert werden müssten, um für einen größeren NutzerInnenkreis praktikabel zu sein.

### ***Überblick über die Konzeption dieses Kapitels***

In diesem Kapitel sollen die Ergebnisse von Forschung zu den Bedingungen, unter denen Hausarbeit in Industriestaaten geleistet wird, sowie die historischen Entstehungszusammenhänge privater Hausarbeit und die Mechanismen geschlechtsspezifischer Zuweisung von Arbeitsbereichen dargelegt werden.

In Kapitel 4.2 erfolgt eine Auseinandersetzung mit den Begriffen Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion sowie mit dem gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Stellenwert der in privaten Haushalten geleisteten Arbeit. Um zu verdeutlichen, dass die heutige Organisation der Hausarbeit Produkt historischer gesellschaftlicher Prozesse ist, folgt die Darstellung des Prozesses der Zuweisung der Verantwortung für Reproduktionsarbeit an Frauen und ein kurzer Abriss der Entwicklung von Hausarbeit parallel zur industriellen Revolution (Kapitel 4.3). Bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts gab es eine Diskussion um die Organisation von Hausarbeit, weil sich schon damals das Problem einer Arbeitsüberlastung von Frauen zeigte. Als Lösungsansätze wurden Konzepte der gesellschaftlichen Neuorganisation von Versorgungsarbeiten, bei der Haus- und Versorgungsarbeiten kollektiv für größere Verbände von Menschen, z.B. innerhalb von Nachbarschaften verrichtet werden sollten. Der Gegenentwurf sah die Rationalisierung der Hausarbeit in den einzelnen privaten Haushalten als Lösung der hohen Arbeitsbelastung von Frauen durch Erwerbs- und Versorgungsarbeiten. Mit Hilfe von Technik sollte die in privaten Haushalten anfallende Arbeit so stark verringert werden, dass Erwerbstätigkeit und Versorgungsarbeit für Frauen vereinbar werden sollte. In dieser Diskussion wurde die einseitige Zuschreibung der Verantwortlichkeit an Frauen und die stärkere Einbeziehung von Männern in Versorgungsarbeiten nicht diskutiert.

Der Ansatz der Rationalisierung konnte sich gegenüber einer neuen gesellschaftlichen Organisation von Haus- und Reproduktionsarbeit behaupten und prägt heute mit einer Vielzahl von Produkten, die Hausarbeit vereinfachen und beschleunigen sollen, den Alltag in der Mehrzahl der privaten Haushalte.

Als bedeutsam für die heutige Organisation von Hausarbeit und der mit ihr verbundenen Energie- und Stoffflüsse sehe ich die Diskussion zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts an: Für wesentlich für einen notwendigen gesellschaftlichen Diskurs über die Organisation der Reproduktionsarbeit halte ich die quantitativen und qualitativen Veränderungen privater Haushalte in den vergangenen Jahrzehnten, die sich insbesondere in der schwindenden gesellschaftlichen Bedeutung bürgerlicher Kleinfamilien ausdrückt. Daher stelle ich in Kapitel 4.4 die Veränderung der demografischen Struktur in der Bundesrepublik dar. Das Kapitel über die Umsetzungsbedingungen für nachhaltige Konsumalternativen in privaten Haushalten wird abgeschlossen mit einer Darstellung von Arbeiten, die sich mit dem zeitlichen Aufwand für Reproduktionsarbeiten in privaten Haushalten beschäftigen. In Kapitel 4.5 stelle ich die Ergebnisse des 4. Kapitels in Bezug auf ihre Relevanz für die Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster zusammen.

## **4.2 Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion - Begriffsklärung und Darstellung des Forschungsstandes**

Das Konsumverhalten in privaten Haushalten ist eng mit der Hausarbeit verbunden, die über materiellen Energie- und Stoffverbrauch in den gesellschaftlichen Wirtschaftsprozess eingebunden ist. Für die Beschreibung der gesellschaftspolitischen und ökonomischen Bedingungen unter denen Hausarbeit geleistet wird, sowie ihren umweltrelevanten Dimensionen eignen sich die Begriffe „Reproduktionsarbeit“ und „Haushaltsproduktion“.

Das Thema der Arbeitsbedingungen von Hausarbeit ist ein Feld feministischer sozialwissenschaftlicher Forschung, in dem der Begriff „Reproduktionsarbeit“ geprägt worden ist. Entsprechend operieren feministische Wissenschaftlerinnen auch mit diesem Begriff, wenn es um die Kritik an bisher entwickelten Konzepten für die Entwicklung eines nachhaltigen Konsumverhaltens geht. Auch aus diesem Grund möchte ich diesen Begriff im Folgenden reflektieren.

Der mit dem Konsumverhalten privater Haushalte verbundene Energie- und Ressourcenverbrauch als Teil gesamtgesellschaftlichen Wirtschaftens wird mit diesem Begriff jedoch nicht erfasst. Die materielle Komponente von Hausarbeit wird m. E. besser in dem Begriff „Haushaltsproduktion“ wiedergegeben. Dieser wird im Anschluss erläutert und diskutiert.

Die Konzepte, die diesen beiden Begriffen zu Grunde liegen, entstammen verschiedenen theoretischen Diskussionssträngen. Der Begriff „Reproduktionsarbeit“ wurde in der feministischen Debatte um Hausarbeit konzeptionell als Gegenbegriff im Begriffspaar Produktionsarbeit - Reproduktionsarbeit geprägt und bildet im Rahmen gesellschaftlich notwendiger Arbeit (KITTLER 1980) die Bezeichnung für unentlohnt verrichtete Arbeiten in der als privat definierten Sphäre der Reproduktion von Arbeitskraft. Er bildet den



Gegenbegriff zu bezahlt geleisteter Arbeit in der als öffentlich definierten Sphäre der Produktion von Gütern und Dienstleistungen.

Der Begriff „Haushaltsproduktion“ entstammt der Debatte um eine andere Konzeption von gesellschaftlicher Wohlfahrt, in der die Trennung von „produktiver“ und „unproduktiver“ Arbeit in einer öffentlichen und einer privaten Sphären nicht nachvollzogen wird. Als Quelle gesellschaftlicher Wohlfahrt wird in diesem Konzept die Arbeit in vier gesellschaftlichen Bereichen (marktwirtschaftliche Unternehmen, staatliche Einrichtungen, intermediäre Assoziationen und private Haushalte, vgl. Kapitel 4.2.2) als gleichwertig nebeneinander und unabhängig von ihrer monetären Bewertung als wohlfahrtsstiftend verstanden. Das Verständnis von „Haushaltsproduktion“ als gleichwertiger Bereich gesellschaftlicher Produktion von Wohlfahrt setzt die Hausarbeit auch in Bezug auf den mit ihr verbundenen Energie- und Stoffverbrauch gleichwertig neben die anderen Bereiche gesellschaftlicher Wohlfahrtsproduktion und wertet diesen Bereich nicht als „privat“ ab.

Zur Beantwortung meiner Fragestellungen ist ein Begriffssystem der in privaten Haushalten geleisteten Arbeit notwendig, indem die verschiedenen Dimensionen abgedeckt sind: Einerseits ist die Berücksichtigung der Bedingungen unter denen Hausarbeit geleistet wird erforderlich, andererseits die Auffassung des Handelns in privaten Haushalten als Teil des gesamtgesellschaftlichen Wirtschaftsprozesses und der damit verbundenen materiellen Auswirkungen. Insbesondere die Berücksichtigung der Wechselwirkungen zwischen dem Handeln in privaten Haushalten und der gesamtgesellschaftlichen Wirtschaftsweise muss möglich sein, denn infrastrukturelle Rahmenbedingungen und Angebote stecken Optionen für das konkrete Handeln individueller Haushalte ab. Die Präferenzen für bestimmte Handlungsoptionen durch private Haushalte, die auch auf ihren Arbeits- und Organisationsbedingungen basieren, bedingen die Ausweitung von Angeboten (z.B. die Bevorzugung von Convenience-Produkten). Ich vermute, dass diese Wechselwirkungen einen direkten Einfluss auf den Ressourcenverbrauch haben, der mit der Bedürfnisbefriedigung verbunden ist.

Im Kontext der Untersuchung des als nachhaltig eingeschätzten Produktions- und Konsummusters „Ökologisches Gemüseabonnement“ halte ich die Aufarbeitung der Bedingungen unter denen Hausarbeit in einer industriellen Gesellschaft geleistet wird, für notwendig, um Hinweise für Hemmnisse in der Umsetzung zu erfassen.

Die Begriffe „Reproduktionsarbeit“ und „Haushaltsproduktion“ weisen Überschneidungsbereiche auf: Beide Begriffe beziehen sich auf in privaten Haushalten unentgeltlich erbrachte Arbeiten zur Wiederherstellung der physischen und psychischen Leistungsfähigkeit von Menschen. Sie weisen in ihrer unterschiedlichen Schwerpunktsetzung aber auch wechselseitige Fehlstellen auf, die im Folgenden beschrieben und diskutiert werden.

## **4.2.1 Reproduktionsarbeit - gesellschaftliche Analyse und Untersuchung des spezifischen Arbeitscharakters von Hausarbeit**

Der Begriff Reproduktionsarbeit wurde im Rahmen feministischer Forschung geprägt und legt den Schwerpunkt der Betrachtung der in privaten Haushalten verrichteten Arbeiten auf zwei analytische Ebenen, auf die ich in den folgenden Kapiteln näher eingehen werde.

Auf der gesellschaftlichen Ebene geht es um die Beschreibung der Bedingungen unter denen Hausarbeit geleistet wird. Im Kern handelt es sich um die gesellschaftliche Minderbewertung, die aus der Dichotomisierung von bezahlter Erwerbsarbeit und unbezahlter Hausarbeit und der Verortung in die verschiedenen Sphären von Öffentlichkeit und Privatheit resultiert. Wesentlich ist die Zuweisung der Verantwortlichkeit für Reproduktionsarbeit in der privaten Sphäre an Frauen qua historisch entstandener Definitionen weiblicher und männlicher „Geschlechtscharaktere“ (HAUSEN 1976).

Auf einer weiteren Ebene der Betrachtung beschäftigt sich feministische Forschung mit der Beschreibung der spezifischen Besonderheiten des Arbeitscharakters von Reproduktionsarbeit. Diese ergeben sich im Wesentlichen direkt aus der gesellschaftlichen Minderbewertung, aber auch aus der Sorge um andere Menschen.

### **4.2.1.1 Analyse der gesellschaftlichen Bedeutung von Reproduktionsarbeit**

Die wesentlichen Ergebnisse der gesellschaftlichen Analyse von Reproduktionsarbeit durch feministische, sozialwissenschaftliche Forschung sind zusammengefasst drei Merkmale, die ich im Folgenden ausführlich darstellen werde:

- Reproduktionsarbeit ist gesellschaftlich unsichtbar und wird unbezahlt erbracht.
- Reproduktionsarbeit gilt als weibliche Beschäftigung, die Zuweisung ist Folge der Dichotomisierung der „Geschlechtscharaktere“.
- Das gesellschaftliche Primat der Erwerbsarbeit prägt die Rahmenbedingungen unter denen Reproduktionsarbeit geleistet wird.

#### ***Reproduktionsarbeit - unbezahlt und unsichtbar***

Mit der Trennung von privater und öffentlicher Sphäre geht eine hierarchische Bewertung der Arbeitsbereiche einher. Erwerbsarbeit gilt als die Arbeit, die Werte erwirtschaftet und Lebensgrundlagen schafft. Die in der privaten Sphäre geleistete Hausarbeit hingegen, bleibt als Arbeit unsichtbar und wird gesellschaftlich wenig anerkannt. Die Unsichtbarkeit der Hausarbeit ist, folgt man den Ergebnissen der Frauenforschung der siebziger und achtziger Jahre, eine Folge ihrer Unbezahltheit (vgl. z.B. BOCK, DUDEN 1977, KETTSCHAU 1981).

„Die Hausarbeit ist vom direkten Zugang zum Austauschmittel Geld abgetrennt, das der Lohnarbeitende als Gegenwert für die Verausgabung seiner Arbeitskraft erhält, und das ihm seine gesellschaftlichen, ökonomischen und kulturellen Beziehungen ermöglicht. Die Hausfrau und ihre Arbeit scheinen dagegen marktökonomisch nicht existent. Für ihre eigene Subsistenzsicherung ist sie auf private Regelungen der Beteiligung am

Einkommen aus Lohnarbeit anderer angewiesen“ (ECKART, JAERISCH, KRAMER 1979: 186).

Aus der Nichtentlohnung resultiert, dass Hausarbeit nicht in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung berücksichtigt wird, da in diese nur monetär bewertete Leistungen eingehen. Diese Erkenntnis führte Ende der siebziger bis Mitte der achtziger Jahre zu einer Auseinandersetzung um eine ökonomischen Berücksichtigung von Hausarbeit, in deren Folge die Bezahlung von Hausarbeit kontrovers diskutiert und die Berücksichtigung von Hausarbeit in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und der Berechnung des Bruttosozialproduktes gefordert wurde.

### ***Zuschreibung von Reproduktionsarbeit als weibliche Tätigkeit - Dichotomisierung der „Geschlechtscharaktere“***

Der Begründungszusammenhang in dem die Erledigung von Hausarbeit in den Verantwortungsbereich von Frauen gelegt wird, hat sich historisch normativ entwickelt. Argumentiert wird (zum Teil noch immer) mit unterschiedlichen „Geschlechtscharakteren“ von Männern und Frauen. HAUSEN beschreibt die dichotomen Inhalte der „Geschlechtscharaktere“ wie folgt: „Den als Kontrastprogramm konzipierten psychischen `Geschlechtseigenthümlichkeiten´ zu Folge ist der Mann für den öffentlichen, die Frau für den häuslichen Bereich von der Natur prädestiniert. Bestimmung und zugleich Fähigkeiten des Mannes verweisen auf die gesellschaftliche Produktion, die der Frau auf die private Reproduktion. Als wiederkehrende zentrale Merkmale werden beim Manne die Aktivität und Rationalität, bei der Frau die Passivität und Emotionalität hervorgehoben, wobei sich das Begriffspaar Aktivität-Passivität vom Geschlechtsakt, Rationalität und Emotionalität vom sozialen Betätigungsfeld herleitet“ (HAUSEN 1976: 367). Sie arbeitet in ihrer historischen Analyse heraus, dass diese Geschlechtsschemata erst seit dem letzten Drittel des 18. Jahrhunderts Verbreitung fanden und im Verlauf des 19. Jahrhundert durch verschiedene wissenschaftliche Disziplinen<sup>78</sup> aufgegriffen und weiter argumentativ unterfüttert worden sind (a.a.O.: 369). Als neuartig für das ausgehende 18. Jahrhundert beschreibt sie den Wechsel des Bezugssystems, der mit der Festlegung von „Geschlechtscharakteren“ erfolgte. An die Stelle früherer Standesdefinitionen sind Charakterdefinitionen getreten. Sie erläutert dies wie folgt: „Damit aber wird ein partikulares durch ein universales Zuordnungsprinzip ersetzt: Statt des Hausvaters und der Hausmutter wird jetzt das gesamte männliche und weibliche Geschlecht und statt der aus dem Hausstand abgeleiteten Pflichten werden jetzt allgemeine Eigenschaften der Personen angesprochen“ (a.a.O.: 370). HAUSEN verweist darauf, dass dieser Wechsel des Bezugssystems mit dem Übergang vom „ganzen Haus“ zur „bürgerlichen Familie“ korrespondiert<sup>79</sup>. In der Folge des neuen Orientierungsmusters wird allein die Frau und nicht mehr der Mann über die Familie definiert (a.a.O.: 375). Als einen Zweck des Aussagesystems über „Geschlechtscharaktere“ analysiert HAUSEN: „Die Charakterbestimmungen dienen zweifellos zum einen der ideologischen Absicherung von patriarchalischer Herrschaft“. Sie bezieht sich in dieser Analyse einerseits auf Simone de

---

<sup>78</sup> HAUSEN nennt als die wissenschaftlichen Disziplinen Medizin, Anthropologie, Psychologie und Psychoanalyse.

<sup>79</sup> Zur historischen Entwicklung der Ökonomie des ganzen Hauses im Zuge der industriellen Entwicklung siehe Kapitel 4.3.

Beauvoir, Shulamit Firestone und Kate Millett, sie belegt sie andererseits mit historischen Entwicklungen. Einer ihrer historischen Belege für diese Interpretation ist die Vehemenz, mit der die „natürliche Wesensbestimmung der Frau“ den konkreten Emanzipationsforderungen der organisierten Frauenbewegung im 19. Jahrhundert entgegengesetzt wurden (a.a.O.: 376). Als weiteren Zweck sieht HAUSEN: „So wird es mittels der an der `natürlichen` Weltordnung abgelesenen Definition der `Geschlechtscharaktere` möglich, die Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben als gleichsam natürlich zu deklarieren und damit deren Gegensätzlichkeit nicht nur für notwendig, sondern für ideal zu erachten und zu harmonisieren“ (a.a.O.: 378).

So erscheint die Dichotomisierung aller gesellschaftlichen Verhältnisse in öffentlich und privat als selbstverständlich und sinnvoll (ORLAND 1995) und folgte man dem Paradigma der „natürlichen Weltordnung“ mit der Trennung privater und öffentlicher Bereiche - mit ihrer geschlechtsspezifischen Besetzung -, erschiene sowohl die Trennung der verschiedenen Bereiche als auch die Aufspaltung der Verantwortlichkeit folgerichtig.

Mit der Verortung der Reproduktion in der Privatsphäre, werden Probleme, die sich aus den Bedingungen unter denen Reproduktionsarbeit geleistet wird ergeben, aus dem Verantwortungsbereich politischer Gestaltungsmacht gelöst und in die private Verantwortung verwiesen. So werden sie zu individuell zu lösenden Aufgaben, die insbesondere deshalb erschwert zu bewältigen sind, da aus dem Privatbereich heraus nur geringe Einflussmöglichkeiten auf das öffentliche Leben bestehen, in dem die Rahmenbedingungen gesetzt werden, aus denen die Probleme entstehen. Gesellschaftliche Probleme müssen so individuell gelöst werden, ohne dass große Einflussmöglichkeiten auf die determinierenden Rahmenbedingungen bestehen.

### ***Auswirkungen des gesellschaftlichen Primates der Erwerbsarbeit auf die Reproduktionsarbeit***

Männern und Frauen werden gegensätzliche Attribute, Fähigkeiten und Zuständigkeiten zugewiesen, die in der Trennung der Arbeit in Sphären der Produktion und Reproduktion wieder zu finden ist. Konsequenz der Zuordnung ist die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung, in der Öffentlichkeit, Erwerbsarbeit, Geld, Rationalität und Objektivität, „männlich“ und Privatheit, Hausarbeit, Nicht-Bezahlung, Emotionalität und Subjektivität, „weiblich“ konnotiert werden. Beide Sphären - die „öffentliche“ Sphäre der Erwerbsarbeitswelt und die „private“ Sphäre der Lebenswelt - erscheinen so als getrennt und unabhängig voneinander. Damit wirkt die Dichotomisierung der Geschlechtscharaktere als Organisationsprinzip in der Gesellschaft.

In Auseinandersetzung auch mit dem marxistischen Theoriegebäude entwickelten Feministinnen in Abgrenzung zu dem Begriffspaar produktive/unproduktive Arbeit den Begriff der „gesellschaftlich notwendigen Arbeit“ (KITTLER 1980), die bezahlt und unbezahlt erbracht wird.

Die gesellschaftliche Notwendigkeit von Reproduktionsarbeit findet in ihrer gesellschaftlichen Anerkennung keine Entsprechung, Reproduktionsarbeit bleibt ohne eigenständige materielle Absicherung und ebenso ohne Einfluss- und Gestaltungsmöglich-

keit im öffentlichen Bereich. Das gesellschaftliche Primat der Erwerbsarbeit führt dazu, dass mit einer Zugehörigkeit zur Sphäre der Erwerbsarbeit für Männer und Frauen<sup>80</sup> bessere Lebens- und Entwicklungschancen verbunden sind. Mit Reproduktionsarbeit als alleinigem Lebens- und Arbeitsbezug ist mangelnde gesellschaftliche Anerkennung - mit erheblichen materiellen Auswirkungen - verbunden, die sie unter diesen gesellschaftlich gesetzten Bedingungen im Grunde unzumutbar macht (vgl. BAUHARDT 1995, SPITZNER 1998). Erwerbstätigkeit bietet dagegen finanzielle Absicherung, die Einbindung in soziale Sicherungssysteme, gesellschaftliche Anerkennung und hat darüber hinaus vielfach auch eine identitätsbildende Funktion.

BOCK, HEEG und RODENSTEIN (1993) entwickeln die These von der „Krise der Reproduktionsarbeit“, deren Argumentationsstrang ich im Folgenden nachzeichnen werde: Nachdem verheiratete Frauen in den sechziger Jahren zunächst vor allem vor der Geburt des ersten Kindes und nach Beendigung der Phase intensiver Kinderbetreuung erwerbstätig waren (Drei-Phasen-Modell) veränderte sich dies seit den siebziger Jahren insofern, als dass die kontinuierliche Erwerbstätigkeit von Frauen zunehmend üblicher wurde. Vor allem jüngere Frauen entwickelten ein neues Verständnis von partnerschaftlichen Lebensentwürfen, indem sie seither selbstverständlich die eigene Erwerbstätigkeit einplanen und die alleinige Verantwortung für Haus- und Erziehungsarbeiten ablehnen. Dieses neue Ideal eines partnerschaftlichen Lebensentwurfes, findet, so ergaben empirische Untersuchungen<sup>81</sup>, in der Realität selten eine Umsetzung. Als Ursache gilt, dass gewandelte weibliche Lebensentwürfe einerseits nur eine geringe Entsprechung in der Veränderung männlichen Rollenverständnisses und -verhaltens und andererseits in den Erwerbsarbeitsbedingungen<sup>82</sup> finden.

BOCK, HEEG, RODENSTEIN konstatieren in der Konsequenz eine Zunahme anderer Formen des Zusammenlebens: So hat die Zahl alleinlebender Frauen in den Jahren zwischen 1981 und 1989 in der alten Bundesrepublik um 2 Millionen zugenommen. Die Zahl alleinerziehender Frauen wächst und die Zahl der Kinder geht auch bei verheirateten Paaren zurück. Zugenommen haben auch die Zahlen nicht ehelicher Lebensgemeinschaften (vgl. BOCK, HEEG, RODENSTEIN 1993 und Kapitel 4.4.1). Auch JURCZYK und RERRICH weisen darauf hin, dass sie in ihrer Untersuchung bei heterosexuellen Frauen um die vierzig Tendenzen fanden, Liebesbeziehungen zu Männern zunehmend aus ihrem Alltag herauszunehmen. Sie vermuten als Ursache, dass der Alltag ohne Mann selbst für Frauen mit Kindern einfacher zu bewältigen ist (JURCZYK, RERRICH 1993b: 292).

---

<sup>80</sup> Auch bei weiterhin unterschiedlicher Chancengleichheit in Bezug auf Zugangs- und Entwicklungsmöglichkeiten ist für Frauen ohne Erwerbstätigkeit eine Teilhabe an gesellschaftlichen Gestaltungsprozessen kaum möglich.

<sup>81</sup> BOCK, HEEG UND RODENSTEIN nennen als empirische Belege Ergebnisse verschiedener Studien aus den 80er Jahren zur Lebens-, Wohn- und Arbeitssituation von Frauen und Männern.

<sup>82</sup> Gemeint ist hier, dass die vollzeitige Erwerbsbeteiligung strukturell voraussetzt, dass die Reproduktionsarbeit überwiegend von einer anderen Person geleistet wird. Teilzeitarbeitsregelungen werden insbesondere für Positionen, die mit Entscheidungsbefugnissen verbunden sind, als schwer vereinbar angesehen und sind deshalb in Arbeitszeitverhandlungen mit Arbeitgebern meist nur schwer durchzusetzen. Dieser Mangel soll durch das neue Teilzeitarbeitsgesetz, dass zum 1. Januar 2001 in Kraft trat und nachdem ein Rechtsanspruch auf Reduzierung der wöchentlichen Arbeitszeit besteht, behoben werden.

SPIEGEL (1986) beschäftigte sich bereits in den achtziger Jahren mit den Ursachen des Rückgangs von traditionellen Familienformen und kam ebenfalls zu dem Schluss, dass die Differenz zwischen der Entwicklung von Frauen und der Bereitschaft von Männern den Veränderungsprozess mit zu vollziehen dazu führt, dass Frauen neue Formen des Zusammenlebens bevorzugen. Sie kommt in ihrer empirischen Studie zu dem Ergebnis: „Im Prinzip gilt auch für die Verheirateten, dass die Gleichrangigkeit und Gleichberechtigung der Partner anerkannt und der persönlichen Unabhängigkeit hohe Priorität eingeräumt wurde. Die Durchsetzung dieses Prinzips war aber, vor allem dort, wo kleine Kinder vorhanden waren und die Frauen nicht arbeiteten, mit mehr Schwierigkeiten verbunden als bei unverheiratet zusammenlebenden oder kinderlosen Paaren. Diese Schwierigkeiten betrafen vor allem die Verteilung der Hausarbeit. Die Ehemänner halfen zwar im Haushalt, solange die Paare unverheiratet zusammengelebt hatten, waren die häuslichen Pflichten jedoch gleichmäßiger verteilt gewesen. Sobald die Frauen `wegen der Kleinen sowieso zu Hause sind`, fiel ihnen wieder der größere Teil der Hausarbeit zu“ (SPIEGEL 1986: 232). Die Ergebnisse der Zeitbudgetstudie von 1991/92 zeigen dieses Verhalten ebenfalls, Familienväter reduzieren ihre hauswirtschaftlichen Tätigkeiten im Vergleich mit Männern in Paarhaushalten ohne Kinder um täglich fast eine Stunde (vgl. Kapitel 4.4.2). Auf die Veränderungen der Haushaltsformen in der Bundesrepublik und die Auswirkungen auf die Reproduktionsarbeit gehe ich in den Kapiteln 4.4.1 und 4.4.2 näher ein.

Die Doppelbelastung von Frauen, die sich aus ihrer zunehmenden Erwerbsbeteiligung und der gleichzeitig nicht erhöhten Beteiligung von Männern an den Arbeiten in der Privatsphäre ergibt, entwickelte sich in den letzten Jahrzehnten zunehmend zu einem Charakteristikum der Lebenssituation von Frauen. SCHULTZ (1995) weist darauf hin, dass sich große Belastungsmomente moderner Haushaltsführung im Besonderen aus der Notwendigkeit ergeben, mehrere nur sehr schwer integrierbare Anforderungsbereiche vereinbaren zu müssen. Sie bezieht sich in ihren Ausführungen auf Ergebnisse der neueren Hausarbeitsforschung, in der festgestellt wurde, dass es nicht die Arbeiten selbst es sind, die den besonderen Charakter von Hausarbeit bestimmen sondern die Notwendigkeit der Koordination von Erwerbs- und Familienversorgungsarbeiten, auf deren Anforderungen flexibel zu reagieren ist und die immer wieder neu miteinander vereinbart werden müssen (SCHULTZ 1995: 198f). Dies wurde bereits in den siebziger Jahren problematisiert: „Die faktisch vorherrschende Doppelarbeit von Frauen in Familie und Lohnarbeit unterdrückt durch die Belastungen die Fähigkeiten, den objektiv gewonnenen Handlungsspielraum zu nutzen. Ein erster Schritt, dieser Unterdrückung entgegenzuwirken, wäre die Veränderung der geschlechtlichen Arbeitsteilung in der Familie, die zunächst nur eine Anpassung an die Realität der Doppelarbeit der Frau wäre. Ihre konsequente kollektive Durchsetzung hätte jedoch empfindliche politische Bedeutung: schon eine gleiche Verteilung der Hausarbeit auf beide Geschlechter störte die Organisation des Lohnarbeitsprozesses, der aus der Ausbeutung unbezahlter weiblicher Reproduktionsarbeit `hinter` dem männlichen Lohnarbeiter und auf der vollständigen `Bereitstellung` der männlichen Arbeitskraft für den Produktionsprozess beruht. Die Institutionen Ehe und Familie als organisatorische Rahmen und Garanten der Reproduktionsarbeit hätten sich zu ändern“ (ECKART, JAERISCH, KRAMER 1979: 190).

Die von ECKART, JAERISCH, KRAMER vor mehr als zwanzig Jahren formulierte Forderung, dass politische Anpassungen an die Realität der Doppelbelastung von Frauen durch Erwerbs- und Reproduktionsarbeit erfolgen müssen, ist bis zum Ende des zwanzigsten Jahrhunderts nur in ersten Ansätzen erfolgt. Weiterhin erschweren politisch gesetzte Rahmenbedingungen die Verbindung der öffentlichen und privaten Arbeits-sphäre. Insbesondere steuerrechtliche, arbeitsmarktpolitische und familienrechtliche<sup>83</sup> Gesetzgebungen behindern symmetrische Arrangements in Familien (SCHÄFER, SCHÖN 1998: 34). Dies führt vor allem Frauen in die Grenzgängerschaft. Sie müssen die unterschiedlichen Lebensbereiche koordinieren und integrieren sowie Spannungen individuell ausgleichen, die sich aus der strukturellen Unvereinbarkeit von Familie und Beruf ergeben (DÖRR 1996). Im Verständnis von Reproduktionsarbeit als gesellschaftlich notwendige Arbeit ist es notwendig mit der Um- und Neugestaltung der gesellschaftlichen Organisation von Arbeit zu beginnen. Dazu müssen auf politischer Ebene Rahmenbedingungen geschaffen werden, die symmetrische Arrangements in Partnerschaften erleichtern und zusätzlich die gesellschaftliche Anerkennung von Reproduktionsarbeit erhöhen.

#### **4.2.1.2 Arbeitscharakter der Reproduktionsarbeit**

Privaten Haushalten kommen als Arbeits-, Konsum-, Freizeit- und Beziehungsräumen Mehrfachfunktionen zu, deren Komplexität den wesentlichen Unterschied zur Erwerbsarbeit darstellt. Private Wohnungen stellen Arbeits- und Lebensräume dar, in denen die Nicht-Erwerbsarbeitszeit gleichzeitig als Haus-Arbeits-Zeit, Familienzeit und Freizeit gelebt wird (METHFESSEL 1988). Zunehmend wird im Zuge von Telearbeit auch Erwerbsarbeit in private Wohnungen verlagert. So ist es zum Beispiel bei öffentlichen Einrichtungen möglich, einen Teil der Erwerbsarbeit von einem mit der Institution vernetzten PC aus zu erledigen. Diese noch verhältnismäßig neue Möglichkeit der Arbeitsgestaltung eröffnet Chancen der Verbindung von Familien- und Erwerbsarbeit, sie erhöht aber auch die Vielfalt und Komplexität der in privaten Räumen notwendigen Abstimmung auf die unterschiedlichen Anforderungen der verschiedenen Tätigkeitsfelder.

Aus den Mehrfachfunktionen privater Haushalte und ihrer Verortung in privaten Wohnungen<sup>84</sup> leiten sich spezifische Besonderheiten des Arbeitscharakters von Reproduk-

---

<sup>83</sup> Hier sind vor allem die Regelungen zu Erziehungszeiten gemeint, wie sie bis zum Ende des Jahres 2000 galten. Sie führ(t)en dazu, dass in der überwiegenden Mehrzahl Frauen Erziehungsurlaub<sup>83</sup> in Anspruch nahmen. Anfang 2001 ist das alte Gesetz zum Erziehungsurlaub novelliert worden. In der neuen Gesetzesfassung wurde der Begriff „Erziehungsurlaub“ im Bundeserziehungsgeldgesetz und in allen anderen bundesrechtlichen Vorschriften durch den Begriff „Elternzeit“ ersetzt. Dies soll die gemeinsame Verantwortung von Mutter und Vater für die Betreuung von Kindern verdeutlichen und auch sprachlich ausdrücken, dass Kinderbetreuung und Familienarbeit nichts mit der mit dem Wort „Erziehungsurlaub“ assoziierten Vorstellung von Freizeit und Muße zu tun haben. Zum stärkeren Einbezug von Vätern in die Verantwortung und Beteiligung an der Reproduktionsarbeit ist es seither möglich, dass beide Elternteile gleichzeitig Elternzeit nehmen können und beide ihre wöchentliche Erwerbsarbeitszeit reduzieren. Die Begrenzung von Erwerbsarbeitszeit parallel zur Elternzeit wurde für jedes Elternteil von 19 auf 30 Wochenstunden angehoben.

<sup>84</sup> Die Hierarchie zwischen Erwerbs- und Hausarbeit und die gesellschaftliche Nichtwahrnehmung der Hausarbeit spiegelt sich nach Ergebnissen der feministischen Planungsdiskussion auch in der Grundrissgestaltung von Wohnungen wider. Insbesondere auch im sozialen Wohnungsbau wird dem Aspekt der Erholung höherer Rang eingeräumt als dem Aspekt der Wohnung als Arbeitsraum. So weisen Größe und Lage von Wohn- und Schlafräumen im Verhältnis zur Küche, in der die meisten Haushaltstätigkeiten ver-

tionsarbeiten ab. Diese Besonderheiten des Arbeitscharakters sind von großer Bedeutung für die Beurteilung, ob veränderte Versorgungsorganisationsformen zu Besonderentlastungen in der Hausarbeit führen.

Nahezu alle in privaten Haushalten erbrachten Arbeitsleistungen können auch am Markt erworben werden. GLATZER weist daraufhin, dass selbst Beziehungsarbeit - die häufig der Privatsphäre als besonders charakteristisch zugerechnet wird - in der Sphäre der Erwerbsarbeit von Bedeutung ist und dort auch professionalisiert wurde<sup>85</sup> (GLATZER 1986: 15). Es sind also nicht die Arbeitsinhalte, die die Besonderheit von Reproduktionsarbeit darstellen. Das Spezifikum und damit der Charakter von Reproduktionsarbeit ergibt sich nicht aus den materiellen und immateriellen Tätigkeiten selbst, sondern aus den zusammengenommenen Bedingungen unter denen diese geleistet werden. Diese werde ich im Folgenden erläutern.

### ***Personenbezogenheit***

Primäres Ziel der Haushaltsarbeit ist die Sorge um das subjektive Wohlbefinden der Mitglieder der Gemeinschaft für die sie geleistet wird (KONTOS, WALSER 1979). Die Besonderheit der Leistungen privater Haushalte ist die Schaffung einer spezifischen Versorgungskonstellation, die auf die Bedürfnisse konkreter Personen bezogen ist (vgl. DÖRR 1996: 14). Hausarbeit ist stets auf Individuen abgestimmt und erfolgt in Auseinandersetzung mit diesen Personen oder parallel dazu (METHFESSEL 1988). Nahezu jede Aktivität der Reproduktionsarbeit ist aufgrund ihrer Personenbezogenheit mit Beziehungsarbeit verbunden. So steckt hinter der materiellen Produktion von Gütern und Dienstleistungen in privaten Haushalten fast immer die Verknüpfung von materiellen und immateriellen Arbeitsprozessen. Ein unmittelbar einleuchtendes Beispiel für die Verknüpfung von materiellem und immateriellem Nutzen ist ein selbstgebackener Geburtstagskuchen, mit dem sowohl die materielle Versorgung als auch individuelle Zuwendung ausgedrückt wird. KETTSCHAU fasste die Bedeutung der Beziehungsarbeit in ihrer Arbeit zur Theorie und gesellschaftlichen Bedeutung der Hausarbeit wie folgt zusammen: „Zentraler Begriff der Analyse der Hausarbeit durch die Frauenforschung ist die Beziehungsarbeit, dies in zweifacher Hinsicht: bindungstiftend und -erhaltend sind in der Industriegesellschaft die persönlichen Beziehungen der beteiligten Individuen, nicht ihre ökonomische Komplementarität (...) und erst diese persönlichen Beziehungen begründen und verdecken zugleich das Arbeitsverhältnis; zum anderen ist Beziehungsarbeit permanenter, dominierender Teil der Hausarbeit, der als explizite psychische Reproduktion, aber auch als den jeweiligen - materiell-technischen, ökonomischen, kulturellen usw. - Arbeitsvollzügen immanent beschrieben wird“ (KETTSCHAU 1988: 109f, Hervorhebung im Original).

### ***Übernahme von Verantwortung für andere Menschen***

Teil der Reproduktionsarbeit ist die Übernahme von Verantwortung für die Lebensführung anderer Menschen. WAERNES (2000) unterscheidet persönliche Dienstleistung

---

ortet sind deutlich auf die gesellschaftliche Bewertung der Reproduktionsarbeit hin. Insbesondere die „rationalisierte Kleinküche in der Kleinwohnung“ (DÖRHÖFER / TERLINDEN 1988: 313, zitiert nach BAUHARDT 1995: 69) verkörpert sowohl die Geringschätzung von Hausarbeit als auch die Zuweisung der Alleinständigkeit an eine Person, in der Regel an Frauen (vgl. BAUHARDT 1995: 60).

<sup>85</sup> Gemeint sind z.B. die Tätigkeiten von ManagerInnen, SupervisorInnen, PsychologInnen.



und Fürsorgearbeit. Nach ihrer Definition werden **persönliche Dienstleistungen** für Menschen erbracht, die diese Arbeit auch selber erledigen könnten. In der Regel drückt sich ein höherer Status dadurch aus, dass die Person mehr persönliche Dienstleistungen empfängt, als sie selber erbringt. **Fürsorgearbeit** hingegen wird für unselbständige Mitglieder der Gesellschaft erbracht und ist mit Verantwortung und Verpflichtung für den Fürsorgenden verbunden (vgl. WAERNESS 2000: 55). Kari WAERNESS differenziert also die Fürsorgearbeit für Kinder oder pflegebedürftige Menschen von der Reproduktionsarbeit, die häufig Frauen für Männer erbringen.

JURCYK und RERRICH heben als Ergebnis ihrer Studie hervor, dass Männer insbesondere die Abstimmung alltäglicher Aufgaben ihren Frauen überlassen. Sie erledigen Aufträge auf Anweisung<sup>86</sup> aber entwickeln in der Regel keine Verantwortung dafür, die Notwendigkeiten der Alltagsorganisation zu erfassen und abzuarbeiten. „Für den Überblick über die Details des täglichen Lebens fühlen sie sich am wenigsten zuständig“ (JURCYK, RERRICH 1993b: 292). Weiter führen die Autorinnen als ein Ergebnis ihrer empirischen Studie aus, dass Frauen neben ihrer eigenen Lebensführung auch die ihrer Männer<sup>87</sup> und Kinder organisieren: „Von Ausnahmen abgesehen, überlassen Männer in unserem Sample nicht nur - wie erwartet - die Arbeit im Haushalt und mit den Kindern, sondern darüber hinaus große Teile der Organisation ihrer eigenen Lebensführung typischerweise ihren Frauen“ (JURCYK, RERRICH 1993b: 291f, Hervorhebung im Original).

### ***Unterbrechungen als Charakteristikum***

Hausarbeit unterscheidet sich durch ihre zeitlichen Strukturen und Rhythmen von Erwerbsarbeit (vgl. OSTNER 1978). Da sie sich auf die konkreten Bedürfnisse konkreter Menschen bezieht, ist eine Rationalisierung von Arbeitsvorgängen wie sie in der Erwerbsarbeit möglich ist, häufig nicht umsetzbar. Sie bleibt „Vermischtes Tun“ (vgl. OSTNER, SCHMIDT-WALDHERR 1983; KETTSCHAU 1985), denn sie ist konfrontiert mit einer Vielfalt unterschiedlicher physischer, seelischer und geistiger Bedürfnisse, insbesondere dann, wenn sie mit der Versorgung von Kindern oder Pflegebedürftigen verbunden ist. Die Anforderung besteht darin, eine Synthese von Versorgungsleistungen im Hinblick auf materielle und immaterielle Haushaltsfunktionen herzustellen (vgl. KETTSCHAU 1988: 109f). Die Folge für die Arbeitsprozesse ist eine durch ständige Unterbrechungen hervorgerufene ineffiziente Zeitznutzung. Handlungsbögen können prinzipiell immer unterbrochen werden. Die fehlende Planbarkeit erfordert so ständig zu erbringende Koordinationsleistungen (BLANKE 1996).

---

<sup>86</sup> Die Autorinnen nennen als Beispiele, dass Männer, wenn sie darum gebeten werden, Kinder vom Kindergarten abholen, einkaufen was ihnen aufgeschrieben wurde oder andere Aufträge erledigen.

<sup>87</sup> Die Organisation der Lebensführung von Frauen für ihre Männer reicht sehr weit. Eine Studie der Universität von Chicago, die auf dem Jahreskongress der US-Soziologen in Washington im Sommer 2000 vorgestellt wurde, zeigt, dass Männer von Frauen, die mehr als 40 Stunden in der Woche am Arbeitsplatz sind, im Durchschnitt nach drei Jahren ein um 25 % erhöhtes Krankheitsrisiko gegenüber Männern von Frauen haben, die nicht oder in geringerem Maße erwerbstätig sind. Nach dieser Studie übernehmen es die Frauen, ihren Partner zum Sport zu schicken, ihn ans Einnehmen von Medikamenten zu erinnern und zu einem Besuch beim Arzt zu bewegen. Zudem sind die Frauen meist auch für die Außenkontakte des Paares zuständig. (DER TAGESSPIEGEL 19.8.2000).

Aus der Tatsache, dass noch immer vorwiegend Frauen mit Reproduktionsarbeiten beschäftigt sind, hat sich ergeben, dass Frauen ihre Lebens- und Arbeitsorganisation stärker an diese Struktur von Reproduktionsarbeiten, als Abfolge vermischter Tätigkeiten die stets neu aufeinander abzustimmen und zu integrieren sind, angepasst haben. JURCYK und RERRICH weisen auf einen wesentlichen Unterschied zwischen weiblicher und männlicher Lebensführung hin: „Es fällt auf, dass Männer anscheinend seltener als Frauen Dinge gleichzeitig erledigen. Sie gehen eher eines nach dem anderen an, versuchen stärker, die Tätigkeiten zu segmentieren. (...) Während für Männer Segmentation typisch ist, ist für Frauen eher Integration charakteristisch. Nicht selten bezeichnen sie das permanente Organisieren und Umorganisieren-Müssen als die anstrengendste Aufgabe ihres Alltags. Frauen halten nicht nur die eigene Lebensführung am Laufen, sondern auch die ihrer Kinder und ihrer Männer. Sie müssen viele verschiedene Dinge gleichzeitig im Auge behalten und, jeweils individuell, strukturelle Inkompatibilitäten auszugleichen versuchen“ (JURCYK; RERRICH 1993b: 293).

### ***Integration widerstrebender Zeitstrukturen***

Zusätzlich stehen Reproduktionsarbeiten unter der Anforderung verschiedene Zeitrhythmen in Einklang zu bringen müssen. Reproduktionsarbeiten werden durch Zeitstrukturen des öffentlichen Lebens wie betriebliche Anforderungen der Erwerbsarbeit, Schul- und Kinderbetreuungszeiten sowie Öffnungszeiten anderer öffentlicher Einrichtungen (z.B. Öffnungszeiten von Behörden und auch Ladenschlusszeiten) dominiert. Zu vereinbaren sind diese öffentlichen Zeiten mit privaten Zeiten, die sich aus den Verpflichtungen und Bedürfnissen aller Haushaltsangehörigen zusammen genommen ergeben. Da es keine institutionalisierten Formen der Vereinbarkeit gibt, sind die für Hausarbeit Zuständigen darauf angewiesen stets neue situative und individuelle Arrangements zu finden (vgl. DÖRR 1996, ISSA 1996).

### ***Komplexe Anforderungsebenen***

Reproduktionsarbeit ist komplex. Verschiedene Tätigkeiten werden häufig parallel nebeneinander oder miteinander verknüpft verrichtet, zudem haben Reproduktionsarbeiten häufig verschiedene Dimensionen. Sie dienen, wie dies z.B. anhand der Zubereitung einer Mahlzeit verdeutlicht werden kann, sowohl der Befriedigung materieller Bedürfnisse, der Kommunikation als auch unter Umständen der Betreuung und sind damit ganzheitlich und mehrdimensional (BLANKE 1996). Neben materiellen Bedürfnissen werden personelle oder soziale Bedürfnisse befriedigt, die am Markt so nicht nachgefragt werden können (SCHÄFER, SCHWARZ 1996: 22).

Im Haushalt sind Allround-Fähigkeiten und Generalistentum gefordert, neben handwerklichen Kenntnissen und Fertigkeiten werden in privaten Haushalten weitere Anforderungen an die Hausarbeitenden gestellt: METHFESSEL (1988) nennt die zum Teil diametral entgegengesetzten Fähigkeiten zu Kreativität, Management und Fließbandarbeit als wesentlich. Die 1996 amtierende Präsidentin Porsch des Hausfrauenbundes hebt die wachsende Bedeutung von Managementfähigkeiten hervor. „(Sie) konstatiert, dass im technisierten Haushalt von heute mehr Denkaufgaben gefragt sind; von solcher Überlegung ausgehend kommt sie zu einer spezifischen Rangordnung, die auch manche erfahrene Hausfrau überraschen mag: Deutlich vor Kochkünsten und vor Putzfertigkeiten rangieren nach ihrer Einschätzung der Bedeutsamkeit zentraler Kom-

petenzen im Haushalt, Fähigkeiten im Sinne von Finanzplanung, Management, Wirtschaftlichkeitsberechnungen und Umweltschutz (letzteres deswegen, da an erster Stelle der Haushalt als Quelle für Recyclingprogramme und auch als „Müllverhinderungsanlage“ in Frage kommt)“ (KUTSCH 1997: 258f).

Frauen übernehmen - auch dann wenn sie nicht allein für die Hausarbeit zuständig sind - fast immer die geistig-intellektuellen Tätigkeiten der Reproduktionsarbeit (Management- und Organisation, Planung, Entscheidung, Controlling, Informationsbeschaffung). Gerade an diesen Tätigkeiten setzen Strategien zu einer Ökologisierung des Konsums in privaten Haushalten an (vgl. SCHULTZ 1998b).

#### **4.2.1.3 Reproduktionsarbeit - Begriffsdefinition**

Die feministische Analyse der Bedingungen unter denen Hausarbeit geleistet wird, stellt die gesellschaftlichen Machtverhältnisse und die Arbeitsbedingungen von Reproduktionsarbeitenden in den Mittelpunkt. Reproduktionsarbeit steht der Erwerbsarbeit (Produktionsarbeit) gegenüber, gesellschaftlich notwendige Arbeiten werden in die Privatsphäre verortet und sind marktökonomisch unsichtbar, da sie unbezahlt geleistet werden. Infolge eines historischen Zuschreibungsprozesses wird Reproduktionsarbeit als „weibliche“ Tätigkeit konnotiert. Das Primat der Erwerbsarbeit in der industriellen Gesellschaft hat erhebliche Auswirkungen auf die Reproduktionsarbeit. Der zunehmenden Erwerbsbeteiligung von Frauen steht keine Erhöhung des Engagements von Männern für die in der Privatsphäre notwendigen Arbeiten gegenüber. Der Arbeitscharakter von Reproduktionsarbeit unterliegt durch die enge Personenbezogenheit einem hohen Maß an Verbindlichkeit und persönlicher Verantwortlichkeit und entzieht sich dadurch weitgehend der Zeitrationalisierung. Reproduktionsarbeit ist gekennzeichnet durch Mehrfachfunktionen von Tätigkeiten mit denen häufig sowohl materielle als auch immaterielle Bedürfnisse abgedeckt werden. Teilweise haben die Tätigkeiten einen monotonen und selbstverständlichen Charakter und fallen oft erst dann auf, wenn sie nicht geleistet werden. Andererseits wachsen die kognitiven Anforderungen an Management und Organisation, um zum Teil widerstrebende Ansprüche, die aus Mehrfachbelastung und auseinander driftenden Zeitstrukturen erwachsen, zu integrieren.

Die Abwertung von Reproduktionsarbeit durch das Primat der Erwerbsarbeit und das mangelnde Engagement von Männern in der Reproduktionsarbeit führt dazu, dass meist Frauen in die Lage kommen, oft schwer zu vereinbarende Anforderungen aus dem Erwerbsleben mit Anforderungen der Reproduktionsarbeit vereinbaren zu müssen und nach individuellen Lösungen zu suchen, da es keine gesellschaftlichen Lösungsstrategien gibt.

Obwohl im Begriff Reproduktionsarbeit die gesellschaftliche Notwendigkeit der geleisteten Arbeit betont wird, stellt die bislang erfolgte Analyse der gesellschaftspolitischen und ökonomischen Bedingungen keinen Bezug zu der materiellen Verknüpfung von Hausarbeit mit dem Wirtschaftssystem her. Diese ist notwendig, um Umweltwirkungen in Bezug auf ihre strukturellen Ursachen bearbeiten zu können.

## 4.2.2 Das Konzept Haushaltsproduktion

### 4.2.2.1 Theoretische Einbettung von Hausarbeit in das Wirtschaftssystem

Mit dem Konzept Haushaltsproduktion ist die ökonomische Berücksichtigung von Reproduktionsarbeit im gesamtgesellschaftlichen Wirtschaftssystem theoretisch und konzeptionell in einem neuen Verständnis von gesellschaftlicher Wohlfahrtsproduktion möglich. In dem Konzept wird insbesondere die ökonomische Bedeutung von Hausarbeit für die gesellschaftliche Wohlfahrtsproduktion betont, sie wird theoretisch in ein anderes Ökonomieverständnis integriert. Gesellschaftliche Abwertung und die Spezifik des Arbeitscharakters von Hausarbeit werden in diesem Konzept hingegen kaum thematisiert. Der Begriff Haushaltsproduktion wurde im Rahmen neuer mikroökonomischer Ansätze in den sechziger Jahren geprägt (GLATZER 1986: 19) und zu Beginn der achtziger Jahre als Teil des Konzeptes der „Gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion“ weiter entwickelt. Dieses Konzept orientiert sich in der Beschreibung gesellschaftlicher Wohlfahrt nicht ausschließlich an ökonomischen Parametern wie dem Bruttosozialprodukt, sondern zielt auf Grundlage eines erweiterten Produktionsbegriffs auf die Betrachtung umfassender materieller und immaterieller Wohlfahrtsziele als Gegenstand gesellschaftlicher Produktionsprozesse (DÖRR 1996: 13). Träger der Wohlfahrtsproduktion sind in diesem Konzept vier zentrale gesellschaftlichen Instanzen, die in ihrer Funktion wie folgt beschrieben werden:

- **Marktwirtschaftliche Unternehmen** bieten (in Massenproduktion hergestellte) private Güter und Dienstleistungen an
- **Staatliche Einrichtungen** organisieren und stellen öffentliche Güter und Dienstleistungen bereit
- **Intermediäre Assoziationen** (z.B. Wohlfahrtseinrichtungen) bieten interessenbezogene Güter und Dienstleistungen an
- **Private Haushalte** erzeugen personenbezogene Güter und Dienstleistungen

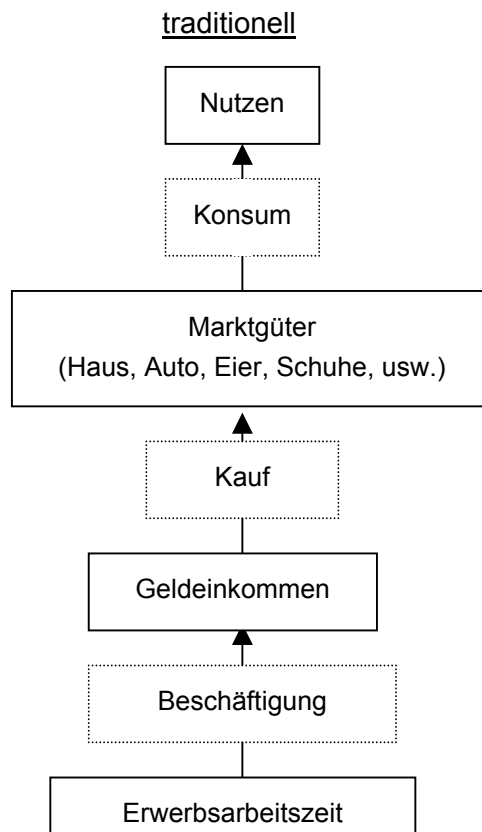
Die einzelnen Instanzen der Wohlfahrtsproduktion produzieren in sich zum Teil ergänzender, zum Teil gegenseitig ersetzender Weise. Ihre Leistungsbereiche sind nicht statisch festgelegt. Historisch fanden erhebliche Verschiebungen der Aufgabenbereiche zwischen den Instanzen statt.

Die in privaten Haushalten geleistete Arbeit wird in dem Konzept der gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion explizit als wesentlicher Bestandteil berücksichtigt. Erst durch die Transformation in der Haushaltsproduktion, RICHARZ spricht in diesem Zusammenhang von „Filterung“ und „Formung“, wird die Teilhabe der Individuen an der Wohlfahrtsproduktion gewährleistet (vgl. RICHARZ 1997: 120). Alle Güter und Dienstleistungen werden den Individuen erst durch Haushaltsproduktion zugänglich.

Den privaten Haushalten wird in diesem Modell - anders als im konservativen Wirtschaftsverständnis - nicht allein die Konsumtion als relevanter Wirtschaftsprozess zugerechnet, vielmehr wird ihnen auch Produktivkraft zugemessen. GLATZER zitiert zur Verdeutlichung Grafiken von BERK, in der den traditionellen Theorien des Haushaltsverhaltens die neuen Theorien gegenübergestellt werden. Die beiden Grafiken werden hier ebenfalls wieder gegeben und einzeln erläutert.

**Abbildung 4**

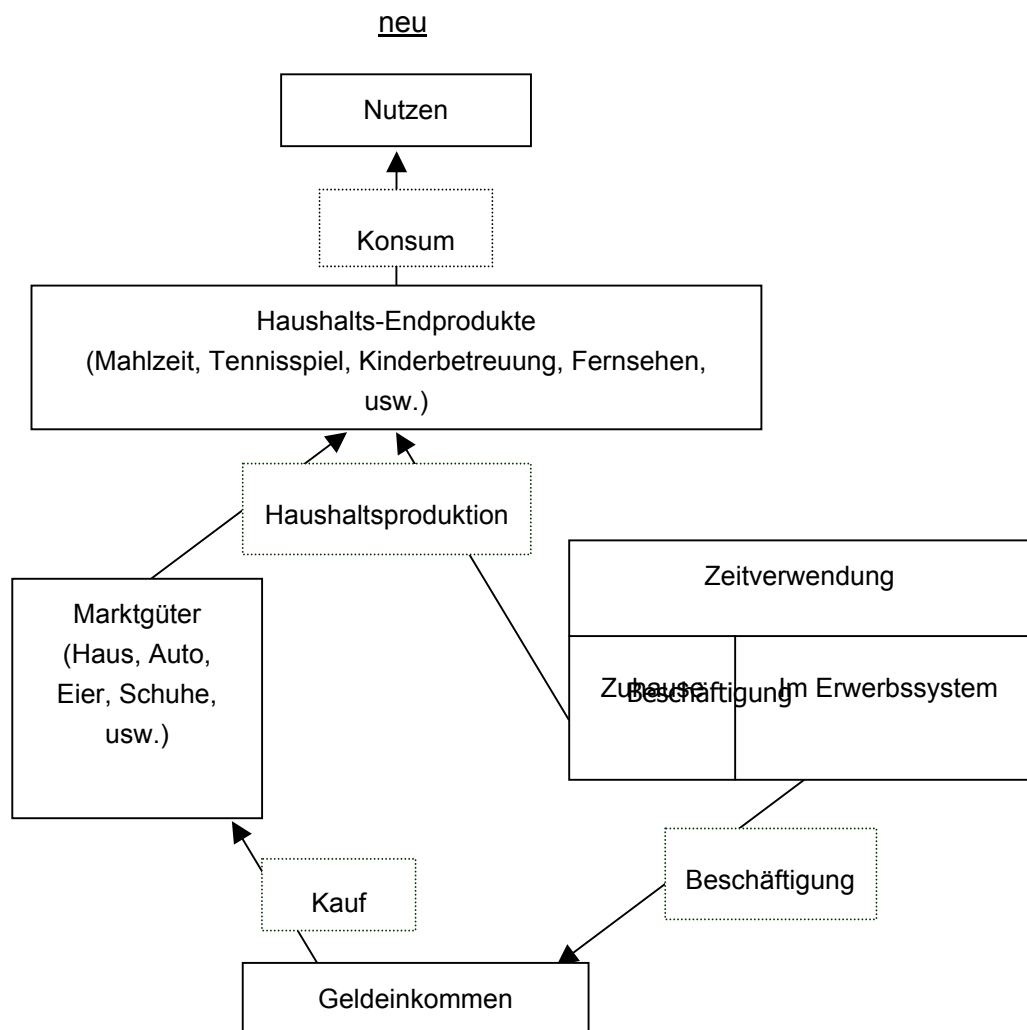
Verständnis traditioneller Theorien vom Verhalten privater Haushalte  
(nach GLATZER 1986: 20; Quelle Übersetzung nach BERK 1980: 116)



Die von GLATZER als „traditionell“ bezeichneten Theorien des Haushaltsverhaltens sehen im Handeln privater Haushalte allein konsumtive Prozesse. Aus der Beschäftigung in der Erwerbsarbeitszeit erwächst ein Geldeinkommen, mit dem der Kauf von Markt-gütern möglich wird. Diese werden direkt über Konsum ihrem angestrebten Nutzen zugeführt.

Abbildung 5

Verständnis neuer Theorien vom Verhalten privater Haushalte  
(nach GLATZER 1986: 20; Quelle Übersetzung nach BERK 1980: 116)



In der von GLATZER als „neu“ bezeichneten Theorie des Haushaltsverhaltens wird die in den privaten Haushalten geleistete Arbeit berücksichtigt. Die Zeitverwendung der Individuen gliedert sich in die Bereiche „Erwerbssystem“ und „Zuhause“<sup>88</sup>. Aus der Beschäftigung im Erwerbssystem resultiert Geldeinkommen mit dem Marktgüter gekauft werden können. Diese Marktgüter werden zusammengeführt durch die Arbeit in der Haushaltsproduktion. Aus beiden Arbeitssphären zusammen, also der über Geld vermittelten Arbeit im Erwerbssystem *und* der Haushaltsproduktion entstehen Haushalts-Endprodukte, die erst dann über Konsum ihrem Nutzen zugeführt werden können.

DÖRR (1996) fasst die Rolle privater Haushalte und ihre Verflechtung mit den anderen drei Instanzen im Prozess der Wohlfahrtsproduktion wie folgt zusammen: Haushalte greifen auf private Güter von Unternehmen, öffentliche Güter des Staates und kollekt-

<sup>88</sup> Die graphische Darstellung der Zeitverwendung ist bei GLATZER so gestaltet, dass der Erwerbsarbeit mehr Raum zugestanden wird. Dies trifft nach verschiedenen Zeitbudgetstudien nicht zu. Auch in dieser Grafik findet das "Primat der Erwerbsarbeit" so rein räumlich seinen Ausdruck.

tive Güter von intermediären Assoziationen zu und verknüpfen diese mit eigenen Leistungen und Netzwerkhilfe zu einer ihrem Haushalts- und Lebensführungsstil angemessenen spezifischen Versorgungskonstellation.

Die Haushaltsproduktion ist in dieser Betrachtungsweise wesentlicher Teil des komplexen Systems der gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion. Die Organisation moderner Privathaushalte erfordert eine vielfältige Verflechtung mit öffentlichen Versorgungssystemen, gemeint sind hier sowohl die Entstehungs- und Produktionsbedingungen der in Haushalten benötigten Produkte, die entweder direkt oder nach einer Weiterbearbeitung konsumiert werden, als auch die Bereitstellung von Dienstleistungen und die Infrastruktur der Ver- und Entsorgung von Wasser und Energieträgern sowie die Entsorgung von Abfällen verschiedener Art. Insbesondere durch eine Ausweitung moderner Haushalts- und Kommunikationstechnik sind private Haushalte im starken Maße von zentralen Ver- und Entsorgungssystemen (Wasser, Strom, Gas, Abwasser- und Abfallentsorgung) sowie Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungssystemen (Telefon, Radio, Fernsehen, Internet) abhängig. Neben der direkten Ver- und Entsorgung sind die zentralen großtechnischen Systeme notwendige Voraussetzung für die Erstellung des reichhaltigen Warensortiments (ORLAND 1998), auf das private Haushalte zur Organisation ihrer Reproduktion zurückgreifen können. Die meisten Tätigkeiten, bzw. Produkte - die in der Haushaltsproduktion erarbeitet werden – sind in Form von Gütern oder Dienstleistungen, auch in professionalisierter Form käuflich zu erwerben. Deshalb sind nicht die Tätigkeiten selbst charakteristisch für Haushaltsproduktion, sondern der Rahmen in dem sie geleistet werden. Die Bedingungen unter denen Arbeiten verrichtet werden, werden so zum Kriterium für die Zuordnung von Tätigkeiten zu einer der vier Instanzen der Wohlfahrtsproduktion.

Haushaltsproduktion setzt insbesondere wegen der Notwendigkeit der Geldbeschaffung eine - wie auch immer gestaltete - Integration in das formelle Beschäftigungssystem voraus, da sowohl Konsum- und Gebrauchsgüter, Dienstleistungen als auch der Anschluss an öffentliche Ver- und Entsorgungssysteme bezahlt werden müssen. Haushaltsproduktion ist somit unter den Bedingungen der Industriegesellschaft nicht in der Lage Erwerbsarbeit zu ersetzen (DÖRR 1996: 16).

DÖRR systematisiert die Verflechtung privater Haushalte mit privatwirtschaftlich bzw. staatlich organisierten Versorgungssystemen wie folgt: „Wichtigste Determinanten für die moderne Haushaltsproduktion sind:

- die technische Ausstattung der privaten Haushalte;
- die Einbindung der Haushalte an eine öffentliche Infrastruktur und ihr Anschluss an technische Versorgungs- und Entsorgungssysteme;
- die Verfügbarkeit von marktlichen Konsum- und Gebrauchsgütern;
- die Verfügbarkeit von ausreichendem Einkommen;
- die Arbeitsqualifikation für die Durchführung der Arbeit;
- das technische Know-how für den Umgang mit den technischen Geräten, die in den Arbeitsablauf integriert sind“ (DÖRR 1993:73).

Die Aufzählung verdeutlicht durch die Berücksichtigung der Einbindung in öffentliche und privatwirtschaftliche Versorgungssysteme die physisch-materielle Verflechtung von Haushaltsproduktion mit den anderen Trägern der Wohlfahrtsproduktion. Nicht explizit

erwähnt wird die Notwendigkeit der Bereitstellung von Arbeitszeit und Arbeitskraft als eine wesentliche Voraussetzung der Haushaltsproduktion.

Die Arbeitsergebnisse die in der Haushaltsproduktion erzielt werden, sind wie folgt beschrieben worden: „Der Begriff der Haushaltsproduktion bezeichnet Leistungen, das sind Güter, Dienste und immaterielle Wohlfahrtserträge, die Privathaushalte und Familien in Eigenarbeit, Selbsthilfe und gegenseitiger Unterstützung erbringen. Beispiele reichen von der alltäglichen Hausarbeit bis zur häuslichen Krankenpflege. Der Begriff der Haushaltsproduktion bezieht sich sowohl auf die Prozesse, in denen diese Leistungen erstellt werden, als auch auf die Ergebnisse dieser Prozesse“ (GLATZER 1986: 10).

Berücksichtigt werden mit dem Begriff der Haushaltsproduktion alle Leistungen, die unentgeltlich von und für die Angehörigen eines Haushaltes sowohl für sich selbst als auch in Form von „Netzwerkhilfe“ für Angehörige anderer Haushalte, zu denen über informelle soziale Netze Bezüge bestehen, erbracht werden.

#### **4.2.2.2 Haushaltsproduktion - Begriffsdefinition**

In meinem Verständnis von Haushaltsproduktion beziehe ich den Begriff auf alle in privaten Haushalten erbrachten unbezahlten Tätigkeiten, die zur Erzeugung der selbstgewählten Versorgungskonstellation notwendig sind. Diese werden in Wechselwirkungen mit den anderen Instanzen der gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion geleistet. In diesem Verständnis werden vor allem Leistungen und Aktivitäten integriert, die in unterschiedlicher Form auch von der formellen Wirtschaft erbracht werden können.

Die Betrachtung von privaten Haushalten als Teil der gesamtgesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion hat den Vorteil, dass Verflechtungen der Haushaltsproduktion mit marktlichen und staatlichen Leistungen und deren Auswirkungen auf die von individuellen Versorgungskonstellation ausgehenden Stoffströme in den Blick genommen werden können. Große Stärken des Begriffes Haushaltsproduktion sind die Berücksichtigung der Arbeitsorganisation und -struktur in den Haushalten und die gleichzeitige Wahrnehmung der Verflechtungen mit marktlichen und staatlichen Leistungen. DÖRR resümiert: „Aus diesem Grund eignet sich der Begriff sehr gut, die Auswirkungen des sozio-ökonomischen Wandels auf die Lebens- und Arbeitsbedingungen der privaten Haushalte zu untersuchen und Wechselwirkungen zwischen gesellschaftlichen Mikro- und Makrostrukturen aufzuzeigen“ (DÖRR 1996: 19). Weiterer Vorteil des Begriffes der Haushaltsproduktion ist seine Offenheit, er bezieht sich *nicht* ausschließlich auf die Organisationsstruktur bürgerlicher Kleinfamilien und die Leistungen privater Haushalte in Industrienationen. Es ist mit diesem Begriff möglich, sowohl interkulturelle als auch historische Unterschiede bzw. Entwicklungen herauszuarbeiten und Haushaltstypen zu untersuchen, die andere Organisationsformen als bürgerliche Kleinfamilien haben. Mängel des Konzeptes der Haushaltsproduktion bestehen darin, dass patriarchale Herrschafts- und Machtstrukturen und das daraus resultierende hierarchische Geschlechterverhältnis nicht explizit thematisiert werden und spezifische Eigenarten von Hausarbeit - wie z.B. das Charakteristikum des Vermischten Tuns mit häufig unterbrochenen Handlungsbögen - nicht hinreichend erklärt werden können (vgl. DÖRR 1995, 140).



### **4.2.3 Verständnis der Begriffe Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion im Rahmen dieser Arbeit**

Mit der Diskussion der beiden Begriffe „Reproduktionsarbeit“ und „Haushaltsproduktion“ möchte ich Ausblendungen deutlich machen, die für meine Arbeit wesentlich sind. Die Begriffe Haushaltsproduktion und Reproduktionsarbeit weisen sowohl einen Überschneidungsbereich, als auch eigene Bezüge auf.

Der Begriff Haushaltsproduktion verweist sowohl auf die ökonomisch als auch auf die ökologisch bedeutsamen Aspekte des Handelns in privaten Haushalten. Vorteil des Begriffes der Haushaltsproduktion ist seine Einbettung in das Konzept der gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion, indem die in und von privaten Haushalten geleistete unentgeltliche Arbeit integraler Bestandteil der Erzeugung gesellschaftlichen Wohlstandes ist. Im Verständnis von gesellschaftlicher Wohlfahrtsproduktion werden auch nicht monetär bewertete Prozesse als wohlfahrtsstiftend einbezogen. Das Konzept weist so den Vorteil auf, dass es der in privaten Haushalten geleisteten Arbeit einen immanenten Stellenwert im gesamtgesellschaftlichen Wirtschaftsprozess zumisst.

In der Verknüpfung des Konsum- und Produktionshandelns privater Haushalte als mikroökonomischer Einheit mit makroökonomischen Strukturen erfolgen Einflüsse auf den Ressourcenverbrauch der Gesamtwirtschaft. Mikro- und Makroökonomie können also in ihrer Wechselwirkung miteinander in den Blick genommen werden. Anforderungen privater Haushalte bedingen Angebote, mit denen verringerte oder erhöhte Stoffströme einhergehen können, andererseits haben an die Organisationsbedingungen in privaten Haushalten mehr oder weniger gut angepasste Angebote von Seiten der Wirtschaft, des Staates und intermediärer Organisationen wiederum Einfluss auf das Handeln im Arbeitsprozess der Haushaltsproduktion.

Für die Bearbeitung des Fragekomplexes in dieser Arbeit, der sich mit ökologischen Konsequenzen der Wechselwirkungen zwischen Hausarbeit und den Rahmenbedingungen der Nahrungsmittelversorgung beschäftigt, eignet sich der Begriff Haushaltsproduktion, weil mit ihm die Verknüpfung zwischen mikro- und makroökonomischen Prozessen deutlich gemacht werden kann. Die Sphären von Produktion und Reproduktion stehen sich nicht gegenüber, sondern gelten als wesentliche und jeweils auch produktive Teile der gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion. Die Betrachtung von Hausarbeit als nur konsumtiver Prozess wird damit aufgehoben und es können auch die Rahmenbedingungen in den Blick genommen werden, die Auswirkungen auf den Ressourcenverbrauch in der Haushaltsproduktion haben.

Der Begriff der Haushaltsproduktion spiegelt hingegen nicht die gesellschaftlichen Abwertungsmechanismen und die spezifischen Besonderheiten von Hausarbeit. Diese Zusammenhänge wurden von der feministischen Forschung zu Reproduktionsarbeit aufgezeigt. Für die Bearbeitung der Frage, welche Einflüsse die Nutzung als nachhaltig eingeschätzter Konsumalternativen auf Organisationsstrukturen privater Haushalte und ihre Arbeits- und Rollenverteilung haben können, ist es erforderlich, insbesondere die geschlechtsspezifische Zuschreibung, die gesellschaftliche Minderbewertung und den besonderen Arbeitscharakter von Reproduktionsarbeit mit zu reflektieren.

Mit dem Begriff Reproduktionsarbeit ist die Reflektion der gesellschaftlichen Stellung von Hausarbeit verbunden, die im Vergleich zur Erwerbsarbeit - die im Mittelpunkt ökonomischen und politischen Handelns steht - durch eine Minderbewertung gekennzeichnet ist. Die Analyse der geschlechtsspezifischen Zuweisung der Verantwortung für unbezahlte Arbeiten in der Privatsphäre an Frauen ist in der Forschung zu Reproduktionsarbeit ebenso erfolgt, wie die Untersuchung der aus dem Primat der Erwerbsarbeit erwachsenen Krise der Reproduktionsarbeit. Ich werde den Begriff Reproduktionsarbeit auch in Zusammenhängen verwenden, in denen es um den spezifischen Arbeitscharakter geht, die sich unter den Bedingungen eines engen und konkreten Personenbezuges, des Vermischten Tuns, der Notwendigkeit der Integration widerstrebender Zeitstrukturen, komplexen Anforderungsebenen und zunehmender Mehrfachbelastung, die überwiegend Frauen betrifft, ergeben.

Im Folgenden werde ich die beiden Begriffe Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion nebeneinander benutzen und sie jeweils in dem Kontext verwenden, in dem sie ihre Stärken haben.

### **4.3 Zuweisung der Verantwortlichkeit für Arbeiten in der „privaten Sphäre“ an Frauen**

Frauen werden unter den derzeitigen gesellschaftlichen Verhältnissen als Verantwortliche für Reproduktionsarbeit gesehen. Damit werden sie häufig - bewusst oder unbewusst- zu Adressatinnen von Appellen zu einer Veränderung des Konsumverhaltens in der als privat definierten Sphäre der Hausarbeit. Die asymmetrische Verteilung der Verantwortung und Zuständigkeit für Reproduktionsarbeiten und die scheinbar selbstverständliche Verantwortlichkeit von Frauen für Hausarbeit ist Ergebnis eines historischen Prozesses, indem es zur Trennung der Sphären Produktion und Reproduktion und zu einer geschlechtsspezifischen Zuweisung der Verantwortungsbereiche an Männer und Frauen gekommen ist.

Die Untersuchung dieses Prozesses ist ein Gegenstand der feministischen Forschung der vergangenen dreißig Jahre. Ich möchte eine Zusammenfassung dieser Forschungsergebnisse an dieser Stelle einfügen, um zu verdeutlichen, dass die heutige Situation der vorrangigen Zuständigkeit von Frauen für Haushaltsproduktion und Reproduktionsarbeit und die im Zuge ihrer zunehmenden Erwerbsbeteiligung resultierende Mehrfachbelastung, Folge eines historischen, kulturellen Prozesses ist. Mit dieser Darstellung geht es mir darum aufzuzeigen, dass häufig als selbstverständlich vorausgesetzte Organisationsprinzipien erst in den vergangenen 200 Jahren entwickelt wurden. Im Rahmen der Auseinandersetzung um eine nachhaltige Entwicklung ist eine gesellschaftliche Debatte notwendig, um zu einer Organisation von Produktion und Reproduktion zu kommen, die der Anforderung einer intragenerationalen als auch intergenerationalen Gerechtigkeit nachkommt und umweltverträglich ist.

#### **4.3.1 Entwicklung der industriellen Gesellschaft**

Die Forschungsergebnisse der vergangenen drei Jahrzehnte belegen, dass Reproduktionsarbeit wie sie sich heute darstellt, sich in starker Wechselwirkung mit Entwicklungsprozessen der industriellen Gesellschaft ausgebildet hat und damit Produkt historischer, gesellschaftlicher Prozesse und nicht Ausdruck einer „natürlichen Ordnung“ ist.

Insbesondere die Trennung der Arbeitsbereiche in private und öffentliche Sphären sowie die Zuweisung der Verantwortlichkeit für Arbeiten in der privaten Sphäre an Frauen vollzog sich erst mit der Entwicklung der industriellen Gesellschaft. Für die Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster ist das Bewusstsein über die grundlegende Struktur gesellschaftlicher Arbeitsteilung von wesentlicher Bedeutung für die Entwicklung nachhaltiger und in der Alltagsorganisation umsetzbarer Handlungsvorschläge.

Die Dichotomisierung der Geschlechtscharaktere habe ich bereits in Kapitel 4.2.1 dargestellt. Im folgenden Kapitel möchte ich illustrieren, wie sich die Trennung von privater und öffentlicher Sphäre vollzogen und wie sich die geschlechtsspezifische Zuweisung der Verantwortung für die private Sphäre an Frauen entwickelt hat. Einleitend gebe ich einen kurzen Abriss der historischen Entwicklung der industriellen Gesellschaft. Anschließend stelle ich darauf aufbauend die Auswirkungen auf die gesellschaftliche Organisation der Hausarbeit dar.

Der Entwicklungsprozess der industriellen Gesellschaft in Deutschland vollzog sich in mehreren Schritten. Die vorindustrielle Gesellschaft reicht bis weit ins 18. Jahrhundert. Gesellschaftlich prägende Gruppen dieser Zeit waren die zahlenmäßig überwiegende<sup>89</sup> ländlich-feudale Gesellschaft und die mittelalterliche Stadtgesellschaft (HRADIL 1999). In der vorindustriellen Zeit beherrscht die „Ökonomie des Ganzen Hauses“ in verschiedenen gesellschaftlichen Strukturen (Bauern, Handwerker, Heimwerker) das Wirtschaftsleben in West- und Mitteleuropa (z.B. DÖRR 1996). Die zusammen lebenden und wirtschaftenden Gemeinschaften setzten sich aus mehreren Generationen zusammen und waren primär Erwerbsgemeinschaften (BORSCHIED 1997). Damit waren sie anders strukturiert als die auf Beziehungsgemeinschaften basierenden bürgerlichen Kleinfamilien in der Blüte der Industriegesellschaft: Alle Haushaltsangehörigen - dazu gehörten zum Beispiel in einem Handwerksbetrieb Eltern, Kinder und andere Verwandte sowie Auszubildende und Gesellen des Meisterpaares – erwirtschafteten gemeinsam Gebrauchswerte. Es bestand keine Trennung von Erwerbsarbeit, Haushaltsproduktion und Konsumtion. In Gesamtarbeit aller in einem gemeinsamen Haushalt Lebenden wurde für den Eigenbedarf, den Markt, den Verleger oder den Grundbesitzer erzeugt und produziert. In der „Ökonomie des ganzen Hauses“ bestand eine Arbeitsteilung, in der die verschiedenen Bereiche standes- und geschlechtsspezifisch zugewiesen waren. Frauen waren abhängig von ihrer Stellung im Haus zuständig für Gartenarbeit, für das Vieh, die Zubereitung von Mahlzeiten, für das Aufbewahren und Konservieren von Lebensmitteln und die Fertigung unterschiedlicher Produkte wie z.B. Leinen und Kerzen. Diese Tätigkeiten hatten in der Ökonomie des Hauses aber einen anderen Stellenwert als er heute üblicherweise beigemessen wird. So beschreiben BOCK und DUDEN das Ansehen der Ernährungsversorgung der Hausangehörigen: „So gehört zum Beispiel das Kochen in einem bäuerlichen oder handwerklichen Haushalt auf die Kostenseite eines `Betriebes`, ebenso wie die Licht- oder Seifenherstellung. Hier kocht die Frau nicht als private Dienstleistung an Mann und Kindern, sondern sie besorgt die sichtbare Ernährung von Arbeitskräften, deren Kosten unmittelbar in die

---

<sup>89</sup> Der bäuerliche Bevölkerungsanteil betrug bis zur Mitte des 18. Jahrhunderts etwa 85-90 % (HRADIL 1999).

Rechnung des Gesamthaushaltes eingehen“ (BOCK, DUDEN 1977: 127). Die Ernährungsversorgung war somit Bestandteil produktiven Wirtschaftens, Grundlage der Wirtschaftsfähigkeit des Hauses und nicht ökonomisch ausgeblendet ein Bereich privater Konsumtion.

Die Periode des ausgehenden 18. bis ins erste Drittel des 19. Jahrhunderts stellt eine Übergangsphase dar. In dieser frühindustriellen Gesellschaft findet eine Ablösung von der Ständegesellschaft statt. Die geistige Grundlage dieser tief greifenden gesellschaftlichen Veränderungen legte der Liberalismus<sup>90</sup>. Mit der protestantischen Ethik breitete sich das Prinzip der Zweckrationalität auch im Alltagsleben aus. Die Vorstellung das Auserwähltsein durch Gott schlage sich in irdischem Erfolg und Reichtum nieder, führte dazu, dass die Absicht Wohlstand und Reichtum zu erwirtschaften, ein gesellschaftlich anerkanntes Ziel wurde. Als Mittel galten ein hohes Arbeitsethos und eine asketische Lebensführung (HRADIL 1999). Zentrale Orte des sozialen Wandels waren die Städte. Immer mehr Tagelöhner und Landarbeiter wanderten in die Städte und begannen dort im sich entwickelnden Gewerbe zu arbeiten. Die Bevölkerungszahlen der Städte nahmen mit der Zuwanderung von Arbeitskräften schnell zu. Mit der Einführung der Arbeitsteilung im Ablauf der Produktionsprozesse entstanden die ersten Manufakturen. Neben den Manufakturen entwickelt sich das Verlagssystem: Unter der Leitung eines Unternehmers fand die Produktion durch angeworbene Arbeitskräfte in deren Wohnungen statt. Manufaktur und Verlagswesen bereiteten der modernen Fabrik den ökonomischen und organisatorischen Boden. Beide Produktionsformen zeichnen sich durch massenhafte Warenproduktion, Arbeitsteilung, lohnarbeitsähnliche Arbeitsverhältnisse und Kapitalakkumulation aus. Diese Elemente wurden durch die Manufaktur und das Verlagssystem eingeführt und im Zuge der industriellen Entwicklung perfektioniert.

In der Zeit von 1840 - 1871 wurde in Deutschland eine Verkehrsinfrastruktur mit dem Eisenbahnbau geschaffen und es erfolgte der Aufbau von Maschinenbau- und Textilindustrie. Es fand eine weitere Zuwanderung in die Städte statt. Es kam zur Massenverelendung der industriellen Arbeiterschaft und in der Folge entstanden eine Arbeiterbewegung mit Gewerkschaften und sozialistischen Parteien. Mit der Reichsgründung 1871 entsteht ein gemeinsamer Wirtschaftsraum mit einheitlichem Verkehrs- und Rechtssystem. Insgesamt vollzieht sich in Deutschland die Wandlung vom Agrar- zum Industriestaat. Binnen vierzig Jahren (zwischen 1871 und 1911) stieg die Zahl der Städte in Deutschland mit über 100.000 Einwohnern von 8 auf 48. Eine weitere Entwicklung im Industrialisierungsprozeß fand in Deutschland zwischen den beiden Weltkriegen statt. Die Entwicklung der Großindustrie war bereits abgeschlossen, und in den zwanziger und dreißiger Jahren vollzog sich mit dem Taylorismus ein Rationalisierungsschub in der Industrie. Es zeigte sich aber, dass die Optimierung physikalisch-technischer Aspekte in den industriellen Produktionsprozessen allein nicht zu einer rationellen Organisation ausreichen. In der Folge wurden verbesserte Mitarbeiterführung, Gesundheitsdienste, Gewinnbeteiligungen und gemeinsame Freizeitaktivitäten

---

<sup>90</sup> Theoretiker dieser Zeit waren u.a. Thomas Hobbes, John Locke, Charles de Montesquieu, Jean-Jaques Rousseau, Adam Smith, G.W.F. Hegel, Immanuel Kant, Lorenz von Stein.

als wesentliche Voraussetzungen für eine Effektivierung der Produktion entdeckt und eingeführt (HRADIL 1999).

### **Auflösung der „Ökonomie des Ganzen Hauses“**

Mit der Entwicklung der industriellen Gesellschaften in Europa ist die Auflösung der „Ökonomie des Ganzen Hauses“ verbunden. Wesentlicher Entwicklungsimpuls veränderter sozialer Beziehungen ist zunächst die räumliche Trennung der Produktion für den Tausch, der wirtschaftlich konzentriert und zentralisiert wird, von der Produktion für den direkten Bedarf, die dezentral und kleinteilig blieb. „Als `Ernährer` der Familie traten nach außen hin nicht mehr Mann und Frau gemeinsam auf, sondern nur noch der Mann allein“ (BORSCHIED 1997: 61).

Mit der Auslagerung der Erwerbsarbeit und der Auflösung des Ganzen Hauses verwandelt sich die Familie in eine Konsum-, Freizeit- und Erziehungsgemeinschaft, die die hauswirtschaftliche Produktion zwar beibehält (BORSCHIED 1997: 61), diese aber nach außen weniger in Erscheinung tritt. Das Beziehungsgeflecht zwischen privaten Haushalten und den anderen Wohlfahrtsinstanzen sowie die gesellschaftlichen Aufgabenteilungen verändern sich in radikaler Weise, verbunden damit sind umfangreiche Verlagerungen von Produktionsschritten aus den Haushalten in die Privatwirtschaft.

Güter für den Tauschhandel wurden nun industriell preiswerter hergestellt und die zunehmende Verstädterung führte zur Verringerung des Selbstversorgungspotenzials der Haushalte. Allmählich wurden traditionelle Tätigkeiten wie z.B. Schlachtereier und Bäckerei aus den Haushalten ausgelagert (BORSCHIED 1997). Viele Waren wurden stattdessen halbkonsumreif bzw. konsumreif gekauft, die Haushaltsproduktion umfasste in der Folge nur noch Teile der Warenverarbeitung (DÖRR 1996). Es wurden Produktionsschritte aus den privaten Haushalten in marktwirtschaftliche Unternehmen verlagert und damit das Selbstversorgungspotenzial der Haushalte verringert. Gleichzeitig entstanden neue Arbeitsbereiche (z.B. Einkaufen). In der Verschiebung von Produktionsschritten aus den Haushalten heraus, zeigt sich: „Der Haushalt reagiert nicht nur auf Preise der nachgefragten Güter sowie die Preise der Substitutions- und Komplementärgüter, sondern auch auf Veränderungen der Produktionsbedingungen im Haushalt mit Nachfrageveränderungen. Er ersetzt Eigenarbeit durch Fremdarbeit, wenn dies ökonomisch rational erscheint“ (GLATZER 1986: 21).

Aus der räumlichen Trennung der Arbeit von Frauen und Männern resultierte die Separation der sozialen Lebenszusammenhänge. Es entstanden getrennte Lebenswelten, die als öffentlich definierte „Arbeitswelt“ und die private „Familienwelt“ mit geschlechtsspezifischen Zuweisungen und Wertungen belegt wurden. Für die beiden Arbeitssphären entwickelten sich völlig unterschiedliche Regeln und Ziele (DÖRR 1996) und sie unterliegen einer hierarchischen Bewertung, die die Bedeutung der Erwerbsarbeit hervorhebt und die Arbeit in der Haushaltsproduktion dauerhaft abwertet. „Die Unterordnung der Frau unter den Mann ließ sich zwar nicht mit dem Gleichheitspostulat der Aufklärung in Einklang bringen, erhielt aber ihre Begründung in den Schriften von Medizinern, Pädagogen, Anthropologen und Philosophen, die sich über den weiblichen Charakter ausließen. In der Zeit der Restauration entstand eine neue Form des Patriarchalismus, zu dessen Begründung biologische Unterschiede der Geschlechter angeführt wurden. (...) Die `Bestimmung der Frau` - so der allseits wiederholte Ausdruck -

sei es, als Gattin, Hausfrau und Mutter im Hause zum Wohle der Familie zu sorgen und auf Sittlichkeit, Ordnung und Wohlstand zu achten“ (BORSCHIED 1997: 61; vgl. auch HAUSEN 1976).

