

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Fakultät Life Sciences

**Angebotserweiterungen Solidarischer Landwirtschaften in Deutschland
am Beispiel von Gemüseerzeugnissen**

Bachelorarbeit

Studiengang Ökotrophologie

vorgelegt von Sarah Reussner [REDACTED]

Matrikelnummer: [REDACTED]

1. Gutachterin: Prof. Dr. Katharina Riehn

2. Gutachterin: Prof. Dr. Petra Naujoks

Hamburg

28.06.2025

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis.....	III
Zusammenfassung.....	1
Abstract	2
1 Einleitung	3
2 Solidarische Landwirtschaft.....	5
2.1 Definition	5
2.2 Geschichte.....	5
2.3 Merkmale	6
2.4 Organisationsformen	8
2.5 Phasen der Entwicklung.....	9
3 Angebotserweiterungen bei Solidarischen Landwirtschaften	12
3.1 Angebotserweiterungen durch Gemüseerzeugnisse	15
4 Herausforderungen	17
4.1 Herausforderungen Solidarischer Landwirtschaft.....	17
4.2 Herausforderungen einer Betriebszweigerweiterung	19
5 Methodik	22
5.1 Forschungsfragen	22
5.2 Literaturrecherche	22
5.3 Das explorative Expert*inneninterview	23
6 Ergebnisse	28
6.1 Gemüseverarbeitung bei Solidarischen Landwirtschaften in Deutschland	28
6.2 Tabellarische Fallübersicht	28
6.3 Vertiefende Einzelfalldarstellung.....	34
7 Diskussion.....	39
7.1 Methodendiskussion.....	39
7.2 Ergebnisdiskussion.....	41
8 Schlussfolgerung	44
8.1 Fazit.....	44
8.2 Handlungsempfehlungen.....	44
Literaturverzeichnis.....	45
Anhang	49
Eidesstattliche Erklärung.....	81

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das Transformationsmodell Solidarischer Landwirtschaft (Rommel et al., 2022)...	10
Abbildung 2: Transformative Wirtschaftsformen im Ernährungssektor (Strüber et al., 2023, S. 18)	11
Abbildung 3: Formen der Erweiterung (Giesecke & Schlesinger, 2025)	13

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Organisationselemente nach Gruber (2020); (Strüber et al., 2023, S. 40)	9
Tabelle 2: Gestaltungsoptionen für eine Angebotserweiterung (Strüber et al., 2023, S. 150)	15
Tabelle 3: Fallübersicht der interviewten Betriebe (eigene Darstellung).....	28

Zusammenfassung

Hintergrund

Als Antwort auf die multiplen Krisen des nachhaltigkeitsdefizitären Ernährungssystems in Deutschland entwickelt sich Solidarische Landwirtschaft als zivilgesellschaftliche Bewegung, die mit ihrer sozialen und ressourcenschonenden Art des Wirtschaftens das Ernährungssystem transformieren könnte. Eine Betrachtung Solidarischer Landwirtschaften in ihrem regionalen Wertschöpfungsraum scheint für ihre Weiterentwicklung zielführend. Dort steigern Angebotserweiterungen die Wertschöpfung und fördern nahräumliche Versorgungsstrukturen. Gemüseerzeugnisse wie Sauerkraut sind eine Möglichkeit zur Angebotserweiterung und werden von einigen Solawis bei Mitmachaktionen in kleinen Mengen produziert und angeboten. Inwiefern die Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen sowie Gemüseverarbeitung im Kontext Solidarischer Landwirtschaft aussehen kann und welche praxisbezogenen Erfahrungen existieren, wird durch diese Arbeit beleuchtet.

Methodik

Zu diesem Zweck wurden drei Expert*innen aus dem Handlungsfeld von drei Betrieben interviewt. Die Betriebe unterscheiden sich in Bezug auf die Art der Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen, ihre Größe und die Einbindung ihrer Mitglieder. Das explorative Expert*inneninterview, das auf Basis eines semistrukturierten Leitfadens geführt wurde, erhob Daten zu kontextgebundenen Erfahrungen und Empfehlungen. Die Interviews wurden transkribiert und ausgewertet. Zur Auswertung wurde sich die Methodik der inhaltlich strukturierenden Analyse von Kuckartz und Rädiker orientiert.

Ergebnisse

Die Gemüseverarbeitung im Kontext Solidarischer Landwirtschaft zeigt sich vielfältig: Ein Betrieb führt jährlich Einkochaktionen von Sauerkraut mit Mitgliedern durch. Der zweite Betrieb bezieht verschiedene Gemüseerzeugnisse durch Zukäufe und Kooperationen von einem Partnerbetrieb und einem Verarbeitungsbetrieb. Betrieb 3 wirkt als Experimentierraum und besitzt mehrere Absatzwege. Die Manufaktur gibt im Rahmen einer Mehr-Hof-Solawi monatlich Gemüse an Mitglieder.

Diskussion und Fazit

Erfahrungen, Empfehlungen und geeignete Weiterentwicklungsoptionen variieren von Betrieb zu Betrieb. Es hängt u.a. von Betriebsgröße und Art der Mitgliedereinbindung ab, welche Art der Angebotserweiterung bzgl. Gemüseerzeugnissen für eine Solawi sinnvoll ist. Diese Arbeit bietet einen ersten Überblick zu dem Thema. Um das Potenzial nahräumlicher Gemüseverarbeitung allgemein zu beleuchten, besteht weiterer Forschungsbedarf.

Abstract

Background

In response to the multiple crises of Germany's sustainability-deficient food system, Community Supported Agriculture (CSA) has emerged as a civil society movement with the potential to transform the food system through its socially responsible and environmentally friendly approach. Considering CSA within its local value chain appears beneficial for its further development. Expanding the range of products increases value creation and promotes local supply structures. Some CSAs produce and offer small quantities of vegetable products through community-supported campaigns. This thesis explores further options for offering vegetable products and reviews existing practical experience.

Methods

For this purpose, three experts from three initiatives were interviewed, each with a different approach to expanding their range, different size and member involvement. The exploratory expert interviews, conducted based on a semi-structured guideline, collected data on contextual experiences and recommendations. The interviews were transcribed and analyzed. The evaluation was based on Kuckartz and Rädiker's content-structuring analysis.

Results

Vegetable processing in the context of CSA is diverse: One farm runs annual sauerkraut production campaigns with its members. A second farm procures various vegetable products through purchases and collaborations with a processing business and service provider. The third initiative acts as an experimental space and has several sales channels. As part of a multi-farm CSA, the manufacturer distributes vegetable products to members on a monthly basis.

Discussion and Conclusion

Experience, recommendations, and suitable development options vary between initiatives. The specific type of expansion that makes sense for a CSA depends on its size and the type of member involvement, among other things. This thesis provides an initial overview of the topic. Further research is needed to shed light on the potential of local vegetable processing.

1 Einleitung

Unser globales Ernährungssystem befindet sich in einer multiplen Krise: „Für ein Viertel der Menschheit ist die Ernährungssicherung gefährdet, ein weiteres Viertel leidet an gesundheitsschädlichem Über- oder Fehlkonsum. Gleichzeitig bedrohen die Umweltschäden und andere externe Effekte der industriellen Landwirtschaft die natürlichen Lebensgrundlagen [...]“ (Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen [WBGU], 2020, S. 1).

Das Ernährungssystem in Deutschland unterliegt seit einiger Zeit Veränderungen durch Rationalisierungs-, Spezialisierungs- und Konzentrationsprozesse, was durch ökonomische und soziale Vorgänge sowie politische Förderungen bedingt ist. „Tendenziell verschärft diese Entwicklung die bereits bestehenden Nachhaltigkeitsdefizite des Ernährungssystems“ (Schrode et al., 2021, S. 11). Die Entwicklung in der Landwirtschaft geht dahin, dass weniger Betriebe mit weniger Arbeitskräften und höherem Kapitaleinsatz immer größere Flächen pro Betrieb bewirtschaften. Dafür gibt es viele Gründe. Vor allem der technische Fortschritt spielt eine Rolle bei der zunehmenden Spezialisierung, um Kosten zu sparen, ganz nach dem Motto "wachsen oder weichen" (Nowack et al., 2019, S. 357). Das zeigt auch die Statistik: Von 2020 bis 2023 ist die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe in Deutschland um etwa 3 % gesunken, während die genutzte Fläche pro Betrieb um 2 Hektar gestiegen ist (Statistisches Bundesamt, 2024).

Um auf den liberalisierten Agrarmärkten in Deutschland konkurrenzfähig zu bleiben, sind landwirtschaftliche Betriebe oft dazu gezwungen Abstriche beim Wohl von Natur, Tieren oder Arbeitskräften machen (Boddenberg et al., 2017, S. 126; Haack et al., 2020, S. 80). Unter anderem kritisieren einige zivilgesellschaftliche Institutionen und das Umweltbundesamt den weitreichenden Strukturwandel und fordern eine intensivere Ausrichtung der Politik auf Nachhaltigkeits- und Gemeinwohlaspekte. Auch die Ausrichtung der finanziellen Förderung durch die Gemeinsame Agrarpolitik der EU (GAP) nach Betriebsgröße wird problematisiert und stellt sich als Gerechtigkeits- und Multifunktionalitätsproblem dar (Nowack et al., 2019, S. 364).

Aus der Perspektive der Transformationsforschung befindet sich das Ernährungssystem in Deutschland in einer „frühen Vorlaufphase einer umfassenden Transformation“ (Schrode et al., 2021, S. 24). Es „zeichnen sich weitreichende Veränderungen ab und es sind zahlreiche, langfristige Megatrends sichtbar, die eine Transformation des Ernährungssystems erforderlich machen bzw. diese auch initiieren könnten [...]“ (Schrode et al., 2021, S. 11–12). Dabei handelt es sich vor allem um externe Faktoren wie den Klimawandel oder gesellschaftliche Wertewandel, sowie um Nischeninnovationen, die ein hohes Nachhaltigkeitspotenzial aufweisen und aus ihrer Nische treten, sobald das vorherrschende System destabilisiert ist. Das Umweltbundesamt empfiehlt eine politische Förderung dieser Nischeninnovationen (Schrode et al., 2021, S. 11–12), zu denen auch Solidarische Landwirtschaften (Solawis) gehören. Solawis wird ein sehr hohes Transformationspotenzial zugeschrieben (Haack et

al., 2020, S. 83). Um den größtmöglichen Vorteil für Solawis zu erreichen, wäre ein Bottom-up- und Top-down-Szenario, bei dem sowohl von zivilgesellschaftlicher, als auch politischer Seite gehandelt wird, zu begrüßen (Schmidt, 2022, S. 107).

Um Solawis zu fördern, scheint es zielführend zu sein sie im Kontext ihres Wertschöpfungsraums zu betrachten, der als regionales, multifunktionales Versorgungssystem im engen Austausch mit weiteren Betrieben und Organisationseinheiten fungiert (Rommel & Knorr, 2021, S. 198). Dort können Angebots- und Produktpalettenenerweiterungen die Wertschöpfung erhöhen und das Potenzial von Solawis festigen. Diese können über Betriebszweigerweiterungen entstehen, wobei es diesbezüglich rechtliche und ressourcenbezogene Herausforderungen gibt und neben dem Rückgang an landwirtschaftlichen Betrieben immer weniger nahhandwerkliche Verarbeitungsstrukturen bestehen (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 188). Neben Betriebszweigerweiterungen gehören vor allem Zukäufe und Kooperationen zu möglichen Gestaltungsoptionen von Angebotserweiterungen (Strüber et al., 2023, S. 148).

Ein Produkt von Solawis stellen Gemüseerzeugnisse, vor allem Sauerkraut, dar. So bieten einige Solawis Sauerkraut an, das bei kleinen Einkochaktionen mit Mitgliedern produziert wird, um die Gemeinschaftsbildung zu fördern, Kohl zu verwerten und ein abwechslungsreiches Angebot im Winter zu gewährleisten (Pfriem et al., 2019; Strüber et al., 2023). Welche weiteren Möglichkeiten der Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen im Rahmen der in der Literatur beschriebenen Gestaltungsoptionen auch in größeren Mengen bereits durchgeführt werden und welche praxisbezogenen Erfahrungen bestehen, wird durch diese Arbeit explorativ erschlossen.

Dazu erfolgt zuerst eine Einführung in die Prinzipien Solidarischer Landwirtschaft, deren Optionen zur Angebotserweiterung mit Fokus auf Gemüseerzeugnissen, und Herausforderungen, die Solawis zurzeit bei der Entwicklung und Betriebszweigerweiterung begegnen. Im Methodenteil wird die explorative Vorgehensweise anhand der Forschungsfragen, Literaturrecherche, Planung, Durchführung und Auswertung der Expert*inneninterviews erläutert, dessen Ergebnisse im Ergebnisteil zuerst in einer tabellarischen Fallübersicht und folgend in vertiefenden Einzelfalldarstellungen vorgestellt werden. Das darauffolgende Kapitel zeigt Methodik- und Ergebnisdiskussion, wobei letztere anhand der Forschungsfragen strukturiert ist. Im Fazit werden relevante Informationen wiederholt und Handlungsempfehlungen ausgesprochen.

2 Solidarische Landwirtschaft

Dieses Kapitel dient als Einführung in die Solidarische Landwirtschaft und widmet sich zuerst ihrer Definition und Geschichte. Anschließend werden ihre Merkmale in den vier Nachhaltigkeitsdimensionen Ökonomie, Ökologie, Soziales und Kultur dargestellt und darauffolgend verschiedene Organisationsformen erläutert. Zum Schluss des Kapitels wird auf die verschiedenen Phasen der Entwicklung von Solawis eingegangen.

2.1 Definition

Solidarische Landwirtschaften (Solawi), auf Englisch Community Supported Agriculture (CSA) genannt, treten als heterogene, transformative Organisationsformen auf, die sich als Alternative zum globalisierten, nachhaltigkeitsdefizitären Ernährungssystem entwickeln (Rommel et al., 2022, S. 5). Bei Solidarischen Landwirtschaften liegt ein systemverändernder Ansatz vor (Strüber et al., 2023, S. 180). Derzeit verhalten sie sich in Deutschland als Nischeninnovation mit Transformationspotenzial (Schrode et al., 2021, S. 29). „Gleichzeitig zur im Vordergrund stehenden innovativen sozialen Praxis, besitzt Solawi ökologische, politische und ökonomische Innovationselemente“ (Bietau et al., 2013, S. 289) und stellt ein „hochkomplexes und vielschichtiges soziales Phänomen“ (Baronov, 2018, S. 95) dar. Sie grenzen sich durch ökonomische, soziale und ökologische Merkmale von anderen (transformativen) Wirtschaftsformen wie Gemeinschaftsgärten, Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften, Ökodörfern oder Abokisten-Anbietenden ab (Pfriem et al., 2019, S. 14).

2.2 Geschichte

Derzeit existieren 480 Solawis in Deutschland und 94 befinden sich zusätzlich in Gründung (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V., 2025). 1986 bildete sich der Buschberghof in Fuhlenhagen (Schleswig-Holstein) als erster Hof in Deutschland, der den heutigen Merkmalen von Solawi entspricht. 2003 wurden drei Höfe und 2007 sieben Höfe identifiziert. In den folgenden Jahren entstand ein Austausch, sodass sich 2010 auf den Begriff „Solidarische Landwirtschaft“ geeinigt und 2011 das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (NSL) gegründet wurde, das bis heute basisdemokratisch organisiert ist und vor allem koordinierende und beratende Tätigkeiten übernimmt. Während eine Hofgründung damals eher anthroposophisch motiviert war, spielen heutzutage ökologisch-politische Motive eine größere Rolle (Strüber et al., 2023, S. 27–28). Auch in anderen Ländern finden sich CSA-Betriebe und -Netzwerke, die in ihrer Ausführung variieren und sich seit 2006 unter dem internationalen „URGENCI“ vernetzen. Im Handbuch für Solidarische Landwirtschaft sind zu Übersichtszwecken 36 Länder und ihre Netzwerke aufgelistet (Strüber et al., 2023, S. 25–26). Ihren Anfang scheint die Bewegung Anfang 1970 in Japan genommen zu haben, von wo sie sich in die USA und Europa verbreitet hat. Der erste Betrieb in Europa gründete sich 1978 in der Schweiz. Im 21. Jahrhundert ist die Bewegung weltweit enorm gewachsen (Strüber et al., 2023, S. 25–27).

2.3 Merkmale

In diesem Kapitel werden Merkmale Solidarischer Landwirtschaften nach den vier Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie, Soziales und Kultur – nach Ute Stoltenberg aufgeführt (Stoltenberg, 2020/2010).

2.3.1 Ökonomische Dimension

Konzepte Solidarischer Landwirtschaft unterscheiden sich von der herkömmlichen Art der Betriebswirtschaft, indem sie auf eine Abkehr von klassischen Markt- und Preismechanismen setzen. Es werden gemeinschaftliche Finanzierungs- und Verteilungsmodelle erprobt, die sich von Marktlogiken wie Preisdruck, Konkurrenz und Gewinnmaximierung lösen (Degens & Lapschieß, 2023, S. 198; Rommel et al., 2022, S. 7). „Die Solidarische Landwirtschaft beruht auf einer Umlagefinanzierung der Betriebskosten durch die Mitglieder“ (Strüber et al., 2023, S. 29). Gesamtkosten für das kommende Jahr werden berechnet und durch die Anzahl an Ernteanteilen dividiert. So entsteht ein meist für ein Jahr vertraglich festgelegter, monatlicher Beitrag, mit dem Verbrauchende die Kosten der Lebensmittelproduktion inklusive der Löhne für Arbeitskräfte bereitstellen und dafür wöchentlich Ernteanteile erhalten. Somit bieten sie Erzeugenden Planungs- und finanzielle Sicherheit. Das bedeutet auch, dass Erzeugende sowie Mitglieder gemeinsam Verantwortung sowie Risiko tragen (Strüber et al., 2023, S. 343). Bei Ernteausfällen ist für die Existenzsicherung der Erzeugenden gesorgt. Erzeuger*innen erhalten Geld, dass nicht mehr direkt an Lebensmittel als Ware gebunden ist (Dekommodifizierung). Sie werden ebenfalls bezahlt für Umweltleistungen und das Erhalten eines kollektiven Betriebes (Bietau et al., 2013, S. 290). Des Weiteren stehen Solawis für kleinbäuerliche Strukturen und kleine Organisationseinheiten entgegen dem Effizienz- und Wachstumszwang (Hartmann, 2024, S. 251), denn sie wachsen nicht unendlich, sondern erreichen ihre optimale individuelle Betriebsgröße (Strüber et al., 2023, S. 137). Durch die „kurzen Distanzen zwischen Verbrauch und Produktion“ (Rommel et al., 2022, S. 7) werden regionale Produktionsstrukturen und Absatzwege, also regionale Wertschöpfung sowie regionale Ernährungssicherheit gestaltet und gefördert (Haack et al., 2020, S. 81). Es wird vor allem Gemüse mit einem breiten Sortenangebot angebaut und mit weiteren Grundnahrungsmitteln wie tierischen Produkten, Getreide oder Obst ergänzt, während die Transparenz zur Herkunft der Lebensmittel gegeben ist (Haack et al., 2020, S. 81). Durch ihre offenen lernenden Art können sie den Wandel im Agrarsektor beeinflussen (Strüber et al., 2023, S. 190) und es kann eine zukunftsweisende Art des Wirtschaftens erprobt werden (Rommel et al., 2022, S. 50).

2.3.2 Ökologische Dimension

Durch abgeschwächte Effizienzzwänge und eine nachhaltige Wirtschaftsweise, wie ökologischer Landbau, regenerative Landwirtschaft und permakulturelle Ansätze (Strüber et al., 2023, S. 180) werden ökologische Schäden in der Landwirtschaft verringert (Hartmann, 2024, S. 259). „Die Solawi-Praxis intendiert mindestens einen ressourcenschonenden, wenn nicht sogar

ressourcenaufbauenden Anbau. Dazu zählt die Steigerung der Bodenfruchtbarkeit [...], insbesondere um Bodenlebewesen zu fördern, damit ein Ausgleich zwischen Entnahme und Rückgabe entsteht [...]. Diese und ähnliche Maßnahmen wirken mittel- bis langfristig ertragssteigernd und damit auch wirtschaftlich stabilisierend“ (Strüber et al., 2023, S. 131) und wirken sich ebenso direkt auf Umweltschutzgüter wie Wasser, Boden und Klima aus (Haack et al., 2020, S. 81). Es werden Transportwege, Lebensmittelverluste und -abfälle verringert und die Biodiversität gefördert (Egli, 2024, S. 3; Haack et al., 2020, S. 81).