Lorenz VON STEIN<sup>91</sup> formulierte im 19. Jahrhundert in seiner Schrift „Die Frau auf dem Gebiete der Nationalökonomie“: „Das Haus ist die Arbeit der Liebe“ (zitiert nach BORSCHIED 1997: 64) und formuliert damit eine Zusammenfassung der Abwertung der Haushaltsproduktion, die die biologistische Festschreibung von „Geschlechtscharakteren“ zur Grundlage gesellschaftlicher Arbeitsteilung macht und kulturell bedingte Zuweisungsprozesse negiert. Auch Karl MARX sah die gesellschaftliche geschlechtsspezifische Arbeitsteilung als Folge biologischer Unterschiede der Geschlechter: „Innerhalb einer Familie, weiter entwickelt eines Stammes, entspringt eine naturwüchsige Teilung der Arbeit aus Geschlechts- und Altersverschiedenheiten, also auf rein physiologischer Grundlage“ (MARX 1867: 372).

In beiden Äußerungen wird deutlich, wie sehr der Entwurf der „Geschlechtscharaktere“ (HAUSEN) (vgl. Kapitel 4.2.1) im 19. Jahrhundert bereits verankert ist. Frauen wird nun auf Grund ihrer Biologie, das Haus als Arbeitsplatz zugewiesen und die darin verrichtete Arbeit als „Arbeit aus Liebe“ angesehen, die nicht bewert- und entlohnbar, weil sie „unbezahlbar“ ist. Das männliche Geschlecht zieht aus der Zuweisung der Verantwortung für Versorgungs- und Betreuungsleistungen an Frauen qua biologischer Geschlechtszugehörigkeit direkten und indirekten Nutzen: „Direkt verschaffen sich Männer aus der Fortpflanzungs- und Betreuungstätigkeit von Frauen zusätzliche Freizeit und erhöhte Lebensqualität; indirekt haben Männer aufgrund der Behinderung von Frauen durch `zwei Jobs´ Vorteile um Stellen und beruflichen Aufstieg“ (JAGGER / MCBRIDE 1989: 157 zitiert nach BAUHARDT 1995: 54).

Der Normenkatalog für bürgerliche Frauen sieht Häuslichkeit, Sanftmut, Friedfertigkeit, Duldsamkeit, Nachgiebigkeit, Pflichtbewusstsein und Fleiß vor (BORSCHIED 1997). Dieses Frauenbild wurde über Familienromane, Theaterstücke, Trivialliteratur und Familienzeitschriften im bürgerlich-städtischen Milieu idealisiert, reproduziert und verbreitet und dann auch in andere gesellschaftliche Schichten als Idealbild getragen.

Die Mutterrolle gewinnt gesellschaftlich an Gewicht und als neue Anforderung, die aus den Notwendigkeiten industrieller Fertigungsprozesse und den Anforderungen an die künftigen ArbeitnehmerInnen entspringen, kam die Bildungs- und Erziehungskompetenz zum Aufgabengebiet der Haushaltsproduktion hinzu (BORSCHIED 1997). Mit der zunehmenden Bedeutung von Erziehungsarbeit wird Frauen in allen gesellschaftlichen Schichten die familiäre Sphäre zugewiesen. Zunächst konnte sich die Polarisierung der Geschlechter im gebildeten Bürgertum durchsetzen. Im Bildungsbürgertum hatte die Kindererziehung durch die vom Vater vorgezeichnete Berufsperspektive<sup>92</sup> ein besonders großes Gewicht (vgl. HAUSEN 1976: 383).

Frauen und Töchter von Arbeitern mussten zwar Lohnarbeiten nachgehen, dennoch lag die alleinige Zuständigkeit für die Familie auch in Arbeiterkreisen ausschließlich bei

---

<sup>91</sup> Lorenz von Stein (1815 – 1890) war Staatsrechtler und Volkswirtschaftler, als Professor lehrte er zunächst in Kiel, später in Wien (dtv-Lexikon Ein Konversationslexikon in 20 Bänden; Band 17, S. 265)

<sup>92</sup> Gemeinte Berufsfelder sind ständische und staatliche Verwaltung, Bildungswesen und Seelsorge.

ihnen. Nach HAUSEN „hat es im 19. Jahrhundert nicht an Versuchen gefehlt, auch bei den Arbeitern den `richtigen` Familiensinn zu pflegen und vor allem die Frauen des `niedereren` Volkes auf ihre `Bestimmung als Gattin, Hausfrau und Mutter` durch entsprechende psychologische und praktische Ausbildung vorzubereiten“ (HAUSEN 1976: 383, Hervorhebungen im Original). Bürgerliche Familienideale wurden zuerst von qualifizierten Arbeiterfamilien nachgelebt, die versuchten als `respektable` Arbeiter dem bürgerlichen Familienmodell zu entsprechen. „Die Frauen der Fabrikarbeiter kehrten nur bei ganz akuter Not in die Fabrik zurück und bevorzugten die `heimliche` Heimarbeit, zumal sich Pfarrer und Lehrer im Interesse der Kindererziehung gegen eine außerhalb der Hausarbeit dieser Frauen aussprachen“ (BORSCHIED 1997: 67).

Mit der Zuweisung der privaten Sphäre des Haushaltes und der Familie an Frauen war ein zunehmender Ausschluss aus dem öffentlichen Leben verbunden. Frauen hatten kein Wahlrecht und waren in Deutschland bis 1908 aus Vereinen und Parteien ausgeschlossen (BORSCHIED 1997).

### **4.3.2 Festigung der Zuweisung der Verantwortlichkeit von Reproduktionsarbeit an Frauen**

Zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts fand eine Festigung der Zuweisung der Verantwortlichkeit für Reproduktionsarbeit an Frauen statt. Insbesondere Unternehmer entwickelten ein großes Interesse daran, dass ihre Lohnarbeiter durch die Absicherung der Reproduktionsarbeit - unbezahlt von deren (Ehe)Frauen erbracht - in die Lage versetzt wurden, ihre Arbeitskraft in größtmöglichem Umfang und qualitativ hochwertiger Form in die Erwerbsarbeit einzubringen. BOCK und DUDEN zeichneten den Prozess der Durchsetzung der Absicherung von Reproduktionsarbeit für die USA in der ersten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts nach: Private Haushalte werden seit den zwanziger Jahren als Produktionsstätte der Produktivität der Lohnarbeiter gesehen. Neben der Quantität sollte auch die Qualität der Arbeitskraft gefördert werden. Dies bezieht sich sowohl auf die tagtägliche Sicherung der lebensnotwendigen Versorgung, als auch auf die Sicherung des Nachwuchses und der an den Notwendigkeiten industrieller Produktionsprozesse ausgerichteten Erziehungszielen.

BOCK und DUDEN zitieren als Beispiel für diese Sichtweise den Wirtschaftswissenschaftler William C. REDFIELD „Ein Arbeiter, der morgens schlecht gefrühstückt den Betrieb betritt, arbeitet bedeutend weniger effizient als einer, dem - wie den Amerikanern im Unterschied zu den Immigranten - seine Frau vor der Arbeit ein kräftiges Frühstück bereitet hat“ (REDFIELD 1932: 162, zitiert nach BOCK, DUDEN 1977: 166). Nachdem es mit dem Rückgang der Immigration in den Jahren 1914 und 1924 zu einem Arbeitskräftemangel gekommen war, forciert die US-amerikanische Bundesregierung die Qualität häuslicher Versorgungsarbeiten zur Sicherung des Nachwuchses an Arbeitskräften. Hausfrauen wurden als wichtige Produzentinnen von Arbeitskraft gesehen und so wurde in den USA das Fach „Hauswirtschaft“ für alle Ebenen des Schulsystems für Frauen eingeführt. Weitere Maßnahmen waren die Einführung von Sozialhilfe für allein erziehende Mütter und ein Bundes-Mutterschaftsgesetz.

Auch durch steigende Lebenshaltungskosten rückte die Haushaltsproduktion in den Blickpunkt des Interesses. Um Lohnforderungen niedriger zu halten, wurde die Senkung der Ausgaben im Haushalt zu einem wichtigen Thema: „Zahlreiche Untersuchun-

gen von Familienbudgets wurden publiziert, und schließlich konzipierte die Wirtschafts- und Sozialwissenschaft zum ersten Mal eine politisch wirksame Lohntheorie, in der Lohn nicht mehr als für das bloße individuelle Überleben, sondern dafür gedacht war, auch Kost und Logis der für Mann und Kinder arbeitenden Frau zu decken“ (BOCK / DUDEN 1977: 175)<sup>93</sup>. Henry FORD formuliert „Der Mann leistet seine Arbeit in der Fabrik, die Frau ihre Arbeit zu Hause. Die Fabrik muß beide zahlen“ (FORD 1923: 143, zitiert nach DÖRR 1996: 93). DÖRR schildert Ford als einen der Ersten, der die Erkenntnis, dass die häuslichen Verhältnisse sich auf die Qualität der Arbeitsfähigkeit seiner Mitarbeiter auswirkt, in seine Unternehmenspolitik integrierte. In den Ford-Werken wurden „Lebensführungsprämien“ eingeführt, die dann ausgezahlt wurden, wenn die Überprüfung der familialen Lebensverhältnisse der Arbeiter den Anforderungen der sozialen Fürsorgeabteilungen Fords standhielt. Solche Familienzulagen in der Entlohnung wurden später in den USA insgesamt eingeführt, um die Erziehung der nachfolgenden Generation zu gewährleisten. Damit Unternehmen aus Kostengründen nicht bevorzugt kinderlose Arbeitnehmer zum Schaden der Erziehung zukünftiger Arbeitskräfte einstellten, wurden die Familienzulagen aus Branchen- oder Regionalfonds bezahlt, in die Unternehmer zwangsweise Abgaben entrichten mussten. „Mit diesen Zuschüssen wurde also weder die Frau noch ihre Arbeit bezahlt, die weiterhin als unbezahlbar galt und gilt, wohl aber ihre besondere Ausbeutung ermöglicht. Denn sie bestand gerade darin, dass die Frau, finanziell vom Mann abhängig, seinen unzureichenden Familienlohn streckte, so die Lebenshaltungskosten senkte und es damit dem Arbeitgeber möglich machte, den Lohn des Mannes niedrig zu halten; umgekehrt vermochte die unbezahlte Arbeit der Hausfrau mehr Geld einzusparen, als sie durch unterbezahlte Berufstätigkeit als ‚Zusatzverdienerin‘ zu erhalten hoffen konnte“ (BOCK / DUDEN 1977: 175). Mit diesem Prozess ist es gelungen, Frauen als unbezahlte Arbeiterinnen in das Wirtschaftsleben einzubinden. „Die Umwandlung der Frauen in eine auf unsichtbare Weise dienende Klasse war eine ökonomische Leistung ersten Ranges. Dienstboten für gesellschaftlich unterbewertete Arbeiten standen einst nur einer Minderheit der vorindustriellen Bevölkerung zur Verfügung; die dienstbare Hausfrau steht jedoch heute auf demokratische Weise fast der gesamten männlichen Bevölkerung zur Verfügung“ (GALBRAITH 1973: 33, zitiert nach BOCK / DUDEN 1977: 177).

In Deutschland fand ein vergleichbarer Prozess statt, mit dem die Zuweisung der Verantwortung für die Reproduktionsarbeit an Frauen gefestigt wurde. Im 19. Jahrhundert lebten Arbeiterfamilien in den rasch wachsenden Städten unter schlechten Lebensbedingungen: Enger Wohnraum, mangelhafte hygienische Verhältnisse und hohe Säuglingssterblichkeit waren Probleme, die thematisiert und kritisiert wurden. Nach DÖRR sahen die staatlichen Institutionen in der Durchsetzung eines „geordneten Familienlebens“ ein geeignetes Mittel der Verbesserung der Zustände. Sie wendeten sich vor allem an Frauen, die als Hauptträgerin des Familienlebens gesehen wurden. Fürsorgereinen kümmerten sich um soziale Verhältnisse, den Gesundheitszustand der Familienmitglieder und kontrollierten Wohnverhältnisse und Haushaltsführung. An den Mädchenvolksschulen wurde um die Jahrhundertwende Hauswirtschaftunterricht in den Fächerkanon aufgenommen. Nach dem ersten Weltkrieg mussten Frauen Berufs-

---

<sup>93</sup> Als Belege für ihre Analyse beziehen sich BOCK und DUDEN auf zeitgenössische US-amerikanische Autoren DOUGLAS 1927, NEARING 1913, DOUGLAS 1966 (1, 1930) und FORD 1923.



schulen besuchen. Der Unterricht dort bereitete sie sekundär auf Erwerbsarbeit bis zur Ehe und primär auf den „Hauptberuf als Hausfrau und Mutter“ vor. Für die Hausarbeit entwickelten sich hohe Anforderungen in Bezug auf Hygiene, Ernährung und Erziehung, und junge Frauen sollten davon überzeugt werden, dass die Sorge um die Familie ihr „Hauptberuf“ sei (DÖRR 1996: 85 ff).

Auch in Deutschland erkannten Unternehmen den Zusammenhang zwischen Arbeitsmotivation und -produktivität der männlichen Arbeitskräfte und ihren häuslichen Lebensbedingungen. Nach dem 1. Weltkrieg gewann die betriebliche Sozialpolitik an Bedeutung. Industriebetriebe stellten Werksfürsorgerinnen ein, die sich mit der Haushalts- und Familienführung der Beschäftigten befassten. Die betrieblichen Familienfürsorgerinnen orientierten sich in ihrer Arbeit am Ideal der bürgerlichen Kleinfamilie und trugen dieses verstärkt in proletarischen Familien. Betriebliche Unterstützungsleistungen, die Vergabe von Werkswohnungen oder Lehrstellen an Söhne der Familien hing zum Teil von der Beurteilung der Haushaltsführung durch die Werksfürsorgerinnen ab (DÖRR 1996: 90 ff). Dadurch gewannen sie an Macht, ihre Vorstellungen einer geordneten Haushaltsführung in proletarischen Familien durchzusetzen.

In der Folge der Maßnahmen kam es zu einer breiten gesellschaftlichen Durchsetzung des bürgerlichen Familienideals und schichtübergreifenden Durchsetzung des Leitbildes der Hausfrau. SCHMIDT-WALDHERR (1988) weist darauf hin, dass zudem das Bürgerliche Gesetzbuch Ehefrauen verpflichtete allein, ohne Mitarbeit ihres Ehepartners, die Hausarbeit zu erledigen und zudem ihren Lebensunterhalt entweder aus einem eigenen Vermögen zu bestreiten oder einer Erwerbsarbeit nachzugehen, wenn die Einkünfte des Ehemannes für die Versorgung nicht ausreichte.

### **4.3.3 Verbindung von Erwerbsarbeit und Reproduktionsarbeit - Debatte um die Doppelbelastung von Frauen zu Beginn des 20. Jahrhunderts**

Zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts fanden gesellschaftliche Veränderungen mit erheblichen Auswirkungen auf die Organisation der Reproduktionsarbeit in allen gesellschaftlichen Schichten statt. Bürgerliche Familien hatten Schwierigkeiten Dienstboten zu finden. Einerseits ließ der Zustrom von jungen Frauen vom Lande nach, die den Dienstmädchenberuf als Übergang in eine städtische Existenz nutzen wollten, andererseits wuchsen die Beschäftigungsmöglichkeiten für Frauen, die mit geringerer persönlicher Abhängigkeit, geregelten Arbeitszeiten, höheren Löhnen und größerem gesellschaftlichen Ansehen verbunden waren<sup>94</sup>. Der Anteil fest in Haushalten angestellter Dienstboten ging zurück, dennoch blieb bezahlte Hausarbeit eine wichtige Erwerbsquelle für Frauen aus der Unterschicht. Zunehmend beschäftigten bürgerliche Familien Hilfskräfte für Hausarbeiten nur noch tage- oder stundenweise (vgl. DÖRR 1996: 84f). Nach dem ersten Weltkrieg verarmten große Teile der Mittelschicht, dies führte dazu, dass Frauen aus diesen Schichten einerseits einer Erwerbstätigkeit nachgehen und andererseits große Teile der Hausarbeit selbst erledigen mussten. Daraus entstand auch für Frauen der Mittelschicht eine Doppelbelastung aus Erwerbs- und Reprodukti-

---

<sup>94</sup> Beschäftigungsmöglichkeiten bestanden nach dem ersten Weltkrieg in der industriellen Produktion, in der Verwaltung und im Dienstleistungsbereich.

onsarbeit, die zu einer gesellschaftlichen Debatte über Lösungsmöglichkeiten führte. In proletarischen Haushalten war die Berufstätigkeit der Frauen schon im 19. Jahrhundert verbreitet gewesen. Eine Untersuchung von Rosa Kempf aus dem Jahre 1911 zeigte bereits die Doppelbelastung von Fabrikarbeiterinnen durch Haus- und Erwerbsarbeit auf (KEMPF 1911).

Das Problem der Arbeitsüberlastung von Frauen in verschiedenen sozialen Schichten führte zur Debatte von zwei gegensätzlichen Lösungsansätzen, die ich im Folgenden darstellen werde. Zum einen wurde diskutiert, die Haushaltsproduktion kollektiv zu organisieren, der andere Ansatz wollte die Hausarbeit rationalisieren, in der Annahme, dass sie so weit reduziert werden könne, so dass sie für Frauen leichter mit Erwerbsarbeit zu verbinden sei.

### **Ansätze kollektiv organisierter Haushaltsproduktion**

DÖRR (1996) zeigt in ihrer Arbeit „Der technisierte Rückzug ins Private - Zum Wandel der Hausarbeit“, dass die Debatte um eine Rationalisierung der Haushaltsproduktion versus einer gesellschaftlichen Neuorganisation zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts wesentlich war für die weitere Festigung der Zuweisung der Verantwortlichkeit für die Hausarbeit an Frauen. Ihre zentrale These ist, dass es in Folge dieser Debatte zu einem Bedeutungswandel der Hausarbeit von einer gesellschaftlich anerkannten zu einer unsichtbaren und individualisierten Arbeit von Frauen gekommen ist. Gegen Alternativen der kollektiven gesellschaftlichen Organisation der Haushaltsproduktion konnten sich am bürgerlichen Familienideal orientierte Bestrebungen durchsetzen, die es ermöglichen, dass Frauen Familienhaushalte allein führen und zusätzlich einer Erwerbstätigkeit nachgehen können.

Ein anderer Ansatz des gesellschaftlichen Umgangs mit Reproduktionsarbeit ist die Debatte um ihre Kollektivierung. Als Beispiele für Kollektivierungsansätze beschreibt DÖRR die Bestrebungen von Reformbewegungen in den USA und Europa. Die Hausarbeit wurde durch den Zusammenschluss mehrerer Haushalte zentralisiert und kollektiv organisiert. In der Darstellung DÖRRs bleibt offen, wie präsent die Debatte um eine Kollektivierung von Reproduktionsarbeiten in breiten Bevölkerungsschichten war. Deutlich wird aber, dass insbesondere in der deutschen SPD intensiv um die Idee von Einküchenhäusern gerungen wurde und sich langfristig Positionen durchsetzen konnten, die Kollektivierungsansätze für die Reproduktionsarbeit u.a. mit dem Argument ablehnten, diese würden das Familienleben beeinträchtigen. Hier zeigt sich, dass in der SPD der Jahrhundertwende das Idealbild kleinbürgerlicher Familienstruktur und geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung prägend für die politische Argumentation war.

Wesentlicher Ansatz der Reformbewegungen war die Grundannahme, dass Haushaltsproduktion ein wichtiger und notwendiger Bereich des Wirtschaftssystems ist, dessen Organisation ein gesellschaftlich - also eben nicht privat - zu lösendes Problem darstellt. DÖRR stellt in ihrer Arbeit verschiedene Ansätze der Reformierung privater Haushaltsproduktion vor. Im Folgenden werde ich ihre Darstellung kurz zusammenfassen (vgl. DÖRR 1996: 56-79).

DÖRR beschreibt die Siedlungsexperimente der Frühsozialisten zu Beginn des 19. Jahrhunderts in den USA, die die Trennung zwischen Haus- und Erwerbsarbeit so

weit als möglich aufgaben und in kleinen Produktions- und Reproduktionsgemeinschaften notwendige Arbeiten kollektiv organisierten. Religiöse Gemeinschaften in den USA<sup>95</sup> organisierten ihre Haushaltsführung ebenfalls kollektiv. DÖRR stellt heraus, dass die gemeinschaftliche Organisation technische Innovationen hervorbrachte<sup>96</sup>, die dazu führten, dass die Arbeit effektiver und arbeitssparender verrichtet werden konnte. Als Ursache der innovativen Kraft kollektiv organisierter Gemeinschaften sieht sie die gleichberechtigte Stellung der Hausarbeit neben anderen Arbeitsfeldern, den Austausch über effektivere Organisations- und Arbeitsformen durch die Bewältigung der anfallenden Arbeiten in Gruppen, größere finanzielle Möglichkeiten und die Zusammenführung von Erfahrungen und Fähigkeiten aus verschiedenen Arbeitsbereichen.

Die „utopischen Feministinnen“ im 19. Jh. in den USA und England<sup>97</sup> setzten sich die Befreiung der Frauen von der „Sklaverei der Hausarbeit“ zum Ziel, da sie in der geschlechtsspezifischen Zuweisung der Hausarbeit an Frauen die Hauptursache für die gesellschaftliche Unterdrückung sahen. Sie entwarfen Wohnhäuser und -gebiete, in denen Haushaltsproduktion kollektiv organisiert werden konnte (vgl. DÖRR 1996: 63 ff., DÖRHÖFER 1990, FOPA 1991, HAYDEN 1985).

In Deutschland setzte sich die Sozialdemokratin Lily Braun für die Idee des Einküchenhauses ein (BRAUN 1901). Sie brachte diese um 1900 in die sozialistische Debatte um Wohnungsreform und Frauenemanzipation ein (SCHMIDT-WALDHERR 1988: 35). Nach ihrer Vorstellung sollte in Einküchenhäusern die Reproduktionsarbeit zentral und gemeinschaftlich organisiert und im Wesentlichen bezahlt von angestellten Frauen verrichtet werden. Vorgesehen waren Zentralküchen, sowie kollektiv nutzbare Waschräume und Gartenanlagen. In den Wohneinheiten selbst sollte es nur kleine Teeküchen geben. Braun verfolgte den Zweck, Hausarbeiten durch die gemeinschaftliche Organisation und den Einsatz von Maschinen einerseits rationeller zu gestalten und andererseits durch die Beschäftigung von Personal zu bezahlen. Ziel dieses Konzeptes war die Befreiung der Frauen von der Doppelbelastung durch Erwerbs- und Reproduktionsarbeit, die Entlastung des Familienlebens von Hausarbeit, die Professionalisierung von Haus- und Erziehungsarbeiten und damit die Schaffung bezahlter Arbeitsplätze in der Hauswirtschaft und eine qualitative Verbesserung in den Bereichen Kindererziehung und Ernährung.

Lily Braun stieß mit ihrem Konzept sowohl in sozialdemokratischen als auch in konservativen Kreisen auf heftige Kritik. Clara Zetkin kritisierte die Vorschläge Brauns in fünf Ausgaben der sozialdemokratischen Zeitschrift „Gleichheit“ in umfassender und vernichtender Weise (vgl. SCHMITT-WALDHERR 1988: 37f). Zetkin argumentierte, dass erst nach einer Revolution eine Haushaltsreform erfolgen könne. Unter kapitalistischen

---

<sup>95</sup> Zwischen 1800 und 1900 existierten mehr als 100 solcher Gemeinschaften mit mehr als 100.000 Mitgliedern (DÖRR 1996: 59).

<sup>96</sup> „... die religiösen Gemeinschaften in den USA waren im Bereich der Hauswirtschaft und Kinderbetreuung sehr innovativ. Sie entwickelten eine Vielzahl von Haushaltsgeräten und -einrichtungen, wie z.B. die Wäscheklammer, das Schiebefenster zur Erleichterung des Fensterputzens; einen Apfelschäler, der die Frucht gleichzeitig in vier Teile zerlegt und entkernt; einen Kartoffel- und Erbsenschäler; leistungsfähigere Waschmaschinen, Mangeln und Bügeleisen; einen runden Herd, der das gemeinsame Kochen ermöglicht; einen Rotationsherd; eine Buttermaschine; eine Käsepresse“ (DÖRR 1996: 59).

<sup>97</sup> Z.B. Melisina Fay Pierce, Marie Stevens Howland, Alice Constance Austin, Charlotte Perkins Gilman

Verhältnissen seien die von Braun vorgeschlagenen Wirtschaftsgenossenschaften nur von einer kleinen Gruppe der Arbeiterobererschicht finanzierbar. Die Männer dieser Arbeiterelite hätten jedoch kein Interesse daran, die Erwerbstätigkeit ihrer Frauen zu fördern: „In der Arbeiterobererschicht aber, in der allein das Einküchenhaus finanziell realisierbar wäre, sei einerseits weder die Berufstätigkeit der Ehefrau erforderlich, noch gäbe es andererseits `aus psychologischen Gründen´ eine Bereitschaft der Männer, die Erwerbsarbeit der Ehefrauen oder gar eine Haushalts- und Familienreform zu unterstützen“ (SCHMITT-WALDHERR 1988: 37, in den Anführungszeichen bezieht sich Schmitt-Waldherr auf eine Äußerung von Clara Zetkin). Nach der Jahrhundertwende gewann in der SPD die Position des proletarischen Antifeminismus an Verbreitung, nach der Frauenemanzipation der weiblichen Natur und der menschlichen Natur überhaupt widerstrebe und daher das „Nur-Hausfrau-Sein“ die „patriarchale Lösung der Frauenfrage“ sei (SCHMITT-WALDHERR 1988: 38).

Als weiteres Argument gegen Einküchenhäuser wurde angeführt, dass die Befreiung der Frauen von der Hausarbeit das Familienleben gefährde. Damit setzten die Kritiker Hausarbeit und ihre individualisierte Verrichtung in der Sphäre privater Haushalte mit dem Familienleben gleich und bezogen sich auf die Spaltung privater und öffentlicher Lebensbereiche als quasi natürliche Ordnung. Braun argumentierte dagegen, dass die Befreiung von der Hausarbeit die Beziehungen in den Familien stärker in den Mittelpunkt rücken könne.

Sie gründete 1903 die „Haushaltungsgenossenschaft GmbH“ um ihr Projekt zu verwirklichen, musste es aber bald wegen mangelnder Unterstützung aufgeben. In den zwanziger Jahren wurde die Debatte von Wally Zepler und Claire Richter noch einmal aufgenommen. Richter, eine Volkswirtin, sah eine Ökonomisierung der Hausarbeit durch die Zentralisierung in hauswirtschaftlichen Großbetrieben als notwendig an, um die Arbeitskraft der Frauen volkswirtschaftlich sinnvoll zu nutzen. Auch der von ihnen gegründete „Verein für gemeinnützige Einküchenwirtschaft“ konnte keine Projekte realisieren (vgl. SCHMITT-WALDHERR 1988: 41 f).

Die Idee des Einküchenhauses wurde von progressiven bürgerlichen Architekten und Finanziers aufgegriffen, die zentralisierte Hauswirtschaften auf kommerzieller Ebene für die gehobene Mittelschicht umsetzten. Damit konnte der gehobenen Mittelschicht ein hoher Wohnkomfort angeboten werden, ohne dass diese Familien selber Dienstboten beschäftigen mussten. Realisiert wurden Projekte in Kopenhagen 1905, Berlin 1909 und Wien 1926. Nach 1919 wurden in der Sowjetunion vor allem für allein stehende Arbeiter sogenannte Wohn-Hotels gegründet und in Stockholm 1935 ein Projekt in der John Ericsonsgatan 6 realisiert, das heute noch bewohnt ist. Weltweit existieren inzwischen kommerzialisierte Varianten von Einküchenhäusern in Form von Service-Häusern, Appartementhotels und Boardinghouses (vgl. DÖRR 1996: 73-79).

### **Positionen der Frauenbewegung zur Organisation von Hausarbeit**

In der bürgerlichen Frauenbewegung gab es in der Auseinandersetzung um die Lösung des Problems der Doppelbelastung von Frauen zwei konträre Positionen. Maria Lischnewska beispielsweise vertrat die Ansicht, dass die außerhäusliche Erwerbsarbeit und die ökonomische Unabhängigkeit von Frauen unentbehrlich für ihre gesellschaftliche Gleichberechtigung sei. Auf der Generalversammlung des Verbandes Fortschrittli-

cher Frauenvereine im Herbst 1905 plädierte sie dafür, private Hausarbeit, die sozial und ökonomisch ineffektiv sei, abzuschaffen. Während von Lischnewska die Befreiung von der Hausarbeit als Weg zu einer Befreiung von Frauen aus ihrer Abhängigkeit und politischen Ohnmacht gesehen wurde, verfolgte Käthe Schirrmacher das Ziel, zu einer gesellschaftlichen Neubewertung der Hausfrauenarbeit zu kommen. Ihr ging es darum, zu bewirken, dass Hausarbeit als gesellschaftlich notwendige produktive Berufsarbeit anerkannt wurde und ökonomische, rechtliche und soziale Anerkennung erfuhr (vgl. SCHMITT-WALDHERR 1988: 39).

Schon damals gab es ein Spektrum frauenpolitischer Einschätzungen von Hausarbeit, das sich zwischen zwei Polen bewegte. Die eine Position vertrat die Ansicht, die Belastung mit Reproduktionsarbeit hemme die gesellschaftliche Gleichstellung von Frauen und es seien Organisationsformen zu entwickeln, die Frauen von der Zuweisung der Verantwortlichkeit für Reproduktionsarbeit befreie. Die andere Position ging von der Erkenntnis aus, dass Reproduktionsarbeit gesellschaftlich notwendige Arbeit sei, eine gesellschaftliche Neubewertung und gleichwertige Anerkennung wie der Erwerbsarbeit führe zu einer gesellschaftspolitischen Gleichstellung von Frauen, die diese Arbeit verrichten. Die zweite Position stellt die grundsätzliche Festlegung, Frauen seien qua ihres Geschlechtscharakters für die Verrichtung von Reproduktionsarbeiten prädestiniert, nicht in Frage.

Nach BORSCHIED sahen die Mehrzahl der Vertreterinnen der bürgerlichen Frauenbewegung<sup>98</sup> Frauen primär als Mütter und Hausfrauen und vertraten damit eher die zweite Position, die eine gesellschaftspolitische Gleichstellung durch eine Stärkung der gesellschaftlichen Anerkennung von Reproduktionsarbeiten anstrebt. Erwerbsarbeit für Frauen sahen sie vor allem als vorübergehende Beschäftigung, die in der Regel mit einer Ehe beendet wurde. Als berufliche Tätigkeitsfelder für unverheiratete Frauen hielten sie Arbeiten in den Bereichen Erziehung und Hauswirtschaft für angemessen.

In den politischen Debatten um die gesellschaftliche Organisation von Reproduktionsarbeit wurde die Zuweisung der Verantwortlichkeit an Frauen und die Spaltung der Sphären in einen männlich konnotierten öffentlichen und einen als weiblich definierten privaten Bereich nicht in Frage gestellt. Die bürgerliche Frauenbewegung zog auch die Zuständigkeit von Frauen für Reproduktionsarbeiten grundsätzlich nicht in Zweifel. Braun und Lischnewska plädierten dagegen für eine Bezahlung der Hausarbeit in einem kollektiv organisierten Kontext. Die Debatte um die Organisation von Hausarbeit und die Stellung von Frauen im gesellschaftlichen Machtgefüge bewegte sich somit zwischen den Polen Befreiung von der Hausarbeit durch kollektive Organisation und rechtliche, ökonomische Absicherung sowie gesellschaftliche Anerkennung der Hausarbeit. Die prinzipielle Zuständigkeit von Frauen für Reproduktionsarbeiten und die Forderung, dass Männer sich gleichberechtigt an der Erledigung beteiligen sollen, wurde damals nicht diskutiert. Die verschiedenen Ansätze stellten grundsätzlich nicht in Frage, dass vorwiegend Frauen Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion leisten sollten.

---

<sup>98</sup> Z.B. Luise Otto-Peters, Mathilde Weber, Lina Morgenstern, Hedwig Heil

## Rationalisierung der Reproduktionsarbeit

Die Debatte um eine Kollektivierung der Hausarbeit reichte bis in die zwanziger Jahre und wurde dann von Ansätzen verdrängt, die Probleme, die sich aus der Mehrfachbelastung von Frauen durch Erwerbs- und Reproduktionsarbeit ergeben, mit Hilfe von Rationalisierungsansätzen zu lösen versuchten. Grete Schütte-Lihotzky beispielsweise zog aus dem Scheitern der Einküchenhausprojekte die Konsequenz, die Arbeit in den Einzelhaushalten so rationell wie möglich zu gestalten (vgl. SCHMITT-WALDHERR 1988: 43) und konzipierte nach Kriterien von Arbeitsplatzanalysen-, Zeit und Bewegungsstudien die „Frankfurter Küche“. Schütte-Lihotzky ordnete in ihren Entwürfen verschiedene Funktionen der Küche so an, dass Arbeitsabläufe in rationeller Weise ermöglicht werden sollten. Ihre Konzeption sah eine Trennung des kleinen Arbeitsraums Küche, dessen Maße insbesondere aus der Reduktion von Wegen und einer rationellen Anordnung von Funktionsbereichen resultierten, von dem Wohnbereich vor. Vorgesehen war aber eine Verbindung zum Wohnraum mit dem die räumliche Enge der reinen Arbeitsküche aufgelöst, parallele Kinderbetreuung ermöglicht und auch die Zusammenarbeit mehrerer Personen möglich gewesen wäre (vgl. DÖRHÖFER, TERLINDEN 1988).

Die Fragestellung der Rationalisierung von Haushaltsproduktion konzentrierte sich auf die Optimierung der Hausarbeit in einzelnen privaten Haushalten mit dem Ziel, die Arbeit so zu rationalisieren, dass sie von einer Person allein - ohne Hilfe durch Hausangestellte oder Familienangehörige - bewältigbar war. Jetzt standen die individuellen Hausfrauen und ihre Tätigkeiten im Mittelpunkt des Interesses. Der Ansatz der Rationalisierung von Hausarbeiten ging von der Annahme aus, dass es eine wissenschaftlich „richtige“ Weise gebe, sie zu verrichten. Damit hatte die Taylorisierung, mit der Arbeitsabläufe in der Industrie optimiert wurden, private Haushalte erreicht. „Die Haushaltsrationalisierungsbewegung führte dazu, dass in Deutschland zum ersten Mal in breiterem Umfang die Frage diskutiert wurde, wie einzelne hauswirtschaftliche Arbeiten nach rationellen, effizienzsteigernden Gesichtspunkten umgestaltet werden könnten, welche Arbeitsgeräte zweckmäßig seien und wie eine funktionale Wohnung auszusehen habe (vgl. Orland 1983: 221). Die Hausfrau sollte sich in eine Managerin des Alltags mit Kontrolle über ihre Arbeitsplanung und Arbeitstechniken verwandeln. (...) Rationalisierung im Haushalt zielte darauf ab, mit einem minimalen Einsatz von Material, Zeit, Kraft und Geld größtmögliche Arbeitsergebnisse zu erzielen“ (DÖRR 1996: 101). Neue Richtschnur für die Verrichtung von Reproduktionsarbeiten wurden wissenschaftliche Erkenntnisse<sup>99</sup> und rational-ökonomisches Denken. Es erschienen eine Reihe von Ratgebern zu einer rationellen und ökonomischen Haushaltsführung, wie Erna Meyers Wegweiser für eine moderne Haushaltsführung, die Kochbücher von Hedwig Heyl und die betriebswissenschaftliche Studie von Christine Frederick (vgl. BORSCHIED 1997). Die von Schütte-Lihotzky entwickelte „Frankfurter Küche“ wurde durch Kompromisslösungen - besonders einschneidend wirkte sich der Verzicht auf die Verbindung zum Wohnraum aus - in ihrer serienmäßigen Umsetzung zunehmend auf physische Arbeitsfunktionen reduziert und später zum Vorbild für die Gestaltung von reinen Arbeitsküchen im Wohnungsbau der folgenden Jahrzehnte.

---

<sup>99</sup> Es sollten in der Haushaltsproduktion zusätzlich auch z.B. hygienische Erkenntnisse aus der Bakteriologie umgesetzt werden.

Reproduktionsarbeit, die zuvor noch in ihrer Komplexität als gesellschaftlich zu organisierendes Problem behandelt wurde, unterliegt in der Beschäftigung mit der Rationalisierung der Arbeitsabläufe zunehmend einer Ausblendung ihrer gesellschaftlichen Relevanz. Probleme in der Organisation der Reproduktionsarbeit wurden in Folge der Rationalisierungsdebatte als privat und persönlich wahrgenommen und häufig als so genannte „Frauenfragen“ diskutiert. Die sozialwissenschaftliche Forschung der achtziger Jahre kam zu dem Ergebnis, dass die Haushaltsrationalisierung eine breit angelegte „Erziehungskampagne für Hausfrauen“ war. DÖRR bezieht sich in diesem Zusammenhang auf Forschungsergebnisse von KRAMER 1981, SCHEID 1985, KRELL 1984, ORLAND 1986, ECKART 1989 und zitiert SCHEID wie folgt: „Die von einer Minderheit in den zwanziger Jahren erhobenen und von einer Minderheit angenommenen Standards zur Hauswirtschaftsführung haben erst seit den sechziger Jahren massenhafte Verbreitung in der Bevölkerung der Bundesrepublik erfahren und ähnliche Arbeitsbedingungen für die Hausfrauen der verschiedenen Schichten entstehen lassen. Dies vollzog sich im Zusammenhang mit der relativen Angleichung der Einkommens-, Wohn- und Lebensbedingungen. Wichtigstes Kriterium aber war die Erreichung einer einheitlichen Familienstruktur“ (SCHEID 1985: 314; zitiert nach DÖRR 1996: 80).

Der Ansatz der Rationalisierung der Haushaltsproduktion ermöglichte die Fortführung der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung und die Festigung der Zuschreibung der Verantwortung für Reproduktionsarbeit an Frauen und bildet somit eine wesentliche Grundlage für die heutige Situation.

#### **4.3.4 Grenzen der Rationalisierbarkeit von Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion**

Die Rationalisierung der Hausarbeit macht die Vereinbarung von Erwerbstätigkeit und Haushaltsproduktion / Reproduktionsarbeit möglich. Es sind in der Regel Frauen, die weiterhin die unbezahlte Arbeit in der privaten Sphäre und die bezahlte Arbeit in der öffentlichen Sphäre miteinander verbinden und die Spannungen individuell ausgleichen, die sich aus den strukturellen Bedingungen der beiden Arbeitsfelder ergeben. Damit hat die Rationalisierung von Hausarbeit widersprüchliche Konsequenzen für die Lebenssituation von Frauen. Einerseits ermöglicht sie die Beteiligung am Erwerbsarbeitsleben, andererseits verfestigt sie die Zuschreibung der Verantwortlichkeit von Frauen für den Bereich der Haushaltsproduktion und Reproduktionsarbeit.

Zudem wird die Rationalisierbarkeit von Hausarbeit überschätzt, sodass die Verbindung der beiden Arbeitssphären weiterhin zu Doppelbelastung führt. In der feministischen Debatte um Hausarbeit der siebziger und achtziger Jahren zeigten sich die Grenzen der Rationalisierbarkeit der Reproduktionsarbeit (vgl. METHFESSEL 1988). Beschränkungen ergeben sich einerseits aus den technischen Konzepten und ihren Folgewirkungen auf die Hausarbeit und andererseits aus den Anforderungen, denen Reproduktionsarbeit vor allem durch ihren Personenbezug unterliegt.

Erst in den sechziger Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts war die Rationalisierung in der Mehrzahl der privaten Haushalte in Deutschland vollzogen und Haushaltsgeräte, mit deren Hilfe die Hausarbeit rationalisiert und reduziert werden sollte, standen in den meisten Haushalten zur Verfügung.

METHFESSEL zeigt anhand des Beispiels des Ersatzes von Kohleöfen/Kochmaschinen durch moderne Haushaltsgeräte wie implikationenreich technische Innovationen und Rationalisierungsbemühungen für die Alltagsorganisation sein können. Anhand dieses Beispiels werden auch Veränderungen in der Ernährungsversorgung durch eine technische Innovation sichtbar.

**Tabelle 9** Funktionen von Kohleöfen (Kochmaschinen) und Erfüllung durch Ersatzgeräte (zusammengestellt nach METHFESSEL 1988)

<b>Funktionen von Kohleöfen (Kochmaschinen):</b>	<b>Ersetzt durch:</b>
⇒ Heizen	- Heizung
⇒ Kochen	- Elektro- oder Gasherd
⇒ Backen	- Elektro- oder Gasherd
⇒ Warmhalten bzw. Wärmen von Speisen	- Mikrowellenherd
⇒ Warmwasserbereitung	- Kaffeemaschine - Wasserkocher - Boiler/Durchlauferhitzer - Badezimmer
⇒ Trocknen	- Trockner
⇒ Müllverwertung	- Mülleimer
⇒ Erhitzen von anderen (nichtelektrischen) Geräten	- Elektrisches Bügeleisen - Elektrisches Waffeleisen - Heizkissen

Die Analyse METHFESSELS macht deutlich, wie umfangreich und multifunktional der Kohleofen war. Diese Funktionen wurden nach seinem Austausch gegen Elektro- oder Gasherde durch eine Vielzahl von technischen Geräten ersetzt<sup>100</sup>. Mit den neuen Techniken zur Essensbereitung und zentralen Beheizung von Wohnräumen sind direkte Vorteile verbunden: Die Arbeiten im Zusammenhang mit dem Anheizen und Feuerhalten fallen weg und durch den Ersatz von Kohle durch andere Energieträger kommt weniger Schmutz in die Wohnung. Der Ersatz des Kohleofens hatte aber weit reichende Konsequenzen für die Organisation des Alltags und in der Folge auf die Sozialstruktur der zusammenlebenden Gemeinschaft: Statt eines Raumes wurde nun häufig mehrere Räume beheizt und genutzt. Dies bedeutete in der Folge einen höheren Reinigungsaufwand. Der Charakter der Küche wandelte sich vom Kommunikationsmittelpunkt zum Arbeitsraum, was möglicherweise auch dazu führt, dass zuvor gemeinschaftlich erledigte Arbeiten nun von der Hausfrau allein erledigt werden. Auch die Ernährungsgewohnheiten und damit der Aufwand bei der Zubereitung von Mahlzeiten veränderte sich, Kochzeiten konnten zum Teil reduziert werden, Mahlzeiten wurden nicht mehr über mehrere Stunden warm gehalten, sondern bei Bedarf mehrfach erhitzt. Die Nut-

<sup>100</sup> Auf die Frage wie die ökologischen Folgen des Ersatzes einer Technik durch (viele) andere sind, möchte ich an dieser Stelle nicht näher eingehen und mich auf den Hinweis beschränken, dass der zunächst evt. als Vorteil erscheinende Ersatz von Primärenergieträgern wie Holz oder (Braun/Stein)Kohle durch einen abgasärmeren Energieträger wie Gas durch die zahlreich notwendig werdenden Rohstoffe für Erzeugung und Betrieb der Ersatzgeräte möglicherweise überkompensiert und zudem Stoffe mit problematischen ökologischen Eigenschaften (Schwermetalle, Kunststoffe) mobilisiert werden.



zung mehrerer Räume bot den Vorteil bei Konflikten und Spannungen Ausweichräume zur Verfügung zu haben. METHFESSEL resümiert „Die Abschaffung des Kohleofens hatte also - ursächlich und/oder zeitlich - eine Veränderung der Wohngewohnheiten, der Hausreinigung, der Kommunikation zwischen den Haushaltsmitgliedern, der Ernährungsgewohnheiten, der Nahrungsmittelzubereitung usw. zur Folge. Die Bedeutung dieses technischen Wandels kann also nicht (nur) mit einem Zeit-, Kosten- oder Energieverbrauchsvergleich des Anheizens oder der Heizleistung erfaßt werden“ (METHFESSEL 1988: 58).

Vergleichsweise umfassende Konsequenzen haben auch Rationalisierungsansätze in anderen Bereichen der Versorgungsarbeit. Diese werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt. Nur wenige der bislang entwickelten Haushaltsgeräte sind Vollautomaten<sup>101</sup>. In den meisten Fällen verändert der Einsatz von Haushaltsmaschinen die Bewegungsabläufe der zu leistenden Arbeiten, kann sie aber nicht ersetzen. „Im Gegensatz zur industriellen Produktion und anderen Erwerbsarbeitsbereichen ersetzt Technik im Haushalt also im wesentlichen nicht die menschliche Arbeitskraft. Sie verringert, erleichtert und/oder verändert sie vielmehr“ (METHFESSEL 1988: 64). Häufig wird es durch die Nutzung von Geräten möglich, Arbeiten, die früher zusammenhängend erledigt wurden, aufzuspalten. Dadurch wird das Nebeneinander unterschiedlicher Tätigkeiten verstärkt. Die Arbeitsstruktur der Reproduktionsarbeit wurde dadurch stark verändert. Während es vor der Automatisierung häufig notwendig war, Arbeiten schwerpunktmäßig zusammen zu erledigen (z.B. Wasch- und Putztage), ermöglichen die Geräte ein zeitliches Auseinanderziehen, was die Möglichkeit eröffnet, Haushaltsproduktion mit anderer Arbeit vereinbaren zu können. Die Folgen für die Situation der Reproduktionsarbeitenden sind, auch wenn eine deutliche Erleichterung der Reproduktionsarbeit durch den Maschineneinsatz erreicht wird, erheblich: „Die Ineinanderschachtelung vieler verschiedener Arbeitsgänge lässt einerseits die Summe der Zeit, die für eine Aufgabe gebraucht wird, nicht wahrnehmen. Auf der anderen Seite kommt es zu einer starken Intensivierung der Arbeit, da die Entspannungsmöglichkeit, die eine längerandauernde Routinetätigkeit beinhaltet, wegfällt“ (METHFESSEL 1988: 63). Zudem entsteht durch den Maschineneinsatz der Eindruck, dass die Hausarbeit automatisch erledigt wird. METHFESSEL benennt das Phänomen, dass „... die durch die Maschine verrichtete Arbeit stärker wahrgenommen wird, als die verbleibende, bzw. der Existenz der Maschine schon die Erledigung der Arbeit zugeschrieben wird“ (METHFESSEL 1988: 61). Die verbleibenden, notwendigerweise zu erledigenden Arbeitsschritte werden häufig auch von denjenigen unterschätzt, die diese Tätigkeiten regelmäßig erledigen. „Der Einsatz von Technik bei der Hausarbeit und das sich daraus ergebende Nebeneinander verschiedener Tätigkeiten führt oftmals dazu, dass die einzelnen Arbeitsschritte für die Frauen kaum noch gegeneinander abzugrenzen und aufzuzählen sind. Bei Zeitschätzungen wird die benötigte und verbrauchte Arbeitszeit von den Frauen häufig unterschätzt. Die Hausarbeit wird doppelt unsichtbar: für die Frauen, die sie tun, und für die Familienmitglieder, die sich in der Vorstellung einrichten, die Arbeit werde 'von der Maschine' getan“ (DÖRR 1996: 152).

---

<sup>101</sup> Vollautomaten sind Maschinen, die einen ganzen Arbeitsprozess und nicht nur einzelne Arbeitsschritte übernehmen. Vollwaschmaschinen und Spülmaschinen sind Vollautomaten, beide Geräte erfordern jedoch immer noch vor- und nachbereitende Tätigkeiten.

Eine Folge des Maschineneinsatzes ist also, dass die geleistete Reproduktionsarbeit noch unsichtbarer wird, obwohl sie durch verschiedene Mechanismen, die ich im Folgenden darstellen werde, für die nunmehr im Wesentlichen allein verantwortlichen Reproduktionarbeitenden (Frauen) durch die Automatisierung häufig nicht reduziert wird.

Durch den Maschineneinsatz kommt es zu einer Verlagerung von Arbeit: Vor- und Nachbereitung, Bedienung, Wartung, Säuberung, die Aneignung von Wissen über den sinnvollen Einsatz kompensieren meist die durch den maschinell erbrachten Arbeitsvorgang eingesparten Arbeitsaufwand. Neben dem direkt durch Vor- und Nachbereitung kompensierten Aufwand verringern auch sozial-psychologische Effekte den Entlastungseffekt von Haushaltsgeräten. Angeschaffte Geräte haben Aufforderungscharakter sie zu nutzen und verändern damit Arbeitsaufwand und Alltagsorganisation. „Die technische Verfügbarkeit eines Haushaltsgerätes macht einerseits bestimmte vorbereitende Handlungen nötig und legt andererseits Personen in bestimmter Weise auf weitere Handlungsschritte fest: Die Anschaffung eines Mikrowellengerätes legt das Vorkochen und Einfrieren kleinerer Portionen nahe, ermöglicht andererseits ein flexibles Versorgen von Einzelmitgliedern des Haushalts, macht einen Tiefkühlschrank zusätzlich sinnvoll, verändert Eßgewohnheiten. In diesem Sinne ist dem Soziologen LINDE zuzustimmen, der in solchen Zusammenhängen von einer speziellen **Sachdominanz** gesprochen hat (Linde 1972). Zweifellos ist es so, dass die Ausstattung der Haushalte mit technischen Hilfsmitteln nachhaltige Konsequenzen hat, nicht zuletzt auch im Sinne der `Sozialverträglichkeit`. (...) Die Installation eines Mikrowellenherdes kann sich verstärkt als Anlaß und Alibi dafür auswirken, Essenszeiten noch individualisierter zu plazieren - „auf Kosten“ von Gelegenheiten zu praktizierter Tischgemeinschaft“ (KUTSCH 1997: 262, Hervorhebung im Original).

Der Einsatz von Maschinen führt auch über andere Mechanismen zu Mehrarbeiten in privaten Haushalten. ORLAND spricht von einer „doppelten (Re-)Individualisierung“ der Hausarbeit. Zum einen kommt es durch die Rückholung zeitweilig ausgelagerter Arbeiten zu einer Erhöhung der Eigenarbeit. Dienstleistungen werden eingespart und ehemals ausgelagerte Arbeiten wieder zur privaten Hausarbeit (z.B. Waschen, Mangeln). Zum zweiten können zuvor gemeinschaftlich erledigte Arbeiten nun von einem Menschen allein bewältigt werden. Dadurch kommt es zu einer Veränderung der Sozialbeziehungen. Neben der Aufhebung des Zwangs zur Zusammenarbeit innerhalb der Familie (der Verzicht auf die Mitarbeit von Männern, Kindern und Dienstboten war längerfristig nur durch die Technisierung möglich) entfällt auch die Notwendigkeit, aufwändige Arbeiten gemeinsam mit NachbarInnen zu erledigen<sup>102</sup>. Der Maschineneinsatz führt dazu, dass Kinder sich schlechter integrieren lassen, Hausarbeiten können schwieriger gemeinsam mit ihnen erledigt werden, und für die Familienmitglieder insgesamt entfällt der moralische Druck zur Mithilfe. Damit konzentriert Rationalisierung die Zuständigkeit auf eine Person, die von der eingesparten Arbeitszeit kaum profitiert (vgl. METHFESSEL 1986, DÖRR 1996, KUTSCH 1997).

---

<sup>102</sup> Der Verlust von auf Arbeit bezogene und durch Arbeit vermittelte Kommunikation ist ambivalent, einerseits ist damit die Befreiung von Zwängen und sozialer Kontrolle verbunden, andererseits ergibt sich als Nachteil, dass sich Gespräche und Gemeinsamkeiten nicht mehr selbstverständlich herstellen, sondern bewusst gesucht und organisiert werden müssen (METHFESSEL 1988: 64).

DÖRR zeigt auf, dass durch den Wegfall des Zwangs zur innerfamiliären Arbeitsteilung im Wesentlichen Männer und Kinder entlastet wurden. Vor allem für die Männer fielen durch die Technisierung konkrete Tätigkeiten weg. Sie übernahmen aber keine anderen anfallenden Arbeiten, um auch die Frauen zu entlasten. DÖRR illustriert dies am Beispiel Kochen: Durch die Technisierung entfielen gerade die Tätigkeiten, die von Männern erledigt wurden, Holzhacken und Getreidemahlen gehörte vor dem Einsatz von Maschinen zum Aufgabengebiet der Männer. Gleichzeitig blieben die Tätigkeiten der Frauen durch den Einsatz neuer Heiztechniken nahezu unberührt bzw. wuchsen sogar an. Beispielweise stiegen die Ansprüche an Brot und Backwaren infolge der Erleichterung des Backens durch Elektro- und Gasherde und der Verbreitung feinen Mehls (vgl. DÖRR 1996: 145 ff).

Genauer untersucht sind die Veränderungen mit der Entwicklung der Waschmaschinen, die dazu führten, dass der Zeitaufwand im Bereich Wäschepflege mit dem Einsatz von Waschvollautomaten insgesamt nicht gesunken ist. Die zeitlichen Erleichterungen die sich durch den Maschineneinsatz ergeben, werden durch die Erhöhung des Anspruchsniveaus und höhere hygienische Anforderungen kompensiert (vgl. ORLAND 1991). THRALL untersucht ein zeitgenössisches Beispiel: Bei der Anschaffung von Spülmaschinen reduziert sich die Mithilfe der Männer und die Restarbeit (Ein- und Ausräumen) verbleibt bei den Frauen (vgl. THRALL 1982, 191, zitiert nach DÖRR 1996:147).

Auch aus der Veränderung des Marktangebotes ergeben sich Quellen der Mehrarbeit für die Reproduktionsarbeit. Aus dem Angebot neuer Produkte und der Ausweitung von Lagerungsmöglichkeiten folgen höhere Ansprüche an die Nahrungszubereitung. Die Ausweitung der bereit stehenden Produktpalette, sowohl was die Anzahl der Arten und Sorten von Lebensmittel als auch die vielen verschiedenen Vorverarbeitungsstufen angeht, erfordern eine breite Warenkenntnis für industriell gefertigte Güter. METHFESSEL spricht in diesem Zusammenhang von einer Verlagerung des notwendigen Wissens: „Die industrielle Technisierung und die Technisierung der Hausarbeit verlangen weniger Wissen über ursprüngliche Produktion der Güter, mehr über Qualität und Preise der Marktgüter und der Beschaffung, mehr über die Verarbeitung von Marktgütern zur ‚Konsumreife‘, mehr über einen sinnvollen Einsatz von maschinengerechten Gütern, mehr über Funktionsweise und Bedienung von Geräten, mehr über ökologische Zusammenhänge und Folgewirkungen“ (METHFESSEL 1988:61).

Wesentlich für die Veränderung von Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion ist die Ausweitung der Ansprüche an die Qualität der Kinderbetreuung und -erziehung, die aus den Erfordernissen der industriellen Gesellschaft erwachsen. Der zweite Bereich, der ebenfalls mit einem hohen Zeitaufwand verbunden ist, ist das Einkaufen. Bereits zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts ergaben Studien in den USA die umfangreichen Verlagerungen in der Hausarbeit. „In den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts wurde in einer ganzen Reihe von Untersuchungen - zum Teil im Auftrag der (US-amerikanischen, Anmerkung PvR) Bundesregierung - die städtische und ländliche Hausarbeit analysiert; aus ihnen geht hervor, dass die maschinell ermöglichte Reduzierung der einstmals zeitaufwändigsten Arbeiten, nämlich Waschen und Wohnungsreinigung, jetzt bei weitem aufgewogen wurde durch jene zwei Hausarbeiten, Einkaufen und Kindererziehung. Das war die Arbeit, um überhaupt konsumieren und sich reproduzieren zu können, und die Arbeit, die andere zum Arbeiten überhaupt erst befähigt:

‘Konsumtionsarbeit’ und die Erziehung zu Rationalität und Disziplin, welche die moderne Arbeitswelt erfordert“ (BOCK, DUDEN 1977: 161).

Die Ausweitung der Anforderungen an Erziehung und psycho-soziale Regeneration als wesentliche Aufgabenbereiche der Reproduktionsarbeit erfordert zusätzlich die Aneignung von Expertenwissen für die neuen Bereiche (vgl. DÖRR 1996: 102). Die steigende Bedeutung der psycho-sozialen Regeneration in der Gesellschaft steht der Annahme der Rationalisierungsbewegung, dass der materielle Bereich der Hausarbeit von der Beziehungsarbeit zu trennen sei, gegenüber. „Je mehr das Erwerbsleben mit fortschreitender Industrialisierung dem Leistungsprinzip einer moderneren Marktwirtschaft unterlag, desto stärker wurde der psychische Aspekt der Hausarbeit betont: Die Familie, das Heim als Ort, an dem gefühlsmäßige Beziehungen noch möglich sind und Geborgenheit vermittelt wird. Die Frau wurde zur Hauptverantwortlichen für Heim und Familie erklärt und war damit auch zuständig für die psychischen Reproduktionsleistungen. (...) Dieser Teil entzieht sich natürlich weitestgehend einer Rationalisierung im Sinne von Effektivierung und Automation“ (DÖRR 1996: 114). DÖRR führt weiter aus, dass die Personenbezogenheit der Reproduktionsarbeit Forderungen nach einer rational-ökonomischen Gestaltung der Arbeitsprozesse nicht zulässt. „Der Doppelcharakter von Hausarbeit als Einheit von ‘Arbeit mit Dingen und Arbeit mit Menschen’ läßt eine exakte räumliche und zeitliche Arbeitszerlegung in einzelne Arbeitsschritte, analog zur Entwicklung in der Fließbandproduktion nicht zu. Hausarbeit ist ganzheitlich strukturiert: ihr Zweck liegt nicht in der bloßen Produktion von Gütern und Leistungen, es geht vielmehr darum, diese Arbeiten individuell auf die Haushaltsmitglieder auszurichten und flexibel auf die Bedürfnisse der einzelnen Personen einzugehen“ (DÖRR 1996: 116).

Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion haben sich in der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts deutlich verändert, insbesondere auch die Zuschreibung der Verantwortlichkeit für die Arbeiten in der privaten Sphäre an Frauen ist - auch durch die scheinbare Reduzierung der Arbeit auf einen „verbleibenden Rest“ - manifestiert worden. MEYER und SCHULZE fassen die Entwicklung im Zuge von Rationalisierungsansätzen durch eine teilweise Technisierung von Hausarbeit wie folgt zusammen: „Vielmehr könnte man sagen, dass die Technisierung dazu geführt hat, dass eine Frau (meist die Hausfrau) einen modernen Haushalt allein führen kann oder sogar das Kunststück fertig bringt, Hausarbeit, Kindererziehung und Erwerbsarbeit zu vereinbaren. Während noch in den fünfziger Jahren, und noch viel stärker in der Vorkriegszeit, für viele Tätigkeiten mehrere Personen nötig waren (große Wäsche, Teppich klopfen etc.) kann ein Familienhaushalt heute von einer Person allein versorgt werden: So gesehen, hat die zunehmende Technisierung zu einer Festschreibung der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung beigetragen und auch die Isolation der Hausfrau bei der Arbeit erhöht“ (MEYER/ SCHULZE 1994: 53).

Die Rationalisierung und damit eine deutliche Entlastungen für die Reproduktionsarbeitenden, so zeigen die Arbeiten von METHFESSEL, KETTSCHAU, OSTNER, ORLAND u.a. ist nur beschränkt möglich. Die Rationalisierungsbewegung ermöglichte in der Konsequenz die Vertiefung der Zuweisung der Verantwortung von Hausarbeit an Frauen. Die Zuweisung der Aufgabenbewältigung in den als „privat“ definierten Bereich der Haushalte und die damit einhergehende Individualisierung der Problematik der Vereinbarkeit

von Reproduktions- und Erwerbsarbeit führt dazu, dass vor allem Frauen zu Grenzgängerinnen zwischen privater und öffentlicher Sphäre geworden sind.

## **4.4 Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion in den neunziger Jahren**

### **4.4.1 Veränderung privater Haushalte im gesellschaftlichen Kontext**

SPIEGEL (1986) definiert private Haushalte allgemein als Lebenszusammenhang von Individuen, der durch gemeinsames Wohnen und Wirtschaften charakterisiert ist. Die Definition von SPIEGEL lässt die Lebens- bzw. Organisationsform der allein oder gemeinschaftlich lebenden Menschen offen. Private Haushalte werden somit nicht - wie es häufig geschieht - mit der Organisationsstruktur bürgerlicher Kleinfamilien gleichgesetzt.

Mit der Auffassung privater Haushalte als Lebenszusammenhang von Individuen möchte ich der gesellschaftlichen Entwicklung hin zu einer Pluralisierung der Wohn- und Lebensstile Rechnung tragen. Die Offenheit des Begriffsverständnisses halte ich auch für erforderlich, um beleuchten zu können, in welche Lebens- und Organisationsformen Angebote von Gemüseabonnements gut integriert werden können. Da private Haushalte einerseits stark mit der Struktur bürgerlicher Kleinfamilien konnotiert werden, die Realität sich aber statistisch immer weiter von diesem Stereotyp entfernt, stelle ich im Folgenden die Veränderung privater Haushalte dar.

Die Wandlungsprozesse privater Haushalte im Verlaufe der Entwicklung der Industriegesellschaft kann mit der Verringerung der Zahl der Haushaltsmitglieder seit Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts beschrieben werden (KUTSCH 1997). Ausgehend von einer Pluralität von Familien- und Haushaltsformen in vorindustrieller Zeit entwickelte sich mit fortschreitendem Industrialisierungsprozess in Deutschland die geschrumpfte bürgerliche Kleinfamilie als dominierende Organisationsform privater Haushalte. Unter bürgerlicher Kleinfamilie verstehe ich ein zusammenlebendes Paar mit einem oder mehreren im Haushalt lebenden Kindern. Mit dieser Lebensform verknüpfte sich in der Vergangenheit vielfach eine Arbeitsteilung, in der Männer einer vollzeitigen Erwerbstätigkeit nachgingen, während der wesentliche Arbeitsbereich der Frauen in der Versorgung der Familie lag, und sie unter Umständen „zusätzlich“ einer (Teilzeit)Erwerbstätigkeit nachgingen.

Die Erwerbsbeteiligung von Frauen hat in den letzten dreißig Jahren stetig zugenommen, so ist z.B. die Erwerbsquote verheirateter Frauen zwischen 30 und 40 Jahren die 1950 noch bei 26 % lag, auf rund 70 % in den neunziger Jahren gestiegen (BLANKE 1996: 182).

ROSENKRANZ beziffert den Rückgang der durchschnittlichen Haushaltsgröße: Sie gibt für 1890 eine durchschnittliche Zahl der Haushaltsmitglieder von 4,6 Personen an<sup>103</sup>. Die Zahl der Haushaltsmitglieder sank bis 1971 auf 2,7 Personen und war 1995 auf

---

<sup>103</sup> Zu diesem Zeitpunkt war die Auflösung der Ganzen Häuser bereits erfolgt, in vorindustrieller Zeit war die durchschnittliche Zahl der Haushaltsmitglieder mit Sicherheit höher.

eine durchschnittliche Zahl der Haushaltsmitglieder von nur noch 2,2 gefallen. Parallel dazu stieg die Anzahl der privaten Haushalte, die in der Bundesrepublik bewirtschaftet werden, kontinuierlich an: 1950 waren es noch 17 Millionen Haushalte, im Jahre 1970 war die Zahl bereits auf bereits 22 Millionen und 1995 schon auf 30 Millionen private Haushalte angestiegen. Aus diesen Zahlen lässt sich ablesen, dass auch die Zahl der Menschen, die alleine leben, in diesen Jahren stark angewachsen ist.

Mit der Reduzierung der Anzahl der Haushaltsmitglieder in privaten Haushalten sind eine Reihe auch ökologischer Folgen verbunden: Insgesamt hat z.B. die in Anspruch genommene Wohnfläche pro Person in diesem Zeitraum erheblich zugenommen. Die mittlere Wohnfläche pro Person lag im Jahre 1950 noch bei 15 Quadratmetern und war bis Anfang der 90er-Jahre auf 37,8 Quadratmeter angestiegen (BUND/MISEREOR 1997: 112). SCHÄFER und SCHÖN geben nach Personenanzahl differenzierte Wohnflächeninanspruchnahmen an: Danach lag die durchschnittliche Pro-Kopf-Wohnfläche 1996 nach Zahlen des Bundesbauministeriums bei 60,6 qm für einen Einpersonenhaushalt, 31,8 qm für einen Dreipersonenhaushalt und 22,9 qm in Fünf- oder Mehrpersonenhaushalten (SCHÄFER, SCHÖN 1998: 158).

Mit einer höheren Inanspruchnahme von Pro-Kopf-Wohnflächen ist ein höherer Ressourcen- und Energieverbrauch (Heizung etc.) verbunden. Zudem wächst mit der Anzahl der Haushalte auch die Zahl der verwendeten Haushaltsgeräte (Waschmaschinen, Kühlschränke, Herde etc.) und Unterhaltungselektronik. Auch hieraus resultiert eine, gesamtgesellschaftlich betrachtet, größere Inanspruchnahme von Ressourcen.

Für die Gegenwart und Zukunft prognostiziert KUTSCH eine weiter zunehmende Pluralität von Haushalts- und Familienformen. Die im zwanzigsten Jahrhundert in Deutschland vorherrschende bürgerliche Kleinfamilie wurde seit Mitte der siebziger durch alternative Familienformen ergänzt. KUTSCH nennt als vermehrt auftretende Formen privater Familien-Haushaltstypen: Ein-Eltern-Familien, binukleare Familien, Adoptivfamilien und Familien, bei denen eine erwachsene Person regelmäßig für mehrere Tage zu einem weit entfernten Arbeitsplatz pendelt. Wie bereits erwähnt steigt zudem die Zahl alleinlebender Menschen stetig an. Diese privaten Haushalte unterscheiden sich in ihren Organisationsformen strukturell von bürgerlichen Kleinfamilien. Die Organisation der Versorgungsarbeiten unterliegt anderen Zeit- und Anforderungsstrukturen als in klassischen bürgerlichen Kleinfamilien, in denen vor allem noch immer Frauen die Organisation und Verantwortlichkeit für den Hausarbeitsbereich übernehmen.

## 4.4.2 Überblick über die demografische Struktur in der Bundesrepublik

ROSENKRANZ (1998) gibt einen Überblick über die demografische Struktur familialer und nichtfamilialer Lebensformen privater Haushalte, sowie deren quantitativer Bedeutung in der Bundesrepublik. Neben dem bereits erwähnten Anstieg der Alleinlebenden und dem Rückgang des Anteils bürgerlicher Kleinfamilien mit minderjährigen Kindern, zeigt sie auch auf, dass eine weitere bedeutsame demografische Veränderung, die Verkürzung der Familienphase auf etwa  $\frac{1}{4}$  der Lebenszeit auf Grund niedrigerer Kinderzahlen pro Familie ist.

Derzeit existente Lebensformen sind nach ROSENKRANZ: Ehepaare mit und ohne Kind(er), nicht eheliche Lebensgemeinschaften mit und ohne Kind(er), Alleinerziehende sowie Alleinlebende in verschiedenen Phasen ihrer Biografie<sup>104</sup>. In der folgenden Tabelle wird ein Überblick über die Häufigkeit verschiedener Wohn- und Lebensformen der 81,9 Millionen EinwohnerInnen der BRD, die 1995 in insgesamt 36,9 Millionen Haushalten lebten, gegeben.

**Tabelle 10** Zahl und Anteil der privaten Lebensformen in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 1995 (in Millionen und Prozent) (nach ROSENKRANZ 1998: 15)

	<u>Anzahl</u> der Lebensformen in Privathaushalten (in Millionen)	<u>Anteil</u> der Lebensformen an allen Privathaushalten (in Prozent)
Alleinlebende	12,9 Millionen	35 %
Ehepaare mit Kind(ern) bis 28 Jahre	10,0 Millionen	27 %
Ehepaare ohne Kind im Haushalt bzw. mit Kind(ern) über 28 Jahre	9,7 Millionen	26 %
Alleinerziehende mit Kind(ern) bis 28 Jahre	2,3 Millionen	6 %
Nicht eheliche Lebensgemeinschaften mit und ohne Kind(er)	1,8 Millionen	5 %

Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT (1997a), Fachserie 1; Reihe 3 „Haushalte und Familien 1995“ - Berechnungen von Doris ROSENKRANZ; (vgl. ROSENKRANZ 1998: 15).

Mit 35 % stellen Alleinlebende inzwischen den größten Anteil an allen Privathaushalten. Ehepaare mit und ohne Kind(er) stellen zwar immerhin noch 53 %, aber andere Familienformen wie Alleinerziehende und nicht eheliche Lebensgemeinschaften gewinnen einen zunehmenden Anteil.

Auch JURCZYK konstatiert die schwindende Bedeutung der Lebensform Familie „Es gibt nicht mehr die dominante Form der Familie, auf die sich die Politik und die Betriebe

<sup>104</sup> Längere Ausbildungszeiten und eine insgesamt höhere Akzeptanz nicht ehelicher Lebensgemeinschaften sowie höhere Scheidungsraten und das Ansteigen der Lebenserwartung bedingen eine steigende Zahl nicht ehelicher Lebensformen. Mit der Abfolge verschiedener Phasen der Lebensformen innerhalb individueller Biografien erhöht sich der Wechsel vom Alleinleben hinein und hinaus in verschiedene Formen des Zusammenlebens.

beziehen könnten<sup>105</sup>; sondern es existiert eine Vielfalt unterschiedlicher Lebensformen, bei der die Normalfamilie nur eine von mehreren Alternativen darstellt. In weniger als einem Drittel aller Haushalte gibt es die typische Vater-Mutter-Kind-Konstellation und die traditionelle Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern in „Reinform“, d.h. dass die Frau ausschließlich als Hausfrau arbeitet und Mann und Kinder versorgt (Groß / Thoben / Prekuhl 1989: 153 ff)“ (JURCZYK 1993: 349).

Im Jahre 1995 wurden 53 % aller Haushalte von Ehepaaren gebildet. Sie lebten in insgesamt knapp 20 Millionen Haushalten, wobei in rund der Hälfte dieser Haushalte keine Kinder lebten. In der alten BRD sank die Zahl von Kernfamilien mit minderjährigen Kindern in der Zeit von 1970 bis 1990 von 7,8 auf 6,1 Millionen.

Parallel zu dieser Entwicklung stieg der Anteil Alleinerziehender. In der alten BRD ist ein Anstieg in den Jahren von 1970 bis 1995 von 745.000 auf über zwei Millionen zu verzeichnen, in der gesamten BRD erziehen nach Schätzungen auf Grundlage des Mikrozensus 2,7 Millionen Menschen ihre Kinder allein. Die überwiegende Mehrzahl der Alleinerziehenden sind mit 83 % Frauen (ROSENKRANZ 1998: 18 ff). Alleinerziehende sind, nachdem die Kinder der Säuglings- und Kleinkindphase entwachsen sind, in der Regel erwerbstätig und müssen dies mit ihren Aufgaben als Erziehende und mit der Hausarbeit verbinden.

Insgesamt ist ein Rückgang der Haushalte in denen Kinder leben zu verzeichnen. Im Jahre 1971 lebte noch in mehr als der Hälfte (52 %) aller Mehrpersonenhaushalten mindestens ein Kind unter 18 Jahren, im Vergleich dazu waren es 1998 nur noch 40 %. Zudem lebte 1998 in den meisten der 13 Millionen Haushalten mit Kind(ern) nur noch ein Kind (vgl. ROSENKRANZ 2000: 137).

Einpersonenhaushalte stellen mit 13 Millionen Haushalten die stärkste und auch die am stärksten gewachsene Gruppe. Während des Kaiserreichs waren 6-7 % aller Haushalte Einpersonenhaushalte. Der Anteil Alleinlebender stieg in den dreißiger Jahren auf 10 % und bis 1950 auf knapp 20 % an. Durchschnittlich beträgt der Anteil der Einpersonenhaushalte in der Bundesrepublik heute ungefähr ein Drittel, in Großstädten liegt er mit etwa 50 % deutlich darüber. Wie für Großstädte typisch, waren in Berlin im Jahre 1998 46,2 % aller Privathaushalte Einpersonenhaushalte. Während die Anzahl der Einpersonenhaushalte 1991 noch bei 787.000 lag, waren es 1998 bereits 830.000 Haushalte.

ROSENKRANZ stellt heraus, dass es sich bei Alleinlebenden keinesfalls um eine homogene Gruppe handelt. Sie differenziert die Gruppe der Alleinlebenden in verschiedene Untergruppen „Für verschiedene Altersgruppen sind dies insbesondere folgende Gruppen: 1. Ledige Personen, 2. Geschiedene, 3. Verwitwete, 4. Verheiratet getrennt Lebende, 5. nicht eheliche Partner in living-apart-together-Beziehungen“ (ROSENKRANZ 1998: 24).

---

<sup>105</sup> „Eine solche dominante Familienform hat es vermutlich nie in quantitativer Hinsicht gegeben; allerdings setzte sich das bürgerliche Familienideal vor allem im letzten Jahrhundert bis in die 60er Jahre dieses Jahrhunderts durch“ (Fußnote im Original bei JURCZYK 1993: 349).



**Tabelle 11** Zahl der Alleinlebenden und Anteil an den privaten Haushalten in der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 1995 nach Altersgruppen (nach ROSENKRANZ 1998: 25)

	<b>Alleinlebende insgesamt</b>	<b>Davon Anteil an allen Alleinlebenden</b>
Unter 25	1.031.000	8 %
25-35	2.582.000	20 %
35-45	1.358.000	10 %
45-55	1.233.000	10 %
55-65	1.636.000	13 %
65 und mehr	5.051.000	39 %
<b>Gesamt</b>	<b>12.891.000</b>	<b>100 %</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt 1997a, Fachserie 1, Reihe 3 „Haushalte und Familien 1995“ Berechnungen von Doris ROSENKRANZ (vgl. ROSENKRANZ 1998: 25).

Über 50 % der Alleinlebenden sind 55 Jahre und älter. Ein großer Anteil dieser Gruppe lebt in Folge des Todes des Ehepartners allein, dies sind mit knapp 90 % vor allem Frauen, die in der Altersgruppe der über 55 jährigen in Folge des Todes ihres Partners allein leben.

Der Anstieg des Anteils von Einpersonenhaushalten geht aber vor allem auch auf das Ansteigen der Gruppe der Alleinlebenden unter den 25-45 jährigen zurück (HRADIL 1999). Die Zusammenstellung der Zahlen von ROSENKRANZ zeigt ebenfalls, dass 30 % der Alleinlebenden im Alter zwischen 25 und 45 sind, dies entspricht einer Zahl von mehr als 3,8 Millionen. Leider verzichtet ROSENKRANZ darauf, die Zahlen in Bezug auf das Geschlecht der Alleinlebenden getrennt darzustellen.

### **4.4.3 Zeitverwendung für Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion**

Ein wesentlicher Ausgangspunkt der neuen Frauenbewegung in der Mitte der siebziger Jahre war die „Entdeckung des immensen Umfangs an Arbeit, mit der Frauen sich und die Welt, in der wir leben, am Leben erhalten, pflegen und `entsorgen´, die anerkannten und sichtbaren Leistungen von Männern vor- und nachbereiten und so ermöglichen“ (HAGEMANN-WHITE 1988: 10). In dem folgenden Kapitel werde ich anhand der Ergebnisse empirischer Studien den zeitlichen Umfang von Reproduktionsarbeit und Haushaltsproduktion, sowie die Verteilung der Arbeitszeit auf die verschiedenen Arbeitsbereiche in privaten Haushalten darstellen. Wichtige Grundlagen dazu sind die Dissertation von Irmhild KETTSCHAU (1981), die in ihrer Arbeit die Frage beantwortete, wie viel Arbeit ein Familienhaushalt in den sechziger und siebziger Jahren machte und die Dissertation von Jan KÜNZLER (1994), der die Beteiligung von Männern an der Hausarbeit in den Mittelpunkt seiner Studie stellte. Zudem beziehe ich mich auf Ergebnisse der repräsentativen Zeitbudgetstudie die vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend in Auftrag gegeben (BMFSFJ 1996, HOLZ 2000) und zu Beginn der neunziger Jahren durchgeführt wurde<sup>106</sup>. Mit den Ergebnissen dieser Studie ist es möglich, ein Bild über die gesellschaftliche Arbeitsteilung nachzuzeichnen. Ich gehe davon aus, dass die 1991/92 erfassten Daten im Wesentlichen auch noch die Situation Ende der neunziger Jahre abbilden, da die alltägliche Zeitverwendung keinem

<sup>106</sup> Die repräsentative Zeitbudgeterhebung von 1991/92 ist bisher die einzige größere Erhebung zur Zeitverwendung in Deutschland geblieben und wird in den Jahren 2001/02 wiederholt.

kurzfristigen Wandel unterliegt, sondern sich erst in längeren Zeiträumen allmählich verschiebt (vgl. HOLZ 2000: 3).

Mit dem ausgewählten Material kann ich auf Untersuchungen zurückgreifen, die Situation von Hausarbeit und geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung in Bezug auf Hausarbeit in den vergangenen vier Jahrzehnten darstellen. Dies ermöglicht mir einen vorsichtigen Vergleich in Bezug auf die Frage, ob sich der Umfang von Hausarbeit und die Beteiligung von Männern in den letzten Jahrzehnten verändert hat.

KETTSCHAU wertete in ihrer Dissertation verschiedene empirische Untersuchungen zum Zeitaufwand für Hausarbeit in Familienhaushalten aus. Die Arbeit ist mehr als zwanzig Jahre alt und bezieht sich auf Studien die zwischen 1966 und 1979 durchgeführt wurden. Ich möchte diese Arbeit heranziehen, um den arbeitszeitlichen Aufwand für die verschiedenen Aufgabenbereiche in privaten Haushalten in diesen Jahren darzustellen. Die Arbeit von KETTSCHAU basiert auf einer breiten Datengrundlage, da mehrere umfangreiche Analysen und zum Teil auch internationale Studien zum zeitlichen Umfang von Hausarbeit eingeflossen sind. Das Material eignet sich zu einem vorsichtigen Vergleich mit den Daten, die im Rahmen der Zeitbudgetstudie von 1991/92 (BMFSFJ) erhoben wurden. So kann ich in einer Längsschnittanalyse grob abschätzen, ob und in welchen Bereichen der hauswirtschaftlichen Tätigkeiten, es in den letzten dreißig Jahren zu Verschiebungen im Aufwand der Arbeitszeit gekommen ist.

Zur Klärung der Frage, mit welchem Zeitaufwand sich Männer an der Hausarbeit beteiligen, bezieht sich Jan KÜNZLER auf drei größere Zeitbudgetstudien aus den achtziger Jahren (KÜNZLER 1994: 29).

KETTSCHAU (1981) stellt in ihrer Arbeit die Befunde aus den von ihr sekundäranalytisch betrachteten fünf Studien zu dem erfassten Zeitaufwand in verschiedenen Arbeitsbereichen der Hausarbeit zusammen. Die Ergebnisse der Studien von Helge PROSS und Martina SCHOEPS hat sie dabei in ihrer Darstellung zusammengefasst. Diese Darstellung werde ich wiedergeben, um eine Übersicht zu zeigen, zu welchen Ergebnissen die verschiedenen Studien in Bezug auf die in den verschiedenen Haushaltsbereichen erbrachten Arbeitsleistungen gekommen sind.

**Tabelle 12**

Zusammengestellte Ergebnisse verschiedener Studien<sup>107</sup> zum Zeitaufwand für Hausarbeit in Familienhaushalten in Stunden pro Woche (KETTSCHAU 1981: 122)

Tätigkeitsfeld	Zeitaufwand						Zeitbedarf
	IZS (1966)		ZANDER (1972)		PROSS/SCHOEPS (1973/1974)		KTBL (1979)
	Nicht erwerbs-tätig	Erwerbs-tätig	Nicht erwerbs-tätig	Erwerbs-tätig	Nicht erwerbs-tätig	Erwerbs-tätig	
	<b>Stunden pro Woche</b>						
Nahrungsbe-reitung	15,3	11,2	11	9,9	15	16,5	14
Reinigungs-arbeiten	18,3	14,2	15	12,8	28	19	13,3
Wäsche	7,3	6,5	5,2	4	4,5	4	10,6
Einkaufen	4,2	3,7	3,8	3,5	3	n.e.	n.e.
Haushälte-rische Arbei-ten <sup>108</sup>	n.e.	n.e.	1,3	0,8	n.e.	n.e.	n.e.
Kinderbetreu-ung	10,8	8,3	6,5	5,7	21	17	n.e.
Sonstiges	6,1	3,7	5,2	2,8	n.e.	n.e.	n.e.
<b>Gesamt</b>	<b>62</b>	<b>47,6</b>	<b>48</b>	<b>39,5</b>	<b>71,5</b>	<b>56,5</b>	<b>37,9</b>

n.e. = nicht erhoben

KETTSCHAU stellt die Daten im Vergleich zwischen erwerbstätigen und nicht erwerbstätigen Frauen dar. Die Arbeit von Männern in privaten Haushalten ist in dieser Darstellung nicht ausgewiesen und wird von KETTSCHAU pauschal mit etwa 8-10 Stunden für Hausarbeit beziffert.

Als Ergebnis ihrer Sekundäranalyse kam KETTSCHAU zu folgenden Aussagen:

- Als Annäherungswert waren nicht erwerbstätige Frauen insgesamt etwa 60 Stunden und erwerbstätige Frauen etwa 50 Stunden wöchentlich mit Hausarbeit für einen Familienhaushalt beschäftigt. Der Zeitaufwand erwerbstätiger Frauen in Familienhaushalten ist gegenüber nicht erwerbstätiger Frauen um ca. 10 Stunden in der Woche geringer.

<sup>107</sup> **IZS Internationale Zeitbudget-Studie:** (Erhebung: 1966) geleitet von Alexander Szalai; Methode: Gesamt-Tagebuch eines Tages ohne Vorgabe von Kategorien. In Bulgarien, CSSR, DDR, Frankreich, Jugoslawien, Kuba, Peru, Polen, UdSSR, Ungarn wurden Untersuchungen in ausgewählten mittelgroßen Städten, in Belgien, in der (alten) BRD und in den USA repräsentative Studien für das ganze Land durchgeführt.

**Zander, Ernst:** „Zeitaufwand für Hausarbeit in ausgewählten privaten Haushalten“ (Erhebung: 1972) Methode: Tagebücher über 4 Monate mit Vorgabe von Kategorien und Zeittakten

**Pross, Helge:** „Die Wirklichkeit der Hausfrau“ (Erhebung: 1973); Methode: Einschätzung des Zeitaufwandes pro Woche für bestimmte hauswirtschaftliche Tätigkeiten durch die Befragten; teiloffener Fragebogen

**Schoeps, Martina:** „Zeitbudgetvergleich zwischen erwerbstätigen und nicht-erwerbstätigen Hausfrauen in der BRD“ (Erhebung: 1974), Methode: Einschätzung des Zeitaufwandes pro Woche für bestimmte hauswirtschaftliche Tätigkeiten durch die Befragten; teiloffener Fragebogen

**KTBL** (Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft): Datensammlung für die Kalkulation der Kosten und des Arbeitszeitbedarfs im Haushalt (Erhebung: 1979); Methode: Laborermittlung des Zeitbedarfs nach unterschiedlichen Anspruchshöhen (vgl. KETTSCHAU 1981: 50-62).

<sup>108</sup> Nach DEIST/BÖHMER verteilt sich der Zeitaufwand in diesem Bereich auf folgende Tätigkeiten: Führen eines Budgetplans, Haushaltsbuchführung und Abrechnung, Arbeits- und Wochenpläne, Speisepläne, Einkaufspläne, Planung und Organisation von Festen, Geschenkplanung

- Erwerbstätige Frauen verwendeten etwas weniger ihrer Gesamthausarbeitszeit für Reinigungsarbeiten und sonstige Tätigkeiten. Für Kinderbetreuung wurde die gleiche Zeit verwendet, wie von nicht erwerbstätigen Frauen. Nahrungszubereitung, Einkaufen und Wäschepflege benötigten prozentual mehr Zeit bezogen auf den Gesamtaufwand. Daraus lässt sich ableiten, dass berufstätige Frauen nur bei Reinigungsarbeiten und sonstigen Tätigkeiten größere Einsparpotenziale nutzen konnten.
- Die erbrachte Hausarbeit ist „kulturelles Minimum“, sie wird von einem gesellschaftlich determinierten Niveau der Haushaltsführung bestimmt.
- Der Zeitaufwand der Männer für Hausarbeit betrug - abhängig von der Erwerbstätigkeit der Frauen - etwa 8 bzw. 10 Stunden in der Woche. Die Aktivitäten von Männern im Haushalt konzentrieren sich in den Bereichen Haushaltsbuchführung, Reparaturarbeiten, Kinderbetreuung und Einkäufe. In den anderen hauswirtschaftlichen Tätigkeitsfeldern dagegen ist nur ein geringer Zeitaufwand von Männern zu verzeichnen. Die „Mithilfe“ war gekennzeichnet durch die Auswahl der angenehmeren Teile bestimmter Hausarbeiten oder beschränkte sich auf nach außen gerichtete Tätigkeiten mit höherem Sozialstatus.

(vgl. KETTSCHAU 1981: 178 ff)

In Bezug auf die Beteiligung von Männern an der Hausarbeit referiert KÜNZLER die Ergebnisse von METZ-GÖCKLER und MÜLLER, die feststellten, dass Männer mit berufstätigen Frauen ihre Beteiligung an der Hausarbeit nicht erhöhen und bei Elternschaft ihre Beteiligung an der Hausarbeit sogar noch senken. In nicht ehelichen Lebensgemeinschaften finden sich ebenfalls deutlich traditionelle Muster der Aufgabenverteilung (KÜNZLER 1994: 26). In Bezug auf den Zeitaufwand vermitteln die drei von KÜNZLER herangezogenen Zeitbudgetuntersuchungen aus den 80er Jahren das Bild einer konstant niedrigen Beteiligung von Männern an der Hausarbeit: „...die im Gegensatz zum Aufwand der Frauen - weder von der Erwerbstätigkeit der Partnerin, noch von der Kinderzahl, noch vom Alter der Kinder in irgendeiner wahrnehmbaren Art und Weise beeinflusst wird: *Daß die Hausarbeitszeit des Mannes bei ca. 10 Wochenstunden liegt, scheint nahezu eine Naturkonstante zu sein*“ (KÜNZLER 1994: 30, Hervorhebung im Original). Der Zeitaufwand für Hausarbeit von Frauen ist dagegen deutlich von dem Maß ihrer Erwerbstätigkeit beeinflusst und geht mit steigender bezahlter Arbeitszeit kontinuierlich zurück. Der Einfluss der Kinderzahl scheint dagegen unbedeutend zu sein (a.a.O.: 31). Rechnerisch ergibt sich durch die Reduzierung der aufgewendeten Hausarbeitszeit von Frauen mit zunehmender Erwerbstätigkeit und einer weitgehend konstanten zeitlichen Beteiligung von Männern ein höherer Anteil von Männern an der Hausarbeit, ohne dass diese faktisch mehr, als bei einer nicht erwerbstätigen Partnerin im Haushalt arbeiten. KÜNZLER fasst die Ergebnisse seiner Sekundäranalysen wie folgt zusammen: „Selbst wenn die Partnerin vollzeiterwerbstätig ist (und sich in der bezahlten wöchentlichen Arbeitszeit nur noch geringfügig vom Mann unterscheidet), trägt der Mann im Durchschnitt weniger als ein Drittel der Hausarbeit“ (KÜNZLER 1994: 39, Klammer im Original).

Den Ergebnissen der Studien aus den späten sechziger und siebziger Jahren, die von KETTSCHAU herangezogen wurden, werde ich im Folgenden die genaueren Ergebnisse

der Zeitbudgetstudie aus den Jahren 1991/92 gegenüberstellen. Dabei werde ich einerseits darauf eingehen, wie sich die Arbeit zwischen Männern und Frauen und zwischen bezahlten und unbezahlten Tätigkeiten aufteilt. Mein zweiter Fokus ist die Betrachtung der unterschiedlichen in der Hausarbeit<sup>109</sup>/Haushaltsproduktion anfallenden Tätigkeiten und eine Abschätzung, in welchen Bereichen der Haushaltsproduktion es zu Veränderungen bezüglich der investierten Arbeitszeit zwischen den siebziger und Anfang der neunziger Jahre gekommen ist.

Als zentraler Erhebungsschritt wurden in der Zeitbudgetstudie von 1991/92 in 6.400 Haushalten alle Haushaltsmitglieder ab 12 Jahre gebeten, jeweils zwei Tage lang präzise Auskunft über ihre Aktivitäten in eine vorgegebene Liste mit Einteilung in 5-Minuten-Schritten zu machen. Erfragt wurden Haupt- und Nebenaktivität, sowie wo, gegebenenfalls für wen und mit wem die Aktivitäten stattfanden. Es wurden keine Vorgaben für die Formulierung gemacht und erst in der Auswertung Kategorien für zehn Aktivitätsbereiche gebildet<sup>110</sup>. Ergänzend wurden Interviews mit den Haushaltsmitgliedern geführt. Ziel der Studie war insbesondere auch die geschlechtsdifferente Quantifizierung der unbezahlten Arbeiten.

In dieser Zeitbudgetstudie, die 1996 veröffentlicht wurde, wird mit dem Begriff der Haushaltsproduktion gearbeitet. Zur Abgrenzung unbezahlter Arbeiten von anderen Aktivitäten im Rahmen der Haushaltsproduktion wurde das „Dritt-Personen-Kriterium“ herangezogen. Als unbezahlte Arbeit wurden solche Aktivitäten in die Betrachtung einbezogen, die auch von Dritten gegen Bezahlung übernommen werden könnten. Als Überkategorien wurden in der Auswertung fünf Bereiche der Zeitverwendung abgeleitet:

- **Unbezahlte Arbeiten:** Hauswirtschaftliche Tätigkeit und handwerkliche Tätigkeiten, Ehrenämter sowie Pflege und Betreuung von Personen
- Erwerbsarbeit und Arbeitssuche
- Qualifikation und Bildung
- Persönlicher Bereich, Physiologische Regeneration, Essen
- Geselligkeit, Mediennutzung, Sonstige Freizeitaktivitäten

In der folgenden Tabelle ist die durchschnittliche tägliche Zeitverwendung von Männern und Frauen dargestellt. Es ist zu berücksichtigen, dass es sich hierbei um Durchschnittswerte der Zeitverwendung aller Altersgruppen über 12 Jahre handelt, d.h. in diese Darstellung der Daten sind die Zeitbudgets aller Bevölkerungsgruppen (z.B. auch die von Menschen in der schulischen und beruflichen Ausbildung oder mit verminderter Arbeits- und Leistungsfähigkeit im Alter) eingegangen. Sie eignet sich daher vor allem für die Darstellung der gesamtgesellschaftlich aufgebrauchten Zeiten für die verschiedenen Bereiche.

---

<sup>109</sup> In Bezug auf die Arbeit von KETTSCHAU verwende ich den Begriff Hausarbeit, da sie in ihrer Arbeit auch von Hausarbeit spricht.

<sup>110</sup> Diese sind 1. hauswirtschaftliche Tätigkeiten; 2. handwerkliche Tätigkeiten; 3. Erwerbstätigkeit, Arbeitssuche; 4. Ehrenamt; Soziale Dienste; 5. Qualifikation/ Bildung; 6. Persönlicher Bereich; Physiologische Regeneration; 7. Kontakt/ Gespräche/ Geselligkeit; 8. Mediennutzung / Freizeitaktivitäten; 9. Pflege und Betreuung von Personen und 10. nicht zuteilbare und zuordnenbare Zeiten.

**Tabelle 13** Durchschnittliche tägliche Zeitverwendung von Männern und Frauen ab 12 Jahren (nach EHLING, SCHWARZ 1996: 13)

Aktivität	Frauen	Männer
Hauswirtschaftliche Tätigkeit	4:08	1:46
Handwerkliche Tätigkeit	0:08	0:35
Pflege und Betreuung von Personen	0:37	0:16
<b>Summe unbezahlter Arbeit in der Haushaltsproduktion</b>	<b>4:53</b>	<b>2:37</b>
<b>Erwerbstätigkeit</b>	<b>2:11</b>	<b>4:25</b>
Ehrenamt, soziale Dienste	0:07	0:11
Qualifikation und Bildung	0:31	0:35
Essen	1:23	1:21
Körperpflege	0:57	0:49
Schlafen	8:28	8:16
Gespräche/Geselligkeit	1:34	1:26
Fernsehen	1:44	1:59
Sonstige Freizeitaktivitäten und nicht zuteilbare Zeiten	2:12	2:21

Die Zusammenstellung zeigt, dass die gesellschaftliche Arbeitsteilung mit einer höheren Zuständigkeit von Frauen für unbezahlte und von Männern für bezahlte Tätigkeiten weiterhin Bestand hat. Im Durchschnitt und dieser wurde aufgrund der einbezogenen Daten über alle Lebensalter gebildet<sup>111</sup>, gehen Männer noch immer in höherem Maße Erwerbsarbeiten nach, während Frauen weiterhin mehr unbezahlt in der Haushaltsproduktion arbeiten. Den durchschnittlich 4 Stunden und 53 Minuten unbezahlte Arbeit in der Haushaltsproduktion, die von Frauen erbracht wird, stehen 2 Stunden und 37 Minuten von Männern gegenüber. Im Bereich der bezahlten Erwerbsarbeiten zeigt sich ein umgekehrtes Verhältnis, Frauen sind durchschnittlich 2 Stunden 11 Minuten erwerbstätig, Männer dagegen 4 Stunden 25 Minuten. Nimmt man die Arbeitszeiten für Ehrenamt und soziale Dienste hinzu, ergibt sich, dass Frauen und Männer täglich etwa gleich viel arbeiten (Frauen durchschnittlich 7 Stunden und 11 Minuten, Männer 7 Stunden und 13 Minuten).

Die Zeitverwendung ist in verschiedenen Haushaltstypen unterschiedlich, deshalb wird in der nächsten Tabelle der Zeitaufwand für unbezahlte Arbeiten, nach verschiedenen Haushaltstypen und nach Geschlecht differenziert, dargestellt.

<sup>111</sup> In die Berechnung ging auch die Zeitverwendung von Jugendlichen ab 12 Jahren und von Menschen im Ruhestand ein.

Tabelle 14

Durchschnittliche tägliche Zeitverwendung für unbezahlte Arbeit von Alleinlebenden, Ehepartnern und Alleinerziehenden (nach SCHWARZ 1996: 80)

Aktivität	Alleinlebende		Ehepaare ohne Kinder		Ehepaare mit Kind(ern) *		Alleinerziehende *
	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich	
	Stunden: Minuten						
<b>Hauswirtschaftliche Tätigkeiten</b>	4:09	2:19	4:53	2:25	4:45	1:31	3:25
Darunter:							
Mahlzeitenzubereitung, Tischdecken, Geschirrrreinigung	1:15	0:39	1:48	0:32	1:43	0:22	1:09
Wäschepflege	0:39	(0:11)	0:46	(0:03)	0:48	(0:02)	0:32
Wohnungsreinigung	0:47	0:22	0:53	0:17	0:56	0:11	0:39
Pflanzen- und Tierpflege	0:29	(0:19)	0:31	0:40	0:18	0:21	0:15
Einkäufe	0:23	0:19	0:24	0:17	0:27	0:12	0:22
Behördengänge, Organisation	0:15	0:12	0:12	0:18	0:14	0:10	0:12
Wegezeiten	0:19	0:16	0:16	0:15	0:16	0:11	0:15
<b>Handwerkliche Tätigkeiten</b>	(0:08)	(0:23)	0:06	0:39	0:09	0:41	0:08
Darunter:							
Fahrzeugreparatur, -pflege	(0:01)	(0:04)	(0:00)	0:05	(0:01)	0:06	(0:02)
Herstellung / Reparatur von Gebrauchsgütern	/	(0:05)	(0:01)	0:08	(0:02)	0:07	(0:01)
Bauen, Renovieren	/	/	(0:01)	(0:10)	(0:03)	0:16	(0:02)
<b>Pflege u. Betreuung v. Personen</b>	(0:11)	(0:07)	0:15	0:09	1:52	0:40	1:33
Darunter:							
Kinderbetreuung	(0:08)	/	(0:09)	(0:05)	1:47	0:37	1:30
Betreuung von Pflegebedürftigen	(0:03)	/	(0:06)	(0:04)	(0:05)	(0:03)	(0:03)
<b>Ehrenamt/Soziale Dienstleistung</b>	(0:10)	(0:14)	(0:05)	(0:12)	0:07	0:09	0:07
<b>Unbezahlte Arbeit insgesamt</b>	4:38	3:03	5:19	3:25	6:53	3:02	5:13

\* Kind(er) unter 18 Jahren

\*\* Eingeklammerte Werte basieren auf geringen Fallzahlen, sodass auf Grundlage der nicht repräsentativen Datengrundlage nur eingeschränkt gültige Aussagen möglich sind.

Um einen Vergleich mit den von KETTSCHAU angegebenen Daten zu ermöglichen, habe ich den für vergleichbare Bereiche angegebenen täglichen Zeitaufwand in eine wöchentlich anfallende Arbeitszeit<sup>112</sup> in den verschiedenen Haushaltstypen umgerechnet.

<sup>112</sup> Für die Berechnung wurden die von SCHWARZ angegebenen Werte mit sieben multipliziert. Dabei gehe ich davon aus, dass SCHWARZ in der Ermittlung der Durchschnittswerte Schwankungen im Wochenverlauf (Wochentag/ Wochenende) bereits berücksichtigt hat.

**Tabelle 15**

Durchschnittliche wöchentliche Zeitverwendung für unbezahlte Arbeit in ausgewählten Bereichen der Haushaltsproduktion von Alleinlebenden, Ehepartnern und Alleinerziehenden (eigene Berechnungen auf Datenbasis nach SCHWARZ 1996: 80)

Aktivität	Alleinlebende		Ehepaare ohne Kinder		Ehepaare mit Kind(er)*		Alleinerziehende*
	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich	
	Stunden : Minuten						
Mahlzeitenzubereitung, Tischdecken, Geschirreinigung	8:45	4:33	12:26	3:44	12:01	2:34	8:03
Wäschepflege	4:33	(1:17)	5:22	(0:21)	5:36	(0:14)	3:44
Wohnungsreinigung	5:29	2:34	6:11	1:59	6:32	1:17	4:33
Einkäufe	2:41	1:13	2:28	1:59	3:09	1:24	1:34
Kinderbetreuung	(0:56)	/	1:03	(0:35)	12:29	4:19	10:30
<b>Summe der ausgewählten Tätigkeiten</b>	<b>22:24</b>	<b>9:37</b>	<b>27:30</b>	<b>8:38</b>	<b>39:47</b>	<b>9:48</b>	<b>28:24</b>
<b>Summe sonstiger unbezahlter Tätigkeiten</b>	10:02	11:44	9:43	15:17	8:24	11:56	8:07
<b>Unbezahlte Arbeit insgesamt</b>	32:26	21:21	37:13	23:55	48:11	21:14	36:31

\* Kind(er) unter 18 Jahre

\*\* Eingeklammerte Werte basieren auf geringen Fallzahlen, sodass auf Grundlage der nicht repräsentativen Datengrundlage nur eingeschränkt gültige Aussagen möglich sind.

Die durchschnittliche Arbeitszeit, die in einem Familienhaushalt erbracht wird, war nach KETTSCHAU in den siebziger Jahren 50 bzw. 60 Stunden für Frauen (je nach Erwerbsgrad) und 8-10 Stunden für Männer. Nach der Zeitbudgeterhebung von 1991/92 arbeiten Frauen in Familienhaushalten in den ausgewählten Bereichen (die sich mit den von KETTSCHAU zugrunde gelegten Tätigkeitsfeldern für Hausarbeit in etwa decken) etwa 40 Stunden wöchentlich. Die Darstellung differenziert hier nicht nach dem Erwerbsgrad von Frauen. Wenn auch nur ein grober Vergleich mit KETTSCHAUS Ergebnissen möglich ist, so deutet dieser doch darauf hin, dass Frauen in Familienhaushalten die Arbeitszeiten in den ausgewählten Bereichen etwas verringert haben. Die Summe der Arbeitszeit, die Männer in Familienhaushalten investieren, beträgt nach der Zeitbudgetstudie etwa 10 Stunden wöchentlich. Damit hat sich der zeitliche Umfang der Beteiligung von Männern an der Hausarbeit im Vergleich mit den von KETTSCHAU und auch von KÜNZLER angegebenen Werten nicht verändert.

Die Arbeitszeit, die Frauen in Familienhaushalten für die Nahrungsversorgung (12 Stunden), Wäschepflege (5 ½ Stunden), Einkäufe (3 Stunden) und Kinderbetreuung (12 ½ Stunden) aufwenden, sind in etwa gleich geblieben (vgl. Tabelle 12, S. 150). Ein deutlicher Unterschied ergibt sich im Aufwand für Wohnungsreinigung: während die Studien aus den siebziger Jahren zwischen 12,8 und 28 (!) Stunden für Reinigungsarbeiten ermittelten, lässt sich aus der Zeitbudgetstudie von 1991/92 ein Reinigungsaufwand von Frauen in Familienhaushalten von etwa 6 ½ Stunden wöchentlich ableiten. KETTSCHAU wies darauf hin, dass bereits damals Frauen, wenn sie erwerbstätig waren, zeitliche Kapazitäten am ehesten in diesem Tätigkeitsfeld einsparen konnten, während dies in den anderen Bereichen eher nicht möglich schien.



KETTSCHAU zog in ihrem Resümee den Schluss, dass der Arbeitsaufwand in einem Familienhaushalt auf Grund eines kulturell determinierten Anspruchsniveaus bei etwa 50 Stunden wöchentlich liegt. Inwieweit die Reduktion des Umfangs der durchschnittlich geleisteten Arbeitszeit von Frauen um etwa 10 Stunden wöchentlich, Resultat einer Veränderung der gesellschaftlichen Determinierung, des vermehrten Einsatzes von Haushaltsgeräten oder der Beschäftigung von Hilfskräften ist, kann aus den vorliegenden Daten nicht abgeleitet werden.

Die Differenzierung nach verschiedenen Haushaltstypen (Alleinlebend, Paare mit und ohne Kinder sowie Alleinerziehende) in der Zeitbudgetstudie zeigt deutlich, dass der Aufwand für die Haushaltsführung abhängig von der Lebensform stark differiert. Vergleicht man die Summen der ausgewählten Tätigkeiten miteinander, so ergibt sich zunächst, dass Männer unabhängig von ihrer Lebensform mit  $8 \frac{1}{2}$  bis  $9 \frac{3}{4}$  Stunden generell einen relativ geringen Anteil ihrer Zeit mit Hausarbeit verbringen. Der Aufwand bei Frauen hingegen ist deutlich höher und hängt stark davon ab, ob sie allein ( $22 \frac{1}{2}$  Stunden), mit Partner ohne Kinder ( $27 \frac{1}{2}$  Stunden), ohne Partner mit Kindern ( $28 \frac{1}{2}$  Stunden) oder mit Partner und Kindern ( $39 \frac{3}{4}$  Stunden) leben. Entscheidend für den Arbeitsaufwand von Frauen scheint die Anzahl der im Haushalt lebenden Personen zu sein. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich bei den Personen um Kinder oder (männliche) Erwachsene handelt.

Frauen und Männer die alleine leben, weisen starke Differenzen in der aufgebrauchten Arbeitszeit auf. Bei Alleinlebenden kann in erster Näherung angenommen werden, dass sie die anfallenden Reproduktionsarbeiten auch allein verrichten. Dennoch beträgt die Differenz der investierten Arbeitszeit zwischen Männern und Frauen mehr als 100 %. Während Frauen in den ausgewählten Bereichen ca.  $22 \frac{1}{2}$  Stunden beschäftigt sind, erledigen alleinlebende Männer die Arbeiten in ca.  $9 \frac{1}{2}$  Stunden und verwenden in allen Arbeitsbereichen etwa die Hälfte der Zeit wie alleinlebende Frauen. Dies kann in einer stärkeren Inanspruchnahme von Dienstleistungen begründet sein, z.B. verringert die Außer-Haus-Verpflegung in Kantinen, Mensen und gastronomischen Einrichtungen sowohl die Zeiten der Mahlzeitenzubereitung als auch die für Lebensmittel notwendigen Einkaufszeiten. Denkbar ist auch die Unterstützung bei der Hausarbeit durch nicht im gleichen Haushalt lebende Personen, z.B. Verwandte, FreundInnen oder PartnerIn. Die Ergebnisse der Zeitbudgetstudie zeigen deutlich, dass das Leben von Männern - gleich in welchem sozialen Kontext sie leben - im Vergleich zu Frauen stark von der Entlastung von Reproduktionsarbeit gekennzeichnet ist.

Beim Vergleich von Ehepaaren mit und ohne Kindern fällt auf, dass die männlichen Partner sobald Kinder im Haushalt vorhanden sind, im Vergleich mit Männern ohne Kinder, in allen Bereichen außer der Kinderbetreuung ihre Aktivitäten in der Hausarbeit reduzieren: An der Mahlzeitenbereitung beteiligen sie sich im Vergleich mehr als eine Stunde weniger, den Aufwand für Wohnungsreinigung reduzieren sie um nahezu eine  $\frac{3}{4}$  Stunde wöchentlich, den Einkauf um mehr als eine  $\frac{1}{2}$  Stunde. Die Frauen in Partnerschaften mit Kindern hingegen arbeiten in diesen Bereichen im Durchschnitt mehr als Frauen ohne Kinder und fangen damit anscheinend zumindest zum Teil den von Männern reduzierten Aufwand auf. Einzig bei der Mahlzeitenzubereitung sinkt auch bei ihnen der zeitliche Aufwand um 25 Minuten wöchentlich, wenn Kinder im Haushalt leben. In den Haushalten von Ehepaaren ohne Kinder wenden die beiden Partner zu-

sammengenommen wöchentlich 1 ½ Stunden mehr für die Zubereitung von Mahlzeiten auf, als in Haushalten in denen Paare mit Kindern zusammen leben. Dies deutet möglicherweise auf einen anderen Charakter der Mahlzeitenzubereitung hin. Das (gemeinsame) Kochen und Essen in Haushalten von Paaren ohne Kinder hat eventuell mehr den Charakter gemeinsamer Freizeitgestaltung als dies in Haushalten mit Kindern der Fall ist. Darauf deutet auch hin, dass Alleinerziehende ebenfalls einen deutlich geringeren Aufwand für die Zubereitung von Mahlzeiten erbringen. Sie verwenden wöchentlich etwa 8 Stunden mit der Nahrungszubereitung und damit sogar weniger Zeit, als dies alleinlebende Frauen mit 8 ¾ Stunden tun.

Wesentliches Ergebnis des Vergleichs der Zeitbudgetstudie mit der Arbeit von KETTSCHAU aus dem Jahre 1981 ist, dass der zeitliche Aufwand für Hausarbeiten in Familienhaushalten gegenüber den siebziger Jahren zwar tendenziell gesunken ist, dass aber die aufgewendete Zeit für die Bereiche Nahrungsversorgung und Einkauf, die im Rahmen dieser Arbeit besonders interessieren, in etwa gleich geblieben sind.

In anderen Haushaltstypen als in Familienhaushalten wird nach den Ergebnissen der Zeitbudgetstudie deutlich weniger Zeit für Haushaltsproduktion und Reproduktionsarbeiten aufgewendet. Da gerade die Gruppen der Alleinlebenden und der Alleinerziehenden in den letzten Jahren stark gewachsen sind, muss bei der Formulierung von nachhaltigen Konsumalternativen bedacht werden, dass sie sich zum Teil an Haushalte richten, die nur wenig Zeit für die zu bewältigenden Aufgaben aufwenden.

Insgesamt beträgt 1992 der Umfang unbezahlter Arbeiten in der Bundesrepublik nach SCHÄFER und SCHWARZ 95,5 Milliarden Stunden und der bezahlter Arbeiten 60 Milliarden Stunden. Für bezahlte Arbeit fallen zusätzlich 10 Milliarden Stunden Wegezeiten und übrige erwerbsarbeitsgebundene Zeiten an, sodass für bezahlte Arbeit mit 70 Milliarden Stunden insgesamt immer noch weniger Zeit aufgewendet wird, als für unbezahlte Arbeit (SCHÄFER, SCHWARZ 1996: 42). Die Zeitbudgetstudie belegt damit, dass in den Bereich der Haushaltsproduktion insgesamt mehr Arbeitszeit investiert wird, als in allen bezahlten Arbeitsbereiche zusammen.

In der Zeitbudgetstudie wurde versucht, den Wert der in privaten Haushalten verrichteten Arbeit zu berechnen: Auf Grundlage von durchschnittlichen *Nettostundenlöhnen*<sup>113</sup> von Hauswirtschafterinnen, die in ihrem Berufsbild am ehesten dem komplexen und weit gespannten Aufgabenfeld der Haushaltsproduktion entsprechen, ergibt sich für 1992 ein Wert der geleisteten Arbeit von 1.125 Milliarden DM. Damit werden lediglich 9 % weniger als die Summe aller *Bruttolöhne* und -gehälter (1.238 Mrd. DM) erreicht (SCHÄFER, SCHWARZ 1996:54)<sup>114</sup>. Die Studie ergab, dass selbst bei vorsichtiger Schätzung die erzielte Wertschöpfung aus der Haushaltsproduktion die aller Warenproduzenten und aller Dienstleistungsanbieter übertrifft. Aus dieser Tatsache müssen

---

<sup>113</sup> Der Berechnung Nettostundenlöhne zu Grunde zu legen, trägt dem Umstand Rechnung, dass Hausarbeit nicht in die sozialen Sicherungssysteme integriert ist.

<sup>114</sup> Der Wert der in privaten Haushalten geleisteten Arbeit ist nicht gleichzusetzen mit dem Wert der Haushaltsproduktion insgesamt, da die Angaben zur unbezahlten Arbeit mit den übrigen Komponenten der Produktion (Vorleistungen, Abschreibungen auf das Produktionsvermögen, Produktionssteuern) verknüpft werden müssen (vgl. SCHÄFER, SCHWARZ 1996: 54ff.). Unter Berücksichtigung dieser Werte ergibt sich ein Produktionswert der Haushaltsproduktion von 1.675 Milliarden DM für das Jahr 1992 (SCHÄFER, SCHWARZ 1996: 61).

gesellschaftspolitische Veränderungen erwachsen, die in der Setzung von angemessenen Rahmenbedingungen der (auch ökonomischen) Bedeutung von Haushaltsproduktion und der mit ihr beschäftigten Menschen Rechnung trägt. Eine gesellschaftliche Förderung nachhaltigen Verhaltens sollte genauso erfolgen, wie dies im Bereich der Förderung von Wirtschaftsunternehmen geschieht, da mit einer Verbesserung der Rahmenbedingungen der Haushaltsproduktion in privaten Haushalten auch eine Verringerung des Ressourcenverbrauchs verbunden sein kann.

## **4.5 Rahmenbedingungen für die Umsetzung nachhaltiger Konsumalternativen in privaten Haushalten**

Zum Abschluss des vierten Kapitels möchte ich die Ergebnisse zur gesellschaftlichen Organisation von Hausarbeit und den Voraussetzungen für die Umsetzung nachhaltiger Konsumalternativen in privaten Haushalten zusammenstellen und daraus Fragestellungen für meine empirische Untersuchung des Handlungskonzeptes „Gemüseabonnement“ ableiten. In diesem Kapitel ging es mir darum, zu reflektieren auf welche Voraussetzungen die Umsetzung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster in privaten Haushalten stoßen. Im Mittelpunkt meiner Betrachtungen stehen die gesellschaftlichen Bedingungen unter denen Hausarbeit geleistet wird, die meiner These nach Einfluss auf den Energie- und Ressourcenverbrauch im Hausarbeit haben.

Als Ergebnis feministischer Forschung liegt Wissen über die Bedingungen unter denen Hausarbeit geleistet wird und über den spezifischen Arbeitscharakter von Hausarbeit vor, das in die Debatte um eine Veränderung von Konsumverhalten in privaten Haushalten einbezogen werden muss. In diesem Verständnis wird Hausarbeit als „Reproduktionsarbeit“ bezeichnet. Ein verändertes Verständnis der Funktion privater Haushalte und ihrer materiellen Einbindung in das Wirtschaftssystem ist mit dem Konzept der „Gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion“ und der Auffassung von Hausarbeit als „Haushaltsproduktion“ möglich.

Die Bestandsaufnahme von Forschung zur Reproduktionsarbeit hat eine Bedeutung für die Umweltwissenschaften insbesondere da, wo diese sich mit Bereichen beschäftigen, die auf veränderte Handlungsweisen in privaten Haushalten abzielen. Wie im ersten Kapitel dieser Arbeit gezeigt, sind die Konzepte für ein nachhaltiges Konsumverhalten vorrangig auf eine Veränderung des Versorgungsverhaltens in privaten Haushalten gerichtet. Dies ist auch Folge einer besonders in der Bundesrepublik erfolgten Reduktion von „Konsum“ auf „Privaten Konsum“.

Die Gesellschaft ist grundlegend durch ein Primat der Erwerbsarbeit geprägt. Mit einer einseitig hohen Bewertung von Erwerbsarbeit und der damit einhergehenden Kopplung von sozialer Sicherheit und Anerkennung, wird gleichzeitig die Bedeutung von Haushaltsproduktion und Reproduktionsarbeit für die gesellschaftliche Wohlfahrt negiert. Dies erschwert auch die Betrachtung der aus den Wechselwirkungen der öffentlichen und privaten Sphäre resultierenden Energie- und Stoffströme. Einflussmöglichkeiten auf als „privat“ definierte Konsumententscheidungen bestehen in dieser Sichtweise im Wesentlichen durch Aufklärungskampagnen und Appelle. Strukturelle Voraussetzungen für das Konsumverhalten in privaten Haushalten geraten so aus dem Blick und

werden nicht als Veränderungspotenzial für eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft gesehen.

Aus dem Vergleich der Zeitbudgetstudie von 1991/92 mit früheren Zeitbudgeterhebungen zeichnet sich ab, dass heute weniger Zeit für Hausarbeit aufgewendet wird, als in früheren Jahren. Frauen in Familienhaushalten wenden heute wöchentlich etwa 40 Stunden Arbeitszeit auf. Da die Erwerbsbeteiligung von Frauen, die in Familienhaushalten leben und arbeiten, stark angestiegen ist, prägen die Doppelbelastung und die vermehrt erforderlich werdenden Organisations- und Koordinationsleistungen zunehmend ihren Alltag. Männer haben dagegen ihren zeitlichen Einsatz für unbezahlte Arbeiten in Familienhaushalten in den letzten Jahrzehnten nicht verändert. Zu Beginn der neunziger Jahre betrug ihr Arbeitszeitaufwand - wie in den sechziger und siebziger Jahren - etwa 10 Stunden wöchentlich.

Auch Maria RERRICH kommt auf Grund der Studie zur „Arbeit des Alltags“ zu dem Ergebnis, dass die zunehmende Erwerbstätigkeit von Frauen nicht zu einer Umverteilung familialer Arbeit zwischen Frauen und Männern, sondern zu Umschichtung von Arbeit zwischen Frauen geführt hat. Diese Umverteilung folgt etablierten Scheidelinien von Bildung, sozialer Herkunft und Nationalität (RERRICH 1993: 331f). JURCYK und RERRICH beschreiben den Rückgang der aufgewendeten Zeit für Reproduktionsarbeiten als „Vakuum der Zuständigkeiten“. Dies ist ein Phänomen, das als gesellschaftlich zu lösendes Problem einen Diskurs um die Neuorganisation von Reproduktionsarbeiten und Haushaltsproduktion bedarf: „Denn die ehemals `klaren´ Verhältnisse, in denen die emotionale und körperbezogene Fürsorge und Pflege an die Frauen delegiert war, sind nun, vor allem durch die Veränderung der gesellschaftlichen Lage und Interessen von Frauen sowie den Veränderungen des Arbeitsmarktes im Umbruch begriffen und führen zu einem Vakuum der Zuständigkeiten. (...) Hier entsteht ein gesellschaftlicher Mangel, der zur Zeit eher notdürftig durch öffentliche Versorgungseinrichtungen oder aber, privat und individuell, durch die Überlastung einzelner Frauen mehr zuge deckt als gedeckt wird. (...) wir (möchten) (...) dazu beitragen, daß aus einem sogenannten `Frauenthema´ eine gesellschaftliche Angelegenheit aller wird. Es soll ein Bewußtsein dafür geschaffen werden, daß ein neues Gleichgewicht zwischen Individualisierung und Bindung, zwischen Arbeit und Leben gefunden werden muß, das den Wünschen nach Bindung sowie den Anforderungen einer humanen, für Bedürftige sorgenden Gesellschaft gerecht wird. Wir sehen diese Fragen nicht als Geschlechterproblem, sondern als ein Problem der sozialen Organisation unseres Gemeinwesens“ (JURCYK, RERRICH 1993a: 264).

Die Verortung von Hausarbeit in der privaten Sphäre macht sie gesellschaftlich unsichtbar. Dass Haushaltsproduktion ein wesentlicher Bereich gesamtgesellschaftlichen Wirtschaftshandelns ist, zeigen die Ergebnisse der von mir zusammengestellten Forschungsergebnisse. So werden mehr als die Hälfte aller Arbeitsstunden unbezahlt im Rahmen von Haushaltsproduktion geleistet und Werte erarbeitet, die monetär bewertet über der aller Warenproduzenten bzw. Dienstleister liegt. Haushaltsproduktion bildet die Transformationsinstanz zwischen Individuen und ihrer Teilhabe an der gesellschaftlichen Wohlfahrt und ist so mit den anderen drei Trägern der Wohlfahrtsproduktion verwoben. Damit bestehen auch Wechselwirkungen zwischen den Wirtschaftsentscheidungen in der Haushaltsproduktion und dem gesamtgesellschaftlichen Energie- und

Ressourcenverbrauch. Im theoretischen Konzept der „Gesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion“ ist die Instanz der Haushaltsproduktion den anderen Instanzen im gesamtgesellschaftlichen Wirtschaftshandeln gleichwertig.

Die Einflussmöglichkeiten privater Haushalte auf staatlich und privatwirtschaftlich organisierte Produktionsprozesse von Waren und Dienstleistungen und dem damit verbundenen Energie- und Stoffverbrauch sind sehr gering. Es fehlt an direkten Beteiligungsverfahren, die es ermöglichen, Erfahrungen aus der Arbeit des Alltags in die Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen einzubringen. Insofern besteht der Einfluss von privaten Haushalten auf Produktionsprozesse nur im Moment des Kaufs oder Nichtkaufs angebotener Waren und Dienstleistungen. Für den privaten Haushalt selbst ist der Konsum mit dem Kauf keineswegs abgeschlossen, sondern beginnt erst. Nachhaltiges Konsumverhalten geht in den Wirkungen für private Haushalte weit über Kaufentscheidungen für (ökologische) Produkte hinaus. Es werden zum Teil tiefgreifende Umstellungen des Konsumverhaltens, der sozialen Praktiken und der Handlungsmuster erforderlich. Es entsteht die Notwendigkeit, diese in die Alltagsarbeit zu integrieren und konkurrierende Ansprüche miteinander in Einklang zu bringen (vgl. WELLER 1997). Diese umfassenden Veränderungen können auf Restriktionen stoßen, wie Zeitknappheit, begrenzte finanzielle Mittel, mangelnde Verfügbarkeit und Erkennbarkeit von nachhaltigen Handlungsalternativen oder widerstrebende gesellschaftliche oder spezifische Gruppenansprüche<sup>115</sup>. Die Verfügbarkeit von zeitlichen und finanziellen Ressourcen hat ebenso einen Einfluss, wie Erwägungen der Praktikabilität und der Alltagsroutinen. Zudem ist es für „richtige“ Konsumententscheidungen erforderlich, über das notwendige Orientierungswissen zu verfügen (vgl. SCHULTZ 1999: 104). Kauf- bzw. Konsumententscheidungen unterliegen somit einer Vielzahl von Bestimmungsfaktoren, die ein Resultat der Voraussetzungen sind, unter denen in den privaten Haushalten gewirtschaftet wird. Deshalb kann Konsumverhalten auch analytisch nicht auf Kaufverhalten reduziert werden. Eine solche Reduktion würde die Nutzungsphase und die in ihr anfallenden Arbeiten und eventuell vorhandene Restriktionen ausblenden. Im empirischen Teil dieser Arbeit werde ich deshalb die Veränderungen, die Gemüseabonnements im Alltagshandeln erzeugen, ernst nehmen und untersuchen. Dies erfolgt, um möglicherweise im Alltag vorhandene Potenziale und Hemmnisse für die Nutzung dieses Angebots aufzuspüren.

Auch in der Debatte um die Entwicklung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster ist als Organisationsform der gesellschaftlichen Reproduktionsarbeit das Stereotyp der bürgerlichen Kleinfamilie mit geschlechtshierarchisierender Rollenteilung konnotiert. Die Ergebnisse von ROSENKRANZ zeigen, dass die Bedeutung von Familienhaushalten in der BRD stark zurückgegangen ist und heute andere Formen privater Haushalte eine wachsende Bedeutung gewinnen. Die bisher bei der Bearbeitung von Konzepten für private Haushalte verbundene Vorstellung von Strukturen bürgerlicher Kleinfamilien und die Unterstellung von zur Verfügung stehenden Zeitressourcen für Haushaltsproduktion und Reproduktionsarbeit muss zu Gunsten einer differenzierten Betrachtung

---

<sup>115</sup> So gehört die individuelle Verfügung über Statussymbole wie Autos, vielfältige und aufwendige Kleidung, Nutzung von aufwendigen Freizeit- und Urlaubsangeboten zur Bildung von persönlichem Prestige. Es bestehen Normen und Mindeststandards, deren Nichteinhaltung mit Konflikten und Einbußen im gesellschaftlichen und beruflichen Leben verbunden sein kann.

der verschiedenartigen existierenden Haushaltsformen und ihrer Rahmenbedingungen aufgegeben werden. Notwendig ist darüber hinaus die Entwicklung von Handlungsalternativen, die insbesondere die zum Teil sehr engen Zeitbudgets berücksichtigt und möglicherweise sogar an der knappen Zeitverfügbarkeit anknüpfen. Dass auch die Ernährung in den verschiedenen Haushaltstypen sehr unterschiedlich organisiert ist und verschieden viel Zeit für die Versorgung aufgewendet wird, deutet sich aus den Ergebnissen der Zeitbudgetstudie von 1991/92 an. In Familienhaushalten werden von Männern und Frauen zusammen wöchentlich durchschnittlich etwa 14 ½ Stunden für die Nahrungszubereitung aufgebracht. Paare ohne Kinder verwenden mit mehr als 16 Stunden wöchentlich 90 Minuten mehr Zeit mit der Essensversorgung als Paare mit Kindern. Möglicherweise ist diese hohe Zeitverwendung für die Ernährungsversorgung von Paaren ohne Kinder Folge eines anderen Stellenwertes von Mahlzeiten. So ist es z.B. denkbar, dass gemeinsamen Mahlzeiten als Teil des Zusammenlebens mehr Zeit gewidmet wird. Dies könnte auf ein Potenzial zur guten Integrierbarkeit von Gemüseabonnements hindeuten. Dieser Vermutung wird im Rahmen der empirischen Untersuchung nachgegangen. Alleinlebende Frauen sind 8 ¾ Stunden und alleinlebende Männer 4 ½ Stunden wöchentlich mit ihrer Ernährung beschäftigt und wenden so im Vergleich mit Haushalten, in denen mehrere Menschen gemeinsam leben, wenig Zeit für ihre Ernährung auf. Ich werde in der Untersuchung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement der Frage nachgehen, welche Haushaltsformen sich bislang an Gemüseabonnements beteiligen und ob das Handlungskonzept Gemüseabonnement auch in den Alltag von Lebens- und Haushaltsformen integrierbar ist, die vergleichsweise wenig Zeit für ihre Ernährung aufbringen.

#### **4.6 Untersuchungsziele: Gemüseabonnements - ein in den Alltag integrierbares Handlungskonzept?**

Bislang wurde in der Konzeption und Bewertung nachhaltiger Konsumalternativen das Zusammenwirken von ökologischen, zeitlichen und finanziellen Be- und Entlastungen sowie die existierende Arbeitsbelastung und die Verteilung der Aufgaben und Anforderungen zwischen den einzelnen Haushaltmitgliedern, insbesondere zwischen Männern und Frauen, wenig berücksichtigt. In der von mir durchgeführten empirischen Studie lege ich besonderen Wert auf diese Aspekte und analysiere, welche Be- und Entlastungen für die verschiedenen AbonentInnengruppen mit dem Bezug von ökologischen Gemüseabonnements verbunden sind. Berücksichtigt wird auch die Frage, ob das Handlungskonzept Auswirkungen auf die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung in Mehrpersonenhaushalten hat.

Aus der Untersuchung der gesellschaftlichen Organisation von Hausarbeit und der daraus resultierenden Voraussetzungen für die Umsetzung nachhaltiger Konsumalternativen in privaten Haushalten ergeben sich für die empirische Untersuchung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnements folgende Fragestellungen:

- Welche Haushaltsformen beteiligen sich bislang an Gemüseabonnements? Ich möchte die Gruppe der derzeitigen NutzerInnen anhand von sozio-ökonomischen Kriterien beschreiben und prüfen, ob sich die bislang beteiligenden Haushalte durch charakteristische Merkmale auszeichnen. Daraus möchte ich ableiten, wel-

che neuen NutzerInnengruppen für das Angebot von Gemüseabonnements unter welchen – möglicherweise veränderten Bedingungen – hinzu gewonnen werden könnten.

- Was sind die Motive für den Beginn einer Nutzung von Gemüseabonnements? Gibt es typische Situationen, in denen besonders häufig mit Gemüseabonnements begonnen wird?
- Welche Erfordernisse, Potenziale und Hemmnisse für die Umsetzung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement resultieren aus der Alltagsorganisation verschiedener Haushaltsformen?
- Welche Erfahrungen mit der Organisation der Abonnements haben die NutzerInnen gemacht, haben sich Veränderungen in der Haushaltsorganisation im Umgang mit dem Handlungskonzept Gemüseabonnement als notwendig herausgestellt? Sind Veränderungen von Alltagsroutinen erforderlich?
- Welche Erfahrungen werden in Umgang mit den Produkten gemacht, gibt es Schwierigkeiten in Bezug auf Kenntnisse über Verarbeitung oder Lagerung der gelieferten Nahrungsmittel.
- Wird die Versorgung mit Gemüseabonnements von den NutzerInnen als Be- oder Entlastung in der Haushaltsorganisation empfunden? In welchen Bereichen der Alltagsorganisation wird die Nutzung eines Gemüseabonnements von den verschiedenen NutzerInnen als Be- oder Entlastung in der Alltagsorganisation wahrgenommen?
- Ist das Handlungskonzept Gemüseabonnement auch in den Alltag Haushalten integrierbar, die vergleichsweise wenig Zeit für ihre Ernährung aufbringen?
- Welche Auswirkungen hat das Handlungskonzept Gemüseabonnement auf die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung in Mehrpersonenhaushalten?

## 5 Methodik und Durchführung der Untersuchung

### 5.1 Methodologische Überlegungen

In der wissenschaftlichen Debatte um nachhaltige Produktions- und Konsummuster sind seit der UNCED-Konferenz in Rio de Janeiro 1992 in der Bundesrepublik verschiedene Umsetzungs- und Konkretisierungsmöglichkeiten entwickelt worden (vgl. Kapitel 2 und 3). Diese setzen zum Teil grundlegende Verhaltensveränderungen durch die KonsumentInnen voraus. Es besteht bislang ein Mangel an wissenschaftlichen Erkenntnissen darüber, welche Bedingungen aus Sicht von KonsumentInnen die Nutzung nachhaltiger Konsumalternativen fördern bzw. behindern. Für die Konzeption von Konsumalternativen und Verhaltensveränderungen, die auf breitere NutzerInnenkreise ausgeweitet werden können, fehlen deshalb Einschätzungen von Hemmnissen und Potenzialen nachhaltiger Produktions- und Konsummuster aus Sicht von ErzeugerInnen und insbesondere von KonsumentInnen.

In der vorliegenden Arbeit soll die Frage der Nutzung nachhaltiger Konsumalternativen, zu der es bislang vorwiegend theoretische Überlegungen gibt, anhand eines exemplarischen Beispiels untersucht werden. Als notwendig sehe ich dabei die Betrachtung von Produktion und Konsum in ihrer wechselseitigen Verflechtung an, um auch evtl. erforderliche soziale Innovationen in diesem Verhältnis in den Blick nehmen zu können. Im Mittelpunkt meiner Arbeit steht die Frage, inwieweit ökologische Be- und Entlastungen aus der Umsetzung als nachhaltig eingeschätzter Konsumalternativen mit Be- und Entlastungen für die Reproduktionsarbeit verbunden sind.

Wie bereits dargelegt, habe ich für die exemplarische Untersuchung eines als nachhaltig geltenden Produktions- und Konsummusters im Bedürfnisfeld Ernährung, das Handlungskonzept „Regionales, ökologisches Gemüseabonnements“ ausgewählt. Die Untersuchung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement hat neben inhaltlichen auch methodische Vorteile:

- Eine überschaubare Anzahl von AnbieterInnen in Berlin/Brandenburg, bei denen von einer Kooperationsbereitschaft mit einem Forschungsvorhaben ausgegangen werden kann, da sich Gemüseabonnements in der Anfangsphase der Produktentwicklung befinden<sup>116</sup>.

---

<sup>116</sup> Die Absatzsituation für regionale, ökologische Produkte in Berlin/Brandenburg ist schwierig. Mit Extensivierungsprämien wurde in Brandenburg in den neunziger Jahren ein schneller Umstellungsschub von konventionellem auf ökologischem Landbau bewirkt, der weiterhin anhält. Berlin stellt einen der größten Märkte für ökologische Lebensmittel in der BRD dar, konnte aber aufgrund der früheren "Insellage" des Westteils der Stadt vor 1990 nicht mit Lebensmitteln aus regionaler Produktion versorgt werden. Aus diesem Grund etablierten sich in der Stadt überregionale Versorgungsstrukturen. Eine Studie aus der Mitte der neunziger Jahre stellt heraus, dass die Handelsstrukturen zwischen (West)Berliner Großhändlern und LieferantInnen aus dem ehemaligen westlichen Bundesgebiet die Absatzchancen regionaler Anbieter auf dem Berliner Markt beeinträchtigten. Die meisten ökologischen Großhandelsunternehmen sahen wenig Veranlassung ihre etablierten Geschäftsstrukturen zu verändern und sich an neue LieferantInnen aus dem Umland zu binden (FOGA 1995). Aufgrund dieser Struktur war es für die ökologisch wirtschaftenden Betriebe in Brandenburg erforderlich, für sich neue Absatzstrukturen zu entwickeln.



- Die KundInnen der Betriebe sind über ihre regelmäßigen Produktlieferungen reich- und ansprechbar.

Somit handelt es sich bei der Untersuchung von Gemüseabonnements um ein gut abgestecktes Forschungsfeld.

Zusammengefasst sind die konkreten Untersuchungsziele:

- Systematische Erhebung der Versorgung mit Abonnementkisten in Berlin/Brandenburg (AnbieterInnen, NutzerInnen, Zahl der versorgten Menschen in Berlin, Erfassung der Nutzungs- und Vertragsbedingungen)
- Arbeitsbedingungen in den Betrieben (ökonomische und soziale Tragfähigkeit)
- Rahmenbedingungen für NutzerInnen und AnbieterInnen
- Erfassung der Reichweite und des NutzerInnenkreises (wer beteiligt sich und warum)
- Beschreibung der Nutzung (wer nimmt was und wie oft in Anspruch)
- Einschätzungen von AnbieterInnen und NutzerInnen über Gemüseabonnements
- Einflüsse der Versorgung mit Gemüseabonnements auf die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung
- Erfassung von ökologisch bedeutsamen Veränderungen im Bedürfnisfeld Ernährung in den privaten Haushalten der NutzerInnen
- Umstellungsaufwand in den Haushalten
- Umweltentlastungspotenziale, die sich aus der Nutzung von Gemüseabonnements ergeben<sup>117</sup>.

Die beschriebenen Fragestellungen legen für die Datenerhebung eine Kombination von quantitativen und qualitativen Verfahren der empirischen Sozialforschung nahe.

Für die systematische Erhebung der Versorgung mit Gemüseabonnements, die Erfassung der Reichweite und die Beschreibung des NutzerInnenkreises ist es notwendig, möglichst alle NutzerInnen in die Untersuchung einzubeziehen. Da es sich hierbei um mehrere tausend Haushalte in Berlin und Brandenburg handelt, muss die Erhebungsform so gewählt werden, dass als Ergebnis ein möglichst umfassendes Bild der AbonentInnen ableitbar ist. Hierzu eignet sich am besten die Methode der schriftlichen Befragung mit weitgehend standardisierten Fragebögen.

Mit dieser Form der Erkundung sind aber tiefergehende Fragestellungen der Auswirkungen eines neuen Konsummusters auf die Alltagsorganisation nicht zu beantworten. Diese Fragestellungen können nur beispielhaft mit Hilfe von qualitativen Methoden anhand einer Stichprobe von NutzerInnen bearbeitet werden. Deshalb wird die quantitative Erhebung im Sinne eines Methodenmix durch eine qualitative Exploration ergänzt.

Für die systematische Erfassung der bestehenden Angebote von Seiten der AnbieterInnen wird zunächst ebenfalls ein schriftlicher Fragebogen benutzt. Diese erste systematische Bestandsaufnahme wird im Forschungsverlauf kontinuierlich ergänzt. Die genaue Analyse der Bedingungen von AnbieterInnen wird in Form von ExpertInnengesprächen erhoben.

---

<sup>117</sup> Die halbquantitative Abschätzung von Umweltentlastungspotenzialen aus dem Bereich von Erzeugung und Distribution wurde von Frau Cunningham bearbeitet. Auf ihre Ergebnisse werde ich zum Teil Bezug nehmen.

Die schriftliche Fragebogenerhebung der NutzerInnen dient dem Zweck der Erfassung und Charakterisierung des NutzerInnenkreises, der Beschreibung der Nutzung und der Reichweite der bestehenden Angebote.

Die Befragung über teilstandardisierte Fragebögen bietet den Vorteil, dass über den Bezug zu den Abonnementbetrieben die KundInnen direkt angesprochen werden und die Befragungsunterlagen über die regelmäßigen Lieferungen an die Zielpersonen weitergeben und zum Teil auch zurückgeholt werden können. Dies stellt für die Befragten einen vergleichsweise geringen Aufwand dar. Neben dem Aufwand, den Fragebogen auszufüllen, muss dieser nur noch in die Lieferkiste zurückgelegt werden. Zudem ist die Anonymität der Befragten weitgehend gesichert. Die Organisation des Rücklaufs über die Abonnementbetriebe hat den Nachteil, dass beantwortete Fragebögen durch die Hände der AnbieterInnen gehen.

Bei einigen Betrieben konnte der Rücklauf aus technischen Gründen nicht über die Produktlieferung erfolgen. Den KundInnen dieser AnbieterInnen wurde ein frankierter Rückumschlag zum Fragebogen beigelegt. So kann der Rücklauf zweier Wege miteinander verglichen werden. Die postalische Rücksendung bietet für die NutzerInnen den Vorteil größerer Anonymität, da die AnbieterInnen keinen Zugriff auf die ausgefüllten Fragebögen haben. Andererseits ist der Aufwand der Rücksendung der Fragebögen für sie etwas höher.

Die schriftliche Befragung mit einem standardisierten Fragebogen hat neben den organisatorischen Vorteilen auch den Vorzug, dass die NutzerInnen die Fragen vor der Beantwortung besser durchdenken können. Schriftliche Befragungen haben gleichzeitig aber den Nachteil, dass keine Rückfragemöglichkeiten bei Unklarheiten besteht. Deshalb muss der Fragebogen einfach und selbsterklärend gestaltet sein. Als problematisch bei schriftlichen Befragungen wird gesehen, dass nicht sicher gewährleistet werden kann, dass die Zielpersonen die Fragebögen tatsächlich selbst beantwortet, bzw. nicht unter Umständen bei Wissensfragen Hilfsmittel wie Lexika u.ä. heranziehen (vgl. DIEKMANN 2000: 439). Diese Bedenken kommen bei der hier durchgeführten Befragung nicht zum Tragen, da Erfahrungen mit einem konkreten Produkt erfragt werden sollen, in dem Wissensanteile nicht von Bedeutung sind. Da die Bögen zudem direkt mit der Produktlieferung zugestellt werden, kann davon ausgegangen werden, dass in der Regel die Haushaltsmitglieder, die vorrangig mit den Gemüseabonnements beschäftigt sind, den Fragebogen ausfüllen.

Es bestand das Vertrauen in die AnbieterInnen, dass sie die Fragebögen an *alle* KundInnen weitergeben. Dies war zum Teil für die Betriebe mit Schwierigkeiten verbunden, weil manche KundInnen nicht wöchentlich beliefert werden, bzw. bei Lieferunterbrechungen die nachträgliche Zustellung des Fragebogens für die AnbieterInnen einen hohen Aufwand bedeutete. Die AnbieterInnen wurden gebeten, die Fragebögen über einen Zeitraum von ca. drei Wochen an alle KundInnen, die in diesem Zeitraum eine Lieferung erhalten, weiterzugeben. Es kann davon ausgegangen werden, dass mit diesem Verfahren ein Großteil des jeweiligen KundInnenstamms erreicht werden konnte. Den AnbieterInnen wurde jeweils eine bestimmte Menge an Fragebögen zur Verfügung gestellt und nach Ablauf der Befragungszeit erfragt, wie viele Bögen tatsächlich an KundInnen weitergegeben wurden.

Da bei dem gewählten Zustellungsverfahren Nachfragen zur Erhöhung des Fragebogenrücklaufs nicht möglich sind, müssen Fragebogen und Anschreiben so ansprechend gestaltet werden, dass ein möglichst hoher Rücklauf erreicht werden kann. Nach DILLMANN erhöhen sowohl Kriterien der formalen, als auch der inhaltlichen Gestaltung die Rücklaufquote von schriftlichen Befragungen. Die Fragebögen sollen übersichtlich gestaltet sein, inhaltlich gleiche Fragen gruppiert und als Komplexe aufeinander aufbauend angeordnet werden. Es wird empfohlen, interessante und einfach zu beantwortende Fragen an den Anfang zu stellen, sensible bzw. heikle Fragen dagegen eher ans Ende. Die erforderlichen demographischen Fragen sollen den Schluss der Befragung bilden. Um einen hohen Rücklauf zu generieren, müssen im Anschreiben die Verwendung und das Ziel der Erhebung transparent gemacht werden, sowie die Vertraulichkeit der Angaben zugesichert werden. Für eine postalische Rücksendung ist die Beifügung eines Rückkuverts zweckdienlich (DILLMANN 1983, zitiert nach DIEKMANN 2000: 442). In der Konzeption von Fragebogen und informierendem Anschreiben werden diese Kriterien zugrunde gelegt.

In meiner Forschungsperspektive hat die Sichtweise der AkteurInnen (AnbieterInnen und NutzerInnen) eine hohe Bedeutung und soll weitgehend Geltung erhalten. Dies ist mit einem weitgehend standardisierten Fragebogen mit vorgegebenen Antwortkategorien nicht zu leisten. Auch die Option eigene Formulierungen machen zu können, kann den Mangel des standardisierten Erhebungsverfahrens nicht ausgleichen. Deshalb werden zur vertieften Exploration von Alltagserfahrungen qualitative Untersuchungsmethoden angewendet. Gegenüber quantitativen Methoden hat eine qualitative Ausrichtung der Forschung den Vorteil, subjektnäher zu sein und damit Alltagswelten und Relevanzstrukturen deutlicher abbilden zu können. Die Fokussierung auf Individuen in der Forschung bedeutet jedoch nicht, soziale Strukturen aus dem Blick zu verlieren. Alltagspraktische Orientierungen resultieren aus sozialen Deutungsmustern, die nicht individuell entwickelt werden, sondern von der Gesellschaft bzw. von gesellschaftlichen Teilgruppen vermittelt werden (vgl. COLLMER 1997: 116 ff).

Die interviewten NutzerInnen werden in ihrer Rolle als ExpertInnen des Alltags befragt. Angestrebt wird die Schaffung einer symmetrischen Gesprächssituation, in der sich die Befragten ernst genommen fühlen und bereit sind, Auskünfte über ihre Erfahrungen zu erteilen.

Für eine Erkundung der Einflüsse der Nutzung von Gemüseabonnements auf die Alltagsorganisation, insbesondere auch die Erfassung ökologisch bedeutsamer Veränderungen, die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung und den Umstellungsaufwand in den privaten Haushalten, eignen sich leitfadengestützte Interviews mit ausgewählten KundInnen in Anlehnung an die von WITZEL entwickelte Forschungsmethodik des „Problemzentrierten Interview“. Diese erscheint als besonders geeignet eine alltags- und nutzungsorientierte Datenerhebung zu gewährleisten. „Das Problemzentrierte Interview soll individuelle und kollektive Handlungsstrukturen und Verarbeitungsmuster erfassbar machen; also nicht psychologisierend, klinisch oder diagnostisch vorgehen, sondern an gesellschaftlich-strukturierten Problemen ansetzen. Dieses Vorgehen gibt dem Befragten Gelegenheit zur Selbst- und Verhältnisreflexion, nämlich durch thematisch interessiertes Fragen des Interviewers – und diesem die Möglichkeit schrittweise ein ad-

äquates Verständnis über die Problemsicht des Befragten zu entwickeln“ (HEINZ 1982: 8).

Die Interviews werden mit Hilfe eines Interviewleitfadens durchgeführt, der die Möglichkeit eröffnet, Frageformulierungen, Nachfragen und die Abfolge der Themen flexibel am Gesprächsfaden zu orientieren. Damit wird den Befragten die Möglichkeiten gegeben, eigene Schwerpunkte und neue Aspekte einzubringen. Der Leitfaden dient der Interviewerin als Hilfestellung in der Gesprächsführung, mit der gewährleistet werden kann, dass alle relevanten Themenbereiche angesprochen werden, ohne dass das Gespräch einem starren Gesprächsablauf folgen muss.

Um die Rahmenbedingungen der Erzeugung und des Vertriebs zu erfassen und somit ökologische Wirkungen, sowie die ökonomische und soziale Tragfähigkeit des Konkretisierungskonzeptes zu untersuchen, eignen sich ExpertInnengespräche mit den AnbieterInnen. Bei ExpertInnengesprächen stehen die MitarbeiterInnen der befragten Betriebe nicht als Personen in ihrer biographischen Ganzheit im Mittelpunkt des Interesses, sondern als FunktionsträgerInnen in ihren organisatorischen und institutionellen Zusammenhängen. Auch die ExpertInnengespräche werden mit Hilfe von vorbereiteten Interviewleitfäden geführt.

## **5.2 Durchführung der Datenerhebung**

### **5.2.1 AnbieterInnen**

#### **Standardisierte schriftliche Befragung von AnbieterInnen**

Um einen Überblick über die Ist-Situation der Abonnementvermarktung zu erhalten, wurden im Winter 1997/98 die in Berlin und Brandenburg am Markt befindlichen AnbieterInnen schriftlich befragt. Die Adressen der einzelnen AnbieterInnen wurden bei der AGÖL (Arbeitsgemeinschaft ökologischer Landbau), der Grünen Liga Berlin, dem BUND Berlin und den Anbauverbänden Bioland, Demeter und Gäa recherchiert und mit Adressen aus Zeitungsannoncen und aus dem Internet ergänzt.

Mit einem durchgängig standardisierten Fragebogen (siehe Anhang) wurden Daten zu Verbandzugehörigkeit, Weiterverarbeitungsmöglichkeiten, Betriebsgröße, Angeboten, regionale Reichweite, KundInnenzahl, andere vom Betrieb durchgeführte Vermarktungsformen, Zukauf von per Abonnementkisten vermarkteten Produkten, dem prozentualen Anteil der über die Kisten vermarkteten Eigenerzeugnisse und Organisationsformen wie Liefer- und Vertragsbedingungen erhoben. Wesentlich waren dabei die Rahmenbedingungen, wie sie den VerbraucherInnen angeboten werden, das heißt die mit den Angeboten verbundenen Serviceleistungen und Vertragsbedingungen. Ebenso wurden zu leistende Eigenarbeiten der VerbraucherInnen, die auf die Alltagsgestaltung der Lebensmittelversorgung einen Einfluss haben können, wie zum Beispiel das Abholen der Kisten von Sammelstellen, betrachtet. Die Kenntnis der verschiedenen Bedingungen war Grundlage für die Ausarbeitung des Fragebogens, mit dem die Erfahrungen der NutzerInnen mit den verschiedenen Angeboten und ihre Anforderungen erfragt wurden.

## **ExpertInnenbefragung der AnbieterInnen von Gemüseabonnements**

Ziel der ExpertInnenbefragung war die Erhebung von Hemmnissen und Potenzialen, die sich für die AnbieterInnen aus der Vermarktung ihrer Produkte mit Gemüseabonnements ergibt. Es wurden Gründe, Anlässe und Zeitpunkt der Umstellung auf ein Abonnementangebot erfragt. Ein weiteres wichtiges Thema der ExpertInnengespräche war der Umgang mit Erwartungen und Ansprüchen der KundInnen. Von besonderer Bedeutung sind durch Anpassung an die Erwartungen und Anforderungen der KundInnen erfolgten Veränderungen in Betriebsabläufen, Serviceleistungen und Produktsortiment. Insgesamt interessierte auch die Veränderung der Angebotsstruktur in den letzten Jahren. Gefragt wurde auch nach der Personalintensität einzelner Aufgaben, insbesondere im Hinblick auf die Realisierbarkeit von KundInnenwünschen und Verbesserungsvorschlägen.

Ein weiteres Ziel der ExpertInnengespräche war die Erfassung von Daten, die es ermöglichen, ökologische Entlastungspotenziale durch Regionalisierung im Bedarfsfeld Ernährung abzuschätzen<sup>118</sup>. Wichtig war die Erhebung der Anteile von Eigen- und Fremdprodukten, sowie deren Herkunft aus regionalem Anbau und die Größenordnung überregionaler bzw. internationaler Zukäufe.

Als Grundlage für alle ExpertInnengespräche wurde ein Leitfaden erstellt, indem die oben genannten Themen aufgeführt sind (siehe Anhang). In der Vorbereitung auf die konkreten Befragungen mit MitarbeiterInnen der einzelnen Betriebe, wurde dieser Leitfaden an die bereits bekannten Bedingungen der einzelnen Höfe angepasst. In diese Überarbeitung sind Ergebnisse der schriftlichen KundInnen-Befragung eingeflossen. Eine betriebsbezogene Kurzdarstellung dieser Befragungsergebnisse lag den Höfen zum Zeitpunkt der ExpertInnengespräche vor, so dass auch über Einschätzungen der KundInnen gesprochen werden konnte.

Es wurden ausführliche ExpertInnengespräche mit MitarbeiterInnen von sechs AnbieterInnen geführt. In der Vorbereitung auf diese Gespräche wurde den Betrieben ein Fragebogen zugeschickt, mit dem Daten zur Gemüseproduktion und Vermarktung im Jahre 1998 erfragt wurden (siehe Anhang). Damit sollte die Durchsicht von Unterlagen, die notwendig war, um die zum Teil sehr detaillierten Fragen in Bezug auf Produktions- und Zukaufmengen von Produkten, sowie andere statistische Fragen zu beantworten, bereits im Vorfeld erledigt werden und die benötigten Daten während des Gespräches vorliegen. Diese Vorgehensweise hat sich bewährt. Die Mehrzahl der AnbieterInnen hatte die gewünschten Angaben zum Zeitpunkt des Gespräches vorliegen, so dass auf sie Bezug genommen werden konnte. Zwei Betriebe stellten die Daten nachträglich für eine Auswertung zur Verfügung. Zwei der sechs AnbieterInnen stellten darüber hinaus vollständige Lieferlisten für alle ausgelieferten Produkte des Jahres 1998 zur Verfügung, mit denen beispielhaft die Verteilung von Gemüsegruppen und -arten in den Abonnements ermittelt und die Unterschiede zur konventionellen Versorgung illustriert werden kann.

---

<sup>118</sup> Die Bearbeitung dieser Fragestellung erfolgt in einer gesonderten Arbeit von Silvia Cunningham, relevante Ergebnisse für meine Fragestellung werde ich entsprechend zitieren.

Die Gespräche wurden in allen Fällen mit den Verantwortlichen für die Abonnementorganisation geführt. In zwei Fälle waren (zeitweise) zusätzlich noch ein(e) andere(r) MitarbeiterIn des Betriebes anwesend. Die Gespräche dauerten zwischen zwei und zweieinhalb Stunden und wurden als Tandemgespräche zusammen mit Silvia Cunningham geführt. Die Gespräche wurden protokolliert. Gesprächsführung und Protokollführung wurden während der Gespräche in Abhängigkeit von den Gesprächsthemen getauscht. Alle ExpertInnengespräche fanden in den Abonnementbetrieben statt. Anschließend war in den meisten Fällen eine Betriebsbesichtigung möglich. Mit einer Ausnahme handelt es sich dabei um AnbieterInnen, bei denen eine KundInnenbefragung durchgeführt wurde. Ein Anbieter, bei dem eine KundInnenbefragung durchgeführt wurde, konnte sich aus Zeitmangel nicht an der ExpertInnenbefragung beteiligen. Es stellte sich hingegen ein Betrieb, der sich mit Hinweis auf eine eigene Befragung nicht an der KundInnenbefragung beteiligt hatte, für ein ExpertInnengespräch zur Verfügung. Die in die ExpertInnenbefragung einbezogenen AnbieterInnen hatten im Januar 1999 insgesamt etwa 2.000 KundInnen, was zu diesem Zeitpunkt etwa ca. 80 % des Marktsegmentes entsprach.

## 5.2.2 KundInnen

### **Standardisierte schriftliche Befragung von KundInnen ökologischer Gemüseabonnements**

Ziel der schriftlichen Befragung von KundInnen war, die NutzerInnengruppe von Gemüseabonnements zu identifizieren, sowie erste Hinweise auf die Wahrnehmung der Hemmnisse und Potenziale dieser Versorgungsform zu erhalten.

Im Mai und Juni 1998 wurden die KundInnen von kooperierenden Abonnementbetrieben mit einem teilstandardisierten Fragebogen befragt. Es wurden KundInnen von Betrieben unterschiedlicher Struktur befragt: Neben den KundInnen des marktführenden Unternehmens, wurden die KundInnen von drei weiteren Unternehmen mit vergleichsweise großen KundInnenzahlen befragt. Ebenfalls befragt wurden die KundInnen von drei Unternehmen mit vergleichsweise kleinen Kundenstämmen.

Der Fragebogen (siehe Anhang) umfasst fünf thematische Blöcke. Es wurden eine Reihe unterschiedlicher Frageformen verwendet. Im folgenden werde ich den Inhalt und die Gestaltung des Fragebogens kurz erläutern:

Im *ersten Fragekomplex* wurden Fragen zur Art, Umfang und Zustellung des Abonnements gestellt und die Möglichkeit gegeben, eventuell auftretende Probleme bei der Belieferung frei zu formulieren.

Der *zweite Fragekomplex* beschäftigt sich mit den Gründen, die bei der Entscheidung für ein Gemüseabonnement wesentlich waren. Hier wurden Statements vorgegeben, die mit einer vierstufigen Ratingskala<sup>119</sup> bewertet werden sollten. In der Fragebogenkonzeption wurde eine vierstufige Ratingskala gewählt, um ein Ausweichen in eine neutrale Mittelposition zu vermeiden. Um dennoch die Möglichkeit zu geben, sich einer

---

<sup>119</sup> Trifft zu – Trifft teilweise zu - Trifft kaum zu - Trifft gar nicht zu

Aussage gegenüber neutral zu verhalten, wurde die Antwortoption „Über diesen Aspekt habe ich bisher nicht nachgedacht“ angeboten. Der Fragebogen eröffnete die Möglichkeit andere Gründe als die vorgegebenen Statements frei zu formulieren. In geschlossener Form wurde nach der Informationsquelle über Gemüseabonnements gefragt. Kriterien bei der Abwägung für und gegen den Abonnementsbezug wurden als Liste von 14 Argumenten vorgegeben und mit zwei Optionen<sup>120</sup> bewertet, auch hier wurde eine neutrale Option („Für mich nicht von Bedeutung“) angeboten.

Im *dritten Fragekomplex* wurden Erfahrungen mit dem derzeitigen Angebot erhoben. Es wurde eine Liste mit neun Anforderungen an das Produkt „Gemüseabonnement“ vorgegeben, die mit einer vierstufigen Ratingskala der individuellen Bedeutung<sup>121</sup> bewertet werden sollten. Anschließend wurde darum gebeten, dem eigenen Gemüseabonnement eine Schulnote (1: sehr gut – 6: ungenügend) zu geben. Eine weitere Frage beschäftigte sich mit der Einschätzung des Preises der gelieferten Waren. Die Formulierung: „Der Preis für die Waren die geliefert werden, erscheint mit günstiger/vergleichbar / höher als wenn ich vergleichbare Produkte woanders einkaufen würde“ stellte sich als zu unpräzise für eine aussagekräftige Auswertung heraus. In diesem Fragekomplex war unter den Fragen: „Was gefällt Ihnen an Ihrer Gemüsebox am besten?“ bzw. „... am wenigsten?“ jeweils Raum für ein längeres frei formuliertes Statement.

Im *vierten Fragekomplex* sollten Veränderungen in Konsumgewohnheiten im Ernährungsbereich und in der Alltagsorganisation erfasst werden. Thematisiert wurden Einkaufs- und Ernährungsgewohnheiten: Die Befragten wurden neben einer dreistufigen Ratingskala<sup>122</sup> zu Veränderungen ihrer Verbrauchsgewohnheiten und um prozentuale Schätzungen des Mehr- oder Minderverbrauchs verschiedener Nahrungsmittelgruppen gebeten. Die Bitte um eine prozentuale Angabe der Veränderung stellte sich für eine Vielzahl von Befragten als nicht beantwortbar heraus. Um Veränderungen in der Alltagsorganisation der Essensversorgung zu erfassen, wurden zehn Statements vorgegeben, die mit einer vierstufigen Ratingskala<sup>123</sup> bewertet werden sollten. Darüber hinaus, wurde dezidiert nach einer Einschätzung gefragt, ob sich der Zeitaufwand für die Essensversorgung verändert hat<sup>124</sup>.

Der *fünfte Fragekomplex* umfasste sozialstatistische Fragen nach Haushaltsform, monatlichen Ausgaben für Lebensmittel, Erwerbstätigkeit, Bildungsgrad und Einkommen.

Am Ende des Fragebogens wurde den Befragten Raum zur Verfügung gestellt, an dem sie Anmerkungen zu nicht ausreichend berücksichtigten Aspekten von Gemüseabonnements und Kommentare zum Fragebogen frei formulieren konnten.

Die Bearbeitungszeit des acht Seiten umfassenden Fragebogens nimmt etwa 20 - 30 Minuten in Anspruch.

---

<sup>120</sup> Argument für ein Abo - Argument gegen ein Abo

<sup>121</sup> Sehr wichtig – weniger wichtig – eher unwichtig – völlig unwichtig

<sup>122</sup> mehr – genauso viel - weniger

<sup>123</sup> Trifft vollständig zu – Trifft meist zu – Trifft eigentlich nicht zu – Trifft gar nicht zu

<sup>124</sup> Angebotene Kategorien: mehr – genauso viel – weniger – weiß ich nicht.

Zur Beteiligung an der schriftlichen Befragung der KundInnen konnten sieben Betriebe gewonnen werden. Die Fragebögen wurden - wie beschrieben - durch die Betriebe mit der Produktlieferung an die KundInnen weitergegeben. Drei AnbieterInnen sammelten die Fragebögen auch wieder ein und gaben sie dann an die Mitarbeiterinnen des Forschungsvorhabens weiter. Für die KundInnen der anderen vier Unternehmen war der Rücklauf mit beigefügten frankierten Rückumschlägen organisiert. Ein Einfluss der unterschiedlichen Organisation der Rücklaufverfahren auf Beteiligungsquoten wurde nicht festgestellt. Von insgesamt 1.410 verteilten Fragebögen kamen 614 beantwortet zurück. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 44 %. Lediglich 2 % der ausgefüllten Fragebögen waren nicht auswertbar. In Anbetracht der Länge des Fragebogens (acht Seiten) ist dies ein sehr gutes Ergebnis.

### **Leitfadengestützte Interviews**

Ziel der leitfadengestützten Interviews war insbesondere zu erheben, ob Gemüseabonnements in der Haushaltsorganisation in Bezug auf Zeit- und Arbeitsaufwand als Be- oder Entlastung erfahren werden. Im Leitfaden wurden die konkreten Anforderungen und Rahmenbedingungen in den Haushalten in Hinblick auf die Essensversorgung und die organisatorischen Vorgaben durch die AnbieterInnen angesprochen, um fördernde bzw. hemmende Faktoren für die Umstellung auf ein nachhaltiges Ernährungsverhalten weiter eingrenzen zu können. Thematisiert wurde die Arbeitsteilung zwischen männlichen und weiblichen Haushaltsmitgliedern in Bezug auf die Ernährung, um zu erfahren, ob Gemüseabonnements zu einer Veränderung beitragen können. Gefragt wurde auch nach umweltbewusstem Verhalten in anderen Bedürfnisfeldern.

Insgesamt wurden 22 leitfadengestützte Interviews mit NutzerInnen und ehemaligen NutzerInnen mit einer Dauer von 30 bis 60 Minuten geführt. Die Gespräche wurden von mir und von Silvia Cunningham in Arbeitsteilung durchgeführt. Infolge der schriftlichen Befragung hatten sich 96 AbonnentInnen von Gemüseabonnements zu einem Interview bereit erklärt. Von ihnen wurden 20 befragt. Neun InterviewpartnerInnen aus dem Kreis der KundInnen des größten Anbieters in Berlin wurden nach sozio-ökonomischen Kriterien ausgewählt, um sicher zu gehen, dass in der Wahl der InterviewpartnerInnen ein Spektrum unterschiedlicher Lebensformen abgedeckt wurde, die unterschiedliche Abläufe und Anforderungen im Haushalt mit sich bringen. Auswahlkriterien waren die Haushaltsgröße sowie das Vorhandensein und das Alter von Kindern. Für elf GesprächspartnerInnen aus sechs Betrieben wurde auf eine weitere Schichtung verzichtet, ihre Auswahl erfolgte nach dem Zufallsprinzip.

Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung deuteten auf deutliche Unterschiede in den Anforderungen und Schwierigkeiten hin, die Haushalte mit kleinen oder größeren Kindern oder Haushalte ohne Kinder mit der Integration des Abonnements haben. Konkret wurden ausgewählt:

- zwei Menschen, die in Einpersonenhaushalten leben, jeweils ein Mann und eine Frau,
- drei Familien mit Kindern, die jünger als sieben Jahre sind,
- zwei Familien mit älteren Kindern,
- zwei Paare ohne Kinder.



Durch diese Schichtung wurde erreicht, dass in den Interviews die Einpersonenhaushalte stärker als es ihrem Anteil an der Gesamtgruppe entspricht, repräsentiert sind. Da Einpersonenhaushalte bislang kaum von den Angeboten erreicht werden, aber in der Bundesrepublik nahezu ein Drittel und in Berlin sogar fast 50 % aller Haushalte ausmachen, war es besonders wichtig, zu beleuchten, wie sich das Abonnement in diese Haushalte integrieren lässt und welche Probleme auftreten. Die Ergebnisse der Zeitbudgetstudie (vgl. Kapitel 4.4.3) weisen zudem darauf hin, dass geschlechtsdifferenziell unterschiedlich in Einpersonenhaushalten deutlich weniger Zeit für die Ernährung aufgewendet wird. Aus diesem Grunde war es besonders interessant zu erkunden, unter welchen Voraussetzungen es möglich ist, in dieser gesellschaftlich bedeutsamen Haushaltsform die Versorgung mit ökologischen Gemüseabonnements zu etablieren. Da aufgrund der sehr unterschiedlich aufgewendeten Zeit für Ernährung geschlechtsspezifische Unterschiede im Umgang mit dem Abonnement vermutet wurden, wurden gezielt ein alleinlebender Mann und eine alleinlebende Frau ausgewählt. Zusätzlich zu der bewussten Auswahl von alleinlebenden GesprächspartnerInnen aus dem Kreis der AbonnentInnen des marktführenden Anbieters, ergab die zufällige Auswahl von GesprächspartnerInnen aus dem Kreis der KundInnen der kleineren Betriebe ebenfalls Interviews mit alleinlebenden Personen.

Zusätzlich wurden zwei Personen interviewt, die ihre Gemüseabonnements gekündigt hatten. Diese GesprächspartnerInnen wurden mit Hilfe von Anzeigen in Stadtmagazinen und eines Artikels in einem regionalen Umweltmagazin gefunden.

Die Kombination von Zufallsauswahl<sup>125</sup> und gezielter Auswahl von InterviewpartnerInnen führte zu folgender Verteilung der Haushaltsformen der GesprächspartnerInnen:

- Es wurde mit zehn Menschen gesprochen, die in Familienhaushalten leben:
  - ⇒ vier Gespräche mit Müttern von Kleinkindern,
  - ⇒ drei Gespräche mit Menschen in Familien mit Kindern, die älter als 7 Jahre sind (ein Gespräch mit einer Mutter, zwei Gespräche mit Vätern),
  - ⇒ drei Gespräche mit Menschen in Familien von alleinerziehenden Frauen (zwei Gespräche mit Müttern, ein Gespräch mit einer fast erwachsenen Tochter)
- Sieben Menschen, die in Lebensgemeinschaften mit einer anderen Person und ohne Kinder leben (alle Gespräche wurden mit Frauen geführt)
- Fünf Alleinlebende (drei Frauen, zwei Männer)

Die Wahl des Ortes der Durchführung wurde den InterviewpartnerInnen überlassen. Die leitfadengestützten Interviews fanden entweder bei den NutzerInnen zu Hause, an deren Arbeitsplatz oder in den Räumen der TU Berlin statt. Cafés oder Gaststätten wurden als Ort für die Interviews mit Hinweis auf die Geräuschkulisse vermieden. Die Gespräche dauerten zwischen 30 und 60 Minuten. Die Interviews wurden mit Einwilligung der GesprächspartnerInnen vollständig auf Kassette aufgezeichnet.

---

<sup>125</sup> Aus dem Kreis der KundInnen kleinerer Betriebe

## 5.3 Auswertung

Der standardisierte **Fragebogen der AnbieterInnen** wurde von Hand ausgewertet. Veränderungen der Angebote bzw. der Bezugsbedingungen, die sich im Laufe der Bearbeitungszeit des Forschungsvorhabens ergaben, wurden jeweils ergänzt.

Anhand der Protokolle der **ExpertInnengespräche** wurden Charakterisierungen der Situation der einzelnen Betriebe erstellt, die in einem diskursiven Prozess erarbeitet wurden. Die abgestimmten Darstellungen der Betriebe bildeten die Grundlage für eine vergleichende Analyse, die durch die gesammelten Daten ergänzt wurde.

Die Auswertung der **KundInnenbefragung** erfolgte in mehreren Teilschritten: Die Auswertung der geschlossenen Fragen erfolgte mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS. Zunächst wurden Längsschnittdaten erstellt und die Antworten der KundInnen getrennt nach den verschiedenen AbonnementanbieterInnen ausgewertet. Die Ergebnisse wurden im Rahmen einer Querschnittsanalyse miteinander verglichen.

Kurzdarstellungen der betriebsspezifischen Auswertungen wurden den entsprechenden Betrieben zur Verfügung gestellt. Anschließend wurden die Datensätze aller AbonnementkundInnen zusammengeführt und eine Auswertung der geschlossenen Befragung für alle KundInnen von Gemüseabonnements ohne Berücksichtigung der unterschiedlichen AnbieterInnenbetriebe erstellt. Diese Auswertung ist Grundlage der in dieser Arbeit zusammengefassten Darstellung. Die offenen Fragestellungen wurden in gesonderten Arbeitsschritten systematisiert und ausgewertet. Auch hier erfolgte die Auswertung zunächst für die KundInnen der verschiedenen Betriebe getrennt, bevor auch diese für die Gesamtdarstellung zusammengefasst wurden.

Direkt nach der Durchführung der **leitfadengestützten Interviews mit NutzerInnen von Gemüseabonnements** wurden von der jeweiligen Interviewerin Postskripta erstellt, in dem Eingangs- und Schlussgespräche, die nicht auf Kassette aufgenommen wurden, die Gesprächssituation, nonverbale Kommunikationseindrücke und andere Besonderheiten beschrieben wurden. Die Interviews wurden anschließend vollständig transkribiert, wobei bei einer späteren Verwendung von Zitaten aus den Gesprächen, diese behutsam der Schriftsprache angeglichen wurden.

Anhand der vorliegenden Texte wurden Charakterisierungen der InterviewpartnerInnen erarbeitet, die die Haushaltssituation (Zahl der Haushaltsmitglieder, Erwerbstätigkeit, Kinder, Organisation der Ernährung) sowie charakteristische Aussagen über das Abonnement und die als Schwierigkeiten oder Erleichterungen empfundenen Umstände zusammenfasste. Diese Charakterisierungen wurden in der Arbeitsgruppe diskutiert und entsprechend dem gewonnenen Konsens modifiziert.

Anschließend wurden Fragestellungen für eine qualitative Auswertung erarbeitet und alle Interviews entsprechend systematisch analysiert. Die Fragestellungen bezogen sich auf die Lebensumstände der NutzerInnen, darauf wie sie leben und arbeiten und welche Zeitstrukturen sie haben. Es wurden Gründe und Anlässe für den Beginn mit einem Gemüseabonnement herausgearbeitet, sowie analysiert welche Erfahrungen mit den Abonnements beschrieben wurden, wie sich die Versorgung mit Gemüseabonnements auf die Organisation der Ernährung auswirkt und welche Hemmnisse bzw. Potenziale für eine Nutzung von Gemüseabonnements deutlich werden.

Aus den Charakterisierungen und der mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse gewonnenen Ergebnisse wurden qualitativ Aussagen über die Wahrnehmung der Abonnements, Auswirkungen auf die Arbeitsteilung im Bereich privater Versorgungsarbeit und den Kreis der TeilnehmerInnen abgeleitet, sowie Ansatzpunkte für eine Vergrößerung der Reichweite der Angebote entwickelt.

## 6 Einführung Abonnementkisten: Entwicklungslinien und aktuelle Reichweite

Seit dem Beginn des Forschungsprojektes im Herbst 1997 ist der Markt für ökologische Lebensmittel in der BRD und Berlin Veränderungen unterworfen<sup>126</sup> und auch die Vermarktung ökologischer Produkte über Abonnementkisten ist insgesamt bedeutsamer geworden.

In Brandenburg existieren nach Mecklenburg-Vorpommern und Bayern die meisten ökologisch wirtschaftenden Betriebe in der Bundesrepublik. Trotz dieser für den ökologischen Landbau günstigen Entwicklung schätzt das Brandenburgische Landwirtschaftsministerium, dass nur etwa 5 % der in Berlin verkauften ökologisch produzierten Nahrungsmittel aus Brandenburg stammen und die Hälfte der angebotenen Waren aus dem Ausland importiert wird. Ein Großteil der Produkte für Berlin werden in den alten Bundesländern produziert. Wesentliche Probleme der Brandenburger Öko-Landbau-Betriebe sind die Lücken in der Angebotspalette: Bislang steht einem Überangebot an Fleisch und Getreide, ein Defizit an Obst und Gemüse gegenüber. Gemüse wurde im Jahr 1999 nur auf etwa 100 Hektar ökologisch angebaut. Das Landwirtschaftsministerium in Brandenburg fördert daher verstärkt den biologischen Gemüseanbau und erhöhte die Fördersätze. Für das Jahr 2000 wurden sie von 300 DM/Hektar (1999) für die Einführung und von 240 DM/Hektar für die Beibehaltung des ökologischen Gemüseanbaus auf 782 DM/Hektar angehoben.

Schwierig sind zudem fehlende Verarbeitungskapazitäten und mangelnde Vermarktungsstrategien. Cirka 200 ökologische Betriebe in Brandenburg versuchen ihre Produkte ohne Zwischenhändler direkt zu vermarkten und verkaufen ihre Erzeugnisse u.a. auf den Berliner Öko- und Umlandmärkten, unterhalten einen eigenen Hofladen oder bieten Abonnements an. Fünzig Betriebe haben sich in Brandenburg im Verband der Direktvermarkter Berlin/Brandenburg zusammengeschlossen, um gemeinsam aufzutreten und neue Märkte aufzubauen, die sich auf Produkte aus dem Umland beschränken (vgl. [http://www.brandenburg.de/land/mlur//pflanze/oek\\_lb1.htm](http://www.brandenburg.de/land/mlur//pflanze/oek_lb1.htm), Stand 13.02.01).

Organisiert sind die ökologischen Betriebe in Brandenburg zumeist bei einem der beiden Anbauverbände Demeter und Gäa. Mit Beginn der empirischen Erhebungen im Herbst 1997 existierten fünfzehn landwirtschaftliche Betriebe mit Angeboten regionaler Gemüseabonnements. Im September 2000 bestanden nach meinen Recherchen neunzehn Angebote. In den letzten Jahren haben sich in Berlin/Brandenburg nur zwei regionale AnbieterInnen aus der Abonnementvermarktung zurückgezogen. Auf die schriftliche Befragung haben zwölf der damals fünfzehn am Markt befindlichen Betriebe geantwortet.

---

<sup>126</sup> In Berlin sind einige Ökomärkte, die von Landwirten aus dem Umland beschickt werden, neu gegründet worden. Einkaufsgemeinschaften in denen Mitglieder, die monatlich einen Mitgliedsbeitrag bezahlen und dafür zu günstigen Preisen ökologische Lebensmittel in einem nur für die Mitglieder der Einkaufsgenossenschaft zugängliches Geschäft kaufen können, haben ihr Filialnetz in Berlin ausgeweitet. Im Bezirk „Prenzlauer Berg“ hat der erste Naturkost-Supermarkt mit im Vergleich zu Naturkostgeschäften günstigen Preisen eröffnet. Zudem ist auch das Angebot an ökologischen Gemüseabonnements gewachsen.