2.3.3 Soziale Dimension

Bei transformativen Wirtschaftsformen existiert keine funktionale Trennung der Produktion von sozialen Komponenten wie Gemeinschaftsbildung und Lernprozessen (Pfriem et al., 2019, S. 18–19). Bei Solawis finden Gemeinschaftsaktionen wie Gärtnern, Feste oder Einkochaktionen statt. So entstehen soziale, partizipative Lernräume, die Teilhabeoptionen bieten und zur Mitgestaltung anregen (Pfriem et al., 2019, S. 23). Mitglieder werden zu Prosument*innen. „Hier wird die Rollenverteilung zwischen Erzeugung und Verbrauch auch insofern aufgebrochen, als die Verbraucher*innen durch ehrenamtliche Eigenarbeit zu einem wesentlichen Bestandteil des Wertschöpfungsprozesses werden. Diese übernehmen zentrale wertschöpfungsbezogene Aufgaben von der Verteilung von Lebensmitteln (Logistik und Distribution) über selbstorganisiertes Haltbarmachen und Weiterverarbeiten (Lagerung und Veredelung) bis hin zu reeller Bewirtschaftung landwirtschaftlicher Flächen (Produktion) und tragen auch das wirtschaftliche Risiko mit (z.B. im Fall eines geringeren Ernteertrages)“ (Pfriem et al., 2019, S. 17). In vielen Solidarischen Landwirtschaften wird in Beitrags- oder Bietrunden ausgehandelt, welcher Haushalt wie viel für einen Ernteanteil zahlt, sodass Zahlungen soweit wie möglich bedürfnisgerecht gestaltet werden. Kindergärten und Umweltbildungsvereine, die teilweise an Solawis angebunden sind, bieten Lernräume für Kinder und Erwachsene. Faire Arbeitsbedingungen und -löhne werden indirekt durch Solawis gefördert (Haack et al., 2020, S. 81), auch durch eine Wertschätzung und Aufwertung von landwirtschaftlichen Berufen (Strüber et al., 2023, S. 180). Kooperationen mit anderen Betrieben sowie die Mithilfe Ehrenamtlicher kompensieren betriebswirtschaftliche Schwächen, die Solawis teilweise erleben (Rommel et al., 2022, S. 18). Je mehr Vertrauen und Stabilität eine Kooperationsbeziehung bietet, desto weniger müssen Verträge spezifischer formuliert und überwacht werden (Paech et al., 2019, S. 11). Einige Solawis besitzen ein Bio- oder Demeter-Zertifikat als von Mitgliedern gewünschte Qualitätssicherung, während andere ohne Zertifikat ökologisch wirtschaften und Verbraucher*innen durch die Nähe zum Betrieb als eigene Kontrollinstanz wirken können (Strüber et al., 2023, S. 131). Rollenverteilungen von Erzeugung und Verbrauch verschieben sich „mit dem gemeinsamen Anliegen einer nachhaltigen, resilienten Lebensmittelversorgung“ (Strüber et al., 2023, S. 180).

2.3.4 Kulturelle Dimension

Solawis stellen für bestimmte soziale Gruppen eine neue Normalität mit neuen Regeln dar (Bietau et al., 2013, S. 289), übernehmen Verantwortung für Mensch und Natur, vermitteln alternative Handlungsoptionen und öffnen einen Lernraum sowie gemeinschaftsbildende Erfahrungs- und Erlebnisräume. Weiterhin greift Solawi ältere landwirtschaftliche Praktiken wie Mischkulturen oder weite Fruchtfolgen auf (Schrode et al., 2021, S. 39) und bei Mitmachaktionen werden alte handwerkliche Möglichkeiten der Lebensmittelverarbeitung vermittelt (Strüber et al., 2023, S. 180).

2.4 Organisationsformen

Solidarische Landwirtschaften bilden sich nicht auf Basis eines starren Konzepts, sondern gestalten sich als heterogene Organisationsformen. „Auf Basis der Grundprinzipien organisieren sich Solawis eigenständig nach den Interessen und Bedürfnissen der Beteiligten. Dabei sind unterschiedliche Solawi-Modelle entstanden“ (Strüber et al. 2023, S. 30), die von Wissenschaftler*innen in Hinsicht auf bestimmte Kriterien typisiert werden.

Laut Rüter existieren drei Grundtypen bzw. Solawi-Modelle, die sich darin unterscheiden, ob und wie sehr Verbrauchende als Gruppe Führung und Management der landwirtschaftlichen Erzeugung übernehmen und wie sie juristisch organisiert sind. Typ 1 modelliert erzeuger*innen-geführte Solawis, bei der ein landwirtschaftlicher Betrieb Wirtschaftsverträge mit einzelnen Mitgliedern schließt. Typ 2 organisiert sich als Kooperations-Solawi zwischen eigenständigem Erzeuger*innenbetrieb und einer Mitglieder-Körperschaft und Typ 3 ist als Mitunternehmenden-Solawi, also als gemeinsames Unternehmen aufgebaut, bei dem Verbrauchende und Erzeugende miteinander kooperieren. Auch Mischformen und Übergänge sind möglich (Rüter et al., 2015; Strüber et al., 2023, S. 31–37).

Unabhängig von diesen Typen eignen sich folgende Merkmale, um Solawis zu differenzieren, typisieren und organisieren: „Alter der Solawi, Entstehungspfade und Gründungsimpuls, Ein- oder Mehr-Hof-Solawi, Voll- oder Teilbetrieb, Wirtschaftsweise, Organisations-Größe, Angebotsdiversität, Eigen- und Fremdproduktion, Logistik, Arbeitsorganisation, Rechtsform, Eigentum / Besitz (Land und Betriebsmittel), Mitbestimmung, Ko-Produktion, Beitragsgestaltung“ (Strüber et al., 2023, S. 37–39).

Oft sind Solawis als Genossenschaften, Vereine, GbR oder einer Mischung organisiert, da Körperschaften auch verschiedene Rechtsformen aufweisen können (Strüber et al., 2023, S. 39). Auch die Organisationsgröße unterscheidet sich : Während einige Solawis sich bei einer Größe von 100-150 Ernteanteilen stabilisieren, besitzen einige Solawis über 1000 Anteile. Je nach Größe variieren Professionalisierungsgrad und Kommunikationsmöglichkeiten (Strüber et al., 2023, S. 147).

Eine weitere Art Solawis zu typisieren, zeigt Gruber (Gruber, 2020) auf, die die Typisierung anhand der Kriterien „Mitbestimmung“ und „Mitarbeit“ der Mitglieder vornimmt. Diese können je nach

Variable bzw. Teilaspekt (siehe Tabelle 1) selbstorganisiert, partizipativ und serviceorientiert gestaltet sein.

Tabelle 1: Organisationselemente nach Gruber (2020); (Strüber et al., 2023, S. 40)

Kriterium	Variable	Typ		
		selbstorganisiert	partizipativ	serviceorientiert
Mitbestimmung	Festlegung Kostenbeitrag	Bieterrunde	Bieterrunde	fixe Pauschale
	Meinungsbildung	Diskussionen Mitgliederversammlung	Diskussionen Mitgliederversammlung	Einzelgespräche, Fragebogen
	Entscheidungsmodus	Mehrheit, Konsens	Mehrheit, Konsens	Mehrheit, Konsens, im Vorstand
	Plena	Plena	Plena	keine Plena
Mitarbeit	Feldarbeit	möglichst alle verbindlich sowie freiwillig flexibel	freiwillig und flexibel	keine sowie freiwillig und flexibel
	Ernteverteilung	Abholung	Abholung	Abholung
	Positionierung	Selbstentnahme	Selbstentnahme	vorgepackt sowie Selbstentnahme
	Organisationsarbeit	ehrenamtlich	ehrenamtlich unterstützt sowie bezahlt	ehrenamtlich unterstützt sowie bezahlt

2.5 Phasen der Entwicklung

Die Forschungskoooperative „Nascent“ entwarf ein Transformationsmodell, das die verschiedenen Entwicklungsschritte einer Solawi darstellt (siehe Abbildung 1). Im Mittelpunkt stehen die drei Phasen „Entstehung“, „Stabilisierung“ und „Weiterentwicklung im Wertschöpfungsraum“. In diesem Kapitel wird überwiegend auf die letzte Phase eingegangen, da insbesondere in dieser die Angebots-erweiterung relevant ist.

Eine Solawi entsteht als Antwort auf die multiplen Krisen des derzeitigen Ernährungssystems. Es können entweder Verbrauchende, Erzeugende, Unternehmer*innen oder bestehende Gemeinschaftsstrukturen wie bspw. Kirchen oder Sportvereine einen Gründungsprozess initiieren, Systemdienstleistende (SDL) nehmen eine unterstützende Rolle dabei ein. „Es handelt sich um Akteur:innen, die auf einer Metaebene oberhalb der eigentlichen Produktion über Möglichkeiten verfügen, Solawis in allen wichtigen Bereichen zu unterstützen“ (Strüber et al., 2023, S. 161). SDLs sind bspw. Ernährungsräte, Kommunalverbände, NGOs und Landwirtschaftskammern. Solawis können aus der (Teil-) Umstellung eines bestehenden Betriebes entstehen oder im Rahmen einer Neugründung, Übernahme oder Ausgründung einer bestehenden Solawi (Rommel et al, 2022, S. 12–16). „In der Empirie zeigt sich, dass vor allem kleine Betriebe auf Solawi umstellen“ (Boddenberg et al., 2017, S. 144).

In der Phase der Stabilisierung geht es vor allem darum im Spannungsfeld von Idealismus, sozialem Zusammenhalt und wirtschaftlichen Faktoren eine optimale Betriebsgröße auszutarieren, was das Trilemma organisationaler Stabilität darstellt. „Organisationale Stabilität einer Solawi besteht darin

(1) unter Wahrung ihrer transformativen Zielsetzungen (2) wirtschaftlich überlebensfähig zu sein und (3) den unmittelbaren und partizipativen sozialen Zusammenhalt zu erhalten. Gleichzeitig gilt es, einen möglichst hohen Grad an Resilienz zu erreichen, als Fähigkeit, die organisationale Stabilität auch in exogenen (= von außen kommenden) Krisen beibehalten zu können“ (Strüber et al., 2023, S. 106). Zur Unterstützung bietet das Handbuch ein Tool zur Problemanalyse für Solawis (Strüber et al., 2023, S. 102–133).

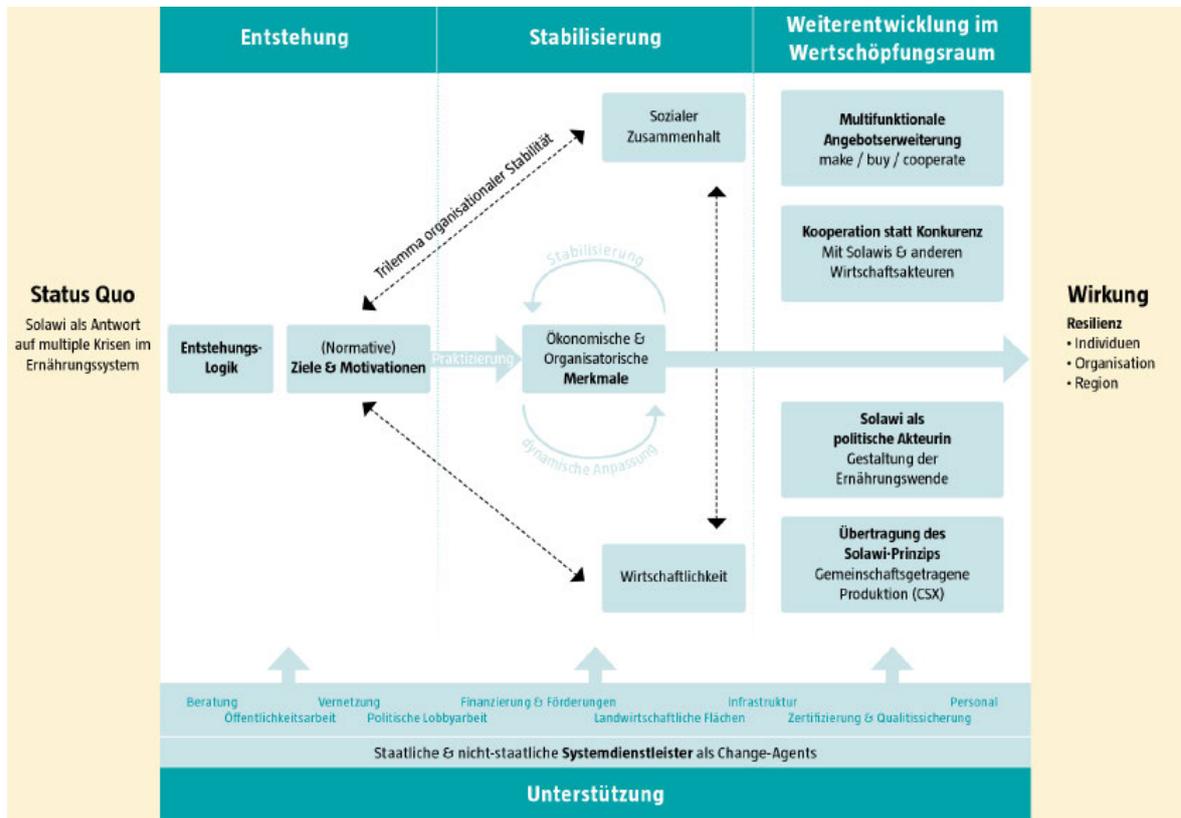


Abbildung 1: Das Transformationsmodell Solidarischer Landwirtschaft (Rommel et al., 2022)

Auf diese Stabilisierungsphase folgt die Phase der „Weiterentwicklung im Wertschöpfungsraum“: „Ein transformativer Wertschöpfungsraum ist ein auf Resilienz und Ökologie ausgerichtetes regionalökonomisches Versorgungssystem, in welchem eine Vielzahl kleiner Wirtschaftsformen sich wechselseitig ergänzen, in Lieferbeziehungen zueinander treten und gemeinsam multifunktionale Angebote entwickeln“ (Rommel et al., 2022, S. 6).

Sobald sich Solawis (oder andere transformative Unternehmen) stabilisiert haben, können sie sich horizontal in kleinen Einheiten vervielfältigen und in sich ergänzenden Versorgungsformen Wertschöpfungsräume mit breiter Bedarfsabdeckung bilden, die sich im nächsten Schritt dann ebenfalls in weiteren Regionen horizontal vervielfältigen. Als Hilfestellung können Systemdienstleistende dienen (Rommel et al., 2020, S. 35). Besonders relevant für die Weiterentwicklung sind also horizontale Vervielfältigung, eine multifunktionale Ausrichtung und die Betrachtung von Solawis in regionalen Versorgungssystemen.

Eine horizontale Vervielfältigung bedeutet gleichzeitig, dass mehr Typisierungen (Degens & Lapschieß, 2023, S. 210) und eine höhere Bekanntheit entstehen (Boddenberg et al., 2017, S. 146), dass also auch weitere soziale Milieus angesprochen werden, die nicht im sozial-ökologischen Transformationsmilieu zu verorten sind und Multifunktionalität sowie Serviceorientierung eine größere Rolle spielen (Schmidt, 2022, S. 86). Dabei bezieht Multifunktionalität verschiedene Bedürfnistypen von Mitgliedern, wie Selbstorganisation, Serviceorientierung oder Partizipation, verschiedene Absatzwege, Typisierungen im Angebot, auch außerhalb der Landwirtschaft bei Bildungsangeboten oder Raumvermietung (Strüber et al., 2023, S. 152–153), und weitere Aufgaben, die Wirtschaftsformen neben der Produktion erfüllen, wie Ökosystem-Dienstleistungen oder Gemeinschaftsbildung mit ein.

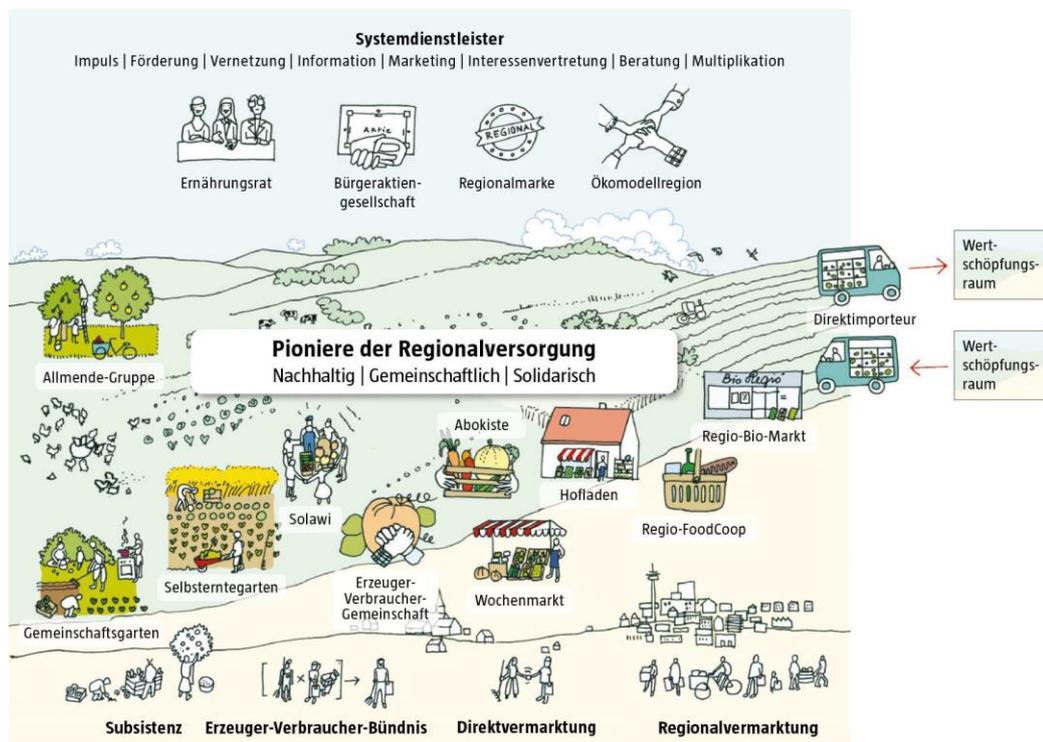


Abbildung 2: Transformative Wirtschaftsformen im Ernährungssektor (Strüber et al., 2023, S. 18)

Abbildung 2 zeigt ein regionales Versorgungssystem, in dem Wertschöpfungsräume gefördert und durch Multifunktionalität verschiedene Bedürfnisse erfüllt werden können. Innerhalb der Wertschöpfungsräume wird Abholorten von Gemüse und weiteren Dingen das Potenzial von multifunktionalen Versorgungszentren zugeschrieben als Verbindung zu weiteren Einkaufsmöglichkeiten, Car-sharing oder Co-Working (Rommel et al., 2022, S. 42; Strüber et al., 2023, S. 153). Derzeit sind konventionell wirtschaftende Betriebe ebenfalls Teil der Mehrheit vorhandener Versorgungssysteme (Pfriem et al., 2019, S. 58).

Weiterhin essenziell für diese Art des zivilgesellschaftlichen Wirtschaftens kleiner Einheiten und ein Heraustreten aus der Nische sind Kooperationen (Degens & Lapschieß, 2023/2023, S. 210) als ergänzende Lieferbeziehungen und in Form von Stable Schools als kollegiale Austauschmöglichkeit und Beratung (Fink-Keßler & Thomas, 2019, S. 21–22).

Das Konzept von Solawis breitet sich außerdem auf andere Versorgungseinheiten aus, die gemeinschaftsgetragen wirtschaften. CSX-Betriebe, die das Konzept von Solawis (CSA) auf weitere Versorgungseinheiten (Community Supported Everything = X) wie Bäckereien, Imkereien, Hühnerhaltungsbetriebe oder Weinherstellung übertragen, ergänzen das Angebot im Wertschöpfungsraum. Es bilden sich internationale Kooperationen zwischen Solawis und CSX-Betrieben im Ausland, um Produkte wie beispielsweise Orangen, Avocados, Kaffee oder Tee anzubieten. Die Idee von CSX geht auch in den Dienstleistungssektor über und es entstehen gemeinschaftsgetragene Bildungs-, Kultur-, Gesundheits- und Freizeitangebote (Strüber et al., 2023, S. 155–156). „Das gemeinschaftsgetragene Organisationsmodell ermöglicht Versorgungsleistungen, die andernfalls auf dem freien Markt nicht wettbewerbsfähig wären“ (Strüber et al., 2023, S. 157).