Die AnbieterInnen haben sehr unterschiedliche KundInnenzahlen, das größte Unternehmen belieferte im Herbst 1997 540 KundInnen, im Herbst 1999 waren es dann etwa 800 KundInnen wöchentlich, im Sommer 2000 konnte der Betrieb die 1000. regelmäßige KundIn begrüßen. Die beiden nächstgrößten Unternehmen hatten im Herbst 1999 jeweils etwa 400 KundInnen. Weiter gab es zu diesem Zeitpunkt Unternehmen deren KundInnenzahlen sich zwischen 100 und 250 wöchentlich bewegten. Über die anderen Unternehmen liegen keine Angaben vor, ich schätze aber, dass sie über eher kleine Kundenstämme mit ca. 100 KundInnen verfügten. Mit den insgesamt im Berliner Raum im Herbst 1999 etwa 2.700 belieferten KundInnen spielte die Abonnementvermarktung in Berlin und Brandenburg im Vergleich mit anderen Bundesländern noch immer eine eher untergeordnete Rolle.

Bundesweit existierten zu Beginn des Jahres 1999 etwa 350 ökologisch wirtschaftende Landwirtschaftsbetriebe, die Gemüseabonnements anboten. Dazu kamen Naturkostläden und Händler, so dass es etwa 550 bis 600 Abonnement-Kisten-Vermarkter für ökologische Produkte in der BRD gab (Besselmann 1999: 6). Auch in Nachbarstaaten steigt die Bedeutung von Gemüseabonnements am Gesamtmarkt von ökologisch produzierten Lebensmitteln. Beispielsweise stieg in den Niederlanden die Anzahl von Gemüseabonnements von landesweit 4.000 im Jahre 1995 auf 37.500 Ende 1998 (EKO-Monitor 1999).

Sehr erfolgreich sind ökologisch wirtschaftende Betriebe im Raum München. Dort beliefern vier Unternehmen des Verbandes „Die Ökokiste“ die KundInnen. Sie koordinieren die Vermarktung von Gemüseabonnements für den Münchener Raum. Teil der Kooperation ist die Erarbeitung eines gemeinsamen Marketingkonzeptes, die Aufteilung des Liefergebietes in verschiedene Lieferbezirke, die dann jeweils von einem Unternehmen des Verbandes versorgt werden, eine gemeinsam entwickelte Angebotsstruktur, ein regelmäßiger Austausch von Erfahrungen und Betriebsdaten. HENTSCHEL berichtet, dass allein einer der vier Betriebe, das Hofgut Letten im Loisachtal im Jahre 1997 einen Kundenstamm von 1.800 AbonnentInnen hatte (HENTSCHEL 1998: 29). Maximal wurden von diesem Unternehmen 1.420 KundInnen wöchentlich beliefert (a.a.O.: 108). Neben den dem Verband „Die Ökokiste“ angehörenden Betrieben existieren auch im Münchener Raum weitere kleinere Betriebe (a.a.O. 1998: 29). Aus diesen Zahlen ist ableitbar, dass sich in der wesentlich kleineren Stadt München etwa drei mal mehr Menschen mit ökologischen Lebensmittelabonnements versorgen. Ursachen können neben der Zusammenarbeit der vier Betriebe sein, dass Gemüseabonnements von AkteurInnen der Lokalen Agenda 21 als eine Möglichkeit propagiert werden, durch ein verändertes Konsumverhalten zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen (z.B. Münchener Agenda 21, Sommerkampagne '97<sup>127</sup>). Generell haben Projekte, die zu ei-

---

<sup>127</sup> Der Verein Green City gab unter dem Titel „Sommerkampagne Agenda 21“ eine kleine Broschüre mit 21 Mitmach-Tipps heraus, die in München flächendeckend über öffentliche Institutionen (Behörden, Bibliotheken etc.) verteilt wurde. Mitmach TIPP 4 empfiehlt unter dem Titel „Vitaminreiche Lieferung“ die „Öko-Kiste“. Andere Aktionen im Münchener Raum zur Lokalen Agenda 21 wie z.B. das Projekt „21 Haushalte testen nachhaltige Lebensstile“, dass von einer breiten Aufmerksamkeit in den Medien begleitet wurde, thematisierten die Versorgung über ökologische Lebensmittelabonnements ebenfalls und stellten insbesondere die Förderung regionaler Wirtschaftsstrukturen in den Blickpunkt der öffentlichen Diskussion (vgl. URBAN 1998, THOME 1998 und B.A.U.M. o.J.).

ner wirtschaftlichen Stärkung der Region beitragen, in Bayern einen recht guten Erfolg, was möglicherweise eine größere Identifikation mit der Region spiegelt.

Neben den vier im Münchener Raum wirtschaftenden Betrieben gehörten dem Verband „Die Ökokiste“ im Frühjahr 1999 insgesamt 14 Betriebe an, davon waren neun bayrische und zwei österreichische Betriebe, ein hessischer Betrieb und zwei Betriebe aus dem Berliner Raum (KUGLER 1999: 16). Die beiden Berliner Unternehmen des Verbandes „Die Ökokiste“, haben für ihr Liefergebiet ebenfalls Absprachen getroffen und sind an das System des Erfahrungsaustausches des Verbandes angeschlossen. Ein anderer Interessenverbund von Gemüseabonnement-Betrieben, dem vor allem Betriebe aus Baden-Württemberg angeschlossen sind, belieferte laut KREUZER bereits 1997 mit 30 Mitgliedsbetrieben 12.000 AbonnentInnen in dieser Region (KREUZER 1996: 77).

Die KundInnenzahlen von Gemüseabonnements im Berliner Raum sind in den vergangenen drei Jahren stetig gewachsen. Im Jahre 1997 wurden schätzungsweise 1.000 Gemüseabonnements ausgeliefert. Anfang 1998 waren es insgesamt etwa 1.500 Haushalte, die regelmäßig mit Lebensmittelabonnements beliefert wurden. Die Zahl stieg kontinuierlich weiter. Für Januar 1999 schätze ich aufgrund meiner Recherchen die Zahl der KundInnen regionaler Abonnements auf 2.100, im November 1999 waren es ca. 2.700. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass alle AnbieterInnen berichten, dass ihre KundInnenkartei umfangreicher ist, als die von ihnen wöchentlich ausgelieferten Abonnements. Dies ist auch ein Ergebnis der Flexibilisierung der Angebote in den letzten Jahren. Auch Studien über Betriebe im Bundesgebiet deuten darauf hin, dass damit zu rechnen ist, dass wöchentlich etwa 20 bis 25 % der KundInnen aus verschiedenen Gründen die Belieferung aussetzen (vgl. BUNGE et al. 1993, HENTSCHEL 1998).

Die Gemüseversorgung mit Hilfe der Abonnements lässt sich anhand der KundInnen- und AnbieterInnenbefragung im Rahmen des Forschungsvorhabens gut nachzeichnen. Im Januar 1996 waren erst vier der befragten Betriebe aktiv und hatten zusammen 415 KundInnen, während alle befragten Betriebe zusammen im April 1999 auf ca. 2.050 KundInnen kamen. Das entspricht einem Wachstum von 150 % pro Jahr. Alle befragten AnbieterInnen berichten von steigenden KundInnenzahlen. Bislang gibt es keine Anzeichen für eine Trendumkehr.

Eine Schätzung ergab, dass die Zahl der insgesamt am Abonnementsystem Beteiligten im Januar 1998 bei 1.500 und im Januar 1999 bei 2.400 lag, d.h. die im Rahmen des Vorhabens befragten AnbieterInnen belieferten ca. 80 % der AbonnementkundInnen. Insgesamt wurden 1998 durchschnittlich 2.100 Berliner Haushalte mit Abonnementgemüse versorgt.

Noch 1997 bestanden bei einigen AnbieterInnen in Berlin sehr restriktive Vertragsbedingungen, z.B. legten KundInnen sich mit ihrer Bestellung auf verhältnismäßig lange Zeiträume von sechs Monaten fest und konnten die Lieferungen in Urlaubszeiten nicht oder nur in einem beschränkten Umfang unterbrechen. Es war zu diesem Zeitpunkt in einigen Betrieben nicht möglich, Gemüsearten anzugeben, die bei den Lieferungen unerwünscht sind.

Die Angebote von Gemüseabonnements haben sich in den letzten Jahren stark zu einem Dienstleistungsangebot entwickelt. Die AnbieterInnen haben ihre Produkte stark auf von KundInnen häufig formulierte Anforderungen hin zugeschnitten und das Angebot entsprechend verändert. Sowohl die Dienstleistungen als auch die Angebotspalette, die mit den Produkten verbunden sind, haben sich infolge dessen in den letzten Jahren bei allen AnbieterInnen ausdifferenziert.

Wesentliche Änderungen beziehen sich auf die Gestaltung des vertraglichen Verhältnisses, in dem die AnbieterInnen zu den KundInnen stehen. Auf eine langfristige vertragsmäßig gestaltete KundInnenbindung verzichten die AnbieterInnen mittlerweile weitgehend, d.h. es gibt in der Mehrzahl keine verpflichtenden Verträge über den Abonnementbezug. Auch die Zahlungsmodalitäten wurden flexibler. Zunächst verlangten die Betriebe von den KundInnen eine Einzugsermächtigung und buchten die angefallenen Beträge in regelmäßigen Abständen von den Konten der KundInnen ab. Aufgrund von Bedenken von KundInnen, räumten einige AnbieterInnen die Möglichkeit ein, die Beträge zu überweisen, obwohl dies den Verwaltungsaufwand für die Betriebe erhöht.

Bei fast allen Angeboten haben sich auch die Lieferbedingungen stark verändert, Lieferunterbrechungen, sowie Ab- und Umbestellungen sind fast immer möglich, wenn sie zwei bis drei Tage vor der betreffenden Lieferung telefonisch oder schriftlich mitgeteilt werden. Die Bedeutung der Lieferung an Sammelstellen von denen die Produkte abgeholt werden, ist deutlich geringer geworden. Die Mehrzahl der heutigen KundInnen wird individuell nach Hause beliefert. In der schriftlichen Befragung sagten 82 % der Befragten, dass sie individuell beliefert werden und 17 % bezogen ihre Lieferungen über Sammelstellen.

Auch AnbieterInnen, die 1997 noch ausschließlich an Sammelstellen geliefert haben, bieten heute einen Haustürservice an. Neue AnbieterInnen haben mit einer Belieferung von Sammelstellen erst gar nicht begonnen.

Auf den Wunsch der KundInnen hin, haben einige Betriebe ihre Angebotspalette verschiedener Abonnementvariationen ausgeweitet. Neben Voll-, Rohkost-, Schonkostsortiment in drei verschiedenen Größen (diese neun Zusammenstellungen waren vor drei Jahren das Standardangebot von AbonnementanbieterInnen) werden heute zusätzlich Mischungen von Obst und Gemüse sowie reine Obstabonnements angeboten. Einen großen Teil des Obstes, das auf diese Weise vermarktet wird, beziehen die AnbieterInnen aus dem ökologischen Großhandel, da sie selbst zumeist keinen Obstbau betreiben bzw. die Artenvarianz und Qualität den hohen Anforderungen von AbonnementkundInnen nicht gerecht wird.

Ein Anbieter bietet für Einpersonenhaushalte so genannte „Single-Kisten“ an, die den besonderen Bedürfnissen dieser KundInnengruppe gerecht wird.

Auf unterschiedliche KundInneninteressen bezüglich der Herkunft der Produkte, - eine Gruppe möchte eine möglichst hohe Anzahl verschiedener Gemüsearten über das ganze Jahr hinweg in ihren Kisten vorfinden, andere KundInnen legen großen Wert auf die regionale Herkunft ihrer Waren -, reagierten einige ErzeugerInnen, indem sie die Möglichkeit anbieten, zwischen Kistenvarianten nur aus regionaler Erzeugung bzw.

solchen mit deutschlandweitem und internationalem Zukauf vor allem in den Winter- und Vorfrühlingsmonaten zu entscheiden.

Die Berücksichtigung der unterschiedlichen KundInnenanforderungen hat dazu geführt, dass zu Beginn des Jahres 2000 von den Betrieben bis zu 22 Variationen angeboten wurden. In den Betrieben führte dies zu einer erheblichen Ausweitung von Tätigkeiten, die dem Dienstleistungsbereich zuzurechnen sind. Die hohe Varianz der Angebote bedeutet, dass heute statt neun bis zu 22 verschiedene Zusammenstellungen organisiert werden müssen. Vereinzelt denken AnbieterInnen darüber nach, wie sie auch dem Wunsch nach individuellen Zusammenstellungen der Gemüseauswahlen gerecht werden können.

Der Wunsch von KundInnen, neben Gemüse auch andere Dinge zu beziehen, wurde von vielen AnbieterInnen aufgegriffen und in verschiedener Weise in die Angebotspalette integriert. Neben Gemüse wird von den Betrieben eine umfangreiche Palette anderer Lebensmittel angeboten, die regelmäßig im Abonnement oder auch nach Bedarf auf Bestellung hin bezogen werden können. Zum Grundangebot gehören bei fast allen AnbieterInnen Eier, Milch- und Milchprodukte, Käse, Brot und Getreide(produkte). Mit unterschiedlichen Schwerpunkten werden aber auch Getränke (Wein, Bier, Säfte) bis hin zu einem nahezu vollständigen Naturkostsortiment angeboten.

Im Jahre 1998 wurden von den Betrieben sechzig bis siebzig verschiedene Gemüse- und Salatarten in die Abonnementkisten gepackt. Diese Vielfalt der Produkte gewährleisten die Betriebe, indem sie unter anderem eine an die Abonnementvermarktung angepasste Anbauplanung betreiben. Dies bedeutet für die gärtnerischen Betriebsteile der Unternehmen, dass viele Kulturen angebaut und bearbeitet werden müssen, was den Aufwand gegenüber anderen Vermarktungsformen für ökologisch angebaute Produkte stark erhöht. In Brandenburg bestehen Absprachen zwischen verschiedenen Betrieben über die Kultur und den Austausch unterschiedlicher Gemüsearten. Einzelne Betriebe haben sich auf den Anbau bestimmter Gemüse spezialisiert und versorgen damit sowohl den Großhandel, als auch die AnbieterInnen von Abonnementkisten. Beispielsweise wird die aufwendige Spezialkultur Chicorée von der „Gärtnerei am Bauerngut“ in Libbenichen gezogen, während die Gärtnerei „Lindenhof“ in Rohrlack große Anteile des in Berlin-Brandenburg benötigten ökologischen Spinates zieht (ARBEITSGEMEINSCHAFT FÜR BIOLOGISCH-DYNAMISCHEN LANDBAU 1999).

Alle Abonnementbetriebe kaufen auch Produkte aus dem Großhandel zu, um ganzjährig eine große Variationsbreite in der Kistengestaltung zu gewährleisten und insbesondere von Februar bis Ende April auch mit importierten Waren eine vielfältige Ausgestaltung der Abonnements sichern zu können.

Mit den Erfahrungswerten der vergangenen Jahre haben die Abonnementbetriebe die Aufmachung der Abonnementkisten verändert. So ist beispielsweise der Anteil von Produkten die verpackt werden gestiegen. Zunehmend werden empfindlichere Produkte wie Feldsalat, Portulak, Kräuter etc. in Papier- oder Polypropylenbeuteln verpackt, um sie auf dem Weg zu den KundInnen vor Austrocknung zu schützen.

Als Umverpackung wird von fast allen AnbieterInnen das sogenannte Napf-System verwendet. Es handelt sich um Kunststoffkisten der Firma Napf (laut Angaben des Erzeugers aus Polyethylen, schwermetallfrei und recyclingfähig), die in Brandenburg



auch von der Mehrzahl der ökologisch wirtschaftenden ErzeugerInnen und vom Großhandel genutzt werden. Im Abonnementssystem müssen pro Kunde zwei Kisten von den Betrieben bereit gestellt werden. Eine Kiste wird mit den Produkten den KundInnen zugestellt und verbleibt dort bis zur nächsten Lieferung, die andere Kiste wird dann gegen die leere Kiste ausgetauscht. KREUZER spricht von einem Investitionsbedarf pro AbonnementkundIn von 24 DM für die Beschaffung von zwei Lieferkisten (KREUZER 1997: 75). Die meisten in Brandenburg wirtschaftenden Betriebe verlangen für die Bereitstellung der Abonnementkiste ein Pfand von 10 DM.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die Gemüseabonnementvermarktung in den letzten Jahren zu einer komplexen ökologischen Dienstleistung entwickelt hat, die den umfangreichen Anforderungen städtischer Haushalte gerecht zu werden versucht. Im Zusammenhang mit den Veränderungen der Angebote sind auch die Tätigkeitsprofile der für Gemüseabonnements zuständigen MitarbeiterInnen umfangreicher geworden. Diese sollen im Folgenden in einem Exkurs beschrieben werden.

## **Tätigkeitsprofil der Abonnementvermarktung**

### **Organisation**

Die Ausweitung der Angebotspaletten und die große Flexibilität, die die AnbieterInnen den KundInnen heute ermöglichen, hat den Organisationsaufwand, der mit den Abonnements verbunden ist, stark ansteigen lassen. In fast allen Betrieben war zu Beginn des Jahres 2000 mindestens eine Person ausschließlich mit der Organisation der Abonnementvermarktung beschäftigt. Zu deren umfangreichem Aufgabengebiet gehört:

- Langfristige Absprache der Anbauplanung mit den im gärtnerisch/landwirtschaftlichen Bereich tätigen KollegInnen
- Wöchentliche Planung, Kalkulation und Abstimmung der bis zu 22 Abonnementkistenvarianten
- Organisation von Zukäufen aus der Region und beim Großhandel
- Telefonische und schriftliche KundInnenbetreuung (einige AnbieterInnen bieten auch die Möglichkeit per E-Mail zu kommunizieren)
- Berücksichtigung von Sonderwünschen
- Organisation und evtl. auch Packen der Abonnementkisten
- Wöchentliche Erstellung von Produktinformationen, Mitteilungen aus dem Betrieb, Lieferscheinen, Rechnungen und Rezepten
- Tourenplanung
- Betreuung und Weiterentwicklung der EDV
- Marketing und Durchführung von Werbemaßnahmen
- Abwicklung des Rechnungseinzugs

### **Zusammenstellen der Abonnementkisten**

Das Packen der Abonnementkisten und die Zusammenstellung der Zusatzbestellungen nimmt in den sechs Betrieben zusammen etwa 175 Arbeitsstunden wöchentlich in Anspruch, durchschnittlich wurden zu diesem Zeitpunkt etwa 1620 Kisten pro Woche ausgeliefert. Die Zusammenstellung der Kisten erfolgt anhand von Listen, die die

AbonnementorganisatorInnen vorgeben. Die konkrete Vorgehensweise ist bei den verschiedenen Unternehmen unterschiedlich. Einige Betriebe haben das Kistenpacken so organisiert, dass die Zusammenstellung für jeden einzelnen Kunden in einem Arbeitsschritt erfolgt, in dem bereits eventuell unbeliebte Produkte gegen andere ausgetauscht werden. Andere Betriebe packen zunächst Standardzusammenstellungen, Sonderwünsche und Ausschlüsse werden in einem zweiten Arbeitsschritt bearbeitet, unbeliebtes Gemüse wird dann gegen anderes ausgetauscht. Die Produkte werden nach einer vorher erstellten Kalkulation eingewogen. In Berlin-Brandenburg verfügte zum Zeitpunkt der Befragung kein Betrieb über eine Waagenanbindung an das benutzte Abonnementverwaltungsprogramm. Aus diesem Grund enthalten eventuell beigefügte Lieferscheine keine grammgenauen Angaben, manche Betriebe fügen den Lieferungen Listen mit den jeweils zugrunde gelegten Kilogrammpreisen der Produkte bei. Die Produkte werden eher großzügig eingewogen, um eventuelle Reklamationen zu vermeiden. Pro Abonnement dauert das Packen zwischen fünf und zehn Minuten. Eine Anbieterin, die für jeden Kunden wöchentlich eine individuelle Kombination zusammenstellt, benötigt pro Abonnementkiste 13 Minuten.

### **Lieferung**

Die Auslieferung der Abonnementkisten bindet Arbeitskräfte, die meist ausschließlich mit dieser Arbeit und nicht im Gartenbau beschäftigt sind. Sie stellt an die FahrerInnen hohe Anforderungen. Sie müssen ortskundig sein und sind während der Hauptverkehrszeiten im Stadtverkehr unterwegs. Dabei müssen sie eine pünktliche Lieferung bei 50 bis 70 KundInnen pro Liefertour gewährleisten.

Verkehrsstauungen und die schwierige Parkplatzsituation in der Stadt erschweren die Arbeit. Neukunden müssen zeitlich und ökonomisch günstig in die bestehenden Liefertouren integriert werden, was entweder von den FahrerInnen selbst oder von den Organisationskräften ein hohes planerisches Geschick erfordert.

Abonnementkisten mit Sonderwünschen müssen den richtigen KundInnen zugestellt werden. Dies gewährleisten die Betriebe auf verschiedene Weise: Einige kennzeichnen alle Abonnementkisten mit den Namen der KundInnen und packen die Lieferwagen in der Reihenfolge, in der die KundInnen angefahren werden. Andere kennzeichnen die verschiedenen Abonnementzusammenstellungen unterschiedlich und nur Sonderbestellungen (z.B. mit Ausschluss einer Gemüseart) sind einzeln namentlich gekennzeichnet. Milchprodukte werden von den meisten Unternehmen während des Transports getrennt von den anderen Produkten gekühlt transportiert und dann von den FahrerInnen erst unmittelbar vor der Zustellung den Abonnementkisten beigegeben.

Die Lieferungen selbst werden in der Regel den KundInnen bis vor die Wohnungstür zugestellt, was für die FahrerInnen bedeutet, dass sie Lieferungen von 10 Kilogramm und mehr<sup>128</sup>, - aufgrund der Berliner Wohnungsstruktur in der vielfach auch bei hohen Gebäuden keine Fahrstühle existieren - bis in die vierte Etage tragen müssen. Damit ist die Liefertätigkeit auch körperlich stark belastend.

---

<sup>128</sup> Gemüseabonnementkisten für 1-2 Personen wiegen inklusive Umverpackung sowie evt. Obst und Kartoffeln mindestens 6 kg, dazu kommen häufig Käsesortimente, Brot, Milchprodukte und Getränke.

Im direkten Kontakt mit den KundInnen repräsentieren die FahrerInnen den landwirtschaftlichen Betrieb. Sie sind oft der einzige direkte persönliche Kontakt, den die KundInnen mit dem Betrieb haben und werden von den KundInnen stark mit den Betrieben identifiziert. Die KundInnen haben häufig keine Vorstellung über die Aufgabenteilung in den Betrieben und erwarten von den FahrerInnen, dass sie umfassend informiert sind. Dies bedeutet auch, dass die FahrerInnen zum Teil auf Reklamationen reagieren, (Um)Bestellungen entgegen nehmen und weiterleiten, sowie unter Umständen Fragen bzgl. Produkten und Dienstleistungen beantworten können müssen. Dies erfordert von den FahrerInnen, dass sie sowohl bezogen auf Produkte eine hohe Warenkenntnis besitzen und evt. Beratungsfunktionen übernehmen können, als auch, dass sie einen Überblick darüber besitzen, welche Wünsche und Dienstleistungen von den Höfen realisierbar sind. Darüber hinaus müssen sie im Umgang mit KundInnen geübt sein und ein freundliches Auftreten haben.

## **7 Gemüseabonnements aus Sicht der AkteurInnen**

Im Folgenden werden als Ergebnis der empirischen Untersuchung ErzeugerInnen und KundInnen vorgestellt und die Sicht dieser AkteurInnen auf die ökologische Dienstleistung Gemüseabonnement beleuchtet.

Die ErzeugerInnen werden als Gruppen vorgestellt und charakterisiert. Die Hemmnisse, neuen Anforderungen und Potenziale wie sie sich für die AnbieterInnen in Bezug auf die Entwicklung der Vermarktungsschiene „Gemüseabonnement“ darstellen, werden im Anschluss daran diskutiert.

Es werden die bisher vom Abonnementsystem erreichten NutzerInnengruppen in Bezug auf ihre sozio-ökonomischen Verhältnisse beschrieben und die Struktur verschiedener Haushaltstypen näher charakterisiert und im Anschluss die Motivationen dargelegt, die die derzeitigen NutzerInnen dazu veranlassten, sich am Abonnementsystem zu beteiligen. Dann wird detailliert beschrieben, welche Erfahrungen sich aus den standardisierten schriftlichen Befragungen und den leitfadengestützten Interviews im Umgang mit den Abonnements ableiten lassen und in welcher Weise sich die Haushaltsorganisation verändert hat. Dabei steht die Ernährung im Mittelpunkt der Betrachtung. Abschließend werden Hemmnisse und Potenziale für die Nutzung von Gemüseabonnements dargestellt.

### **7.1 ErzeugerInnen**

Die landwirtschaftlich/gärtnerischen Betriebe, die Lebensmittelabonnements vermarkten, arbeiten nach den Grundsätzen des ökologischen Landbaus. Fast alle Betriebe liegen in einem Umkreis von ca. 70 Kilometern um das Zentrum von Berlin. Die Betriebe sind sehr unterschiedlich groß. Das „Ökodorf Brodowin“ verfügt über die größten Anbauflächen und Produktionsmittel mit mehr als 1.200 Hektar Land. Dabei wird auf 15 Hektar Gemüseanbau betrieben, es werden 330 Milchkühe, 330 Rinder und 150 Schweine gehalten. Der nächstgrößte Betrieb „Apfeltraum“ bewirtschaftet mit 110 Hektar Anbaufläche bereits weniger als ein Zehntel der Fläche. Die Mehrzahl der anderen LandwirtInnen und GärtnerInnen verfügen über Produktionsflächen, die kleiner als 25 Hektar sind. Zwei der Unternehmen konzentrieren sich auf gärtnerische und ackerbauliche Produktion und betreiben keine Viehwirtschaft. In zwei anderen Betrieben ist neben der Produktion von Gemüse und Feldfrüchten die Viehwirtschaft und insbesondere die Produktion von Milch- und Milchprodukten von hoher Bedeutung. Mit wenigen Ausnahmen werden die eigenen Produkte auch über Großhändler vermarktet.

In etwa zweistündigen ExpertInnengesprächen mit den für die Abonnementvermarktung zuständigen MitarbeiterInnen von sechs Betrieben wurde die Sicht der AnbieterInnen auf Potenziale und Hemmnisse in der Abonnementvermarktung ermittelt.

Diese sechs Betriebe verfügten im Frühjahr 1999 über einen KundInnenstamm von etwa 2.050 AbonnentInnen, dies waren zu dieser Zeit etwa 80 % aller AbonnentInnen in Berlin. Wöchentlich belieferten diese Betriebe zusammen etwa 1.620 KundInnen. Dies spiegelt den Umstand, dass auch in Berlin zwischen 20 und 25 % der KundInnen

von der Möglichkeit Gebrauch machen, die Lieferung auszusetzen oder regelmäßig in 14-tägigem Abstand beliefert zu werden.

Die Betriebe haben sehr unterschiedliche KundInnenzahlen. Während das größte Unternehmen über einen KundInnenstamm von 850 AbonnentInnen verfügte, belieferte das kleinste der befragten Unternehmen zum gleichen Zeitpunkt (Frühjahr 1999) 56 Haushalte.

Eins der befragten Unternehmen ist ein reiner Handelsbetrieb, der eng mit einem landwirtschaftlichen Betrieb aus Brandenburg kooperiert und einen Großteil der vermarkteten Produkte von dort bezieht. Für dieses Unternehmen stellen sich Fragen der Wirtschaftlichkeit des Abonnementsservices in anderer Weise als für Betriebe, die eigene landwirtschaftliche Produkte vermarkten, weil dem Handelsunternehmen die Gewinnspanne fehlt, die in den Anbaubetrieben dadurch erwirtschaftet werden können, dass sie die Gewinnspannen des Zwischenhandels durch die Direktvermarktung selber realisieren können.

Drei der anderen AnbieterInnen haben den Vermarktungsbereich von den landwirtschaftlich-gärtnerischen Unternehmensteilen wirtschaftlich getrennt und rechtlich unabhängige Unternehmen gegründet, arbeiten aber mit den landwirtschaftlichen Betrieben in enger Kooperation. Die aufgeteilten Unternehmen werden häufig von Familien bzw. Lebensgemeinschaften geführt, wobei die landwirtschaftlichen Betriebe von den männlichen Partnern, die Abonnementbetriebe von den weiblichen Partnerinnen betrieben werden. Eine Frau sagte, dass sie ihre Arbeit als Leiterin des Abonnementbetriebes gut mit ihrer Arbeit als Mutter verbinden könne. Bei zwei AnbieterInnen ist die Abonnementvermarktung wirtschaftlich integraler Bestandteil des landwirtschaftlichen Betriebes, auch hier ist der Abonnementbereich organisatorisch und personell ein eigener Bereich. Ein Unternehmen wird bewusst als Frauenbetrieb geführt.

Die Bedeutung des Abonnementbereichs ist in den sechs betrachteten Unternehmen unterschiedlich. Für vier Betriebe stellt der Vertrieb der landwirtschaftlichen Produkte über die Abonnementvermarktung den bedeutendsten Vertriebszweig dar. Die landwirtschaftlichen Produkte werden außerdem in unterschiedlichem Ausmaß über den ökologischen Großhandel, Direktbelieferung von Großverbrauchern (wie Krankenhäuser, Kindertagesstätten und verarbeitende Betriebe), die Erzeugergemeinschaft Berlin-Brandenburg, Wochenmärkte und eigene Hofverkaufsstätten vertrieben.

Im Abonnementbereich der AnbieterInnen gibt es zwischen eineinhalb und sechs Vollzeit Arbeitsplätze. Zum Teil arbeiten Beschäftigte nicht nur in Bereichen, die ausschließlich der Abonnementvermarktung zuzuordnen sind, z.B. arbeiten Beschäftigte, die Abonnementkisten packen, auch in der Gärtnerei. Insgesamt gab es im Frühjahr 1999 in den sechs befragten Betrieben etwa 20 Vollzeit Arbeitsplätze im Abonnementbereich, vier dieser Arbeitsplätze wurden über Lohnkostenzuschüsse (LKZ) oder Strukturanpassungsmaßnahmen (SAM) der Bundesanstalt für Arbeit finanziell unterstützt. Beschäftigt waren im Frühjahr 1999 mehr als 20 Menschen im Abonnementbereich dieser Betriebe, da die Arbeit auch von Teilzeit MitarbeiterInnen und Aushilfskräften geleistet wird.

In den sechs Betrieben wurde ein Arbeitsanfall für die der Abonnementvermarktung zuzurechnenden Arbeiten von zusammen 578 Stunden wöchentlich (ca. 15 Vollzeit Ar-

beitsplätze) ermittelt. Durchschnittlich wurden zusammen 1.620 KundInnen pro Woche beliefert. Dies bedeutet auch, dass mit jedem ausgelieferten Abonnement ein Arbeitsaufwand von durchschnittlich ca. 22 Minuten verbunden ist. In dieser Rechnung ist der Arbeitsaufwand für Büro- und Organisationsaufgaben, telefonische KundInnenbetreuung, das Packen und Ausliefern der Abonnements und die Reinigung von Lagerräumen und Liefergebinden enthalten. Die Arbeiten im landwirtschaftlich-gärtnerischen Bereich zur Erzeugung der ausgelieferten Gemüse sind in dieser Abschätzung nicht enthalten.

Je nach Organisation und auch Serviceleistungen (z.B. unterschiedliche lange Rufbereitschaften am Telefon) der einzelnen Betriebe schwankt der Arbeitsaufwand pro ausgeliefertem Abonnement zwischen 20 und 40 Minuten. Bei Betrieben mit geringeren KundInnenzahlen ist der Zeitaufwand pro ausgeliefertem Abonnement höher, da der Aufwand für Planung, KundInnenbetreuung und Organisation mit steigenden KundInnenzahlen nur gering ansteigt.

Den Preis der pro KundIn durchschnittlich ausgelieferten Waren geben die AnbieterInnen zwischen 30 DM und 40 DM an. Die kleineren AnbieterInnen teilten durchschnittliche Warenwerte von 30 bis 35 DM mit, während die größeren Betriebe Warenwerte von 34 bis 40 DM angaben. Mit der Abonnementvermarktung wurden in den untersuchten sechs Betrieben auf das Jahr hochgerechnet, ein Umsatz von etwa 2,7 Millionen DM erwirtschaftet.

In den sechs Unternehmen lassen sich zwei verschiedene Grundtypen von Unternehmensphilosophien erkennen. Alle diese Betriebe lassen sich einem der beiden Grundtypen zuordnen.

### **7.1.1 Unternehmensphilosophie: Orientierung an der eigenen ökologischen Produktion**

#### **- Abonnementvermarktung als Stützung der Landwirtschaft und Förderung regionalen Wirtschaftens -**

Für einen Teil der Betriebe ist vorrangiges Unternehmensziel der Abonnementvermarktung, Produkte der eigenen ökologischen Landwirtschaft zu - im Vergleich mit der Vermarktung über Zwischenhändler - höheren Preisen zu vertreiben. Schwerpunkt des Interesses ist die Entwicklung der ökologischen Landwirtschaft im eigenen Betrieb, aber auch die Stützung von KollegInnen in der Region. Die Abonnementvermarktung war bereits bei der Gründung dieser Betriebe geplant und wurde als gute Vermarktungsmöglichkeit gesehen. In der Konzeption sind die Angebote als ErzeugerInnen / VerbraucherInnen-Kooperation angelegt gewesen. Darunter ist zu verstehen, dass beide in einer Art Partnerschaft von der Kooperation profitieren: Die VerbraucherInnen erhalten frische, ökologisch erzeugte Lebensmittel direkt vom Produzenten. Die Erzeuger haben durch feste Abnahmegarantien eine hohe Planungssicherheit. Früher hatten diese Betriebe zum Teil stark restriktive Vertragsbedingungen mit langfristigen Verträgen und nur eingeschränkten Möglichkeiten Lieferungen auszusetzen. Die Belieferung war vorwiegend über Sammelstellen organisiert. Es zeigte sich aber, dass - auf Dauer - restriktive Vertragsbedingungen, die den LandwirtInnen eine hohe Planungssicherheit geben, von der Mehrheit der VerbraucherInnen nicht akzeptiert wurden. Inzwischen verzichtet die Mehrzahl der Betriebe auf verbindliche Vertragszeiten für die KundInnen.

Lieferunterbrechungen sind möglich und unter bestimmten Voraussetzungen werden KundInnen auch an die Wohnungstür beliefert. Heute ist auch bei diesen Unternehmen der Ausschluss einzelner Gemüsearten möglich.

Die Anbauplanung in den gärtnerisch/landwirtschaftlichen Bereichen ist im Laufe der Jahre immer stärker auf die besonderen Anforderungen dieser Vermarktungsform ausgerichtet worden. Die Vermarktung hofeigener Erzeugnisse hat hohe Priorität und kann über die Abonnementvermarktung gut realisiert werden. Bei der Gestaltung des Abonnementsortiments gehen sie vorrangig von ihren eigenen Produkten aus.

Diese Unternehmen kaufen inzwischen, deutlich mehr als ursprünglich geplant, Produkte für die Abonnementvermarktung zu, um die Vielfalt der Zusammenstellungen zu gewährleisten. Hier kooperieren benachbarte Betriebe, um den ökologischen Landbau in der Region zu stärken. Es bestehen auch Handelsbeziehungen mit dem ökologischen Großhandel, über den der Zukauf von ökologischen Produkten aus dem europäischen Ausland organisiert wird. Die Vermarktung auch von importierten Produkten wird häufig als Kompromiss mit KundInnenbedürfnissen gesehen. Sie werden als notwendig eingeschätzt, um eigene Produkte dauerhaft über Abonnements vermarkten zu können. Da ohnehin regelmäßige Lieferungen von ökologischen Großhändlern erfolgen, wird ein Teil der regionalen Zukäufe auch über den Großhandel organisiert, da Zukäufe aus der Region so zum Teil zeit- und wegeeffizienter beschafft werden können.

Die Betriebe bieten meist wegen ihrer ökologischen Überzeugung den KundInnen die Option an, „Regionalkisten“ zu beziehen.

## **7.1.2 Unternehmensphilosophie: Orientierung an KundInneninteressen**

### **- Abonnementvermarktung als Dienstleistung -**

Für andere Unternehmen stehen die Bedürfnisse der AbonentInnen im Mittelpunkt ihrer Arbeit. Unternehmensziel ist die Ausweitung der Abonnementvermarktung ökologischer Produkte. Die Bedürfnisse und Anforderungen der KundInnen sollen möglichst voll erfüllt werden. Die AnbieterInnen orientieren sich am Angebot im konventionellen Handelsbereich und an den (von ihnen vermuteten) KundInnenbedürfnissen. Diese leiten sie aus ihren Erfahrungen im telefonischen Kontakt mit den KundInnen ab. Eine systematische Befragung hat bislang nur in einem der sechs untersuchten Betriebe stattgefunden. Bedürfnisse und Anforderungen der KundInnen, wie z.B. auch im Winter ein abwechslungsreiches Angebot an importierten Fruchtgemüsen im Abonnement vorzufinden, werden in der Regel antizipiert. Die Betriebe sind bemüht, auch für sie sehr arbeitsaufwendige Sonderwünsche zu befriedigen. Neben Obst, Gemüse und Grundnahrungsmitteln wird ein breites Sortiment an Produkten angeboten, das zum Teil auch Weine, Bier und Feinkostartikel umfasst.

Die MitarbeiterInnen dieser Betriebe betonen höchste Qualität als wesentlichstes Kriterium für Produkte, die sie über Abonnement vermarkten, da die KundInnen vor dem Kauf nicht die Möglichkeit haben, die Produkte zu begutachten und sich so für oder gegen den Kauf zu entscheiden. Unter Qualität werden hier ähnliche Kriterien verstanden, wie sie der (konventionelle) Groß- und Einzelhandel anlegt (Größe- und Gewichts-

klassen, einheitliche Form und Farbe der Produkte). Grundsätzlich soll den KundInnen möglichst wenig Anlass zu Reklamationen gegeben werden, da den Erfahrungen dieser AnbieterInnen zufolge KundInnen eher kündigen, als Mängel bei den Lieferungen zu reklamieren.

Der KundInnenenerwartung einer großen Variabilität der ausgelieferten Produkte wird stark nachgekommen. Gleichzeitig schätzt diese zweite Gruppe der AnbieterInnen ihre KundInnen als empfindlich gegenüber unbekanntem Gemüse ein. Deshalb werden auch außerhalb der Saison Fruchtgemüse aus internationalen Importen geliefert. Alte, selten gewordene Gemüsearten, die wenig bekannt sind (z.B. Pastinake, Topinambur) oder Gemüsearten die ein schlechtes Image haben (z.B. Steckrüben, Schmorgurken) werden zu einem geringeren Anteil oder gar nicht den Abonnementkisten beigegeben. Es wird auf ein Verhältnis zugunsten von marktüblicheren Gemüsearten geachtet. Die Zusammenstellungen dieser AnbieterInnen sind in der Folge weniger regional und saisonal ausgerichtet. Das Angebot ausschließlich regionalen Gemüses wird von den AnbieterInnen sehr kritisch und daher als wenig erfolgreich eingeschätzt und nicht angeboten. Ein Anbieter äußerte die Vermutung, dass zwar viele KundInnen sagen würden, sie wollten rein regionale Zusammenstellungen beziehen, aber nicht einschätzen könnten, welche Beschränkungen dies im späten Winter und Vorfrühling tatsächlich bedeute.

Zukäufe werden vor allem über den ökologischen Großhandel organisiert, vereinzelt wird bei regionalen Betrieben zugekauft, die in der Lage sind, größere Partien gleich bleibender Qualität zu garantieren.

Neben den beiden vorgestellten Orientierungen gibt es auch kleine Unternehmen, die versuchen, den verschiedenen und zum Teil auch widersprüchlichen Wünschen ihrer KundInnen in einem hohen Maße gerecht zu werden. Den Wünschen der KundInnen wird nicht mit einer ausdifferenzierten Angebotsvariation entsprochen, sondern die wöchentlichen Lieferungen werden von diesen Betrieben individuell für die KundInnen aus den jeweilig zur Verfügung stehenden Produkten zusammengestellt. Dies bedeutet, dass der Aufwand für die Zusammenstellung der einzelnen Abonnements sehr hoch ist. Ein Betrieb stellt beispielsweise individuell Produkte für eine vorgegebene Anzahl von Mahlzeiten und Menschen zusammen und liefert die Produkte mit passenden Kochrezepten aus. Ein anderes, ebenfalls kleineres Unternehmen stellt die Abonnementkisten wöchentlich anhand von Listen mit Geschmackspräferenzen der KundInnen, Informationen über Haushaltsgröße und den Wünschen bezüglich einer Belieferung mit importierten Produkten zusammen.

Diese Formen der Abonnementorganisation lassen sich meiner Einschätzung nach nur für einen kleinen KundInnenstamm von unter 100 KundInnen dauerhaft realisieren und bedeuten für die AnbieterInnen einen erheblichen Aufwand, den sie sich im Vergleich mit anderen, weniger individuell und arbeitsaufwändig zugeschnittenen Angeboten nicht zusätzlich bezahlen lassen (können).



### **7.1.3 Potenziale, besondere Anforderungen und Hemmnisse der Vermarktungsform „Gemüseabonnement“ aus Sicht der AnbieterInnen**

#### **Potenziale**

Die Abonnementvermarktung wird von den meisten Betrieben als Möglichkeit gesehen die hofeigenen Produkte zu einem für die ErzeugerInnen günstigen Preis zu vermarkten, weil die Handelsspannen des Groß- und Einzelhandels durch diese Form der Direktvermarktung den landwirtschaftlichen Betrieben selbst zugute kommen und die Preise sowohl für die VerbraucherInnen als auch für ErzeugerInnen günstiger sind.

Als weiteres Plus der Abonnementvermarktung sehen sie einen verhältnismäßig sicheren und kalkulierbaren Absatz der Produktion. Die Anbauplanung der Betriebe kann auf die KundInnenzahl abgestimmt werden.

Eine Anbieterin machte die Erfahrung, dass die hofeigene Produktion über Gemüseabonnements sicherer verkauft werden kann, als über Marktstände, auf denen wie in den Gemüseabonnements auch zugekaufte Produkte verkauft werden. Die von der Anbieterin durchgeführte Auswertung von Betriebsdaten ergab (zu deren eigener Überraschung), dass KundInnen auf den Wochenmärkten zu einem höheren Anteil zu Produkten greifen, die nicht aus der hofeigenen Produktion stammen. Eine Erklärung für diesen Umstand hatte die Anbieterin nicht.

Die Abonnementvermarktung wird als Möglichkeit gesehen, auch kleine Erntemengen, die über andere Kanäle nicht vertrieben werden können, sicher zu verkaufen. Auch Produkte, die nicht den Vermarktungskriterien des Groß- und Einzelhandels entsprechen, können kontinuierlich verkauft werden. Qualitätsmaßstäbe für die Vermarktung über den Einzelhandel sind Mindestgrößen und Mindestgewichte, die z.B. bei Salaten aus ökologischem Anbau manchmal nicht erreicht werden. Ein Qualitätsmaßstab den insbesondere der Großhandel an die ErzeugerInnen stellt, ist die kontinuierliche Lieferung großer, qualitativ konstant bleibender Mengen einer Sorte über einen längeren Zeitraum. Kleine Partien können über den Großhandel nicht vermarktet werden. Dies stellt z.B. bei der Bewirtschaftung alter Streuobstwiesen mit verschiedensten zum Teil selten gewordenen, lokalen Obstsorten eine hohe Hürde dar, da Produkte einer Sorte nicht in vermarktungsfähigen Mengen geerntet werden. An diesem Beispiel lässt sich auch ein anderes Problem aufzeigen: Es besteht die Anforderung Produkte präzise benennen zu können, was bei selten gewordenen Apfelsorten und Obstsorten zum Teil sehr schwierig ist. Ist der genaue Name einer Apfelsorte nicht bekannt, kann diese weder über den Groß- und Einzelhandel, noch über Stände auf dem Wochenmarkt verkauft werden. Die Vermarktung über Gemüseabonnements ist auch dann möglich, wenn der Name nicht bekannt ist.

#### **Besondere Anforderungen**

Die Anbauplanung der über Abonnement vermarktenden landwirtschaftlichen Betriebe, muss an die besonderen Bedürfnisse dieser Vermarktung angepasst sein. Es müssen wöchentlich mehrere verschiedene Kulturen zur Erntereife kommen, die dann gemeinsam über die Abonnementkisten verkauft werden können. Dabei sollten Arten der verschiedenen Gemüsegruppen (Frucht-, Wurzel-, Kohlgemüse, sowie Salate und even-

tuell Obst) in einem ausgewogenen Verhältnis gleichzeitig zur Verfügung stehen. Eine Anbieterin berichtete, dass dies sowohl bei den GärtnerInnen als auch bei den OrganisatorInnen der Abonnementvermarktung ein großes Maß an Erfahrung voraussetzt. Darüber hinaus muss in der Vegetationsperiode auch Gemüse eingelagert werden, z.B. Möhren, Kürbis, Kohl werden in verschiedener Weise aufbewahrt, um sie im Winter und Frühjahr zu vermarkten.

Es zeigte sich, dass die KundInnen hohe Ansprüche an die Abwechslung und Vielfältigkeit der Lieferungen haben. Aus diesem Grund kaufen alle Betriebe, vor allem im Winter und im Frühjahr, Gemüse für die Abonnementvermarktung zu. Alle AnbieterInnen sagten, dass sie darauf achten, dass die Produkte aus Europa stammen, um große Transportwege zu vermeiden. Importierte Gemüse aus Übersee stammen entsprechend maximal aus Israel oder von den Kanarischen Inseln<sup>129</sup>. Mit den Zukäufen ist für die OrganisatorInnen ein hoher Aufwand verbunden: Angebote benachbarter Höfe müssen regelmäßig abgefragt, eventuell langfristige Vereinbarungen getroffen, Bestellungen beim Großhandel müssen mit der eigenen Produktion abgestimmt und den jeweiligen Anforderungen der Woche entsprechend bestellt werden.

Damit nimmt die Informationsbeschaffung, der Austausch von Produkten mit KollegInnen und die Organisation des Zukaufs und der Belieferung der Produkte in den Betrieben einen hohen Arbeitsumfang ein, der die Betriebe weg von reiner Direktvermarktung hin zu Funktionen eines Handelsunternehmens führt, dass sowohl Aufgaben der Groß- als auch der Einzelhandelsunternehmen übernimmt.

### **Hemmnisse**

Ein Problem stellt dar, dass die Urlaubszeit mit der Hauptvegetations- und Erntezeit zusammenfällt. Im Sommer geht in den Ferienzeiten die Zahl der ausgelieferten Abonnements regelmäßig zurück. Gerade zu dieser Zeit steht saisonbedingt ein mengen- und artenmäßig vielfältiges Angebot bereit. Versuche, KundInnen über Verträge zu einer kontinuierlichen Abnahme von Produkten zu verpflichten, führten eher dazu, dass Gemüseabonnements nur für wenige KundInnen auf Dauer attraktiv waren. Heute versuchen die Betriebe, die geringeren KundInnenzahlen zu Ferienzeiten bereits in der Anbauplanung zu berücksichtigen.

In Herbst und Winter sinken urlaubsbedingte Lieferunterbrechungen und die KundInnenzahlen sind höher als im Sommer. Gleichzeitig nehmen die geernteten Mengen ab und von Februar bis Ende April gehen auch eingelagerte Vorräte zur Neige. Bis vor einigen Jahren gab es Anbaubetriebe, die in der Zeit von Januar bis April ihre Lieferungen einstellten. Es zeigte sich aber, dass der Aufwand, die KundInnen nach der Lieferpause zurück zu gewinnen, sehr hoch war und immer auch KundInnen verloren gingen. Ein weiteres Argument für die kontinuierliche Belieferung ist nach Bekunden eines Anbieters, dass für Produkte wie z.B. Eier, die über das ganze Jahr anfallen, bei einer Lieferpause eine neue Vermarktungsschiene für wenige Wochen im Jahr gesucht werden müsste. Aus diesen Gründen bieten heute alle AnbieterInnen Gemüseabonnements während des ganzen Jahres an.

---

<sup>129</sup>Im Zukauf der für das Abonnement notwendigen Obstsorten werden auch Bananen aus der Dominikanischen Republik, Kiwi aus Neuseeland etc. eingekauft. Hier spiegelt sich auch bei ökologischen Produkten, dass Obst aus deutlich größerer Entfernung nach Deutschland importiert wird als Gemüse.

Ein deutlicher Schwachpunkt in der Abonnementvermarktung stellt die Belieferung der KundInnen dar. Sie ist für die Betriebe kosten- und arbeitsintensiv. Es müssen geeignete Fahrzeuge angeschafft und unterhalten werden. Insgesamt fallen nach den von MEYER und KUGLER gemachten Kostenschätzungen für gefahrene Kilometer<sup>130</sup> und bei Fahrstrecken der sechs Betriebe von 5.000 km wöchentlich, jährlich reine Fahrtkosten von ca. 165.000 DM an. Pro beliefertem KundIn und Abonnement werden in Berlin-Brandenburg durchschnittlich etwa 3 Kilometer gefahren, ein Wert der abhängig von der Lage der Betriebe im Umland oder in der Stadt zwischen 1,2 und 4,5 Kilometer schwankt.

Die Betriebe versuchen mit verschiedenen Maßnahmen die Länge der pro KundIn zurückgelegten Fahrstrecke zu reduzieren, da so sowohl Zeitaufwand als auch Kosten gesenkt werden können. Die Kooperation zweier brandenburgischer Betriebe im Rahmen des Verbandes „Die Ökokiste“ hatte unter anderem den Zweck, durch eine Verteilung verschiedener Lieferbezirke die Fahrstrecken zu verkürzen. Laut Bekunden beider AnbieterInnen konnten durch die Kooperation tatsächlich Streckenverkürzungen von bis zu einem Kilometer pro KundIn erzielt werden. Andere AnbieterInnen berichteten von gezielten Versuchen, entlang der bisher gelieferten Routen neue KundInnen zu werben, z.B. durch Verteilen von Werbezetteln in der Nähe von bestehenden Lieferadressen. Dies ist aber während der Auslieferungsfahrten nur in sehr begrenztem Umfang möglich, da es zu viel Zeit bindet.

Da die FahrerInnen im Kernbereich des Abonnementgeschäfts arbeiten, bedeutet ein Ausfall dieser Arbeitskräfte für die Betriebe eine erhebliche Belastung, die nur mit großer Kraftanstrengung aufgefangen werden kann. Konkret heißt dies, dass die in der Abonnementorganisation oder Produktion tätigen MitarbeiterInnen diese Aufgabe zusätzlich übernehmen müssen und der Arbeitsaufwand auf Dauer für diese Beschäftigten zu groß werden kann. Daher ist der Ersatz ausfallender FahrerInnen durch MitarbeiterInnen aus anderen Unternehmensbereichen nur für kurze Zeiträume leistbar. Externe Aushilfskräfte sind mit der komplexen Tätigkeit häufig überfordert.

Abhängig von der Zahl der KundInnen, die wöchentlich zu beliefern sind, haben die Betriebe verschiedene Modelle entwickelt, die Bereitstellung der erforderlichen Arbeitskräfte zu organisieren. Deutlich wird die unterschiedliche Dimension der anfallenden Lieferarbeit bereits, wenn man die Zahl der notwendigen Touren pro Woche betrachtet. Beim größten Betrieb wurden im Frühjahr 1999 wöchentlich elf Liefertouren von 10 bis 11,5 Stunden Dauer gefahren, auf denen insgesamt ca. 800 KundInnen beliefert wurden. An drei Wochentagen belieferte dieses Unternehmen die KundInnen auf drei Touren parallel, an einem Tag gab es zwei Touren. In diesem Unternehmen sind zwei FahrerInnen fest angestellt, ein Teil der Liefertouren wird über Subunternehmen (Kurierdienst) organisiert. Damit kann eine Flexibilität bei günstiger Kostenstruktur gewährleistet werden, die es erleichtert, bei Ausfall der fest angestellten FahrerInnen durch Krankheit und Urlaub den Ersatz der ausfallenden Arbeitskraft zu organisieren. Die FahrerInnen des Subunternehmens sind mit den besonderen Anforderungen der Abon-

---

<sup>130</sup> MEYER und KUGLER geben als Kosten für den gefahrenen Kilometer eine Spanne zwischen 0,40 DM und 0,70 DM für ungekühlte Fahrzeuge an, bei Kühlfahrzeugen kommen nach ihren Angaben 0,20 DM - 0,30 DM hinzu (MEYER, KUGLER 1999: 8).

nementbelieferung vertraut und können so für ausfallende Arbeitskräfte einspringen, während die Arbeit in der Regel von beim Unternehmen fest angestellten MitarbeiterInnen geleistet wird, die die Produkte und Dienstleistungen gut kennen.

Bei den kleineren AbonnementanbieterInnen fallen wöchentlich zwischen zwei und vier Liefertouren an. Dies bedeutet, dass maximal ein(e) FahrerIn (fest) beschäftigt werden kann. Einige Unternehmen organisieren die Belieferung generell mit (studentischen) Aushilfen auf Basis von Honorar- oder 630-DM-Verträgen<sup>131</sup>.

Ein Unternehmen hat im Frühjahr 1999 die vier anfallenden Liefertouren an einen Kurierdienst abgegeben und beschäftigt nun keine(n) eigene(n) FahrerIn mehr. Als Vorteile des Kurierdienstes wurde von dieser Anbieterin gesehen, dass Bereitstellung und Wartung eines Lieferfahrzeuges im Aufgabenbereich des Dienstleistungsunternehmens liegen, FahrerInnen immer bereit stehen und Krankheits- und Urlaubszeiten nicht mehr vom Abonnementanbieter organisiert werden müssen. Über den Kurierdienst ist es möglich, mehrere Touren parallel zu beliefern und so den KundInnenwünschen nach einer Belieferung zum Wochenende hin eher zu entsprechen. Nachteilig könnte sich nach Auskunft der Anbieterin möglicherweise auswirken, dass die FahrerInnen die Betriebsabläufe nicht kennen, nicht über eine breite Produktkenntnis verfügen und den landwirtschaftlichen Betrieb im KundInnenkontakt nur schwer repräsentieren können. Dieser Mangel wird eventuell durch eine intensivere telefonische Betreuung durch die Betriebsleiterin und eine Angestellte im Organisationsbereich aufgefangen. Die Anbieterin berichtete, dass ein wichtiges Auswahlkriterium für das beauftragte Serviceunternehmen war, dass dessen MitarbeiterInnen in der Lage sind, den Abonnementbetrieb zu repräsentieren. Da das Unternehmen zum Zeitpunkt der Befragung das neue Liefersystem erst eine Woche zuvor eingeführt hatte, konnten noch keine Erfahrungen mit diesem Modell erhoben werden.

Die Verkehrssituation in der Stadt stellt für die Abonnementbetriebe eine Belastung dar. Sie erschwert die Arbeitssituation der FahrerInnen und führt auch dazu, dass die von KundInnen häufig gewünschte eng umrissene Lieferzeit nur schwer gewährleistet werden kann. Alle AnbieterInnen versuchen die Lieferfahrten so zu organisieren, dass Hauptverkehrszeiten so weit wie möglich umgangen werden. Sie beginnen mit den Liefertouren auf den Höfen zwischen 5.00 und 6.00 Uhr morgens, so dass in der Regel die ersten KundInnen gegen 7.00 Uhr erreicht werden. Da die Auslieferzeiten bei allen Betrieben mindestens acht Stunden umfassen, können Fahrten während der Hauptverkehrszeiten nicht vermieden werden. Bei der Routenplanung stellt die Kenntnis staugefährdeter Strecken deshalb eine zusätzliche Anforderung dar.

Ein Betrieb, der etwa drei Viertel seiner KundInnen über Sammelstellen beliefert, hat begonnen die Belieferung nachts durchzuführen, um die Hauptverkehrszeiten zu umgehen. Hierzu waren aber zum Teil Widerstände bei den KundInnen zu überwinden, da es bei einer nächtlichen Belieferung notwendig wurde, den LieferantInnen einen Schlüssel zu der Sammelstelle auszuhändigen.

---

<sup>131</sup> Die gesetzlichen Regelungen für geringfügige Beschäftigungen im Umfang bis zu 630 DM, die im Jahre 1999 in Kraft traten und laut derer auch für regelmäßige geringfügige Beschäftigungen Sozialversicherungsbeiträge sowohl für die Arbeitgeber als auch für die Arbeitnehmerseite anfallen, verteuern die Arbeitskräfte und erschweren es den Abonnementbetrieben zum Teil erheblich, geeignete Arbeitskräfte für die Belieferung zu finden.

Die Akquirierung geeigneter Sammelstellen stellt für AnbieterInnen ein Problem dar. Sammelstellen müssen eine Reihe von Bedingungen erfüllen. Sie müssen sowohl für die KundInnen als auch für die LieferantInnen zu verschiedenen Zeiten gut zugänglich sein. Dies muss über das ganze Jahr gewährleistet sein. Bei Kindertagesstätten mit Ferienschlusszeiten ergibt sich beispielsweise das Problem, dass KundInnen nicht über die gewohnte Sammelstelle beliefert werden können. Die Räume dürfen nicht zu warm und nach Möglichkeit auch nicht besonnt sein. Informationsmaterial der AnbieterInnen wie Liefer-, Preis- und Herkunftslisten müssen allen KundInnen zugänglich sein. Darüber hinaus muss ein Vertrauensverhältnis vorhanden sein, dass die einzelnen Lieferungen die AbonentInnen auch vollständig erreichen.

Zum Teil stellt sich für die AnbieterInnen das Problem, dass sie keine geeigneten Sammelstellen in einem Liefergebiet finden und deshalb interessierte Menschen nicht beliefern können. Schwierig ist die Situation auch dann, wenn bereits gut eingeführte Adressen aufgegeben werden müssen, weil z.B. die AnsprechpartnerInnen nicht länger in der Lage oder bereit sind, die Sammelstelle weiter zu führen.

Mehrere AnbieterInnen berichteten, dass KundInnen im telefonischen Erstkontakt sehr verärgert reagieren, wenn ihre Bestellung eines Gemüseabonnements aus Gründen fehlender Sammelstellen oder weil eine Haustürlieferung nicht in den Routenplan des Betriebes zu integrieren ist, nicht von dem Betrieb angenommen werden kann. Hinweise auf andere Betriebe werden häufig ebenfalls verärgert aufgenommen. Ob diese potenziellen AbonnementkundInnen für das System verloren gehen ist nicht bekannt.

MEYER und KUGLER (1999) schätzen die Wirtschaftlichkeit von Abonnementbetrieben als kritisch ein. Sie betonen hohe Kosten für die Organisation des Lieferdienstes, sowie auch hohe Personalkosten in anderen Bereichen dieser Dienstleistung (Packen, Organisieren, Rufbereitschaft) und geben den finanziellen Aufwand mit 35 bis 45 % des Gesamtumsatzes an. Sie resümieren, dass Kleinbetriebe mit bis etwa 300 KundInnen nach ihrer Kalkulation im Grunde nicht wirtschaftlich arbeiten können, dies aber zum Teil dadurch aufgefangen wird, dass Fahrzeuge und Räume zum Teil mehrfach (auch für andere Vermarktungsschienen) genutzt werden und durch hohe Eigenleistungen bei Familienbetrieben kaum Fremdarbeitskosten entstünden (MEYER/KUGLER 1999: 9).

Auch mittlere Betriebe mit KundInnenzahlen zwischen 400 und 900 Haushalten haben ihrer Einschätzung nach eine schwierige Struktur, da der anfallende Organisationsaufwand hoch ist, so dass entweder in diesem Bereich Personal beschäftigt werden muss oder sich die BetriebsleiterInnen ständig überlasten. Große Betriebe mit 1.500, 2.000 und mehr KundInnen wöchentlich, verfügen laut MEYER/KUGLER über einen Personalbestand, der den von gutgehenden Naturkostgeschäften häufig übertrifft. Auch diese Betriebe seien aufgrund der hohen festen Kosten gezwungen, sehr wirtschaftlich zu denken und zu handeln (MEYER / KUGLER 1999: 9).

Die Wirtschaftlichkeit der sechs betrachteten Unternehmen konnte in den ExpertInnengesprächen nicht erfasst werden. Diese hängt vermutlich stark von den jeweiligen Betriebsstrukturen ab und kann nicht pauschal beurteilt werden. Vieles deutet darauf hin, dass es betriebswirtschaftlich günstiger ist, wenn die hohen Kosten im Servicebereich

durch einen hohen Vermarktungsanteil betriebseigener Produkte aufgefangen werden können.

Zusammengefasst stellen sich Hemmnisse, besondere Anforderungen und Potenziale der Abonnementvermarktung aus Sicht der ErzeugerInnen wie folgt dar:

#### **Potenziale**

- Die Direktvermarktung gewährleistet höhere Preise als ein Verkauf über den Zwischenhandel.
- Die Produktionsplanung ist anhand vorhersehbarer Absatzmengen gut kalkulierbar.
- Auch geringe Produktmengen und nicht den Handelsklassifikationen entsprechende Produkte können verkauft werden.

#### **Besondere Anforderungen**

- Die Abonnementvermarktung führt zu höheren Anforderungen an die Anbauplanung.
- Durch den Anbau von mehr Kulturen parallel entsteht ein höherer gärtnerischer Aufwand.
- Die Vermarktung ist mit einem hohen organisatorischen und logistischen Aufwand verbunden.

#### **Hemmnisse**

- Haupterte- und Urlaubszeiten fallen zusammen.
- Es muss eine kosten- und arbeitsintensive Belieferung organisiert werden, die gleichzeitig stark störungsanfällig ist.
- Es muss eine Kontinuität beim Lieferpersonal gewährleistet werden.
- Es kommt zu Schwierigkeiten bei der Akquirierung geeigneter Sammelstellen.
- Durch unregelmäßigen Arbeitsanfall werden MitarbeiterInnen zeitweise überlastet.

## **7.2 NutzerInnen**

Bislang beteiligt sich nur eine Minorität der Berliner Bevölkerung an der Nutzung von Gemüseabonnements aus ökologischem Landbau. Auch bei stark ansteigenden KundInnenzahlen bei den unterschiedlichen Betrieben betrug der Anteil der Berliner Bevölkerung, der sich (teilweise) mit Gemüse aus einem regionalen, ökologischen Abonnement ernährte, im Herbst 1999 nur etwa 0,2 % der EinwohnerInnen. Die Erfahrungen dieser sehr kleinen Gruppe sind von Bedeutung, um fördernde und hemmende Bedingungen für die Abonnementnutzung zu identifizieren.

Die immer noch vorrangig für die Versorgungsarbeit zuständigen Frauen stehen in der Reproduktionsarbeit zum Teil widersprüchlichen Anforderungen gegenüber. Einerseits führt die Krise der Reproduktionsarbeit dazu, dass die für Ernährung zur Verfügung stehende Zeit knapper wird, andererseits sind Anforderungen einer ökologischen

und/oder gesundheitsbewussten Ernährung häufig mit einem höheren Zeit- und Arbeitsaufwand verbunden.

Prioritäten einzelner Anforderungen werden individuell gesetzt. Das steigende Angebot auch ökologisch erzeugter Convenience-Produkte spiegelt möglicherweise die Suche nach Kompromisslösungen zwischen einer gesunden und ökologisch verträglicheren Ernährung und den zur Verfügung stehenden zeitlichen Ressourcen. In diesem Zusammenhang stellt sich in Bezug auf Gemüseabonnements die Frage, ob dieses Angebot zu einer Vereinfachung der Ernährung in verschiedenen Haushaltstypen führen kann und für wen es, unter welchen strukturellen Bedingungen, eine Be- oder eine Entlastung in der Haushaltsführung darstellt. Wesentlich ist die Frage, welche Haushalte sich bislang an dem System beteiligen und welche strukturellen Potenziale und Hemmnisse bestehen, diese Angebote, die eventuell einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Form der Ernährung leisten könnten, für breitere Bevölkerungskreise zu etablieren.

### 7.2.1 Sozio-ökonomische Beschreibung der NutzerInnen von Gemüseabonnements

Mit Blick auf eine Ausweitung der Reichweite des Abonnementangebotes ist die Frage von großer Bedeutung, welche Bevölkerungsgruppen bisher durch die Abonnementangebote erreicht wurden. Der sozio-ökonomische Hintergrund der AbonnentInnen wurde erfasst, um zu identifizieren, ob sich die Gruppe der bisherigen NutzerInnen von Gemüseabonnements von der durchschnittlichen Berliner Bevölkerung unterscheidet und worin solche eventuell bestehenden Besonderheiten bestehen. Aufgrund fehlender auf Berlin bezogener Daten bezüglich der Schul- und Berufsbildung wurde der Bundesdurchschnitt zum Vergleich herangezogen. Zentrale sozio-ökonomische Eckdaten sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst. Es werden die aus der schriftlichen Befragung gewonnenen Ergebnisse für Haushalte von GemüseabonentInnen, den durchschnittlichen Angaben für Berliner Haushalte gegenüber gestellt.

**Tabelle 16** Sozio-ökonomische Kenndaten von AbonnementkundInnen und BerlinerInnen im Vergleich (Statistische Auswertung und Vergleich durchgeführt von Silvia CUNNINGHAM; vgl. CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 70)

	<b>Haushalt von GemüseabonentInnen</b>	<b>Durchschnittlicher Haushalt in Berlin*</b>
<b>Haushaltsgröße</b>	Ø 3,1	Ø 1,9
<b>Haushaltseinkommen</b>	Ø 3420 DM	Ø 2532 DM
<b>Staatsbürgerschaft deutsch</b>	ca. 95 %	87 %
<b>(Fach)Abitur</b>	75 %	17 %** (BRD)
<b>(Fach)Hochschulabschluss</b>	62 %	10 %** (BRD)
<b>Häufigste Wohnform</b>	Familie mit Kind(ern) 69 %	Einpersonenhaushalte 49,5 %

\* Daten entnommen dem Statistischen Jahrbuch Berlin 1996: 17 ff, 250

\*\* Daten des Mikrozensus zitiert nach Datenreport 1997: 70 f. STATISTISCHES BUNDESAMT (Hg.): Datenreport 1997; Schriftenreihe der Bundeszentrale für Politische Bildung Band 340; Bonn 1997

Die Haushaltsgrößen von GemüseabonentInnen sind deutlich höher als im Berliner Durchschnitt. So sind auch Familien mit Kindern die häufigste NutzerInnengruppe von Gemüseabonnements, 69 % der Fragebögen wurden von Menschen beantwortet, die in Familienhaushalten leben. Dem gegenüber ist die in Berlin häufigste Wohnform der Einpersonenhaushalt, in fast der Hälfte der Berliner Haushalte lebt nur eine Person.

Nach den Ergebnissen der schriftlichen Befragung werden regionale Gemüseabonnements fast ausschließlich von Menschen mit hohem Bildungsniveau bezogen. Drei Viertel der Erwachsenen haben die (Fach)Hochschulreife und zwei Drittel einen (Fach)Hochschulabschluss. Mehr als zwei Drittel der befragten Haushalte sind Familien mit (kleinen) Kindern. Lebensgemeinschaften spielen eine geringe Rolle, Einpersonenhaushalte und Wohngemeinschaften finden sich noch seltener in der Gruppe der AbonnentInnen. Die AbonnentInnen sind in der Regel jünger als 50 Jahre, die Gruppe der 30 bis 40-jährigen ist überdurchschnittlich stark vertreten. Die meisten haben die deutsche Staatsbürgerschaft, ausländische MitbürgerInnen werden von den Angeboten kaum erreicht. Im Durchschnitt ist in jedem befragten Haushalt eine Person Vollzeit erwerbstätig und in jedem zweiten zusätzlich eine Person Teilzeit erwerbstätig. Zwei Drittel der Haushalte verfügen über einen PKW. Die bezirkliche Verteilung der Gemüseabonnements entspricht etwa der Bevölkerungsverteilung Berlins. Lediglich im Bezirk Prenzlauer Berg werden doppelt so viel Abonnements ausgeliefert, wie nach seinem Bevölkerungsanteil zu erwarten wäre, in Marzahn und Treptow dagegen nur etwa ein Drittel bis ein Viertel.

Die Auswertung der standardisierten Befragung zeigte, dass NutzerInnen von Gemüseabonnements sich deutlich von der Berliner Durchschnittsbevölkerung unterscheiden. Diese lebt zur Hälfte in Einpersonenhaushalten, die durchschnittliche Haushaltsgröße wird mit 1,9 Personen angegeben. Das durchschnittliche Haushaltseinkommen in der Bundesrepublik lag 1996 bei 2532 DM, die KundInnen regionaler Abonnementkisten verfügen also über ca. 900 DM mehr (bezogen auf den Zeitpunkt der Befragung im Sommer 1998). Knapp ein Drittel der Berliner Bevölkerung ist älter als 50 Jahre, diese Gruppe ist unter den AbonnementnutzerInnen kaum vertreten. Dagegen finden sich in Haushalten mit Gemüseabonnements deutlich mehr Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren als im Berliner Durchschnitt. Im Bundesdurchschnitt verfügen nur 17 % der Erwachsenen über ein (Fach)Abitur und nur 10 % über einen (Fach)Hochschulabschluss. Selbst wenn man lediglich die Altersgruppe der 20- bis 49-jährigen betrachtet, was aufgrund des Alterseinflusses auf die Bildung und der ungleichen Altersverteilung sinnvoll ist, liegt der Anteil der Bundesbürger mit (Fach)Abitur nur bei 25 %. Die bisher von den Angeboten erreichte Gruppe zeichnet sich also durch einen hohen Bildungsgrad aus.

Einen PKW besitzen lediglich 53 % der Berliner Haushalte. KundInnen von Gemüseabonnements verfügen häufiger über einen PKW. Bei den untersuchten Gruppen handelt es sich zum großen Teil um Familien mit Kindern und überdurchschnittlichem Einkommen. Bei dieser Bevölkerungsgruppe ist ein höherer Anteil an PKW-BesitzerInnen als im Berliner Durchschnitt durchaus zu erwarten. Da im Fragebogen nach der „Verfügung“ über einen PKW und damit Car-Sharing und private Ausleihmöglichkeiten mit erfragt wurde, aber nicht die Möglichkeit bestand, dies abzugrenzen, ist der Vergleich



nur beschränkt aussagekräftig. Vor diesem Hintergrund ist nicht exakt festzustellen, ob die AbonnementnutzerInnen häufiger einen PKW besitzen als der Durchschnitt der Berliner Bevölkerung.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die AbonnementnutzerInnen in der Regel der bundesdeutschen Bildungselite zuzurechnen sind, sich am Anfang oder mitten in der Familienphase befinden und über ein überdurchschnittlich hohes Einkommen verfügen. Zu ähnlichen Ergebnissen kam auch die Untersuchung von BUNGE ET AL. aus dem Jahre 1993, in der 383 Personen von sieben Anbietern aus Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen befragt wurden (BUNGE ET AL. 1993).

Es zeigt sich, dass die Gruppe der Einpersonenhaushalte, die in Berlin von großer Bedeutung ist, von den Angeboten bisher kaum erreicht wird. Auch ältere Menschen nutzen Abonnementangebote bislang kaum, obwohl gerade diese von den Bringdiensten möglicherweise stark profitieren könnten. Einige AnbieterInnen versuchen den besonderen Bedürfnissen dieser Gruppen durch „Single-Kisten“ gerecht zu werden. Mit diesen Angeboten wurde erst wenige Wochen vor Beginn der schriftlichen Befragung begonnen, so dass Erfahrungen damit nicht systematisch mit in die Auswertung einbezogen werden können.

## 7.2.2 Charakterisierung der sich beteiligenden Haushalte

Die Hauptgruppe, die sich laut den Untersuchungsergebnissen an dem Abonnementssystem beteiligt, sind Familienhaushalte mit meist kleineren Kindern. Die folgende Tabelle zeigt die Haushaltstypen von AbonnentInnen.

**Tabelle 17** Haushaltstypen von AbonnementnutzerInnen

Wie würden Sie Ihren Haushalt beschreiben?	Gesamtgruppe (Anzahl)	Gesamtgruppe (Prozent)	Interviewgruppe (Anzahl)
Familie	413	68,6 %	10
Lebensgemeinschaft	91	15,1 %	7
Einpersonenhaushalt	33	5,5 %	5
WG	27	4,5 %	-
Sonstiger privater Haushalt	21	3,5 %	-
Kein privater Haushalt	3	0,5 %	-
Fehlende Angabe	14	2,3 %	-
Summe	602	100 %	22

Nahezu 70 % der NutzerInnen von Gemüseabonnements leben in Familienhaushalten, Lebensgemeinschaften (ca. 15 %), Einpersonenhaushalte (5,5 %) und Wohngemeinschaften (4,5 %) finden sich unter den derzeitigen AbonnentInnen dagegen vergleichsweise selten. Den Ursachen für diesen wichtigen Befund möchte ich mit den folgenden Überlegungen nachgehen.

Anhand der Ergebnisse der schriftlichen Befragung kann die Aufgabenverteilung in den Familienhaushalten umrissen werden. Insgesamt werden in den 413 Familienhaushalten 1.388 Menschen aus den Abonnements versorgt. Hierbei handelt es sich um 457 Frauen, 400 Männer und 530 Kinder bzw. Jugendliche. Es zeigt sich, dass in den Familien jeweils ein bis zwei Kinder leben, wobei mit 314 Kindern unter sieben Jahren, die Mehrzahl noch nicht im schulpflichtigen Alter ist<sup>132</sup>.

### Erwerbstätigkeit

Die folgende Tabelle zeigt die Erwerbsbeteiligung der in den *Familienhaushalten* lebenden Erwachsenen:

**Tabelle 18** Erwerbstätigkeit von in Familienhaushalten lebenden Erwachsenen

n = 413 (Familienhaushalte)	In Familienhaushalten lebende Erwachsene	Summe der Erwerbstätigen		Vollzeit Erwerbstätige		Teilzeit Erwerbstätige	
		Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %
<b>Frauen</b>	457	285	62 %	119	26 %	166	36 %
<b>Männer</b>	400	340	85 %	299	75 %	41	10 %
<b>Gesamt</b>	<b>857</b>	<b>625</b>	<b>73 %</b>	<b>418</b>	<b>49 %</b>	<b>207</b>	<b>24 %</b>

In den untersuchten 413 Familienhaushalten sind insgesamt 625 von 857 Erwachsenen erwerbstätig. Eine genauere Aufschlüsselung der Tätigkeitsbereiche außerhalb von Erwerbstätigkeit (Erziehungszeiten, Hausfrauen/männer, StudentInnen, RentnerInnen, Erwerbslose etc.) ist aus der schriftlichen Befragung nicht ableitbar. 27 % der in Familienhaushalten lebenden Erwachsenen gehen keiner Erwerbsarbeit nach und 24 % stehen in Teilzeit Arbeitsverhältnissen. Aus diesen Zahlen wird deutlich, dass für Reproduktionsarbeiten in den Haushalten vermutlich relativ viel Zeit bereit gestellt werden kann, da nur etwas weniger als die Hälfte der in den Familienhaushalten lebenden Erwachsenen vollzeitlich erwerbstätig sind.

Es zeigt sich zum einen, dass Frauen mit 62 %, zu einem geringeren Anteil einer Erwerbsarbeit nachgehen, als Männer mit 85 %. Zudem zeigt sich, dass die Männer überwiegend einer Vollzeit Erwerbstätigkeit nachgehen, während die Mehrzahl der Frauen Teilzeit erwerbstätig sind.

Da der Anteil nicht schulpflichtiger Kinder in der betrachteten Gruppe hoch ist, kann angenommen werden, dass in den Familienhaushalten, die sich mit Gemüseabonnements versorgen, die Verteilung von Vollzeit und Teilzeit Erwerbstätigkeit bei Männern und Frauen Ausdruck einer der tradierten Rollenvorstellungen entsprechenden Ar-

<sup>132</sup> Weitere 170 Kinder sind zwischen 8 und 14 Jahren alt, 59 Jugendliche im Alter von 15 bis 18 Jahren leben ebenfalls in den untersuchten Haushalten. Die Altersangaben ergeben, dass insgesamt 553 Kinder und Jugendliche unter 19 Jahren in den betrachteten Familienhaushalten leben. Bei der Frage nach Kindern und Jugendliche wurde insgesamt angegeben, dass 530 in den Familien leben. Die Differenz entsteht durch die unterschiedliche Einschätzung bis zu welchem Alter Jugendliche noch unter diese Gruppe fallen.

beitsteilung ist: Während die Männer überwiegend Vollzeit erwerbstätig sind, arbeiten Frauen Teilzeit und sind für die Versorgungsarbeiten zuständig. Diese Einschätzung, die aus den gewonnenen empirischen Daten abgeleitet wurde, bestätigte sich in den durchgeführten Interviews mit in Familienhaushalten lebenden Menschen.

Die Erwerbstätigkeit in Haushalten von AbonentInnen die sich als **Lebensgemeinschaften** bezeichnen, ist in der folgenden Tabelle dargestellt:

**Tabelle 19** Erwerbstätigkeit von in Lebensgemeinschaften lebenden Erwachsenen

N = 91 (Haushalte von Lebensgemein- schaften <sup>133</sup> )	In Lebens- gemeinschaften lebende Er- wachsene	Summe der Erwerbstätigen		Vollzeit Erwerbstätige		Teilzeit Erwerbstätige	
		Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %
<b>Frauen</b>	96	65	68 %	39	41 %	26	27 %
<b>Männer</b>	96	69	72 %	56	58 %	13	14 %
<b>Summe</b>	<b>192</b>	<b>134</b>	<b>70 %</b>	<b>95</b>	<b>49 %</b>	<b>39</b>	<b>20 %</b>

In insgesamt 91 Haushalten von Lebensgemeinschaften leben 192 Erwachsene. Von den insgesamt 192 Menschen in diesem Haushaltstyp sind 134 erwerbstätig, damit ist der Anteil der Erwerbstätigen etwas geringer als in Familienhaushalten (70 % gegenüber 73 %). Über die Tätigkeiten der nicht erwerbstätigen Menschen kann keine Aussage getroffen werden. Etwa 30 % der in Lebensgemeinschaften lebenden Erwachsenen gehen keiner und 20 % einer Teilzeit Erwerbstätigkeit nach. Der Anteil der Vollzeit Erwerbstätigen liegt mit knapp 50 % auf dem gleichen Niveau wie in Familienhaushalten. Der Anteil der Nichterwerbstätigen ist mit 30 % ebenfalls genauso hoch wie in Familienhaushalten, der Anteil der Teilzeit Erwerbstätigen mit 20 % gegenüber 25 % in den Familienhaushalten etwas verringert. Auch bei den in Lebensgemeinschaften lebenden Erwachsenen zeigt sich die Tendenz, dass Frauen eher einer Teilzeit Erwerbsarbeit und Männer eher einer Vollzeit Erwerbstätigkeit nachgehen, aber die Unterschiede zwischen Männern und Frauen sind in dieser Gruppe deutlich geringer. Frauen arbeiten zu 41 % und Männer zu 58 % Vollzeit, weniger Frauen (27 %) und mehr Männer (14 %) als in Familienhaushalten gehen einer Teilzeit Erwerbstätigkeit nach. Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass in Haushalten von Lebensgemeinschaften die Erwerbsbeteiligung etwa auf gleichem Niveau wie in Familienhaushalten liegt, die Differenzen zwischen Männern und Frauen in Bezug auf Vollzeit bzw. Teilzeit Erwerbstätigkeit aber weniger stark ausgeprägt sind.

<sup>133</sup> Die Kategorie „Lebensgemeinschaft“ wurde im Fragebogen ohne nähere Erläuterung vorgegeben, d.h. sie orientiert sich am Selbstverständnis der Befragten. „Lebensgemeinschaft“ ist nicht gleichzusetzen mit einem unverheiratet zusammen lebenden heterosexuellen Paar. Die Antworten in den Fragebögen zeigen, dass unter Lebensgemeinschaften sowohl verschiedene Formen von Paarbeziehungen, als auch Gemeinschaften von mehr als zwei Personen zu verstehen sind. In 91 Haushalten von Lebensgemeinschaften leben 192 Erwachsenen. In sieben Haushalten von Lebensgemeinschaften leben zwei Frauen und in vier Haushalten zwei Männer.

**Tabelle 20** Erwerbstätigkeit in Haushalten von alleinlebenden Erwachsenen

n = 33 (Haushalte von Alleinlebenden)	Haushalte von alleinlebenden Erwachsenen	Summe der Erwerbstätigen		Vollzeit Erwerbstätige		Teilzeit Erwerbstätige	
		Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %
<b>Frauen</b>	27	17	63 %	12	44 %	5	19 %
<b>Männer</b>	5	5	100 %	5	100 %	0	0 %
<b>Summe</b>	<b>33</b>	<b>22</b>	<b>67 %</b>	<b>17</b>	<b>52 %</b>	<b>5</b>	<b>15 %</b>

Alleinlebende Menschen, die Gemüseabonnements beziehen, sind im Vergleich zu den Menschen in den vorher beschriebenen Haushaltsformen etwas weniger häufig erwerbstätig (67 % gegenüber 73 % in Familienhaushalten und 70 % in Haushalten von Lebensgemeinschaften). In der sehr kleinen Gruppe der alleinlebenden Männer sind alle Männer vollzeitig erwerbstätig. Die Frauen gaben mit 44 % ebenfalls zu einem hohen Anteil Vollzeit Erwerbstätigkeit an, der Anteil der Teilzeit Beschäftigten ist mit 19 % dagegen vergleichsweise gering. Nicht erwerbstätig sind 27 % der alleinlebenden Frauen.

### **7.2.3 Beschreibung der Interviewgruppe**

Insgesamt wurden 22 leitfadengestützte, qualitative Interviews geführt. Zehn Interviews wurden mit Mitgliedern von Familienhaushalten geführt. In zwei Fällen handelte es sich um allein erziehende Mütter (mit sechs bzw. zwei Kindern), drei Familien hatten ein Kind, drei Familien zwei Kinder und zwei Familien hatten drei Kinder. Zwei Interviews wurden mit Familienvätern geführt, ein Interview fand mit einer (fast) erwachsenen Tochter statt und sieben Interviews wurden mit Familienmüttern geführt. Auf die Wahl des Familienmitgliedes, mit dem das Interview geführt wurde, wurde keinen Einfluss genommen. Die Interviews wurde mit der Person geführt, die sich aufgrund der schriftlichen Befragung als AnsprechpartnerIn zur Verfügung gestellt hatte.

Weiter wurden sechs Interviews mit Frauen geführt, die mit einem Mann in einem gemeinsamen Haushalt leben und eines mit einer Frau die mit einer anderen Frau zusammen lebt. In drei dieser Haushalte leben Menschen, die älter als 50 Jahre sind. Fünf InterviewpartnerInnen, zwei Männer und drei Frauen, leben allein.

#### ***Struktur der Essensversorgung in den Haushalten***

Nach den Interviewergebnissen unterscheiden sich die Ernährungsgewohnheiten in Haushalten in denen Familien leben, deutlich von denen der Alleinlebender und von Ernährungsgewohnheiten in Haushalten in denen Erwachsene ohne Kinder als Paar zusammen leben.

In den Familienhaushalten werden mit einer Ausnahme regelmäßig gemeinsam Mahlzeiten eingenommen. Es bestehen feste Gewohnheiten, die sich aus den Zeitstrukturen der Familienmitglieder ableiten, so dass mittags oder abends Mahlzeiten zubereitet und gemeinsam gegessen werden. Diese wurden meist auch vor dem Bezug der Gemüseabonnement selbst gefertigt, es steht eine Küchenausstattung bereit, die beson-

ders den Umgang mit nicht vorverarbeiteten Lebensmitteln erleichtert. Eine Familie isst mittags an den jeweiligen Arbeitsplätzen bzw. in der Kita und am Abend wird gemeinsam ein kleines Gemüsegericht oder ein Salat gegessen. Die gemeinsame Mahlzeit ist in neun der zehn Familien fester Bestandteil des Alltags, mit Ausnahme einer Familie bereiten meist Frauen die Mahlzeiten zu. Im Haushalt einer allein Erziehenden mit zwei fast erwachsenen Jugendlichen wechseln sich alle drei beim Kochen ab.

Die Struktur der Essensversorgung in Haushalten von gemeinsam lebenden Paaren die ein Gemüseabonnement beziehen, stellt sich anders dar als in den Haushalten, in denen auch Kinder mit versorgt werden: Nur ein älteres Paar isst täglich gemeinsam zu Abend. Alle anderen berichten, dass Mahlzeiten wochentags unregelmäßig zu verschiedenen Zeiten zubereitet und oft allein eingenommen werden. Häufig bereiten sich die PartnerInnen allein dann eine Mahlzeit zu, wenn es in den Zeitplan passt. Am Wochenende wird häufig (gemeinsam) gekocht und gegessen. In der Woche wird viel außer Haus in Mensen, Kantinen und Gaststätten gegessen. Zwei Frauen aus Paarhaushalten berichteten, dass sie gerne mittags kochen und warm essen würden, dass dies aber wegen der Berufstätigkeit nicht immer möglich sei.

Die alleinlebenden Befragten haben unterschiedliche Gewohnheiten der Essensversorgung. Zwei Frauen bereiten sich täglich eine Mahlzeit zu, beide kochen gern und empfinden die Zubereitung von Mahlzeiten als Entspannung. Die anderen kochen zu verschiedenen Zeiten und nehmen Mahlzeiten ebenfalls häufig außer Haus ein.