Somit bietet das Konzept eines transformativen Wertschöpfungsraums einen Zukunftsentwurf mit Bottom-up-Ansatz, bei dem sich Endverbraucher*innen politisch und finanziell einbringen können (Pfriem et al., 2019, S. 43–44). Der Fokus weiterer Forschung liegt darauf, wie neue Wertschöpfungsräume und Kooperationsgefüge entstehen und geschaffen werden können (Pfriem et al., 2019, S. 43). Ein Aspekt dabei ist die Angebotserweiterung bei Solidarischen Landwirtschaften, da durch erweiterbare Produkte neue Wertschöpfung entsteht und Kooperationen ermöglicht werden können.

3 Angebotserweiterungen bei Solidarischen Landwirtschaften

Eine Möglichkeit der Weiterentwicklung im Wertschöpfungsraum bieten Angebots- bzw. Produktpalettenerweiterungen. Durch hofnahe Weiterverarbeitung und direkte Vermarktung erhöht sich die Wertschöpfung des Betriebes (Fink-Keßler & Thomas, 2019, S. 6), zumal ein Vollversorgungsangebot unabhängige und resiliente Versorgungsstrukturen begünstigen kann (Schmidt, 2022, S. 38). Auch das Potenzial an Mitgliederzahlen könnte bei einer Erweiterung des Angebots steigen (Egli, 2024, S. 5).

Diese Produkte gibt es bereits beispielhaft bei Solawis: „Gemüse, Getreide und Getreideprodukte, Fleisch und Fleischprodukte, Milch und Milchprodukte, Öle, Brot, Eier, Obst / Erdbeeren, Säfte, Nüsse, Honig, Saatgut / Jungpflanzen, Kaffee, Tee, Wein / Bier, Südfrüchte, Nudeln, Eingemachtes, Linsen, Senf, Fisch und Weitere.“ (Strüber et al., 2023, S. 150).

Angebotserweiterungen können durch Impulse von Gärtner*innen zustande kommen, bedürfnisorientiert über die Nachfrage der Mitglieder entstehen (Strüber et al., 2023, S. 131) oder von diesen selbst organisiert werden (Strüber et al., 2023, S. 153).

Das Forschungsprojekt „SolawiSa“ befragte 420 Mitglieder sächsischer Solawi-Betriebe mit dem Ergebnis, dass 85% mittleres oder starkes Interesse an weiteren Produkten zeigen. Dabei offenbaren sich Abweichungen zu einigen praktischen Erfahrungen von Solawis, die die Erfahrungen machten, dass das reale Interesse niedriger ist. Vor allem scheinen Obst, Hülsenfrüchte und Eier zu interessieren. Auch wurde die Verbindlichkeit des Bedarfs produktspezifisch abgefragt, sodass Eier und Obst als Produkte der regelmäßigen Nachfrage sichtbar werden. Gemüseerzeugnisse wurden nicht abgefragt. Ökologische Standards, niedrigere Preise als im Bioladen, Regionalität bzw. kurze Wege sowie verschiedene Bezugs-Optionen scheinen wichtige Kriterien für Produktpalettenerweiterungen zu sein. Die Produkte können auch von anderen Solawis oder Nicht-Solawis kommen. Den Organisationsaufwand sehen Mitglieder bei einer spezifisch dafür eingerichteten Organisationsstelle (Giesecke & Schlesinger, 2025).

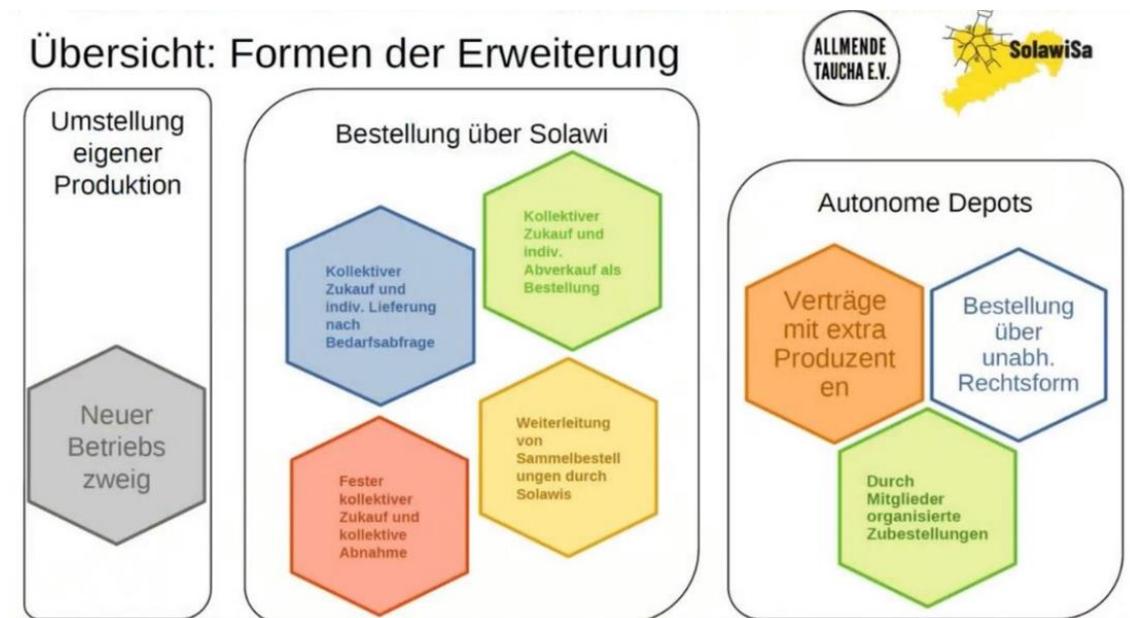


Abbildung 3: Formen der Erweiterung (Giesecke & Schlesinger, 2025)

Ob initiiert durch Gärtner*innen oder Mitglieder: Angebotserweiterungen von Produkten gestalten sich entweder durch Betriebszweigerweiterung, Zukauf oder Kooperationen. Zusätzlich können Verbrauchende über autonome Depots unter sich Angebotserweiterungen organisieren (Sammelbestellungen, Eigenproduktion...) (Strüber et al., 2023, S. 150–151). „SolawiSa“ strukturiert die Möglichkeiten zur Produktpalettenerweiterung ähnlich: „Umstellung eigener Produktion“, „Bestellung über Solawi“ und „Autonome Depots“ mit weiteren Unterpunkten, die in Abbildung 3 je nach Verantwortungsaufwand für Produzierende oder Mitglieder weiter links bzw. rechts und je nach Verwaltungsaufwand oben (hoch) oder unten (niedrig) organisiert sind.

Es ist anzumerken, dass ein neuer Betriebszweig zusätzliche externe Absatzwege benötigt, um wirtschaftlich tragfähig zu sein (Giesecke & Schlesinger, 2025).

Kooperationen mit anderen Betrieben sind in der Praxis bereits weit verbreitet – etwa die Hälfte der Solawis gibt an, mit externen Partner*innen zusammenzuarbeiten. Das unterstreicht die Bedeutung regionaler Netzwerke als festen Bestandteil des Solawi-Konzepts (Strüber et al., 2023, S. 138). Für eine Produktpalettenerweiterung über Zukauf oder durch Kooperationen bieten sich einige Gestaltungsoptionen an (siehe Tabelle 2). Geeignete Kooperationspartner, mit denen sich eine sinnvolle Zusammenarbeit anbieten kann, finden sich sowohl auf horizontaler Ebene – zum Beispiel andere Solawis, Direktvermarktende oder lokale landwirtschaftliche Betriebe – als auch entlang der Wertschöpfungskette. In vorgelagerten Bereichen sind dies etwa Lieferant*innen von Saatgut oder Dünger, in nachgelagerten Bereichen beispielsweise Verarbeitungsbetriebe. Konzeptionell sind Solawis nicht mit dem Lebensmitteleinzelhandel konform (Strüber et al., 2023, S. 136). Beim Zukauf nach klassischen Marktbedingungen empfiehlt es sich bestimmte Kriterien einzuhalten: Transparenz gegenüber den Mitgliedern, eine mengenmäßige Begrenzung, regionale Herkunft der Produkte sowie die regelmäßige Reflexion und Kommunikation der Solawi-Grundidee. Dies hilft, eine zu starke Entkopplung von den Prinzipien Solidarischer Landwirtschaft zu vermeiden (Strüber et al., 2023, S. 149).

Sogenannte Mehr-Hof-Solawis, als eine mögliche Art der Zusammenarbeit, bilden sich, wenn Produkte dauerhaft von verschiedenen Betrieben bezogen werden und somit eine Vollversorgung angestrebt wird (Strüber et al., 2023, S. 144). Weiterhin sinnvoll zu gestalten sind die Menge sowie Wählbarkeit der Ergänzungsprodukte, Finanzierung und Lieferrhythmus und -art.

Rommel et al. stellt fest: „Die Untersuchung zeigt, dass Kooperationen zur Sortimentserweiterung nach dem Solawi-Prinzip durchaus möglich, die Voraussetzungen dafür jedoch anspruchsvoll und nicht überall gegeben sind“ (Rommel et al., 2022, S. 42).

Tabelle 2: Gestaltungsoptionen für eine Angebotserweiterung (Strüber et al., 2023, S. 150)

Gestaltungsoptionen für eine Angebotserweiterung				
Gestaltungsebene	Ausprägung			
Produktherkunft	Andere eigenständige Solawi	Anderer landwirtschaftlicher Betrieb	Weiterverarbeitung (evt. auch Gastronomie)	Lieferant:in
Art der Zusammenarbeit	unverbindlich (Zukauf zu Marktkonditionen)	verbindlich ohne Risikoteilung (z. B. über Abos)	Verbindlich mit Risikoteilung / mit Solidarelementen	Mehr-Hof-Solawi (s. Extra-Abschnitt)
Verantwortung für Organisation	beim Betrieb (v. a. bei Typ 1)	Bei Verbraucher-Gemeinschaft (v. a. bei Typ 2)	Selbstorganisiert durch die Mitglieder (also nicht über Solawi-Struktur)	
Wählbarkeit Ergänzungsprodukt(e)	nein, einheitlich mit Anteil		ja, wählbar (z. B. produktspezifisch)	
Mengen Ergänzungsprodukt(e)	einheitlich		wählbar (z. B. groß – mittel – klein)	
Kosten- Kalkulation	Gemeinsames Budget («alles in einen Topf»)		separate Budgets (z. B. Produktspezifisch)	
Beitragsgestaltung	Festbetrag	gestaffelte Beiträge	Festbetrag + Solidartopf	Beitragsrunde
Bezahlung	Über die Solawi-Organisation		Direkt an die Erzeuger:innen	
Lieferrhythmus	ganzjährig		saisonal	punktuell
Lieferart	Lieferung mit dem üblichen Anteil		zentral abzuholen	

3.1 Angebotserweiterungen durch Gemüseerzeugnisse

Das Angebot von Solidarischen Landwirtschaften kann durch Gemüseerzeugnisse ergänzt werden. In diesem Kapitel wird auf die Hintergründe dafür eingegangen sowie ein Überblick über Formen der Erweiterung gegeben.

3.1.1 Hintergrund

Einige Solawis bieten Ernteanteile durch Ergänzung von Lagergemüse ganzjährig an, während andere, bspw. in der Anfangsphase, saisonal wirtschaften und im Winter kein Gemüse herausgeben. Das Haltbarmachen von Gemüse kann Solawis eine Unterstützung bieten, um von einer saisonalen auf eine ganzjährige Versorgung umzusteigen. Dies ist vor allem vorteilhaft, wenn die notwendige Expertise sowie weitere Ressourcen naheliegen, da eine ganzjährige Versorgung resilienter ist und Gärtner*innen sowie Verbraucher*innen zufriedener macht (Strüber et al., 2023, S. 80–81).

Mithilfe von Workshops, Verarbeitungstipps und Rezepten können Kompetenzen in der Haltbarmachung und Verarbeitung von Gemüse u.a. bei Solawis weitergegeben werden, um Verbrauchende

selbst zu ermächtigen (Pfriem et al., 2019, S. 18), um die Bindung und Identifikation zu stärken und den Wert der Lebensmittel hervorzuheben (Pfriem et al., 2019, S. 36–37).

„Die Erfahrungen zeigen, dass Solawi-Mitglieder tendenziell eine geringere Gemüsemenge bevorzugen, weil dies den Verwertungsdruck mildert“ (Strüber et al., 2023, S. 82). Verarbeitete Produkte können auch eine sinnvolle Verwertung von Gemüse darstellen und zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten beitragen.

3.1.2 Formen der Erweiterung

Haltbarmachung bei Solawis findet oft im Rahmen von Mitmach- und Einkoch-Aktionen mit den Mitgliedern statt. Eine Gemüseverarbeitung bis zu dreimal im Jahr, ob von Ernteteilenden oder Solawi-Mitarbeitenden ausgeführt, erfordert keine besonderen baulichen Anforderungen und stellt keine regelmäßige Produktion dar. Die Verantwortung liegt bei der Solawi, Mitglieder müssen angeleitet werden und an einer Hygieneschulung teilnehmen, sobald die Mengen pro Mitglied größer als haushaltsüblich sind. Für Solawis wie für andere direktvermarktende Betriebe gilt die nationale Hygiene-Durchführungs-Verordnung (Hygiene-DVO) (Strüber et al., 2023, S. 71–72). Bei größeren Produktionsmengen ist eine Kontaktaufnahme mit dem Veterinär- und Ordnungsamt unerlässlich (Streich, 2022, S. 47). Informationen darüber können Solawis auf Anfrage vom NSL zugesandt werden.

Rasmus Streich erarbeitete in seiner Bachelorarbeit Anforderungen, die an einen direktvermarktenden Betrieb gelten, welcher eine Betriebszweigerweiterung plant und Gemüse weiterverarbeiten möchte. Er entwickelte Hygienekonzepte sowie einen Raumplan (Streich, 2022) und empfiehlt die „Leitlinie für eine gute Lebensmittelhygienepraxis und zur Durchführung betrieblicher Eigenkontrollen in landwirtschaftlichen Betrieben mit Direktvermarktung“ (Deutscher Bauernverband e.V. & Fördergemeinschaft "Einkaufen auf dem Bauernhof", 2020) als Hilfestellung. Weiterhin eignen sich Warenstromanalysen, um Erntedaten auszuwerten und zu erfahren, welche Mengen an Erzeugnissen benötigt werden (Streich, 2022, S. 47).

Als Pionierprojekt einer Betriebszweigerweiterung für Gemüseerzeugnisse gilt die Gärtnerei „Schnelles Grünzeug“ in Mecklenburg-Vorpommern, die bspw. 2017 etwa zwei Tonnen Gemüse fermentierte und somit vor dem Verderb rettete. Mittlerweile wurde eine Produktionsstätte errichtet, in der jährlich etwa 20 Tonnen Gemüse fermentiert werden können. Dort werden Überschüsse der eigenen und von umliegenden Gärtnereien verarbeitet. Eine Konzeptverbreitung auf andere Regionen ist geplant (Ney-Rancea, 2018, S. 4–5).

In Deutschland findet konventionelle Obst- und Gemüseverarbeitung in vielen kleinen und mittelgroßen Unternehmen statt, die Produktvielfalt ist sehr groß. Das Umsatzwachstum wird durch die Nachfrage nach gesunden und Convenience-Lebensmitteln gefördert (IBISWorld GmbH, 2025).

Für die Haltbarmachung von Gemüse gibt es mehrere Verfahren:

- „Tiefgefrieren,
- Wärmebehandlung durch Sterilisieren (>100 °C),
- saure Vergärung mit oder ohne anschließendes Pasteurisieren (<100 °C),
- Zusatz von Säuren mit anschließendem Pasteurisieren,
- Konzentrieren durch Wasserentzug,
- Trocknen (einschließlich Gefrietrocknen),
- Zusatz von Konservierungsstoffen,
- Salzen,
- Einlegen in Öl oder Essig, ggf. anschließendes Pasteurisieren.“ (Rimbach et al., 2015, S. 203).

Die Produkte werden als Gemüseerzeugnisse oder Gemüsedauerwaren bezeichnet und können in folgende Produktgruppen unterteilt werden: Gemüsekonserven, Tiefkühlgemüse, Trockengemüse, Sauerkonserven (Gärungs- und Essiggemüse) und Salzgemüse (Rimbach et al., 2015, S. 203).

4 Herausforderungen

In diesem Kapitel werden zuerst Herausforderungen genannt, die die Entwicklung von Solawis hemmen. Daraufhin wird auf Herausforderungen eingegangen, die für Solawis und weitere direktvermarktende Betriebe bei einer Betriebszweigerweiterung bestehen.

4.1 Herausforderungen Solidarischer Landwirtschaft

Einige Aspekte gestalten sich als Herausforderungen für das Verbreiten des Potenzials und die Weiterentwicklung von Solawis. Diese lassen sich wie folgt strukturieren: Betriebliche Herausforderungen, fehlende politische Rahmenbedingungen, unvollständiges Beratungsangebot, geringe Reichweite und eine begrenzte Anzahl an Studien, auch wenn diese Punkte eng miteinander verwoben sind und sich gegenseitig bedingen.

4.1.1 Betriebliche Herausforderungen

„Es gilt anzuerkennen, dass jede Solawi eine Lernende Organisation ist [...] und als solche vielfältige Herausforderungen zu bewältigen hat“ (Strüber et al., 2023, S. 103). Diese können wirtschaftliche, aber vor allem soziale und zwischenmenschliche Hintergründe haben (Strüber et al., 2023, S. 103). Ausbleibende Skaleneffekte müssen wegen limitierter Produktionskapazität anderweitig, bspw. über Einsparungen bei Vertrieb, Transport und Marketing und mithilfe von Ehrenamtlichen, kompensiert werden (Rommel et al., 2022, S. 18; Strüber et al., 2023, S. 105). Beispielhafte Herausforderungen in der Stabilisierungsphase (siehe Kapitel 2.5) und bzgl. langfristiger Existenzfähigkeit sind: „Geringe Löhne, prekäre Beschäftigungsverhältnisse, fehlende Mitgliederbindung, und eine geringe

Zahlungsbereitschaft bzw. -fähigkeit der Mitglieder“ (Rommel et al., 2022, S. 18), da Mitgliederanwerbung und Kommunikation zur Bedürfnisorientierung oft nicht erfolgen (Strüber et al., 2023, S. 116).

4.1.2 Fehlende politische Rahmenbedingungen

Es mangelt in Deutschland an einem politischen Rahmen, der Solawis unterstützt. Solawis werden kaum rechtlich und finanziell gefördert. Dies stellt die größte externe Herausforderung dar (Schmidt, 2022, S. 85). Die Reform der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) subventioniert in Europa vor allem nach Größe der zu bewirtschafteten Fläche, während eine Bewertung nach Gemeinwohl- und Nachhaltigkeitsaspekten Solawis zugutekommen würde (Schmidt, 2022, S. 94–95). Viele Solawis sind nicht förderfähig, da sie u.a. keine Gewinnerzielungsabsichten verfolgen und nicht als landwirtschaftliche Betriebe anerkannt werden (Strüber et al., 2023, S. 186). Auch ein Zugang zu Land wird nicht gefördert (Haack et al., 2020, S. 80–81). Es mangelt also an Offenheit gegenüber neuen und alternativen Konzepten (Strüber et al., 2023, S. 183–184).

4.1.3 Unvollständiges Beratungsangebot

Ein unvollständiges Beratungs- und Unterstützungsangebot stellt eine Herausforderung für Erzeuger*innen dar (Schmidt, 2022, S. 99). Dazu gehören fehlende Solawi-Beauftragte in öffentlichen Verwaltungen und fehlende Gründungs- und Umstellungsberatungen (Strüber et al., 2023, S. 191) sowie weitere Systemdienstleistende, die vermehrt national, regional oder kommunal zugunsten von Solawis wirken könnten. Zurzeit steht vor allem das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. bei beratenden Tätigkeiten zur Verfügung. Dieses ist jedoch stark unterfinanziert, weshalb weitere Systemdienstleistende gebraucht werden und das Beratungsangebot des NSL und außerhalb weiter ausgebaut und entwickelt werden sollte. Das NSL entwickelte bereits Handlungsempfehlungen, es scheitert lediglich an der Finanzierung (Schmidt, 2022, S. 99).

4.1.4 Geringe Reichweite

In gesellschaftlichen Meta-Diskursen „[...] dominieren Konzepte des Green New Deal, nach denen sich ökologische Neuerungen möglichst widerspruchsfrei in das herrschende, kapitalistische Wirtschaftsmodell einordnen sollten. Der soziale Aspekt bleibt weitestgehend ausgeklammert“ (Bietau et al., 2013, S. 273). So beschränkt sich die Reichweite des Diskurses über Solawis als notwendige politische Akteurin auf begrenzte soziale Milieus (Bietau et al., 2013, S. 273). In Landwirtschaftsdiskursen werden soziale Innovationen ebenfalls wenig beachtet (Bietau et al. 2013, S. 273).

Viele Menschen haben keine Berührungspunkte mit Solawis, zudem zeigt sich die Erreichbarkeit als Beteiligungshürde (Schmidt, 2022, S. 82). Sozialstrukturelle und kulturelle Faktoren stellen Diffusionsbarrieren dar. Mitglieder sind vor allem Menschen mit hohem Bildungsstand, mittlerem bis hohem Einkommen und deutscher Staatsbürgerschaft (Boddenberg et al., 2017, S. 143). Ehemalige

Mitglieder beanstanden fehlende zeitliche Ressourcen sowie Flexibilität und Individualität bezüglich Lebensmittelabholungen und -auswahl (Maschkowski et al., 2017, S. 3; Schmidt, 2022, S. 82) und präferieren bisherige Möglichkeiten des Lebensmittelbezugs (Wagenfeld, 2024, S. 59). Des Weiteren wird die Produktqualität und eine Überversorgung einiger Sorten bemängelt (Rommel et al., 2022, S. 26). Ein geringer Informationsstand potenzieller Mitglieder über Solidarische Landwirtschaft und ihre Multifunktionalität zeigt sich ebenfalls als Herausforderung (Schmidt, 2022, S. 84).

4.1.5 Begrenzte Anzahl an Studien

Es bedarf mehr transdisziplinärer Forschung zu alternativen Wirtschaftsweisen, um das Transformationspotenzial dieser sichtbar zu machen und die Langfristigkeit gemeinschaftsgetragener Unternehmen und Systeme zu erforschen sowie die Entwicklung zu fördern. Dabei ist es relevant Solawis aktiv in den Forschungsprozess miteinzubeziehen (Rommel & Knorr, 2021, S. 199; Strüber et al., 2023, S. 184). Denn auch die Wissenschaft kann über Solawis aufklären und deren Konzepte vermitteln. Zusätzlich benötigt es mehr Forschung zur Entwicklung von kleinen und handwerklichen Betrieben und deren Risiken handwerklicher Lebensmittelverarbeitung (Fink-Keßler & Thomas, 2019, S. 21).

4.2 Herausforderungen einer Betriebszweigerweiterung

Angebotserweiterungen bei Solawis kommen oft zustande, sobald sich der Betrieb stabilisiert hat. Die Herausforderungen des letzten Unterkapitels wirken sich daher direkt und indirekt auf potenzielle Angebotserweiterungen und somit Gemüseweiterverarbeitung aus. Dieses Unterkapitel befasst sich mit Herausforderungen der Betriebszweigerweiterung wie rechtlichen und hygienischen Anforderungen, hohen Kosten, Personalmangel sowie der Relevanz weiterer Absatzwege und hoher Stückzahlen. Informationen und Herausforderungen, die bei Kooperationen auftreten können, sind in einer Broschüre von Allmende Taucha e.V. zu finden (Allmende Taucha e.V., 2022).

4.2.1 Rechtliche und hygienische Anforderungen

Derzeit müssen Solawis, die weiterverarbeiten möchten, ein Gewerbe gründen und somit zwei Unternehmen managen. Dies kann viele Solawis hemmen, die nicht über die nötigen Ressourcen verfügen, zumal Probleme bei der Genehmigung landwirtschaftlicher Zweckbauten auftreten (Strüber et al., 2023, S. 188–189).

Das Lebensmittelhygiene-, Steuer-, Gewerbe-, Umwelt- sowie das Arbeitsrecht können durch ihre Anpassung auf industrialisierte, arbeitsteilige Betriebe Herausforderungen darstellen (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 189), da die Gesetze kaum auf regionale Versorgungssysteme und kleine oder mittelgroße Betriebe zugeschnitten sind, aber trotzdem für diese gelten. Es braucht Zeit sich in die Gesetzeslage einzuarbeiten (Streich, 2022, S. 46), zumal Gesetze stetig ausdifferenziert werden, sich widersprechen oder neu verabschiedet werden. Regionale Clearingstellen, die mögliche Konflikte

zwischen Betrieben und Kontrollbehörden lösen könnten, existieren nicht (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 190–191).

Die neuen Gesetze der Lebensmittelhygieneverordnung bieten keine Rechtssicherheit für Betriebe und beinhalten keine detaillierte Beschreibung der Umsetzung. „Im Kern liegt das Problem in der Balance von Eigenverantwortung des Betriebsleiter[enden] bezogen auf Lebensmittelsicherheit und Wirtschaftlichkeit einerseits sowie der Verantwortungsübernahme bei der Risikobeurteilung seitens der Überwachungsbehörden andererseits“ (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 190). Dokumentationspflichten und Eigenkontrollen entsprechen industriellen, arbeitsteiligen Betrieben und Vorstellungen und nicht dem Risiko handwerklicher Betriebe (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 189). Das Outsourcen dieser Tätigkeiten an externe Dienstleister*innen gestaltet sich als zu kostspielig für die meist kleinen Solawis (Strüber et al., 2023, S. 189). Außerdem liegt die Stärke von Solawis bei selbstorganisiertem Verbraucher*innenschutz durch genossenschaftliche Mitglieder und die Risikoteilung über ein Wirken von Mitgliedern als Kontrollinstanz, was eine Innovation darstellt und in der Gesetzeslage durch mögliche begrenzte Experimentierphasen zur Entwicklung passender Hygiene-Auflagen nicht einbezogen wird (Strüber et al., 2023, S. 190).

Während die Ernährungsindustrie juristisch abgesichert ist, eine breite Interessensvertretung und Labore für Analysen besitzt, ist davon bei handwerklichen Betrieben keine Rede (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 190). Die Forschung orientiert sich ebenfalls an industriellen Betrieben, es gibt keine Technikfolgenabschätzung und Risikoabschätzungen für handwerkliche und kleine Betriebe (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 191).

4.2.2 Hohe Kosten

Entstehende Investitionskosten scheinen zu hoch für einzelne, eher kleine Solawi-Betriebe, die nicht auf Gewinnorientierung ausgerichtet sind und für andere direktvermarktende Betriebe, bei denen Umsätze und Nachfrage gering sind (Münchhausen, 2015). Auch besteht Kostendruck durch bspw. steigende Stück-, Energie-, Personal- und Entsorgungskosten (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 189).

4.2.3 Personalmangel

„Wichtig zu berücksichtigen ist, dass in Gemüse- und Verarbeitungsbetrieben im Fall kleinerer Betriebsgröße, eines geringeren Maschinisierungsgrades und einer hohen Produktdiversität im Anbau ein hoher Arbeitsaufwand auftreten kann, der möglicherweise von den üblichen Berechnungsgrundlagen abweicht“ (Strüber et al., 2023, S. 92). Dazu kommt, dass Ehrenamtliche als Hilfe nicht ständig zuverlässig sein können (Rommel et al., 2022, S. 27), sodass geschultes Personal angestellt werden muss, was aufgrund des Fachkräftemangels eine große Herausforderung darstellen würde (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 189). Lebensmittelhandwerkliche Ausbildungen passen sich aufgrund der Nachfrage eher an Industrie und Einzelhandel an, während Landwirt*innen in ihrer Ausbildung kaum

dazu ermutigt werden in die Verarbeitung einzusteigen und verschiedene Absatzwege aufzubauen (Fink-Keßler & Thomas, 2020, S. 189).

4.2.4 Relevanz weiterer Absatzwege und hoher Stückzahlen

Damit sich eine Betriebszweigerweiterung für Solawis wirtschaftlich lohnt, sind weitere Absatzwege erforderlich, um die notwendige Absatzmenge zu erreichen (Giesecke und Schlesinger, 2025). Somit kämen weitere Absatzwege infrage, die nicht nach Solawi-Prinzipien funktionieren. Dies kann zu Zielkonflikten führen, da sich Solawi-Strukturen von herkömmlichen Vermarktungsstrukturen ideell unterscheiden (Strüber et al., 2023, S. 92).

Auch bei anderen Vermarktungsstrukturen finden sich Herausforderungen für direktvermarktende Betriebe. So stellen Wissenslücken zum Thema Marketing, Optimierung und Unternehmensmanagement für Landwirt*innen Probleme dar. Auch B2B-Kunden als Absatzwege kämen infrage, als Herausforderung wird hier jedoch eine geringe Flexibilität und wenig Verständnis für Landwirtschaft genannt sowie die große räumliche Entfernung und schlechte Infrastruktur. Zudem haben einzelne Betriebe begrenzte Möglichkeiten und Kooperationen werden nicht gefördert (Münchhausen, 2015).

Hinzu kommt, dass sich Verbraucher*innenwünsche widersprechen, was ebenfalls zum Strukturwandel beiträgt. Ein Beispiel ist auf der einen Seite der Wunsch nach Naturbelassenheit und Regionalität und auf der anderen Seite der Wunsch nach einem unkomplizierten Einkaufserlebnis mit transparent produzierten Produkten (Fink & Keßler, 2020, S. 189). Auch sollen Produkte günstig sein (Giesecke & Schlesinger, 2025). Dabei ist die Bindung von Kund*innen und Erzeuger*innen relevant für eine erfolgreiche Direktvermarktung.

5 Methodik

In diesem Kapitel wird die Entwicklung der Forschungsfragen, die darauffolgende Literaturrecherche sowie Planung, Durchführung und Auswertung der explorativen Expert*inneninterviews erläutert.

5.1 Forschungsfragen

Diese Arbeit untersucht Erfahrungen sowie Gestaltungsoptionen der Produktion und Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen im Kontext Solidarischer Landwirtschaft in Deutschland. Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage mit Teilfragen:

Wie gestalten verschiedene Betriebe im Kontext Solidarischer Landwirtschaften in Deutschland die Erweiterung ihrer Produktpalette durch Gemüseerzeugnisse und welche Erfahrungen und Empfehlungen ergeben sich daraus?

Teilfragen:

- Teilfrage 1: Wie kann die Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen im Kontext Solidarischer Landwirtschaften aussehen?
- Teilfrage 2: Welche Erfahrungen und Empfehlungen sprechen Menschen aus dem Handlungsfeld aus?
- Teilfrage 3: Inwiefern eignet sich verarbeitetes Gemüse als Angebotserweiterung für Solidarische Landwirtschaften?

Ziel ist die explorative Erfassung des Forschungsfeldes und die Darstellung verschiedener Erfahrungen und Gestaltungsoptionen. Dazu werden Daten durch semistrukturierte Expert*inneninterviews erhoben.

Um Teilfrage 1 zu beantworten, werden möglichst unterschiedliche Betriebe als Interviewpartner*innen ausgewählt und deren Art der Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen dargestellt. Durch die Recherche nach passenden Betrieben können zusätzlich Informationen zum Forschungsfeld gesammelt werden. Die Beantwortung von Teilfrage 2 geschieht durch die Darstellung von Erfahrungen und Empfehlungen, sowie durch das Zusammenstellen von Gemeinsamkeiten der Betriebe. Teilfrage 3 wird mit einer Analyse der Ergebnisse dieser Arbeit und dem Ausblick auf weitere Forschung beantwortet.

5.2 Literaturrecherche

Zwischen September 2024 und März 2025 wurde eine Literaturrecherche durchgeführt, um den bestehenden Forschungsstand und Modelle bezüglich Solidarischer Landwirtschaft und Angebotserweiterungen der Gemüseverarbeitung zu erfassen. Die Recherche erfolgte über die Datenbanken

Google Scholar und ResearchGate, die Online-Bibliothek der HAW Hamburg HIBS, Google sowie die Internetseite des Netzwerks Solidarische Landwirtschaft e. V. Deutschsprachige Publikationen der letzten 25 Jahre mit direktem Bezug zu Solidarischen Landwirtschaften in Deutschland wurden in die engere Auswahl genommen. Der allgemeine Suchbegriff war „Solidarische Landwirtschaft“. In die Literaturliste wurden Fachartikel, Berichte sowie Universitätschriften aufgenommen. Kombinationen wie „Angebotserweiterung + Solidarische Landwirtschaft“, „Produktpalettenerweiterung + Solidarische Landwirtschaft“ oder „Gemüseverarbeitung + Solidarische Landwirtschaft“ ergaben bei Google Scholar und ResearchGate keine relevanten Treffer. Durch einen Austausch mit dem NSL konnten die Forschungsergebnisse der Fachtagung zum Thema „Produktpalettenerweiterungen bei Solidarischen Landwirtschaften“ in diese Arbeit aufgenommen werden. Es wurden Forschungsarbeiten sowie Berichte aus dem „Handbuch Solidarische Landwirtschaft“ auf der Internetseite des NSL nach dem Schneeballprinzip ergänzt. Vor allem das Forschungsprojektcluster „Nascent“ befasst sich mit Regionalentwicklung und gemeinschaftsgetragenen Wertschöpfungsräumen, weshalb dessen Modelle den roten Faden dieser Arbeit bilden. Die Suche nach „Hemmnisse + Direktvermarktung“ bei Google sowie Google Scholar ergab zwei relevante Treffer.

5.3 Das explorative Expert*inneninterview

In diesem Kapitel wird die Planung, Durchführung und Auswertung der im Rahmen dieser Arbeit stattfindenden Interviews vorgestellt.

5.3.1 Planung

Die Planung wird anhand einer Beschreibung der Interviewform, der Expert*innen und ihres Wissens sowie der Anfertigung des semistrukturierten Leitfadens erläutert.

Die Interviewform

Expert*inneninterviews stellen im vielfältigen Methodenspektrum der qualitativen Sozialforschung (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 19 –20) eine empirische Methode zur Datenerhebung dar, bei der auf das spezifische Wissen von Akteur*innen eines bestimmten Fach- oder Themengebiets zurückgegriffen wird. Stellung des Interviews im Forschungsdesign, Gestaltung und Auswertung variieren im Einzelfall, ein homogenes Konzept existiert nicht (Bogner, Littig & Menz, 2002, S. 18). Die Interviews dieser Arbeit bilden die Hauptquelle der Ergebnisse. Explorative Expert*inneninterview eignen sich gut zur Felderschließung und können bei wenig Vorstrukturierung und Vorwissen einen guten Zugang zu bisher nicht durchdrungenen Themenfelder bieten und dabei eine dichte Datengewinnung erzielen (Bogner, Littig & Menz, 2002, S. 7; Ullrich, 2006, S. 100). Ein teilstrukturierter Leitfaden bildet bei vielen Expert*inneninterviews die Grundlage (Bogner, Littig & Menz, 2002, S. 17). Das Hauptziel explorativer Expert*inneninterviews ist ein Finden von Gemeinsamkeiten (Ullrich, 2006, S. 103). Des Weiteren gelten Expert*inneninterviews nicht als Überbringer objektiver Daten, es bedarf Reflexion von Rollenverständnis und der Interviewsituation durch die forschende

Person. Es handelt es sich um soziale Interaktionen und Kommunikationssituationen, bei denen der Output von beiden Parteien des Interviews abhängig ist (Helfferrich, 2011, S. 163).

Expert*innen und Expert*innenwissen

Durch folgende Stichpunkte: „Ernteanteil Sauerkraut“, „Ernteanteil Aufstriche“, „Ernteanteil Blaukraut“, „Veredelung Solawi“ über „Google“ wurden 17 Websites von Solawis, die mit Gemüseverarbeitung in Verbindung stehen, gefunden und im Anschluss nach weiterführenden Informationen bezüglich Gemüseerzeugnissen durchsucht. Zusätzlich wurde Kontakt zum NSL aufgenommen und dadurch ein weiterer Hofkontakt gebildet. Durch die Internetrecherche fand sich ein weiterverarbeitender Betrieb, der im Kontext Solidarischer Landwirtschaften Gemüse verarbeitet. Alle 19 Betriebe wurden per Mail für ein Interview angefragt. Fünf Personen meldeten sich zurück, darunter eine, die wegen fehlender Kapazitäten aufgrund einer erhöhten Frequenz von Interviewanfragen absagte. Im Laufe der Konversation meldete sich ein Hof nicht mehr zurück, sodass letztendlich drei Betriebe zur Auswahl standen.

„Als ExpertInnen kommen Personen in Betracht, die im Feld durchaus unterschiedliche Funktionen und Interessen repräsentieren. Deshalb ist es wichtig, ein ausreichend breites Spektrum von ExpertInnen zu rekrutieren“ (Ullrich, 2006, S. 102). Da sie sich genügend voneinander abgrenzen und Unterschiede hinsichtlich Art der Verarbeitung und Angebotserweiterung aufweisen, kommen alle drei Betriebe für ein Interview infrage. Bei den Interviewpartner*innen handelt es sich um zwei Vorstände zweier Solawis sowie der Betriebsleiterin einer weiterverarbeitenden Manufaktur. Im Zuge dieser Arbeit wird ihnen der Expert*innenstatus zugesprochen. In der Literatur existieren unterschiedliche Begründungen für die Anerkennung des Expert*innenstatus und Konzepte von Expert*innenwissen. Sie variieren je nach Forschungsfrage und Handlungsfeld (Helfferrich, 2011, S. 161), denn Forschungsfragen definieren mehr oder weniger, wem ein Expert*innenstatus für ein Forschungsvorhaben zusteht: „Expertin ist ein relationaler Status“ (Meuser & Nagel, 2002, S. 71). Nach einer weiteren Definition „[...] lassen sich Expert[*innen] als Personen verstehen, die sich – ausgehend von spezifischem Praxis- oder Erfahrungswissen, das sich auf einen klar begrenzbaren Problemkreis bezieht – die Möglichkeit geschaffen haben, mit ihren Deutungen das konkrete Handlungsfeld sinnhaft und handlungsleitend zu strukturieren“ (Bogner & Menz, 2002, S. 45).

Bei Expert*innenwissen kann es sich um technisches Wissen, Prozesswissen oder Deutungswissen handeln, wobei technisches Wissen „Operationen und Regelabläufe, fachspezifische Anwendungsroutinen, bürokratische Kompetenzen usw. charakterisiert“ (Bogner & Menz, 2002, S. 43). Prozesswissen wird definiert als: „praktisches Erfahrungswissen aus dem eigenen Handlungskontext“ (Bogner & Menz, 2002, S. 43). Deutungswissen deckt die Hintergründe des Expert*innenwissens auf und beinhaltet: „Subjektive Relevanzen, Regeln, Sichtweisen und Interpretationen des[*der] Expert[*innen], die das Bild von Expert[*innen]wissen als eines heterogenen Konglomerats nahelegen“

(Bogner & Menz, 2002, S. 43–44). Für diese Arbeit wird Expert*innenwissen erhoben, das sich aus einer Schnittmenge von Prozess- und Deutungswissen bildet, aus dem Handlungsfeld hervorgeht und kontextgebunden ist.