#### **7.2.4 Zugang zu Informationen über Abonnementangebote**

Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung zeigen, dass Berichte aus dem Freundes- und Bekanntenkreis mit 63,5 % die wichtigste Informationsquelle für ein Abonnement waren. Empfehlungen ergeben sich häufig im Alltag. Teilweise wird nach Lösungen für anders gelagerte Probleme oder Wünsche gesucht und dabei wird zufällig auf Informationen über Gemüseabonnements gestoßen: Beispielsweise wurde eine Frau Mitglied in einem Landbauverein, um ihren Kindern die Natur nahe zu bringen und stieß so auf erste Informationen über Gemüseabonnements; im Falle eines Mannes entstand der Kontakt zum Abonnementbetrieb über die anthroposophische Betreuungseinrichtung seines Sohnes; eine Neuberlinerin suchte, entnervt von der schlechten Qualität des Gemüseangebotes in den Supermärkten ihres Wohnbezirkes nach Alternativen und bekam so den Hinweis auf Gemüseabonnements; zwei ältere Frauen begannen mit Gemüseabonnements aufgrund von Empfehlungen von Beratungsstellen, die sie wegen schwerer Erkrankungen aufgesucht hatten.

Es wird auch darüber berichtet, dass Sammelstellen in der Hausgemeinschaft oder am Arbeitsplatz, über die ein direktes Kennenlernen der Angebote möglich war, die Entscheidung für ein Gemüseabonnement befördert haben. Auch der Kontakt zu den AnbieterInnen selbst, hier werden Infostände genannt bzw. persönliche Bekanntschaft, waren Anlass für eine Bestellung.

Für breite Bevölkerungskreise sind Informationen über die Angebote schwer zugänglich. Dies zeigten auch Informationsveranstaltungen die in Zusammenarbeit mit einigen

Berliner Volkshochschulen<sup>134</sup> angeboten wurden. Die Veranstaltungen fanden jeweils an einem Abend statt. Die Kurse waren gut besucht und es zeigte sich, dass die Teilnehmerinnen<sup>135</sup> in der Regel schon einmal von Gemüseabonnements gehört hatten, aber nicht wussten, auf welche Weise sie an die erforderlichen Informationen kommen konnten, um eine AnbieterIn auszuwählen und selber ein Abonnement zu bestellen. In diesen Kursen zeigte sich deutlich, dass ein großes Defizit an Informationen über die Angebote besteht. Die AnbieterInnen kennen dieses Problem, haben aber bislang für sich noch keine finanziell tragbaren Wege gefunden, ihre Angebote auch einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen.

## **7.2.5 Motivationen zur Nutzung von Gemüseabonnements**

Unabhängig von der Lebensform spielt bei der Entscheidung für ein Gemüseabonnement die Überlegung eine wesentliche Rolle, ob eine Veränderung des bisher praktizierten Ernährungsstils gewünscht ist. Es lassen sich aus den qualitativen Befragungen drei Gruppen gegeneinander abgrenzen: Für etwa ein Drittel bietet ein Gemüseabonnement die Möglichkeit, eine gewünschte Veränderung des Ernährungsstils zu unterstützen. Eine weitere Gruppe ernährte sich vor dem Abonnement vorwiegend mit (ökologisch angebautem) Gemüse und erhofft sich Vorteile wie eine Vereinfachung der Versorgung oder günstigere Preise. Diese Gruppe wollte ihren Ernährungsstil, der in Bezug auf eine Versorgung mit Gemüseabonnements nicht mit tief greifenden Veränderungen verbunden ist, beibehalten. Anderen NutzerInnen war bei der Entscheidung nicht bewusst, dass mit einem Gemüseabonnement möglicherweise Veränderungen von Gewohnheiten verbunden sind.

Im Folgenden werde ich die Motive für die Nutzung von Gemüseabonnements für die drei Gruppen näher erläutern und jeweils im Anschluss ein oder zwei Haushalte mit ihren speziellen Bedingungen vorstellen.

In der Analyse der Interviews stellten sich neben der Stützung einer Veränderung des Ernährungsstils und der Vereinfachung der Versorgung weitere Motive heraus, die bei der Entscheidung für ein Gemüseabonnement ebenfalls eine Rolle spielten. Identifiziert werden konnte das Motiv, strukturelle Mängel der Gemüseversorgung im Lebensmittel-einzelhandel ausgleichen zu wollen. Bedeutsam ist auch der Wunsch, einen Beitrag zum Umweltschutz und zur Stützung regionalen Wirtschaftens zu leisten. Ein einziges Motiv allein ist in der Regel nicht ausschlaggebend für die Entscheidung die Gemüseversorgung mit einem Abonnement zu organisieren. Vielmehr zeigte sich, dass auch in einer Entscheidung für ein Gemüseabonnement Motivallianzen, wie LITTIG sie beschrieben hat, eine wesentliche Rolle spielen. Meine These ist, dass Motivallianzen zwischen Umweltschutz, Gesundheit und der Stützung der (regionalen) ökologischen

---

<sup>134</sup>Die Volkshochschulkurse sind auf Initiative einer Lokalen Agenda Koordinatorin und aus der Kooperation des Forschungsvorhabens „Frauen, Umwelt und Lokale Agenda 21“ der TU Berlin mit verschiedenen Berliner Volkshochschulen entstanden. Kurse zu ökologischen Gemüseabonnements fanden statt im September, Oktober und November 1999, sowie im April, Mai, Juni, September, Oktober und November 2000 in den Bezirken Spandau, Tempelhof, Treptow, Schöneberg und Mitte-Friedrichshain. Weitere Veranstaltungen sind aufgrund der großen Nachfrage auch in den Jahren 2001 und 2002 geplant.

<sup>135</sup>An den bisher statt gefundenen Kursen nahmen in überwiegender Mehrheit Frauen teil (ca. 95 %).

Landwirtschaft bedeutsam für eine Nutzung von Gemüseabonnements sind. Dies zeigt sich auch anhand der Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung, die ich im Anschluss an die Erläuterung der verschiedenen Motive darstelle.

### 7.2.5.1 Motivation: Ernährungsstil verändern

Der Entschluss den eigenen Ernährungsstil verändern zu wollen, wird häufig in Folge einer gravierenden Veränderung der Lebenssituation gefasst. Am häufigsten wurde in der schriftlichen Befragung die Geburt eines Kindes (mehr als 10 % aller Befragten) oder die schwere Erkrankung eines Haushaltsmitglieds (6,6 % aller schriftlich Befragten) als Grund für die Veränderung des Ernährungsstils genannt. Mit dem Gemüseabonnement wurde häufig begonnen, um die beabsichtigten Veränderungen zu unterstützen. Die Lieferung einer größeren Menge ökologisch produzierter Lebensmittel gibt regelmäßig eine Struktur vor, die es erleichtert, den gefassten Entschluss im Alltag umzusetzen.

Etwa ein Drittel der mündlich befragten Personen sagten, dass sie gezielt den Ernährungsstil verändern wollten. In sechs von 22 Haushalten, in denen mit Haushaltsangehörigen ausführliche Interviews geführt wurden, vollzogen sich Veränderungen in der Lebenssituation, auf die mit einer Veränderung der Ernährungsgewohnheiten reagiert und in deren Folge ein Gemüseabonnement bestellt wurde.

Insbesondere wenn Kinder im Haushalt mitversorgt werden, ist die Entscheidung für den regelmäßigen Bezug ökologisch angebaute Produkte fast immer so motiviert, dass die Kinder mit unbelasteten Lebensmitteln versorgt werden sollen. Wesentlich ist auch der Wunsch, den Kindern über ein Gemüseabonnement die Natur näher zu bringen. Konkret soll zum einen die Ernährung jahreszeitlichen Rhythmen angepasst werden. Zum anderen nutzen Familien mit Kindern die Möglichkeit die Betriebe der AnbieterInnen bei Hoffesten zu besuchen besonders gern, um den Kindern einen Bezug zur Herkunft der Lebensmittel zu vermitteln: „Wir kennen die Kühe zum Teil, ja, das ist natürlich schon was ganz anderes, wenn man sieht, wie die da weiden und das ist schon ganz gut so (...) Wir haben zum Teil auch schon Gemüse angepflanzt und haben das dann hinterher in Abokisten gehabt, das war natürlich ganz schön“ (A 95 ff<sup>136</sup>).

Zur Illustration stelle ich im Folgenden Frau Y vor:

**Frau Y** ist etwa 35 Jahre alt und lebt mit ihrem Mann und ihren beiden ein und vier Jahre alten Kindern in einem großen Einfamilienhaus in einem Randbezirk von Berlin. Frau Y bezieht seit dreieinhalb Jahren Gemüseabonnements. Zum Zeitpunkt des Interviews bezog sie wöchentlich eine kleine Gemüsebox, eine Käsebox, Milch und Eier. Früher bekam sie auch Brot, dies wurde ihr aber bei ihrem Lieferanten zu teuer. Sie und ihr Mann wollten die Kinder mit ökologisch produzierten Lebensmitteln ernähren. Freunde erzählten ihnen von der Möglichkeit, Gemüseabonnements direkt von den ErzeugerInnen zu beziehen, und da sie an ihrem Wohnort nur schwer Ökopro-

---

<sup>136</sup>In den Zitaten aus den leitfadengestützten, qualitativen Interviews habe ich die gesprochene Sprache an die Schriftsprache leicht angeglichen. Auslassungen sind mit „(...)“ gekennzeichnet, erklärende Ergänzungen sind in Klammer gesetzt. Die Buchstaben in der Klammer bezeichnen die zitierte InterviewpartnerIn, die Zahl dahinter gibt die Zeile in der transkribierten Fassung des Interviews an. Die InterviewpartnerInnen erhielten Abkürzungen in alphabetischer Reihenfolge. Aus technischen Gründen wurden die Bezeichnungen A bis K sowie P bis Z vergeben, InterviewpartnerInnen mit den Kennbuchstaben L, M, N und O gibt es nicht. Wird im Text von den GesprächspartnerInnen berichtet, wird in gleicher Systematik von Frau A bzw. Herr Z gesprochen.

dukte einkaufen können, entschieden sie sich für das Abonnement. Ein weiterer wichtiger Grund war, dass die Produkte aus der Region kommen. Frau Y sagte ihr und ihrem Mann sei wichtig gewesen „das nicht durch die halbe Bundesrepublik oder gar um die halbe Welt karren, das fanden wir irgendwie auch sehr sehr attraktiv“ (81)

Frau Y ist im Erziehungsurlaub und sagt, dass Haushalt und Essensversorgung ihr Aufgabenbereich seien. Ihr Mann studiert, der ältere Sohn geht in die Kita, wo er auch Mittagessen bekommt. Die Familie isst gemeinsam am Abend. Die Haushaltsorganisation mit der Kiste hat sich im Laufe der Jahre verändert: Anfangs fand sie es schön, auch Produkte geliefert zu bekommen, die sie selbst nicht gekauft hätte, musste sich aber auf die Verarbeitung der gelieferten, zum Teil ungewohnten Produkte einstellen. Im Lauf der Jahre hat sich diese „Überraschung“ als normaler Bestandteil der Haushaltsführung integriert. „Ich denke schon, dass wir abwechslungsreicher, leckerer und hoffentlich auch gesünder kochen und essen dadurch“ (273f).

Frau Y empfindet es als Entlastung, nicht selbst die Essensplanung machen zu müssen, hält sich aber bewusst zwei bis drei Tage in der Woche offen, um selber Gerichte zu planen. Deshalb bestellt sie auch weiterhin keine größere Kiste, obwohl sie inzwischen mehr Gemüse zur Ernährung ihrer Familie braucht. Schwierig findet sie es, einzuschätzen, ob durch die lange Lagerung des Gemüses nach der Lieferung die Nährwerte der Produkte verloren gehen und fragt sich, ob nicht tiefgekühltes Gemüse gesünder wäre. Zum Teil blanchiert sie aus diesem Grund das Gemüse und friert es ein. Sie wägt ab, ob zwei Lieferungen in der Woche nicht günstiger wären, kommt aber zum Schluss, dass die Produkte dann auch teurer würden und dass sie höhere Preise nicht zahlen würde. Den Liefertag Mittwoch empfindet Frau Y als ungünstig, sie würde lieber Donnerstags oder Freitags beliefert werden.

Seit sie die Gemüsebox bezieht, kocht sie aufwändiger, meint aber, der Zeitaufwand würde durch die Zeitersparnis beim Einkauf und bei der Essensplanung kompensiert. Der Aspekt der Zeit- und Wegeentlastung spielt bei der Entscheidung, das Abonnement beim derzeitigen Anbieter zu behalten, obwohl Frau Y Kritik an diesem konkreten Unternehmen äußert, noch immer eine wichtige Rolle.

Sie findet es praktisch, dem Anbieter Änderungen über E-Mail mitteilen zu können, weil sie damit unabhängig von Sprechzeiten ist. Die Gemüse über Internet selber zusammenstellen möchte sie auf Dauer nicht, weil der Vorteil, nicht auswählen zu müssen, dann wegfiel. Sie sagt, dass sie ein hohes Umweltinteresse habe, im Alltag versuche sie, gesunde Lebensmittel für die Kinder zu beschaffen, ansonsten seien alltägliche Entscheidungen aber von Zeit- und Praktikabilitätsaspekten und nicht von Umweltschutzaspekten geprägt.

Frau Y kritisiert explizit, dass ihr derzeitiger Lieferant keinen eigenen Anbau betreibe. Sie ist die einzige Interviewpartnerin, die Erfahrungen mit drei verschiedenen AnbieterInnen hat<sup>137</sup>, sie wurde über die Gebietsaufteilung zweier AnbieterInnen aus dem Kundenstamm des Unternehmens für das sie sich entschieden hatte, dem Anbieter, von dem sie nun ihre Produkte geliefert bekommt, zugeteilt. Mit den beiden ersten Gemüseabonnements war sie sehr zufrieden. Der derzeitige Anbieter gefällt ihr weniger gut. Ihre Unzufriedenheit rührt aus der Organisationsstruktur des Betriebes, der nicht selber produziert, sondern eine reine Dienstleistung anbietet: „es ist für mich abstrakter geworden, es ist einfach eine andere Form von Bioladen, der halt liefert, ja.“ (115). Ihr fehlt der direkte Bezug zur Produktion, sie sagt, bei den produzierenden Betrieben habe sie sehen können, wie ihre Produkte erzeugt werden. Wichtiger Grundgedanke der Gemüseabonnements ist für sie, dass sie mit ihrem Abonnement ökologische Anbaubetriebe der Region in ihrer Arbeit unterstützen möchte. Dies sieht sie bei dem Handelsunternehmen nicht mehr gewährleistet. Es fehlt ihr auch die Transparenz, woher die Produkte genau stammen.

---

<sup>137</sup>In der schriftlichen Befragung gaben nur fünf von 602 Befragten an, Erfahrungen mit mehr als einem anderen Anbieter zu haben. Die derzeitigen KundInnen von Gemüseabonnements haben in der Regel ihren Anbieter noch gar nicht gewechselt. Ursache dafür ist sicher auch, dass 72 % aller Befragten keinen anderen als ihrem eigenen Lieferanten kannte.



Insgesamt 6,6 % der schriftlich Befragten gaben auf die Frage, ob sich ihre Ernährung aus anderen Gründen als durch den Bezug der Abokiste verändert habe an, dass die Erkrankung eines Haushaltsmitgliedes Anlass gewesen ist, die Ernährung umzustellen.

In den ausführlichen Interviews berichteten zwei ältere Frauen von massiven körperlichen Beschwerden, die sie veranlasst hätten, ihren Ernährungsstil grundlegend zu verändern. Auf die Möglichkeit ökologisch produzierte Lebensmittel im Abonnement beziehen zu können, wurde in Beratungsstellen hingewiesen: „Da hat mir die Leiterin des Rheumaprojekts empfohlen, es doch mal über den Landkorb zu versuchen“ (E 99).

Als Beispiel für eine gesundheitlich motivierte Umstellung der Ernährung, in deren Folge ein Gemüseabonnement bestellt wurde, möchte ich Frau E vorstellen.

**Frau E** ist etwa 65 Jahre alt und Rentnerin. Sie bezog zum Zeitpunkt des Interviews seit etwa sechs Monaten wöchentlich einen Obst/Gemüse-Mischkorb und zusätzlich Brot, Joghurt, Eier, Kartoffeln und Zwiebeln. Sie will demnächst aus finanziellen Gründen zu einem 14-tägigen Schonkostkorb wechseln. Dies bedeutet, dass sie nur noch Gemüse geliefert bekommt und aus finanziellen Gründen auf die Belieferung mit Obst verzichtet. Frau E ist rheumakrank und seit sechs Jahren nicht mehr erwerbstätig. Auslöser für ein Abonnement war die Empfehlung von der Leiterin eines Rheumaprojektes. Für sie ist es ein entscheidender Faktor, Wege einzusparen, da sowohl Reformhäuser wie auch Naturkostläden für sie extrem schwer erreichbar sind. Zudem kauft sie ungern in Supermärkten ein, da diese ihr zu voll und zu „kontaktarm“ seien.

Frau E isst meistens allein, hat aber Unterstützung bei der Hausarbeit und bei der Zubereitung von Mahlzeiten (Gemüseputzen und -schneiden etc.), woran Frau E durch ihr Rheuma gehindert ist. Frau E sieht durch die Abonnementkiste einen Mehraufwand bei der Mahlzeitenzubereitung, der aber überwiegend zu Lasten ihrer Hilfe geht. Der Mehraufwand entsteht vor allem, weil sie, wie sie sagt, vorher „geschlampt“ und wenig frisches Gemüse gegessen habe.

Frau E berichtet, ihr Verhältnis zum Essen sei durch die Großküchen bei der Kinderlandverschickung zur Zeit des zweiten Weltkrieges beeinträchtigt worden. Sie habe nicht richtig kochen gelernt und auch später, als allein erziehende Mutter, habe sie nur abends und im Stress gekocht und dabei viele Fertigprodukte genutzt. Sie sieht für sich einen positiven Effekt des Abonnements durch geplantere Mahlzeiten, die Ausweitung ihrer Kochkenntnisse und eine stärkere Disziplinierung zum Gemüseverzehr. Diesem schreibt sie zu, dass sich ihr körperliches Wohlbefinden verbessert habe.

Die Informationen, die sie mit dem Abonnement bekommt, gefallen ihr. Sie erwähnt lobend, dass die Anbieterin über Unwetterschäden in der ökologischen Bananenproduktion der Dominikanischen Republik berichtet habe und deshalb einen Solidaritätsaufschlag erhoben habe, den sie an die BäuerInnen dort weiterleitete. Sie kritisiert, dass beim „Mischkorb“ Rezepte und tatsächlich geliefertes Gemüse nicht übereinstimmen, außerdem findet sie das Obst zu oft unreif und von minderer Qualität. Sie bezeichnet sich in den Bereichen Kleidung, Ernährung und Mülltrennung als umweltbewusst, Wasser und Strom spart sie nach eigener Einschätzung nicht, da dies durch ihre Rheumaerkrankung schwierig sei. Sie kauft auch Tiefkühlkost von einem Heimservice, weil sie den Lieferanten persönlich kennen gelernt habe und ihr dieser Mensch so sympathisch sei.

### **7.2.5.2 Motivation: Mehr Bequemlichkeit in der Versorgung**

In Haushalten, die sich bereits vor dem Abonnement mit einem hohen Anteil von un-  
verarbeiteten Gemüse ernährten, ist eine grundlegende Veränderung der Essens-  
und Zubereitungsgewohnheiten in größerem Umfang meist nicht notwendig gewesen.

Sie erwarteten von dem Abonnement Vorteile wie eine bequemere Versorgung und/oder günstigere Preise als in ihren gewohnten Einkaufsstätten. „Dadurch spare ich die Zeit zum Markt zu fahren. Ich meine, hier in der Umgebung gibt es nur einen Naturkostladen, und der ist vom Preis her, muss man sagen, wesentlich teurer als so manche in Kreuzberg, Mitte und so weiter. (...) das wird uns geliefert, das ist für uns bequemer“ (T 116 ff). Zwei dieser Haushalte bewirtschaften einen Gemüsegarten nach ökologischen Gesichtspunkten und sind daher mit den Gemüsesorten, die sich in den Abonnementkisten befinden, vertraut. Sechs Haushalte versorgten sich vor dem Abonnement mit Produkten aus Naturkostläden, Ökomärkten oder über andere Direktvermarktungsformen ökologisch wirtschaftender Höfe.

Als Beispiel für diese Gruppe wird Frau D vorgestellt:

**Frau D** ist etwa 40 Jahre alt, lebt allein und arbeitet Teilzeit. Sie ist Vegetarierin und bezieht seit ca. einem Jahr ein wöchentliches Abonnement. Sie hat, als es angeboten wurde, vom „Vollsortiment“ zur „Single-Kiste“ gewechselt. Die gelieferten Gemüsemen gen stellten Frau D vor neue Überlegungen, wie sie sie zu bewältigen seien. Mit der „Single-Kiste“ kocht sie täglich und nimmt inzwischen Rohkost und Obst mit zur Arbeit. Mit dem Vollsortiment, das nur aus Gemüse bestand, hat sie teilweise zweimal täglich gekocht, um alles aufzubauchen. Vor dem Gemüseabonnement hat sie etwa jeden zweiten Tag gekocht, sie empfindet das häufigere Kochen aber nicht als Mehrarbeit, zumal sie nur noch einmal pro Woche einkaufen geht.

Sie hat das Abonnementprinzip schon lange interessant gefunden, kannte aber zunächst nur eine Anbieterin, die an Sammelstellen lieferte, und hat sich gegen dieses Angebot entschieden, weil sie sich das wöchentliche Abholen des Abonnements sowohl aus zeitlichen Gründen als auch wegen der Notwendigkeit, den Transport mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Fahrrad zu bewältigen, nicht vorstellen konnte. Sie hatte zunächst Zweifel, ob sie mit dem „nicht selbst auswählen“ klarkommen würde, stellte dann aber fest, dass sie den „Überraschungseffekt“ mag. Einen konkreten Grund/Anlass für das Abonnement konnte sie nicht nennen. Im Vordergrund standen für sie Überlegungen, dass sie Nahrungsmitteltransporte aus anderen Regionen unsinnig findet, wenn die gleichen Produkte auch in der Nähe erzeugt werden können. Sie wollte auch regionale ökologisch wirtschaftende Bauern unterstützen.

Im Sommer hat sie ausgelöst durch die schriftliche Befragung im Rahmen des Forschungsprojektes, überlegt, dass sie auf importierte Produkte auch verzichten könne und sagte, sie habe jetzt im Herbst/Winter Zweifel, ob dies tatsächlich zutrifft. Frau D sieht als Vorteile des Abonnements: die Haustürlieferung, Produkte aus der Region zu beziehen, Frische und Qualität und dass es ihr gut tut, jahreszeitlich angepasst zu essen. Ihr gefallen auch die Möglichkeiten, von Zusatzbestellungen und Lieferunterbrechungen. Bei Bekannten oder Freunden nach einer AbnehmerIn für das Abonnement suchen zu müssen wenn sie in Urlaub fahren will, wäre ihr sehr lästig. Nachteile (außer eine qualitativ schlechte Phase im vergangenen Winter) fallen ihr keine ein.

Sie hätte gerne mehr Informationen über die Herkunft der Produkte, liest Infos vom Anbieter ganz gerne, wobei sie Rezepte nur selten nutzt. Sie kritisiert einige Rezepte als nicht so gelungen, weil das Gemüse in zu viel Wasser, d.h. nicht besonders vitamin-schonend zubereitet werden soll und greift lieber auf eigene Rezepte und Erfahrungen zurück.

Ein Bereich, in dem sie auf Umweltverträglichkeit achtet, ist Mobilität, wobei ihr auch in ihrer Urlaubsplanung Umweltaspekte wichtig sind und sie nur selten Flugreisen unternimmt. Weitere Themen sind die ökologischen Folgen der Fleischproduktion und der Energieverbrauch im Haushalt. Sie entscheidet sich unter diesem Aspekt eher gegen die Nutzung elektrischer Haushaltsgeräte.

Für eine andere Gruppe steht ebenfalls eine bequemere Versorgung mit Lebensmitteln im Mittelpunkt ihres Interesses. In diesen Haushalten stützte sich die Versorgung aber vor dem Abonnement nicht vorrangig auf unvorverarbeitete Gemüse. In sieben interviewten Haushalten erforderte das Gemüseabonnement eine Veränderung des Ernährungsstils, die bei der Bestellung nicht bewusst intendiert gewesen und nicht antizipiert worden war. Daraus ergaben sich zum Teil im Alltag Probleme, wenn sich die Anforderungen der Haushaltsstruktur mit den gelieferten Produkten und der Notwendigkeit diese zu verwerten, nicht in Einklang bringen ließen. Häufig wurde von dieser Gruppe geäußert, dass eine erwartete größere Bequemlichkeit in der Ernährung der Grund gewesen sei, dass Gemüseabonnement auszuprobieren.

Als Beispiel für diese Gruppe stelle ich Frau C vor:

**Frau C** ist etwa 25-30 Jahre alt und lebt mit ihrem Freund zusammen. Sie studiert „Technischen Umweltschutz“, er arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter an einer Universität. Sie haben im Februar 1998 ein Gemüse- und ein Obstabonnement (jeweils für 2-3 Personen) bestellt und die Gemüsekiste im Sommer 1998 nach etwa halbjähriger Erprobung wieder abbestellt, da es Probleme gab, alle gelieferten Produkte zu verarbeiten.

Frau C und ihr Freund essen in der Woche wenig zu Hause. Sie kochen nur am Wochenende, so dass der Liefertermin am Anfang der Woche sich als besonders ungünstig erwies. Außerdem kam Frau C nicht damit zurecht, sich an den vorgegebenen Inhalt der Kiste anpassen zu müssen. Andererseits hebt Frau C positiv hervor, dass jede Woche einfach Gemüse da war und sie kochen musste. Gut fand sie, Gemüse geliefert zu bekommen, die sie sonst nicht kaufen würde, sowie dass die Gemüsemengen ihren Bedürfnissen angemessen sind und z.B. kleine oder halbe Kohlköpfe geliefert wurden. Frau C kennt das Abonnementprinzip durch ihre (nicht in Berlin lebenden) Eltern und ist von der Flexibilität ihrer Anbieterin angetan, auch davon, dass telefonisch Auskünfte zu bekommen waren, wie sie ihr unbekannte Produkte zubereiten könnte und ihr ggf. ein zusätzliches Rezept zugeschickt wurde. Sie bedauert, dass es den Infozettel mit (Herkunfts-) Informationen nur für die Gemüse-, nicht aber für die Obstkiste gibt.

Die Obstlieferung nimmt Frau C meist persönlich entgegen, da sie ohnehin bei der Lieferung oft anwesend ist. Anderenfalls fährt ihr Freund in der Mittagspause nach Hause, da es ihm unangenehm sei, wenn die Lieferung länger vor der Wohnungstür stehe und er sowohl Diebstahl, wie auch „unangenehme Überraschungen“ befürchte.

Frau C stammt aus Belgien und kritisiert den deutschen Lebensmittelhandel, in dem in Deutschland zu wenig Wert auf Lebensmittelqualität gelegt werde. Sie ist mit dem Sortiment der Supermärkte, das sie als zu wenig differenziert empfindet, unzufrieden. Der Organisation ihres Abonnements über das Internet gegenüber ist sie unentschlossen, lehnt es nicht ab, mag aber lieber den telefonischen Kontakt zu Menschen, den sie „witziger“ findet, als Taste A, B oder C zu drücken.

Sie betrachtet ökologisches Handeln auch wegen ihres Studienfachs als Teil ihres Lebensstils, sieht aber (für andere) den Preis ökologischer Produkte als problematisch an. Als Alltagsbereiche, in denen sie auf Umweltschutz achte, nennt sie die Unterstützung des ökologischen Landbaus, die Nutzung von Recyclingpapier sowie die Bereiche Mobilität und Wassersparen.

### **7.2.5.3 Motivation: Ausgleich struktureller Mängel der Gemüseversorgung im Lebensmitteleinzelhandel**

Als eine wichtige Motivation für Gemüseabonnements wird häufig angegeben, dass die Versorgung mit Gemüse in den betreffenden Wohngebieten schlecht sei. Das Abonne-

ment wird als Möglichkeit gesehen, die Versorgung zu verbessern. Besonders oft klagen die NutzerInnen von Abonnementkisten darüber, dass das in manchen Stadtteilen Berlins zum Verkauf angebotene Gemüse nicht frisch sei. Sehr deutlich und stellvertretend für viele andere AbonnentInnen beschreibt Frau V die Versorgungssituation aus ihrer Sicht: „...rege mich also, eigentlich jedes Mal über Gemüse auf und über das Obst. Also, ich finde das ganz schlimm in Köpenick, ganz schlimm. Also ich weiß auch nicht, warum die Leute sich nicht mehr darüber aufregen, also. Wir wollten auch schon mal eine Eingabe machen an den Kaiser<sup>(138)</sup>, aber... Einmal haben wir zum Beispiel gesehen, dass Blumenkohl, die braunen Enden abgeschnitten waren, und so im Korb lagen. Hat auch keiner gekauft, davon abgesehen, aber es sagt auch keiner was. In den westlichen, also in den alten Bundesländern, würde das kein Mensch mitmachen“ (V 271 ff).

Hier spiegelt sich ein strukturelles Problem des Lebensmitteleinzelhandels (sowohl des konventionellen als auch des Naturkosteinzelhandels). Gemüse wird zum Teil lange transportiert um in die Verkaufsstätten zu gelangen, wobei auf den Transportwegen günstige klimatische Bedingungen für Gemüse noch einigermaßen gewährleistet werden können. Problematisch ist die Präsentation in den Verkaufsstätten selbst. Die Raumluft ist zu warm und zu trocken um eine Frischhaltung zu gewährleisten. Kühlsysteme, die auch den Feuchtigkeitsverlust der Produkte vermeiden und dennoch eine für KundInnen attraktive Präsentation ermöglichen würden, sind bisher technisch nicht ausgereift (vgl. GEYER 1999) und so teuer, dass selbst große Lebensmittelketten vor der Investition zurückschrecken. GEYER spricht von Investitionskosten von 20.000 DM für ein Verkaufssystem von zwei Metern Länge<sup>139</sup>. Der Energieverbrauch der in der Entwicklung befindenden Systeme ist vermutlich hoch, was sowohl eine erhöhte Umweltbelastung als auch höhere Betriebskosten der Gemüsevermarktung über den Einzelhandel nach sich zieht.

Die AnbieterInnen von Gemüseabonnements haben diese strukturellen Probleme nicht, weil die Produkte meist wenige Stunden vor der Auslieferung an die KundInnen geerntet werden. Zukauf- und Lagergemüse kann unter günstigen klimatischen Bedingungen vorgehalten werden, eine attraktive Verkaufspräsentation ist nicht notwendig.

Vor dem Abonnement nahmen besonders VerbraucherInnen, die hohe Qualitätsansprüche an ihre Gemüseversorgung stellen, zum Teil lange Wege auf sich, um auf Ökomärkten einzukaufen, die es nicht in allen Stadtteilen Berlins gibt und zum Teil auch zu Naturkostläden in Stadtteilen, die gegenüber anderen für günstigere Preise bekannt sind<sup>140</sup>. „Markt mit Bioobst und Gemüse ist ja relativ weit weg. Da gibt es einen am Chamissoplatz (in Kreuzberg), ich wohn´ in Hohenschönhausen, mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist es also ne Weltwanderung“ (R 30 ff).

---

<sup>138</sup> Gemeint ist hier eine Lebensmitteleinzelhandelskette

<sup>139</sup> Mündliche Auskunft auf einem Seminar zum Thema „Qualitätserhaltende Maßnahmen bei welkeempfindlichen Produkten“ in Berlin am 3. November 1999.

<sup>140</sup> Noch immer sind Preise in Naturkostläden im Prenzlauer Berg (aufgrund der dort herrschenden Konkurrenzsituation: im Prenzlauer Berg befindet sich der erste Naturkostsupermarkt der Stadt) und in den Bezirken Kreuzberg und Schöneberg (hier herrscht wegen einer großen Dichte von Naturkostgeschäften und mehrerer Filialen von Einkaufsgemeinschaften ein starker Konkurrenzdruck) günstiger als in weniger zentral gelegenen Bezirken der Stadt.

In der schriftlichen Befragung wurde die offen formulierte Frage „Was gefällt Ihnen an Ihrem Gemüseabonnement am besten?“ nach dem Lieferservice (204 Nennungen) am häufigsten die Frische der Produkte mit 186 Nennungen gelobt. Die Befragten vergaben für das Kriterium „Frische“ mit 48,5 % die Note „sehr gut“ und zu 36,7 % die Note „gut“. Diese Noten spiegeln die hohe Zufriedenheit der AbonnementnutzerInnen mit der Frische der ihnen gelieferten Produkte.

### **7.2.6 Motivallianzen zwischen Gesundheit, Umweltschutz und der Stützung regionalen Wirtschaftens**

Bei der Entscheidung für ein Gemüseabonnement greifen meist verschiedene Gründe ineinander. Ein wichtiges Ergebnis auch der schriftlichen Befragung ist, dass nicht ein, sondern mehrere Motive zur Entscheidung für ein Gemüseabonnement führen. In der Vorbereitung der Befragung wurde vermutet, dass Haushaltsentlastungen (seien sie nun finanzieller oder zeitlicher Art), Gesundheit und Genuss und auch Umweltschutzmotive bzw. ein Bezug zu Nachhaltigkeitsgedanken eine große Rolle bei der Entscheidung für ein Gemüseabonnement spielen. Zusätzlich wurde erwartet, dass mit dem Direktbezug ein größeres Vertrauen in die Integrität der Lebensmittel verbunden ist. Zur Erfassung der Motive wurden den Befragten zwölf Aussagen angeboten und darum gebeten, Zustimmung oder Ablehnung in einer vierstufigen Skala zu markieren (trifft zu bis trifft gar nicht zu)<sup>141</sup>.

Die aufgeführten Gründe (siehe nachfolgende Tabelle 21) für ein Abonnement bekamen insgesamt eine sehr hohe Zustimmung, zwischen 74 % bis 94 % der Befragten stimmten den vorgegebenen Aussagen zu. Einzige Ausnahmen sind die beiden Aussagen „Ich wollte Ökoprodukte preislich günstig einkaufen“ die nur von 57 % zumindest als teilweise zutreffend und „Ich habe keine Einkaufsmöglichkeit für Ökoprodukte in meiner Nähe“ was mit 66 % als nicht zutreffend beantwortet wurde. Dies bedeutet aber auch, dass immerhin ein Drittel der schriftlich Befragten Probleme bei der Versorgung mit ökologisch erzeugten Produkten in ihren Wohngebieten sieht.

---

<sup>141</sup> Zusätzlich wurde die Option „Über diesen Aspekt habe ich bisher nicht nachgedacht“ angeboten, um zu vermeiden, dass Befragte sich gezwungen fühlen, sich zu Aussagen zu äußern, die sie hier das erste Mal in Zusammenhang mit dem Abonnement gebracht sehen.

Um eine Bewertung der Wichtigkeit der Gründe und Motive zu erhalten, sollten die Befragten **die drei für sie wichtigsten Gründe** nennen.

**Tabelle 21** Relative Häufigkeiten der drei wichtigsten Gründe\* für den Bezug eines Gemüseabonnements nach zugeordneten Motiven (Statistische Auswertung von Silvia CUNNINGHAM, vgl. CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 86)

Motiv	Angegebene Gründe	Die drei wichtigsten Gründe
<b>Umweltschutz</b>	• Ich wollte den ökologischen Landbau unterstützen.	21 %
	• Ich wollte regionale ÖkolandwirtInnen unterstützen	27 %
	• Ich wollte zum Umweltschutz beitragen.	15 %
	• Ich wollte mich mit jahreszeitlich angepassten Gemüsearten ernähren	23 %
<b>Gesundheit</b>	• Ich wollte Lebensmittel aus ökologischem Anbau beziehen, weil diese weniger Schadstoffe enthalten.	34 %
	• Ich wollte aus gesundheitlichen Gründen Produkte aus ökologischem Anbau konsumieren.	34 %
<b>Haushaltsentlastung</b>	• Ich wollte durch den Direktbezug Einkaufswege und Zeit sparen.	32 %
	• Ich wollte Ökoprodukte preislich günstig einkaufen.	6 %
	• Ich habe keine Einkaufsmöglichkeit für Ökoprodukte in meiner Nähe.	5 %
<b>Vertrauen</b>	• Ich wollte genau wissen, woher meine Lebensmittel stammen.	13 %
	• Ich wollte meine Lebensmittel direkt vom Produzenten beziehen.	11 %
<b>Genuss</b>	• Ich wollte aus geschmacklichen Gründen Produkte aus ökologischem Anbau konsumieren.	29 %

\* geschlossene Frage

In dieser Prioritätensetzung wird gegenüber der allgemeinen Zustimmung deutlich, welche Motive für die Entscheidung zu einem Abonnement relevanter sind als andere. „Gesundheitliche Gründe“ und „weniger Schadstoffe“ erweisen sich als die meist genannten Gründe (je 34 %) für den regelmäßigen Bezug eines Gemüseabonnements. Fast genauso häufig wurde genannt „Einkaufswege und Zeit sparen“ (32 %) zu wollen. „Geschmackliche Gründe“ (29 %) kann ebenso wie „Unterstützung regionaler ÖkolandwirtInnen“ (27 %) noch der Spitzengruppe zugerechnet werden. „Ökoprodukte preislich günstig einkaufen“ (6 %) und „keine Einkaufsmöglichkeit für Ökoprodukte in meiner Nähe“ (5 %) sind nur für eine Minderheit von Bedeutung.

Knapp 19 % der Befragten nutzten die Möglichkeit, individuelle Gründe für den Bezug eines Abonnements anzugeben: Gründe, die als Entlastung in der Haushaltsorganisation gedeutet werden können, wurden mit 21 % der Nennungen aller KundInnen am häufigsten genannt. Schwangerschaft, Stillzeit oder Kinder im Haushalt wurden fast ebenso oft als Beweggründe für ein Abonnement genannt. Dabei steht der Gedanke an eine gesunde Ernährung für die Kinder stark im Vordergrund. So äußerte eine Kundin: „Ich wollte für die Ernährung von zwei Kleinkindern Lebensmittel, die weniger Schadstoffe enthalten.“ (845<sup>142</sup>).

<sup>142</sup> Die Nummer gibt den Fragebogen an, aus dem das Zitat stammt

Wichtig ist aber auch, mit einem Abonnement speziell einen bestimmten Betrieb unterstützen zu wollen (15 % der Nennungen), sei es, weil die AnbieterInnen persönlich bekannt sind, sei es, weil der Betrieb eine bestimmte Wirtschaftsweise hat oder ein besonderes soziales Engagement zeigt. Hier zeigen sich Anhaltspunkte für einen Zusammenhang zwischen Gemüseabonnements und einer Bindung an die Region. Für sich eine gesündere Ernährung zu gewährleisten (5 % der Nennungen) wird ebenfalls genannt und zusätzlich manchmal angemerkt, dass die Abonnements bestellt wurden, um sich zu einer gesünderen Ernährung zu disziplinieren.

LITTIG stellte in ihrer Untersuchung über die Bedeutung von Umweltbewusstsein im Alltagshandeln fest, dass sich „Umweltschutz bei vielen Alltagshandlungen eher als Nebeneffekt ein(stellt) oder ein Motiv neben anderen, selten aber Hauptmotiv (ist)“ (LITTIG 1995: 141). Die Entscheidung für eine umweltschutzorientierte Handlungsalternative sei dann am wahrscheinlichsten, wenn nicht allein das Umweltschutzmotiv, sondern auch andere Handlungsmotive wirksam werden. Sie spricht von „Motivallianzen“. Als herausragende Motivallianz beschreibt sie die zwischen Umweltschutz und Gesundheit: „Die meisten der als umweltrelevant beschriebenen Verhaltensweisen dienen nicht dem Schutz der natürlichen Umwelt an sich, sondern darüber vermittelt der eigenen Gesundheit“ (LITTIG 1995: 141).

Auch die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen, dass das Motiv „Gesundheit“ von großer Bedeutung ist. Das Motiv Haushaltsentlastung hat ebenfalls große Bedeutung, hier zeigt sich jedoch die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung: Während Zeitsparen wichtig ist, erweist sich die Annahme, finanzielle Entlastung könnte für die Entscheidung für ein Abonnement bedeutend sein, als unzutreffend. Diese Annahme setzte voraus, dass bereits vor dem Abonnement entsprechende Mengen ökologisch angebautes Gemüse erworben wurden. Da sich gezeigt hat, dass die meisten KundInnen vor dem Abonnement nur selten ökologisch angebautes Gemüse gekauft haben, sehen diese in der Regel keine finanzielle Entlastung. Die Haushalte, die sich bislang am Abonnementsystem beteiligen, verfügen zudem über ein vergleichsweise hohes Einkommen, so dass finanzielle Vorteile auch aus diesem Grund an Bedeutung verlieren können.

Auch in den qualitativen Interviews wurde deutlich, dass neben Vorteilen, die für die eigene Haushaltsführung und Ernährung von Gemüseabonnements erwartet werden, einen Beitrag zum Umweltschutz durch eine Versorgung mit Produkten aus ökologischem Anbau zu leisten und die regionale Produktion zu unterstützen, wichtige Motivationen sind. Diese Gründe stehen nicht im Mittelpunkt des Interesses, wurden im Verlaufe der Interviews aber häufig genannt. „Also, das war für mich als Hintergrund wichtig, diesen ökologischen Anbau hier im Umland zu unterstützen und überflüssige Transportwege einzusparen. Deswegen hat mich das im Prinzip schon immer interessiert und der konkrete Anlass war eben, dass ich dann von diesem günstigen Angebot hörte“ (D 85 ff).

In den Interviews wurde ebenso deutlich, dass soziale und wirtschaftliche Gründe wie die Stärkung der regionalen Wirtschaft und die Unterstützung von Projekten, die in der ökologischen Landwirtschaft Arbeitsplätze für benachteiligte Gruppen (wie z.B. geistig behinderte Menschen) schaffen, für einige KundInnen sehr wesentlich sind. „Therapeutische Lebensgemeinschaften, also Wohnen und Arbeiten unter einem Dach und dazu

gehört eben dieses Projekt Rohrlack, Werkstattbereich, der diesem Lindenhofer Landkorb zuarbeitet. So sind wir darauf gestoßen. Zum einen ist es, war es die Idee der Unterstützung dieser Grundidee und der andere Aspekt war, dass wir ohnehin uns ein kleines bisschen orientiert haben an Demeterprodukten“ (B 117 ff).

Das folgende Zitat, mit dem Frau F auf die Frage nach den Gründen für ihr Abonnement antwortet, zeigt noch einmal, dass für die Abonnierung von ökologischem Gemüse mehrere Motive ineinander greifen: „Also, dass ich auf pestizidverseuchte Sachen verzichte und (...) wir eigentlich ganz gesund leben oder probieren das halt in der heutigen Zeit. Das waren halt so die Erwartungen und dass ich gedacht hab, dass ich den kleinen Biobauern unterstützen möchte und halt gesund leben“ (F 100 ff).

## **7.2.7 Erfahrungen mit den Abonnements**

### **7.2.7.1 Veränderungen in der Haushaltsorganisation**

In diesem Kapitel soll aufgezeigt werden, zu welchen Veränderungen die Versorgung mit Gemüseabonnements im Ernährungsstil und in der Haushaltsorganisation führen (können). Die Darstellungen beruhen auf Analysen der qualitativen Interviews und werden ergänzt mit Ergebnissen, die aus der standardisierten schriftlichen Befragung gewonnen wurden.

Detailliert wird im Folgenden beschrieben: Die Veränderung der Ernährungsstile als Konsequenz der veränderten Versorgungsform. Daran anschließend werde ich die Auswirkungen der Versorgung mit Gemüseabonnements auf die verschiedenen Arbeitsbereiche der Ernährung getrennt und den zeitlichen Ablauf der Arbeiten rekonstruierend darstellen. Die Darstellung ist aufgegliedert in

- Speiseplanung
- Einkauf
- Lagerung und Umgang mit den Produkten
- Kochen

Als Exkurse werden in diesen Abschnitten die „Balance zwischen Vorgaben durch andere und der eigenen Entscheidungsfreiheit“ und die „Bedeutung von Sammelstellen“ in der Abonnementbelieferung dargelegt. Beide Themen sind charakteristisch für die spezielle Versorgungsform „Gemüseabonnement“. Im Anschluss lege ich dar, wie das Konzept von den NutzerInnen bewertet wird. Inwieweit die Veränderungen, die sich aus der neuen Versorgungsform ergeben, als Be- oder Entlastung der täglichen Arbeitsroutine empfunden wird, unterscheidet sich stark und hängt im Besonderen davon ab, wie die Haushalte strukturiert sind, wie die Ernährung vor dem Abonnement organisiert war und ob eine Veränderung des Ernährungsstils mit dem Abonnements intendiert war oder nicht.

#### ***Veränderung der Ernährungsstile***

Die regelmäßigen Gemüselieferungen bewirken eine Veränderung der Essensgewohnheiten der NutzerInnen von Gemüseabonnements. Es stellte sich in der schriftlichen Befragung heraus, dass die Zusammensetzung ihrer Ernährung sich mit dem Gemüseabonnement verändert hat: 59 % geben an, mehr Gemüse zu essen, 37 % essen weniger Fleisch, 15 % mehr Obst. Um eine Dimension der Veränderungen der Ernäh-



rung durch die Abonnements zu taxieren, wurde um eine prozentuale Schätzung gebeten. In insgesamt 532 ausgewerteten Fragebögen wurden für Gemüse 430 und für Fleisch 396 Schätzungen abgegeben. Etwa ein Viertel der Ausfüllenden sahen sich nicht in der Lage, Angaben über eine prozentuale Veränderung ihrer Ernährung zu machen. Entsprechend ist die Mittelung der Angaben nur eine grobe Annäherung an die sich vollziehende Veränderung. Für die beiden relevanten Bereiche Gemüse und Fleisch ergibt sich, dass der Verzehr von Gemüse um durchschnittlich 21 % steigt, während der Fleischverzehr um 18 % abnimmt. Gemüseabonnements führen also zu einer Veränderung der Ernährungsgewohnheiten, die umweltentlastend wirkt, die aber auf Grund der verwendeten Methode nicht quantifizierbar ist.

In der schriftlichen Befragung zeigte sich, dass die meisten AbonnentInnen vorher selten (58 %) oder nie (9 %) ökologisch angebautes Gemüse gekauft haben, die Vermarktung ökologischer Produkte durch das Abonnementsystem also stark gefördert wird.

In den Haushalten steht mit dem Abonnement meist erheblich mehr Gemüse zur Verfügung, als vorher konsumiert wurde. Dies betrifft nicht alle Haushalte im gleichen Umfang. Die Ergebnisse zeigen, dass Mehrpersonenhaushalte die gleichen Mengen beziehen wie Einpersonenhaushalte. Auch Haushalte, in denen mehrere Menschen zusammen leben, tendieren in der Regel dazu, die kleinste angebotene Zusammenstellung zu abonnieren. Um eine Vorstellung zu vermitteln, wie groß die wöchentlich gelieferten Mengen sind, zeige ich dies exemplarisch für die Versorgung einer Person und gehe von einem Abonnement aus, das für ein bis zwei Personen kalkuliert ist. Die kleinsten üblichen Lieferungen der AnbieterInnen in Berlin umfassen einen Inhalt von ca. vier Kilogramm Lebensmitteln, so dass täglich ca. 570 Gramm zur Verfügung stehen. Dabei handelt es sich entweder ausschließlich um Salate und Gemüse oder um etwa drei Kilogramm Gemüse plus Obst und Kartoffeln. Geht man von 25 % Schäl- und Zubereitungsverlusten aus, enthalten die Abonnementkisten eine tägliche Verzehrsmenge von ca. 430 Gramm Gemüse, beziehungsweise Gemüse, Obst und Kartoffeln. Zum Vergleich: Die „Deutsche Gesellschaft für Ernährung“ (DGE) empfiehlt einen täglichen Verzehr von 250 Gramm Gemüse, 200-250 g Obst und 80-100 g Kartoffeln, dies entspricht einem Gesamtgewicht von 530-650 g pro Tag. Der durchschnittliche Konsum von Gemüse liegt laut Nationaler Verzehrsstudie<sup>143</sup> mit ca. 110 Gramm (Frischgemüse und Gemüseprodukte) pro Kopf deutlich unter dieser Empfehlung. Für die Versorgung mit Obst, Gemüse und Kartoffeln aus den Abonnements bedeutet dies, dass der Bedarf eines Menschen nach den Empfehlungen der DGE (die ja über den real verzehrten Gemüse-mengen liegen) für etwa fünf Tage vollständig aus dem Abonnement gedeckt werden kann. Da im Bundesdurchschnitt die Empfehlungen der DGE deutlich unterschritten werden, bedeutet der Bezug des Abonnements unter Umständen, dass sich die Ernährungsgewohnheiten mit einem Abonnement verändern (müssen). Da die bereit gestellten Mengen für eine Person in etwa den Empfehlungen der

---

<sup>143</sup> Ergebnis der Nationalen Verzehrsstudie 1985 -1988 und Berechnungen von Silvia CUNNINGHAM; KÜBLER, W.; ANDERS, H.J.; HEESCHEN, W. (Hg.): VERA-Schriftenreihe Band XI, Ergebnisse der Nationalen Verzehrsstudie (1985 -1988) über die Lebensmittel- und Nährstoffaufnahme in der Bundesrepublik Deutschland; Wissenschaftlicher Fachverlag 1995

DGE entsprechen, können Gemüseabonnements auch als Beitrag zu einer gesünderen Ernährung verstanden werden.

Aus der Rechnung ergibt sich, dass in größeren Haushalten pro Person deutlich geringere Gemüsemengen geliefert werden. Es zeigt sich, dass der Einfluss auf die alltägliche Ernährung in Einpersonenhaushalten durch die verhältnismäßig größere Gemüsemenge, die geliefert wird, erheblich größer ist, als in Mehrpersonenhaushalten. In meiner Darstellung der Veränderungen durch die Versorgung mit einem Gemüseabonnement greife ich deshalb immer wieder auf Erfahrungen aus Einpersonenhaushalten zurück, weil sich so die Struktur der Veränderungen plastischer aufzeigen lässt.

Insbesondere mit wöchentlichem Bezug von Vollsortimenten geht einher, dass in Einpersonenhaushalten mehrmals in der Woche Mahlzeiten bereitet werden müssen, um die Produkte zu verbrauchen. Dass der Inhalt einer Ein- bis Zwei-Personengemüsebox reicht, um etwa vier bis fünf Hauptmahlzeiten für eine Person zuzubereiten, bestätigen auch Angaben der AnbieterInnen und NutzerInnen.

In Berlin-Brandenburg bietet nur ein Unternehmen eine kleinere Gemüsebox zum Preis von 13,50 DM im Abonnement an, die mit einem anderen Angebot kombiniert werden muss (Käsetüte, Obstbox etc.), da der Betrieb erst ab einem Mindestbestellwert von 18 DM liefert. Seit dem Frühjahr 1998 bietet das gleiche Unternehmen auch eine „Single-Box“ zum Preis von 18 DM an, die Obst und Gemüse enthält und sich damit an die Bedürfnisse von Einpersonenhaushalten anzupassen versucht<sup>144</sup>. Einer Nachfrage beim Anbieter im Herbst 1999 zufolge, werden die auf Einpersonenhaushalte zugeschnittenen Angebote rege genutzt, ca. 20 % bis 25 % der von diesem Betrieb ausgelieferten Gemüseboxen sind entweder Single-Boxen oder kleine Boxen zum Preis von 13,50 DM.

In Einpersonenhaushalten, die wöchentlich eine Lieferung erhalten, sind die Veränderungen des Ernährungsstils oft besonders groß, als Beispiel wird hier nochmals Frau D zitiert. Die alleinlebende Vegetarierin, die sich schon vor ihrem Abonnement vorwiegend mit ökologisch erzeugtem Gemüse ernährt hat, berichtet: „Ja, also die Mengen in der Box sind eigentlich so bemessen, das teilt sich auf in halb Obst und halb Gemüse und von den Mengen her ist das im Allgemeinen so, dass ich eigentlich jeden Tag kochen müsste, um das aufzubrechen. Das schaff ich nicht ganz regelmäßig (...) ja, ich merke, diese Box stellt mich vor neue Überlegungen. Ich habe dann manchmal noch was übrig, das habe ich also letztens mal eingefroren, das mache ich eigentlich selten. Das habe ich also unverarbeitet eingefroren. Und dann habe ich jetzt letzte Woche gemerkt, ich habe so viel Möhren und Obst, dann bin ich dazu übergegangen, zur Arbeit, wo ich sonst Brot esse, zusätzlich auch noch Möhren und Obst mitzunehmen“ (D 107 ff).

In den Interviews mit Menschen, die mit anderen zusammen leben, wurde ebenfalls über verschiedene Veränderungen der Ernährungsgewohnheiten berichtet. Wesentlich ist die Verwendung größerer Mengen unverarbeiteter Produkte, eine zum Teil erheb-

---

<sup>144</sup> Alle anderen Sortimente dieses Anbieters enthalten ausschließlich Gemüse, ein Obstsortiment wird als zusätzliche Option angeboten. Das Obstsortiment stammt fast gänzlich aus Zukäufen, da der Anbieter keinen Obstbau in größerem Umfang betreibt.

liche Reduzierung des Fleischverzehrs und die geringere Verwendung von (Halb)Fertigmahlzeiten.

Frau G beschreibt die Veränderung hin zu einer stärker gemüseorientierten Küche, die durch den Auszug ihrer beiden erwachsenen Söhne erst möglich wurde: "Also es gibt bei mir ganz wenig Fleisch, seit wir alleine sind. (...) Da gab es, ich würde mal sagen schlicht die vierfache Menge, weil das sind zwei Söhne gewesen, die Unmengen verteilen konnten und da habe ich ganz anders vorgekocht, ganz anders auch eingeteilt, weil ich immer berufstätig war. Hab eine lange Zeit so gehabt, dass ich einen Tag zu Hause hatte. Ich bin gewöhnt einen Tag zu haben, an dem ich einfach diese ganze eingekaufte Sache verbrate. Also, damals habe ich eben dann Gulasch gemacht oder Buletten oder so was in großen Mengen eingefroren. Oder eben in Portionen eingefroren, so dass ich immer was im Vorrat hatte. Diese Vorratshaltung habe ich in so weit aufgegeben, als ich jetzt die Sachen immer nur blanchiere und dann auch portionsweise eingefriere, z.B. habe ich immer so Säckchen mit Suppen, das ist die andere Leidenschaft meines Mannes. Aus dem Gemüse koch ich Suppen, die ich entweder passiere oder so lasse, im Beutel einfriere und dann holt der sich seinen Beutel raus wenn er Hunger hat und macht sich seine Suppe" (G 136 ff).

Frau Y äußert zur Veränderung des Ernährungsstils: "Also ich glaube, ich habe früher einfach schneller ein Pfund Spagetti in kochendes Wasser geschüttet, eine Flasche Ketchup dazugestellt und Käse gerieben. Da war ich natürlich innerhalb von zehn Minuten fertig und wenn ich jetzt, von mir aus auch Nudeln mache, aber halt mit einer Gemüsesauce, muss ich das Gemüse putzen und so, also das dauert schon länger. Auf der anderen Seite spare ich natürlich Zeit, weil ich nicht einkaufen muss. Also so, irgendwo denke ich, gleicht sich das aus" (Y 180 ff).

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass sich Änderungen von Ernährungsgewohnheiten durch die gelieferten Produkte ergeben:

- Es wird mehr (ökologisch angebautes) Gemüse gegessen.
- Es werden weniger Fleisch- und Convenience-Produkte gegessen.
- Zwischenmahlzeiten werden zum Teil durch Obst, Gemüse und Rohkost ersetzt.

### ***Speiseplanung***

Die meisten der InterviewpartnerInnen berichten, dass die Speiseplanung sich seit dem Bezug des Gemüseabonnements stark an den Lieferungen in der jeweiligen Woche orientiert. Im Vordergrund steht, dass die vorgegebene Zusammenstellung der Gemüsesorten den Speisezettel vorstrukturiert. So sagt beispielsweise Herr X: „Ich muss mir keine Gedanken mehr machen was ich essen will, (...) dann überleg ich mir nur noch, was mach ich heute, was misch ich mit was zusammen, ja und so" (X 114 ff). Ähnliche Aussagen treffen die meisten der Befragten und finden sich auch in der standardisierten Befragung. Die vorgegebenen Zusammenstellungen werden vorrangig als Entlastung wahrgenommen.

Wesentlich ist, sich keine Gedanken machen zu müssen um Herkunft und Saisonalität der Produkte, vielfach wurde erwähnt, dass für eine saisongerechte Auswahl der Nahrungsmittel die notwendigen Kenntnisse fehlen. Es wurde ein Bedauern offenkundig,

dass durch urbanisierte Lebensweisen Wissen verloren gegangen ist. Auf die Frage welche Vorteile sie bei ihrem Gemüseabonnement sieht, benennt Frau R als besonders positiv, dass sie davon entlastet ist, sich eine breite Waren- und Produktkenntnis zu verschaffen, um eine Entscheidung für Nahrungsmittel, die der Saison entsprechen, treffen zu können: „Den Punkt eins, den Zeitfaktor, dass ich's nicht einkaufen muss, und Punkt zwei muss ich mir keine Gedanken machen, was saisonbedingt ist, ich bekomm's ja geliefert“ (R 173 ff).

Die Ernährung mit der Jahreszeit entsprechenden Gemüsearten aus regionaler Produktion wird von vielen NutzerInnen als gesundheitsförderlich gesehen: „Es bekommt mir auch gut, die Sachen zu essen die jahreszeitlich gerade dran sind, die es also sowieso jetzt gerade vor meiner Haustür gibt“ (D 158 ff). Der jahreszeitliche Wechsel der Produkte wird nicht als Beschränkung gesehen, viele und vor allem auch ältere NutzerInnen, die oft auf Erfahrungen aus ihrer Kindheit verweisen, schätzen es sehr, dass sich die Jahreszeiten in der Zusammensetzung der Nahrungsmittel spiegeln: „Es macht Spaß im richtigen Augenblick das jahreszeitlich richtige zu essen, dann kommt auch ein ganz automatischer Wechsel“ (B 264 ff).

Die Äußerungen der NutzerInnen zeigen, dass sie der Saisonalität der Produkte einen hohen Wert beimessen. Dem steht gegenüber, dass die ErzeugerInnen die Zusammenstellung der Lieferungen auch mit importierten Produkten, die nicht der Jahreszeit entsprechen, ergänzen. Mit ca. 80 % stammt der überwiegende Teil der Produkte aus der BRD und nur knapp ein Fünftel der mit Gemüseabonnements ausgelieferten Produkte werden aus dem europäischen Ausland importiert, wobei die AnbieterInnen schwerpunktmäßig im Frühjahr importierte Waren mit den Abonnements ausliefern. Die Frage, ob die geäußerte Wertschätzung von saisonentsprechenden Produkten im Widerspruch zu der Praxis der ErzeugerInnen steht, konnte im Rahmen der Untersuchungen nicht eindeutig geklärt werden.

Frau K, die Mutter einer Jugendlichen, berichtet, dass ihre Tochter längere Zeit versucht habe, sie dazu zu bewegen, das Gemüseabonnement wieder zu kündigen, da sie den Verhandlungsspielraum mit der Mutter um die Mahlzeitenfolge sehr eingeschränkt gesehen habe. Frau K hingegen empfindet es für sich als zusätzlichen Entlastungseffekt, die Mahlzeitengestaltung in ihrer Familie nicht mehr aushandeln zu müssen (K 23 ff), sondern sich an den gelieferten Produkten zu orientieren. Sie sagt weiter, im Grunde habe auch ihre Tochter durch das Abonnement gewonnen, weil es Gerichte, die sie nicht mag, nur noch selten gäbe, da der Speiseplan der Familie insgesamt abwechslungsreicher geworden sei.

Die abwechslungsreichere Gestaltung des Speiseplans wird von vielen AbonentInnen als großer Vorteil des Abonnements deutlich hervorgehoben. In der schriftlichen Befragung wurde 145 mal unter der offen formulierten Frage „Was gefällt Ihnen an ihrem Gemüseabonnement am besten“ gelobt, dass das Gemüseabonnement zu einer abwechslungsreicheren Ernährung geführt habe. 100 mal wurde gesagt, durch das Abonnement habe man neue Produkte kennen gelernt. Zum Teil handelt es sich hier um Gemüsearten, die vorher zwar bekannt waren, die aber nicht eingekauft wurden. Offenbar entstehen im Alltag Routinen, die dazu führen, dass immer wieder gleiche Produkte gekauft und immer wieder gleiche Gerichte daraus zubereitet werden. Das Gemüseabonnement befriedigt mit seinen wechselnden Zusammenstellungen und der großen

Vielfalt der Gemüsearten anscheinend ein Bedürfnis nach einer vielfältigen, abwechslungsreichen Ernährung, die immer wieder Neues bietet.

Damit müssen aber auch alte Routinen durch neue Gewohnheiten ersetzt werden. Es ist eine gewisse Flexibilität in der Gestaltung der Speisepläne notwendig, die erfordert, dass mit den in der jeweiligen Woche gelieferten Produkte kreativ umgegangen werden kann. Frau E berichtet von anfänglichen Schwierigkeiten, die es notwendig machten, dass sie ihr Einkaufsverhalten veränderte und neben vertrauten Mahlzeitenzusammenstellungen auch neue Rezepte ausprobierte, um die gelieferten Waren in für sie ungewohnten Kombinationen vollständig zu verarbeiten: „Also es hat ein bisschen Übung gekostet für mich, das alles richtig zu organisieren und die richtigen Rezepte zu haben. Ich hatte am Anfang also immer viel zu viel, weil ich eben dann doch, also dann wollt ich dieses Gemüse mit dem Gemüse was nicht drin war zusammen kochen und so. Das hab ich jetzt sehr viel mehr im Griff. Also Gemüse (...) kaufe ich (heute) kaum dazu“ (E 149 ff).

Die Gestaltung des Mahlzeitenplans ändert sich mit Gemüseabonnements wie folgt:

- Entlastung von Entscheidungen bei der Speiseplanung
- Vielfältigere und abwechslungsreichere Gerichte
- Gewährleistung einer saisonalen Versorgung
- Ernährung mit Abonnement erfordert Übung und Umstellung von Routinen

*Exkurs: Balance zwischen Entlastung von der eigenen Entscheidung vor überbordenden (Super)marktregalen und der Beschränkung durch Vorgaben*

In der schriftlichen Befragung wurde deutlich, dass die Abonnements zu einem geringeren Anteil zur individuellen Gemüseversorgung beitragen, als ursprünglich angenommen wurde. 61 % der befragten AbonnentInnen regionaler AnbieterInnen gehen zu jeder Jahreszeit, 79 % mehrmals monatlich oder sogar wöchentlich zusätzlich Gemüse einkaufen.

Viele AbonentInnen schließen einen Kompromiss als Folge einer Ambivalenz zwischen der Entlastung und der Beschränkung der eigenen Entscheidungsfreiheit. Dieser Kompromiss soll deshalb näher beschrieben werden. Vielfach wurde betont, dass bewusst nicht ausreichende Mengen bestellt werden, um in einem gewissen Maß flexibel nach den eigenen Bedürfnissen Produkte zukaufen zu können und den Speiseplan entsprechend zu ergänzen. „Also ich gehe nicht in den Laden, muss mir jetzt überlegen, hmm, jetzt kaufst du das und dann kaufst du das und dann könntest du noch das daraus machen, sondern es ist einfach was in der Kiste drin und dann muss ich einfach sehen was ich daraus mache. Das finde ich persönlich für mich gut. Mir macht das Spaß. Also das so vorgegeben zu kriegen, finde ich gut. Und Nachteil von der Kiste ist natürlich das Umgekehrte, deswegen (...) bleiben (wir) auch bei dieser 2-er Kiste, obwohl ja inzwischen schon zweieinhalb bis drei davon essen. Es reicht eben halt nicht für sieben Gerichte, so dass wir doch ein, zwei mal was anderes dazumachen, und das find ich auch ganz gut, also. Ich wollte nicht die ganze Woche jetzt verplant haben, weil ich will einfach auch mal Pfannkuchen machen und zwar nur mit Marmelade oder mit Schinken, Käse oder im Mai will ich einmal die Woche Spargel machen oder so. Also,

dann, wo ich denke, das ist auch gut, dass die Kiste gar nicht reicht, das wär mir sonst nix, weil ich dann wirklich voll darauf verplant wär" (Y 231 ff).

Es liegt nicht in der Intention der KundInnen, sich vollständig über das Abonnement mit Gemüse zu versorgen. Dies wurde in den Interviews vielfach bestätigt: „Im Winter kaufe ich zu, halt Salate. Ach, wenn ich Lust auf Tomaten habe, hole ich mir auch Tomaten, also ich bin da nicht so festgefahren, ich ernähre mich auch nicht streng ökologisch, biodynamisch, also ich bin da flexibel" (Q 189 ff). „Nur von dem Gemüsekorb kann ich ja sowieso nicht leben, ich muss ja sowieso das eine oder andere zukaufen und wenn es mich nach was anderem gelüstet, nach Pizza, dann kauf ich mir eine Pizza, ja, aber sonst wenn da im Winter keine Paprika bei sind, dann ist das kein Problem, ja, können ruhig mehr Kohlsorten bei sein" (X 184 ff).

In beiden Zitaten wird eine Abgrenzung von einem Dogmatismus deutlich, die bei vielen der InterviewpartnerInnen gefunden wurde, es wurde mehrfach betont, dass das Abonnement einer ökologischen Gemüsekiste nicht bedeutet, dass die Ernährung durchgängig nach ökologischen Gesichtspunkten gestaltet wird. Die Basis der Versorgung wird mit ökologischen Produkten abgedeckt, aber die Lust auf Pizza oder importierte Produkte wird daneben selbstverständlich befriedigt.

Die KundInnen sagen, dass sie ihnen fehlende Produkte wie beispielsweise Tomaten (auch) aus konventioneller Erzeugung zukaufen würden. In den Befragungen wurde deutlich, dass sie nicht erwarten, dass importierte Produkte zu jeder Jahreszeit in der Kiste solche Bedürfnisse erfüllen: „O.k. dann konventionell. Also ich bin dann manchmal so, dass ich sage, Tomaten müssen einfach sein, ich kann nicht die ganze Zeit auf Tomaten verzichten oder will nicht, kann schon und kauf dann auch mal zu" (T 187 ff). Wie bereits in Kapitel 7.1 beschrieben, schätzen die verschiedenen AnbieterInnen ihre KundInnen in diesem Punkt unterschiedlich ein: Während sich die eine Gruppe während des gesamten Jahres bemüht, beliebte Gemüsesorten wie Tomaten zu liefern, orientieren sich andere AnbieterInnen eher am Saisonangebot. Eine direkte Rückkopplung zwischen AnbieterInnen und KundInnen gibt es in Bezug auf diesen Punkt nicht. Ergebnis der Studie ist, dass KundInnen sich ohnehin nicht vollständig über das Gemüseabonnement ernähren (wollen) und insofern bei Zukäufen Produkte wählen, die sie in ihren Abonnementlieferungen nicht erwarten. Eine stark saisonal und regional orientierte - wenn auch sehr abwechslungsreiche - Gestaltung der Abonnements trifft die Erwartungen der KundInnen.

### ***Einkauf und Belieferung***

Die Organisation der Einkäufe verändert sich durch die Abonnements entscheidend, da Produkte, die über Abonnement bezogen werden, nicht mehr selbst eingekauft werden müssen. Dies wird von den AbonentInnen als Zeit- und Wegeersparnis beschrieben, die als sehr positiv empfunden wird. Wichtig ist auch die konkrete Gewichtseinsparung bei ihren Einkäufen. Mehrere AbonentInnen benennen dies als erhebliche Entlastung: „Milch kriege ich auch noch, 8 Liter pro Woche. (...) und das ist auch ganz schön, weil das halt Mehrwegflaschen sind und Donnerstags immer schön pünktlich vor der Tür und das ist ganz bequem.." (A 93 ff). „Ich kann nicht so gut tragen, das ist alles. Ich darf nicht so schwer heben und deswegen" (Q 235 ff). „Ich bin ein bisschen wenig belastbar was den Rücken anbelangt und wollte natürlich dann entsprechend auf schlecht

zu tragende Einkaufstüten usw. auch verzichten, ne. Und insofern ist mir das schon ganz lieb, wenn mir das vor die Tür gestellt wird" (H 168 ff). „Ja, die Kiste wird zu uns nach Hause gebracht, das ist natürlich sehr schön, weil wir wohnen in der 5. Etage (...) ohne Fahrstuhl und diese Kiste hat (...) ca. 10 Kilo (...), wenn ich alles ranschleppe muss ich's ziemlich hoch tragen" (R 88 ff).

Ob die Gewichtseinsparung auch dazu führt, dass für die noch notwendigen Einkäufe statt dem Auto ein anderes Verkehrsmittel gewählt wird, kann aufgrund dieser Untersuchung nicht beantwortet werden.

Die Belieferung der Produkte wird von den NutzerInnen als erhebliche Entlastung in ihrem Alltag empfunden. 92 % der Befragten gaben an, dass sie keine Probleme mit der Belieferung haben. Wenn in Bezug auf eine Belieferung an die Wohnungstür über Probleme berichtet wird, so beziehen sich diese in der Mehrzahl darauf, dass gewohnte Lieferzeiten nicht eingehalten wurden.

Nur wenige haben Probleme damit, dass die gelieferten Produkte vor der Wohnungstür abgestellt werden. Selten wird von Diebstählen in den Häusern berichtet. In der schriftlichen Befragung teilten nur zwei von 602 AbonnentInnen mit, ihnen seien schon einmal Produkte gestohlen worden.

Die Erfahrungen der bisherigen NutzerInnen zeigen, dass es bei der Belieferung kaum zu Problemen kommt. Dennoch gibt es Bedenken, die in Bezug auf die Erweiterung des KundInnenkreises möglicherweise von Bedeutung sind. Deshalb werde ich darauf näher eingehen. In einem Interview wurde die Besorgnis deutlich, dass es möglicherweise zu Diebstählen im Haus kommen könnte, in der Konsequenz wurde ein Angebot ausgewählt, bei dem am Abend ausgeliefert wird, so dass die Nutzerin die Produkte persönlich in Empfang nehmen kann: „Was ich sehr gut fand, war, dass die mir das persönlich übergeben haben, weil ich finde es sehr negativ wenn, also bei uns im Haus wir haben unten, die Haustür ist offen, wir haben keine Klingelanlage und das Problem ist, dass viele von den Anbietern hier aus dem Umland die Kiste dann eben vor die Tür stellen und die dann den ganzen Tag vor der Tür steht" (I 131 ff).

Herr J hat sein Abonnement gekündigt, nachdem ihm zum zweiten Mal eine Lieferung gestohlen wurde: „Sie wollten ansagen, wann sie die Kiste bringen (...) und dann kam sie drei Stunden später erst (...) es kam keiner und dann hatte ich keine Zeit mehr zu warten und (...) dann später als ich wieder heim kam, war es nicht mehr da" (J 107 ff).

Voraussetzung für eine Belieferung an die Wohnungstür ist, dass die Häuser eine soziale Struktur aufweisen, die sichert, dass die Produkte nicht gestohlen werden. Dies scheint in den meisten Häusern der derzeitigen NutzerInnen gewährleistet zu sein, da nur in sehr wenigen Fällen von derartigen Vorkommnissen berichtet wurde. Es gibt aber auch Menschen, die grundsätzlich kein gutes Gefühl bei der Lieferung von Produkten an die Wohnungstür haben und die sich, wenn es ihnen nicht möglich sein sollte die Lieferungen persönlich entgegen zu nehmen, vermutlich nicht für ein Gemüseabonnement entscheiden werden. Um auch diese möglichen KundInnen zu erreichen, wäre es sinnvoll, Verfahren zu entwickeln, Lieferungen auf andere Weise zuzustellen. Möglichkeiten bestehen z.B. darin, Produkte nicht an die Wohnung, sondern an den Arbeitsplatz zu liefern. Dies wird von vielen AnbieterInnen bereits praktiziert, im Informationsmaterial wird darauf aber in der Regel nicht hingewiesen.

Neben der Einsparung von Zeit und Wegen wird auch der über das Abonnement hinaus notwendige Einkauf als einfacher empfunden, weil der Inhalt der Gemüsekiste den wöchentlichen Lebensmittelbedarf vorstrukturiert. Es wird bewusst „um die Kiste herum“ dazu gekauft: „Also ich bin so jemand, die, wenn sie in den Laden geht, stundenlang überlegen muss, was jetzt einzukaufen ist ..., was kochen wir jetzt? Und diese Überlegung stellt sich dadurch nicht, weil ich sehe, was in dieser Kiste ist und ich gehe am Mittwoch dann in den Laden, dann kaufe ich noch das und das und das dazu (...) und da ist also nicht so eine Vielfalt einfach gegeben, sondern eine relative Begrenzung halt, je nach saisonalem Gemüse. Dadurch ist also eine Zeitersparnis und vor allen Dingen eine Stressersparnis für mich, ganz eindeutig zu vermerken.“ (U 193 ff.)

Einige NutzerInnen berichten in Interviews, dass sie nach Eintreffen der Lieferung einen Mahlzeitenplan für die kommende Woche entwerfen, aus dem sich die benötigten zusätzlichen Produkte ergeben. „Also erstens mal finde ich gut, dass ich nicht einkaufen gehen muss, also das ist ja natürlich auch eine Zeitersparnis, dass ich das Gemüse und auch im Sommer das Obst ... immer gerne frisch habe, also es ist vielleicht sogar eine Zeitersparnis, ... weil ich viel planvoller koche. Ich, wenn ich jetzt den Gemüsekorb habe ... dann setze ich mich hin und mache wirklich einen Essensplan und dann laufe ich nur noch einmal zu Reichelt (Supermarkt)“ (E 200 ff).

Vielfach wird berichtet, dass insgesamt weniger Lebensmittel eingekauft werden und letztlich auch weniger weggeworfen wird, was sich aus dem folgenden Zitat entnehmen lässt „da habe ich dann ganz schnell eingekauft. Einfach nur buntes Zeug. Und die Hälfte landete im Müll. Ich hatte Hunger und gar nicht bewusst und auch, ich habe immer gesagt, ich hab gar keine Zeit zum Kochen und jetzt muss ich mir die Zeit nehmen und das ist wunderschön“ (W 202 ff).

Veränderungen im Einkauf lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Durch die Belieferung reduziert sich der Einkaufsaufwand; es ergibt sich eine Zeit- und Wegeersparnis und eine Gewichtersparnis.
- Durch die vorgegebene Produktauswahl kommt es zu Entlastung von Entscheidungsanforderungen.
- Zum Teil resultiert ein insgesamt geringerer Lebensmittelbedarf.

### Exkurs zur Bedeutung von Sammelstellen

Nur knapp ein Fünftel der schriftlich Befragten bezog ihr regionales Gemüseabonnement über eine Sammelstelle, 82 % wurden an die Wohnungstür beliefert. In der Auswahl der InterviewpartnerInnen wurde darauf geachtet, auch mit KundInnen von Betrieben, die vorwiegend an Sammelstellen beliefert werden, zu sprechen. Drei der vier Personen aus dieser Gruppe mit denen Interviews geführt wurden, bekommen ihre Kisten an eine Sammelstelle in das Haus geliefert, in dem sie wohnen. Die Vierte bekommt ihr Abonnement über den Arbeitsplatz zugestellt. Es stellt sich die Frage, ob die Auswahl einen Zufall darstellt oder bezeichnend für die Nutzung von Sammelstellen ist. Mit der zufälligen Auswahl der InterviewpartnerInnen ist es nicht gelungen, Erfahrung mit entfernten Sammelstellen zu erheben, da keine InterviewpartnerIn ihre Abonnementkiste von einer Sammelstelle abholen muss.



Frau U und Frau Q berichteten über das Zustandekommen ihrer Sammelstelle, dass sich jeweils eine Hausgemeinschaft zusammengefunden und gemeinsam Gemüse bei ökologischen Höfen bestellt habe. Für beide war dies auch ein wesentlicher Grund, sich am Abonnementsystem zu beteiligen: „Halt die Lieferung ins Haus auch mit ein paar Leuten zusammen, war auch noch so eine Sache, bei uns im Haus ist so eine Gemeinschaftswohnung und das ließ sich auch technisch einfach machen. (...) und wir haben das halt gemeinsam gemacht, allein hätt ich das niemals gemacht. Also das kommt hinzu, aufgrund der Hausgemeinschaft“ (U 53 ff).

Die Bedeutung der gemeinsamen Entscheidung der Hausgemeinschaft stellt Frau U deutlich in den Mittelpunkt. Es hätte durchaus die Möglichkeit gegeben, über andere AnbieterInnen ebenfalls eine Gemüselieferung an die Wohnungstür zu bekommen. Deutlich wird hier, wie wesentlich die Kommunikation und der Kontakt zwischen NachbarInnen für eine Entscheidung für ein Gemüseabonnement sein kann. Die AnbieterInnen sagen, dass pro Sammelstelle etwa fünf bis zehn Haushalte beliefert werden. Es ist also durchaus denkbar, dass die Vorstellung, mit der Belieferung an eine Sammelstelle sei immer ein längerer zusätzlicher Weg verbunden, nicht richtig ist.

Frau W hat ihre Wohnung als Sammelstelle zur Verfügung gestellt und schätzt die sozialen Kontakte, die sich daraus für sie ergeben haben, sehr. „Das ist ehrenamtlich (...) das sind ja auch Freundschaften,(...) also das finde ich toll und diese Projekte werde ich bewusst unterstützen. (...) Ich bekomme nämlich sehr viel, nicht finanziell sondern ideell und geistig, die Kontakte mit anderen Menschen, die auch, sagen wir mal, ähnliche Lebenswege suchen und trotzdem verschiedene Temperamente und Impulse geben und ich auch“ (W 180 ff).

Frau G berichtet von der Lieferung an ihren Arbeitsplatz: „da wir in einer Firma sind, wo mehrere dieses Gemüseabo beziehen, liefern die das nachts in die Firma, in den Vorraum und wir nehmen das mit. (...) Ja, das ist ganz fantastisch. Und es kommt eben alle 14 Tage und da hat jeder seine Tüte vorbereitet und dann nehmen wir das mit nach Hause“ (G 85 ff).

### ***Lagerung und Umgang mit den Produkten***

In der Untersuchung wurde generell eine große Sorgfalt im Umgang mit den gelieferten Produkten sichtbar, in der sich eine hohe Wertschätzung spiegelt. Dies belegen Äußerungen, die bereits in den Fragebögen frei formuliert wurden: „Das Gemüse scheint mir immer als etwas `Besonderes`“ (803) „Es gefällt mir, dass ich den Hof gut kenne, von dem ich das Gemüse bekomme und ich weiß das viel `Handarbeit` drin steckt“ (829). Hier wird deutlich, dass sich die Wertschätzung zum einen auf die Produkte selbst, zum anderen auf die besondere (ökologische) Produktionsweise bezieht.

Die überwiegende Mehrzahl der Befragten sagte, dass sie nie oder sehr selten Gemüse aus den Abonnementkisten wegwerfen: „Hmm, wird nix schlecht. 98 %, 99 %. Sicher dann beim Kohl natürlich, wenn der fünf Tage liegt oder beim Salat, dann fallen paar mehr äußere Blätter ab, die dann schon bisschen, ja, aber, so ganze Stücke fallen, wird alles verarbeitet“ (X 93 ff). Mit den Produkten wird sehr planvoll umgegangen, es werden im Kopf oder konkret auf dem Papier Speisepläne entworfen, der eigene Bedarf für die kommende Woche abgeschätzt und evt. überzählige Produkte an

FreundInnen oder NachbarInnen verschenkt. „Manchmal verschenk ich auch meiner Freundin nebenan was, wo ich sage, komm wir haben jetzt zwei Salate, die schaffen wir nicht, aber an sich pass ich schon drauf auf, dass es, dass das was halt schnell ver..., schnell schlecht wird, zum Beispiel Salate, dass die noch am selben Abend gemacht werden und Gemüse hält sich auch eine Weile im Gemüsefach“ (V 99 ff).

Die NutzerInnen berichten, dass sie für sich neue Verwertungsformen in ihrer Praxis der Ernährung entwickelt haben: Es werden (Gemüse)säfte gepresst, Rohkost ersetzt als Zwischenmahlzeit andere Lebensmittel etc. „Im Winter ist halt das Problem, dass halt viel eingemietet wird und dann halt unglaublich viel Möhren kommen, habe ich ja schon gesagt. Ich habe das Problem jetzt umgangen, dadurch dass ich einen Entsafter zu Weihnachten bekommen habe, dann mache ich halt Möhrensaft, fertig. Also ich stelle mich so ein bisschen darauf ein, einfach was sie liefern“ (U 273 ff).

Die NutzerInnen sammeln im Umgang mit den Produkten zum Teil für sie neue Erfahrungen. Eindrucksvoll ist die Schilderung von Herrn X. „Und man muss aufpassen beim, bei der Lagerung, habe ich schon bemerkt - das sind ja Gemüsefächer - was man zusammen tut. Gelbe Rüben mit noch was anderem, die fangen dann schneller an zu schimmeln, nämlich. (...) Ich mach die Gelben Rüben immer alleine und die Salate und die Kohlsorten alleine und so. (...) Bei Knoblauch hab ich´s schon gemerkt, Knoblauch und Zwiebeln vertragen sich nicht, glaube ich. So viel Gemüse hatte ich ja noch nie in meinem Leben, so das ist dann, muss ich jetzt dazulernen noch ein bisschen“ (X 97 ff).

Viele KundInnen berichten über Methoden, die sie entwickelt haben, um die Produkte zu lagern. Zum Teil blanchieren einige das gelieferte Gemüse und frieren es dann ein. An dieser Stelle soll Frau F zu Wort kommen, die beschreibt, wie sie nach der Lieferung mit den Produkten umgeht: „Na, meistens bin ich da, was passiert dann, Gemüse wird eingetuppert, wenn ich´s nicht gleich verarbeite. Manche Sachen sind ja auch so (...), Salat oder so, was du dann eh frisch zubereitest abends. Wird dann eingetuppert (...) werden dann halt kleingeschnipselt und eingefroren. (...) musst du auch so sehen, (...) hast zwar den Tag Arbeit, aber hast im nächsten Moment wieder keine Arbeit, wo du dann das Essen machst, weil die Mohrrüben sind ja schon vorgefertigt“ (F 171 ff).

Änderungen im Umgang mit den Produkten lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Sorgfältiger Umgang mit den Produkten, der aus einer großen Wertschätzung resultiert.</li><li>• Bedarfsplanung: Überschüssiges wird konserviert oder verschenkt</li><li>• Geringe Abfallmengen durch Sorgsamkeit im Umgang mit den Produkten</li><li>• Es werden neue Produktkenntnisse und Verarbeitungswissen angeeignet.</li></ul> |
|---|

### ***Kochen***

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass Unterschiede in Bezug auf Ernährungsgewohnheiten und Verarbeitungsfähigkeiten, die bei den unterschiedlichen NutzerInnen bereits vor dem Bezug von Gemüseabonnements bestanden, erhalten bleiben und sich deshalb auch der Umgang und die Zubereitung von Mahlzeiten mit dem Abonnementgemüse im Konkreten sehr unterschiedlich gestaltet. Es hängt von den Vorlieben, den

Vorkenntnissen, den Fähigkeiten und den Zeitstrukturen der NutzerInnen ab, wie sie die gelieferten unverarbeiteten Gemüse verwenden und wie aufwändig sie sie verarbeiten. Insgesamt sagten 38 % der schriftlich Befragten, dass sie häufiger kochen als vorher, bei 37 % dauert die Zubereitung der Mahlzeiten länger und 27 % kochen nach anspruchsvolleren Rezepten. Mehr als die Hälfte (57 %) isst mehr Rohkost.

Der Zeitaufwand für die Nahrungszubereitung ist bei den unterschiedlichen AbonnementInnen sehr verschieden. Einige beschreiben Kochen als ein Hobby, das ihnen Freude macht und mit dem sie entsprechend viel Zeit verbringen. Beispiele dafür sind Frau V und Frau U: „Also das war eine der größten Entspannungen halt, irgendwie da zu kochen und halt, halt was Gutes auch zu kochen, nicht irgendwie Fastfood oder sonst irgendetwas, sondern sich wirklich auch eine Stunde Zeit zu nehmen und das zu machen“ (U 108 ff).

„Ich koche leidenschaftlich gerne und ich habe immer gesagt, früher haben sie auch viel fürs Kochen gebraucht, viel mehr Zeit (...). Also ich seh das alles ein bisschen anders, (...) es ist für mich kein Zeitaufwand in dem Sinn. Zum Wochenende (habe ich) einen Gemüseeintopf gemacht, eine große Gelbe Rübe aus der Kiste, da muss man auch schnippeln, schnippeln, schnippeln, Möhren, Kartoffeln, Rübchen, alles, das ist schon aufwändig. Manchmal denk ich auch, ach, aber das möchte ich ja, das erwarte ich ja, also ich möchte das Gemüse frisch haben und nicht aus dem Tiefkühler oder aus der Dose. Das ist ja das, was ich wollte und (da) merk ich die Zeit auch nicht, die das aufwändig ist“ (V 151 ff).