Der semistrukturierte Leitfaden

Die forschende Person arbeitet sich in das Thema ein und bereitet den Leitfaden vor. Die Interviews dieser Arbeit werden mithilfe eines semistrukturierten Leitfadens (siehe Anhang B) durchgeführt. Dieser wurde mithilfe des „SPSS-Prinzips bei der Leitfadenerstellung“ nach Helfferich (Helfferich, 2011, S. 182) erstellt. Ebenfalls wird ein Informationsdokument zum Datenschutz nach Helfferich (Helfferich, 2011, S. 190) formuliert (siehe Anhang A), sodass die Personen über den weiteren Umgang ihrer Äußerungen und die Freiwilligkeit des Interviews informiert sind. Der Leitfaden ist nach Misoch (Misoch, 2019, S. 68–69) gegliedert in Informationsphase, Aufwärmphase, Hauptphase und Abschlussphase. In der Informationsphase erfolgt eine Vorstellung der Forscherin sowie eine kurze Darstellung des Forschungsvorhabens. Es wird mündlich das Einverständnis zum Interview nach den Bedingungen des Informationsdokuments zum Datenschutz abgefragt. Über die Aufwärmphase wird das Interview über die Kategorie „Anfänge und Motivationen“ eingeleitet. In der Hauptphase geht es vor allem um den Vorgang der Herstellung/Angebotserweiterung sowie auftretende Probleme, Mitgliederrückmeldung, Art der Zusammenarbeit, den Mehrwert für die Solawi-Bewegung, Empfehlungen sowie zukünftige Pläne. Das Interview endet mit der Abschlussphase, in der nach eventuellen Rückfragen eine Danksagung erfolgt und sich die Gesprächspartner*innen verabschieden. Aufgrund des explorativen Ansatzes und der starken Heterogenität der Betriebe besteht der Leitfaden aus thematischen Überschriften, die die strukturierenden Elemente bilden. Wenn Bedarf besteht, kann zusätzlich auf Fragenformulierungen zu den thematischen Überschriften zurückgegriffen werden. Gleichzeitig besteht die Option, das Interview offen zu führen, um Fragen an den jeweiligen Betrieb anzupassen oder der Relevanzstruktur der interviewten Person zu folgen. Sollte sich ein Aspekt als interessant und unerwartet erweisen, kann diesem gefolgt werden und aufkommende Fragen können gestellt werden. Die tatsächlichen Fragen variieren stark von Interview zu Interview. Im Leitfaden sind die Fragen duzend formuliert, da sich mit zwei der drei Interviewpartner*innen per Mailkontakt ein Duzen einstellte. Betriebsdaten werden nicht mit dem Leitfaden erhoben, da sie einen offenen Gesprächsverlauf stören und nicht den Fokus darstellen.

5.3.2 Durchführung

Das erste Interview mit der Losseküche (B3 = Betrieb 3) fand am 28.02.2025 statt und dauerte etwa 70 Minuten. Das zweite Interview mit dem Vorstand des Kartoffelkombinats (B2 = Betrieb 2) folgte am 06.03.2025 und dauerte ca. 55 Minuten. Das dritte Interview mit dem Vorstand der Solawi Dalborn (B1 = Betrieb 1) fand am 31.03.2025 statt und dauerte etwa 32 Minuten. Aufgrund der größeren Entfernungen wurden die ersten beiden Interviews online über die Videoanrufplattform

Jit.si abgehalten, da über diese Plattform kostenlose Videotelefonate möglich sind, während Interview B1 per Telefonat erfolgte. Einige Wochen nach den Interviews fand eine Rückmeldung per E-Mail zur Beantwortung von Rückfragen statt. Von beiden Seiten wurde für das Telefonat stets ein ruhiger Ort gewählt. Beim ersten Interview funktionierte der Ton zuerst nicht, sonst erfolgten keine Störfaktoren während der Interviews. Die Interviewten stimmten einer Veröffentlichung der Betriebsnamen zu.

5.3.3 Auswertung

Expert*inneninterviews sammeln Informationen, die als wahr angesehen werden und daher nicht rekonstruktiv oder interpretativ analysiert werden müssen (Helfferich, 2011, S. 166; Strübing, 2024, S. 106). Daher wird im Ergebnisteil explizites Wissen aus den Transkripten dargestellt, das in der Ergebnisdiskussion kontextualisiert wird. Zudem wird in der Methodendiskussion über die Interviewsituation reflektiert, denn: „Interviews sind immer beeinflusst, es fragt sich nur, wie. Es geht darum, diesen Einfluss kompetent, reflektiert, kontrolliert und auf eine der Interviewform und dem Forschungsgegenstand angemessene Weise zu gestalten“ (Helfferich, 2011, S. 12). In der Methodendiskussion wird ebenfalls auf die Gütekriterien eingegangen. Im Gegensatz zu quantitativer Forschung, bei der Objektivität angestrebt wird, kann es bei Gütekriterien qualitativer Forschung nur um einen „angemessenen Umgang mit Subjektivität“ (Helfferich, 2011, S. 155) gehen. Es existieren mehr als 100 verschiedene Kriterienkataloge über Gütekriterien qualitativer Forschung, die sich entweder auf einheitliche Kriterien für qualitative und quantitative Forschung berufen, gegen Gütekriterien bei qualitativer Forschung plädieren oder angepasste Kriterien formulieren. Im Folgenden werden Kriterien nach Miles und Huberman (Miles & Huberman, 1994) spezifisch für qualitative Forschung benannt, auf die sich Kuckartz und Rädiker bei ihrer Inhaltsanalyse beziehen. Diese Kriterien sind: Bestätigbarkeit, Zuverlässigkeit, Verlässlichkeit, Auditierbarkeit, Glaubwürdigkeit, Übertragbarkeit und Passung (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 235).

Für die Ergebnisdarstellung wird sich an der Methode der inhaltlich strukturierenden, qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz und Rädiker orientiert und diese für das Strukturieren der Daten genutzt (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 129–156). Diese Analyse kann themen- und fallorientiert stattfinden (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 105) und dient einer beschreibenden, explorativen Herangehensweise (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 110–111), weshalb sie sich für die Forschungsfragen dieser Arbeit gut eignet. Für die Auswertung werden die Audioaufnahmen der Interviews nach den Regeln von Kuckartz und Rädiker transkribiert (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 200–201), wobei auf Zeitstempel verzichtet wird. Außerdem werden lediglich relevante Abschnitte der Transkripte angefügt, die inhaltlich relevant sind (Ullrich, 2006, S. 104). Die Transkripte befinden sich in Anhang C, D und E. Für weitere Betriebsdaten werden neben den Interviews die Internetseiten der Betriebe zur Datenerhebung verwendet.

In der ersten Codierphase werden die Transkripte anhand der deduktiven Kategorien des Leitfadens kategorisiert (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 129). Dazu werden die Transkripte Wort für Wort durchgegangen, während Anmerkungen stichpunktartig notiert und relevante Abschnitte markiert und in einer Tabelle Kategorien zugeordnet werden. Hinzu kommen Betriebsgröße (Ernteanteile, Mitarbeitende), Organisationsform und Ort als faktenbasierte Kategorien, die teilweise von den Internetseiten erhoben werden. Im zweiten Schritt werden induktiv Subkategorien gebildet und die Transkripte nochmals durchgegangen, um Textstellen für diese Kategorien zu finden. Während der Inhaltsanalyse zeigt sich, dass Tabelle 2 „Gestaltungsoptionen von Angebotserweiterungen“ (siehe Kapitel 3) eine gute Möglichkeit der Kategorisierung bildet und sich teilweise mit den Kategorien des Leitfadens deckt, weshalb die Kategorien aus der Literatur übernommen werden und sich mit den Kategorien aus dem Leitfaden kombinieren. Im dritten Schritt werden die Daten in einer tabellarischen Fallübersicht und vertiefenden Einzelfallanalysen aufbereitet. Tabellarische Fallübersichten dienen einer kontrollierten Zusammenfassung der Ergebnisse und bieten einen guten Einstieg in Einzelfallanalysen (Hopf & Schmidt, 1993, S. 15), sodass die Einzelfälle gut in das Spektrum der anderen Fälle sortiert werden können. Vertiefende Einzelfallanalysen dienen der Darstellung besonders interessanter Fälle, die vom Muster abweichen oder ein bestimmtes Muster verkörpern, während sie zu einer bestimmten Forschungsfrage detailliert kategorisiert werden (Kuckartz & Rädiker, 2022, S.152–153). Den Rahmen dieser Kategorisierung für die Beantwortung von Teilfrage 2 und 3 bilden die Kategorien „Erfahrungen“ und „Empfehlungen“. Bei Betrieb 1 bildeten sich folgende Subkategorien in der vertiefenden Einzelfalldarstellung: Fehler bei der Haltbarmachung, Organisationsaufwand in der Phase der Weiterentwicklung, Empfehlungen. Bei Betrieb 2 entwickeln sich folgende Subkategorien: Externe Verarbeitung, Mitmachaktionen, Rohwarenbeschaffung, Überlegungen zu geeigneten Produkten, Empfehlungen. Bei Betrieb 3 sind es diese: Informationen zum Betrieb, Möglichkeiten der Kooperation mit Solawis, Überlegungen zu geeigneten Produkten, Empfehlungen. Die Reihenfolge der Interviews weicht von der Reihenfolge der Betriebe in der Ergebnisdarstellung und in der Nummerierung ab. Die Betriebe sind nach ihrem Innovationsgrad nummeriert.

6 Ergebnisse

Zunächst werden zentrale Erkenntnisse zu Einkochaktionen im Allgemeinen dargestellt. Darauf folgt die tabellarische Fallübersicht der drei befragten Betriebe. Abschließend werden die drei Betriebe hinsichtlich relevanter Aspekte detailliert in vertiefenden Einzelfalldarstellungen beschrieben.

6.1 Gemüseverarbeitung bei Solidarischen Landwirtschaften in Deutschland

Die Recherche nach Interviewpartner*innen zeigt, dass es keine Solawi zu geben scheint, die Gemüseerzeugnisse professionell selbst produziert. Bei einer Eigenproduktion übernehmen entweder Gärtner*innen oder Mitglieder die Herstellung. Einkoch-Aktionen können von Mitgliedern oder Gärtner*innen organisiert sein. Das dort hergestellte Produkt wird von Mitgliedern direkt mit nach Hause genommen oder im Ernteanteil für alle verteilt. Auch werden kostenpflichtige Fermentier-Workshops von externen Personen für Mitglieder angeboten. Viele Solawis bieten außerdem im Newsletter oder auf der Homepage Rezepte zur Konservierung des Gemüses für zu Hause an.

6.2 Tabellarische Fallübersicht

Im Folgenden werden drei Betriebe dargestellt, die Gemüseerzeugnisse als Produktpalettenerweiterungen produzieren und/oder anbieten. Betrieb 1 bildet eine kleine Solawi ab, die bei einer jährlichen Mitmachaktion Sauerkraut mit Ehrenamtlichen produziert. Betrieb 2 zeigt eine große Solawi, die Gemüseerzeugnisse über eine Kooperation und über Zukauf von anderen landwirtschaftlichen Betrieben bezieht. Bei Betrieb 3 handelt es sich um einen kleinen Gemüseverarbeitungsbetrieb, der u.a. Teil einer Mehr-Hof-Solawi ist, aber auch für andere Solawis und Betriebe produziert. Tabellarisch werden in der Fallübersicht (siehe Tabelle 3) zuerst Betriebsdaten, die Beschreibung der Gemüseverarbeitung/Angebotserweiterung mithilfe der „Gestaltungsoptionen von Angebotserweiterungen“ (siehe Kapitel 3) sowie weitere deduktive und induktive Kategorien aus den Interviews wiedergegeben. Darauf folgen im nächsten Unterkapitel einzelfallspezifische Erfahrungen und Empfehlungen.

Tabelle 3: Fallübersicht der interviewten Betriebe (eigene Darstellung)

Kategorie	Betrieb 1 Solawi Dalborn	Betrieb 2 Kartoffelkombinat	Betrieb 3 Losseküche u.a. als Teil der Mehr-Hof-Solawi Kassel & Umgebung e.V.
Ort	- Ostwestfalen- Lippe	- München	- Nordhessen
Anzahl Ernteanteile	- Ca. 60 – 65	- Ca. 2400	- ca. 40 von ungefähr 200 Mehr-Hof-Solawi-Anteilen

	<ul style="list-style-type: none"> - Optimale Betriebsgröße laut Erfahrung: 80 		<ul style="list-style-type: none"> erhalten zusätzlich Gemüseerzeugnisse der Losseküche - Ca. 15 Anteile unabhängig von Solawis - Unregelmäßige Ergänzung weiterer Ernteanteile anderer Solawis
Anzahl Mitarbeitende	<ul style="list-style-type: none"> - Drei Gärtner*innen in Teilzeit - zwei ehrenamtliche Vorstände 	<ul style="list-style-type: none"> - 38 in Voll- oder Teilzeit (Vorstand, Aufsichtsrat, Organisation & Verwaltung, Gemüseanbau, Logistik) 	<ul style="list-style-type: none"> - Eine Person
Organisationsformen	<ul style="list-style-type: none"> - e.V. - Partizipativ organisierte Mitarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Genossenschaft - Hohe Serviceorientierung 	<ul style="list-style-type: none"> - Betrieb ist Teil einer Mehr-Hof-Solawi - Serviceorientierung mit solidarischen Elementen - Finanziell u.a. getragen durch Umfeld der Betreiberin
Gemüseerzeugnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Sauerkraut 	<ul style="list-style-type: none"> - Variiert von Jahr zu Jahr: Tomaten-Sugo, Ratatouille, Würzpaste, Chili-Salz, Sauerkraut 	<ul style="list-style-type: none"> - Große, saisonal wechselnde Produktpalette (Aufstriche, Eingemachtes, Chutneys...)
Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> - Sauerkraut-Mitmach-Aktion - 1x jährlich im Frühherbst, wenn genügend Kohl vorhanden ist 	<ul style="list-style-type: none"> - Partnerbetrieb und Verarbeitungsbetrieb verarbeiten ihre Gemüserohwaren und/oder Gemüserohwaren der Solawi weiter, auch 	<ul style="list-style-type: none"> - Manufaktur - Gemüseverarbeitung von Ernteüberschüssen einmal pro Woche in offener Verarbeitungsküche, in der Helfer*innen

	<ul style="list-style-type: none"> - 10-15 Ehrenamtliche - Materialien: Reibe und 5 - 8 20 Liter Sauerkraut-töpfe aus dem Kreis der Mitglieder - Lagerung auf dem Hof 	nach Rezept der Solawi	<p>ebenfalls willkommen sind</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsraum, Experimentierraum
Motivation für Gemüseverarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> - Zusätzliches Angebot - sinnvolle Verwertung des Kohls - Gemeinschaft und Spaß 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergänzung für mehr Vielfalt und Spaßfaktor im Winter 	<ul style="list-style-type: none"> - Verringerung von Lebensmittelverlusten - Regionale, solidarische, krisenresiliente Versorgungssysteme und Beziehungen
Produktherkunft*	<ul style="list-style-type: none"> - Eigener Anbau & Herstellung 	<ul style="list-style-type: none"> - Andere landwirtschaftliche Betriebe - Weiterverarbeitung 	<ul style="list-style-type: none"> - Weiterverarbeitung durch Losseküche/eigene Herstellung
Art der Zusammenarbeit*	<ul style="list-style-type: none"> - Für Sauerkraut erfolgt keine Zusammenarbeit mit anderen Betrieben 	<ul style="list-style-type: none"> - Verbindlich ohne Risikoteilung 	<p>Je nach Solawi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mehr-Hof-Solawi - Verbindlich mit Solidarelementen/Abosystem
Verantwortung für Organisation*	<ul style="list-style-type: none"> - eine ehrenamtliche Person leitet an und entwickelte Rezept - Verantwortung liegt bei Ehrenamtlichen 	<ul style="list-style-type: none"> - Beim Betrieb 	<ul style="list-style-type: none"> - Beim jeweiligen Solawi-Betrieb - Verantwortung für Produkte: Losseküche

Wählbarkeit Ergänzungspro- dukt(e)*	- Nein, einheitlich mit Anteil	- Nein, einheitlich mit Anteil	- Wählbar über Jah- resverträge im Abo- system
Mengen Ergän- zungsprodukte*	- Einheitlich	- Einheitlich	- Einheitlich (2 Gläser pro Monat)
Kosten – Kalkula- tion*	- Gemeinsames Budget	- Gemeinsames Budget	- Separate Budgets
Beitragsgestaltung*	- Beitragsrunde	- Beitragsrunde	- Beitragsrunde basie- rend auf Kosten des Vorjahres
Bezahlung*	- Über die Solawi- Organisation	- Über die Solawi- Organisation	- Direkt an die Losse- küche
Lieferrhythmus*	- Saisonal im Win- ter je nach Ver- fügbarkeit - Ausgabe im Win- ter 24/25 bis Ende März	- Saisonal von Spät- winter bis Vorfrüh- ling	- Ganzjährig
Lieferart*	- Mit üblichem An- teil	- Mit üblichem Anteil	- Bei Abholstellen inkl. Informationen zu den Aufstrichen - separat von übli- chem Anteil
Mehrwert von Ge- müseerzeugnissen für Solawi-Bewe- gung	- Haltbarmachung sichtbar machen	- Möglichkeit das Winterloch zu über- brücken	- Wertschätzung regi- onaler Produkte - Gesundheitliche As- pekte - Lebensmittelver- luste verringern
Rückmeldung der Mitglieder	- Spaßige Mit- machaktionen - Einige mögen Sauerkraut, an- dere nicht	- Breite Meinungs- vielfalt - Nehmen Mühen für abwechslungsreiche Ernteanteile wohl- wollend zur Kennt- nis	- Wenige Mitglieder melden sich mit kon- kreten Bedürfnissen

		- Wertschätzung für Sauerkraut	
Herausforderungen	- Keine, ist wirtschaftlich rentabel und weitreichende Fehler kamen bis jetzt nicht vor	- Verfügbarkeit der Rohwaren - Kostenstruktur (hohe Preise der Rohwaren, Verarbeitung & Verpackung)	- Organisationsaufwand von Logistik & Lagerbedingungen der verschiedenen Produkte - Inflation - Überschüsse sind nicht immer verfügbar und abhängig von Witterungsbedingungen
Pfandsystem	- Nein	- Nein, ist jedoch im Gespräch und wird demnächst umgesetzt	- Gläser-Pfandsystem
Vollversorgung	- Kein Anspruch auf Vollversorgung	- Kein Anspruch auf Vollversorgung	- Nicht im Vordergrund für Losseküche
Art der Kooperationsbeziehungen	- Keine Kooperationen bzgl. Gemüseverarbeitung - Sonstige Kooperationen gestalten sich vertrauensvoll	- 5-6 Partnerbetriebe - Kooperationen mit Solidarelementen (Anbaukooperationen, kollegiale Beratung, Preis- und Abnahmegarantie) - Beziehungen sind gut bis sehr gut, schwankend, vertrauensvoll - langfristig, teilweise mit Generationenfolge und vom	- Basieren auf Vertrauen und Wertschätzung - Sehr relevant für das Bestehen des Betriebs

		vorherigen Betrieb übernommen	
Multi- funktionalität	- Ackerbildung e.V.: Freizeit- und Bildungsangebote für alle Alters- gruppen	- Weitere Produkte wie Bier, Apfelsaft, Nudeln, Brot - Verein für Umwelt- bildung	- Verschiedene Ab- satzwege: - 50% über Abosys- tem für Solawi-Mit- glieder sowie Privat- personen und - 50% über Mitglie- derläden und On- line-Markt-Platt- form - Offene Verarbei- tungsküche - Workshops, Netz- werkarbeit
Zukunft	- Bzgl. Gemüseer- zeugnissen: wei- terhin Mitmach- aktionen in klei- nem Rahmen, denn so kann Be- darfsorientierung und Mitglieder- orientierung be- rücksichtigt wer- den - Sonstiges: Fokus auf Kooperatio- nen und Anpassen an Mitgliederbe- dürfnisse	- Anbauplanung der Rohwaren und Ge- müseverarbeitung durch Partnerbe- triebe wie bisher - Stabilisierung hat Vorrang, dann erst sind wieder Res- ourcen für weitere neue Projekte und Ideen vorhanden	- Unsicher, ob sich ge- nügend Anteile fin- den für ein weiteres Jahr Losseküche (Stand 02/25)

*Kategorie mit vorgegebenen Antwortoptionen übernommen aus Strüber et al. (2023, S.171)

6.3 Vertiefende Einzelfalldarstellung

6.3.1 Betrieb 1

Fehler bei der Haltbarmachung

Fehler bei der Haltbarmachung und damit einhergehende Produktionsverluste nehmen Mitglieder gut auf.

Organisationsaufwand in der Phase der Weiterentwicklung

Die Bedürfnisorientierung der Mitglieder in den Vordergrund zu stellen, bedeutet Organisationsaufwand. Die Organisation von Sammelbestellungen anderer Produkte (Orangen) übernehmen Gärtner*innen auf Eigeninitiative außerhalb der Arbeitszeiten. Es ist den Menschen der Solawi wichtig mitgliedergetragen zu sein und bewusst nicht zu verkaufen, weshalb sie Zukäufe wie die Orangen weiterhin von der Art des Wirtschaftens der Solawi trennen.