Andere NutzerInnen der Gemüseabonnements berichten hingegen von sehr unaufwändigem Kochen. Beispiele sind Herr X und Frau D: „Und so wie ich das koche und verarbeite geht das Ruck-Zuck“ (X 118 ff). „Ich nehme meine Standardmethode, eigentlich. Meine Standardmethode ist, eben, in ganz wenig, ein bisschen Fett andünsten und mit ganz wenig Wasser weiterdünsten oder in so einem Dünsteinsatz gan..., nur also im Dampf garen und dann gieß ich das anschließend mit Sahne auf oder so“ (D 216 ff).

Veränderungen ergeben sich vor allem in den grundlegenden Zutaten: Es wird weniger mit Fleisch und vorgefertigten Nahrungsmitteln gekocht. Die Rezepte, die viele AnbieterInnen den Gemüseabonnements beilegen, sind bei den NutzerInnen sehr beliebt und werden gelesen. Tatsächlich verwendet werden sie anscheinend jedoch nicht so häufig.

Wie bereits beschrieben, berichten einige NutzerInnen, dass sie unmittelbar nach Lieferung der Produkte beginnen, diese zu verarbeiten. Die Gemüse werden geputzt, blanchiert und eingefroren. Dieses Vorgehen führt dazu, dass einmal wöchentlich sehr viel Zeit aufgewendet wird, um viele Produkte gleichzeitig vorzubereiten, an den restlichen Tagen fällt aber deutlich weniger Arbeit und Zeit an, und Mahlzeiten sind dann schnell zubereitet.

Von mehreren AbonnementInnen wird geäußert, dass sie durch das Abonnement eine Menge über Verarbeitungsmöglichkeiten regionaler und saisonaler Produkte gelernt hätten, was als Bereicherung des Alltags empfunden wird: „Die Rezeptpalette hat sich unglaublich erweitert dadurch, und ich kann auch jetzt variieren. Und es ist also nicht so, dass ich jetzt dadurch, dass ich jetzt nur dieses bestimmte saisonale Gemüse be-

komme halt (...) wirklich nur ein Gericht esse, sondern, ich habe dann halt irgendwie fünf Gerichte (...) das hat sich halt so ergeben, ich erarbeite mir das sozusagen. Also das macht dann Spaß" (U 209 ff.).

Gemüseabonnements werden von einigen NutzerInnen auch als eine Einführung in die Vollwerternährung beschrieben. Sie sind ein Einstieg in die Verwendung unverarbeiteter Produkte, und regen z.B. über die beigefügten Rezepte dazu an, auch nicht in den Abonnements enthaltene Produkte, wie weniger gängige Getreidearten o.ä. auszuprobieren.

Die ökologisch produzierten Gemüse, die, wie bereits dargestellt, oft eine große Wertschätzung erfahren, werden mit einer besonderen Sorgfalt behandelt, die sich auch auf die Zubereitungsarten auswirken. Frau F berichtet, dass sie begonnen habe, die Produkte schonender zu verarbeiten und anfinge sich für andere Produkte aus dem Naturkostsortiment zu interessieren. „Also, putzt zwar dann länger dein Gemüse ... und du kochst vorsichtiger, also ... dass du halt die Mohrrüben denn nicht ins Wasser reinhaust, ... sondern das du sie wirklich dämpfst, `ne. Das du halt also ganz vorsichtig mit diesen Sachen auch umgehst, also, ja so mache ich das jedenfalls. Und halt auch andere Gerichte, ..., denk ich das dann doch mal mehr Körnersachen ausprobierst und wie schmeckt das oder wie harmoniert das ... also denk ich, ist mehr Gemüse geworden. ... aber es hat sich doch ein bisschen geändert, dass du halt auch mehr andere Sachen dazu kochst, weißt du, so, weiß ich, das du mehr ins Reformhaus gehst noch, das du sagst, Mensch jetzt hol ich mir da noch dieses, was man dazu machen muss oder das du dann selber anfängst Sprossen zu ziehen" (F126 ff). Das schonendere Umgehen mit den Produkten führt vermutlich dazu, dass der Lebensmittelbedarf sinkt, weil weniger weggeworfen wird.

Alleinlebende GemüseabonnentInnen sprachen häufiger als Menschen, die mit mehreren zusammen leben, das Thema der Anschaffung neuer Haushaltsgeräte an. Die alleinlebende Frau U hat sich einen Entsafter angeschafft, um übrig gebliebene Produkte aus dem Abonnement zu Saft zu verarbeiten. Auch Frau V entsaftet das Gemüse zum Teil, „Also, ich guck drauf, dass es nicht schlecht wird, weil ich auch viele frische Säfte, also durch den Entsafter, press auch Gemüsesäfte" (V 95 ff). Das Gerät wurde aber offenbar in dem Familienhaushalt nicht eigens für die Verarbeitung von Produkten aus dem Gemüseabonnement angeschafft, sondern stand ohnehin schon zur Verfügung. Frau D berichtet, dass sie über die Anschaffung einer Küchenmaschine nachgedacht hat, sich aber letztlich aus Umweltgesichtspunkten dagegen entschied: „Ich überlege mir sehr genau, ob ich irgendwelche elektrischen Geräte brauche, ob sich das lohnt, die anzuschaffen oder ob ich das auch von Hand machen kann. (...) könnte mir eine Küchenmaschine kaufen, die meine Rohkost häckselt, ne und das habe ich bisher nicht gemacht, ich mache das mit, von Hand auf der Reibe" (D 265 ff). Herr X entschied sich für die Beschaffung eines solchen Gerätes: „wollte ich immer schon mal, ein bisschen mehr so kochen, experimentieren, so, jetzt habe ich mir eine Küchenmaschine gekauft " (X 172 ff).

Die Ergebnisse von ROSENKRANZ (1998) lassen die Annahme zu, dass in Einpersonenhaushalten unter Umständen<sup>145</sup> weniger Küchengeräte zur Verfügung stehen, als in Mehrpersonenhaushalten. Durch die Versorgung mit der Gemüsebox kann auf Dauer ein Bedarf entstehen, solche Geräte zu benutzen, so dass nach einer Weile eventuell überlegt wird, sie anzuschaffen. Es kann angenommen werden, dass in Mehrpersonenhaushalten solche Geräte bereits vor dem Abonnement bereit stehen, ob dies so ist, wurde in der Untersuchung nicht geklärt, kann aber aus den Ergebnissen von ROSENKRANZ abgeleitet werden. Häufig wird von den InterviewpartnerInnen berichtet, dass sie Produkte entweder zubereitet oder roh einfrieren. Es stellt sich grundsätzlich die Frage, ob sich mit der Veränderung der Ernährungsgewohnheiten vermehrt elektrische Geräte wie Tiefkühlgeräte, Küchenmaschinen, Entsafter etc. zum Einsatz kommen und ob sich dadurch der Energiebedarf in den Haushalten signifikant erhöht. Zudem stellt sich die Frage, ob durch einen vermehrten Einsatz und eine höhere Kochfrequenz letztlich der Energiebedarf einer Person für die Nahrungsmittelversorgung erhöht, wenn sie sich statt in Gemeinschaftseinrichtungen, mit Fertigprodukten etc., vorwiegend selbst versorgt. In Bezug auf diese Frage besteht Forschungsbedarf, sie wurde in dieser Untersuchung nicht bearbeitet.

Die Veränderungen in der Nahrungszubereitung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Der Aufwand für Ernährung ist sowohl ohne, als auch mit Gemüseabonnement abhängig von persönlichen Vorlieben, Fähigkeiten und Zeitstrukturen.
- Die Produkt- und Verarbeitungskennnisse weiten sich aus.
- Unter Umständen entsteht ein Bedarf nach Haushaltsgeräten, die die Verarbeitung der Produkte erleichtern.

## **7.2.8 Sicht der VerbraucherInnen: Entlastung - Belastung**

Die Einschätzung, ob ein Gemüseabonnement zu Mehrarbeiten oder zu einer Entlastung in der Versorgungsarbeit führt, hängt von einer Reihe von Parametern ab. Sie lassen sich unterscheiden in Faktoren, die sich aus den strukturellen Bedingungen der Haushaltsorganisation der einzelnen NutzerInnen ergeben und solchen, die aus den von den AnbieterInnen vorgegebenen Strukturen resultieren. Es sind also sowohl Bedingungen, die durch das Abonnement selbst vorgegeben werden, wie z.B. der Zustellungsort von Bedeutung, es fließt in die Beurteilung aber auch als Vergleichsmaßstab ein, wie die Ernährung vor dem Abonnement organisiert war. Wie OTT und LANGE anhand von Studien zum Ernährungsverhalten von Vollzeit erwerbstätigen Frauen bzw. alleinlebenden Menschen zeigen, ist dies sowohl geschlechts- als auch bildungs-, einkommens- und altersabhängig (vgl. Kapitel 3.5.2).

---

<sup>145</sup> ROSENKRANZ untersuchte den Besitz von Mikrowellengeräten und differenzierte Einpersonenhaushalte in Abhängigkeit von der Lebensphase (Alleinlebende vor und nach Ehe- und Familienphasen). Sie kommt zu dem Ergebnis, dass Alleinlebende jeder Altersgruppe die geringsten Besitzquoten an Mikrowellengeräten haben, dass aber die Ausstattung nachehelicher Lebensformen in der Tendenz besser ist als die vorehelicher Lebensformen (ROSENKRANZ 1998: 180).

### **7.2.8.1 Strukturelle Bedingungen der Haushaltsorganisation**

Bei der Beurteilung, in wie weit die gesamte Essensversorgung mit Gemüseabonnements mehr, weniger oder genauso viel Zeit wie die vorherige Versorgung beansprucht, schätzen 19 % der schriftlich befragten KundInnen regionaler AnbieterInnen, dass der Aufwand höher und 34 %, dass er geringer ist. Für 41 % hat sich durch das Abonnement nichts verändert.

Im Vergleich zwischen Ein- und Mehrpersonenhaushalten zeigt sich ein deutlicher Unterschied. Dieser resultiert, wie schon gezeigt wurde, daraus, dass die Menge des gelieferten Gemüses für eine alleinlebende Person einen deutlich größeren Einfluss auf den Ernährungsstil hat, als in Mehrpersonenhaushalten. So zeigt die Untersuchung, dass sich in Einpersonenhaushalten der Aufwand im Vergleich zur vorherigen Versorgung eher erhöht. Ein Drittel der befragten Personen in Einpersonenhaushalten empfindet die Ernährung mit dem Gemüseabonnement als aufwändiger, in Mehrpersonenhaushalten sind es dagegen nur 19 %. Als Ursache dafür kann möglicherweise angesehen werden, dass Menschen in Einpersonenhaushalten nach den Ergebnissen der Zeitbudgetstudie von 1992/93 deutlich weniger Zeit in die Zubereitung von Mahlzeiten investieren, als Menschen in Mehrpersonenhaushalten. Frauen verwenden, auch wenn sie alleine leben, einen immer noch höheren Anteil ihrer Zeit auf die Zubereitung von Mahlzeiten als Männer (vgl. Kapitel 3.5.2). OTT kam auf Grundlage seiner Untersuchung einer Gruppe von alleinlebenden Menschen in Bonn zu dem Ergebnis, dass Alleinlebende zu einem hohen Anteil ihre Ernährung über Angebote der Gruppenversorgung in Kantinen oder Mensen oder auch in Einrichtungen der öffentlichen Gastronomie organisieren (vgl. Kapitel 3.5.2). Auf diese Weise ist es nachvollziehbar, dass sie bei einem höheren Maß der Selbstversorgung diese als arbeitsaufwändiger einschätzen.

Auch empfinden weniger alleinlebende AbonentInnen eine Arbeitserleichterung (30 % gegenüber 37 % in Mehrpersonenhaushalten), dass sich nichts verändert habe, sagen nur 36 % gegenüber 44 %.

Wie gezeigt wurde, gibt es in den befragten Familienhaushalten Strukturen, in denen gemeinsame Mahlzeiten zum Alltag gehören. Dies steht im Gegensatz zu dem von KUTSCH beschriebenen Trend, dass auch in Mehrpersonenhaushalten die Mahlzeitenversorgung zunehmend individualisiert gestaltet wird und gemeinsame Mahlzeiten nicht mehr regelmäßiger Bestandteil eines gemeinsamen Alltags sind (vgl. Kapitel 3.5.2).

In den meisten Fällen sind in Haushalten, die Gemüseabonnements beziehen, Frauen für die Organisation und Zubereitung der Mahlzeiten allein verantwortlich. Die gemeinsame Mahlzeit war meist schon vor Bezug des Abonnements fester Bestandteil des Tagesablaufs, oder aber das Abonnement wurde unter anderem auch deswegen bezogen, um regelmäßige gemeinsame Mahlzeiten im Familienalltag zu etablieren.

Dagegen sind in Haushalten, in denen Menschen alleine leben, oder in Haushalten von Paaren fest eingeplante Mahlzeiten eher die Ausnahme. Die Ernährungsgewohnheiten werden überwiegend den Zeitstrukturen, die sich aus Erwerbstätigkeit und anderen Verpflichtungen ergeben, angepasst. Dies kann unter Umständen bedeuten, dass mehrere Tage hintereinander keine Mahlzeit zu Hause zubereitet und eingenommen

wird. Mit dieser Versorgungsform ein Gemüseabonnement zu verbinden, kann sich als schwierig herausstellen. Die Organisation der Ernährung von allein und in Lebensgemeinschaften Lebenden die sich mit Gemüseabonnements versorgen, entspricht der Struktur, die auch in anderen Untersuchungen bereits beschrieben wurde (vgl. Kapitel 3.5.2).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass eine feste zeitliche Struktur der Mahlzeitengestaltung, die in den Alltagsstrukturen der sich beteiligenden Haushalte begründet ist, eine günstige Voraussetzung dafür ist, dass die Versorgung mit dem Gemüseabonnement als Entlastung empfunden wird. Feste Strukturen der Mahlzeitengestaltung fanden sich in den untersuchten Gruppen fast ausschließlich in Familienhaushalten, die mit nahezu 70 % auch die HauptnutzerInnengruppe von Gemüseabonnements darstellen.

Auffallend ist, dass alle allein lebenden InterviewpartnerInnen über eine große Zeitsouveränität verfügten. Es handelte sich ausnahmslos um Teilzeit Beschäftigte oder freiberuflich Tätige, die weitgehend zu Hause arbeiteten, oder um nicht (mehr) im Erwerbsleben stehende Menschen. Dies weist darauf hin, dass eine hohe Zeitsouveränität die Nutzung von Gemüseabonnements begünstigt. Weiter ist charakteristisch für die Gruppe der befragten Alleinlebenden, dass Essen für sie oft eine große Bedeutung hat, entweder weil sie gerne kochen (oder es sogar als ihr Hobby bezeichnen), oder weil sie aus gesundheitlichen Gründen in besonderer Weise darauf achten (müssen), welche Produkte sie zu sich nehmen. Damit ist die von Gemüseabonnements erreichte Gruppe von alleinlebenden Menschen sicher nicht charakteristisch für die alleinlebenden Menschen der Stadt Berlin und der Bundesrepublik Deutschland (vgl. Kapitel 3.5.2).

Zur Zeit der empirischen Untersuchung gab es nur von einem Anbieter ein Angebot, das speziell auf die Bedürfnisse von Einpersonenhaushalten zugeschnitten war. Diese „Single-Kiste“ setzte sich zusammen aus Obst und Gemüse und erfreute sich bei den KundInnen dieses Betriebes recht großer Beliebtheit. Auch in den Veranstaltungen, die in Zusammenarbeit mit den Berliner Volkshochschulen durchgeführt wurden (vgl. Fußnoten 127 und 128), fragten vor allem alleinlebende Frauen immer wieder nach der Möglichkeit, eine Mischung von Obst und Gemüse zu abonnieren. Problematisch ist für die AnbieterInnen das Angebot von Obst vor allem deswegen, weil sie selbst in der Regel keine größeren Mengen von Obst anbauen und die Produkte vermutlich zum überwiegenden Teil (aus Importen) vom ökologischen Großhandel beschafft werden müssten. Für alleinlebende Menschen erleichtert die Konzeption der „Single-Kiste“ die Versorgung mit Gemüseabonnements, weil die mit einem höheren Anteil von Produkten, die als Rohkost verzehrt werden können, Teile der Lieferung auch für Zwischenmahlzeiten genutzt werden können und nicht erfordern, dass zur Verwendung (warme) Mahlzeiten zubereitet werden müssen.

In Haushalten, in denen Paare gemeinsam leben, stellt sich die Organisation der Ernährung ebenfalls weniger strukturiert dar als in Familienhaushalten. Auch sie haben in der Regel im Alltag keine fest eingeplanten und organisierten Mahlzeiten. Meist wird am Wochenende gemeinsam gekocht, während sich die PartnerInnen im Alltag vor allem individuell versorgen. Paare nutzen häufig Angebote der Außer-Haus-Versorgung. Für sie ist es besonders günstig, wenn die Belieferung mit dem Gemüseabonnement

am Ende der Woche stattfindet, da so die Produkte am Wochenende verbraucht werden können. Ob Paare dauerhaft bei der Nutzung von Abonnements bleiben oder nicht, hängt vor allem auch von der Flexibilität der AnbieterInnen ab. Die aktuellen Angebote ermöglichen es, größere oder kleinere Mengen kurzfristig zu ordern bzw. Lieferungen ganz ausfallen zu lassen, insofern sind die Bedürfnisse dieser Gruppe gut abgedeckt.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass von Menschen die für Versorgungsarbeiten in Familienhaushalten zuständig sind, Gemüseabonnements eher als Entlastung empfunden werden. Alleinlebende hingegen müssen in einem stärkeren Maße Alltagsroutinen verändern, ein Prozess der, bis sich neue Routinen entwickelt haben, als belastend empfunden werden kann. Für Paare ist es günstig, wenn die Belieferung am Ende der Woche stattfindet, weil sie vor allem am Wochenende (gemeinsam) kochen. Die große Flexibilität der AnbieterInnen führt auch bei ihnen dazu, dass diese Form der Versorgung eher als entlastend empfunden wird.

Ein Grund für einen höheren Aufwand bei der Ernährung mit Gemüseabonnements ist, dass mit dem Bezug der ökologischen Produkte grundlegende Veränderungen der Ernährungsweise einher gehen (können). Diese sind gewünscht und waren häufig bei der Bestellung des Abonnements bereits intendiert, so dass sie nicht als Beeinträchtigung im Alltag empfunden werden. Zudem betonen viele der InterviewpartnerInnen, dass der höhere Zeitaufwand für die Zubereitung durch Zeiteinsparungen, die aus der Belieferung resultieren, kompensiert wird, so dass die Ernährung insgesamt nicht als aufwändiger empfunden wird. Motive für die Nutzung der Angebote sind vielfach, sich konsequent zu einer gesünderen und manchmal auch ökologischeren Ernährung disziplinieren zu wollen. Häufig wird mit diesem Wunsch bereits antizipiert, dass der Aufwand für eine Ernährung, die weniger auf Außer-Haus-Verzehr und Fertiggerichte ausgerichtet ist, höher ist. Darum wird ein eventuell höherer Aufwand von dieser Gruppe von Personen nicht als Belastung bewertet.

Das Abonnement erfordert, dass die Menschen im Umgang mit den gelieferten Produkten individuelle Routinen entwickeln, die alte Versorgungsmuster ersetzen. Wenn sich das Abonnement nicht in bestehende Routinen integrieren lässt, bzw. es nicht gelingt neue aufzubauen, wird es eher als Belastung empfunden. Darauf deuten folgende Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung hin: Vor allem Alleinlebende nutzen die Möglichkeit das Abonnement 14-tägig zu beziehen. Für alleinlebende AbonnentInnen gelten die folgenden Zahlen. Während NutzerInnen, die wöchentlich beziehen, zu 44 % sagen, dass es weniger, zu 28 %, dass es genau soviel und zu 28 %, dass es mehr Arbeit mache, sich mit einem Abonnement zu versorgen, empfinden AbonnentInnen die das Gemüseabonnement seltener geliefert bekommen, es eher als größere Belastung. 40 % sagen, es mache mehr Arbeit, 47 % treffen die Aussage, es sei genau soviel Aufwand und nur 13 % fühlen sich entlastet. Ich deute dies als Hinweis darauf, dass eine wöchentliche Belieferungen eher dazu führt, dass Routinen im Umgang mit dem Abonnement entwickelt werden können, die dann als Entlastung der Ernährung empfunden werden. Eine seltenere Belieferung hat die Konsequenz, dass sich keine durchgängige Routine entwickeln kann, weil die Produkte für eine vollständige Versorgung über 14 Tage nicht ausreichen.



**Tabelle 22** Bewertung des Aufwandes für die Mahlzeitenversorgung in Abhängigkeit vom Lieferzyklus, betrachtet werden nur Einpersonenhaushalte (n=33)

<b>Aufwand für die Ernährung ist:</b>	<b>Lieferzyklus wöchentlich</b>	<b>Lieferzyklus in größeren Abständen</b>
Gleich geblieben	28 %	47 %
Hat sich erhöht	28 %	40 %
Hat sich verringert	44 %	13 %

### **7.2.8.2 Von den AnbieterInnen vorgegebene Strukturen**

Im Folgenden werden Strukturen diskutiert, wie sie die AnbieterInnen mit ihren Angeboten vorgeben.

#### **Vorgegebene Produktauswahl**

Anders als vermutet, ergeben sich nur für wenige Menschen Probleme aus der charakteristischsten Eigenschaft derzeitiger Angebote, nämlich keinen umfassenden Einfluss auf die Zusammensetzung der gelieferten Produkte zu haben. Die Gestaltung des Speiseplans und die Verarbeitung der Produkte wird als unproblematisch beschrieben. Viele NutzerInnen empfinden es als Bereicherung ihres Alltags neue Gemüsearten und Zubereitungsweisen kennen zu lernen. Gerade die wöchentlich wechselnde Zusammenstellung wird von vielen (16 %) als besonders positiv hervorgehoben („Überraschungseffekt“).

Viele der Befragten betonten, durch die Abonnements viel gelernt zu haben. Mit der Vermittlung von Kenntnissen über Gemüse aus regionalem Anbau wird eine Ernährungsform gefördert, die stärker auf die der Saison entsprechenden und aus der Nähe stammenden Gemüsesorten zurückgreift. Es wurde häufig berichtet, dass das Kennenlernen in Vergessenheit geratener Gemüsearten als Bereicherung empfunden und sehr positiv erlebt wird. Die Beschränkung, weniger von importierten Gemüsearten zu leben, wird in der Regel nicht als Restriktion gesehen, sondern als Anpassung an natürliche Zyklen. Die meisten befragten VerbraucherInnen verzichten nicht vollständig auf importierte Produkte, sondern kaufen bei Bedarf zu.

Entlastend in der Haushaltsorganisation wirkt die Vorstrukturierung des Mahlzeitenplans durch Gemüseabonnements. Um dennoch teilweise eine Freiheit in der Gestaltung des Speisezettels zu behalten, bestellen viele NutzerInnen Mengen, die für eine vollständige Versorgung mit den gelieferten Produkten nicht ausreichen.

Vor allem im Frühjahr ist die Verfügbarkeit von Gemüse aus regionalem Anbau beschränkt. Als Reaktion darauf werden von allen AnbieterInnen in diesen Zeiten importierte Produkte den Kisten beigegeben. Die AnbieterInnen entscheiden in der Regel über die Zusammenstellung regional/importiert. Diese Mischung bekommen alle KundInnen, obwohl einige keinen Wert auf Südfrüchte und importiertes Gemüse legen. Nur bei einigen Angeboten haben KundInnen die Möglichkeit, auf diese Entscheidung Einfluss zu nehmen.

Die AnbieterInnen sollten allen KundInnen die Möglichkeit geben, zu wählen, ob die Produkte ausschließlich aus der Region oder auch aus dem Import stammen sollen.

### **Lieferbedingungen**

Als belastend wird vor allem eine Belieferung an eine Sammelstelle empfunden, die sich nicht in der (unmittelbaren) Nähe der Wohnung befindet. Dies zeigen Ergebnisse der Auswertung der standardisierten Erhebung:

**Tabelle 23** Einschätzung des Aufwandes für die Mahlzeitenversorgung in Abhängigkeit von der Zustellungsart

<b>Aufwand für die Mahlzeitenversorgung ist:</b>	<b>Lieferung an die Wohnungstür (n=489)</b>	<b>Lieferung an eine Sammelstelle (n=95)</b>
Hat sich erhöht	15,3 %	34,7 %
Gleich geblieben	40,9 %	47,4 %
Hat sich verringert	38,2 %	14,7 %
Weiß ich nicht	5,5 %	3,2 %

Während die Mehrzahl der NutzerInnen, die an die Wohnungstür beliefert wird, den Aufwand für die Mahlzeitenversorgung mit dem Abonnement als unverändert oder verringert empfindet, wird von AbonentInnen, die an Sammelstellen beliefert werden, der Aufwand eher als unverändert bzw. erhöht empfunden. Die AnbieterInnen haben auf diese Einschätzung reagiert und bieten nun vor allem Haustürlieferungen an.

Als Hemmnis für die Entscheidung für ein Abonnement vermute ich den Umstand, dass bei der Haustürlieferung die Lieferungen unbeaufsichtigt im Hausflur stehen. Obwohl dieses Unbehagen nur von wenigen Befragten geäußert wurde, könnte es aber möglicherweise unter Nicht-NutzerInnen ein Hinderungsgrund sein, sich auf ein bestehendes Angebot einzulassen. So entschied sich eine Kundin für die „Italienische Gemüsebox“<sup>146</sup>, weil dies der einzige Anbieter war, der die Lieferung zu einem Zeitpunkt garantierte, an dem sie die Produkte persönlich entgegen nehmen konnte. Diese Kundin betonte sehr, dass ihr eine Versorgung mit regionalen Produkten sehr wichtig sei, die Lieferkriterien aber den Ausschlag bei der Entscheidung für einen Anbieter gegeben haben. Andere InterviewpartnerInnen berichteten, dass sie sich bemühten zum Lieferzeitpunkt zu Hause zu sein, oder nach Hause fahren, damit die Kiste nicht zu lange unbeaufsichtigt vor der Wohnungstür steht.

### **Informationslücken**

Bedeutsamste Schwierigkeiten, die vor und während der Nutzung von Gemüseabonnements auftreten, sind Informationslücken verschiedener Art, sowohl bei tatsächlichen wie auch bei potenziellen KundInnen. Für eine größere Ausweitung des KundInnenkreises müssen Möglichkeiten gefunden werden, das Abonnementsystem über die bis-

<sup>146</sup> Der Anbieter „Frutta e Verdura“ bot ein Abonnement mit Obst und Gemüse an, dass ausschließlich aus ökologischem Anbau in Italien stammt. KundInnen dieses Anbieters wurden befragt. Da sie sich im Wesentlichen nicht von KundInnen regionaler Abonnementbetriebe unterschieden, werden die Ergebnisse nicht getrennt dargestellt.

her erreichten gesellschaftlichen Gruppen hinaus auch an andere Bildungs- und Einkommensschichten zu kommunizieren und attraktiv zu machen.

Auffällig waren auch Informationsdefizite bei an Abonnements teilnehmenden KundInnen. Diese werden sowohl bei der schriftlichen Befragung, als auch bei den qualitativen Interviews deutlich. Besonders über Serviceleistungen und zusätzliche Produktangebote der AnbieterInnen sind viele unzureichend informiert. Dies lässt sich am Beispiel ungeliebter Gemüsearten zeigen: Während die AnbieterInnen verschiedene Konzepte entwickelt haben, um mit der Abneigung der KundInnen gegen spezielle Gemüsearten umzugehen, sind immerhin 80 % derer, die äußern, sie würden Ausschlussmöglichkeiten nutzen, wenn es sie gäbe, KundInnen von AnbieterInnen, die diese Möglichkeit bieten.

KundInnen vermissen Informationen darüber, welche Gemüsearten auf den Höfen aktuell zur Verfügung stehen. Einige sagten, sie würden gerne zusätzlich zum Gemüseabonnement einzelne Gemüsearten bestellen, wenn sie wüssten, dass diese verfügbar wären. Dabei handelt es sich um Produkte, die sich nicht, nur stark saisonal oder aufgrund der speziellen Interessen des eigenen Haushaltes nicht in ausreichender Menge in den Kisten befinden (z.B. Spargel, Erdbeeren).

Bislang informieren AnbieterInnen ihre KundInnen mit Faltblättern, die vor allem als Erstinformation eingesetzt werden. Dort informieren die AnbieterInnen über alle Angebote und Serviceleistungen. Veränderungen werden den KundInnen zusammen mit den regelmäßigen Lieferungen mitgeteilt. Möglichkeiten, die die AnbieterInnen bieten, geraten leicht in Vergessenheit, zumal die Erstinformationen in der Regel vor dem Beginn eines Abonnements gelesen werden, also zu einem Zeitpunkt an dem sich der Umgang mit der regelmäßigen Lieferung noch nicht konkretisiert hat und mögliche Zusatzwünsche noch nicht präsent sind. Deshalb sollte auf grundlegende Möglichkeiten, aber auch auf Änderungen, immer wieder hingewiesen werden.

Es fehlt auch an Kenntnissen über die richtige Lagerung des Gemüses. Die meisten AnbieterInnen legen den Lieferungen regelmäßig Rezeptblätter bei, die von den KundInnen sehr geschätzt werden<sup>147</sup>. Über die Lagerung teilen die AnbieterInnen nichts oder nur wenig mit. Auffällig ist, dass NutzerInnen über die Haltbarkeit von Ökogemüse sehr gegensätzliche Vorstellungen haben, die Informationsdefizite über den Umgang mit den Produkten deutlich machen. Der einen Gruppe erscheinen die Produkte aufgrund ihrer ökologischen Herkunft als schnell verderblich, da „sie ja unbehandelt“ seien. Eine andere geht davon aus, dass die Produkte, weil sie direkt von den ökologischen Höfen stammen, besonders lange haltbar seien. Beispielsweise wurde immer wieder angenommen, dass Salat schnell verzehrt werden müsse. Im Gegensatz dazu berichten Andere, dass die gelieferten Salate länger als eine Woche haltbar seien. Zusammenhänge zwischen Haltbarkeit, den Lagerbedingungen im Haushalt und dem eigenen Umgang mit den Produkten werden von den NutzerInnen nicht gesehen. Hinweise der AnbieterInnen insbesondere in Bezug auf optimierte Lagerbedingungen könnten die Haltbarkeit der Produkte und damit die Zufriedenheit der NutzerInnen erhöhen.

---

<sup>147</sup> Alle mündlich Befragten sagten, sie würden diese Rezepte immer lesen, die meisten sammeln sie.

### **7.2.8.3 Gemüseabonnement – Entlastung in der Ernährungsversorgung**

Es lässt sich zusammenfassend sagen, dass die neue Versorgungsform von der Mehrzahl der derzeitigen NutzerInnen als entlastend für die Ernährung empfunden wird. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die überwiegende Mehrheit derzeitiger AbonnentInnen in Familienhaushalten lebt, die über überdurchschnittliche Einkommen und einen hohen Bildungsgrad verfügen. Die Struktur der Ernährung in den untersuchten Familienhaushalten begünstigt die Versorgung mit Gemüseabonnements, denn dort werden regelmäßig gemeinsam (warme) Mahlzeiten eingenommen. Diese waren meist auch vor dem Gemüseabonnement selbst gefertigt. Es steht eine Küchenausstattung bereit, die besonders den Umgang mit nicht vorverarbeiteten Lebensmitteln erleichtert. Meist ist eine Person hauptverantwortlich für die Organisation der Essensversorgung, auch in den untersuchten Haushalten sind dies in der Regel Frauen.

Für Alleinlebende und Paare stellt sich die Versorgung anders dar. Sie leben in stark unterschiedlichen Strukturen. In der qualitativen Erhebung wurde als verbindendes Strukturelement von Menschen die in Einpersonenhaushalten leben und Gemüseabonnements beziehen, deutlich, dass sie alle über eine große Zeitsouveränität verfügen und in ihrer Zeiteinteilung relativ flexibel sind. Offenkundig ist es ihnen so möglich gewesen, neue Routinen zu entwickeln, mit denen das Abonnement in die Alltagsorganisation integriert werden konnte. Veränderungen in Bezug auf die vorher etablierten Strukturen haben sich vor allem in der Speiseplanung und in der Organisation der Einkäufe ergeben.

Voraussetzung für die Nutzung der Abonnementangebote ist generell, dass eine Bereitschaft zu Veränderung von Alltagsroutinen besteht.

Die Untersuchung zeigt, dass vor allem Frauen sich für ein Gemüseabonnement entscheiden. In Mehrpersonenhaushalten füllten vor allem Frauen die Fragebögen aus (78 % wurden von einer Frau, 5,4 % von einem Mann und 14,1 % von mehreren Menschen gemeinsam ausgefüllt). In den untersuchten Familienhaushalten sind in der Mehrzahl Frauen für die Ernährung zuständig. Sie entscheiden in der Regel allein, woher sie die notwendigen Produkte beziehen. Gemüseabonnements verändern an dieser geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung nichts. Die Versorgung mit Gemüseabonnements wird von den Frauen in Familienhaushalten als Erleichterung der Alltagsarbeit gesehen.

Es sind aber auch bei den Alleinlebenden vor allem Frauen, die sich für eine Versorgung mit einem Gemüseabonnement entscheiden. Ob die häufigere Entscheidung von Frauen für Abonnements darin begründet ist, dass sie Direktvermarktungsformen stärker als Männer bevorzugen, kann nicht eindeutig beantwortet werden. OTT zeigte, dass vor allem Frauen Direktvermarktungsstrukturen wie Hofeinkäufe und Wochenmärkte nutzen. Wesentliches Merkmal der Direktvermarktung ist der unmittelbare Kontakt zwischen ErzeugerInnen und VerbraucherInnen. Dieser ist geprägt von einer direkten Begegnung, aus der eine Gewissheit über die Herkunft der erworbenen Produkte abgeleitet werden kann. Der unmittelbare Kontakt scheint Frauen besonders wichtig, so dass die Abonnementvermarktung als Direktvermarktungssystem deshalb besonders attraktiv für sie sein kann.

Geschlechtsspezifische Unterschiede in Bezug auf die Motive für die Nutzung und Erfahrung mit den Abonnements sind aufgrund des sehr unterschiedlichen Beteiligungsgrades von Männern und Frauen am Abonnementssystem nur schwer festzustellen.

## 8 Ökologische Veränderungen durch die Versorgung mit Gemüseabonnements

In diesem Kapitel werde ich die ökologischen Wirkungen von Gemüseabonnements, die sich in Erzeugung, Distribution und in den privaten Haushalten ergeben, zusammenstellen und diskutieren. Ich greife dabei auch auf Ergebnisse von Silvia Cunningham zurück und beziehe mich auf die Darstellung im Abschlussbericht des gemeinsamen Forschungsvorhabens (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000).

Gemüseabonnements führen zu einer Steigerung des Absatzes ökologisch produzierten Gemüses. Dies belegen die Ergebnisse der schriftlichen Befragung unter den NutzerInnen von Gemüseabonnements in Berlin. Die meisten AbonnentInnen haben vor ihrem Abonnement nur selten oder nie ökologisch produziertes Gemüse gekauft und bilden somit eine neue Klientel (vgl. Kapitel 7.2.5.1). Zudem steigt durch den Lieferservice auch der KundInnenkreis für andere ökologisch erzeugte Lebensmittel. Es zeigt sich, dass die regelmäßige Belieferung mit Gemüse dazu führt, dass die NutzerInnen andere ökologisch erzeugte Lebensmittel ausprobieren und zum Teil auch von ihren AnbieterInnen beziehen. So beträgt der durchschnittliche Wert der Warenlieferungen zwischen 30 und 40 DM, während mit 70 % der größte Teil der KundInnen das kleinste Gemüseabonnement zum Preis von zwischen 15 und 18 DM beziehen (vgl. CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 44). Das bedeutet, dass die meisten KundInnen neben ihrem Gemüseabonnement für etwa 10 – 20 DM wöchentlich andere ökologisch erzeugte Lebensmittel von ihren AnbieterInnen kaufen. Auch in der qualitativen Befragung wurde deutlich, dass sich viele derzeitige NutzerInnen mit zusätzlichen Produkten wie z.B. Milch- und Milchprodukte, Getreide, Brot, Fleisch- und Fleischprodukte beliefern lassen und diese Angebote sehr schätzen. Insgesamt bewirkt der Lieferservice Gemüseabonnement also eine Ausweitung des KundInnenkreises für ökologische Produkte und kann damit dazu beitragen, Entlastungspotenziale im Bedürfnisfeld Ernährung zu erschließen.

Gemüseabonnements und die so regelmäßig ausgelieferten ökologischen Produkte bewirken eine Veränderung im Umgang mit Lebensmitteln. Die Produkte erfahren eine große Wertschätzung, aus der resultiert, dass sorgfältig mit ihnen umgegangen und nur wenig weggeworfen wird (vgl. Kapitel 7.2.7.1). Im Vergleich mit der statistisch in der Bundesrepublik zur Verfügung stehenden Menge an Gemüse von 81 Kilogramm pro Person und Jahr, verbrauchen GemüseabonnentInnen nach einer Abschätzung von CUNNINGHAM pro Person nur 57 Kilogramm Gemüse pro Jahr. In diese Zahl sind sowohl die über Gemüseabonnements ausgelieferte Menge an Produkten, als auch die von den NutzerInnen zugekauften Mengen eingegangen. Dennoch berichten die NutzerInnen in der Regel von einem erhöhten Gemüseverzehr. Eine mögliche Ursache dieser Diskrepanz sind unterschiedliche Berechnungsweisen, die aber auch einen real anderen Verbrauch spiegeln. In die Rechnung des Statistischen Jahrbuchs, die der Angabe von 81 Kilogramm pro Person und Jahr zugrunde liegt, sind die statistisch zur Verfügung stehenden Menge an Gemüse in der Bundesrepublik eingegangen. Dabei werden weiter verarbeitete Gemüseprodukte auf die zur Erzeugung erforderliche Frischgemüsemenge zurückgerechnet. Des Weiteren gehen in diese Zahl auch nicht abgesetzte Mengen ein, die zur Verfügung standen, aber nicht nachgefragt worden

sind. Die Abschätzung von CUNNINGHAM dagegen beruht auf den Zahlen, die in der Studie von AnbieterInnen und NutzerInnen in Bezug auf ausgelieferte, d.h. tatsächlich abgesetzte Produkte und Aussagen zum Gemüseverzehr erhoben wurden (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 45). Die AnbieterInnen von Gemüseabonnements sagten, dass sie in der Regel keine Produkte übrig behalten, die dann vernichtet oder entsorgt werden müssen, da sie die geernteten oder zugekauften Mengen vollständig auf die Abonnementkisten der jeweiligen Woche verteilen. Da aus der Belieferung mit unverarbeiteten Produkten und dem sorgfältigen Umgang mit den Produkten durch die KundInnen geringere Verarbeitungsverluste resultieren, kann angenommen werden, dass bei einer insgesamt kleineren Menge an Produkten, ein größerer Pro-Kopf-Verzehr möglich ist. Damit stellt die Versorgung mit Gemüseabonnements einen Beitrag zur Entwicklung einer nachhaltigen Ernährung dar.

Bedeutsam für die Entwicklung einer ökologisch verträglicheren und insgesamt nachhaltigen Ernährung ist die Reduzierung des Fleischkonsums (vgl. Kapitel 3.7). Aufgrund der Ergebnisse der durchgeführten schriftlichen Befragung ist deutlich geworden, dass in den Haushalten, die sich mit Gemüseabonnements versorgen, der Fleischkonsum zurückgeht. Eine Quantifizierung der verringerten Menge ist aufgrund der gewählten Erhebungsmethode schwierig. Eine Abschätzung ergibt jedoch, dass durchschnittlich ca. 18 % weniger Fleisch- und Fleischprodukte verbraucht werden (vgl. Kapitel 7.2.5.1). Die Reduktion des Fleischkonsums wird z.B. von KRAMER, MÜLLER-REIßMANN, SCHAFFNER (1994) als bedeutsamstes Potenzial zur Reduktion von Umweltbelastungen aus dem Bedürfnisfeld Ernährung gesehen. Gemüseabonnements tragen indirekt dazu bei, dass der Fleischkonsum bei den NutzerInnen zurückgeht, so dass auch in dem wesentlichen Lebensmittelsegment von Fleisch- und Fleischprodukten Teile des Entlastungspotenzials realisiert werden können. Ob die NutzerInnen von Gemüseabonnements vermehrt auf ökologisch erzeugte Fleischwaren zurückgreifen, kann aufgrund der erhobenen Daten nicht beantwortet werden. Dies ist aber vermutlich zumindest bei einem Teil der KundInnen der Fall.

Weitere Umweltentlastungen ergeben sich aus einer verringerten Verwendung von (Halb)Fertigprodukten, die nicht quantifiziert werden kann.

In Haushalten, in denen vorher nur wenig unverarbeitete Produkte verwendet wurden, entsteht unter Umständen ein Bedarf nach unterschiedlichen (elektrischen) Küchengeräten. Aussagen darüber, inwieweit sich der mit der Nahrungszubereitung insgesamt verbundene Material- und Energieeinsatz verändert, können auf Grundlage der durchgeführten Befragungen nicht getroffen werden. Hier besteht Forschungsbedarf, da bislang keine umfassenden vergleichenden Studien der Energie- und Materialeinsätze verschiedener Ernährungsstile durchgeführt wurden<sup>148</sup>.

Veränderte Ernährungsgewohnheiten entwickeln sich auch im Bereich der Gemüseversorgung selbst. Die Auswertung von Lieferlisten von zwei AnbieterInnen aus dem Jahre 1998 belegt einen hohen Variantenreichtum der ausgelieferten Produkte. Im Jahr

---

<sup>148</sup> Hier ist die Abschätzung von Material- und Energieverbrauch gemeint, die sich nicht allein auf die Bilanzierung von zwei vergleichbaren Mahlzeiten unterschiedlicher Herkunft und Erzeugungsmethoden beschränken, sondern Zubereitungsweisen (Großküchen, Einzelversorgung) und Veränderungen in Ausstattungserfordernissen mit einbeziehen.

1998 wurden von den beiden AnbieterInnen jeweils über ein Jahr verteilt zwischen 60 und 70 verschiedene Gemüsearten ausgeliefert. Dabei handelte es sich zum Teil um Produkte, die im konventionellen Lebensmittelhandel kaum anzutreffen sind. Im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel verteilt sich mehr als die Hälfte der Produkte auf acht hauptsächlich vermarktete Sorten (vgl. Kapitel 3.5.1). Im Kontrast dazu, realisieren Gemüseabonnements eine sehr vielfältige Produktpalette. Gleichzeitig ist die Zusammensetzung der ausgelieferten Arten gegenüber dem konventionellen Handel verschoben: Es werden um etwa die Hälfte weniger Fruchtgemüse ausgeliefert, etwa 20 % in Gemüseabonnements gegenüber ca. 40 % im konventionellen Handel. Stattdessen wird etwa doppelt so viel Wurzelgemüse, etwa 33 % der Produkte; ungefähr 5 % mehr Kohlgemüse und ca. 13 % mehr Salat- und Blattgemüse als im konventionellen Handel verkauft (vgl. CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 46). Die Fruchtgemüse, die in der Bundesrepublik angeboten werden, stammen über die meiste Zeit des Jahres hinweg entweder aus Importen oder werden, wenn sie aus Mitteleuropa stammen (z.B. Niederlande, Belgien, BRD), energieaufwändig in Treibhäusern gezogen. Bei einer Verschiebung der Artenzusammensetzung zugunsten von anderen Gemüsearten als Fruchtgemüse kann davon ausgegangen werden, dass eine Umweltentlastung allein schon wegen eingesparter Energiemengen und reduzierter Emissionen erfolgt. Um Beispiele zu nennen: Tomaten sind mit 20 % das in Deutschland am häufigsten verbrauchte Gemüse, mit Gemüseabonnements wurden im Jahr 1998 etwa 7 bis 8 % Tomaten ausgeliefert. 1 bis 2 % der ausgelieferten Produkte waren Gurken, im konventionellen Handel beträgt ihr Anteil dagegen 7 bis 8 %. Bei der verschobenen Sortenzusammensetzung empfinden die AbonnentInnen ihre Ernährung mit dem Gemüseabonnement dennoch als abwechslungsreicher als vor ihrem Abonnement.

Deutlich wurde in der Untersuchung, dass die meisten NutzerInnen sich nur zum Teil mit Produkten aus den regelmäßigen Lieferungen versorgen. Zusätzliche Einkäufe von Gemüse erfolgen zu 18 % in Naturkostläden, 5 % auf Ökomärkten und 1 % über Food-Coops, so dass etwa 20 bis 25 % der zusätzlich gekauften Gemüse aus ökologischem Landbau stammen, der überwiegende Teil jedoch aus konventioneller Erzeugung zugekauft wird (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 44).

Es kann aufgrund der Befragungen keine Aussage darüber getroffen werden, welche Gemüsearten zugekauft werden. Ich halte es aber für unwahrscheinlich, dass dies ausschließlich aufwändig erzeugte oder von weit her importierte Produkte sind. Darauf gab auch die Beantwortung der Frage bezüglich fehlender Arten und Sorten in den Gemüseabonnements keinen Hinweis. Es gab hingegen Hinweise darauf, dass Bedürfnisse nach speziellen Produkten wie Spargel oder Erdbeeren nicht im ausreichenden Maße befriedigt werden. Ursache hierfür sind die hohen Preise dieser Produkte, die es den AnbieterInnen nicht ermöglichen, diese Produkte in größeren Mengen in die Abonnementkisten zu geben<sup>149</sup>. Einige Anbieter lösen dieses Problem, indem sie ihre KundInnen in den Saisonzeiten spezieller Gemüsekulturen darauf aufmerksam machen, dass solche Produkte zusätzlich bestellt werden können.

---

<sup>149</sup> Der Wert der Gemüsekisten liegt bei etwa 18 DM. Ein Kilogramm Spargel aus ökologischem Anbau kostet im Handel zwischen 20 und 30 DM.



Gemüseabonnements tragen zu einer Reduzierung von Verpackungsmaterialien bei. Fünf von sechs Betrieben liefern ihre Produkte in der Regel unverpackt an ihre KundInnen aus. Lediglich trockenheitsempfindliche Blattgemüse wie z.B. Feldsalat, Brunnenkresse oder Postelein werden in Beuteln ausgeliefert. Nach JUNGBLUTH (2000) ist das ökologische Einsparpotenzial im Bereich von Lebensmittelverpackungen bislang stark überschätzt worden und verhältnismäßig zu anderen Einsparpotenzialen so gering, dass es seiner Meinung nach eher ineffektiv ist, im Bereich von Lebensmittelverpackung in aufwändiger Weise nach Vermeidungspotenzialen zu suchen. Der Verzicht auf Verpackungsmaterialien in Gemüseabonnements stellt weder für die KundInnen noch für die AnbieterInnen einen zusätzlichen Aufwand dar, so dass die Vermeidung von Verpackungsmaterialien unaufwändig ist und aus ökologischer Sicht als Ressourcenverbrauchsminimierung positiv zu bewerten ist. Zudem nutzen die AbonentInnen auch die Lieferung von Milchprodukten in Pfandgläsern gern, da sie selbst durch das zusätzlich höhere Gewicht der Glasverpackung nicht belastet werden und auch der Austausch der Pfandgläser über den Lieferservice leicht zu handhaben ist.

Gemüseabonnements tragen deutlich zu einer Regionalisierung des Gemüseverbrauchs bei. Dies ergab ebenfalls die Analyse der Lieferlisten der beiden AnbieterInnen, in denen neben der Art und der ausgelieferten Menge, auch der Ort der Erzeugung und die Herkunft der Produkte aufgelistet war (Eigenanbau, Zukauf bei benachbarten Höfen, Zukauf über den ökologischen Großhandel mit Angabe des Herkunftslandes). In der folgenden Tabelle sind die Herkunft von konventionellen Produkten<sup>150</sup> und die Ergebnisse der Analyse der beiden von den AbonnementanbieterInnen zur Verfügung gestellten Lieferlisten für das Jahr 1998 gegenübergestellt.

---

<sup>150</sup> Die Gewichtung der Herkunft folgt einer Abschätzung von CUNNINGHAM (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000).

**Tabelle 24** Vergleich der Herkunft von Gemüse, das über Gemüseabonnements ausgeliefert wurde, mit der Herkunft von im konventionellen Handel vermarkteten Produkten

	<b>Gemüse aus Abokisten</b>	<b>Konventionell angebautes und gehandeltes Gemüse<sup>151</sup></b>	
<b>Regional</b>	74 %	17 %	
Aus Eigenproduktion:			47 %
Regionaler Direktbezug von anderen ökologisch wirtschaftenden Landwirten:			16 %
Regional über den ökologischen Großhandel:			11%
<b>Deutschland</b>	8 %	41 %	
<b>Europa</b>	17 %	41 %	
<b>Übersee</b>	1 %	1 %	

Die Zusammenstellung macht deutlich, dass die Produkte, die über Gemüseabonnements vertrieben werden, mit 74 % zu einem hohen Anteil aus regionaler Produktion stammen. Dabei sind 47 % der Produkte von den Höfen der AnbieterInnen, 16 % wurden von den Betrieben direkt bei benachbarten Betrieben zugekauft. Die verbleibenden 11 % wurden über den ökologischen Großhandel aus der Region beschafft.

Der Zukauf von Gemüse ist nicht aus mengenmäßigen Gründen notwendig, sondern um die von den KundInnen gewünschte Vielfalt der Produkte zu gewährleisten. Das 60 bis 70 verschiedene Gemüse umfassende Angebot kann durch den Anbau im eigenen Betrieb nicht gewährleistet werden, da die Kultur vieler verschiedener Produkte nebeneinander auf gärtnerische Grenzen stößt. Zum Teil haben sich Betriebe in Brandenburg auf Sonderkulturen spezialisiert und erzeugen diese in größerem Umfang für die gesamte Region (vgl. Kapitel 6).

Die Inanspruchnahme des Großhandels für die Beschaffung von Produkten, die nicht aus dem eigenen Anbau stammen, bietet den Betrieben organisatorische Vorteile, die auch in ökologische Vorteile münden. Wesentlicher Grund für den Kauf von Produkten aus der Region bei ökologischen Großhändlern ist die Transportoptimierung. Da ohnehin alle ökologisch wirtschaftenden Betriebe in der Region Berlin/Brandenburg Geschäftsbeziehungen zum ökologischen Großhandel unterhalten und Anteile ihrer eigenen Produktion an den Großhandel verkaufen, kann das Distributionsnetz des Großhandels für die Beschaffung von Produkten aus der Region genutzt werden, ohne dass die AnbieterInnen selbst oder Betriebe von denen sie Produkte beziehen möchten, die Transporte selbst organisieren müssen. Aus diesem Grund bestehen direkte Geschäfts- und Austauschbeziehungen im Wesentlichen nur zwischen räumlich eng benachbarten Betrieben.

<sup>151</sup> Abgeschätzte Werte nach CUNNINGHAM (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 193)

Die Kapazität der landwirtschaftlichen Produktion ist durch die Vermarktung über Gemüseabonnements in der Regel nicht erschöpft. Im Schnitt vermarkten die Betriebe etwa ein Drittel ihrer Erzeugnisse über diesen Weg, die restlichen Produkte werden über andere Direktvermarktungsformen (Hofläden, Wochenmärkte) und wie bereits beschrieben, über ökologische Großhändler verkauft.

Produkte, die nicht aus der Region bezogen werden können, werden ebenfalls über den Großhandel zugekauft. Wie aus der Tabelle 24 zu entnehmen ist, stammen 8 % der insgesamt von den AnbieterInnen vertriebenen Gemüse aus der restlichen BRD, 17 % aus Europa und 1 % aus Übersee. Alle AnbieterInnen sagten bei den ExpertInnengesprächen, dass sie bei der Orderung von Zusatzprodukten darauf achten, Produkte aus möglichst nah gelegenen Regionen zuzukaufen. Dennoch ist aufgrund der verschiedenen Unternehmensphilosophien (vgl. Kapitel 7.1.1 und 7.1.2) der Anteil von Produkten aus dem Ausland unterschiedlich hoch. Wie bereits dargelegt, bieten einige Unternehmen ihren KundInnen auch die Option an, ausschließlich regionale Produkte zu erhalten (vgl. Kapitel 7.1.1).

Ökologischer Landbau gilt als nachhaltige Landbewirtschaftungsform (vgl. Kapitel 3.7). Einige Betrieben haben auch Kulturen im Unterglasanbau und in Folientunneln. Dies sind Anbaumethoden, mit denen zunächst einmal ein höherer Ressourcenverbrauch einherzugehen scheint. Im Gegensatz zu konventionellen Erzeugungsmethoden in Gewächshäusern findet aber im ökologischen Landbau keine antizyklische Pflanzenproduktion, sondern nur eine Verfrühung und Verlängerung der Erntezeiten statt. Eine AnbieterIn sagte, dass die von ihrem Betrieb bewirtschafteten Gewächshäuser nicht zusätzlich beheizt oder belichtet werden. Lediglich die Jungpflanzenanzucht würde für kurze Zeit mit gasbetriebenen Wärmestrahlern aktiv beheizt.

Pro AbokistennutzerIn werden von den AnbieterInnen etwa 20 Quadratmeter Freiland und 1,3 Quadratmeter unter Glas ökologisch bewirtschaftet (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 49).

Neben der Erzeugung und der Herkunft der Produkte ist die Distribution im Abonnementsystem von entscheidender Bedeutung für die Beurteilung des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement aus ökologischer Sicht. Möglicherweise können die positiven Effekte der Ausweitung des Verkaufs ökologischer und regional erzeugter Produkte durch die Belieferung der KundInnen an die Wohnungstüren kompensiert werden. Die schriftliche Befragung der KundInnen ergab, dass die meisten NutzerInnen individuell an die Wohnungstür beliefert werden (vgl. Kapitel 7.2.7.1). Deshalb stand auch eine Bestandsaufnahme der Bedingungen, unter denen die Belieferung stattfindet, im Mittelpunkt der Untersuchung ökologischer Folgewirkungen von Gemüseabonnements. Die AnbieterInnen in Berlin/Brandenburg nutzen für die Belieferung ihrer KundInnen Lieferfahrzeuge bis zu 3,5 Tonnen, nur zwei AnbieterInnen verwenden Kühlfahrzeuge. Die durchschnittliche Länge einer Liefertour beträgt 200 Kilometer und es werden im Schnitt etwa 65 KundInnen beliefert, 60 % der Fahrstrecke findet im Stadtverkehr, 40 % im Überlandverkehr statt, um die Stadt von den Betrieben zu erreichen. Durchschnittlich werden pro KundIn 2 Kilometer innerstädtisch zurückgelegt. Fast alle AnbieterInnen liefern in alle Berliner Bezirke, Absprachen bezüglich einer Gebietsaufteilung bestehen nur zwischen zwei AnbieterInnen. Diese berichteten von ihrer Erfahrung,

dass durch die Kooperation und Absprache eine Reduzierung der durchschnittlich pro KundIn zurückgelegten Strecke um etwa einen Kilometer erzielt werden konnte. Dies belegt, dass aus ökologischer Sicht durch eine Absprache der AnbieterInnen untereinander eine Optimierung des Ressourcenverbrauchs erreicht werden könnte (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 50 f).

Um eine Abschätzung zu ermöglichen, ob die individuelle Belieferung der KundInnen im Vergleich zum Einkauf der Produkte im Lebensmitteleinzelhandel mit zusätzlichen ökologischen Belastungen verbunden ist, ermittelte CUNNINGHAM einen Break-Even-Point, der einen Vergleich der aus den unterschiedlichen Versorgungsweisen resultierenden klimarelevanten Emissionen erlaubt. Der Break-Even-Point wurde von CUNNINGHAM so berechnet, dass den durch die Belieferung mit Gemüseabonnements verursachten Emissionen, eine theoretisch errechnete Fahrstrecke mit einem privaten PKW gegenüber gestellt wird, sodass eine konkrete Abschätzung möglich wird, wie viel Emissionen durch die Belieferung entstehen und ob es realistisch erscheint, dass diese zusätzlich entstehen oder durch geringer werdenden privaten Einkaufsverkehr ausgeglichen werden. Diese theoretische Berechnung ergab, dass die Distribution der Gemüseabonnements von den ErzeugerInnen zu den KundInnen mit LKW's einer jährlich für den Gemüseeinkauf anfallenden Fahrstrecke mit privaten PKW's von 19 Kilometern pro Person entspricht. Dies ist eine wöchentliche Strecke von weniger als 500 Metern. Die ermittelte Entfernung kann wie folgt interpretiert werden: Wird für den Gemüseeinkauf für eine Person jährlich eine Strecke von mehr als 19 Kilometern bzw. wöchentlich von mehr als 500 Metern mit einem PKW zurückgelegt, erweist sich die Belieferung mit Gemüseabonnements als ökologisch günstiger. Die Berechnung der ökologischen Folgewirkungen der Distribution von Gemüseabonnements bezieht sich ausschließlich auf klimarelevante Emissionen. „Somit lässt sich festhalten, dass die Abonnementdistribution auch unter den derzeit eher ungünstigen Bedingungen in der Auslieferung keine höheren Emissionen verursacht, als sie beim privaten Einkaufsverkehr zu erwarten sind“ (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 167).

Ein weitergehender Vergleich der Gemüseversorgung zwischen ökologischen Gemüseabonnements und der Versorgung mit konventionellen Gemüse über den Lebensmitteleinzelhandel erbrachte eine Einsparung in Bezug auf CO<sub>2</sub>-Emissionen von 90 % der CO<sub>2</sub> Emissionen im Anbau und 68 % im Bereich Transport (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 171). Dies erscheint in der anteilsbezogenen Betrachtung viel. Die konkreten Mengen die eingespart werden können, sind jedoch vergleichsweise gering. Bezogen auf Quantifizierung der Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch den Bezug von Gemüseabonnements erzielt werden, kommt CUNNINGHAM in ihren Modellrechnungen zu dem Ergebnis, dass die Reduktion des Fleischkonsums um 18 % den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um 100 Kilogramm pro Kopf und Jahr reduziert. Die Veränderungen durch den Bezug von regional erzeugtem und ökologisch angebauten Gemüse führt dagegen nur zu einer Einsparung von 13 Kilogramm CO<sub>2</sub> bzw. 18 Kilogramm CO<sub>2</sub>-Äquivalenten. Ursache für die geringen absoluten Einsparungen ist der verhältnismäßig geringe Anteil der Gemüseversorgung an der Gesamtmenge der klimarelevanten Emissionen. Die pro Kopf und Jahr emittierte Gesamtmenge beträgt in Deutschland rund 11 Tonnen CO<sub>2</sub> bzw. 13 Tonnen CO<sub>2</sub> Äquivalente.

Die Analyse ergibt, dass aus der Stärkung des ökologischen Anbaues eine bedeutsamere Reduzierung der klimarelevanten Emissionen resultiert, als aus einer stärker regionalisierten Versorgung. Dies bedeutet auch, dass der vielfach kritisierte Zukauf von Produkten aus internationalem ökologischen Anbau in einem anderen Licht erscheint. Durch die Ergänzung ihrer eigenen und regional erzeugten Produkte, ist es den AnbieterInnen von ökologischen Gemüseabonnements möglich, die Bedürfnisse ihrer KundInnen so zu befriedigen, dass sich ein fester KundInnenstamm etabliert und dauerhaft ein Absatzmarkt für regional und ökologisch erzeugte Produkte aufgebaut werden kann, der die Arbeit der Betriebe ökonomisch stabilisiert.

Zusammengefasst sind die ökologischen Vorteile des Handlungskonzeptes Gemüseabonnement:

- Stärkung des ökologischen Landbaus durch Erschließung eines neuen KundInnenkreises
- Sorgsamer und planvoller Umgang mit Lebensmitteln, dadurch Senkung der absolut benötigten Menge
- Reduktion des Fleischverbrauchs
- Reduktion des Konsums vorverarbeiteter Lebensmittel
- Reduktion des Verbrauchs an importierten bzw. in Gewächshäusern erzeugten Gemüsesorten und dadurch Reduktion zur Erzeugung notwendiger Energie- und Stoffeinsätze
- Reduktion der eingesetzten Verpackungsmaterialien
- Die Belieferung der Gemüseabonnements entspricht einer mit privaten PKW gefahrenen Strecke von 19 Kilometern pro Person und Jahr. Dies entspricht einer wöchentlich zum Zwecke des Gemüseinkaufs zurückgelegten Strecke von 500 Metern. Dieses Ergebnis relativiert die Befürchtung, dass durch eine aufwändige Distribution von den ErzeugerInnen zu den KundInnen die erschlossenen Entlastungspotenziale kompensiert werden.

Aus der Stärkung der ökologischen Landwirtschaft resultieren zudem weitere ökologische Vorteile, die in Kapitel 3.1.3 bereits dargelegt wurden und die in Tabelle I a - e im Anhang konkretisiert werden. Deshalb wird an dieser Stelle auf eine detaillierte Darstellung verzichtet.

## **9 Zusammenfassung der Ergebnisse: Ableitung von Handlungsempfehlungen aus den empirischen Untersuchungen**

Mit der empirischen Studie können Produktion und Konsum von Gemüseabonnements gut beschrieben werden. Es lassen sich einige Bereiche erkennen, in denen für die beiden wesentlichen Akteursgruppen - AnbieterInnen und NutzerInnen - Optimierungsmöglichkeiten bestehen. Diese werde ich im Folgenden kurz zusammenstellen und Handlungsempfehlungen zu einer Optimierung der bestehenden Angebote diskutieren. Zur Verbesserung der derzeitigen Situation müssen neben den AnbieterInnen neue AkteurInnen aktiv werden, um Rahmenbedingungen zu schaffen, in denen sich die ökologische Dienstleistung „Gemüseabonnement“ weiterentwickeln kann.

Die wesentliche Schwierigkeit des Direktvermarktungssystems Gemüseabonnement besteht darin, dass die bisherige Reichweite sehr beschränkt ist. Im Herbst 1999 nutzten nur etwa 0,2 % der Berliner Bevölkerung die bestehenden Angebote. Die geringe Reichweite der Angebote wirkt sich gravierend auf die Wirtschaftlichkeit der Betriebe aus. Aus den noch verhältnismäßig kleinen KundInnenzahlen resultiert ein hoher Zeitaufwand für den Dienstleistungsanteil pro Abonnement. Ein Ergebnis der Studie ist, dass pro ausgeliefertem Abonnement bei den in Berlin/Brandenburg wirtschaftenden Betrieben zwischen 20 und 40 Minuten gearbeitet wird. Es zeigte sich deutlich, dass sich vor allem der Zeitaufwand für organisatorische Aufgaben wie Bestellungen, Telefonservice etc. mit einer steigenden Zahl von KundInnen nur wenig erhöht und so die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen gesteigert werden kann.

Die bisherigen NutzerInnen zeichnen sich in der Mehrzahl dadurch aus, dass bereits vor der Entscheidung für ein Abonnement eine regelmäßige Struktur der Ernährung vorhanden war bzw. dass die Entscheidung für ein Gemüseabonnement auch in der Intention getroffen wurde, durch den organisierten Bezug von Gemüse eine Regelmäßigkeit von Mahlzeiten in der Haushaltsorganisation zu unterstützen. Die mit 70 % größte Gruppe bisheriger NutzerInnen sind junge Akademikerfamilien mit (zumeist kleinen) Kindern, die großen Wert darauf legen, dass gemeinsam Mahlzeiten eingenommen werden. Die wenigen alleinlebenden Menschen, die ein Gemüseabonnement beziehen, haben ebenfalls eine regelmäßige Struktur ihrer Ernährung (entwickelt). Die dritte Gruppe derzeitiger AbonnentInnen sind Lebensgemeinschaften, die im Gegensatz zu den beiden anderen Gruppen fast ausschließlich am Wochenende kochen, während sie in der Woche überwiegend Angebote von Außer-Haus Versorgung in Anspruch nehmen. Dieser Befund steht im Gegensatz zu den Ergebnissen der Zeitbudgetstudie von 1991/92, nach der Paare ohne Kinder die meiste Zeit für die Zubereitung von Mahlzeiten aufbringen.

Die Angebote von Gemüseabonnements, wie sie heute bestehen, decken sich weitgehend mit den Bedürfnissen der derzeitigen NutzerInnen. Nicht oder wenig erreicht werden bislang Menschen, die selten oder unregelmäßig Mahlzeiten zu Hause zubereiten. Für diese Menschen sind regelmäßige Lebensmittellieferungen schwer in Alltagsroutinen zu integrieren, so dass für eine Ausweitung des KundInnenkreises gezielt nach

gesellschaftlichen Gruppen gesucht werden sollte, die sich regelmäßig selber Mahlzeiten zubereiten.

Eine bisher wenig angesprochene Gruppe, die in Berlin eine große Bedeutung hat, sind ältere Menschen. Besonders Menschen, die unter (Geh)Behinderungen leiden, können von der Belieferung an die Wohnungstür stark profitieren. Die wenigen älteren Menschen, die bislang von Gemüseabonnements Gebrauch machen, heben die Vorteile der Belieferung vor allem auch wegen körperlicher Gebrechen hervor. Sie berichten auch, dass sie mit den gelieferten Produkten gut zurechtkommen, weil sie ihnen zum Teil noch aus ihrer Kindheit und Jugend vertraut sind. Zu bedenken ist, dass für einen Teil der älterer Menschen der Einkauf wesentliches Element der Alltagsgestaltung ist und wichtige Funktionen in der Strukturierung des Tagesablaufes und der Kommunikation hat. Für diese Menschen ist ein Lieferservice vermutlich nicht attraktiv. Für eine gezielte Kundenwerbung sollten spezifische Anspracheformen für ältere Menschen entwickelt werden.

Zielgruppenspezifische Verbesserungen der bestehenden Angebote können in Bezug auf Einpersonenhaushalte und Haushalte von Lebensgemeinschaften gemacht werden. Das Angebot einer Zusammenstellung, die auf die speziellen Bedürfnisse von Einpersonenhaushalten zugeschnitten ist, ist für die AnbieterInnen empfehlenswert. Der Erfolg der „Single-Kiste“ eines Anbieters - ca. 18 Monate nach ihrer Einführung hat dieses Angebot einen Anteil von 20 bis 25 % der ausgelieferten Abonnements dieses Betriebes erreicht - illustriert den Bedarf deutlich. Alleinlebende wünschen sich häufig eine Abonnementzusammenstellung, in der sie neben verschiedenen Gemüsearten in kleineren Mengen auch Obst und rohkostfähige Sorten vorfinden, die sich ohne weitere Zubereitung als (Zwischen)Mahlzeit eignen. Eine Zusammenstellung mit unterschiedlichen Produkten in kleinen Mengen würde vermutlich auch die Anforderungen älterer Menschen gut treffen. Für Paare und Haushalte, in denen Mahlzeiten vor allem an Wochenenden selber zubereitet werden, kann ein spezielles Wochenendangebot attraktiv sein. Dieses müsste so gestaltet werden, dass es eine Gemüsezusammenstellung enthält, die explizit auf zwei bis drei Mahlzeiten zugeschnitten ist. Das Angebot sollte verbunden werden mit Rezepten und einer Auflistung der Produkte, die zur Bereitung der vorgeschlagenen Mahlzeiten erforderlich sind. Dieser Vorschlag ist allerdings für die AnbieterInnen mit einem hohen Aufwand verbunden und erfordert, dass die Auslieferung am Donnerstag oder Freitag erfolgt. Daraus ergeben sich unter den heutigen organisatorischen Bedingungen eine Reihe von Problemen, die es für die meisten Betriebe vermutlich unmöglich macht, ein solches Angebot zu realisieren.

Eine Verbesserung der Angebotspalette wird vermutlich nur begrenzt dazu führen, dass der bestehende KundInnenstamm ausgeweitet werden kann. Wesentliches Hemmnis für die Ausweitung der Reichweite sind Defizite im Informationsfluss und der geringe Bekanntheitsgrad des Abonnementssystems. In der Untersuchung konnte als Ursache identifiziert werden, dass die Kenntnis über Abonnementangebote sich bislang überwiegend durch Mund-zu-Mund-Propaganda verbreitet und besonders die Schilderung von Zusatznutzen dazu führt, dass neue InteressentInnen für die Angebote gefunden werden. Die Erfahrungen der AnbieterInnen zeigen, dass die klassischen Werbestrategien wie Anzeigen in Printmedien, Verteilung von Broschüren auf Märkten und Messen nur wenig Erfolg hatten. Mögliche Ursache kann sein, dass in ei-

ner reinen Produktinformation die Zusatznutzen der Angebote nur schwer vermittelt werden können. Es müssen demzufolge neue Formen der Kommunikation gefunden werden, die es ermöglichen, die mit Gemüseabonnements verbundenen Zusatznutzen zu kommunizieren. Neben Informationen über die ökologische Erzeugung der Produkte und den damit verbundenen Umweltentlastungen sollten auch andere Aspekte von Gemüseabonnements wie Vorteile in der Haushaltsführung, Vereinfachung einer gesunden Ernährung, Regionalisierung von Wirtschaftskreisläufen, Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region und Reduzierung des Güterfernverkehrs in den Mittelpunkt der Kommunikation gestellt werden.

Es zeigte sich, dass bei den bisherigen Verbreitungspfaden die Vermittlung und der Austausch persönlicher Erfahrung ein wesentliches Element ist. In persönlichen Interviews werden vor allem die im Haushalt wahrgenommenen Entlastungen kommuniziert. Diese sind für die NutzerInnen sehr attraktiv und bilden einen hohen Anreiz, sich an dem System zu beteiligen. Für eine größere Ausweitung des KundInnenstammes müssen daher Möglichkeiten gefunden werden, die Entlastungsfunktionen von Lebensmittelabonnements breiter zu vermitteln. Eine denkbare Strategie ist die Kommunikation über die Medien Rundfunk und Fernsehen. So könnte die Nutzung von Gemüseabonnements in kontinuierlich laufende Fernsehserien (Vorabendprogramm oder z.B. „Lindenstrasse“) eingebunden und so Alltagserfahrungen mit dem Gemüseabonnement einem breiten und vielschichtigen Publikum zugänglich gemacht werden.

Die gesellschaftlich relevanten Vorteile wie Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten, Schaffung von Arbeitsplätzen, Reduzierung von Umweltbelastung durch Förderung des ökologischen Landbaus und Reduzierung des Güterverkehrs können durch die AnbieterInnen selbst nur bedingt vermittelt werden. Hier sind andere Akteure gefordert, dies zu kommunizieren. Im Gegensatz zu München, wo auf verschiedene Angebote regional und ökologisch produzierter Lebensmittel durch Akteure der lokalen Agenda 21 stark hingewiesen wird, waren vereinzelte Werbemaßnahmen der ErzeugerInnen und unvollständige Listen, die von Umwelt- und Erzeugerverbänden herausgegeben wurden, bislang die einzigen Informationsmöglichkeiten in Berlin und Brandenburg.

Im Rahmen des Forschungsprojektes wurde eine Liste mit den AnbieterInnen von Gemüseabonnements zusammengestellt<sup>152</sup>, die die bestehenden Angebote in Berlin/Brandenburg auflistet. Diese Liste wurde im Laufe der Projektbearbeitung etwa 50 mal angefordert. Auch die Informationsveranstaltungen, die ich gemeinsam mit Kathrin Buchholz<sup>153</sup> in Zusammenarbeit mit fünf Berliner Volkshochschulen seit dem Herbst 1999 anbiete, haben eine rege Nachfrage. In Kontakt mit den TeilnehmerInnen bestätigt sich, dass ein großes Informationsdefizit in breiten Bevölkerungskreisen besteht. Langfristig muss die Durchführung von Informationsveranstaltungen von anderen übernommen werden. Dazu ist es notwendig, dass Weiterbildungskonzepte für relevante

---

<sup>152</sup> siehe Anhang

<sup>153</sup> Kathrin Buchholz bearbeitet das Forschungsprojekt „Frauen, Umwelt und Lokale Agenda 21“. In Zusammenarbeit mit ihr wurde ein Konzept für dreistündige Informationsveranstaltungen zu Gemüseabonnements entwickelt, die im Rahmen der Lokale Agenda 21-Aktivitäten der Berliner Volkshochschulen durchgeführt wurden. Gemüseabonnements wurden vorgestellt, Informationsmaterial der verschiedenen AnbieterInnen lag bereit und es wurde gemeinsam eine Mahlzeit aus einer Beispiellieferung zubereitet und gegessen.



Bildungseinrichtungen wie z.B. Umwelt-, Verbraucher- und Ernährungsberatungen, kirchliche Bildungsstätten und Veranstaltungen im Rahmen von Lokalen Agenda Prozessen entwickelt werden.

Als Ergebnis der Forschungsarbeit zeigte sich auch, dass der persönliche Kontakt von GemüseabonentInnen untereinander den Umgang mit Gemüseabonnements erleichtern kann. KundInnen, die sich kennen, tauschen Erfahrungen mit Lagerungsbedingungen für verschiedene Produkte, Verwendungsmöglichkeiten, Rezepte und zum Teil auch Produkte aus. Eine Möglichkeit, diesen Kontakt zu organisieren, ist die Einrichtung von Mailing-Listen, mit denen auch KundInnen, die keinen persönlichen Kontakt zu anderen AbonentInnen haben, die Möglichkeit hätten, sich an einem Austausch von Erfahrungen zu beteiligen. In der Folge wäre es eventuell möglich, Sammellieferungen an KundInnen, die nah beieinander wohnen zu organisieren. Die Organisation von Mailing-Listen zur Kommunikation von KundInnen untereinander erfordert nur einen geringen Aufwand und bietet sowohl AnbieterInnen als auch KundInnen die Möglichkeit in eine intensivere Kommunikation über die Erfahrung mit den Angeboten einzutreten.

Heute findet die Kommunikation zwischen AbonentInnen und AnbieterInnen vorwiegend telefonisch statt. Die Sprechzeiten der AnbieterInnen wurden in den vergangenen Jahren auf bis zu vierzig Stunden pro Woche erweitert. Für KundInnen von Betrieben mit beschränkten Sprechzeiten (im ungünstigsten Fall drei Stunden pro Woche) ist es schwierig Veränderungen von Bestellungen, Reklamationen oder Wünsche mitzuteilen. Einige NutzerInnen schätzen die Möglichkeit, Änderungswünsche auch per Fax oder E-Mail mitteilen zu können, häufig wurde aber der Bedarf nach einer Rückmeldung geäußert, um zu wissen, ob die Wünsche bei der nächsten Lieferung berücksichtigt werden können oder nicht.

Die derzeitigen NutzerInnen, die mit den Befragungen erfasst wurden, lehnen eine über Internet automatisierte und formalisierte Form der Kommunikation weitgehend ab (z.B. Nutzung vorgefertigter Formulare mit denen Bestellungen per Mouseclick getätigt werden können). In der Regel legen sie großen Wert darauf, mit den AnbieterInnen direkt sprechen zu können. Aus dem Ergebnis der Befragung derzeitiger NutzerInnen kann nicht geschlossen werden, dass mit der Einrichtung von Internet-Seiten und direkter Bestellmöglichkeit über dieses System nicht möglicherweise neue NutzerInnenkreise erschlossen werden könnten.

Für eine Ausweitung des KundInnenkreises sollten die AnbieterInnen Anreize schaffen. Derzeitige AbonentInnen könnten mit Prämien (ähnlich wie im Bereich von Zeitungsabonnements) motiviert werden, neue AbonentInnen zu gewinnen. Ein anderer Motivationsimpuls könnte sein, die Kommunikation des Abonnementpreises zu verändern. Bislang geben die meisten Betriebe einen Pauschalpreis für ihre Abonnementkisten an, in den die Kosten für die Belieferung einfließen. Sinnvoll könnte sein, Produkt-Preis und Liefer-Preis einzeln zu benennen und bei einer Belieferung in ein Mehrfamilienhaus die Liefergebühren durch die Anzahl der KundInnen zu teilen. Die erzielbare Kostenersparnis könnte derzeitige KundInnen motivieren, insbesondere in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft neue AbonentInnen zu werben. Neben dem Effekt zusätzliche AbonentInnen gewonnen zu haben, ist es so eventuell möglich, die Lieferrouten günstiger zu gestalten und notwendige Fahrstrecken zwischen mehreren KundInnen zu

verringern, womit sowohl Betriebskosten als auch Umweltbelastungen reduziert werden können. Denkbar wären auch gezielte Kampagnen in der Nachbarschaft derzeitiger NutzerInnen durch die Betriebe selbst, um entlang bestehender Liefer Routen neue KundInnen zu gewinnen. So könnte in der Umgebung von Lieferadressen über die Angebote informiert und z.B. konkret Auskunft über den Lieferzeitpunkt gegeben werden. Dies erfordert einen hohen Zeitaufwand, der nicht parallel zur Auslieferung geleistet werden kann. Möglich wäre aber die kurzfristige Beschäftigung zusätzlicher Arbeitskräfte für die gezielte Werbung neuer KundInnen.

Sinnvoll wäre es, neue Formen von Sammelstellen zu entwickeln, die sowohl den AnbieterInnen als auch den NutzerInnen Vorteile bringen könnten. Ansprechpartner kann die Wohnungswirtschaft sein. Diese kann in den von ihnen verwalteten Gebäudekomplexen geeignete Räume zur Verfügung stellen, an die Lieferungen zentral zugestellt werden könnten. Einige Wohnungsbaugesellschaften haben bereits begonnen, ihren MieterInnen umfassende Dienstleistungsangebote zu machen. Dies resultiert aus der derzeitigen Situation, dass es zum Teil schwierig ist, den verwalteten Wohnraum zu vermieten. Räume, in die Gemüseabonnements und andere Lieferserviceleistungen (z.B. Getränkelieferungen) geliefert werden können, stellen für die Wohnungsbaugesellschaften eine Möglichkeit dar, sich gegenüber Konkurrenten zu profilieren. Für manche NutzerInnen bietet die Belieferung an eine wohnungsnah gelegene Sammelstelle Vorteile, so ist z.B. keine persönliche Anwesenheit bei der Belieferung erforderlich. Zwar zeigt die Erfahrung der derzeitigen KundInnen, dass es in der Regel unproblematisch ist, wenn die Lieferung vor der Wohnungstür abgestellt wird, doch äußerten einige NutzerInnen Bedenken und richten es daher ein, dass sie die Lieferungen persönlich entgegen nehmen können. In den Informationsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit den Berliner Volkshochschulen wurden solche Bedenken ebenfalls häufig geäußert, sodass ich annehme, dass die Lieferform für manche potenzielle KundInnen ein Hemmnis darstellt, die Angebote in Anspruch zu nehmen. Für die Abonnementbetriebe bietet die Belieferung an Sammelstellen in großen Häusern mehrere Vorteile. Sie finden ein großes KundInnenpotenzial vor, dass über Kommunikation in den Häusern erreicht werden könnte. Zudem könnten viele Menschen an eine Adresse beliefert werden, was Transportaufwand und -kosten senkt. Die KundInnen wiederum hätten den Vorteil, dass die Lieferungen sicher bewahrt werden und sie wohnungsnah beliefert werden.

Ähnliche Vorteile könnten durch eine Belieferung an große Arbeitsstätten (z.B. Bürohochhäuser, Ämter und Bundesministerien) erzielt werden. Für die AnbieterInnen ergeben sich ähnliche Vorteile wie bei der Belieferung an zentrale Räume von Wohnungsbaugesellschaften. Berücksichtigt werden müsste hier zusätzlich, dass die Belieferung innerhalb der Arbeitszeiten erfolgen muss und für die Arbeitsabläufe in den Institutionen keine Belastung darstellen darf. Als NutzerInnen kommen bei einer solchen Belieferungsorganisation allerdings vor allem ArbeitnehmerInnen in Frage, die mit dem PKW zur Arbeit fahren.

Neben Informationsdefiziten und den bislang verhältnismäßig geringen KundInnenzahlen bestehen weitere Probleme für die Betriebe vor allem in der Logistik. Die zwei wesentlichen Problemkreise sind die Organisation der Produktzustellung und die Organisation der Zukäufe.

Dringendstes Problem vor allem kleinerer Betriebe ist die Organisation der Belieferung. Der Arbeitsanfall in den kleineren Unternehmen beläuft sich auf etwa zwei Tage pro Woche, womit keine volle Arbeitskraft beschäftigt werden kann. Dennoch fordert die Tätigkeit die FahrerInnen auf vielfältige Weise (vgl. Kapitel 6), zeichnet sich durch unattraktive Arbeitsbedingungen und ein geringes Einkommen aus. Die ErzeugerInnen machten sehr deutlich, dass bei Störungen der Auslieferung der gesamte Betriebsablauf beeinträchtigt wird. Eine koordinierte Auslieferung benachbarter Abonnementbetriebe könnte es ermöglichen, Vollzeit Arbeitsplätze für Lieferpersonal zu schaffen, indem FahrerInnen von mehreren Betrieben gemeinsam beschäftigt werden. Damit sind aber eine Vielzahl von Schwierigkeiten verbunden, z.B. müssten Liefertage koordiniert werden, die Beschäftigten müssen verschiedene Betriebe repräsentieren und über mehrere Angebotspaletten informiert sein. Eine andere Möglichkeit ist die Nutzung externer Kurierdienste. Für die Betriebe vorteilhaft ist die Auslagerung der Unterhaltungskosten für die Lieferfahrzeuge, die Bereitstellung von Personal und die Abgabe der organisatorischen Aufgaben an auf Transporte spezialisierte Unternehmen. Nachteilig könnte sich die fehlende Identifikation des Personals mit den landwirtschaftlichen Betrieben und möglicherweise mangelnde Produktkenntnis auswirken. Dies könnte möglicherweise durch eine intensivere telefonische KundInnenbetreuung ausgeglichen werden. Es wäre im Einzelfall zu prüfen, ob die Inanspruchnahme externer Lieferdienstleistungen für die Betriebe teurer als eine selbständige Organisation ist.

Ökologisch negativ wirken sich Koordinierungsdefizite in der Distribution zwischen den verschiedenen AnbieterInnen aus: Viele Bezirke Berlins werden von mehreren AnbieterInnen angefahren. Dem Münchener Beispiel folgend könnte die Aufteilung des Liefergebietes auch im Berliner Raum dazu führen, Transportleistungen insgesamt zu reduzieren. Die derzeitigen im Vergleich mit München niedrigen KundInnenzahlen in Berlin lassen aber vermutlich für die einzelnen AnbieterInnen die Beschränkung auf wenige Stadtteile als unattraktiv erscheinen. Zudem müsste eine Verteilung der Bezirke gefunden werden, die nicht zu einer Benachteiligung der an einer Kooperation beteiligten Unternehmen führt. Die Koordinierung der verschiedenen Angebote untereinander würde zudem Absprachen in Bezug auf die Angebotspalette erfordern, die bei der zum Teil unterschiedlichen Ausrichtung der AnbieterInnen zu Konflikten führen könnte.

Der Wunsch der KundInnen nach einer abwechslungsreichen Gestaltung der Gemüsezusammenstellung über das ganze Jahr hinweg erfordert es, dass die ErzeugerInnen einen Zukauf von Obst und Gemüse organisieren. Mit Zukäufen über den ökologischen Großhandel ist sowohl für das Abonnementunternehmen als auch für den verkaufenden Erzeuger eine Verringerung der Gewinnspanne verbunden. Um die Wirtschaftlichkeit der Betriebe zu erhöhen und Transportleistungen einzusparen (Transporte aus anderen Bundesländern) wäre es nach den Ergebnissen dieser Untersuchung möglich, zusätzlich knapp 20 % der ausgelieferten Produkte (11 % der Waren die regional über Großhändler und 8 % aus anderen Bundesländern eingekauft werden) durch eine eigene Organisation aus der Region zu beschaffen. Problematisch für einzelne Betriebe ist jedoch, dass, wenn diese Einkäufe beim Großhändler entfallen, unter Umständen die Mindestabnahmemenge für eine Belieferung mit Importprodukten durch den Großhandel nicht mehr erreicht werden kann. Weiter müssen Transporte, die bislang durch den Großhandel abgedeckt wurden, von den ErzeugerInnen zu den Gemüseabonne-

mentanbieterInnen, selber übernommen bzw. organisiert werden. Dies bände Kapazitäten von Lieferfahrzeugen und Arbeitskräften. Mit einer selbständigen Organisation der Zukäufe direkt bei den ErzeugerInnen ist weiter verbunden, dass ein hohes Maß an Information beschafft werden muss, welche Betriebe wann, welche Produkte bereit stellen können. Unter den derzeitigen strukturellen Bedingungen ist dies für die AnbieterInnen von Gemüseabonnements nur schwer leistbar, so dass es für die einzelnen Betriebe als das Sinnvollste erscheint, einen Teil der Zukäufe über den ökologischen Großhandel abzuwickeln.