Empfehlungen

Der Austausch mit anderen Solawis in der Region oder über das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. ist empfehlenswert. So kann voneinander gelernt oder sich in Form einer Fortbildung über Weiterverarbeitung ausgetauscht werden. Ein kleiner Leitfaden hätte vermutlich am Anfang bei der Etablierung der Mitmachaktion geholfen.

6.3.2 Betrieb 2

Externe Verarbeitung

Ein Partnerbetrieb, von dem die Solawi seit ihrer Entstehung Wintergemüse bezieht, bietet Sauerkraut aus eigenem Kopfkohl an, was Mitarbeitende der Solawi vor einigen Jahren in Anspruch nahmen. Durch das Wachstum der Solawi und dem damit verbundenen Aufwand für den Kooperationsbetrieb konnte dieser die gewünschten Mengen nicht mehr herstellen und bot der Solawi Räumlichkeiten und Geräte zur Nutzung für Mitmachaktionen an. Bedingt durch das Versammlungsverbot, das aufgrund der Corona-Pandemie 2020 in Kraft trat, begann der Kooperationsbetrieb wieder mit der professionellen Produktion des Sauerkrauts für die Solawi und tut dies bis heute. Aufgrund der personellen Perspektive und dem nicht mehr stattfindenden Anbau von Kopfkohl bei der Solawi wird der Kohl des Partnerbetriebs genutzt. Die Herstellung anderer Gemüseerzeugnisse, wie bspw. Rataouille oder Würzpaste wurde mit eigenem Rezept an einen Verarbeitungsbetrieb outgesourct. Professionelle Verarbeitung durch andere Betriebe geschieht effizient und mit der Garantie für ein lebensmittelhygienisch einwandfreies Produkt. So kann auf der Seite der Solawi Arbeitsaufwand stark verringert werden. Über eine eigene Produktionsstätte wurde nachgedacht, es scheint aber zu ineffizient und aufwendig.

Mitmachaktionen

Zwei bis drei Jahre hat das Kartoffelkombinat bis 2020 Erfahrungen mit Mitmachaktionen gesammelt. Es wurden u.a. Sauerkraut, eingelegte Zucchini oder Würzpaste mithilfe Ehrenamtlicher mit Geräten und in den Räumlichkeiten des Partnerbetriebs produziert. Der Kohl wurde zeitweise vom Partnerbetrieb, der Solawi oder von beiden Betrieben zusammen angebaut und genutzt. Die Identifikation der Mitglieder mit dem Produkt bei Mitmachaktionen ist hoch. Bei der Menge an Ernteanteilen bringen Einkochaktionen jedoch einen sehr hohen Organisationsaufwand mit sich, den Solawi-Mitarbeiter*innen oder Ehrenamtliche aufbringen müssen. Aufgrund zeitlicher Verfügbarkeit/Verbindlichkeit erwies sich die Organisation durch bezahlte Arbeitskräfte als praktikabler. Jedoch gab es keine Planungsstellen, sodass dies zusätzlich von Arbeitskräften übernommen wurde, was zu Stress und Überarbeitung führte. Dazu kommt, dass die Auswirkungen missglückter Eigenproduktion bei größeren Betrieben und höheren Erzeugnis- und Produktmengen kostspieliger sind, weshalb sich dieses Konzept bei der derzeitigen Betriebsgröße des Kartoffelkombinats nicht mehr rentiert.

Rohwarenbeschaffung

Es gibt Anbauabsprachen mit Partnerbetrieben, in denen die Anbauplanung der Rohwaren für die Gemüseverarbeitung mit einkalkuliert wird. Hierbei handelt es sich um eine komplexe Organisation, bei der mit allen Partnerbetrieben besprochen wird, welche Kulturen in welchen Mengen gebraucht werden und welche das Kartoffelkombinat selbst anbauen würde. So entstehen Mischkalkulationen. Vereinfacht gesagt: „Wir machen die Hälfte unserer Tomaten, du machst die andere Hälfte der Tomaten, und weil wir dir dafür ja auch noch die Zucchini abnehmen müssen, machen wir auch für uns nur die Hälfte der Zucchini“ (Interview 2, S. 9). Rohwaren sind sehr teuer, vor allem, wenn sie bei der Solawi selbst produziert werden, da viel in Handarbeit geschieht und die Löhne überdurchschnittlich hoch sind. Aus ideellen Gründen werden eigene Tomaten und Tomaten aus der Region verwendet.

Überlegungen zu geeigneten Produkten

Eigentlich wäre es sinnhafter für Mitglieder die Rohwaren in den Ernteanteil zu geben, weil sie nährstoffhaltiger sind, dem gegenüber steht die „reale Not“ (Interview 2, S. 6) die Ernteanteile im späten Winter und Vorfrühling abwechslungsreich zu bestücken.

Die Verfügbarkeit der Rohwaren variiert von Kultur zu Kultur, beispielsweise ist Kopfkohl eher verfügbar als Tomaten.

Sauerkraut als Produkt der Direktvermarktung ist nicht erhitzt und frischer, unterscheidet sich also von herkömmlichem Sauerkraut aus dem Supermarkt.

Empfehlungen

Mitmach-Aktionen als Form der Gemüseverarbeitung mit Gemeinschaftsaspekten empfehlen sich für kleine Solawis. Bei größeren Betrieben ist eine externe professionelle Verarbeitung zukunftsfähig. Zwischen diesen Ideen ist es schwierig, da es Probleme mit dem Verhältnis von Input zu Output geben kann und es verlässliche Leute im Ehrenamt braucht. Sobald sich beispielsweise in eine Gastküche eingemietet wird, um große Mengen zu verarbeiten, aber spontan Verarbeitende ausfallen, könnte dies finanziell aufwändig werden. Ein Mittelweg kann keine Langfristigkeit garantieren, wenn die Auslastung der Küche, die Produktmenge sowie die Preise berücksichtigt werden müssen.

6.3.3 Betrieb 3

Informationen zum Betrieb

Die Idee der Losseküche entstand, als die Gründerin bei einem Samenbaubetrieb arbeitete, bei dem, wie bei anderen Gärtnereien in der Region, Gemüseüberschüsse anfielen und nicht genügend Kapazität zur Verarbeitung bestand. Bereits seit der Gründung 2018 ist ein regionales Netzwerk aus Kooperationsgärtnereien vorhanden, u.a. die Kooperation mit der Mehr-Hof-Solawi Kassel und Umgebung. Gärtnereien bringen ihr überschüssiges Gemüse, Kräuter und manchmal Linsen und bekommen dafür im Tauschgeschäft Aufstriche zurück oder stellen die Überschüsse in Rechnung. Kooperationspartner*innen und Netzwerke stellen relevante Schlüsselpartner*innen und -ressourcen für die Losseküche dar. Die digitale B2B-Plattform „Nearbuy“ und das Wohnumfeld der Betriebsgründerin halfen und helfen zusätzlich bei der Vernetzung.

Bei der Losseküche handelt es sich um eine kleine Manufaktur und Ein-Personen-Betrieb. Jeden Mittwoch werden Aufstriche in einer Verarbeitungsküche aus Überschüssen produziert. Weitere anfallende Aufgaben sind: Gläser sterilisieren, Ernteüberschüsse abholen, der Einkauf weiterer Zutaten sowie Verpackung vom (Bio-)Großhandel, etikettieren, Informationen zu den Aufstrichen formulieren sowie logistische Tätigkeiten. Gelegentlich helfen Freiwillige bei der Produktion in der offenen Küche, in der alle Menschen willkommen sind.

Die Losseküche nutzt verschiedene Absatzwege. Zum einen werden über ein Abosystem einmal im Monat private Haushalte sowie einige Mitglieder der Mehr-Hof-Solawi mit zwei Aufstrichen versorgt. Durch bereits vorhandene Transportstrukturen und mithilfe von E-Lastenrädern werden die Aufstriche an Abholstellen geliefert. Im Abosystem wird ein Gläser-Pfandsystem mit leicht zu entfernenden Etiketten und Gläsern genutzt, die wiederverwendet werden. Zum anderen werden Aufstriche für den Einzelhandel bzw. Mitgliederläden produziert, die in eingekaufte Gläser gefüllt und mit gut klebenden Etiketten beklebt werden. Die Preise der Aufstriche gestalten sich aus den Kosten der Zutaten, einer Pauschalsumme für die Verarbeitungsküche, Sozialbeiträgen und den geleisteten Arbeitsstunden im Mindestlohn. Für das Abosystem entsteht so der Bietpreis für ein Jahresabo.

Bezüglich der Mitgliederläden errechnen sich Aufstrichpreise einzeln und vor allem in den beiden Kategorien „sehr günstig“ oder „fairer Preis“.

Um den Betrieb aufrecht erhalten zu können, müssen pro Produktionstag 60 – 70 Gläser produziert werden. Hohe Investitionskosten fallen nicht an. Aufgrund des geringen Bedarfes vonseiten der Kooperationsbetriebe ist die geringe Betriebsgröße ausreichend. Es geht darum einen Lern- und Forschungsraum im regionalen Versorgungssystem für Beziehungen, Gemeinschaft und Beistand in Krisenzeiten zu schaffen. Die Produkte an sich stehen nicht unbedingt im Mittelpunkt. Die Losseküche kann als Experimentierraum wirken, da die Betriebsleiterin durch andere Tätigkeiten und ihr Wohnumfeld finanziell abgesichert ist. Vor allem in den ersten Jahren wurde die Losseküche darüber getragen.

Dokumentationspflichten nehmen wegen der geringen Größe des Betriebs, den regionalen (unter 100 km) Wegen und der nicht vorhandenen Biozertifizierung nicht viel Zeit ein. Es wird keine Biozertifizierung angestrebt, damit Ernteüberschüsse auch von Kooperationspartner*innen bezogen werden können, die zwar ökologisch wirtschaften, aber nicht oder noch nicht biozertifiziert sind. Zudem wird die externe Prüfung der Biozertifizierung nicht benötigt, da sich die Kund*innen selbst ein Bild von der Produktion machen können und so das Vertrauen und die Beziehung zur Losseküche im Vordergrund steht.

Möglichkeiten der Kooperation mit Solawis

Kooperationsmöglichkeiten zwischen der Losseküche und Solidarischen Landwirtschaften variieren je nach Solawi-Betrieb.

In Kooperation mit der Mehr-Hof-Solawi Kassel und Umgebung war ursprünglich geplant, dass das Gemüse aus den Ernteanteilen zur Verarbeitung in die Losseküche gebracht wird und die Produkte in diese Ernteanteile zurückgehen, während die Verarbeitung in Rechnung gestellt wird. Nach einer Mitgliederabfrage wurde sichtbar, dass die Mitglieder ihr Gemüse lieber selbst zu Hause nutzen und verarbeiten wollten, sodass stattdessen ergänzende Anteile in Form eines freiwillig hinzubuchbaren Abos entstanden. Diese Kooperation mit der Solawi ist verbindlich und längerfristig.

Bei einer weiteren Solawi initiierten Mitarbeitende der Solawi die Verarbeitung grüner Tomaten zu Chutneys über die Losseküche. Die Chutneys gingen anstatt der grünen Tomaten in den Ernteanteil, ohne dass Mitglieder befragt wurden. Für die Verarbeitung wurde die Losseküche bezahlt. Dies war jedoch zu teuer für die Solawi, sodass sich diese Kooperation nicht mehr rentierte. Eine weitere Solawi möchte dieses Prinzip jedoch mit der Produktion von Sauerkraut in der Losseküche ausprobieren.

Neben der Produktion können Verarbeitungsküchen bei vorhandenen Ressourcen Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit durchführen und Workshops anbieten.

Überlegungen zu geeigneten Produkten

Sauerkraut eignet sich aufgrund von gesundheitlichen Aspekten gut als Ergänzungsprodukt für Solawis. Zusätzlich kann Kohl oft in großen Mengen verfügbar sein und ein Anbau explizit für die Sauerkrautherstellung scheint lohnend für Solawis. Dahingegen sind Aufstriche weniger nahrhaft als die Ausgangsprodukte und in jedem Supermarkt verfügbar. Jedoch besitzen regional verarbeitete Produkte den Vorteil, dass Konsument*innen sich mit ihnen identifizieren können und die Hintergründe, also Herstellungsart und Inhaltsstoffe kennt, was auch positive psychologische Auswirkungen haben kann.

Empfehlungen

Bezüglich der Organisationsform empfiehlt sich für Kooperationen zur Gemüseverarbeitung das Konzept von mitgliedergetragenen Solawis, bei denen Mitglieder die Solawi aktiv unterstützen, da diese Organisationsform Stabilität und weniger Stress für Mitarbeitende verspricht. Bei einem Fokus auf Serviceorientierung kann es herausfordernd sein stetig zu kommunizieren, wenn Serviceleistungen nicht wie geplant erbracht werden können und Konsument*innen dadurch abspringen.

Bei einer mitgliedergetragenen Solawi wird die Ernte gemeinschaftlich geteilt und gehört den Mitgliedern, sodass diese über eventuelle Verarbeitungsschritte ihres Gemüses entscheiden sowie darüber, ob sie selbst, Gärtner*innen oder externe Betriebe die Verarbeitung übernehmen. Aus dieser Perspektive gibt es bei Solawis eigentlich keine Überschüsse. Durch einen Austausch und eine enge Bindung zwischen allen Teilhabenden der Solawis kann ein Lernprozess angestoßen und abgefragt werden, was Mitglieder sich vorstellen. Dabei steht Selbstbestimmung im Vordergrund und eine bewusste Entscheidung darüber, ob es im Alltag umsetzbar ist ein bestimmtes Produkt zusätzlich von der eigenen Solawi zu beziehen und auf den herkömmlichen Bezugsweg zu verzichten. Auch bei serviceorientierten, eventuell größeren Solawis können Lernprozesse über die Weiterverarbeitung angestoßen werden. Sie erreichen mehr Menschen und können daher anders aussehen als bei kleineren oder mitgliedergetragenen Solawis. Dennoch können sie bedürfnisorientiert sein und eine emanzipatorische Wirkung haben. Generell empfiehlt es sich, dass Teilhabende einer Solawi gemeinsam entscheiden, wie diese zukunftsorientiert existieren kann, wie Mitglieder versorgt sein wollen und welche Rolle Bildungsprozesse und Wirtschaftlichkeit spielen. Bei einer Produktpalettenerweiterungen ist es wichtig die Logistik- und Lagerbedingungen der neuen Produkte mitzubedenken.

Für Verarbeitungsküchen ist Gemüseverarbeitung vor allem sinnvoll in Kooperation mit Solawis, wenn intern große Gemüsemengen entstehen, die Mitglieder weniger gerne verbrauchen oder mit Nicht-Solawi-Gärtnereien.

7 Diskussion

In diesem Kapitel wird zunächst die Methodendiskussion ausgeführt. Anschließend folgt die Ergebnisdiskussion, die nach den Teilfragen der Forschungsfrage strukturiert ist.

7.1 Methodendiskussion

Zuerst geht es in diesem Unterkapitel um die Reflexion der Interviewsituationen. Anschließend werden die Stärken der Methode betrachtet. Die Diskussion über Grenzen bzw. Herausforderungen schließt dieses Unterkapitel ab.

7.1.1 Reflexion der Interviewsituationen

Im Verlauf der Planung war eine leitende Vorannahme, dass sich die ausgewählten Betriebe in ihren Kontextbedingungen unterscheiden, was sich bestätigte.

Die Kommunikation per Videotelefonat bzw. Telefonat machte die Kommunikation aufgrund der Distanzen erst möglich und passte zu Interviewform und Thema. Während des Interviews wurde deutlich, dass die Interviewpartner*innen Interesse an dem Thema haben und sich Zeit dafür nehmen wollten. Durch das Duzen in zwei der drei Interviews entstand Nähe zwischen den Beteiligten, was das Miteinander betonte. Die Forscherin agierte interessiert und offen, wodurch viel Raum für die Expert*innen entstand. Es wurden alltägliche Kommunikationsregeln angewandt. Bei Interview B3 gab es zunächst Tonprobleme, ansonsten verliefen die Interviews ohne Störfaktoren. In den Interviews ging es neben Gemüseerzeugnissen viel um die allgemeine Weiterentwicklungsphase und andere Angebotserweiterungen, vor allem in Interview B1. Für die Forscherin war es neu, dass bei Betrieb 2 nicht nur Sauerkraut, sondern auch weitere Gemüseerzeugnisse angeboten werden.

Die Interviews B2 und B3 sind etwas länger als B1, da sie vermehrt auf den Kontext von Gemüseverarbeitung bei Solawis eingehen.

7.1.2 Stärken der Methode

Das semistrukturierte, explorative Expert*inneninterview erscheint als geeignete Methode, um den Forschungsgegenstand erstmalig zu erkunden und eine Verbindung zwischen der wenig vorhandenen theoretischen Fundierung und auftretenden Praxisaspekten zu schaffen. So können theoretische Überlegungen bestätigt und Praxiserfahrungen eingeordnet und erkundet werden. Sowohl die Gestaltung der Bachelorarbeit als auch der Interviewleitfaden folgen einem bewusst offenen Ansatz. Dies stellt eine Stärke dar, weil so flexibel auf die Heterogenität der Betriebe und somit auf die Heterogenität des Forschungsgegenstandes und neue Impulse im Forschungsprozess eingegangen werden kann. Ein standardisierter Leitfaden hätte die Besonderheiten der Betriebe nicht gänzlich erfassen können, während ein semistrukturierter Leitfaden einen Rahmen bietet, in welchem Aussagen der Gesprächspartner*innen nicht durch enge theoretische Vorgaben eingeschränkt sind.

Dadurch entwickelt sich Nähe zum Forschungsgegenstand und unerwartete Erkenntnisse und die Breite der Ausprägungen können sichtbar werden.

Es ist davon auszugehen, dass andere Forschende bei vergleichbarer Datengrundlage zu ähnlichen Ergebnissen gelangen würden. Planungsschritte wurden nachvollziehbar erläutert, zudem sind Transkripte mit inhaltlich relevanten Textstellen im Anhang zu finden, was die Transparenz erhöht und Bestätigbarkeit sowie Auditierbarkeit gewährleistet. Um Glaubwürdigkeit zu garantieren, wurden Ergebnisteile der jeweiligen Betriebe zurück an die jeweiligen Interviewpartner*innen geschickt und mit deren Einverständnis veröffentlicht. Die Daten lassen sich gut mit weiteren empirischen Erkenntnissen im Forschungsfeld kontextualisieren und eignen sich als Ausgangspunkt für weitere Forschung.

7.1.3 Grenzen und Herausforderungen

Wissenschaftliche Arbeiten über Solawis sind teilweise nicht in Datenbanken verfügbar, was die Recherche erschwerte. Zudem weisen einige Publikationen, wie Bachelorarbeiten, eine niedrige Evidenz auf. Theorien von Strüber et al. (2023) bzw. Rommel et al. (2022) bilden die Basis dieser Arbeit, da zu Angebotserweiterungen und Solawis in Deutschland wenig Literatur vorliegt. Bei der Planung dieser Arbeit wurde zunächst davon ausgegangen, dass es bereits Solawis gibt, die einen Betriebszweig zur professionellen Gemüseverarbeitung gründeten. Dies bewahrheitete sich jedoch nicht. Bei der Suche nach Interviewpartner*innen stellte sich heraus, dass Mitarbeitende von Solawis sehr beschäftigt scheinen und kaum Kapazitäten für Interviews zu haben. Außerdem gibt es nur wenige Informationen im Internet darüber, welche Höfe Gemüseerzeugnisse anbieten. Selbst auf den Internetseiten der Solawis ist diese Information nur schwer zu finden.

Diese Bachelorarbeit bietet keinen konkreten Handlungsleitfaden oder generalisierbare Empfehlung, sondern verfolgt das Ziel eines strukturierten Überblicks relevanter Erfahrungen und Empfehlungen. Die ausgewählten Fälle dienen als exemplarische Beispiele, die es ermöglichen, spezifische Handlungsansätze zu analysieren. Somit sind die Ergebnisse nicht repräsentativ für die Grundgesamtheit und nicht vollständig verallgemeinerbar. Zudem erheben explorative Untersuchungen keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Ziel ist ein erster Überblick von vielfältigen Aspekten, die im Rahmen weiterer Forschung vertieft werden können.

7.2 Ergebnisdiskussion

Die Ergebnisdiskussion strukturiert sich nach den Teilfragen.

7.2.1 Teilfrage 1: Wie kann die Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen im Kontext Solidarischer Landwirtschaften aussehen?

In der Literatur werden Gemüseerzeugnisse als Nischenprodukte Solidarischer Landwirtschaften dargestellt. Beschrieben wird vor allem die Haltbarmachung durch Einkochaktionen, sowie allgemeine Möglichkeiten der Angebotserweiterung durch Betriebszweigerweiterung, Zukauf oder Kooperationen.

Für Solawis gibt es verschiedene Optionen Haltbarmachung und Einkochaktionen im kleinen Rahmen zu gestalten. Ein Beispiel dafür ist Betrieb 1. Dort wird Sauerkraut in kleinen Mengen mithilfe von Ehrenamtlichen aus überschüssigem Kohl bei einmal jährlich stattfindenden Einkochaktionen produziert und das Sauerkraut im Ernteanteil für alle Mitglieder ausgegeben. Die kleinen Produktionsmengen ermöglichen eine bedarfs- und mitgliederorientierte Produktion.

Eine Angebotserweiterung von Gemüse in größeren Mengen wird hingegen durch professionelle Verarbeitung von Kooperationsbetrieben ermöglicht. So bezieht Betrieb 2 verbindlich Gemüseerzeugnisse über Verarbeitungsbetriebe, die diese in den Wintermonaten für die Solawi produzieren. Die Ergänzungsprodukte werden zusammen mit dem regulären Ernteanteil ausgegeben. Betrieb 3 ist selbst Kooperationsbetrieb einer Mehr-Hof-Solawi. Dort können Mitglieder auf Wunsch ein Abo für Gemüseerzeugnisse abschließen und erhalten ganzjährig zwei Gläser pro Monat. Daneben kooperiert die Manufaktur, die als Experimentierraum wirkt, auch mit anderen Solawis und nutzt weitere Absatzwege. Betriebszweigerweiterungen bezüglich der Gemüseverarbeitung scheinen es nicht direkt zu geben. Betrieb 3 lässt sich nicht als Betriebszweigerweiterung einordnen, da ihre Gründung größtenteils unabhängig von der Solawi erfolgte.

Diese Arbeit kann keine Aussage darüber treffen, wie verbreitet diese Formen der Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen sind. Es wird davon ausgegangen, dass es deutlich mehr Solawis gibt, die ihr Gemüse in kleinen Mengen haltbar machen, als durch die Recherche sichtbar wurde, da diese Informationen nicht einheitlich auffindbar sind. Die Arbeit erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, bietet durch die dargestellten Erfahrungen und Empfehlungen jedoch einen wichtigen Einstieg.

7.2.2 Teilfrage 2: Welche Erfahrungen und Empfehlungen sprechen Menschen aus dem Handlungsfeld aus?

Das heterogene Bild Solidarischer Landwirtschaften mit ihren verschiedenen Typisierungen zeigt sich auch bei den drei vorgestellten Betrieben. Neben den verschiedenen Praktiken variiert die Betriebsgröße, die Art des Betriebs, der Grad der Serviceorientierung sowie die Wünsche von

Mitgliedern und Mitarbeitenden. Aufgrund dieser Heterogenität, der begrenzten Anzahl an befragten Betrieben und des explorativen Forschungsdesigns ist es nicht möglich, verallgemeinerbare Aussagen über Erfahrungen und Empfehlungen zu treffen, jedoch lassen sich einige Gemeinsamkeiten bei den drei Betrieben finden.

Die Ergebnisse zeigen, dass Gemüse-Rohwaren sowohl Überschüsse sein können als auch gezielt für die (professionelle) Verarbeitung angebaut werden. Sauerkraut wurde bei allen drei Betrieben verarbeitet bzw. angeboten.

Bei Solawis wird die Verarbeitung von Gemüse an andere Betriebe weitergegeben, sobald diese professionell stattfindet. Es werden mögliche Kooperationspartner oder Dienstleistungsunternehmen als Verarbeitungsbetriebe in der Region sowie Kapazitäten für die Kommunikation mit diesen benötigt. Herausforderungen bei der professionellen Verarbeitung sind die hohen Kosten für die Verarbeitung und die Rohwaren, die bei Gemüseerzeugnissen oft in großen Mengen benötigt werden und bei ökologischer und/oder regionaler Produktion teilweise teuer sind.

Jedoch wiesen alle drei befragten Betriebe Mitgliederfluktuationen auf. Eine generelle Förderung der regionalen Versorgungsstrukturen und Solawis in allen drei Entwicklungsphasen scheint für eine Transformation notwendig zu sein.

7.2.3 Teilfrage 3: Inwiefern eignet sich verarbeitetes Gemüse als Angebotserweiterung für Solidarische Landwirtschaften?

Gemüseerzeugnisse können einen Beitrag zu multifunktionalen und regionalen Wertschöpfungsräumen leisten, wenn sie als ergänzende Form der Versorgung genutzt werden. Die Entscheidung, ob sich verarbeitetes Gemüse als Angebotserweiterung für einen bestimmten Betrieb eignet, ist sehr individuell zu treffen. Die Verarbeitung von Gemüse kann für einige Solawis eine sinnvolle Ergänzung darstellen. Einkochaktionen können sich vor allem für kleinere Betriebe anbieten, sofern nötige Ressourcen vorhanden sind und Mitarbeitende und/oder Mitglieder Produktions-, Organisations-, und Kommunikationsprozesse tragen können. Insbesondere bei größeren Solawis mit Serviceorientierung stellen Kooperationen und Zukäufe eine Option dar, wenn Betriebe in der Region eine Verarbeitung anbieten. Die Herausforderungen einer Betriebszweigerweiterung spiegeln sich in den empirischen Ergebnissen darin wider, dass Betriebszweigerweiterungen ineffizient scheinen und Kooperationen bzw. Zukauf derzeit die bessere Möglichkeit bieten, Gemüseerzeugnisse professionell zu produzieren oder produzieren zu lassen.

Darüber hinaus bietet Weißkohl eine gute Möglichkeit zur Weiterverarbeitung, da dieser tendenziell in größeren Mengen vorhanden ist und sich das in Solawis bzw. deren Kooperationsbetrieben hergestellte Sauerkraut von industriell gefertigtem unterscheidet, weil es nicht erhitzt wird. Dies stellt einen gesundheitlichen Mehrwert dar.

Ein Leitfaden, der die relevanten Schritte für Einkochaktionen, wie notwendige Ressourcen und passende Produktmengen beschreibt, könnte Solawis als Hilfestellung dienen und Ressourcen schonen.

Das Potenzial von professioneller und/oder gemeinschaftsgetragener Gemüseverarbeitung als regionale Versorgungsform im Wertschöpfungsraum, welche unter anderem die Reduktion von Lebensmittelverlusten ermöglicht, kann in zukünftigen Projekten weiter erforscht werden. Voraussetzung für eine Verarbeitungsküche wäre, dass sich Solawis in einer Region zusammenschließen, Ernteüberschüsse überprüfen sowie mit Mitgliedern absprechen, welche Kulturen am ehesten nicht verwertet werden und somit direkt von einem anderen Betrieb oder intern verarbeitet werden könnten (z. B. Kohl, grüne Tomaten). Neben Solawis als Kund*innen und Lieferant*innen sind vermutlich auch andere Gärtnereien notwendig, damit sich dieses Modell betriebswirtschaftlich trägt. Außerdem eignet sich eine Verarbeitungsküche auch für die Durchführung von Netzwerkarbeiten, Öffentlichkeitsarbeit und Workshops. Faktoren, die zum Bestehen von Verarbeitungsbetrieben oder -küchen beitragen, können für weitere Forschung ebenfalls relevant sein.

Durch interne oder externe Verarbeitung könnte gelöst werden, dass große Mengen von unbeliebtem Gemüse bei Mitgliedern einen Grund für das Beenden des Solawi-Vertrags darstellen (siehe Kapitel 3.1). Es besteht allerdings die Möglichkeit, dass derzeit wenig Verbindlichkeit und wenig regelmäßige Abnahme von Gemüseerzeugnissen an Mitglieder besteht, was durch empirische Erforschung validiert werden könnte.

Auch veränderte politische Rahmenbedingungen, etwa eingeschränkte Experimentiermöglichkeiten für die Entwicklung passenderer Hygieneverordnungen, könnten einen Beitrag dazu leisten, die Gemüsekonservierung für Solawis und weitere Betriebe zu erleichtern. Es ist evident, dass neben der Politik auch Systemdienstleistende und Forschungsprojekte einen signifikanten Beitrag zur Erhaltung und Weiterentwicklung regionaler Wertschöpfungsräume leisten können. Dies ist eine wichtige Voraussetzung, um das Transformationspotenzial von Solawis zu entfalten und eine nachhaltige Alternative zum derzeitigen Ernährungssystem zu etablieren.

8 Schlussfolgerung

8.1 Fazit

Die vorliegende Arbeit unternimmt den Versuch, bestehende Ansätze zur Angebotserweiterung von Gemüseerzeugnissen und Gemüseverarbeitung im Kontext Solidarischer Landwirtschaft zu untersuchen, indem sie die Erfahrungen von drei Betrieben darstellt und kontextualisiert.

Gemüseverarbeitung im Kontext Solidarischer Landwirtschaft gestaltet sich von Betrieb zu Betrieb unterschiedlich. Neben der Haltbarmachung bei Gemeinschaftsaktionen beziehen die Solawis im Rahmen dieser Arbeit Gemüseerzeugnisse durch Kooperationen bzw. Zukäufe von Partner- und Verarbeitungsbetrieben oder als Teil einer Mehr-Hof-Solawi von einer gemeinschafts- aber nicht mitgliedergetragenen Manufaktur, die als Experimentierraum wirkt.

Eine verbindliche Zusammenarbeit mit spezialisierten Verarbeitungsbetrieben kann derzeit für größere Betriebe und/oder solche mit Serviceorientierung ökonomisch vorteilhaft sein, während eine Erweiterung des Betriebszweigs ineffizient scheint. Zudem hat die Verarbeitung von Gemüse das Potenzial Lebensmittelverluste zu minimieren und Gemüse aufzuwerten, das bei den Mitgliedern nicht sehr beliebt ist. Vor allem die Produktion von Sauerkraut scheint aufgrund der Verfügbarkeit von Kopfkohl und der Herstellungsart sinnhaft und wird von einigen Solawis durchgeführt.

Es stellt sich heraus, dass die Erfahrungen vielfältig sind und das Potenzial einer jeden Solidarischen Landwirtschaft nicht durch einen universellen Ansatz erreicht werden kann. Es ist eine individuelle Betrachtung und der Einbezug von bspw. Betriebsgröße und Art der Mitgliedereinbindung erforderlich, um die passende Gestaltung der Angebotserweiterung und Gemüseverarbeitung zu bestimmen.

8.2 Handlungsempfehlungen

Um Solawis den Einstieg in Mitmachaktionen zu erleichtern und Ressourcen zu schonen, kann die Erstellung eines Leitfadens zur effizienten Sauerkrautherstellung förderlich sein.

Das Potenzial von Verarbeitungsbetrieben und -küchen insbesondere von Gemüseerzeugnissen im Rahmen transformativer Wirtschaftsformen oder regionaler Wertschöpfungsräume kann erforscht und Faktoren herausgearbeitet werden, die sich als förderlich für deren Bestehen offenbaren, um Lebensmittelverluste zu verringern und die Reichweite von transformativen Wirtschaftsformen wie Solawis zu erhöhen.

Systemdienstleistende, Forschung und Politik können mithilfe von Aufklärung, Beratung, Vernetzung und förderlichen politischen Rahmenbedingungen einen entsprechenden Beitrag dazu leisten multifunktionale, regionale Versorgungsstrukturen zu fördern, um ein nachhaltiges Ernährungssystem in Deutschland zu etablieren.

Literaturverzeichnis

- Allmende Taucha e.V. (Hrsg.). (2022). *Kooperationen zwischen Betrieben der Solidarischen Landwirtschaft und anderen Direktvermarktenden*. https://www.allmendeverein.de/wp-content/uploads/2022/11/Solawi_Broschuere_Kooperationen_LEADER_2022.pdf
- Baronov, D. (2018). Nishida Kitarō on Social Contradiction: A Critical Lens for Analyzing Community-Supported Agriculture. *Critical Sociology* 44 (1), 89–106. <https://doi.org/10.1177/0896920516633277>
- Bietau, P., Boddenberg, M., Dietze, F., Frauenlob, M.-H., Gunkel, L., Kärigel, K., Leierseder, S., Munz, J., Schmitz, S., Sergan, N. & Vaessen, F. (2013). *Solidarische Landwirtschaft – eine soziale Innovation? Eine empirische Studie aus soziologischer Perspektive* [Empirische Studie]. Goethe-Universität, Frankfurt.
- Boddenberg, M., Frauenlob, M.-H., Gunkel, L., Schmitz, S., Vaessen, F. & Blättel-Mink, B. (2017). Solidarische Landwirtschaft als innovative Praxis – Potenziale für einen sozial-ökologischen Wandel. In: M. Jaeger-Erben, J. Rückert-John & Schäfer Martina (Hrsg.), *Innovation und Gesellschaft. Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum: Wissenschaftliche Perspektiven, Strategien der Förderung und gelebte Praxis*. Wiesbaden: Springer VS.
- Bogner, A. & Menz, W. (2002). Das theoriegenerierende Experteninterview: Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion. In: A. Bogner, B. Littig & W. Menz (Hrsg.), *Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung* (S. 33–70). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Degens, P. & Lapschies, L. (2023). Kooperationen in der Solidarischen Landwirtschaft. Eine feldtheoretische Perspektive. In: C. Kühn (Hrsg.), *Bürgergesellschaft und Demokratie. Gemeinwohlorientiert, ökologisch, sozial* (S. 189–213). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38503-3_8 (Erstveröffentlichung 2023)
- Deutscher Bauernverband e.V. & Fördergemeinschaft "Einkaufen auf dem Bauernhof" (Hrsg.). (2020). *Leitlinie für eine gute Lebensmittelhygienepaxis und zur Durchführung betrieblicher Eigenkontrollen*. <https://www.blhv.de/leitlinie-fuer-eine-gute-lebensmittelhygienepaxis-und-zur-durchfuehrung-betrieblicher-eigenkontrollen/>
- Egli, L. (2024). *Innovative Modelle für eine nachhaltige und regionale Wertschöpfung: Synergien und Potenziale der Solidarischen Landwirtschaft in Sachsen (InnoLand-Sachsen): Abschlussbericht*. Helmholtz Zentrum für Umweltforschung.
- Fink-Keßler, A. & Thomas, F. (Mai 2019). *Handelshemmnisse für die hofnahe Verarbeitung und die Direktvermarktung beseitigen!* Agrarbündnis e.V. https://agrarbuendnis.de/fileadmin/Daten-KAB/AB-Projekte/Projekt_Handelshemmnisse_Direktvermarktung/Diskussionspapier_AgrarBuendnis_DirVermarktung_und_Lebensmittelhandwerk_2019-05-21.pdf

- Fink-Keßler, A. & Thomas, F. (2020). Es braucht mehr als Bürokratieabbau: Handlungsansätze für einen besseren Marktzugang von Lebensmittelhandwerkern und Direktvermarktern. *Der kritische Agrarbericht 2020*, 188–192.
- Giesecke, K. & Schlesinger, L. (2025, 28. Februar). *SoLawiSa - Hürden und Erfolgsrezepte der Produktpalettenerweiterung bei Solawis: Austausch-, Vortrags- und Forschungstreffen*. Allmende Taucha e.V., Leipzig.
- Gruber, S. (2020). *Bewältigungsstrategien alternativen Wirtschaftens: Wertrationalität und soziale Einbettung am Beispiel solidarischer Landwirtschaft* (1. Auflage). *Wirtschaftssoziologie und politische Ökonomie: Band 6*. Baden-Baden: Nomos Edition Sigma.
- Haack, M., Engelhardt, H., Gascoigne, C., Schrode, A., Fienitz, M., Meyer-Ohlendorf, L. & NAHhaft e.V., D. (2020). *Nischen des Ernährungssystems: Bewertung des Nachhaltigkeits- und Transformationspotenzials innovativer Nischen des Ernährungssystems in Deutschland*. <http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>
- Hartmann, E. (2024). Zum transformativen Potenzial solidarischer Landwirtschaft. In: A. Finger, O. Badelt, K. Dahmen, L. Heilen, N. Mai, R. Seegers, E. Seewald, F. Śnieg & L. Wiemer (Hrsg.), *Transformationsprozesse in Stadt und Land: Erkenntnisse, Strategien und Zukunftsperspektiven* (S. 248–262). Hannover: Verlag der ARL - Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft.
- Helfferrich, C. (2011). *Die Qualität qualitativer Daten: Manual für die Durchführung qualitativer Interviews* (4. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92076-4>
- Hopf, C. & Schmidt, C. (1993). *Zum Verhältnis von innerfamilialen sozialen Erfahrungen, Persönlichkeitsentwicklung und politischen Orientierungen: Dokumentation und Erörterung des methodischen Vorgehens in einer Studie zu diesem Thema*. Institut für Sozialwissenschaften der Universität Hildesheim, Hildesheim. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168ssoar-456148>
- IBISWorld GmbH (Hrsg.). (2025). *Verarbeitung von Obst und Gemüse in Deutschland: Marktforschung, Kennzahlen, Statistiken, Studien und Analysen*. <https://www.ibisworld.com/de/branchenreporte/verarbeitung-obst-gemuese/1340/>, aufgerufen am 04.06.2025
- Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (5. Auflage). *Grundlagentexte Methoden*. Weinheim: Beltz Juventa. http://www.content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783779955337
- Maschkowski, G., Barth, A. & Köngeter, A. (2017). *Solidarische Landwirtschaft - Austrittsgründe aus Perspektive ehemaliger Mitglieder: Eine Analyse aus haushaltswissenschaftlicher Perspektive*. Universität Bonn, Bonn.
- Meuser, M. & Nagel, U. (2002). ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht: Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: A. Bogner, B. Littig & W. Menz (Hrsg.), *Das*

- Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung* (S. 71–94). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2. Aufl.). Thousand Oaks: SAGE Publications. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://viv-auniversity.files.wordpress.com/2013/11/milesandhuberman1994.pdf&ved=2ahUKEwjF-bmEyImOA-xXEGP0HHUu5HqsQFnoECBQQAQ&usg=AOvVaw0dW5DDqH3wdvs6PDQ0dl6C>
- Misoch, S. (2019). *Qualitative Interviews* (2., erweiterte und aktualisierte Auflage). Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Münchhausen, S. von (2015, 23. März). *Vom Hof auf den Teller? Hemmfaktoren und Handlungsansätze für landwirtschaftliche Direktvermarktung: Fachgespräch "Nahversorgung auf dem Land"*, Berlin.
- Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V. (2025). *Bestehende Solawis und Solawis in Gründung*. <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/solawis-finden/auflistung/solawis-in-gruendung/>, zugeletzt aufgerufen am 29.05.2025
- Ney-Rancea, U. (2018). *Restlos preisverdächtig: Ausgezeichnetes Engagement gegen Lebensmittelverschwendung: Die Gewinner und Nominierten des Zu gut für die Tonne!-Bundespreises 2018*.
- Nowack, W., Schmid, J. C. & Grethe, H. (2019). Wachsen oder weichen!? Eine Analyse der agrarstrukturellen Debatte im Kontext der EU-Agrarpolitik nach 2020. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society*, 28(4), 356–364. <https://doi.org/10.14512/gaia.28.4.7>
- Paech, N., Rommel, M. & Sperling, C. (2019). *Transformatives Größenmanagement. Wie lassen sich transformative Wirtschaftsformen wirtschaftlich und sozial stabilisieren?* Universität Siegen, Siegen. <https://www.researchgate.net/publication/339043526>
- Pfriem, R., Paech, N., Kropp, C. & Antoni-Komar, I. (2019). *nascent - Neue Chancen für eine nachhaltige Ernährungswirtschaft durch transformative Wirtschaftsformen: Schlussbericht*. Forschungsverbundprojekt. Carl von Ossietzky Universität, Oldenburg.
- Rimbach, G., Nagursky, J. & Erbersdobler, H. F. (2015). *Lebensmittel-Warenkunde für Einsteiger* (2. Auflage). *Springer-Lehrbuch*. Berlin: Springer-Spektrum. <http://www.blickinsbuch.de/item/fac9396722747a7fa0b2047f1a3eed29>
- Rommel, M. & Knorr, M. (2021). Wirtschaften ohne Marktpreise? Vom Unternehmensmodell Solidarische Landwirtschaft zu einer gemeinschaftsgetragenen Versorgungsökonomie. *Der kritische Agrarbericht 2021*, 196–200.
- Rommel, M., Paech, N., Antoni-Komar, I., Posse, D. & Wittkamp, M. (2022). *Nascent 2 – Beiträge Solidarischer Landwirtschaftsbetriebe zur Entwicklung transformativer Wertschöpfungsräume: Teil II: Schlussbericht*. Forschungsverbundprojekt. Universität Siegen.