Die Optimierungsmöglichkeiten, die in der momentanen Abonnementvermarktung in Berlin/Brandenburg bestehen, können von einzelnen Betrieben nur mit erheblichen Anstrengungen durchgeführt werden. In gemeinschaftlicher Organisation wären Verbesserungsstrategien für die Unternehmen leichter umsetzbar. Eine von mehreren Betrieben getragene Koordinierungsstelle für Gemüseabonnements könnte viele der Aufgaben übernehmen, die in einzelnen Betrieben aus zeitlichen, finanziellen und personellen Gründen nicht oder nur schwer umgesetzt werden können. Aufgaben einer solchen zu entwickelnden Koordinierungsstelle, die zunächst vermutlich von öffentlicher Seite unterstützt werden müsste, könnten sein:

- Erarbeitung einer gemeinsamen Auslieferungslogistik für die AnbieterInnen. So könnte die Anzahl der insgesamt notwendigen Lieferfahrten gesenkt und die Umwelt weiter entlastet werden. Darüber hinaus käme es zu einer Entlastung der AnbieterInnen durch den verringerten Lieferaufwand. Hauptprobleme hierbei sind allerdings die unterschiedlichen Angebotsstrukturen, Interessenschwerpunkte und KundInnenstämme der verschiedenen AnbieterInnen, so dass ein Konzept entwickelt werden müsste, das die Identifikation der KundInnen mit den einzelnen AnbieterInnen weiterhin ermöglicht.
- Koordination der regionalen Zukäufe über eine zentrale Stelle, die für Informationsfluss sorgt und Transporte koordiniert. Dies würde die Möglichkeit zur Nutzung des regionalen Anbaupotenzials stärken, indem es den ErzeugerInnen die bislang notwendige Mehrarbeit erspart.
- Zusammenstellung von Produktinformationen, Rezeptvorschlägen etc. für die KundInnen.
- Übernahme eines Teils der Kommunikation zwischen den AnbieterInnen und den KundInnen, z.B. die Annahme von Um- und Abbestellungen.
- Erarbeitung und Schaffung neuer Kommunikationsangebote für KundInnen regionaler, ökologischer Gemüseabonnements als Forum zum Austausch über Erfahrungen mit den Angeboten (z.B. Einrichtung einer Mailingliste)
- Akquirierung neuer Sammelstellen für die Belieferung bei der Wohnungswirtschaft, in größeren Bürogebäuden und anderen Arbeitsstätten, sowie öffentlichen Einrichtungen.
- Erarbeitung eines übergreifenden Marketing-Konzeptes, das neue Zielgruppen erreicht.
- Entwicklung von Weiterbildungskonzepten für relevante Bildungseinrichtungen und Organisation von Informationsveranstaltungen.

Eine solche Koordinierungsstelle kann zunächst mit öffentlicher Unterstützung initiiert werden, um die Ausweitung dieser umwelt- und haushaltsentlastenden Vermarktungs-

form zu fördern. Für den langfristigen Bestand muss in einer Konzeptionsphase der Finanzbedarf ermittelt und ein Finanzierungsmodell entwickelt werden. Die Förderung der Direktvermarktungsform „Gemüseabonnement“ liegt im öffentlichen Interesse, da sie mit einer Vielzahl gesellschaftlicher Nutzen verbunden ist. Neben der Entlastung der Umwelt durch eine ökologische und regionale Lebensmittelversorgung, die mit einer Ausweitung des ökologischen Landbaues und einer Reduzierung von Transportleistungen einhergeht, werden Wertschöpfungsketten in der Region gestärkt, es entstehen neue Arbeitsplätze und die Versorgungsarbeit in privaten Haushalten wird entlastet. Über die hier dargelegten Vorschläge hinaus sind umwelt- und verkehrspolitische Maßnahmen notwendig, die den ökologischen Landbau und nähräumliche Wirtschaftskreisläufe fördern.

## 10 Gemüseabonnements – Nachhaltiges Handlungskonzept im Bedürfnisfeld Ernährung?

Für eine nachhaltige Umgestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung werden fünf Strategien vorgeschlagen, die sich vor allem an die VerbraucherInnen richten, weil sie es sind, die ihr Konsumverhalten verändern und durch Bevorzugung von Produkten, über den Markt Impulse für eine Veränderung des Angebotes geben sollen. Die Strategien sind:

- Ausweitung des Konsums von Produkten aus ökologischem Landbau
- Reduktion des Fleischverbrauchs
- Bevorzugung von regionalen Lebensmitteln
- Bevorzugung von saisonalen Lebensmitteln
- Senkung des Verbrauchs von vorverarbeiteten Lebensmitteln

Das Handlungskonzept „Gemüseabonnement“ operationalisiert diese Strategiepfade durch eine Versorgung mit regional und saisonal erzeugten Gemüse aus ökologischem Landbau, das unverarbeitet an die NutzerInnen geliefert wird. Das Konzept zielt darauf ab, KundInnen regelmäßig mit ökologischen Produkten zu versorgen und ist damit in der Lage den Absatzmarkt für ökologisch produzierte Lebensmittel auszuweiten, indem der *regelmäßige* Verbrauch gefestigt wird.

Kernfragestellung meiner Arbeit ist, ob Gemüseabonnements ein Handlungskonzept für die Entwicklung von nachhaltigen Konsummustern im Bedürfnisfeld Ernährung darstellen. Den Schwerpunkt der Betrachtung habe ich auf die Untersuchung der konkreten Auswirkungen von Gemüseabonnements in privaten Haushalten gelegt. Die bisher vorliegenden Arbeiten beschäftigen sich vorrangig mit Fragestellungen der Angebotsseite wie die Optimierung der Betriebsorganisation und der Verbesserung der Marketingkonzepte und nehmen Veränderungen in der Haushaltsorganisation der NutzerInnen nicht in den Blick (vgl. BUNGE, TILLMANN, ANNAS, WIRTHGEN 1993; KREUZER 1996; HENTSCHEL 1998; BESSELMANN 1999; MEYER, KUGLER 1999). Die Fragestellung, wie sich als nachhaltig eingeschätzte Handlungskonzepte konkret im Alltagshandeln von NutzerInnen auswirken, wurden bislang auch im Kontext mit der Debatte um eine nachhaltige Entwicklung von Konsummustern wenig bearbeitet. Ich halte dies für notwendig, weil sich im Alltagshandeln entscheidet, ob und wie eine Handlungsoption Eingang in die routinierte Alltagsorganisation findet oder nicht und ob sich ein nachhaltiges Konsummuster ausbreiten kann oder eine Option bleibt, die nur von einer Minderheit praktiziert wird.

Wichtig für das Verständnis der Veränderungen in der Ernährung in privaten Haushalten ist die Beschreibung des Angebotes von Gemüseabonnements. Damit nehme ich auch die Arbeitsbedingungen der AnbieterInnen in den Blick, die in ihren sozio-ökonomischen Wirkungsgefügen ebenfalls Gegenstand der Untersuchung auf Nachhaltigkeit dieser Direktvermarktungsform sind.

## **Angebote in Berlin / Brandenburg**

Im September 2000 boten in Berlin und Brandenburg neunzehn Betriebe ökologische Gemüseabonnements an. Dieses Angebot hat sich innerhalb weniger Jahre entwickelt. Die Angebote von Gemüseabonnements wurden in den letzten Jahren von den AnbieterInnen stark an die Bedürfnisse der NutzerInnen angepasst:

- ***Gewährleistung von Vielfältigkeit***

Um den Wünschen der NutzerInnen zu entsprechen, haben die AnbieterInnen die Zusammenstellung der Produkte in den Gemüseabonnements in den letzten Jahren verändert. Waren die Gemüsezusammenstellungen zunächst stark von dem geprägt, was in den Betrieben erzeugt wurde, kaufen inzwischen alle Betriebe Obst und Gemüse bei benachbarten Betrieben und beim ökologischen Großhandel zu. Die Produkte, die über Abonnements vermarktet werden, entstammen zu einem überwiegenden Anteil aus regionaler Erzeugung.

- ***Ausdifferenzierung der Angebotspalette***

Die AnbieterInnen versuchen den unterschiedlichen Bedürfnissen ihrer KundInnen gerecht zu werden, indem sie die Angebote stark ausdifferenziert haben und für verschiedene Zielgruppen zum Teil mehr als 20 verschiedene Varianten anbieten.

- ***Ausweitung der Dienstleistungskomponenten der Angebote***

Stark gewachsen ist der Dienstleistungsanteil der Angebote. Die Mehrzahl der AbonnentInnen wird an die Wohnungstür beliefert. Die telefonische Erreichbarkeit der Betriebe wurde sehr ausgeweitet, um für Nachfragen, Um- und Abbestellungen erreichbar zu sein. Bei fast allen AnbieterInnen ist es möglich, Lieferungen kurzfristig zu ändern oder abzubestellen.

Die Veränderung der Produktzusammensetzung und die Flexibilisierung der Vertrags- und Lieferbedingungen sind Folge eines Kommunikationsprozesses zwischen den Betrieben und ihren KundInnen. Diese Kommunikation findet unsystematisch und vor allem telefonisch statt. Die Betriebe bieten ihren KundInnen auch Hoffeste und Hofbesichtigungen an. Diese sind ein wichtiges Element für die Identifikation der NutzerInnen mit „ihrem“ Anbieter. Zur konkreten Ausgestaltung der Angebote tragen diese Veranstaltungen eher nicht bei. Der telefonische Kontakt ist prägender für die Kommunikation zwischen ErzeugerInnen und NutzerInnen zur konkreten Ausgestaltung der Angebote, wobei nur ein (kleiner) Teil der KundInnen Kritik und Anregungen äußert. Die AnbieterInnen werden mit vielfältigen und zum Teil widersprüchlichen KundInneninteressen konfrontiert und müssen daher in der Entwicklung ihrer Angebote eigene Schwerpunkte und Prioritäten setzen. Resultat der Betriebserfahrungen der letzten Jahre ist eine größere Dienstleistungsorientierung der Unternehmen und die Ausweitung der Angebotspalette. Der Anteil nicht selbst erzeugter Produkte, die über Gemüseabonnements vermarktet werden, hat sich insgesamt vergrößert, es liegen aber keine Vergleichszahlen aus vergangenen Jahren vor, so dass es nicht möglich ist, die veränderte Produktzusammensetzung zu quantifizieren.

Mit der Veränderung der Angebote ist der Arbeitsaufwand für Abonnementvermarktung angestiegen. In der originär der Vermarktungsform zuzurechnenden Bereichen wie Organisation, Zusammenstellen der Produkte und Belieferung sind heute meist Menschen beschäftigt, die für diese Tätigkeit zusätzlich eingestellt, bzw. die in der Ent-

wicklung der Betriebe zunehmend weniger in den landwirtschaftlich-gärtnerischen Bereichen beschäftigt wurden. Damit sind neue Arbeitsplätze in den zum Teil strukturschwachen ländlichen Bereichen in der Nähe Berlins entstanden.

Für die Betriebe entstehen hohe Kosten durch die Belieferung der KundInnen. Gleichzeitig ist der Preis der ausgelieferten Waren im Vergleich mit dem Naturkosteinzehandel etwas geringer. Dies bedeutet für die Betriebe, dass die Gewinne vor allem durch einen, gegenüber dem Großhandel günstigeren Verkaufspreis der eigenen Produktion realisiert werden.

## **Ökonomische und soziale Dimensionen von Gemüseabonnements**

Aus den Ergebnissen meiner Untersuchung lassen sich über die dargestellte Zusammenhänge hinaus, Hinweise in Bezug auf die ökonomische Tragfähigkeit des Konzeptes ableiten.

Generell sind für landwirtschaftliche Betriebe mit der Direktvermarktung verschiedene Anforderungen verbunden. Notwendig ist:

- eine Professionalisierung im Vermarktungsbereich,
- ein hoher Investitionsbedarf,
- ein hoher Arbeitsumfang und die Gewährleistung der erforderlichen Arbeitsqualifikation.

Diese Anforderungen treffen in hohem Maße auch auf die Direktvermarktungsform Gemüseabonnement zu. Die Unabhängigkeit vom Handel, die die Betriebe durch den Aufbau des Direktvermarktungssystems Gemüseabonnement erlangen, erhöht ihre Gestaltungsspielräume. Gleichzeitig bringt die Übernahme von Funktionen des Handels für die Betriebe zusätzliche Belastungen mit sich.

Die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen wäre günstiger, wenn mehr KundInnen als bislang erreicht werden könnten. Die Untersuchung von MEYER und KUGLER für den Verband „Die Ökokiste“ weist darauf hin, dass Gemüseabonnements für die Betriebe erst mit größeren KundInnenstämmen rentabel werden, was insbesondere aus der hohen Personalintensität der verschiedenen Arbeitsbereiche in einem Abonnementbetrieb resultiert. Die Ergebnisse meiner Arbeit zeigen, dass ein hoher Anteil der geleisteten Arbeitszeit auf die Organisation von Zukauf und Vertrieb, sowie die KundInnenbetreuung entfällt. Diese Arbeitszeit ist weitgehend unabhängig von der Anzahl der KundInnen. Je mehr KundInnen ein Betrieb beliefert, desto weniger Arbeitszeit fällt für das einzelne Abonnement an. Gleichzeitig kann das Unternehmen seinen KundInnen mehr Service anbieten (z.B. längere Rufbereitschaften, die die Flexibilität der KundInnen erhöhen) und damit die Attraktivität des Angebotes erhöhen.

Die ökonomische Stabilisierung der Betriebe durch eine Ausweitung des KundInnenkreises hätte auch positive Auswirkungen auf die bislang zum Teil noch nicht langfristig abgesicherten Arbeitsplätze der MitarbeiterInnen, die mit der Auslieferung und anderen unmittelbar dem Abonnementbereich zuzuordnenden Aufgaben beschäftigt sind. Öffentlich geförderte Arbeitsplätze und Aushilfsbeschäftigungen könnten bei einer Ausweitung des KundInnenstammes in reguläre Beschäftigungsverhältnisse umgewandelt werden.



Durch die Entwicklung des neuen Vermarktungsbereiches „Gemüseabonnement“ ist es in den landwirtschaftlichen Betrieben gelungen, die Vermarktung ihrer ökologisch produzierten Lebensmittel zu festigen. Vorteile bestehen insbesondere bei Produkten, die nicht marktfähig sind, weil sie den Gewichts-, Größen-, Mengen oder Deklarationskriterien des Großhandels nicht entsprechen. Diese Produkte können über Gemüseabonnements problemlos verkauft werden.

### **HauptnutzerInnengruppe: Familienhaushalte für die regelmäßige, gemeinsame Mahlzeiten einen hohen Stellenwert haben**

Die Seite der Nutzung von Gemüseabonnements in Berlin-Brandenburg kann anhand der Untersuchungsergebnisse gut beschrieben werden. Mit den im Herbst 1999 etwa 2.700 am Abonnementsystem beteiligten Haushalten, ernährten sich insgesamt ca. 8.100 Menschen (zumindest teilweise) mit ökologischen Gemüseabonnements. Dies entspricht dem geringen Anteil von etwa 0,2 % der in Berlin lebenden Bevölkerung.

Für viele NutzerInnen bedeutet ein Gemüseabonnement den Einstieg in die Ernährung mit ökologischen Produkten, sodass das Angebot dazu führt, den Kreis der KonsumentInnen von ökologisch erzeugten Lebensmitteln zu erhöhen und zu stabilisieren. Auch über die Produkte, die mit dem Abonnement bezogen werden hinaus, werden aufgrund der Erfahrung mit Produkten aus kontrolliert biologischem Anbau, andere ökologische Produkte über verschiedene andere Vermarktungsschienen bezogen (z.B. Angebote in Naturkostläden, Ökomärkten, ökologische Produkte in Supermärkten).

Auffallend ist, dass sich vor allem Familien mit (kleinen) Kindern an den Angeboten beteiligen. Ihr Anteil an der gesamten Untersuchungsgruppe beträgt nahezu 70 %. Die untersuchte NutzerInnengruppe ist dominiert von einem hohen Anteil junger Akademikerfamilien. Es ist deutlich geworden, dass in den Familien, die Gemüseabonnements nutzen, gemeinsam eingenommene Mahlzeiten eine große Bedeutung haben. Dies deutet darauf hin, dass einerseits der Ernährung ein hoher Stellenwert beigemessen wird, andererseits gemeinsame Mahlzeiten als wichtiger Bestandteil des Zusammenlebens gesehen werden.

Der hohe Stellenwert, der gemeinsamen Mahlzeiten von der derzeitigen HauptnutzerInnengruppe beigemessen wird, steht im Gegensatz zu einem gesellschaftlichen Trend, indem die Bedeutung gemeinsamer Mahlzeiten auch in Mehrpersonenhaushalten stark abgenommen hat (vgl. Kapitel 3.5.2). Damit bildet die hohe Bedeutung gemeinsamer Mahlzeiten ein Spezifikum, das darauf hinweist, dass die Übertragung des Handlungskonzepts auf breitere Bevölkerungskreise an diesem Punkt auf ein Hemmnis stößt.

### **Einpersonenhaushalte und Paare als NutzerInnen von Gemüseabonnements**

Menschen mit anderen Wohn- und Lebensformen als Familien nutzen die Angebote bislang sehr wenig. So leben nur knapp 6 % der NutzerInnen von Gemüseabonnements in Einpersonenhaushalten. Diese Gruppe wird also im Vergleich zu ihrem Anteil an allen privaten Haushalten von fast 50 % in Berlin also kaum erreicht. Auch Lebensgemeinschaften ohne Kinder entschließen sich verhältnismäßig selten zu einem Gemüseabonnement. Als Ursache konnte ich identifizieren, dass in Haushaltsstrukturen

von allein lebenden Menschen oder Lebensgemeinschaften regelmäßig auch an Wochentagen zubereitete Mahlzeiten eher die Ausnahme sind (vgl. Kapitel 3.5.3). Deshalb erfordert die Nutzung von Gemüseabonnements dort in einem größeren Maße Verhaltens- und Ernährungsumstellungen, die Einfluss auf die gesamte Alltagsorganisation haben.

Die bislang am Abonnementsystem beteiligten Einpersonenhaushalte, die in den Rahmen dieser Studie befragt wurden, wiesen die Besonderheit auf, dass die allein lebenden Menschen über eine hohe Zeitsouveränität verfügen. Sie sind entweder freiberuflich tätig, Teilzeit erwerbstätig, aus dem Berufsleben ausgeschieden oder befinden sich in der Ausbildung. Zudem legten alle allein lebenden Personen, die sich zu einem Gemüseabonnement entschlossen hatten, besonders hohen Wert auf die Qualität ihrer Ernährung. Die Ursachen für die hohe Prioritätensetzung sind vielfältig und unterschiedlich: Zum Teil ist sie krankheitsbedingt entstanden, anderen ist Essen und Essenszubereitung aus Geschmacks-, Genuss- oder Entspannungsgründen besonders wichtig. Auch die Ergebnisse von OTT (1995) zum Ernährungsverhalten von alleinlebenden Menschen zeigen, dass allein lebende Menschen meist wenig kochen. Sie verwenden anders als häufig vermutet auch wenige Convenience-Produkte, sondern gehen häufig essen. Er fand zudem, dass Menschen die alleine leben, in hohem Maße frische und überdurchschnittlich häufig auch ökologisch angebaute Produkte bevorzugen (vgl. Kapitel 3.5.3).

Bei den Haushalten von Lebensgemeinschaften zeigte sich in meiner Untersuchung, dass hier wochentags verhältnismäßig selten Mahlzeiten zubereitet werden. Die Versorgung wird in der Woche meist außer Haus gedeckt, am Wochenende hingegen ist das (gemeinsame) Bereiten von Mahlzeiten von hoher Bedeutung und wird zum Teil als Bestandteil der Freizeitgestaltung beschrieben.

### **Potenziale und Hemmnisse für die Ausweitung der NutzerInnengruppe**

Das Ergebnis, dass die beteiligten Einpersonenhaushalte sich durch eine hohe Zeitsouveränität und eine hohe zeitliche Flexibilität auszeichnen, weist auf Haushalte von älteren, bereits aus dem Erwerbsleben ausgeschiedenen Menschen als eine potenzielle Klientel hin, an die das Handlungskonzept Gemüseabonnement evtl. erfolgreich herangetragen werden könnte. Das Bild von Einpersonenhaushalten als Gruppe von jungen Singlehaushalten, in denen gut ausgebildete Menschen, die vollzeitig erwerbstätig sind und über überdurchschnittliche Einkommen verfügen, ist bereits in mehreren Studien widerlegt worden (vgl. OTT 1995, KUTSCH 1997, ROSENKRANZ 1998). Etwa die Hälfte der Menschen, die in Einpersonenhaushalten leben, sind ältere und alte Menschen, die aus dem Erwerbsleben ausgeschieden sind. Diese Gruppe könnte eine vielversprechende Zielgruppe für Gemüseabonnements sein, weil sie u.U. mehrere Merkmale aufweisen, die sich bei vielen der derzeitigen NutzerInnen finden:

- Sie verfügen über eine hohe Zeitsouveränität.
- Sie messen regelmäßigen, selbst zubereiteten Mahlzeiten häufig einen hohen Stellenwert zu.
- Sie haben unter Umständen gesundheitliche Probleme, die eine Veränderung der Ernährung nahe legen.

- Teilweise erschweren gesundheitliche Probleme wie z.B. Gehbehinderungen die alltägliche Versorgung, so dass sie insbesondere vom Lieferservice profitieren können.

Für die Gruppe von älteren Menschen, ob sie nun allein oder in Gemeinschaften leben sollte ein Konzept entwickelt werden, mit dem ihnen Gemüseabonnements insbesondere in Hinblick auf ihre die Alltagsorganisation erleichternden Potenziale, vorgestellt werden können. Als hemmend kann bei älteren Menschen ein lange entwickeltes und stark routinisiertes Ernährungsverhalten wirken. Dennoch ergeben sich auch bei älteren Menschen Einschnitte im Lebensalltag (z.B. durch Erkrankungen oder Beschränkung der Beweglichkeit), in denen Routinen überdacht und verändert werden müssen.

Die Ergebnisse von Sassa FRANKE zeigen, dass biographische Einschnitte häufig Anlässe sind, bestehende Handlungsroutinen in Frage zu stellen. FRANKE benutzt für solche Situationen den Begriff „window of opportunity“, der ausdrückt, das in einem beschränkten Zeitraum ausgelöst durch ein einschneidendes Ereignis, routiniertes (Konsum)verhalten in Frage gestellt, Handlungsalternativen in den Blick genommen und möglicherweise in den Alltag eingebunden werden können (FRANKE 2001). Wichtig für die Etablierung von nachhaltigen Konsumalternativen ist eine ständige Präsenz der Angebote, damit sie bei Routinenbrüchen als Verhaltensoption zur Verfügung stehen. Dies ist bei Gemüseabonnements nicht der Fall, vielmehr bestehen erhebliche Informationsdefizite. Die meisten der in der Untersuchung befragten KundInnen erfuhren eher zufällig von der Möglichkeit regelmäßig Gemüse aus regionaler und ökologischer Produktion beziehen zu können. Hier bestehen also Potenziale den bisherigen NutzerInnenkreis durch eine kontinuierliche Information der Öffentlichkeit zu erweitern.

### **Ernährung mit einem Gemüseabonnement – Motive und Erfahrungen der NutzerInnen**

Im folgenden möchte ich die wichtigsten Gründe zusammen stellen, die zu dem Beschluss dieses Angebot wahrzunehmen, geführt haben. Im Anschluss daran diskutiere ich kurz die Frage, ob das Handlungskonzept von den NutzerInnen in den Haushalten als Be- oder Entlastung in der Haushaltsorganisation empfunden wird.

### **Motivallianzen: Gründe für den Bezug von Gemüseabonnements**

Als wesentliche Gründe für die Nutzung eines von Gemüseabonnements habe ich drei Hauptmotive herausgearbeitet:

- Wunsch die Veränderung des eigenen Ernährungsstils mit der regelmäßigen Lieferung von ökologisch erzeugtem Gemüse zu unterstützen (Anlass meist die Geburt eines Kindes oder die Erkrankung eines Haushaltsmitgliedes)
- Wunsch nach mehr Bequemlichkeit in der Ernährungsversorgung
- Ausgleich struktureller Mängel der Gemüseversorgung im Lebensmitteleinzelhandel

Häufig stehen gesundheitliche Motive hinter dem Wunsch den eigenen Ernährungsstil zu verändern. Gesundheitliche Motive wurden am häufigsten bei der Frage nach den Motiven für die Versorgung mit einem Gemüseabonnement genannt.

Gesundheitsaspekte als vorrangiges Motiv fanden sich häufig bei Müttern von kleinen Kindern. Als Grund für die Versorgung mit Gemüseabonnements wird einerseits benannt, für (Klein)Kinder eine möglichst schadstoffarme Ernährung zu gewährleisten, bedeutsam ist aber auch der direkte Kontakt zu bäuerlichen Betrieben, die auch Hofbesichtigungen und Hoffeste anbieten. Über die Besuche soll ein Bezug zur Natur und zur Nahrungserzeugung in der Landwirtschaft vermittelt werden.

Für viele NutzerInnen spielt die Unterstützung der ökologischen Landwirtschaft und auch des regionalen Wirtschaftens bei ihrer Entscheidung für ein Gemüseabonnement eine Rolle. Diese Aspekte werden aber selten als vorrangig genannt. Motivallianzen besonders zwischen Umwelt und Gesundheit, wie sie LITTIG beschrieben hat, sind von hoher Bedeutung.

### **Be- oder Entlastung für die Alltagsorganisation**

Die Einschätzung von Gemüseabonnements als Be- oder Entlastung in der Alltagsorganisation hängt von individuellen Strukturen in den Haushalten ab: In einem Haushalt, in dem auch vorher regelmäßig selbst Mahlzeiten zubereitet wurden, werden die Lieferung und Vorauswahl der Produkte eher als Entlastung empfunden. Dies trifft auf die HauptnutzerInnengruppe der Familien in der Regel zu, bzw. werden Gemüseabonnements häufig auch als Hilfe genutzt, das regelmäßige Kochen von Mahlzeiten in den Familienalltag zu etablieren, wenn dies vor dem Bezug des Abonnements noch nicht der Fall war.

Dagegen wirken in Haushalten, in denen häufig außer Haus gegessen und nur unregelmäßig selbst Mahlzeiten zubereitet wurden, die regelmäßigen Lieferungen eher belastend. Sie erfordern es, dass Alltagsroutinen verändert werden müssen. Nur wenn es in solchen Fällen gelingt, neue Routinen zu entwickeln, kann ein Gemüseabonnement auf Dauer in die Haushaltsabläufe integriert werden. Dann wirkt es ebenfalls erleichternd auf die für die Versorgungsarbeiten Zuständigen.

Als konkrete Entlastungen in der alltäglichen Essensversorgung werden von den NutzerInnen beschrieben:

- Ein Teil des Lebensmittelbedarfs wird geliefert, so müssen diese Produkte weder selbst ausgesucht, noch nach Hause transportiert werden.
- Die Lebensmittelversorgung ist zum Teil abgedeckt, ohne dies immer wieder neu organisieren zu müssen.
- Die Mahlzeiten- und Einkaufsplanung wird von den gelieferten Produkten vorstrukturiert und vereinfacht.
- Die Zusammensetzung der Ernährung wird vielfältiger und abwechslungsreicher als bei ausschließlich eigener Auswahl.
- Die Versorgung mit ökologischen Produkten ist als einmal getroffener Beschluss gewährleistet und entlastet im Alltag von immer neuen Entscheidungen.

Die Speisenzubereitung selbst verändert sich mit der Nutzung von Gemüseabonnements individuell. Es sind keine generalisierenden Aussagen möglich, da die konkrete Zubereitung auch weiterhin von persönlichen Vorlieben, Fähigkeiten und Zeitstrukturen abhängt. Es kann aber gesagt werden, dass die Küche sich stärker an den Jahreszei-

ten orientiert und insgesamt mehr Gemüse gegessen wird. In der Regel verringert sich der Fleischkonsum, womit ein großes Umweltentlastungspotenzial realisiert wird. Die Kenntnisse über Produkte und deren Verwendungs- und Zubereitungsmöglichkeiten erweitern sich. Durch die Versorgung mit Abonnements werden neue Produkte kennen gelernt und Anregungen gegeben, auch Neues auszuprobieren. Dadurch entwickeln sich neue Produkt- und Verarbeitungskenntnisse. Dies ist als positiv zu bewerten, in Bezug auf den von EMPACHER und GÖTZ festgestellten Trend, dass Verarbeitungswissen im Lebensmittelbereich bei vielen VerbraucherInnen verloren gegangen ist und sich in eine Art KonsumentInnenwissen umgewandelt hat (vgl. Kapitel 3.5.3.4).

Die Erweiterung von Produkt- und Verarbeitungskenntnissen ist eine spezifische Qualität von Gemüseabonnements, die bislang kaum kommuniziert wird. Sie wird von vielen NutzerInnen als Bereicherung empfunden und das gewonnene Wissen über regionale und saisonale Lebensmittel wirkt auch in Kaufentscheidungen von anderen Lebensmitteln hinein.

Ein Gemüseabonnement bedeutet nicht, dass sich die Haushalte vor allem über dieses Angebot ernähren. Die Mehrzahl der beteiligten Haushalte beziehen bewusst Abonnements, deren Mengen nicht ausreichen, um den Gemüsebedarf der Mitglieder des Haushaltes vollständig mit den gelieferten Produkten zu decken. Dies geschieht vor allem, um eine Balance herzustellen, zwischen einer Versorgung mit ökologischem Gemüse, dass von anderen zusammengestellt wird und der Möglichkeit den Speisezettel selber zu gestalten. Die Zusammenstellung eines vorgegebenen Sortiments schätzen die meisten AbonentInnen als Erleichterung ihrer Alltagsgestaltung. Das wöchentliche „Überraschungspaket“ wird auch emotional von vielen als Bereicherung des Alltages empfunden.

Für die derzeitigen NutzerInnen kann zusammenfassend gesagt werden, dass Gemüseabonnements in der Regel eine gesunde und ökologische Ernährung vereinfachen. Erleichterungen ergeben sich aber in Abhängigkeit der Struktur der Versorgungsbedingungen wie sie bis zum Abonnement in den konkreten Haushalten etabliert waren. Gelingt es, ein Gemüseabonnement in die Alltagsabläufe zu integrieren und neue Routinen zu entwickeln, wird die Komplexität alltäglicher Entscheidungen durch die Abonnementangebote reduziert. Umweltverträgliche Ernährungsorganisation ist nicht mehr Gegenstand täglicher Überlegungen, sondern bedeutet als einmal gefällte grundlegende Entscheidung Entlastung im Alltag.

### **Geschlechtsspezifische Arbeitsteilung**

Das Handlungskonzept Gemüseabonnement erreicht bislang vor allem Kleinfamilien mit Kindern, in denen vor allem Frauen für die Versorgungsarbeit zuständig sind. In der Regel sind in den untersuchten Familienhaushalten beide Erwachsene erwerbstätig. In deutlich höherem Maße arbeiten die Frauen Teilzeit und sind für die Hausarbeit zuständig. Familienhaushalte sind die Gruppe von Haushalten, die in der Debatte um die Entwicklung eines nachhaltigen Konsumverhaltens als die gesellschaftlich prägende konnotiert wird. Familienhaushalte, in denen – in der Regel weil kleine Kinder versorgt werden müssen – ein größerer Anteil an Arbeitszeit für Versorgungsarbeit geleistet werden kann, weil ein(e) Erwachsene(r) nicht oder nur Teilzeit erwerbstätig ist, haben

dagegen tatsächlich eine abnehmende gesellschaftliche Bedeutung. Dem gegenüber ist der Anteil anderer Lebensformen wie z.B. Einpersonenhaushalte stark ansteigend.

Frauen in Familienhaushalten nutzen Gemüseabonnements vielfach, um den Aufwand für Ernährung zu verringern. Abonnements werden als Rationalisierungsansatz für die Haushaltsproduktion genutzt, der sich nicht materiell in Form eines vorverarbeiteten Produktes oder als Maschine, die Hausarbeit erleichtern soll, sondern sich als Dienstleistung manifestiert.

Eine Parallele zwischen anderen Rationalisierungsansätzen für die Hausarbeit und dem Gemüseabonnement besteht darin, dass aus einer Entlastung in einem Teil der Hausarbeit, eine stärkere Belastung in einem anderen Arbeitsbereich folgt. Gemüseabonnements entlasten in den Arbeitsfeldern Einkauf, Auswahl und Entscheidung sowie Transport von Lebensmitteln. Mehr Arbeit ergibt sich - je nach Ernährungsgewohnheiten vor dem Abonnement - aus der Notwendigkeit, regelmäßig größere Mengen unverarbeiteter Produkte verarbeiten zu müssen. Die feministische Kritik an Rationalisierungsansätzen, dass sie über die Erleichterung der Vereinbarkeit von Erwerbs- und Hausarbeit die Zuweisung der Verantwortlichkeit an Frauen verlängern (vgl. Kapitel 4.3.4) kann auch auf Gemüseabonnements bezogen werden. Als Ergebnis meiner Untersuchung steht trotz dieser Überlegung außer Frage, dass die Frauen, die Gemüseabonnements beziehen, in diesem Angebot in erster Linie eine Entlastung ihrer Arbeit sehen. Auf die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung haben Gemüseabonnements keinen Einfluss, Männer in Familienhaushalten übernehmen in der Regel keine Arbeiten, die aus der Versorgung mit Gemüseabonnements entstehen.

### **Wirkungen auf die Umwelt**

Die Entwicklung der Angebote hin zu einem komplexen Dienstleistungsangebot bedeutet zum Teil, dass die Umwelt stärker als zuvor belastet wird. Zu Beginn der Angebote wurden die NutzerInnen von Gemüseabonnements an zentrale Sammelstellen beliefert, heute ist die individuelle Belieferung an die Wohnungstür die Regel. Durch die Anfahrt von vielen verschiedenen Lieferadressen ist die Umweltbelastung durch den Lieferverkehr vermutlich angestiegen. Die Berechnung des Break-Even Points von Silvia CUNNINGHAM zeigt, dass die Belieferung der Produkte an die Wohnungstür, verglichen mit der individuellen Einkaufsfahrt mit dem PKW, dann mit geringeren Emissionen verbunden ist, wenn wöchentlich pro Person eine Strecke von mehr als 500 Metern für den Gemüseeinkaufs mit einem PKW zurückgelegt wird (CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 167). Bei Menschen, die ihre Einkäufe vor dem Abonnement zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigt haben, entsteht durch das Gemüseabonnement ein zusätzlicher Verkehrsaufwand.

Die Untersuchung der im Jahre 1998 ausgelieferten Produkte hat gezeigt, dass trotz eines gestiegenen Anteils von importierten Produkten, mit ca. dreiviertel der Produkte der überwiegende Teil der ausgelieferten Waren aus regionaler Erzeugung stammt. CUNNINGHAM zeigt in ihrer halbquantitativen Bestimmung der Umweltentlastungspotenziale, dass aus der Erhöhung des Anteils ökologisch erzeugter Produkte im Bereich Anbau bezogen auf klimawirksame Emissionen größere Entlastungen erzielt werden, als durch die Einsparung von Transportleistungen, die aus einer stärker regional orientierten Versorgung resultieren (vgl. CUNNINGHAM, VAN RÜTH, WELLER 2000: 168 ff). Aus

dieser Analyse kann der Schluss gezogen werden, dass durch die Intensivierung der Dienstleistungskomponenten von Gemüseabonnements, der Hauptentlastungspfad - nämlich eine Ausweitung des ökologischen Landwirtschaft insgesamt, unabhängig davon, ob die Produkte regional oder im Ausland erzeugt werden - gestützt wird. Ökologische Produkte gewinnen durch die mit den Angeboten verbundenen Zusatznutzen an Attraktivität und so wird der KonsumentInnenkreis für ökologische Produkte ausgeweitet. Gleichzeitig ist der regional erzeugte Anteil in den Abonnementkisten mit 74 % vergleichsweise hoch, so dass auch ökologische Entlastungen aus einer Regionalisierung der Ernährung erfolgen.

Diese Bewertung wird durch Forschungsergebnisse gestützt, in denen die Entlastungseffekte, die sich aus einer regionalisierten Versorgung ergeben, gegenüber Entlastungspotenzialen, die bei einer zentralisierten Produktionsweise bestehen, relativiert werden. Bislang wurde der regionalen Erzeugung und Vermarktung von Nahrungsmitteln neben der umweltschonenden Produktionsweise grundsätzlich positive Effekte durch kurze Transportwege zugeschrieben. Die Ergebnisse von CUNNINGHAM zeigen, dass die Effekte aus der ökologischen Landwirtschaft, die Entlastungseffekte aus der Transportreduktion durch Regionalisierung bei weitem übersteigen. Zu ähnlichen Ergebnissen führten auch die Analyse von Fallbeispielen durch die TU München (2001). Am Beispiel einer regionalen Erzeuger-Verbraucher-Initiative (TAGWERK) wurden die durch die Regionalisierung der Versorgung erzielten Umwelteffekte mit den Entlastungspotenzialen einer energieoptimierten zentral organisierten Produktion verglichen. Es wird deutlich, wie sich regionale Verarbeitungs- und Vertriebsstrukturen im Vergleich zu überregionalen Strukturen in Bezug auf Transportaufwand, Energieverbrauch und Emissionen auswirken. Am Beispiel „Brot“ zeigt sich, dass die energieoptimierte Produktion einer überregionalen Großbäckerei deutlich effizienter ist, als eine handwerkliche Brotproduktion in der Region. Gegenüber diesem Einsparpotenzial treten Energieeinsätze für die überregionale Rohstoffbeschaffung und die Distribution der Endprodukte in den Hintergrund. Die Analyse zeigt, dass eine Polarisierung zwischen einer überregionalen Versorgung und dezentralen Versorgungsstrukturen nicht sinnvoll ist. Für die Bewertung sollte im Einzelfall betrachtet werden, welche Entlastungen, z.B. durch eine überregionale Förderung des ökologischen Landbaus, den Belastungen durch höhere Verkehrsleistungen gegenüberstehen.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass aus einem höheren Verkehrsaufkommen zusätzliche Umweltbelastungen resultieren, die in Vergleichen, die sich auf klimarelevante Emissionen und den Energieverbrauch beziehen, unberücksichtigt bleiben. Verkehrsverursachte Umweltbelastungen die bei der alleinigen Betrachtung von klimarelevanten Emissionen und dem Energieverbrauch unberücksichtigt bleiben sind eine Erhöhung der Lärmbelastung, fotochemischer Sommersmog, unfallbedingte Wirkungen und die Ausweitung der gesamten Verkehrsinfrastruktur. Diese sollten bei der Gesamtbewertung von Versorgungsalternativen in den Blick genommen werden und müssen als negative Folgen von jedem zusätzlich entstehenden Verkehrsaufkommen gewertet werden.

### **Nachhaltiges Konzept mit geringer Reichweite**

Die Zusammenschau der Untersuchungsergebnisse zeigt, dass Gemüseabonnements eine nachhaltige Handlungsoption im Bedürfnisfeld Ernährung sind. Die Direktvermark-

tungsform festigt die ökonomische Stabilität von ökologisch wirtschaftenden Landwirtschaftsbetrieben indem es durch das Angebot von Zusatznutzen gelingt, neue KundInnen für einen regelmäßigen Konsum von ökologischen Lebensmitteln zu gewinnen. Die Stabilisierung der Betriebe unterstützt die positiven Umwelteffekte des ökologischen Landbaus. Den negativen Umweltwirkungen durch die Belieferung der KundInnen an die Wohnungstür steht gegenüber, dass durch den verstärkten Verbrauch von Lebensmitteln aus regionaler Produktion Transportwege entfallen. Gemüseabonnements haben positive Wirkungen auf die Ernährung der NutzerInnen, es wird mehr Gemüse gegessen und der Fleischkonsum wird häufig reduziert. Die regelmäßigen Lieferungen führen dazu, dass sich das Ernährungsverhalten den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung annähern und es kann davon ausgegangen werden, dass mit diesen Ernährungsumstellungen auch gesundheitlich positive Wirkungen erzielt werden. Die Erfahrungen im Umgang mit den Gemüseabonnements in den Haushalten werden überwiegend positiv und als eine Entlastung in der Alltagsorganisation beschrieben. Auf die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung haben Gemüseabonnements jedoch keinen Einfluss, in der überwiegenden Zahl der befragten Haushalte, die zu 70 % Familienhaushalte sind, sind Frauen für die Alltagsorganisation zuständig und übernehmen alle mit der Ernährungsversorgung verbundenen Arbeiten.

Am Beispiel der Gemüseabonnements zeigt sich, dass die Reichweite von Handlungskonzepten, die sich durch ihre Struktur vor allem an Familienhaushalte wenden, eingeschränkt ist. Die Konzentration auf konventionell organisierte Familienhaushalte in der Debatte um nachhaltige Konsummuster berücksichtigt nicht, dass der gesellschaftliche Entwicklungsprozess dazu geführt hat, dass ein Großteil der Menschen andere Formen der Versorgung und auch der Ernährung entwickelt hat. Bei der Entwicklung nachhaltiger Konzepte ist es notwendig, die veränderten Bedingungen von Alltagsorganisation in ihrer Pluralisierung zu berücksichtigen, damit die Reichweite nachhaltiger Handlungsoptionen im Bedürfnisfeld Ernährung ausgedehnt werden kann.

### **Andere Strategien zur Entwicklung einer nachhaltigen Ernährung**

Aus den Ergebnissen meiner Literaturstudie und meiner empirischen Erhebungen lassen sich Hinweise für eine nachhaltige Gestaltung des Bedürfnisfeldes Ernährung ableiten, die über eine Veränderung der Ernährungsversorgung in den privaten Haushalten hinausgehen. Die Vorstellung von (gemeinschaftlich) in privaten Haushalten zubereiteten und eingenommenen Mahlzeiten, an denen das Handlungskonzept „Gemüseabonnement“ in seiner derzeitigen Form anknüpft, entspricht zunehmend weniger der gesellschaftlichen Praxis. Bedeutsamer sind dagegen die verschiedenen Formen der Gemeinschaftsverpflegung in Betrieben und Gastronomiebetrieben geworden. Deshalb ist die Entwicklung von ökologischen Angeboten einer Gemeinschaftsverpflegung ein wichtiger Ansatzpunkt für die Entwicklung einer nachhaltigen Ernährung. Diese spielt in der Ernährung vieler Menschen eine große Rolle und wird vermutlich weiter an Bedeutung gewinnen. Die Ergebnisse von DÖCKER et al. (1994) für Österreich deuten darauf hin, dass das Essen in Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen häufig den Kriterien einer nachhaltigen und gesunden Ernährung nicht entspricht. DÖCKER et al. ermittelten zu hohe Anteile an Fleisch- und Fleischprodukten. Die Veränderung von Speiseplänen in Großküchen stellt eine Möglichkeit dar, die Ernährungs-



gewohnheiten von vielen Menschen schrittweise in Richtung Senkung des Fleischkonsums und Bevorzugung von regionalen, saisonalen und ökologisch erzeugten Lebensmitteln zu verändern. Zudem besteht die Möglichkeit durch direkte Verträge regionale und ökologisch wirtschaftende Betriebe zu fördern. In Absprache mit den Betrieben könnten die Speisepläne in Betriebskantinen, Mensen etc. auf aktuell bei den landwirtschaftlichen Betrieben der Region reifenden Produkten abgestimmt werden.

Das bislang bestehende Angebot an Gemeinschaftsversorgung sollte ausgeweitet und nach ökologischen Kriterien konzipiert werden. Ein für Deutschland innovativer Ansatz könnte die Einrichtung von Mensen in allgemeinbildenden Schulen sein. Ganztagschulen, die die Betreuung von Kindern und Jugendlichen über den Vormittag hinaus wahrnehmen und damit Familien von der Betreuungsarbeit entlasten, könnten mit Angeboten von ökologischer Ernährung verbunden werden. Dies hätte zukunftsfähige Wirkungen sowohl in Bezug auf das Bedürfnisfeld Ernährung, als auch auf die Entlastung der Familien von der Fürsorgearbeit. Ein weiterer Ansatzpunkt könnte ein Aufgreifen der Überlegungen zu Einküchenhäusern zu Beginn des 20. Jahrhunderts sein (vgl. Kapitel 4.3.3), in dem das Angebot von Mahlzeiten nicht nur an Arbeitsplätzen und Ausbildungseinrichtungen, sondern auch an das Wohnumfeld angebunden wird. Damit könnte auch nicht erwerbstätigen Menschen eine gemeinschaftlich organisierte Ernährungsversorgung angeboten werden. Die nur kurz skizzierten Ansätze legen der Organisation von Ernährung ein anderes Verständnis zu Grunde. Ernährung und ihre Organisation wird von einer privat zu lösenden Aufgabe, zu einer gesellschaftlich zu lösenden Frage. An die Bedürfnisse von NutzerInnen angepasste Konzepte gemeinschaftlicher Versorgung könnten ein Ansatzpunkt sein, im Ernährungsbereich bestehende individuelle und gesellschaftliche Probleme zu lösen.

# Literatur

- AGÖL (ARBEITSGEMEINSCHAFT ÖKOLOGISCHER LANDBAU) (2000): Jahresbericht der Arbeitsgemeinschaft ökologischer Landbau; [http://www.agoel.de/aktuell/Jahresbericht\\_2000.pdf](http://www.agoel.de/aktuell/Jahresbericht_2000.pdf)
- ANWANDER PHAN-HUY, S. (1998): Nachfrageseitige Akzeptanz von von Technologien im Ernährungsbereich. Dissertation ETH Nr. 12564, Institut für Agrarwirtschaft, Eidgenössische Technische Hochschule Zürich, Zürich (zitiert nach JUNGBLUTH 2000: 83)
- ARBEITSGEMEINSCHAFT FÜR BIOLOGISCH-DYNAMISCHEN LANDBAU (Hg.): Naturkost Regional; Das Brandenburger Bio-Info; Ein Service für den Naturkostmarkt; November 1999
- AUERSWALD, K., F. SCHMIDT (1986): Atlas der Erosionsgefährdung in Bayern – Karten zum flächenhaften Bodenabtrag durch Regen. GLA Fachberichte Nr. 1; München
- B.A.U.M. CONSULT MÜNCHEN (O.J.): 21 Testhaushalte für die lokale Agenda München; Ein Projekt im Rahmen der lokalen Agenda 21 der Landeshauptstadt München; Abschlussbericht; Durchgeführt und erstellt im Auftrag von: Landeshauptstadt München; Stadtwerke München; Referat für Gesundheit und Umwelt München; München
- BAUHARDT, Christine (1995): Stadtentwicklung und Verkehrspolitik; Eine Analyse aus feministischer Sicht; Basel, Boston, Berlin
- BEHRENDT, Siegfried (1997): Paradigmenwechsel in der Produktpalette – Ökoeffiziente Produkte und Dienstleistungen setzen sich durch; In: Zukünfte Nr. 20; Sommer 1997; (16-17)
- BEIK, Ute, Meike SPITZNER (1995): Reproduktionsarbeitsmobilität; Theoretische und empirische Erfassung, Dynamik ihrer Entwicklung und Analyse ökologischer Dimensionen und Rahmenbedingungen für Handlungsstrategien; Endbericht zum Teilprojekt 5: „Entwicklung der Arbeits- und Freizeitmobilität“; Projektfeld B des Verbundforschungsprojektes „Ökologisch verträgliche Mobilität in Stadtregionen“; November 1995
- BERK, R.E. (1980): The New Home Economics: An Agenda for Sociological Research. In: S.F. BERK (ed.) Women and Household Labor. Beverly Hills/ London (113-148) (zitiert nach GLATZER 1986: 20)
- BERNHARDT, Claudia (1999): Die neue Bescheidenheit – Wie antifeministisch ist die Nachhaltigkeit? In: Ines WELLER, Esther HOFFMANN, Sabine HOFMEISTER (Hg.) (1999): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden; Bielefeld; (111-120)
- BESSELMANN, Katja (1999): Dienstleistung rund um die Uhr; In: bio-land 3/99; Mainz; (6-7)
- BFN – BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (1996): Liste gefährdeter Pflanzenarten. Schriften für Vegetationskunde Nr. 28. Bonn
- BIESECKER, Adelheid, M. JOCHIMSEN, U. KNOBLOCH (1997): Vorsorgendes Wirtschaften; In: Ökologisches Wirtschaften 3 / 4 1997 (Spezial: Nachhaltiges Wirtschaften - eine feministische Perspektive); (7-8)
- BLANKE, Karen (1996): Beruf und Familie; In: Karen BLANKE, Manfred EHLING, Norbert SCHWARZ: Zeit im Blickfeld – Ergebnisse einer repräsentativen Zeitbudgeterhebung; Stuttgart, Berlin, Köln; (179-218)
- BMBF (BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG UND FORSCHUNG) (2000): Rahmenkonzept Sozial-ökologische Forschung; <http://www.gsf.de/ptukf/bmbf/laufSchwp/soef/material/SOEFJUNI-pdf.pdf>
- BMELF: BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN: (1998): Unsere Dörfer 1998; Abschlussbericht 19. Bundeswettbewerb 1998 in der Bundesrepublik Deutschland „Unser Dorf soll schöner werden – Unser Dorf hat Zukunft.“ Bonn
- BMFSFJ (BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND) (Hg.) (1996): Zeit im Blickfeld; Ergebnisse einer repräsentativen Zeitbudgeterhebung; Erstellt von Karen BLANKE, Manfred EHLING und Norbert SCHWARZ; Stuttgart, Berlin, Köln

- BMU (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit) (Hg.) (o.J.): Konferenz der vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro - Dokumente - Agenda 21; Bonn
- BOCK, Gisela, Barbara DUDEN (1977): Arbeit aus Liebe – Liebe als Arbeit: Zur Entstehung der Hausarbeit im Kapitalismus; In: GRUPPE BERLINER DOZENTINNEN (Hg.): Frauen und Wissenschaft – Beiträge zur Berliner Sommeruniversität für Frauen – Juli 1976, Berlin; (118-199)
- BOCK, S., S. HEEG, M. RODENSTEIN (1993): Reproduktionsarbeitskrise und Stadtstruktur; Eine feministische Betrachtung von Agglomerationsräumen In: FOPA e.V. (Hg.) Christina KLEINHEINS, Stefanie KLINKHART, Stefani MISERÉ: Regionalentwicklung - feministische Perspektiven; Frei-Räume; Heft 6; Dortmund; (14-23)
- BODENSTEIN, Gerhard, Achim SPILLER, Helmut ELBERS (1997): Strategische Konsumententscheidungen: Langfristige Weichenstellungen für das Umwelthandeln – Ergebnisse einer empirischen Studie. Diskussionsbeiträge 234, Duisburg
- BÖGE, Stefanie (1995): Erfassung und Bewertung von Transportvorgängen: Die produktbezogene Transportkettenanalyse; in Dieter Läßle: Güterverkehr, Logistik und Umwelt; Berlin; (113-141)
- BORSCHIED, Peter (unter Mitarbeit von Florian ALTENHÖNER) (1997): Der Einzug der Wissenschaft in das Private; Analysen und Texte des neunzehnten und zwanzigsten Jahrhunderts; Frankfurt/New York
- BRAUN, Lily (1901): Frauenarbeit und Hauswirtschaft; Berlin
- BROMBACHER, J., U. HAMM (1990): Was kostet eine Ernährung mit Lebensmitteln aus alternativem Landbau? In: Ökologie & Landbau, Jg. 75, Nr. 3, Bad Dürkheim (8-11) (zitiert nach BUND/ MISEREOR 1997: 316)
- BROMBACHER, J., U. HAMM (1990): Was kostet eine Ernährung mit Lebensmitteln aus alternativem Landbau? In: Ökologie & Landbau; Jg. 75; Nr. 3 Bad Dürkheim; (8-11)
- BROMBACHER, J., U. HAMM (1991): Ausgaben für Ernährung; In: Alternativ Erzeugte Lebensmittel; AID Spezial 2; Texte der Vorträge des Presseseminars "Alternativ erzeugte Lebensmittel" am 10.7.1990; veranstaltet von der Sektion Baden-Württemberg der DGE
- BUND/ MISEREOR (1997): Zukunftsfähiges Deutschland; Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung; Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie; Basel, Boston, Berlin 4. erweiterte Auflage
- BUNDESKARTELLAMT (2000): Urteile im Kartellverfahren gegen die Handelskonzerne WalMart, Lidl&Schwarz und Aldi Nord; [http://www.bundeskartellamt.de/B-74-00\\_WalMart1.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/B-74-00_WalMart1.pdf); [http://www.bundeskartellamt.de/B9-84-00\\_Lidl1.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/B9-84-00_Lidl1.pdf); [http://www.bundeskartellamt.de/B-94-00\\_Aldi1.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/B-94-00_Aldi1.pdf)
- BUNDESVERBÄNDE NATURKOST NATURWAREN (BNN) (1998): Trendbericht Naturkost: Naturkostfachhandel – Positiver Trend hält an. <http://www.naturkost.de/biofach/bnn1.htm> (25.2.1998)
- BUNDESVERBÄNDE NATURKOST NATURWAREN (BNN) (1998): Trendbericht Naturkost: Naturkostfachhandel - Positiver Trend hält an. <http://www.naturkost.de/biofach/bnn1.htm> (25.2.1998) (zitiert nach KOLAREK 1999: 13)
- BUNGE, Torsten, Susanne TILLMANN, Fabian ANNAS, Bernd WIRTHGEN (1993): Kisten-Abonnements in der Direktvermarktung von Öko-Betrieben; Arbeitsberichte zur angewandten Agrarökonomie Arbeitsbericht 14; Universität Gesamthochschule Kassel
- COLLMER, Sabine (1997): Frauen und Männer am Computer – Aspekte geschlechtsspezifischer Technikanneignung; Wiesbaden
- CUNNINGHAM, Silvia, Petra VAN RÜTH, Ines WELLER (2000): Ökologische Dienstleistung Gemüseabonnement - Entlastung von Umwelt und Frauen? Untersuchung der sozio-ökonomischen Voraussetzungen, ökologischen Entlastungspotenziale und sozialen Folgen von Gemüseabonnements sowie Ableitung von Strategien zur Vergrößerung ihrer Reichweite; Berlin

- DALY, Hermann E. (1991): *Steady-State economics*; Washington
- DBV (DEUTSCHER BAUERNVERBAND) (2001): *Von jedem Brötchen noch ein Pfennig...*; <http://www.bauernverband.de/preise.asp>; Bonn
- DBV (DEUTSCHER BAUERNVERBAND) (2001a): *Wieviele Menschen ernährt ein Landwirt?*; <http://www.bauernverband.de/versorgung.asp>; Bonn
- DBV (DEUTSCHER BAUERNVERBAND) (2001b): *Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und Dünger ist gesunken*; <http://www.bauernverband.de/dup.asp>; Bonn
- DBV (DEUTSCHER BAUERNVERBAND) (2001c): *Womit erzielen die Bauern ihren Umsatz?*; <http://www.bauernverband.de/umsatz.asp>; Bonn
- DBV (DEUTSCHER BAUERNVERBAND) (2001d): *Kaufkraft des Industriearbeiterstundenlohns bei einzelnen Nahrungsmitteln*; [http://www.bauernverband.de/kaufkraft\\_detail.asp](http://www.bauernverband.de/kaufkraft_detail.asp); Bonn
- DEMETER (2001): *Mit Demeter im Fachhandel auf der sicheren Seite*; <http://www.demeter.de>; 28. März 2001
- DEUTSCHES TIEFKÜHLINSTITUT E.V. (2001), [http://www.tiefkuehlinstitut.de/images/grafik\\_prokopfverbrauch99\\_gr.gif](http://www.tiefkuehlinstitut.de/images/grafik_prokopfverbrauch99_gr.gif) (13.4.2001)
- DER TAGESSPIEGEL (19.8.2000): *Männer leiden unter hart arbeitenden Ehefrauen; Mangelnde Sozialkontakte und gesundheitliche Beeinträchtigungen; Aus aller Welt*
- DEUTSCHES TIEFKÜHLINSTITUT E.V. (2001), [http://www.tiefkuehlinstitut.de/images/grafik\\_prokopfverbrauch99\\_gr.gif](http://www.tiefkuehlinstitut.de/images/grafik_prokopfverbrauch99_gr.gif) (13.4.2001)
- DIEKMANN, A.; P. PREISENDÖRFER (1992): *Persönliches Umweltverhalten. Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit*. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 44 (1992), Heft 2, (226-251)
- DIEKMANN, Andreas (2000): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek bei Hamburg (6. Auflage)
- DILLMANN, D.A. (1983): *Mail and Other Self-Administered Questionnaires*, In: P.H. ROSSI, J.D. WRIGHT, A. ANDERSON (Hg.): *Handbook of Survey Research*, New York (359-378)
- DÖCKER, Ulrike, Irene KLOIMÜLLER, Günther LANDSTEINER, Christian NOHEL, Harald PAYER, Hanni RÜTZLER, Reinhard SIEDER und Kurt STOCKER (1994): *Fetter Schwerer Schneller Mehr; Mythen und Fakten vom Essen und Trinken*; IKUS-Lectures Nr. 20+21; o.O.
- DÖRHÖFER, Kerstin, Ulla TERLINDEN (1988): *Orte und Räume der Hauswirtschaft*; In: Gerda TORNIÉPORTH (Hg.): *Arbeitsplatz Haushalt; Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit*; Berlin; (285-316)
- DÖRHÖFER, Kerstin (1990): *feministische Ansätze gegen patriarchalische Strukturen in Architektur und Planung*, In: *Platz nehmen oder Raum greifen. Standorte und Perspektiven feministischer Planung*, Herausgegeben von FOPA e.V. und Gesamthochschule Kassel, Kassel (10 – 28)
- DÖRR, Gisela (1993): *Die Ökologisierung des Oikos*; In: Irmgard SCHULTZ (Hg.) *GlobalHaushalt – Globalisierung von Stoffströmen – Feminisierung von Verantwortung*; Frankfurt; (65-80)
- DÖRR, Gisela (1995): *Der Begriff der Haushaltsproduktion in der Umweltdebatte*; In: Irmgard SCHULTZ, Ines WELLER (Hg.): *Gender & Environment; Ökologie und die Gestaltungsmacht der Frauen*; Frankfurt; (133-152)
- DÖRR, Gisela (1996): *Der technisierte Rückzug ins Private – Zum Wandel der Hausarbeit*; Frankfurt/New York
- ECKART, Christel (1989): *Soziale Implikationen der Rationalisierung und Technisierung alltäglicher Lebensführung*, In: VERBUND SOZIALWISSENSCHAFTLICHER TECHNIKFORSCHUNG (Hg.): *Mitteilungen 1/1987: Konzepte sozialwissenschaftlicher Technikforschung. Verhandlungen des Workshops 1987*, Frankfurt am Main, 2. Auflage (9-38)

- ECKART, Christel, Ursula G. JAERISCH, Helgard KRAMER (1979): Frauenarbeit und Familie und Fabrik; Frankfurt/New York
- EHLING, Manfred; Norbert SCHWARZ (1996): Zeitverwendung im Bevölkerungsdurchschnitt, In: Karen BLANKE, Manfred EHLING, Norbert SCHWARZ: Zeit im Blickfeld – Ergebnisse einer repräsentativen Zeitbudgeterhebung; Stuttgart, Berlin, Köln; (11-13)
- EKO-MONITOR Nr. 4 (1999): Biologica Het Platform voor biologische Landbouw en Voeding (Hg.); Der Monitor für Trends und Entwicklungen in der Niederländischen Biologischen Landwirtschaft und im Handel, Nr. 4, Januar 1999, Spezielle Ausgabe anlässlich der Grünen Woche in Berlin
- EMPACHER, Claudia (2000): Kommunikation gegen den Roll-back; Zielgruppen ökologischen Konsumverhaltens; In: Ökologisches Wirtschaften Nr.1/2000; Konsum zwischen Ethik und Erlebnis; München; (10-12)
- EMPACHER, Claudia, Konrad GÖTZ (1999): Ansprüche an ökologische Innovationen im Lebensmittelbereich; ISOE Diskussionspapiere 10; Frankfurt a.M.
- EMPACHER, Claudia, Doris HAYN, Stephanie SCHUBERT, Irmgard SCHULTZ (2001): Analyse der Folgen des Geschlechtsrollenwandels für Umweltbewußtsein und Umweltverhalten. Unveröffentlichtes Manuskript, ISOE (Institut für sozial-ökologische Forschung GmbH, Frankfurt a.M.
- ENQUETE –KOMMISSION „SCHUTZ DER ERDATMOSPHERE“ DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES (1994): Landwirtschaft; Studienprogramm; Band 1; Teilband I + II; Bonn
- ENQUETE –KOMMISSION „SCHUTZ DES MENSCHEN UND DER UMWELT“ (1998): Konzept Nachhaltigkeit; Vom Leitbild zur Umsetzung; Bonn
- ENQUETE-KOMMISSION "SCHUTZ DES MENSCHEN UND DER UMWELT" (Hg.) 1994: Die Industriegesellschaft gestalten; Perspektiven für einen nachhaltigen Umgang mit Stoff- und Materialströmen; Bonn
- ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DER ERDATMOSPHERE“ (Hg.) (1994): Landwirtschaft und Ernährung – Quantitative Analysen und Fallstudien und ihre klimatische Relevanz; In: Studienprogramm Landwirtschaft; Teilband II; Bonn
- FAZ (FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG) (9.9.2000): Kartellamt verbietet Dauerverkauf unter Einstandspreis (Politik); Frankfurt am Main
- FIBL (FORSCHUNGSINSTITUT FÜR BIOLOGISCHEN LANDBAU) (2000): Biobauern produzieren am effizientesten und sehr naturschonend; [www.fibl.ch/Pressemitteilungen/201100.htm](http://www.fibl.ch/Pressemitteilungen/201100.htm) (19.03.2001); Frick; Schweiz
- FOGA FORSCHUNGSGESELLSCHAFT AGRARÖKONOMIE GGMBH BERLIN (1995): Verbrauchsentwicklung von Produkten des ökologischen Landbaus in Berlin - Erfordernisse und Voraussetzungen zur Erhöhung Brandenburger Marktanteile; Kurzstudie; Berlin
- FOPA (Hg.) (1991): Frauen planen, bauen, wohnen. Katalog zur Ausstellung der Internationalen Bauausstellung Emscher Park GmbH, bearbeitet von Marita Grote/ Marlis Pianka/ Ute Stibba, Dortmund
- FORD, Henry (1923): My Life and Work, Kapitel „Wages“, New York
- FORUM UMWELT & ENTWICKLUNG (Hg.) (1997): Zukunftsfähiges Deutschland; Zukunft für Frauen? Memorandum der AG Frauen im Forum Umwelt & Entwicklung; Bonn
- FRANKE, Sassa (2001): Car-Sharing: Vom Ökoprojekt zur Dienstleistung; Berlin
- FREHN, M., A. MEIßNER, E. PLATE, S. FOHR, J. THIEMANN-LINDEN, V. DIEGMANN, T. BRACHER, M. LIWICKI, M. DRECHSLER (1999): Vergleichende Umweltbilanz Umweltwirkungen und Einzelhandelsstrukturen am Beispiel von Leipzig; Teilbericht 4 des Modellvorhabens Nr. 209 01 221 des Umweltbundesamtes; Auswirkungen der räumlichen Struktur des Einzelhandels auf Verkehr und Umwelt; unveröffentlichter Vorabdruck des Berichtes; Stand Juli 1999
- GALBRAITH, John Kenneth (1973): Economics and the Public Purpose, Boston
- GEYER, M.(1999): Qualitätserhaltende Maßnahmen bei welkeempfindlichen Produkten; Vortrag auf der 22. Geisenheimer Tagung 22. - 24. Februar 1999; Unveröffentlichtes Manuskript Potsdam-Bornim

- GFK (GESELLSCHAFT FÜR KONSUMFORSCHUNG) (2001): Märkte, Handel und Verbraucher 2000/2001; Gedämpfter Optimismus nach einem Jahr voller Krisen; [http://www.gfk/gfkContent.gfk.Middle3/ret\\_0301/konsumentenverhalten.html](http://www.gfk/gfkContent.gfk.Middle3/ret_0301/konsumentenverhalten.html)
- GILLWALD, Katrin (1996): Umweltverträgliche Lebensstile – Chancen und Hindernisse; In: G. ALTNER ET AL (Hg.): Jahrbuch Ökologie 1997; München; (83-93)
- GLATZER, Wolfgang (1986): Haushaltsproduktion, wirtschaftliche Stagnation und sozialer Wandel; In: Wolfgang GLATZER, Regina BERGER-SCHMITT: Haushaltsproduktion und Netzwerkhilfe, die alltäglichen Leistungen der Haushalte und Familien; Frankfurt/Main; (9-50)
- GREENPEACE MAGAZIN (1999): Lebensmittel von der Stange. Greenpeace Magazin 2/99, Greenpeace Umweltschutzverlag, Hamburg (16-27)
- GROß, Hermann, Ulrich PREKUHL, Cornelia THOBEN (1987): Arbeitsstrukturen im Wandel. In: DER MINISTER FÜR GESUNDHEIT UND SOZIALES IN NORDRHEIN-WESTFALEN (Hg.) Arbeitszeit '87. Teil II, Düsseldorf
- GÜNDRA, H. et al (1995): Bodenerosionsatlas Baden-Württemberg; In: Agrarforschung in Baden-Württemberg; Band 24; Stuttgart
- HAAS, G., U. KÖPKE (1994): Vergleich der Klimarelevanz ökologischer und konventioneller Landbewirtschaftung; In: ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DER ERDATMOSPHÄRE“ DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES (Hg.): Band 1; Landwirtschaft; Studienprogramm; Teilband II; Studie H; Bonn
- HAGEMANN-WHITE, Carol (1988): Zur Geschichte und zum Selbstverständnis von Frauenforschung; In: Hildegard RAPIN (Hg.): Frauenforschung und Hausarbeit; Frankfurt/New York; (9-25)
- HAMM, Ulrich (1998): Mehr auf Kundenwünsche eingehen – Kooperation zwischen Groß- und Einzelhandel als Pflichtaufgabe; In: Schrot & Korn spezial 11/98; Schaaflheim ; (17-19)
- HAMM, Ulrich, Johannes MICHELSEN (2000): Die Vermarktung von Ökolebensmitteln in Europa; Ökologie & Landbau; Heft 113; Bad Dürkheim; (31-38)
- HAUSEN, Karin (1976): Die Polarisierung der Geschlechtscharaktere - Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienarbeit; In: Werner CONZE (Hg.) Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas; erschienen in der Schriftenreihe des Arbeitskreises für moderne Sozialgeschichte Band 21; Stuttgart; (363-393)
- HAYDEN, Dolores (1985): The Grand Domestic Revolution: A History of Feminist Design for American Homes, Neighborhoods and Cities, Cambridge (Massachusetts), Third Printing
- HEID, Markus (1998): Nachhaltiger Konsum – Eine Literaturanalyse; (Diplomarbeit) Institut für Agrarökonomie; Agrarwissenschaftliche Fakultät; Christian-Albrecht-Universität zu Kiel
- HEINZ, Walter R. (1982): Vorwort; In: Andreas WITZEL: Verfahren der qualitativen Sozialforschung; Überblick und Alternativen; Frankfurt a.M., New York
- HENDERSON, D. (1998): Between the Farm Gate and Dinner Plate: Motivations for Industrial Change in the Processed Food Sector; In: OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) (Ed.) The Future of Food. Long-Term Prospects for the Agro-Food Sectors. OECD Publications; Paris
- HENTSCHEL, Jutta (1998): Die Abo-Kiste als Form der Vermarktung von Obst und Gemüse aus ökologischem Landbau - eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel des Hofguts Letten; Diplomarbeit im Studiengang Agrarwissenschaften; TU München Freising -Weihenstephan; München
- HESSE, Klaus (1994): Privater Verbrauch und Vermögen privater Haushalte; In: Klaus HESSE (Hg.) Strukturen privater Haushalte und Familien; Frankfurt; (109-140)
- HESSE, Markus, Thomas PFEIFFER, Cornelia WESKAMP (1995): Transportkettenanalyse Kartoffel; Schriftenreihe des IÖW 86/95; Berlin/ Wuppertal
- HOFFMANN, Esther, Ulrike WEILAND (1999): Das Konzept Nachhaltigkeit in der feministischen Kritik: Vom Ausleuchten blinder Flecke zum Blick auf Das Ganze; Zusammenfassung der Diskussionen; In: Ines WELLER, Esther HOFFMANN, Sabine HOFMEISTER (Hg.) (1999): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden; Bielefeld; (207-218)

- HOFMEISTER, Sabine (1999): Über die Produktivität des Reproduktiven; Der Beitrag des Konzepts „Vorsorgendes Wirtschaften“ zum Nachhaltigkeitsdiskurs; In: Ines WELLER, Esther HOFFMANN, Sabine HOFMEISTER (Hg.) (1999): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden; Bielefeld; (73-95)
- HOFFPISTEREI GmbH (1996): Produkt-Ökobilanz des Pfister-Öko-Brottes für die Ludwig Stocker Hopffisterei GmbH; München
- HOLZ, Erlend (2000): Zeitverwendung in Deutschland - Beruf, Familie, Freizeit - Wiesbaden
- HRADIL, Stefan (1999): Soziale Ungleichheit in Deutschland; 7. Auflage; Opladen
- HUBER, Beate (2000): Der ökologische Landbau in Deutschland hat endlich ein einheitliches Zeichen; In: AGRARBÜNDNIS (Hg.): Landwirtschaft 2000; Der kritische Agrarbericht; Daten, Hintergründe, Positionen zur Agrardebatte; Kassel, Rheda-Wiedenbrück, Bramsche; (277-278)
- INGLEHART, R. (1979): Wertewandel und politisches Verhalten. In: Matthes, J.: Sozialer Wandel in Westeuropa: Verhandlungen des 19. Deutschen Soziologentages, Frankfurt/New York
- INGLEHART, R. (1989/ Werkausgabe 1995): Kultureller Umbruch. Wertewandel in der westlichen Welt. Frankfurt/ New York
- ISOE (INSTITUT FÜR SOZIAL-ÖKOLOGISCHE FORSCHUNG) (1993): Sustainable Netherlands; Aktionsplan für eine nachhaltige Entwicklung der Niederlande; Studententexte des Instituts für sozial-ökologische Forschung Nr.1; Frankfurt am Main
- ISSA, Sabine (Senatsamt für Gleichstellung Hamburg) (1996): Vorstellung des Forschungs- und Modellprojekts "Zeiten der Stadt" in Hamburg-Barmbeck-Uhlenhorst; Vortragsmanuskript für die Veranstaltung "Zeiten in der Kommune"; 6. und 7. September 1996; Congress Centrum Hamburg
- ITC (INTERNATIONAL TRADE CENTER UNCTAD/WTO) (1999): Organic food and beverages: World supply and major European markets, Geneva (<http://www.intracen.org/stcnews/newsrel/182eng.htm>)1
- JACOB, Ulf (1999): Was kostet uns der Pestizideinsatz wirklich? Eine Pestizidreduktionspolitik tut not; In: AGRARBÜNDNIS E.V. (Hg.) Der kritische Agrarbericht; Rheda-Wiedenbrück; (206-213)
- JAGGER, Alison M., William L. MCBRIDE (1989): Reproduktion als männliche Ideologie. In: LIST, Elisabeth, Herlinde STUDER (Hg.) (1989): Denkverhältnisse. Feminismus und Kritik, Frankfurt
- JUNGBLUTH, Niels (2000): Umweltfolgen des Nahrungsmittelkonsums: Beurteilung von Produktmerkmalen auf Grundlage einer modularen Ökobilanz; Dissertation ETH Nr. 13499; Umwelt- und Naturwissenschaften; Eidgenössische Technische Hochschule Zürich; Zürich
- JURCYK, Karin, Maria S. RERRICH (1993a): Lebensführung, soziale Einbindung und die Strukturkategorie „Geschlecht“; In: Karin JURCYK, Maria S. RERRICH (Hg.): Die Arbeit des Alltags; Beiträge zu einer Soziologie der alltäglichen Lebensführung; Freiburg; (262-278)
- JURCYK, Karin, Maria S. RERRICH (1993b): Lebensführung weiblich – Lebensführung männlich, Macht die Unterscheidung heute noch einen Sinn?; In: Karin JURCYK, Maria S. RERRICH (Hg.): Die Arbeit des Alltags; Beiträge zu einer Soziologie der alltäglichen Lebensführung; Freiburg; (279-309)
- JURCYK, Karin (1993): Flexibilisierung für wen? Zum Zusammenhang von Arbeitszeiten und Geschlechterverhältnissen; In: Karin JURCYK, Maria S. RERRICH (Hg.): Die Arbeit des Alltags; Beiträge zu einer Soziologie der alltäglichen Lebensführung; Freiburg; (346-374)
- KEMPF, Rosa (1911): Das Leben der jungen Fabrikmädchen in München, Leipzig
- KETTSCHAU, Irmhild (1981): Wieviel Arbeit macht ein Familienhaushalt? – Zur Analyse von Inhalt, Umfang und Verteilung der Hausarbeit heute; Dissertation; Dortmund
- KETTSCHAU, Irmhild (1985): Emotionalität und Gestaltungsfähigkeit als qualitative Dimensionen der Hausarbeit; In: DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR HAUSWIRTSCHAFT (Hg.): Bericht über die 35. Jahrestagung am 19./20.9.1985 in Darmstadt. Generalthema: Wirtschaftliche und gesellschaftliche Aspekte der Arbeit im Haushalt; (51-60)

- KETTSCHAU, Irmhild (1988): Zur Theorie und gesellschaftlichen Bedeutung der Hausarbeit; In: Gerda Tornieporth (Hg.): Arbeitsplatz Haushalt – Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit; Berlin; (98-114)
- KITTLER, Gertraude (1980): Hausarbeit; Zur Geschichte einer „Natur-Ressource“; München
- KJER, I., K. H. SIMON, M. ZEHR, U. ZERGER, F. KASPAR, H. BOSSEL, A. MEIER-PLOEGER, H. VOGTMANN (1994): Landwirtschaft und Ernährung; In: ENQUETE-KOMMISSION «SCHUTZ DER ERDATMOSPHERE» (Hg.): Landwirtschaft - Studienprogramm; Vol. Band I; Teilband II; Studie J; Teil A; Bonn
- KOERBER, Karl von, Jürgen KRETSCHMER (1999): Der Anspruch auf Nachhaltigkeit im Ernährungsbereich – Wie zukunftsfähig ist unser Ernährungsstil? In: Verbraucherdienst 44 – 4/99; (88-95)
- KOLAREK, Martina (1999): Untersuchung der Umweltdebatte über Tiefkühlkost aus kontrolliert biologischem Anbau: Eine Medienanalyse unter Berücksichtigung der Geschlechterverhältnisse, Diplomarbeit Universität für Bodenkultur Wien und TU Berlin
- KONTOS, S., K. WALSER (1979): ... weil nur zählt, was Geld einbringt; Probleme der Hausfrauenarbeit; Gelnhausen
- KÖPKE, Ulrich (2001): Durch Verbraucherschutz einen Käufermarkt für Öko-Produkte erhalten; Frankfurter Allgemeine Zeitung; 07.02.2001; Nr. 32 / Seite 18
- KRAMER, Helgard (1981): Hausarbeit und taylorisierte Arbeit, In: Leviathan, Sonderheft 4 (136-151)
- KRAMER, K. J., H. C. MOLL (1995): Energie voedt: nadere analyses van het indirecte energieverbruik van voeding. Final report to the NRP global Air Pollution and Global Change, IVEM research report No. 77, Center for Energy and Environmental Studies of the University Groningen (IVEM RUG), The Netherlands
- KRAMER, P., K.-F. MÜLLER-REIßMANN, J. SCHAFFNER (1994): Landschaft und Ernährung; Teil B: Veränderungstendenzen im Ernährungssystem und ihre klimatische Relevanz; In: ENQUETE –KOMMISSION „SCHUTZ DER ERDATMOSPHERE“ DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES (Hg.): Band 1; Landwirtschaft; Studienprogramm; Teilband II; Studie J; Teil B; Bonn
- KREIBISCH, Rolf (1996): Nachhaltige Entwicklung-Leitbilder für die Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft; Weinheim und Basel
- KRELL, Gertraude (1984): Das Bild der Hausfrau in der Arbeitswissenschaft, Frankfurt am Main/New York
- KREUZER, Kai (1996): Bio-Vermarktung; Vermarktungswege für Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung; Lauterbach
- KÜBLER, W., H.J. ANDERS, W. HEESCHEN (Hg.) (1995): VERA-Schriftenreihe Band XI; Ergebnisse der Nationalen Verzehrsstudie (1985 -1988) über die Lebensmittel- und Nährstoffaufnahme in der Bundesrepublik Deutschland; Wissenschaftlicher Fachverlag
- KUCKARTZ, Udo (1995): Umweltwissen, Umweltbewußtsein, Umweltverhalten. Der Stand der Umweltbewußtseinsforschung. In: De Haan, G. (Hg.): Umweltbewußtsein und Massenmedien: Perspektiven ökologischer Kommunikation. Dresden (71-86)
- KUCKARTZ, Udo (2000): Umweltbewusstsein in Deutschland 2000 – Ergebnis einer Repräsentativen Bevölkerungsumfrage; Im Auftrage des Umweltbundesamtes; Berlin
- KUGLER, Günter (1999): Gemeinsam geht es besser: die Ökokiste; In: bio-land 3/99; Mainz
- KÜNST, Renate (2001): „Wir leiden an den Altlasten“ Renate KüNST über BSE und MKS; Gütesiegel für Lebensmittel; Tierschutz ...; Interview von Bernhard PÖTTER und Mathias URBACH in „Das Taz-Gespräch“; Die tageszeitung; 15., 16. April 2001; (4-5)
- KÜNZLER, Jan (1994): Familiäre Arbeitsteilung; Die Beteiligung von Männern an der Hausarbeit; Bielefeld
- KUTSCH, Thomas (1993): Ernährungssoziologie; In: Thomas KUTSCH: Ernährungsforschung interdisziplinär; Darmstadt; (98-137)
- KUTSCH, Thomas (1997): Haushaltssoziologie; In: Thomas KUTSCH, Michael-Burkhard PIORKOWSKY, Manfred SCHÄTZKE: Einführung in die Haushaltswissenschaft; Stuttgart-Hohenheim 1997; (185-311)



- LAHIDIJ, R.; W. MICHALSKI, B. STEVENS (1998): The Future of Food: An Overview of Trends and Key Issues. In: OECD (ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT) (Ed.) The Future of Food. Long-Term Prospects for the Agro-Food Sectors. OECD Publications, Paris
- LANGE, Ilse-Marie (1993): Ernährungsverhalten erwerbstätiger Frauen; Eine empirische Studie bei vollzeitbeschäftigten Frauen eines westdeutschen Großunternehmers; Aachen
- LINDE, H. (1972): Sachdominanz in Sozialstrukturen. Tübingen
- LITTIG, Beate (1995): Die Bedeutung von Umweltbewusstsein im Alltag oder: Was tun wir eigentlich, wenn wir umweltbewusst sind?, Europäische Hochschulschriften, Reihe XXII Soziologie, Band 270, Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main
- LITTIG, Beate (1997): „Nutzen statt besitzen“ Umweltschutz und haushaltsbezogene Dienstleistungen aus geschlechterpolitischer Perspektive; In: Ute BEHNING (Hg.) Das Private ist ökonomisch: Widersprüche der Ökonomisierung privater Familien- und Haushalts-Dienstleistungen; Berlin; (171-188)
- LITZENROTH, H. (1995) : Dem Verbraucher auf der Spur -quantitative und qualitative Konsumtrends. In: GfK (Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung) (Hg.): Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung. H3; Jg. 1995; Nürnberg
- LOSKE, Reinhard (1996): Gut leben, statt viel haben – Über das Leitbild eines zukunftsfähigen Konsums; In: VERBRAUCHER-ZENTRALE NRW; MINISTERIUM FÜR UMWELT, RAUMORDNUNG UND LANDWIRTSCHAFT DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hg.): Herausforderung *Sustainability*; Konzepte für einen zukunftsfähigen Konsum; Dokumentation einer Fachtagung am 11. + 12. November '96 in Aachen; (19-28)
- MACKERT, Hildegard (1997): Die Studie "Zukunftsfähiges Deutschland" aus der Sicht der Bildungsarbeit mit Verbraucherinnen; In: BUND e.V. (Hg.) "Zukunftsfähiges Deutschland" aus weiblicher Sicht; Dokumentation eines Frauenworkshops (6. Mai 1996 in Frankfurt/Main); Schriftenreihe zur politischen Ökologie Band 3; München
- MARX, Karl (1867): Das Kapital - Kritik der politischen Ökonomie - Erster Band, Nach der vierten von Friedrich Engels durchgesehenen Auflage; Hamburg
- MEADOWS, Donella, Denis MEADOWS, Jorgen RANDERS (1992): Die neuen Grenzen des Wachstums; Stuttgart
- MEIER, Uta (1999): Hauswirtschaftliche Dienstleistungen im Wandel der Zeiten: Von der Haushaltshilfe zur Haushaltsmanagerin; In: BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Hg.): Hauswirtschaftliche Dienstleistungen - Wo liegen die Potenziale von morgen? Überregionaler Workshop (Dokumentation); Berlin; (12-23)
- MEIER-PLOEGER, Angelika (1995): Alles zu jeder Zeit an jedem Ort; Standardisierung und zeitliche Kontrolle als Ziele der Lebensmittelverarbeitung; In: Politische Ökologie; Sonderheft 8; Zeit-fraß; Zur Ökologie der Zeit in Landwirtschaft und Ernährung; München; (87-91)
- MEIER-PLÖGER, A., W. MERKLE, I. MEY, F. WÖRNER (1997): Studie zur Stärkung des Verbrauchs ökologischer Lebensmittel, Wiesbaden
- METHFESSEL, Barbara (1988): ... entscheidend bleibt die Arbeitskraft der Frau; Zu den Grenzen der Rationalisierbarkeit und Technisierbarkeit der Hausarbeit; In: Gerda TORNIEPORTH (Hg.) Arbeitsplatz Haushalt – Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit; Berlin; (55-85)
- MEUSER, Michael, Ulrike NAGEL (1991): ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht; In: Detlef GARZ, Klaus KRAIMER (Hg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte. Methoden. Analysen. Opladen; (441-471)
- MEYER, Gernot, Günter und KUGLER (1999): Die Wirtschaftlichkeit von Frei-Haus-Lieferbetrieben; In: bio-land 3/99 Mainz; (8-9)
- MEYER, Sybille, Eva SCHULZE (1994): Alles automatisch; Technikfolgen für Familien; Längsschnittdaten und zukünftige Entwicklungen; Berlin

- NEITZEL, Harald (1996): Agenda 21 und Studien über nachhaltige Entwicklung; Informationsdienst Ökologisches Wirtschaften; Ausgabe ¾
- NEITZEL, Harald, Martin HELD (1997): Tutzingener Erklärung; Schritte zu einem nachhaltigen Konsum; Status: 2; Vor-Entwurf; Berlin; Tutzing; <http://www.ev-akademie-tutzing.de/old/aktuell/erklaerung.htm>
- NIEDERSÄCHSISCHES UMWELTMINISTERIUM (1996): Stickstoffminderungsprogramm; Bericht der Arbeitsgruppe aus Vertretern der Umwelt- und Agrarministerkonferenz
- NIESBACH, Petra, Hannelore FRIEGE (1997): Konsumgewohnheiten ändern!? Chancen und Grenzen der Verbraucherberatung zum nachhaltigen Konsum; In: Zukünfte Nr. 20; Sommer 1997; (21-22)
- NIESBACH, Petra, Ulrike SCHELL (1998): Frauen als umweltbewußte Konsumentinnen. Spagat zwischen Familie, Haushalt und Beruf. In: Günter ALTNER, Barbara METTLER-MEIBOM, Udo E. SIMONIS, Ernst Ulrich von WEIZSÄCKER (Hg.) (1998): Jahrbuch Ökologie, München (68-73)
- NISCHWITZ, Guido, Reimar MOLITOR (1998): Regionale Nachfragepotentiale in der Produktlinie Ernährung; Schriftenreihe des IÖW 135/98; Berlin
- OPPERMANN, Rainer (1998): Ökologischer Landbau und die Entwicklung ländlicher Räume: Chancen und Restriktionen für eine ökologische Kehrtwende in der Agrarwissenschaft; Institut für Sozialwissenschaften; TU Braunschweig
- OPPERMANN, Rainer (2000): Ökolandbau: Die Aussichten des Wachstums; IN: AGRARBÜNDNIS (Hg.): Landwirtschaft 2000; Der kritische Agrarbericht; Daten, Hintergründe, Positionen zur Agrardebatte; Kassel, Rheda-Wiedenbrück, Bramsche; (268-273)
- OPPERMANN, Rainer, Katja ERZGRABER, Robert KLEß (1998): 10 % Öko-Anbaufläche in 5 Jahren; Ein Szenario des NABU; Naturschutzbund Deutschland (Hg.); Bonn
- ORLAND, Barbara (1983): Effizienz im Heim; Die Rationalisierungsdebatte zur Reform der Hausarbeit in der Weimarer Republik; In: Kultur und Technik; 7. Jg.; Heft 4; (221-227)
- ORLAND, Barbara (1986): Haushaltstechnisierung und Kleinfamilie. Ein unbedeutendes Kapitel des „technischen Fortschrittes“, In: Eckart HILDEBRAND, Eberhardt SCHMIDT, Hans Joachim SPERLING (Hg.): High-Tech-Down. Kritisches Gewerkschaftsbuch, Berlin (127-135)
- ORLAND, Barbara (1991): Wäsche waschen; Technik- und Sozialgeschichte der häuslichen Wäschepflege; Reinbek bei Hamburg
- ORLAND, Barbara (1995): Öffentlichkeit und Privatheit – Erfahrungen im Umgang der Verwendung dieses Denkschemas in der sozialwissenschaftlichen Forschung; In: Irmgard SCHULTZ, Ines WELLER (Hg.): Gender & Environment; Ökologie und die Gestaltungsmacht der Frauen; Frankfurt; (153-171)
- ORLAND, Barbara (1998): Haushalt, Konsum und Alltagsleben in der Technikgeschichte; In: Technikgeschichte 65; (273-295)
- ORNETZEDER, Michael, Barbara BUCHEGGER (1998): Soziale Innovationen für eine nachhaltige Entwicklung; Berichte aus Energie- und Umweltforschung; Schriftenreihe des Wissenschaftsministeriums; Wien
- OSTNER, Ilona (1978): Beruf und Hausarbeit; Die Arbeit der Frau in unserer Gesellschaft, Frankfurt/New York, zitiert nach: Irmhild KETTSCHAU (1988): Zur Theorie und gesellschaftlichen Bedeutung der Hausarbeit; In: Gerda TORNIEPORTH (Hg.): Arbeitsplatz Haushalt – Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit; Berlin; (98-114)
- OSTNER, Ilona (1988): Phantom Hausarbeit; In: Gerda TORNIEPORTH (Hg.) Arbeitsplatz Haushalt – Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit; Berlin; (86-114)
- OSTNER, Ilona, Hiltraut SCHMIDT-WALDHERR (1983) Arbeit im weiblichen Lebenszusammenhang; In: C. MAYER, H. KRÜGER et al. (Hg.): Frauen und Mädchen; Beruf und Biographie; DIJ-Materialien; Genf; (221-239)

- OTT, Wilhelm (1995): Konsumverhalten in Ein-Personen-Haushalten; Eine empirische Untersuchung zum Konsumverhalten von 'Singles' auf Lebensmittelmärkten; Bonner Studien zur Wirtschaftssoziologie Band 1; Hg M. Wehle; Witterschlick/Bonn
- PETER, Claudia (1998): Pestizide – Portrait einer „sanften“ Absatzstrategie; In: AGRARBÜNDNIS (Hg.): Landwirtschaft 1998; Der kritische Agrarbericht; Daten, Hintergründe, Positionen zur Agrardebatte; Kassel, Rheda-Wiedenbrück, Bramsche; (263-265)
- PREISENDÖRFER, Peter (1999): Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland. Empirische Befunde und Analysen auf der Grundlage der Bevölkerungsumfragen „Umweltbewußtsein in Deutschland 1991 – 1998“, Opladen
- REDFIELD, William C., The New Industrial Day; New York 1932
- REISCH, Lucia A., GERHARD Scherhorn (1998): Wie könnten nachhaltige Lebensstile aussehen? Auf der Suche nach dem ethischen Konsum - Nachhaltigkeit, Lebensstile und Konsumentenverhalten; In: Der Bürger im Staat; Heft 2/98: Nachhaltige Entwicklung; (92-99); [http://www.lpb.bwue.de/aktuell/bis/2\\_98/bis982g.htm](http://www.lpb.bwue.de/aktuell/bis/2_98/bis982g.htm)
- RERRICH, Maria S. (1993): Gemeinsame Lebensführung: Wie Berufstätige einen Alltag mit ihren Familien herstellen; In: Karin JURCYK, Maria S. RERRICH (Hg.): Die Arbeit des Alltags; Beiträge zu einer Soziologie der alltäglichen Lebensführung; Freiburg; (310-333)
- RICHARZ, Irmintraut (1997): Die Wissenschaft von Oikos; Haus und Haushalt im Kontext sich verändernder Lebensbedingungen; In: Uta MEIER (Hg.): Vom Oikos zum modernen Dienstleistungshaushalt; Der Strukturwandel privater Haushaltsführung; Frankfurt/New York
- RICHTER, Toralf, Otto SCHMID, Peter DAMARY, Paul VAN DEN BERGE, Urs MEIER, Daren HALPIN (2000): International Study of Retail Chains with Regard to their Activities in the Marketing of Organic Products; Frick Schweiz
- RIEDESSER, Karin (2000): Der private Haushalts-Check, Ein Ratgeber mit tipsps, wie sie gesund leben, die Umwelt schonen und dabei auch noch Geld sparen, Maximilian Gege, B.A.U.M. Hamburg (Hg.), Hamburg
- RÖSCH, Christine, Maren HEINCKE (2001): Ernährung und Landwirtschaft; In: A. GRUNWALD, R. COENEN, J. NITSCH, A. SYDOW, P. WIEDEMANN (Hg.): Forschungswerkstatt Nachhaltigkeit, Wege zur Diagnose und Therapie von Nachhaltigkeitsdefiziten, Berlin
- ROSENKRANZ, Doris (1998): Konsummuster privater Lebensformen - Analysen zum Verhältnis von familiendemographischem Wandel und privater Nachfrage; Wiesbaden
- ROSENKRANZ, Doris (2000): Private Lebensformen und Konsum – Oder warum Single nicht gleich Single ist; In: Doris ROSENKRANZ, Norbert F. SCHNEIDER (Hrsg.): Konsum; Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven; Opladen; (133-148)
- SACHS, Wolfgang (1993): Die vier E's. Merkposten für einen maß-vollen Wirtschaftsstil; In: Politische Ökologie Special; Thema Lebensstil oder Stilleben; (69ff)
- SCHÄFER, Dieter, Norbert SCHWARZ (1996): Der Wert der unbezahlten Arbeit der privaten Haushalte - Das Satellitensystem Haushaltsproduktion Jahresarbeitszeitvolumen; In: Karen BLANKE, Manfred EHLING, Norbert SCHWARZ: Zeit im Blickfeld – Ergebnisse einer repräsentativen Zeitbudgeterhebung; Stuttgart, Berlin, Köln; (179-218)
- SCHÄFER, Martina, Susanne SCHÖN (1997): Ernährung – komplexes Menü mit vielen Gängen; In Wechselwirkung Nr. 86; August 1997; (6-13)
- SCHÄFER, Martina, Susanne SCHÖN (1998): Zukunftsfähige Arbeit und ihre sozialen, ökonomischen und kulturellen Bedingungen; Eine exemplarische Analyse der Bedürfnisfelder Wohnen und Ernährung; Dissertation am Fachbereich 7 der TU Berlin
- SCHAEFFER, F., P. SCHACHTSCHABEL (1992): Lehrbuch der Bodenkunde; Stuttgart
- SCHIED, Eva (1985): Die Küche – Die Fabrik der Hausfrau, Marburg (Dissertation)

- SCHERHORN, Gerhard, Lucia REISCH, Sabine SCHRÖDL (1997): Wege zu nachhaltigen Konsummustern; Überblick über den Stand der Forschung und vorrangige Forschungsthemen; Marburg
- SCHMIDT-BLEEK, Friedrich (1994): Wieviel Umwelt braucht der Mensch? MIPS - Das Maß für ökologisches Wirtschaften; Basel, Boston, Berlin
- SCHMIDT-BLEEK, Friedrich (1998): Das MIPS-Konzept. Weniger Naturverbrauch – mehr Lebensqualität durch Faktor 10; München
- SCHMIDT-WALDHERR, Hiltraud (1988): Rationalisierung der Hausarbeit in den zwanziger Jahren; In: Gerda TORNIERTH (Hg.) Arbeitsplatz Haushalt – Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit; Berlin; (32-54)
- SCHNEIDER, Manuel (1995): Zur Ökologie der Zeit in Landwirtschaft und Ernährung; Die Folgen des Erfolgs; Sonderheft 8; Zeit-fraß. Zur Ökologie der Zeit in Landwirtschaft und Ernährung; München; (6-14)
- SCHULTZ, Irmgard (1994): Frauenkonsum – Männerkonsum: Eine Forschungslücke? Vortrag auf der Tagung der „Deutschen Gesellschaft für Abfallwirtschaft e.V.“ Abfallvermeidung und Konsum – Ist weniger mehr? Zur Psychologie des umweltrelevanten Verbraucherverhaltens am 10.11.1994; (2-9)
- SCHULTZ, Irmgard (1995a): Leitbilder der Konsumpolitik; In: Cornelia WESKAMP (Hg.): Ökologischer Konsum; Ansätze und Leitbilder nachhaltig ökologischer und sozialverträglicher Lebensweisen; Berlin; (23-32)
- SCHULTZ, Irmgard (1995b): Umweltforschung, Frauenpolitik und die Gestaltungsmacht der Frauen; In: Irmgard SCHULTZ, Ines WELLER: Gender & Environment: Ökologie und die Gestaltungsmacht der Frauen; Frankfurt a.M. 1995; (189-203)
- SCHULTZ, Irmgard (1996): Die Liebe der Männer zu nachhaltigen Zahlen; Eine Betrachtung der Studie "Zukunftsfähiges Deutschland" aus feministischer Sicht; In: Wechselwirkung; Jg. 18; Nr. 78; April 1996; (59-63)
- SCHULTZ, Irmgard (1997): Die Liebe der Männer zu nachhaltigen Zahlen; Eine Betrachtung der Studie "Zukunftsfähiges Deutschland" aus feministischer Sicht; In: BUND e.V. (Hg.) "Zukunftsfähiges Deutschland" aus weiblicher Sicht; Dokumentation eines Frauenworkshops (6. Mai 1996 in Frankfurt/Main); Schriftenreihe zur politischen Ökologie Band 3; München
- SCHULTZ, Irmgard (1998a): Umwelt- und Geschlechterforschung - eine notwendige Allianz; ISOE Diskussionspapiere 2; Frankfurt a.M.
- SCHULTZ, Irmgard (1998b): Die Gestaltungsmacht von (Haus-)Frauen; Ein unverzichtbares Potential für eine nachhaltige Produktentwicklung; In: Jahrbuch Ökologie; München; (74-82)
- SCHULTZ, Irmgard (1999a): Neue Politikperspektiven für die Gestaltung von Produkten; In: Brigitte FENNER et al. (Hg.): Technik – Politik – Geschlecht; Bielefeld; (99-110)
- SCHULTZ, Irmgard (1999b): Eine feministische Kritik an der Studie Zukunftsfähiges Deutschland; Statt einer ausschließlich zielorientierten Konzeptualisierung erfordert nachhaltige Entwicklung eine prozeßorientierte Konzeptualisierung; In: Ines WELLER, Esther HOFFMANN, Sabine HOFMEISTER (Hg.): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden; Bielefeld; (99-109)
- SCHULTZ, Irmgard (2000): Perspektiven zur Förderung nachhaltiger Konsummuster aus sozialwissenschaftlicher Sicht: Entwicklung von zielgruppen- und konsumstilspezifischen Ökologisierungstrategien/neuen Ökoangeboten; <http://isoe.de/inhasta.htm>; Frankfurt/Main Februar 2000
- SCHULTZ, Irmgard, Claudia EMPACHER (1998): Umweltrelevante Konsumtrends privater Haushalte; Erster Arbeitsbericht des Teilprojektes 2: Haushaltsexploration der Bedingungen; Möglichkeiten und Grenzen nachhaltigen Konsumverhaltens; Demonstrationsvorhaben zur Fundierung und Evaluierung nachhaltiger Konsummuster und Verhaltensstile; Frankfurt am Main

- SCHULTZ, Irmgard, Ines WELLER (1997): Bestandsaufnahme der Ergebnisse der einschlägigen sozialwissenschaftlichen Forschung zu den Themenkreisen Umweltbewußtsein und –verhalten; Wertewandel, neue Lebensstile und neue Wohlstandsmodelle; In: UMWELTBUNDESAMT (Hrsg.): Nachhaltige Konsummuster und postmaterielle Lebensstile –Vorstudien-; Berlin; (110-188)
- SCHWARZ, Norbert (1996): Zeit für unbezahlte Arbeit; In: Karen BLANKE, Manfred EHLING, Norbert SCHWARZ: Zeit im Blickfeld – Ergebnisse einer repräsentativen Zeitbudgeterhebung; Stuttgart, Berlin, Köln; (70-91)
- SCHWEITZER, Rosemarie VON (1995): Strukturwandel in der Haushaltsproduktion; In: Sylvia GRÄBE (Hg.): Private Haushalte und neue Arbeitsmodelle; Arbeitsmarkt und Sozialpolitik im Kontext veränderter Lebensformen; Frankfurt, New York; (39-49)
- SCHWERTMANN, U. et al. (1987): Bodenerosion durch Wasser, Vorhersage des Abtrags und Bewertung von Gegenmaßnahmen. Stuttgart
- SEEL, Barbara (1996): Auf der Mikrowelle? Private Haushalte zwischen Zeit, Geld und Umweltkonsum; In: Jürgen P. RINDERSPACHER: Zeit für die Umwelt: Handlungskonzepte für eine ökologische Zeitverwendung; Berlin; (131-148)
- SEEMÜLLER, Markus (2000): Der Einfluss unterschiedlicher Landbewirtschaftungssysteme auf die Ernährungssituation in Deutschland in Abhängigkeit des Konsumverhaltens der Verbraucher; Freiburg
- SIBUM, Doris, Marcel HUNECKE, Albrecht HOFFMANN, Lothar SCHNEIDER (1997): Bestandsaufnahme von Initiativen und Aktionen; Nachhaltige Konsummuster und postmaterielle Lebensstile; In: UMWELTBUNDESAMT (Hrsg.): Nachhaltige Konsummuster und postmaterielle Lebensstile – Vorstudien -; Berlin; (14-109)
- SPIEGEL, Erika (1986): Neue Haushaltstypen-Entstehungsbedingungen, Lebenssituation, Wohn- und Standortverhältnisse; Frankfurt/New York
- SPITZNER, Meike (1998): Die Krise der Reproduktionsarbeit – Herausforderung an eine öko-soziale Stadtplanung; In: Deutscher Städtetag (Hg.) DST-Beiträge zur Frauenpolitik; Reihe L Heft 4; Frauen verändern ihre Stadt; Arbeitshilfe 3: Stadtentwicklung; Köln und Berlin; (72-82)
- SPITZNER, Meike (1999): Krise der Reproduktionsarbeit - Kerndimension der Herausforderungen eines öko-sozialen Strukturwandels. Ein feministisch-ökologischer Theorieansatz aus dem Handlungsfeld Mobilität; In: Ines WELLER, Esther HOFFMANN, Sabine HOFMEISTER (Hg.): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden; Bielefeld; (151-165)
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2000a): Private Haushalte verwenden für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren einen immer geringeren Anteil ihrer Ausgaben; <http://www.statistik-bund.de/presse/deutsch/pm/p0024024.htm> vom 18. Januar 2000
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2000b): Verkehrsausgaben: Drittwichtigster Posten im Budget privater Haushalte; <http://www.statistik-bund.de/presse/deutsch/pm/p3350024.htm> vom 20. September 2000
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2000c): Fast ein Viertel des Einkommens für die Miete; <http://www.statistik-bund.de/presse/deutsch/pm/p3390021.htm> vom 6. Oktober 2000
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hg.) (2000): Datenreport 1999; Bonn
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hg.): Datenreport 1997; Schriftenreihe der Bundeszentrale für Politische Bildung Band 340; Bonn 1997
- STATISTISCHES LANDESAMT BERLIN (Hg.): Statistisches Jahrbuch Berlin 1996; Kulturbuchverlag; Berlin o.J.
- TAPPESE, Beatrix, Alexandra BAIER, Birgit DETTE, Hanne TÜGEL (1999): Die\_blaue Paprika; Globale Nahrungsmittelproduktion auf dem Prüfstand; Basel, Boston, Berlin
- TAPPESE, BEATRIX, Alexandra BAIER, Frank EBINGER und Manuela JÄGER (1999): Globalisierung in der Speisekammer – Band 1: Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung im Bedürfnisfeld Ernährung; Öko-Institut e.V. (Hg.), Freiburg

- THOME, Barbara (1998): Alltagstest; 21 Münchener Haushalte testen: Ist ein nachhaltiger Lebensstil praxistauglich und finanzierbar; In: ÖKOM (Hg.): Zukunftsfähiges München; Ein gemeinsames Projekt Münchener Bürgerinnen und Bürger; München (122-124)
- THRALL, Charles A. (1982): The Conservative Use of Modern Household Technology, In: Technology and Culture, Vol. 23, April 1982, (175-194)
- UBA: UMWELTBUNDESAMT (1997): Nachhaltiges Deutschland; Wege zu einer dauerhaft-umweltgerechten Entwicklung; Berlin
- UBA: UMWELTBUNDESAMT (2002): Nachhaltige Entwicklung in Deutschland; Die Zukunft dauerhaft und umweltgerecht gestalten; Berlin
- URBAN, Martin (1998): Zur Nachahmung empfohlen; Zukunftsfähige Lebensstile benötigen Vorbilder; In: In: ÖKOM (Hg.): Zukunftsfähiges München; Ein gemeinsames Projekt Münchener Bürgerinnen und Bürger; München (122-124)
- VERBRAUCHERZENTRALE BADEN-WÜRTTEMBERG (1997): „Nutzen statt Besitzen“; Mieten, Teilen, Leihen von Gütern. Ein Zukunftsmodell?; herausgegeben vom Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg; Luft, Boden, Abfall Heft 47
- WACKERNAGEL, Mathis, William REES (1997): Unser ökologischer Fußabdruck; Wie der Mensch Einfluß auf die Umwelt nimmt; Birkhäuser Verlag; Basel, Boston, Berlin
- WAERNES, Kari (2000): Fürsorgerationalität; In: Christel ECKART, Eva SENGHAAS-KNOBLOCH (Hg.): Feministische Studien extra 2000; Berlin, Frankfurt; (54-66)
- WDR (2001):, <http://www.wdr.de/tv/dschungel/beitrag.phtml?datum=20010206&head=&word=&pos=219>, (15.2.2001)
- WEBER, C., B. GEBHARDT, A. SCHULER, U. FAHL, A. VOß (1998): Energy consumption and airborne emissions in a consumer perspective. Final report EU-projekt No. 30, Institut für Energiewirtschaft und rationelle Energieanwendung, Stuttgart
- WEBER, C., B. GEBHARDT, A. SCHULER, U. FAHL, A. VOß (1998): Energy consumption and airborne emissions in a consumer perspective. Final report EU-projekt No. 30, Institut für Energiewirtschaft und rationelle Energieanwendung, Stuttgart (zitiert nach JUNGBLUTH 1998)
- WEIZSÄCKER, Ernst Ulrich von, et al. (1995): Faktor VIER; Doppelter Wohlstand - halbiertes Naturverbrauch; Der neue Bericht des Club of Rome; München
- WELLER, Ines (1995): Forschungs- und Diskussionsstand zu „Gender & Environment“ In: Irmgard SCHULTZ, Ines WELLER: Gender & Environment – Ökologie und die Gestaltungsmacht der Frauen; Frankfurt 1995; (20-42)
- WELLER, Ines (1997): Löffeln die Frauen die Suppe aus? Anforderungen an Nachhaltige Konsummuster aus Sicht der Frauen als Expertinnen des Alltags; In: Zukünfte Nr. 20; Sommer 1997; (28-29)
- WELLER, Ines (1999a): Ergebnisse feministischer Auseinandersetzungen mit der Umweltforschung; In: Hypatia e.V. Verein zur Förderung von Frauen in Naturwissenschaft und Technik (Hg.): 25. Kongreß von Frauen in Naturwissenschaft und Technik; Dokumentation; 13.-16. Mai 1999 in Darmstadt; „Frauenmehrwert – eine Bilanz am Ende des Jahrtausends“; Darmstadt; (417-428)
- WELLER, Ines (1999b): Einführung in die feministische Auseinandersetzung mit dem Konzept Nachhaltigkeit; Neue Perspektiven - Alte Blockaden; In: Ines WELLER, Esther HOFFMANN, Sabine HOFMEISTER (Hg.): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden; Bielefeld; (9-32)
- WELLER, Ines (1999c): Ökologische Stoff- und Produktinnovation; Analyse der Gestaltungsmacht privater Konsumentinnen und Konsumenten am Beispiel Textilien In: Ines WELLER, Ines, Esther HOFFMANN, Sabine HOFMEISTER (Hg.) (1999): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden; Bielefeld; (133-150)
- WELLER, Ines (1999d): Gestaltungsmacht von Frauen in neuen Ansätzen der Umweltforschung zur Produktentwicklung; In: Brigitte FENNER et al. (Hg.) Technik – Politik – Geschlecht; Bielefeld; (77-98)

- WESKAMP, Cornelia (1995): Determinanten nachhaltigen Konsums; In: WESKAMP, Cornelia (1995) (Hg.): Ökologischer Konsum; Ansätze und Leitbilder nachhaltig ökologischer und sozialverträglicher Lebensweisen; Tagungsdokumentation; Ein Beitrag des Ökoforum in Kooperation mit der Ökologie-Stiftung NRW; Berlin; (7-21)
- WILLER, Helga, Minou YUSSEFI (2001): Ökologische Agrarkultur Weltweit – Statistiken und Perspektiven; Bad Dürkheim; □ HYPERLINK [http://www.soel.de/inhalte/publikationen/S\\_74\\_03.pdf](http://www.soel.de/inhalte/publikationen/S_74_03.pdf)  
□[http://www.soel.de/inhalte/publikationen/S\\_74\\_03.pdf](http://www.soel.de/inhalte/publikationen/S_74_03.pdf)□
- WINTERFELD, Uta von (1996): Konsum als Alltagsfalle – Das Handeln von Frauen zwischen Widerspruch und Einklang; In: Stiftung Verbraucherinstitut und Deutsches Institut für Erwachsenenbildung: Focus Alltag: neue Bildungsperspektiven für Frauen; Frankfurt ; (57-70)
- WITZEL, Andreas (1982): Verfahren der qualitativen Sozialforschung; Überblick und Alternativen; Frankfurt a.M.; New York
- WORLD WATCH INSTITUTE (1996): Zur Lage der Welt – 1996; Frankfurt a. Main
- ZMP (ZENTRALE MARKT- UND PREISBERICHTSTELLE FÜR ERZEUGNISSE DER LAND-, FORST- UND ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT GMBH) (2000): Strukturdaten der nach der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates vom 24. Juni 1991 wirtschaftenden Unternehmen in Deutschland nach Unternehmensformen sowie der bewirtschafteten Fläche  
<http://www.zmp.de/oekomarkt/strukturdaten.htm>

**Tabelle 1 a: Schadfaktoren/Schadwirkungen konventioneller Landwirtschaft und Richtlinien der Anbauverbände Demeter und Gäa: Umweltmedien**

Gefährdeter Bereich	Schadfaktoren/ Schadwirkung aus konventioneller Landwirtschaft	Richtlinien Demeter	Richtlinien Gäa
<b>Umweltmedien</b>			
<i>Boden</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erosion</li> <li>• Verlust der Bodenfruchtbarkeit</li> <li>• Verdichtung</li> <li>• Schadstoffeintrag</li> <li>• Zerstörung von Bodenleben</li> <li>• Humusabbau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziel der Bodenbearbeitung ist die Intensivierung biologischer Vorgänge</li> <li>• standort- und zeitgerechte Bodenbearbeitung</li> <li>• Fruchtfolge zum Aufbau einer dauerhaften Bodenfruchtbarkeit</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Stickstoffdüngern, Pflanzenschutzmitteln, Saatgutbeizmitteln und Wachstumsregulatoren</li> <li>• organische Düngerwirtschaft</li> <li>• Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> <li>• Zufuhr aus organischen Handelsdüngern maximal 0,5 DE/ha</li> <li>• bei der Handhabung und Anwendung sind Nährstoffverluste durch Ausgasung und Auswaschung zu minimieren</li> <li>• keine Verwendung von Fäkal-, Klärschlamm- und Müllkompostdüngern</li> <li>• Erhaltung und Regulierung eines boden- und nutzungsgerechten pH-Wertes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziel der Bewirtschaft ist die Erhaltung und Mehrung der Dauerfruchtbarkeit des Bodens</li> <li>• standort- und zeitgerechte Bodenbearbeitung</li> <li>• Fruchtfolge zum Aufbau einer dauerhaften Bodenfruchtbarkeit</li> <li>• Verbot von synthetischen und mineralischen Stickstoffdüngern, leichtlöslichen Phosphaten, Pflanzenschutz- und Beizmitteln, Welkemittel, naturidentischen, aber synthetisch hergestellten Wirkstoffe (z.B. Pyrethroide)</li> <li>• organische Düngerwirtschaft</li> <li>• Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> <li>• Zufuhr aus organischen Handelsdüngern maximal 0,5 DE/ha</li> <li>• keine Verwendung von außerbetrieblichen Fäkal-, Klärschlamm- und Müllkompostdüngern</li> <li>• aktive Begrünung von Stilllegungsflächen</li> </ul>



<p><i>Wasser</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schadstoffeintrag in Oberflächen- und Grundwasser</li> <li>• Eutrophierung von Oberflächengewässern</li> <li>• Nitrateintrag in Grundwasser</li> <li>• aufwendige regelmässige Kontrollen von Trinkwasser auf Pflanzenschutzmittel, Nährstoffe etc. und ggf. Aufbereitung (Bereitstellung der dazu notwendigen Stoffe und Verfahren, z.B. Aktivkohlerzeugung)</li> <li>• Schließung von Einzelversorgungsanlagen und Ausweitung des Netzes öffentlicher Trinkwasserversorgung</li> <li>• Nährstoffeinträge bei Grünlandumbrüchen</li> <li>• Stoffmobilisierung durch Melioration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründüngung und Anbau von Leguminosen zum Stickstoffeintrag</li> <li>• keine Verwendung von Fäkal-, Klärschlamm- und Müllkompostdüngern</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Saatgutbeizmitteln, Stickstoffdüngern, Pflanzenschutzmitteln, Herbiziden und Wachstumsregulatoren</li> <li>• Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründüngung und Anbau von Leguminosen zum Stickstoffeintrag</li> <li>• keine Verwendung von außerbetrieblichen Fäkal-, Klärschlamm- und Müllkompostdüngern</li> <li>• Die Menge der im Freiland Gemüsebau eingesetzten Dünger darf die Menge von 110 kg N pro ha und Jahr nicht übersteigen sowie Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> <li>• Kein Einsatz von synthetischen und mineralischen Stickstoffdüngern, leichtlöslichen Phosphaten, Pflanzenschutz- und Beizmitteln, Welkemittel, naturidentischen, aber synthetisch hergestellten Wirkstoffe (z.B. Pyrethroide)</li> <li>• Haushaltsabwässer sollen in biologischen Kläranlagen (z.B. Pflanzen- und Wurzelraumanlagen) gereinigt werden</li> <li>• Chemikalien, einschließlich Haushaltschemikalien, die die Verwendung des betriebseigenen Abwassers unmöglich machen, sollen nicht verwendet werden.</li> <li>• Bewässerung ist durch geeignete Maßnahmen einzuschränken</li> </ul>
<p><i>Luft</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgase</li> <li>• Gerüche</li> <li>• Verwehungen von Pflanzenbehandlungsmitteln</li> <li>• Deposition von Ammoniak aus intensiver Viehhaltung: Versauerung und Eutrophierung benachbarter Ökosysteme, Waldschäden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nährstoffverluste durch Ausgasung und Auswaschung bei der Ausbringung betriebseigener und organischer Handelsdünger sind zu minimieren</li> <li>• Einsatz von Pflanzenschutzmitteln verboten</li> <li>• geringere Viehbesatz -Dichte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geringere Viehbesatz -Dichte</li> <li>• Einsatz von Pflanzenschutzmitteln verboten</li> </ul>

<i>Klima</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktion von Treibhausgasen (z.B. Methan, Lachgas, Kohlendioxid)</li> <li>• Massentierhaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geringere Viehbesatz-Dichte</li> <li>• sparsamer Heizenergieeinsatz</li> <li>• Techniken der Energieeinsparung müssen - wo möglich - Eingang in den Betrieb finden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geringere Viehbesatz -Dichte</li> <li>• energieintensive Verfahren wie die Gewächshausproduktion von Blumen und Gemüse mit Beheizung, sowie die Heißlufttrocknung von Grünfutter bzw. Pelletierung werden reduziert.</li> <li>• Die Anwendung regenerativer Energieformen wird angestrebt.</li> </ul>
--------------	---	--	--

Tabelle wurden erstellt unter Verwendung von Zusammenstellungen von BECHMANN/MEIER-SCHAIDNAGEL 1996, HAMM 1996, HAAS / KÖPKE 1994 sowie den Erzeugungsrichtlinien der Verbände Demeter (1998) und Gäa (1996) (Beim Anbauverband Gäa sind die Ergänzungen mit Wirkung zum 22.06.99 berücksichtigt)

**Tabelle I b: Schadfaktoren/Schadwirkungen konventioneller Landwirtschaft und Richtlinien der Anbauverbände Demeter und Gäa: Biotische Systeme**

Gefährdeter Bereich	Schadfaktoren/ Schadwirkung aus konventioneller Landwirtschaft	Richtlinien Demeter	Richtlinien Gäa
<b>Biotische Systeme</b>			
<i>Flora</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artendzimierung durch den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, Flurbereinigung u.s.w.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhalt der genetischen Vielfalt (Kein Einsatz genetisch veränderten Saat- und Pflanzgutes)</li> <li>• standortangepaßte Sortenwahl</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln, Herbiziden und Wachstumsregulatoren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhalt der genetischen Vielfalt (Kein Einsatz genetisch veränderten Saat- und Pflanzgutes)</li> <li>• standortangepaßte Sortenwahl</li> <li>• Kein Einsatz von Pflanzenschutz- und Beizmitteln, Welkemitteln und naturidentischen, aber synthetisch hergestellten Wirkstoffen (z.B. Pyrethroide)</li> </ul>
<i>Fauna</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artendzimierung</li> <li>• Artenausdünnung und Genpoolreduktion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlage von Hecken, Nistplätzen, Feuchtbiotopen u.s.w.</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln, Herbiziden und Wachstumsregulatoren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlage von Hecken, Nistplätzen, Feuchtbiotopen u.s.w.</li> <li>• Kein Einsatz von Pflanzenschutz- und Beizmitteln, Welkemittel, naturidentischen, aber synthetisch hergestellten Wirkstoffen (z.B. Pyrethroide)</li> </ul>
<i>Biotope</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlust spezieller Biotope</li> <li>• Verlust an Standortvielfalt</li> <li>• Verschiebung und Ausdünnung des Artenspektrums</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlage von Hecken, Nistplätzen, Feuchtbiotopen u.s.w.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlage von Hecken, Nistplätzen, Feuchtbiotopen u.s.w.</li> <li>• mosaikartige Gestaltung der Landschaft; Biotopgruppen sollen weitgehend vernetzt werden</li> </ul>
<i>Landschaftsbild</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlust an ästhetisch wertvollen Gestaltungselementen</li> <li>• Monotonisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltung durch landwirtschaftliche und landespflegerische Maßnahmen nach ökologischen Gesichtspunkten</li> <li>• Förderung des Agrarökosystems</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mosaikartige Gestaltung der Landschaft; Biotopgruppen sollen weitgehend vernetzt werden</li> <li>• naturnahe Gestaltung von Fließgewässern, Grundräumung mit Fräsen und Böschungsinstandhaltung mit Herbiziden verboten</li> <li>• Beschädigung von Bäumen nicht zugelassen</li> </ul>

Tabelle wurden erstellt unter Verwendung von Zusammenstellungen von BECHMANN/MEIER-SCHAI DNAGEL 1996, HAMM 1996, HAAS / KÖPKE 1994 sowie den Erzeugungsrichtlinien der Verbände Demeter (1998) und Gäa (1996) (Beim Anbauverband Gäa sind die Ergänzungen mit Wirkung zum 22.06.99 berücksichtigt)

**Tabelle I c: Schadfaktoren/Schadwirkungen konventioneller Landwirtschaft und Richtlinien der Anbauverbände Demeter und Gäa: Ressourcenverbrauch**

Gefährdeter Bereich	Schadfaktoren/ Schadwirkung aus konventioneller Landwirtschaft	Richtlinien Demeter	Richtlinien Gäa
<i>Ressourcenverbrauch</i>			
<i>Energie</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energieverbrauch durch Düngereproduktion</li> <li>• Treibstoffe</li> <li>• Transporte von Futtermitteln aus der "Dritten Welt"</li> <li>• Energieverbrauch durch Massentierhaltung: Lüftung, Heizung, Klimaanlage bei intensiver Schweine- und Hühnerzucht</li> <li>• einstreulose Haltung (mit Güllesystemen) und Beschränkung des Bewegungsfreiraumes macht Heizung der Ställe erforderlich (Haas / Köpke 1994, S.32)</li> <li>• hohe Energieeinsätze für die Erstellung von Vollspaltenböden, Heizungs- und Lüftungsanlagen</li> <li>• hoher Energieeinsatz in beheizten Treibhäusern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organische Düngewirtschaft, keine synthetischen Stickstoffdünger</li> <li>• Zukauf von Importfuttermitteln durch indirekte Restriktionen stark eingeschränkt</li> <li>• geringere Viehbesatz -Dichte</li> <li>• Vollspaltenböden sind bei der Tierhaltung nicht erlaubt</li> <li>• artgerechte Tierhaltung mit Stroheinstreu und ausreichendem Bewegungsfreiraum macht Heizungsanlagen nur in Sonderfällen erforderlich (Haas / Köpke 1994, S.32)</li> <li>• Heizenergieeinsatz bei Anbau unter Glas und Folie soll so sparsam wie möglich erfolgen (auf Jungpflanzenanzucht, wärmebedürftige Zierpflanzen und angemessenen Verfrüfung bzw. Verlängerung der Kulturzeiten beschränkt).</li> <li>• Techniken der Energieeinsparung müssen - wo möglich - Eingang in den Betrieb finden</li> <li>• energieeffiziente Bodenbearbeitungsverfahren haben Vorrang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organische Düngewirtschaft, keine synthetischen Stickstoffdünger</li> <li>• Zukauf von Futtermitteln aus Übersee verboten</li> <li>• geringere Viehbesatz -Dichte</li> <li>• Vollspaltenböden sind bei der Tierhaltung nicht erlaubt (es besteht eine Umbaufrist innerhalb von 5 Jahren nach dem Gäa Vertrag).</li> <li>• artgerechte Tierhaltung mit Stroheinstreu und ausreichendem Bewegungsfreiraum macht Heizungsanlagen nur in Sonderfällen erforderlich (Haas / Köpke 1994, S.32)</li> <li>• energieintensive Verfahren wie die Gewächshausproduktion von Blumen und Gemüse mit Beheizung, sowie die Heißlufttrocknung von Grünfutter bzw. Pelletierung werden reduziert.</li> <li>• Die Anwendung regenerativer Energieformen wird angestrebt.</li> </ul>
<i>Wasser</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundwassernutzung zur Beregnung</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewässerung ist durch geeignete Maßnahmen einzuschränken</li> </ul>

<i>Rohstoffe</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erdölverbrauch</li> <li>• Phosphorverbrauch</li> <li>• Kaliverbrauch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• P-Gaben nur über schwerlösliche Phosphatdünger mit geringem Verarbeitungsgrad</li> <li>• keine synthetische Stickstoffdüngung, daher fällt Energieeinsatz zur Erzeugung weg</li> <li>• nach Absprache mit dem Demeter Bund Kaliumsulfat (Kalimagnesia: "Patentkalk")</li> <li>• Thomasmehl</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• P-Gaben nur über schwerlösliche Phosphatdünger mit geringem Verarbeitungsgrad</li> </ul>
<i>Eiweiß</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Futtermittelimporte aus der "Dritten Welt" (direkte Nahrungsmittelkonkurrenz)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geringere Viehbesatz -Dichte</li> <li>• 50% des Futters (bezogen auf die jeweilige Tierart) muß selbst erzeugt sein, vollständige Selbstversorgung ist anzustreben.</li> <li>• Zukauf vom Importfuttermitteln durch indirekte Restriktionen stark eingeschränkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geringere Viehbesatz -Dichte</li> <li>• 50% des Futters (bezogen auf die jeweilige Tierart) muß selbst erzeugt sein oder aus einer dauerhaften Kooperation mit einem anderen Gäa-Betrieb stammen, vollständige Selbstversorgung ist anzustreben.</li> <li>• Zukauf vom Futtermitteln aus Übersee verboten</li> </ul>

Tabelle wurden erstellt unter Verwendung von Zusammenstellungen von BECHMANN/MEIER-SCHAI DNAGEL 1996, HAMM 1996, HAAS / KÖPKE 1994 sowie den Erzeugungsrichtlinien der Verbände Demeter (1998) und Gäa (1996) (Beim Anbauverband Gäa sind die Ergänzungen mit Wirkung zum 22.06.99 berücksichtigt)

**Tabelle I d: Schadfaktoren/Schadwirkungen konventioneller Landwirtschaft und Richtlinien der Anbauverbände Demeter und Gäa: Arbeits- und VerbraucherInnenschutz**

Gefährdeter Bereich	Schadfaktoren/ Schadwirkung aus konventioneller Landwirtschaft	Richtlinien Demeter	Richtlinien Gäa
<i>Arbeits- und VerbraucherInnenschutz</i>			
<i>Gesundheitsrisiken am Arbeitsplatz</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• maschinenbedingte Risiken</li> <li>• betriebsmittelbedingte Risiken (z.B. Gefährdung durch das Versprühen von Pflanzenschutzmittel oder Desinfektionsmitteln in der Tierhaltung)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> </ul>
<i>Nahrungsmittel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schadstoffrückstände in pflanzlicher oder tierischer Nahrung</li> <li>• hoher Aufwand zur Sicherung der Qualität von Lebensmitteln (Prüfung von Pestiziden und Düngern, Überwachung der Rückstände in Lebensmitteln)</li> <li>• Einschränkung der Produktionspalette (z.B. der Ackerfrüchte und der angebauten Sorten)</li> <li>• Verringerung der biologischen Vielfalt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> <li>• Synthetische Futterzusatzstoffe sind verboten: Antibiotika, Sulfonamide, Coccidiostatika, Hormone, Masthilfsmittel, Leistungsförderer; erlaubter Futterzusatzstoffe sind Vitamine</li> <li>• chemisch-synthetische Beizmittel sind verboten</li> <li>• Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> <li>• Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> <li>• Als Futterzusätze sind verboten: Masthilfsmittel, Wachstumsförderer, Appetitanreger, Konservierungsmittel, synthetische Farbstoffe, Harnstoff, Hormone, reine Aminosäuren, unter Verwendung von Gentechnik produzierte Futtermittel, sonstige synthetisch hergestellte Futtermittel (erlaubt sind Vitamine); Zusätze und Futtermittel die, - mit einem Lösungsmittel (z.B. Hexan) aufgeschlossen wurden; - einem Extraktionsverfahren unterzogen wurden (z.B. Soja- oder Rapsextraktions schrot); - chemischen Mitteln versetzt wurden</li> </ul>

Tabelle wurden erstellt unter Verwendung von Zusammenstellungen von BECHMANN/MEIER-SCHAI DNAGEL 1996, HAMM 1996, HAAS / KÖPKE 1994 sowie den Erzeugungsrichtlinien der Verbände Demeter (1998) und Gäa (1996) (Beim Anbauverband Gäa sind die Ergänzungen mit Wirkung zum 22.06.99 berücksichtigt)

**Tabelle I e: Schadfaktoren/Schadwirkungen konventioneller Landwirtschaft und Richtlinien der Anbauverbände Demeter und Gää: Übergreifende Umweltbelastungen**

Gefährdeter Bereich	Schadfaktoren/ Schadwirkung aus konventioneller Landwirtschaft	Richtlinien Demeter	Richtlinien Gää
<i>Übergreifende Umweltbelastungen</i>			
<i>Abfall- beseitigung</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abfälle aus der Tierhaltung</li> <li>• Giftmüll (Rückstände von Pflanzenschutzmittel)</li> <li>• Überschussproduktion: überschüssig produzierte Güter werden mit hohem Aufwand gelagert, exportiert oder vernichtet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• flächenabhängiger Tierbesatz erlaubt Kreislaufwirtschaft</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• flächenabhängiger Tierbesatz erlaubt Kreislaufwirtschaft</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> </ul>

<p><i>Übergreifende Umweltbelastungen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chemisierung der Umwelt (umfangreiches Ausbringen von Giften)</li> <li>• Resistenzbildung im pflanzlichen und tierischen Bereich</li> <li>• Schadstoffeinträge und Eutrophierung von Küstengewässern und Meeren</li> <li>• Reduktion der Genvielfalt im pflanzlichen und tierischen Bereich</li> <li>• Störfall-Folgenbeseitigung von Unfällen bei der Herstellung von Pflanzenschutzmitteln (z.B. Seveso, Bophal, Basel-Sandoz, Frankfurt-Hoechst) (vgl. Haas / Köpke 1994, S.16)</li> <li>• hohe Flächenbelegung mit Futtergetreide für die Massentierhaltung, die ansonsten z.B. zur Produktion nachwachsender Rohstoffe genutzt werden könnte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synthetische Futterzusatzstoffe sind verboten: (Antibiotika, Sulfonamide, Coccidiostatika, Hormone, Masthilfsmittel, Leistungsförderer)</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> <li>• Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> <li>• Fäkalien-, Klärschlamm- und Müllkompost ist nicht gestattet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Als Futterzusätze sind verboten: Masthilfsmittel, Wachstumsförderer, Appetitanreger, Konservierungsmittel, synthetische Farbstoffe, Harnstoff, Hormone, reine Aminosäuren, unter Verwendung von Gentechnik produzierte Futtermittel, sonstige synthetisch hergestellte Futtermittel (erlaubt sind Vitamine); Zusätze und Futtermittel die, - mit einem Lösungsmittel (z.B. Hexan) aufgeschlossen wurden; - einem Extraktionsverfahren unterzogen wurden (z.B. Soja- oder Rapsextraktionsschrot); - chemischen Mitteln versetzt wurden</li> <li>• kein Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln</li> <li>• keine Verwendung von außerbetrieblichen Fäkal-, Klärschlamm- und Müllkompostdüngern</li> <li>• Gesamtstickstoffeinsatz beschränkt auf 1,4 DE/ha</li> <li>• Neuverwendung von Asbest und radioaktiv bedenklichen Stoffen zum Bauen ist nicht zulässig</li> <li>• Die Verwendung von Tropenhölzern ist untersagt.</li> <li>• Die Verwendung von PVC als Baumaterial ist untersagt.</li> <li>• Technisch erzeugte Abdeck- und Mulchmaterialien dürfen nur bei nachgewiesener Notwendigkeit und nach Absprache mit der Gää eingesetzt werden</li> </ul>
---	---	---	--

Tabelle wurden erstellt unter Verwendung von Zusammenstellungen von Bechmann/Meier-Schaidnagel 1996, Hamm 1996, Haas / Köpke 1994 sowie den Erzeugungsrichtlinien der Verbände Demeter (1998) und Gää (1996) (Beim Anbauverband Gää sind die Ergänzungen mit Wirkung zum 22.06.99 berücksichtigt)



## **Anbieter regionaler Gemüse-Abonnements in Berlin-Brandenburg**

**(Stand April 2001) zusammengestellt von Petra van Rüth,  
TU Berlin**

**Forschungsbereich: Sozial-ökologische Forschung**

- ❖ Bäuerinnen GbR, Andries-Kleinöder, Steinhöfeler Str. 15, 15 518 Buchholz, Tel. 033636 / 5076
- ❖ Bio-Gärtnerei, Watzkendorf GmbH, 17237 Watzkendorf, Dorfstr. 71, Tel. 039826/12365
- ❖ Die Ogrosener Landkiste, Gemüsebau Erdreich, Markus Schmidt, 13205 Ogrosen, Dorfstr. 35, Tel./Fax.: 0354 36 / 45 988 (beliefert Freitags südwestliche Bezirke Berlin und Dienstags Cottbus und Umgebung)
- ❖ Eichhorn, Edith Stöber, Olaf Willert; Dorfstr. 22, 16321 Rüdnitz; Tel. 03338 / 75 98 55
- ❖ Florahof, Familie Schüler, Florastr. 2, 14 469 Potsdam-Bornim (beliefern nur Potsdam)
- ❖ Gärtnerei Lobetal, 16321 Lobetal, Tel 03338/66235
- ❖ Gärtnerei Staudenmüller, 17268 Vietmannsdorf, Templiner Str. 1, Tel. 039882 / 49110
- ❖ Gemüsebaubetrieb Manfred Bauer, 16909 Niemerlang, Dorfstr. 16, Tel. 033967/60117 (liefern nicht nach Berlin)
- ❖ Hofgemeinschaft Apfeltraum, Am Bruch 12, 15 374 Müncheberg /Eggersdorfer Siedlung, Tel. 033432 / 89841
- ❖ Lindenhof, Dorfstraße 4a, 16 845 Rohrlack/Brandenburg, Tel. 033928 / 7 13 80 (Absprache mit Märkischer Kiste bezüglich des Liefergebietes)
- ❖ Märkische Kiste, Röblingstr. 152-154, 12105 Berlin, Tel.: 030/754 89 570; (Absprache mit Lindenhof bezüglich des Liefergebietes)
- ❖ Melchhof, Dorfstraße 20, 16 230 Melchow, Tel. 03337 / 2192 (beliefern Mitte, Prenzlauer Berg, Moabit-Tiergarten, Weißensee, Wedding, Reinickendorf)
- ❖ Ökodorf Brodowin, Die Abokiste, 16230 Brodowin, Tel. 033362 / 70610
- ❖ Ökohof Kuhhorst, Dorfstr. 9, 16818 Deutschhof/OT Kuhhorst, Tel. 033922 / 60803 oder 60932; Fax 033922 / 60933
- ❖ Ökohof Teltower Rübchen, Axel Szilleweit, 14513 Teltow, Brahmstr. 14, Tel. 03328/474843
- ❖ Räuberberg GmbH, 15848 Görsdorf bei Beeskow, Straße des Friedens 8, 033675 / 5094
- ❖ Soziale Grüne Landscheune, 16928 Rohlsdorf, Dorfstr. 10, Tel. 033989 / 40336 (liefern nicht nach Berlin)

1. Fragebogen zur Erhebung des Angebotes der AnbieterInnen

**Technische Universität Berlin**



**TU Berlin**  
**Petra van Rühl**  
**Sekr. BH 14**  
**Straße des 17. Juni 135**

**D-10623 Berlin**

## **Fragebogen**

zum Angebot von Gemüseabonnements  
vom Berlinforschungsprojekt

### **“Nachhaltige Entwicklung durch Veränderung von Produktions- und Konsummustern im Bedürfnisfeld Ernährung in Berlin”**

#### **1. Ihr Betrieb**

- Gehört Ihr Betrieb einem Anbauverband an?
  - Bioland
  - demeter
  - gää
  - anderer \_\_\_\_\_
  - nein
  
- Produziert Ihr Betrieb:
  - Gemüse
  - Getreide
  - Obst
  - Geflügel und Eier
  - Milch
  - Fleisch
  - Honig
  - Pflanzen (Setzlinge) und Schnittblumen
  - anderes \_\_\_\_\_
  
- Verfügt Ihr Betrieb über Weiterverarbeitungsmöglichkeiten?
  - nein
  - ja, über \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_

- Wie groß ist Ihr Betrieb?

\_\_\_\_ ha Gemüseanbau

\_\_\_\_ ha Obst

\_\_\_\_ ha Grünland

\_\_\_\_ ha Getreide

\_\_\_\_ ha Kartoffeln

\_\_\_\_ ha Sonstiges: \_\_\_\_\_

Viehhaltung: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 2. Die Vermarktung der Produkte

- Bietet Ihr Betrieb Lebensmittelabos an?

ja                       nein                       nicht mehr

Seit wann besteht dieses Angebot?

\_\_\_\_\_

- Bieten Sie Gemüseabos das ganze Jahr über an?

ja

nein, saisonal begrenzt von \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_

- Ist Ihr Angebot innerhalb von Brandenburg und Berlin regional begrenzt?

nein

ja, wir liefern nur im Bereich \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- Wieviel KundInnen beliefern Sie regelmäßig mit Gemüseabonnements? \_\_\_\_\_

- Bitte geben Sie kurz an, welche Abonnements ihr Betrieb anbietet (Mengen, Preise, besondere Angebote):

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- Vermarkten Sie Ihre Produkte ausschließlich über Gemüseabonnements?

ja

nein, außerdem noch:

Ab-Hof-Verkauf

Ökomärkte

in Brandenburg \_\_\_\_\_ mal wöchentlich

in Berlin \_\_\_\_\_ mal wöchentlich

Konventionelle Märkte

in Brandenburg \_\_\_\_\_ mal wöchentlich

in Berlin \_\_\_\_\_ mal wöchentlich

Großhandel

Bioläden -                      Wieviele ? \_\_\_\_\_

Food-Coops -                    Wieviele ? \_\_\_\_\_

Gaststätten, Kantinen etc. -   Wieviele ? \_\_\_\_\_

verarbeitende Betriebe -      Wieviele ? \_\_\_\_\_

anderes \_\_\_\_\_

- Ist es möglich von Ihnen auch andere Produkte regelmäßig zu beziehen?

nein

ja            und zwar

Milch

Quark und Käse

Eier

Fleisch- und Fleischprodukte

Brot

Getreide

Blumen

anderes ... \_\_\_\_\_

- Sind die Produkte ausschließlich aus der Produktion Ihres Betriebes?

ja

nein

Es wird zugekauft von

benachbarten Höfen

von Höfen aus der Region (Brandenburg)

von Großhändlern

anderes \_\_\_\_\_

Die zugekauften Produkte sind:

nur aus ökologischem Anbau

nur aus konventionellem Anbau

sowohl aus konventionellem als auch aus ökologischem Anbau

- Wieviel Prozent der im Abonnement vermarkteten Produkte stammt aus eigener Produktion?
  - bis 30 %
  - 30 - 60 %
  - 60 - 90 %
  - 100 %
- Möchten Sie Ihren Kundenstamm vergrößern?
  - ja
  - ja, aber regional begrenzt auf \_\_\_\_\_
  - nein
  - dazu fehlen uns
    - Lieferkapazitäten
    - Arbeitskräfte
  - unsere Produktion reicht für eine Ausweitung des Kundenstammes nicht aus

### 3. Organisation der Gemüseabonnements

- Wie sehen Ihre Vertragsbedingungen bei Lebensmittelabonnements aus?
  - feste Vertragszeit für \_\_\_\_ Monate / Wochen
  - Kündigungsfrist \_\_\_\_ Tage / Wochen
- Ist eine Unterbrechung der Lieferung möglich?
  - nein
  - ja, die KundInnen können Unterbrechungen \_\_\_\_ Tage vor den betreffenden Lieferungen ankündigen
    - schriftlich
    - telefonisch
- Wohin liefern Sie Ihre Produkte?
  - an mit den KundInnen abgesprochenen Sammelplätzen  
Wieviel Lieferadressen haben Sie? \_\_\_\_\_
  - individuell zu den KundInnen nach Hause
- Wie ist die Belieferung der KundInnen organisiert?
 

Termin:  fester Wochentag, der von uns vorgegeben ist:  
 Kundenwünsche bzgl. des Liefertermins können von uns berücksichtigt werden.

Lieferturnus:  Die KundInnen werden jede Woche einmal beliefert.  
 Wir vereinbaren einen individuellen Lieferturnus mit unseren KundInnen (ein bis vier Mal im Monat)

Wie werden Ihre Leistungen bezahlt?

  - bar
  - per Rechnung und Überweisung
  - per Lastschriftverfahren

***Vielen Dank für Ihre Mühe!***

## 2. Fragebogen KundInnen



TU Berlin · Sekr. BH 12 · Straße des 17. Juni 135, D-10623 Berlin

FACHBEREICH 6  
VERFAHRENSTECHNIK,  
UMWELTTECHNIK,  
WERKSTOFFWISSENSCHAFTEN

Bereich Feministische mweltforschung

Projekt: Veränderung von Produktions- und  
Konsummustern (Ernährung in Berlin)

Silvia Cunningham  
Petra van Rüth

☎ 030 / 314 – 23 747 e-mail: [cunn0637@mailszrz.zrz.TU-Berlin.de](mailto:cunn0637@mailszrz.zrz.TU-Berlin.de) oder [ruet0637@mailszrz.zrz.TU-Berlin.de](mailto:ruet0637@mailszrz.zrz.TU-Berlin.de)

Berlin, den 2. Mai 1998

Liebe Abonentinnen und Abonneten von Gemüseboxen,

Sie haben gerade in Ihrer Box einen Fragebogen gefunden. Wir möchten Sie bitten diesen zu beantworten und an uns zurückzuschicken.

Zunächst möchten wir uns gerne vorstellen und unser Vorhaben kurz skizzieren. Wir, Silvia Cunningham und Petra van Rüth sind zwei wissenschaftliche Mitarbeiterinnen der TU Berlin im Bereich sozial-ökologische Forschung. Wir untersuchen die sozialen und ökologischen Auswirkungen neuer Organisationsformen zwischen der Produktions- und Konsumebene von Lebensmitteln. Die neuen Vermarktungswege ermöglichen von den VerbraucherInnen Umstellungen im Konsumverhalten. Um die Vereinbarkeit dieser Umstellungen mit den Alltagsanforderungen zu erkunden, wenden wir uns mit unserem Fragebogen an Sie als NutzerInnen der derzeitigen Angebote von Gemüseabonnements. Unser Ziel ist, anhand der Ergebnisse der Befragung Vorschläge zu entwickeln, mit denen die Angebote mehr an die Bedürfnisse der VerbraucherInnen angepaßt werden können, um sie für breitere Bevölkerungsgruppen attraktiv zu machen und so zu einer Regionalisierung der Lebensmittelversorgung beizutragen.

Die AnbieterInnen Ihrer Gemüseboxe waren so freundlich, die Fragebögen einer Lieferung beizulegen, so wissen wir weder Ihren Namen, noch Ihre Adresse. Diesen Weg haben wir gewählt, um die Anonymität der Daten zu gewährleisten. Zur Auswertung benutzen wir einen nicht vernetzten Computer und geben Ihre Daten an niemanden weiter. Sollten Sie dennoch bei einigen Fragen Bedenken haben sie zu beantworten, dann übergeben Sie diese und senden Sie uns in jedem Fall auch unvollständig ausgefüllte Fragebögen zurück.

Im nächsten Arbeitsschritt möchten wir gerne mit einigen KundInnen von Abokisten weitergehende Interviews führen. Sollten Sie zu einem solchen ca. einstündigen Gespräch bereit sein, möchten wir Sie bitten uns auf dem vorbereiteten Extrablatt mitzuteilen, wie wir Sie erreichen können. Sie können uns auch telefonisch bzw. per Email an uns wenden.

Sollten Sie Fragen haben oder aus anderen Gründen Kontakt zu uns aufnehmen wollen, können Sie uns gerne unter der Telefonnummer 314-23747 anrufen. Wir sind in der Regel Montags bis Freitags von 10.00 -15.00 Uhr zu erreichen. Wir haben auch einen Anrufbeantworter und rufen gerne zurück.

Falls Sie Interesse an den Ergebnissen unserer Arbeit haben, melden Sie sich bitte im Juli 1999 bei uns, damit wir Ihnen einen Projektabschlussbericht zusenden können.

Noch einige Hinweise zum Fragebogen:

- Bitte beachten Sie, daß er doppelseitig bedruckt ist.
- Mehrfachantworten bitte nur dort, wo es im Fragetext ausdrücklich vorgesehen ist.
- Bitte schicken Sie den Fragebogen bis **zum 10. Juni 1998** im beiliegenden Freiumschlag an uns zurück.

Vielen Dank, daß Sie uns weiterhelfen.

Mit freundlichen Grüßen

# Fragebogen

für KundInnen von Gemüseabos

**1. Zunächst möchten wir Sie bitten, uns einige Angaben zu dem Gemüseabo, daß Sie gerade beziehen, zu machen:**

1. Von welchem Anbieter beziehen Sie Ihre Gemüseboxe \_\_\_\_\_
2. Seit wann haben Sie dieses Abonnement? \_\_\_\_\_
3. Hatten Sie vorher bereits eine andere Gemüseboxe?
  - nein
  - ja und zwar hatte ich ein Abo bei \_\_\_\_\_
4. Welche Art von Gemüseabonnement beziehen Sie?
  - Gemüse Vollsortiment (Salat, Gemüse und Kräuter)
  - Gemüse Rohkostsortiment (Salate und rohstofffähige Gemüsearten)
  - Gemüse Schonkostboxe (spezielle Auswahl ohne blähende Gemüsearten, besonders geeignet für stillende Frauen und Kleinkinder)
  - sonstiges und  
zwar \_\_\_\_\_

Welche Größe der Gemüseboxe haben Sie bestellt? (Preis- oder Personenangabe)

- \_\_\_\_\_
5. Welche Produkte beziehen Sie zusätzlich regelmäßig von den Lieferanten der Gemüseboxe?
    - Obst
    - Milch
    - Käse und Milchprodukte
    - Eier
    - Brot
    - Kartoffeln
    - Fleisch- und Fleischprodukte
    - Sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_
  6. Nutzen Sie die Möglichkeit bestimmte Gemüsearten auszuschließen?
    - ja
    - diese Möglichkeit gibt es bei meinem Anbieter nicht, ich würde sie gerne nutzen.
    - diese Möglichkeit gibt es bei meinem Anbieter nicht, ich würde sie wahrscheinlich auch nicht nutzen.
    - nein
  7. Wie häufig werden Sie mit dem Basisabonnement beliefert?
    - wöchentlich
    - vierzehntägig
    - alle drei Wochen
    - einmal monatlich
  8. Wie werden Ihnen die Produkte zugestellt
    - an eine Sammelstelle
    - an die Wohnungstür
  9. Gibt es Probleme mit der Belieferung der Gemüseboxen?
    - nein
    - ja, und zwar \_\_\_\_\_

## II. Was war bei Ihrer Entscheidung für ein Gemüseabonnement wichtig?

1. Wir möchten gerne erfahren aus, welchen Gründen Sie sich entschieden haben, AbonentIn einer Gemüsebox zu werden (Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile eine Möglichkeit an).

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft kaum zu	Trifft gar nicht zu	Über diesen Aspekt habe ich bisher nicht nachgedacht
a) Ich wollte meine Lebensmittel direkt von ProduzentInnen beziehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
b) Ich wollte mich mit jahreszeitlich angepaßten Gemüsearten ernähren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
c) Ich wollte durch den Direktbezug Einkaufswege und Zeit einsparen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
d) Ich wollte genau wissen, woher meine Lebensmittel stammen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
e) Ich wollte zum Umweltschutz beitragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
f) Ich wollte den ökologischen Landbau unterstützen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
g) Ich wollte regionale ÖkolandwirtInnen unterstützen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
h) Ich wollte aus gesundheitlichen Gründen Produkte aus ökologischem Anbau konsumieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
i) Ich wollte aus geschmacklichen Gründen Produkte aus ökologischem Anbau konsumieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
j) Ich wollte Lebensmittel aus kontrolliert ökologischem Anbau beziehen, weil diese weniger Schadstoffe enthalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
k) Ich habe keine Einkaufsmöglichkeit für Ökoprodukte in meiner Nähe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
l) Ich wollte Ökoprodukte preislich günstig einkaufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

Andere Gründe

---

Bitte nennen Sie die drei wichtigsten Gründe (die Buchstaben der Aufzählung genügen)

---



2. Kannten Sie verschiedene Angebote von Gemüseabonnements, bevor Sie sich für eines entschieden haben?
- ja  nein
3. Woher hatten Sie die Informationen über die Aboangebote? (mehrere Antworten möglich)
- Artikel in Zeitung  Berichte aus dem Freundes-,  
Bekanntens- bzw. Verwandtenkreis
- Anzeige in Zeitung  Werbezettel der Anbieter
- Broschüren von Umwelt-  
organisationen bzw. Ökologischen  
Anbauverbänden  Sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_
4. Uns interessiert, welche Kriterien für Sie wichtig wären, um sich zwischen verschiedenen AnbieterInnen zu entscheiden. Bitte beantworten Sie die Fragen auch, wenn Sie bislang nur eine AnbieterIn kennen. (Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile eine Möglichkeit an)

	Argument für ein Abo	Argument gegen ein Abo	Für mich nicht von Bedeutung
a) Lieferservice an die Haustür	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
b) Lieferung an eine Sammelstelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
c) Sammelstelle sollte für mich gut erreichbar sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
d) Kurzfristige Unterbrechung der regelmäßigen Lieferung sind möglich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
e) Kosten der Gemüsebox	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
f) Langfristiger Vertrag mit den AnbieterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
g) Kurzfristige Kündigungsmöglichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
h) Breite und abwechslungsreiche Palette von Gemüsearten in der Gemüsebox	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
i) Bezug von importiertem Gemüse aus kontrolliertem ökologischen Landbau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
j) Produkte aus der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
k) Möglichkeit bestimmte Gemüsearten von meiner Gemüsebox ausschließen zu können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
l) Angebot spezieller Gemüseboxen (bläharm, Rohkost)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
m) AnbieterInnen persönlich bekannt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
n) Nur Lieferung von der Saison entsprechendem Gemüse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
o) Sonstige Gründe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

Bitte nennen Sie die drei wichtigsten Gründe für Ihre Entscheidung (die Buchstaben der Aufzählung genügen) \_\_\_\_\_

**III. Jetzt möchten wir gerne von Ihnen wissen, welche Anforderungen Sie an Ihr Gemüseabo stellen und wie diese von der AnbieterIn erfüllt werden:**

1. Bitte kreuzen Sie an, wie wichtig Ihnen die folgenden Anforderungen sind und geben Sie Ihrer Gemüsebox für die Erfüllung der einzelnen Anforderungen eine Schulnote

(1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

	Sehr wichtig	Weniger wichtig	Eher unwichtig	Völlig unwichtig	Note
Frische der Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Qualität der Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Transparenz der Produktherkunft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Rezeptvorschläge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Vielfältigkeit der Gemüsezusammenstellung im Sommer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Vielfältigkeit der Gemüsezusammenstellung im Winter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Zuverlässigkeit der Lieferung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Ab- und Umbestellmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Kontakt zu den Erzeugern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Sonstiges _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

2. Wie schätzen Sie die Preise für die in der Abokiste gelieferten Produkte ein?  
Der Preis für die Waren die geliefert werden, erscheint mir

- günstiger
  vergleichbar
  höher

3. Was gefällt Ihnen an Ihrer Gemüsebox am besten? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Was gefällt Ihnen an Ihrer Gemüsebox am wenigsten? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## V. Nun haben wir einige Fragen rund um den Einkauf und das Essen.

1. Fehlen Ihnen bestimmte Gemüsearten im Angebot der Abokiste ?
  - nein
  - das hängt von der Jahreszeit ab
  - ja
  
2. Wenn Ihnen (zeitweilig) bestimmte Gemüsearten fehlen, um welche Arten handelt es sich?
  - Auberginen
  - Champignons
  - Gurken
  - Kräuter
  - Paprika
  - Porree
  - Salat
  - Tomaten
  - Zucchini
  - Zwiebeln
  - sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_
  
3. Wenn Sie bestimmte Gemüsearten vermissen, kaufen Sie die fehlenden Arten zu?
  - Ich kaufe die fehlenden Arten immer zu
  - Teils/Teils
  - Ich kaufe fehlende Arten nicht zusätzlich
  
4. Wie häufig kaufen Sie Gemüse zusätzlich zum Abo ein ?
  - nie
  - weniger als ein Mal im Monat
  - einmal monatlich
  - mehrmals monatlich
  - wöchentlich
  
5. Wann kaufen Sie überwiegend zusätzlich zum Abo Gemüse ein?
  - im Frühjahr
  - im Sommer
  - im Herbst
  - im Winter
  - immer
  - ich kaufe nichts zusätzlich ein
  
6. Wo kaufen Sie das zusätzliche Gemüse ? (Kreuzen Sie die drei wichtigsten Einkaufsstätten an)
  - Gemüsegeschäft
  - Bioladen
  - Supermarkt
  - Markt
  - Ökomarkt
  - Food-Coop
  - Sonstiges und zwar \_\_\_\_\_

### 7. Hat sich durch den Bezug des Abos Ihre Ernährung verändert?

Wenn Sie denken, von einer bestimmten Produktgruppe mehr oder weniger als vor dem Gemüseabo zu verbrauchen, tragen Sie bitte in die letzte Spalte eine mengenmäßige Schätzung ein.

	mehr	genauso -viel	weniger	Veränderun g ca. [%]
Essen Sie mehr, weniger oder genauso viel Gemüse wie vor dem Abo ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Essen Sie mehr, weniger oder genauso viel Gemüse aus <u>regionalem Anbau</u> wie vor dem Abo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Essen Sie mehr, weniger oder genauso viel <u>der Jahreszeit</u> entsprechendem Gemüse wie vor dem Abo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Essen Sie mehr, weniger oder genauso viel Fleisch und Fleischprodukte wie vor dem Abo ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Verbrauchen Sie mehr, weniger oder genauso viel Milch und Milchprodukte wie vor dem Abo ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Essen Sie mehr, weniger oder genauso viel Obst wie vor dem Abo ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Essen Sie mehr, weniger oder genauso viel Brot und Getreideprodukte wie vor dem Abo ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____



**V. Wir möchten Sie noch um einige Angaben zu Ihrem Haushalt bitten:**

1. Wie viele Menschen essen regelmäßig aus der Abokiste mit ? \_\_\_\_\_

davon \_\_\_\_\_ Frauen, \_\_\_\_\_ Männer, \_\_\_\_\_ Kinder

Wie alt sind diese?

\_\_\_ jünger als 7 Jahre    \_\_\_ 8-14 Jahre    \_\_\_ 15-18 Jahre    \_\_\_ 19-25 Jahre    \_\_\_ 26-30 Jahre  
\_\_\_ 31-35 Jahre    \_\_\_ 36-40 Jahre    \_\_\_ 41-45 Jahre    \_\_\_ 46-50 Jahre    \_\_\_ 51-55 Jahre  
\_\_\_ 56-60 Jahre    \_\_\_ älter als 60 Jahre

2. Leben diese Menschen alle in Ihrem Haushalt ?

ja     nein, \_\_\_\_\_ Personen leben nicht im Haushalt

3. Wieviel Geld geben Sie pro Person ungefähr monatlich für Lebensmittel aus ?

weniger als 200 DM     400-500 DM     mehr als 700 DM  
 200-300 DM     500-600 DM     weiß ich nicht  
 300-400 DM     600-700     keine Antwort

4. Wie würden Sie Ihren Haushalt beschreiben ?

Einpersonenhaushalt     Lebensgemeinschaft     Familie  
 Wohngemeinschaft  
 sonstiger privater Haushalt, und zwar \_\_\_\_\_  
 es handelt sich nicht um einen privaten Haushalt, sondern um \_\_\_\_\_

**Wenn es sich nicht um einen privaten Haushalt handelt, ist die Beantwortung der folgenden Fragen nicht unbedingt erforderlich**

5. Bitte geben Sie an, wieviele Menschen in Ihrem Haushalt die folgenden Schulabschlüsse haben .

\_\_\_ Hauptschule    \_\_\_ Mittlere Reife    \_\_\_ Abitur/Fachhochschulreife

6. Wieviele Menschen in Ihrem Haushalt haben einen der folgenden Berufsabschlüsse ?

\_\_\_ Studium    \_\_\_ Lehre    \_\_\_ Meister- / Fachschule

7. Wieviele Personen in Ihrem Haushalts sind vollzeiterwerbstätig ? \_\_\_\_\_

davon \_\_\_\_\_ Frauen und \_\_\_\_\_ Männer

8. Wieviele Personen in Ihrem Haushalts sind teilzeiterwerbstätig ? \_\_\_\_\_

davon \_\_\_\_\_ Frauen und \_\_\_\_\_ Männer

9. Wie hoch ist ihr Haushaltseinkommen (netto)?

- < 1000 DM
- 1000- 2000 DM
- 2000-3000 DM
- 3000-4000 DM
- 4000-5000 DM
- > 5000 DM
- es gibt kein gemeinsames Haushaltseinkommen
- keine Antwort

11. Verfügen Sie über einen PKW?

- ja
- nein

12. In welchem Bezirk Berlins bzw. welchem Ort Brandenburgs wohnen Sie ?

- \_\_\_\_\_
- keine Antwort

**IX. Und zu guter Letzt:**

Wer hat den Fragebogen ausgefüllt?

- ein Mann
- eine Frau
- mehrere Menschen gemeinsam

Haben Sie noch Anmerkungen zu Gemüseabonnements, die wir nicht ausreichend berücksichtigt haben?

---

---

---

Haben Sie Anmerkungen zum Fragebogen?

---

---

---

---

***Wir möchten Ihnen ganz herzlich für Ihre Mühe danken!***

*(Möglichkeit Projektbericht zugesendet zu bekommen, hier oder im Anschreiben, oder auf Extrablatt)*



FACHBEREICH 6  
VERFAHRENSTECHNIK,  
UMWELTTECHNIK,  
WERKSTOFFWISSENSCHAFTEN

---

Bereich Feministische Umweltforschung

Projekt: Veränderung von Produktions- und  
Konsummustern (Ernährung in Berlin)

Silvia Cunningham

Petra van Rühl

ruet0637@mailszrz.zrz.TU-Berlin.de

☎ 030 / 314 – 23 747 e-mail:cunn0637@mailszrz.zrz.TU-Berlin.de oder

Berlin, den .....

Sehr geehrte .....

wie wir telefonisch bereits besprochen haben, interessieren uns einige Zahlen, die Sie wahrscheinlich nicht im Kopf haben und die aus den Büchern rausgesucht werden müssen. Deshalb bitten wir Sie, die folgenden Fragen schon vor dem Gespräch zu beantworten, damit wir sie im Verlauf des Interviews noch besprechen können. In dem Gespräch möchten wir dann auch ganz viel darüber erfahren, wie das Aboangebot organisiert ist und wieviel Arbeit für die einzelnen Aufgaben im Zusammenhang mit dem Abo anfällt (Verwalten, Packen, Liefern etc.). Über diesen Punkt wollen wir - auch im Hinblick auf die KundInnenwünsche und ihre Verwirklichbarkeit - besonders intensiv mit Ihnen sprechen. Außerdem interessieren uns Ihre Angebote, Serviceleistungen, KundInneninformationen und natürlich die Frage: Wie sieht für Sie das ideale Gemüseabo aus?

Wir hoffen, daß Ihnen das alles nicht allzuviel Arbeit macht und freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen.

Mit freundlichen Grüßen



- |   |                          |
|---|--------------------------|
|   | <b>Menge (t oder kg)</b> |
| 1. Wie groß war die landwirtschaftliche/gärtnerische Produktion im vergangenen Jahr (1998)?                                 | _____                    |
| 2. Wieviel davon war Gemüse?  | _____                    |
| 3. Wieviel Gemüse (ohne Kartoffeln) wurde im vergangenen Jahr insgesamt über die Abos vermarktet (eigenes und zugekauftes)? | _____                    |
| 4. Wieviel Gemüse wurde im vergangenen Jahr für die Abovermarktung zugekauft?   | _____                    |
| 5. Wieviel Gemüse wurde im vergangenen Jahr aus der Region zugekauft?   | _____                    |

Ort	Menge (t oder kg)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

6. Wieviel Gemüse wurde im vergangenen Jahr im Großhandel zugekauft? \_\_\_\_\_ (t oder kg)

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| 7. Können Sie sagen, wieviel des im vergangenen Jahr im Großhandel für das Abo gekauften Gemüses woher kommt? | <b>Menge (in t oder kg)</b> |
| Brandenburg   | _____                       |
| restliche BRD   | _____                       |
| Europa  | _____                       |
| Übersee   | _____                       |



8. Wieviel Auslieferungstouren haben Sie pro Woche? \_\_\_\_\_

9. Wie lang sind die Auslieferungstouren?	km	belieferte Kunden
Montag	_____	_____
Dienstag	_____	_____
Mittwoch	_____	_____
Donnerstag	_____	_____
Freitag	_____	_____
Samstag	_____	_____

10. Wieviel KundInnen hatten Sie am .....?	KundInnenzahl
01.01.96	_____
01.01.97	_____
01.01.98	_____
heute (Datum _____)	_____

11. Wie hoch ist der mittlere Bestellwert? \_\_\_\_\_ DM

## **Leitfaden für Gespräche mit AbonnentInnen**

Liebe/r Frau/Herr ....., zunächst einmal möchte ich mich herzlich dafür bedanken, daß Sie sich zu einem Interview zur Verfügung gestellt haben. Mein Name ist ....., ich bin ..... . Ich arbeite in einem Projekt, das von der Berlinforschung gefördert wird, am Fachbereich Umwelttechnik an der TU Berlin. Wir sind eine Arbeitsgruppe die sich mit sozial-ökologischer Forschung beschäftigt. Konkret interessieren uns die sozialen und ökologischen Auswirkungen von neuen Produzenten/Konsumenten - Kooperationsformen.

Die Interviews werden vertraulich behandelt und Ihr Name wird nirgends genannt werden. Da wir die Fragebögen und die Adressen der Interviewwilligen getrennt haben, weiß ich jetzt erstmal nichts über Sie, deshalb kann es sein, dass sichj Fragen wiederholen, die Sie im Fragebogen schon einmal beantwortet haben. Sie als KundIn eines Abonnements sind ExpertIn aus eigener Erfahrung. Wir möchten gerne Ihre Erfahrungen mit und Ihre Erwartungen an des Abonnement erfahren. Wir haben als Einstieg einige Fragen vorbereitet. Uns ist es wichtig Ihre Sicht der Dinge zu erfahren. Nehmen Sie sich bitte Zeit, die Fragen ausführlich zu beantworten. Haben Sie vor dem Interview noch Fragen an mich?

### **1. Was für ein Abonnement haben Sie und wie lange schon?**

### **2. Wenn Sie sich an die Situation erinnern, als Sie mit dem Abonnement angefangen haben, hatten Sie bestimmte Erwartungen?**

- Wie war das mit Ihrer Familie?
- Wollten alle ein Abonnement, oder haben das einzelne entschieden?

### **3. Inwieweit wurden Ihre Erwartungen erfüllt und was ist ganz anders geworden, als Sie sich das vorgestellt hatten?**

- Gab es bestimmte Gründe / einen konkreten Anlaß es zu abonnieren?

**4. Bitte erzählen Sie uns kurz, wie Ihre Haushaltsorganisation rund ums Essen im Moment aussieht.**

- Mit wie vielen Personen leben Sie in einem Haushalt?
- Wie viele Kinder leben da?
- Wer ist vollzeit - oder teilzeitberufstätig?
- Wieviel (warme) Mahlzeiten werden im Haushalt eingenommen?
- Gibt es festverteilte Aufgaben und/oder Zeitpläne?

**5. Was ist am Wochenende anders?**

**6. Jetzt erinnern Sie sich bitte an Ihre letzte Lieferung. Wer nimmt die Kiste in Empfang /wer holt die Kiste wie ab und was passiert dann damit?**

- Wer packt das Gemüse aus?
- Wer entscheidet, was wie verwendet wird?
- Welche zusätzlichen Arbeiten sind mit dem Abonnement verbunden?
- Haben Sie organisatorische Probleme (Zeitpunkt der Lieferung/Verarbeitungsstreß u.ä.)?
- Haben Sie Probleme mit der Lagerung (Platz/wird schnell welk/schlecht etc.)? Wissen Sie, wie welches Gemüse am besten gelagert wird?
- Verbrauchen Sie alle gelieferten Produkte?
- Wer entscheidet, welches Gemüse weggeworfen wird und wer wirft es weg?

**7. Welche Erwartungen haben Sie bezogen auf den Zeit- und Arbeitsaufwand für die Essensversorgung an das Abonnement gehabt und was hat sich wirklich verändert?**

- Wurde Arbeit umverteilt?
- Ergibt sich aus dem Abonnement eine Arbeitserleichterung oder eine Mehrbelastung (für wen?)

**8. Wo sehen Sie die Vor- und Nachteile des Abonnements, was ist gut, was könnte verbessert werden?**

**9. Unter welchen Umständen würden Sie wahrscheinlich das Abonnement kündigen?**

**10. Wie hat das GemüseAbonnement Ihre Lebensqualität beeinflusst?**

**11. Wie gefällt es Ihnen, daß sich das Angebot und der Inhalt der Abonnementkisten mit der Jahreszeit ändern?**

- Läßt sich das mit Ihren Bedürfnissen vereinbaren? In welchen Punkten (nicht)?

**12. In der Regel legen die Anbieter Informations- und Rezeptblätter in die Kisten. Wie oft lesen sie diese etwa?**

**13. Welche Informationen in den Mitteilungen Ihres Anbieters sind für Sie wichtig, was fehlt Ihnen?**

- Gibt es etwas, was sie gar nicht interessiert?
- In den Gemüseabonnements werden auch selten gewordene Gemüsearten angeboten, die heute vielfach unbekannt sind. Reichen Ihnen die Produktinformationen der Anbieter aus?  
Was tun Sie, wenn Sie nicht wissen um welche Gemüseart es sich handelt?
- Besuchen Sie Hoffeste etc.?
- Hatten Sie schon mal Reklamationen?  
Umgang mit Reklamationen durch den Anbieter

**14. Gehen Sie gerne Lebensmittel einkaufen?**

- Was stört Sie am Einkaufen?
- Wie transportieren Sie ihren Einkauf?
- Nutzen Sie in anderen Bereichen als dem Gemüseabonnement Versandhandel / Lieferservice / Bestellungen per Internet?
- Können Sie sich vorstellen, ihr Gemüse auch per Internet zu bestellen?
- Wo sehen Sie die Vorteile/ Nachteile?

**15. Neuere Umfrageergebnisse weisen auf ein abnehmendes Interesse an Umweltschutz hin. Wie sehen Sie das?**

**16. Bei welchen Ihrer alltäglichen Entscheidungen spielt der Umweltschutz eine Rolle?**

# Fragenleitfaden Expertengespräche

- Wann und aus welchen Gründen haben Sie sich zur Abonnementvermarktung entschlossen?
- Welche Erwartungen waren daran geknüpft?
- Was sind für den Betrieb
  - Vorteile der Abonnementvermarktung,
  - womit gibt es Probleme?

## **Kundenzahlen**

- Wie sind Sie mit der Akzeptanz Ihres Angebotes zufrieden?
- Streben Sie den Ausbau des Vertriebsweges und die Ausweitung des Kundenstammes an?
- Gibt es eine Idealvorstellung über eine zu erreichende Kundenzahl?
- Gibt es Kriterien für die Aufnahme neuer Kunden bzw. neuer Sammelstellen, z.B. abhängig davon wo sie wohnen? Gibt es andere Kriterien?
- Wie groß ist die Fluktuation?

## **Produkte**

Es wird ja auch Gemüse über die Abonnementkisten vertrieben, das zugekauft ist

- Welche Gemüsearten werden zugekauft?
- Ist der Zukauf nötig, um den Ansprüchen der KundInnen gerecht zu werden und die eigenen Gemüse zu vermarkten?
  - Ist der Zukauf mengenmäßig nötig oder liegt es vorwiegend daran, Abwechslungsreichtum zu gewährleisten?
- Nach welchen Kriterien entscheiden Sie, was zugekauft wird?
  - Bei demeter Betrieben: Wie wichtig ist es Ihnen, dass die Produkte die Sie zukaufen aus demeter-Anbau stammen? Legen die KundInnen Wert darauf?
- Gibt es Vereinbarungen mit anderen Höfen oder Großhändlern in Bezug auf feste Abnahmekontingente?
- Spielt beim Zukauf vom Großhändler die Überlegung eine Rolle, woher die Produkte stammen?
- Werden Kisten aus Holz, Plastik oder Karton verwendet? Wird das Gemüse zusätzlich verpackt?
- Sind alle Kisten einer Kategorie (Vollsortiment, Schonkost etc.) gleich bestückt?

## **Service**

- Welche Zusatzangebote außer Gemüseboxen werden gemacht, warum genau diese und andere nicht, welcher Arbeitsaufwand ist damit verbunden?
- Wie groß ist der Arbeitsaufwand Sonderwünsche der Kunden zu berücksichtigen.
  - Wie viele KundInnen äußern solche Sonderwünsche (nicht xyz, etc.)
- Wäre es vom Aufwand her machbar, zusätzlich zu den bestehenden Kistenalternativen die Wahl zu lassen, ob die Kiste auch importierte oder nur regionale Produkte enthält?

## **Kundeninformation**

- Wonach entscheiden Sie, welche Informationen Sie den Kisten beilegen, wer macht das?
- Wir hatten den Eindruck, dass die KundInnen mit den Informationen und Rezeptblättern meist sehr zufrieden sind, was aber zu fehlen scheint, sind Hinweise zu sinnvollen Lagerbedingungen, könnten Sie sich vorstellen solchen Infos aufzunehmen?
- Uns ist in der schriftlichen Befragung aufgefallen, dass viele KundInnen nicht richtig informiert sind, welche Möglichkeiten sie eigentlich hätten. Das ist auch in der Vorabauswertung deutlich geworden, die wir Ihnen zur Verfügung gestellt haben. Welche Lösungen haben Sie für diese Probleme gefunden?
- Können Sie sich vorstellen die Preise und Herkunft der Produkte offen zu legen und Listen der in der Kiste vorhandenen Produkte beizufügen?
  - Wie viel Aufwand erfordert das?
  - Gibt es dafür Arbeitskräfte?
  - Würde das evt. logistische Probleme bereiten?
- Machen Sie Werbung für Ihre Abonnements? Welche Werbeformen nutzen Sie und wenn Sie bestimmte Formen nicht nutzen, gibt es dafür Gründe?
- Unser Eindruck war auch, dass der Austausch über die Abonnements für die KundInnen wichtig ist, können Sie sich vorstellen so etwas zu organisieren?
- Haben Sie ein Interesse über die Abonnementlieferungen hinaus KundInnen mit anderen Produkten zu beliefern, z.B. Spargel, Kartoffeln etc.? Wie sind solche Zusatzbestellmöglichkeiten aktuell organisiert?

## **Lieferung**

- Werden zur Auslieferung Kühlwagen verwendet?
- Zu welcher Tageszeit liefern sie aus und warum? Wie werden die Routen geplant?
- Gibt es MitarbeiterInnen, die ausschließlich für die Auslieferung zuständig sind? Wie viele?
  - Sind diese MitarbeiterInnen bei Ihnen fest angestellt?
  - Wie viel Arbeitszeit und Arbeitskräfte nimmt die Auslieferung in Anspruch?
  - Wurden für die Organisation und Auslieferung von Lebensmittelabonnements zusätzliche Arbeitskräfte eingestellt?
- Werden die Auslieferfahrten ausschließlich für die Verteilung von Lebensmittelabonnements nötig oder werden auch KundInnen wie Bioläden, Food-Coops, Gaststätten beliefert oder andere für den Betrieb notwendige Fahrten erledigt (Marktbeschickung)?
- Können Sie sich vorstellen, dass Arbeitsplätze (Verwaltungen, größere Betriebe etc.) als Sammellieferstellen für Ihre KundInnen attraktiv sind? Welche Möglichkeiten und Probleme sehen Sie?

### **Produktion/Lagerung**

- Produzieren Sie Teile des Gemüses in Treibhäusern, Foliengewächshäuser etc., werden diese beheizt?
- Wie lagern Sie Gemüse?
  - Wie arbeits- bzw. energieaufwendig sind diese Lagermethoden?
  - Was wird wie eingelagert, warum wird eingelagert? (Erd)mieten?
  - Haben Sie Lagerräume die gekühlt werden?
- Welche anderen Bereiche ihres Betriebes, würden Sie als energie- bzw. rohstoffintensiv einschätzen?

### **Betriebliche Organisation der Gemüseabonnements**

- Wie lassen sich Abonnementvermarktung und Produktion miteinander vereinbaren?
- Welche zusätzlichen Arbeiten fallen für die Abonnementvermarktung an?
  - Wie viel Arbeit macht ein Abonnement, machen alle Abonnements zusammen? Können Sie bitte angeben wie viel Arbeitszeit für die verschiedenen Aufgaben notwendig ist (siehe Checkliste).
  - Welche Arbeiten im Zusammenhang mit den Abonnements sind besonders zeitintensiv?
- Wie viel Arbeit ist mit der Verwaltung der Abonnements verbunden?
  - Nutzen sie ein Abonnementverwaltungsprogramm, was leistet dieses Programm, welche Arbeiten werden damit bewältigt?
- Gibt es jemanden der ausschließlich für Abonnementarbeiten zuständig ist? (Verwaltung, Kistenpacken, Auslieferung, Kundenkommunikation, Rechnungswesen)
- Ist diese Person extra für die Abonnementarbeiten eingestellt?
- Ab wie viel Abonnements lohnt es sich jemand zusätzlich einzustellen?

### **Kooperation mit anderen Betrieben**

- Gibt es Kooperationen, mit welchen Betrieben?
- Worin bestehen die Kooperationen?
- Welche Vor- und Nachteile sehen Sie?
- Wenn es keine Kooperationen gibt:
  - Könnten Sie sich vorstellen die Auslieferung mit anderen Betrieben zu koordinieren? - Mit den Nachbarabonnementbetrieben Produkte auszutauschen?
  - Was gibt's für Möglichkeiten und Hindernisse?
- Gibt es Überlegungen sich dem Abonnementkistenverband anzuschließen?

### **Abschlussfrage:**

- Wie stellen Sie sich das für ihren Hof ideale Gemüseabonnement vor?
  - Warum ist das so nicht realisierbar?