- Rommel, M., Paech, N. & Sperling, C. (2020). *Eine Ökonomie der Nähe: Horizontale Ausbreitung resilienter Versorgungsmuster*. Universität Siegen. <https://www.researchgate.net/publication/339043458>
- Rüter, T., Zaiser, M. & Nägel, A. (2015). *Arbeitsblätter*. Netzwerk Landwirtschaft ist Gemeingut. <https://jimdo-storage.global.ssl.fastly.net/file/490c6881-ca19-47cc-93f8-02662f194096/LiG-Arbeitsbl>
- Schmidt, E. (2022). *Solidarische Landwirtschaft als Treiber einer sozial-ökologischen Transformation – Chancen, Herausforderungen und Beteiligungshürden* [Bachelorarbeit]. Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, Eberswalde.
- Schrode, A., Meyer-Ohlendorf, L., Engelhardt, H., Fesenfeld, L., Jacob, K., Frank, L. & Späth, P. (2021). *Sozial-ökologische Transformation des Ernährungssystems: Politische Interventionsmöglichkeiten auf Basis aktueller Erkenntnisse der Transformationsforschung*. Abschlussbericht. Umweltbundesamt.
- Statistisches Bundesamt. (2024, 16. Januar). *Rund 7800 landwirtschaftliche Betriebe weniger seit dem Jahr 2020* [Pressemitteilung]. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/01/PD24_021_41.html
- Stoltenberg, U. (2020/2010). *Kultur als Dimension eines Bildungskonzepts für eine nachhaltige Entwicklung*. <https://www.kubi-online.de/artikel/kultur-dimension-eines-bildungskonzepts-nachhaltige-entwicklung>, zuletzt aufgerufen am 29.05.2025
- Streich, F. R. (2022). *Hygiene- und Verarbeitungskonzept für direktvermarktende Gemüsegärtnereien am Beispiel von Gärtnerei Prisemut* [Bachelorarbeit]. HAW Hamburg, Hamburg.
- Strüber, K., Reinartz, A., Scholl, S. & Wähning, P. (2023). *Handbuch Solidarische Landwirtschaft: Solawis erfolgreich gründen & gestalten*. Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.; Universität Siegen; Carl von Ossietzky Universität, Oldenburg.
- Strübing, J. (2024). *Qualitative Sozialforschung: Eine Komprimierte Einführung* (3. Aufl.). *De Gruyter Studium*. Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Ullrich, P. (2006). Das explorative ExpertInneninterview: Modifikationen und konkrete Umsetzung der Auswertung von ExpertInneninterviews nach Meuser/Nagel. In: T. Engartner, D. Kuring & T. Teubl (Hrsg.), *Die Transformation des Politischen: Analysen, Deutungen und Perspektiven*. Berlin: Dietz. <https://doi.org/10.14279/depositonce-4745>
- Wagenfeld, N. (2024). *Solidarische Landwirtschaft in Deutschland: Hindernisse einer Mitgliedschaft für Verbraucher:innen und deren Überwindungsmöglichkeiten* [Masterarbeit]. Leuphana Universität Lüneburg, Lüneburg.
- Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen. (2020). *Landwende im Anthropozän: Von der Konkurrenz zur Integration*. Zusammenfassung. Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen.

Anhang

Anhang A: Datenschutzinformation

Anhang B: Interviewleitfaden

Anhang C: Transkript Interview B1

Anhang D: Transkript Interview B2

Anhang E: Transkript Interview B3

Anhang A: Datenschutzinformation

- Informationen zum Datenschutz -

Institut: Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Verantwortliche Person: Sarah Reussner – E-Mail: [REDACTED]

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit führe ich qualitative Interviews durch. Ziel ist es Erfahrungen, persönliche Meinungen und fachliche Einschätzungen zum Thema Gemüseverarbeitung im Kontext von Solidarischen Landwirtschaften in Deutschland darzustellen sowie Hemmnisse zu erforschen.

Dabei ist mir Datenschutz sehr wichtig. Im Folgenden wird erläutert, wie mit personenbezogenen Daten während des Forschungsprozesses umgegangen wird.

Die erhobenen Daten dienen allein wissenschaftlichen Zwecken und werden nur im Rahmen meiner Bachelorarbeit analysiert und veröffentlicht.

Das Interview wird aufgenommen und im Anschluss verschriftlicht/transkribiert. Die Audiodatei der Aufnahme wird nach dem Transkribieren gelöscht. Eine Kopie der Transkription wird Ihnen auf Anfrage gerne zugeschickt. Das Transkript wird im Anhang veröffentlicht. Einzelne Zitate daraus werden in der wissenschaftlichen Arbeit aufgeführt.

Das Interview ist freiwillig. Es ist Ihnen zu jeder Zeit gestattet das Interview ohne Begründung abzubrechen und Ihr Einverständnis zu widerrufen.

Im Videocall oder Telefonat vor der Interviewaufnahme werde ich nachfragen, ob Sie sich unter den oben genannten Bedingungen bereiterklären das Interview zu geben und ob der Betrieb und Ihr Name anonymisiert oder genannt werden.

Anhang B: Interviewleitfaden

Semistrukturierter Leitfaden

Wie gestalten verschiedene Betriebe im Kontext Solidarischer Landwirtschaften in Deutschland die Erweiterung ihres Angebots durch Gemüseerzeugnisse und welche Erfahrungen und Empfehlungen ergeben sich daraus?

Inwiefern eignet sich weiterverarbeitetes Gemüse als Angebotserweiterung bei Solidarischen Landwirtschaften in Deutschland?

Informationsphase

- Begrüßung
- Vorstellung des Forschungsinteresses
- Einverständnis einholen + Abfrage über Anonymität

Aufwärmphase

Anfänge	Wie habt ihr/Wie hast du damit begonnen? Aus welchem Grund? (Bedürfnisorientierung, Winterloch, Überschüsse..?) Welche Schritte waren notwendig?
---------	--

Hauptphase

Fallkonstellation (Herstellung, Produkte, Ressourcen)	Welche Produkte gibt es? Wie sind die Absatzwege? Welche Voraussetzungen/Ressourcen braucht es?
Herausforderungen	Was funktioniert nicht gut?
Rückmeldung der Mitglieder	

Art der Zusammenarbeit	Wie würdest du/würde Sie die Art der Zusammenarbeit beschreiben? Welchen Lieferrhythmus gibt es?
Mehrwert für Solawis	Inwiefern eignet sich verarbeitetes Gemüse als Angebotserweiterung?
Empfehlungen	
Zukunft	Wie geht es weiter bzgl. der Produktpalettenerweiterung?

Schlussphase

- Rückfragen?
- Dank und Verabschiedung

Anhang C: Transkript Interview B1

Transkript 1 mit B1 am 31.03.2025 um 9:00 per Telefon

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

- Begrüßung
- Informationsaustausch über Bachelorarbeitsthema
- Abfrage Datenschutzbestätigung und zeitliche Kapazitäten]

I: Auf eurer Internetseite steht, dass ihr Sauerkraut herstellt. Was war eure Motivation damit anzufangen?

B1: Also es hat damit begonnen, dass wir eben noch etwas Zusätzliches bieten wollten und dass wir aber auch geguckt haben: Wie können wir den Kohl, den wir haben möglichst sinnvoll noch verwenden? Und es war eine Spaßaktion kann man sagen, irgendwie, also wenn da 10, 15 Leute irgendwie das Sauerkraut herstellen, das ist auch eine gute Aktion. Und einer von uns, der steht uns da zur Verfügung und hat da Spaß dran und ein Rezept, was er auch verwirklichen möchte und er probiert auch Sachen aus und ja.

I: Wie genau verarbeitet ihr Gemüse?

B1: Wir machen jedes Jahr eine Sauerkraut-Fermentation. Das ist immer, wenn wir, kann man sagen am Ende des Gartenjahres, wenn also abgeerntet wird, wenn die letzten Kohlköpfe geerntet werden, dann machen wir eine große Sauerkrautaktion und da sind dann, ich sage mal 10-15 Leute, kommen dann da hin und dann machen wir aus dem Kohl, den wir ernten, Sauerkraut und das geben wir übers Jahr auch aus. Also das letzte Sauerkraut wird jetzt im Moment verteilt. Wir haben eine große Sauerkrautreibe und Töpfe, dann wird gestampft und gesalzen, wie man Sauerkraut eben herstellt. Also es ist eine Aktion, die machen wir jedes Jahr Ende September/Okttober, kommt immer drauf an wie die Vegetation noch ist, wann der letzte Erntetag ist, kann man sagen.

I: Ist es dann sozusagen entstanden, weil die Mitglieder zurückgemeldet haben: Das ist zu viel Kohl oder habt ihr gemerkt: Das sind zu viele Ernteüberschüsse, was kann man daraus machen?

B1: Könnte man sagen beides. Also es ist kein Überschuss, sondern bei uns wirklich eine geplante Aktion. Manche Leute sagen jetzt auch: „Ach ihr macht auch Sauerkraut“, wenn wir neue Mitglieder werben. Sauerkraut ist ja auch wiederum nicht so, dass jeder Mensch gerne Sauerkraut isst, aber manche wiederum besonders gerne.

I: Welche Ressourcen braucht es, um das sinnvoll zu gestalten?

B1: Also wir laden dann dazu eben ein, ungefähr 10-15 Leute sind das dann immer, die kommen und von den Ressourcen her ist es nicht so aufwändig, also abgeerntet werden muss sowieso und wie kann man das sagen: Wir haben die Reibe, wir haben die Gefäße, die braucht man. 5-8 große Töpfe, die müssen dann übers Jahr eben in den Keller gestellt werden und ja. Das sind solche großen 20L Fässer schätze ich. Im Grunde genommen kann man sagen eine sinnvolle Verwertung von Kohl, den wir haben. Wenn wir jetzt ein Jahr z.B. haben, wo wir wenig Kohl haben, können wir auf die Sauerkrautaktion verzichten. Im Zusammenhang mit der letzten Ernte ist es schon ein Highlight. Das macht den Leuten Spaß und wenn man das Ergebnis sieht, ja.

I: Würden Sie dann sagen, dass das zur Weiterentwicklungsphase gehört?

B1: Das hat zur Weiterentwicklung beigetragen, ja.

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

B1:

- Vor drei Jahren 100 Mitglieder, das waren zu viele für verfügbare Ackerfläche und bzgl. Überschaubarkeit
- 80 Haushalte wären optimal und werden zur Kalkulation genutzt

- Gründung eines gemeinnützigen Vereins mit Freizeit- und Bildungsangeboten für Kinder, Jugendliche und Erwachsene in Form von Workshops und Kochkursen]

I: Gibt es bei diesem Prozess der Etablierung dieser Sauerkraut-Mitmach-Aktion Schwierigkeiten, die jetzt noch existieren oder die es mal gab?

B1: Ne, also da hatten wir keine Probleme mit.

I: Was wäre, wenn die ehrenamtliche Person, die viel organisiert, wegfallen würde?

B1: Also Rezepte haben wir, das könnten dann auch andere übernehmen.

I: Und gab es schonmal Probleme, also dass Töpfe nicht richtig verschlossen waren oder so?

B1: Das hatten wir schonmal, also dass oben auf den Töpfen so das erste Abgenommene nicht so gut ist oder, das hatten wir schonmal, ja.

I: Wie wurde das aufgenommen?

B1: Wie wurde das aufgenommen? Fehler passieren. Auch wenn man anderes Gemüse hat, ist es ja manchmal so, dass das nicht ganz makellos ist, aber wenn es im Zusammenhang mit Haltbarmachung passiert, es kann ja reintheoretisch auch bei einer Marmelade passieren mit Schimmel oder so. Es ist aber nicht in größeren Mengen passiert. Eigentlich hat sich herausgestellt, dass sich für uns im Sinne von Wirtschaftlichkeit und Fehlermachmöglichkeiten, dass es gut läuft.

I: Was würden Sie sagen ist der Mehrwert für die Solawi-Bewegung von Gemüseweiterverarbeitung? Sei es jetzt bei Mitmachaktionen wie bei Ihnen oder in einem professionalisierten Rahmen? Haben Sie da eine Meinung?

B1: Ein Mehrwert wäre aus meiner Sicht, dass wir zeigen können, wie unser Gemüse auch haltbar gemacht werden kann. Wir haben zum Beispiel keinen elektrisch gekühlten Lagerraum, aber wir haben einen gekühlten Lagerraum in dem wir immer die gleiche Lagertemperatur für unser Wintergemüse haben. Und darüber hinaus bietet es uns eine andere Möglichkeit der Haltbarmachung. Und es ist ja auch sinnvoll, dass Haushalte das sehen, wie das geht, dass jeder weiß, wie man Sauerkraut herstellt, dass es eben auch möglich ist Gemüse auf eine solche Art haltbar zu machen und im Winter zu nutzen.

I: Was meinen Sie, warum wird verarbeitetes Gemüse nicht so oft im Ernteanteil angeboten bei Solawis? Viele Solawis bieten ja auch Milchprodukte an ...

B1: Oder Fleisch.

I: Genau, ich frage mich, warum nicht viele Solawis Gemüseverarbeitung auf dem Schirm haben.

B1: Das weiß ich nicht. Aus meiner Sicht ist Sauerkrautverarbeitung ein relativ einfaches Verfahren und reintheoretisch wäre es ja auch möglich Fermentierung in anderen Bereichen auch noch anzuwenden. Wir merken ja auch, dass Solawis unterschiedlich sind, welche die hier vorher gearbeitet haben, da weiß ich, dass die jetzt bei einer Solawi arbeiten mit Fleischverarbeitung also ich kann es nicht nachvollziehen.

I: Habt ihr noch andere Angebotserweiterungen?

B1: Bei uns ist das so im Moment, also zwei Gärtner*innen von uns hatten Interesse daran, das einfach mal auszuprobieren, wie das ist, zum Beispiel mit Orangen. Das haben die jetzt auch gemacht. Und da haben wir aber gesagt, wenn ihr beide das machen wollt, dann macht das außerhalb eurer Arbeitszeit, probiert das aus. Wir haben das so gemacht, der Organisations-, das kann bei uns in der Abholung gelagert werden, die Abholung kann in dem Zusammenhang erfolgen, aber das haben wir ganz bewusst aus der Arbeitszeit ausgegliedert kann man sagen. Und gesagt: Wenn ihr das ausprobieren wollt, probiert das aus und dann müssen wir jetzt gucken, wie das angeboten wird. Und das wollen wir auch weiter getrennt haben. Also ich weiß nicht, ob das jetzt auch wiederum finanztechnische Gründe sind, wird jetzt in dem Fall wahrscheinlich keine Rolle spielen, aber wir wollen ganz bewusst eben nicht verkaufen, sondern wir sind mitgliedsbetrieben, ein e.V., wo wir eben nur über unsere Mitgliedsbeiträge das Gemüse produzieren. Keinen Verkauf machen wollen und auch nicht dürfen.

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

B1:

- Vertrauensvolle Kooperationen mit befreundeten Betrieben
- Beispiel für Angebotserweiterung: Nachbarbetrieb baut Kartoffeln an, die mithilfe von Ehrenamtlichen und Maschinen für Solawi geerntet wurden; somit günstige Möglichkeit an Kartoffeln zu kommen
- Im Eigenanbau gab es zu viele Ausfälle bei Kartoffeln
- Mithilfe wird erwartet, es ist kein Muss, sondern eine Soll-Erwartung; falls wenige Kapazitäten vorhanden gibt es freiwillige Verpflichtung zur Zahlung eines zusätzlichen Beitrages

I: Also ist es weniger serviceorientiert?

- Ja, weniger Serviceorientierung
- Manche Leute wünschen sich mehr Service z.B. waschen von Möhren
- Darüber wird bei Mitarbeitenden dann nachgedacht
- Abholung findet vom Hof statt und ähnelt einem Selbstbedienungs-Marktstand]

I: Angenommen eine Solawi hat sich noch gar nicht mit Haltbarmachung beschäftigt in Form von Mitmachaktionen. Haben Sie Empfehlungen für Solawis, die sich noch gar nicht damit beschäftigt haben, wie man da anfangen kann diese Schritte zu gehen mit Fermentation und oder Mitmachaktionen?

B1: Also ich weiß, dass die Solawis über das Netzwerk, also da findet ja ein Austausch statt, und unsere Gärtnerinnen und Gärtner treffen sich jetzt auch in unregelmäßigen Abständen, also da könnte ein Austausch stattfinden, hier mit den benachbarten Solawis gucken wir auch manchmal, wie die das machen, wie die mit ihrem Gemüse umgehen und also ich glaube, dass es da über das Netzwerk passieren kann in Form einer Fortbildung über Weiterverarbeitung könnte man das machen.

I: Habt ihr dann auch Zukunftspläne, also einmal auf die Haltbarmachung von Gemüse oder auf andere Angebotserweiterungen?

B1: Die Kochaktionen machen wir weiter so, wenn es genügend Kohl gibt. (...)Im Grunde genommen kann man sagen, dass wir im Moment mehr gucken auf Kooperationen. Wie machen das andere, auch meinetwegen nicht Solawis, andere Bioland-Anbieter, also wie können wir von deren Gemüse, auch deren Kenntnissen profitieren, was macht Sinn im Sinne von Wirtschaftlichkeit und für unsere Mitglieder. Man kann ja auch fragen, warum muss eine Solawi jetzt Kartoffeln unbedingt im Angebot haben, Kartoffeln kann man auch für die haushaltsüblichen Mengen im Bioland-Laden kaufen oder auf dem Markt, ist ja nicht notwendig, aber gleichwohl, manche Mitglieder wollen auch gerne das volle Angebot haben. Das ist unterschiedlich. Und wir sind viel im Austausch mit anderen, vor allen mit den angrenzenden, aber auch übers Netzwerk Solidarische Landwirtschaft oder im Sinne von Fortbildungen, wenn eine Fortbildung gemacht wird, dass die Leute dann sagen: Die machen das so und das ist erstaunlich, oder ja. Und es hängt natürlich auch immer mit dem jeweiligen Erntejahr zusammen, also wenn wir die vorletzten Jahre, die waren ja alle sehr trocken, da hatten wir auch Wasserprobleme, letztes Jahr war eher ein feuchtes Jahr, wo wir eher Schneckenprobleme hatten und viel Gemüse auch Schnecken zum Opfer gefallen ist, oder Feuchtigkeit. Das ist ja immer unterschiedlich, ne. Also bei uns, man könnte im Moment sagen, dass wir uns viele Gedanken auch im Moment machen, was könnten unsere Mitglieder an Serviceorientierung noch weiter erwarten oder wie können wir unsere Anteile besser auf die Bedürfnisse der Mitglieder anpassen, das ist ja, das ist ja wiederum etwas, das mehr Organisationsaufwand darstellt und das muss sich ja irgendwie in Waage halten.

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

- Keine Fragen von beiden Seiten
- Beide Seiten bedanken und verabschieden sich]

Rückfragen per Mail:

I: Hätte euch am Anfang ein Leitfaden geholfen, darüber, welche Dinge bei der Sauerkraut-Herstellung zu beachten sind (z.B. was benötigt wird, Hygieneanforderungen...)?

B1: Vermutlich hätte uns am Anfang ein klarer Leitfaden geholfen, damit die einzelnen Punkte abgehakt werden können und noch einmal bewußt werden.

I: Baut ihr mehr Kohl an seitdem ihr die Mitmachaktionen durchführt?

B1: Wir bauen nicht mehr Kohl an. Planen aber die jährliche Sauerkrautaktion bewusst mit ein und können je nach Ernte genügend Kohl zu Sauerkraut verarbeiten. Anderen Kohl können wir im Gemüse-Winterlager gut lagern und bei Bedarf an die Mitglieder rausgeben.

I: Was genau habt ihr als Solawi unternommen, als ihr wusstet, ihr werdet Sauerkraut herstellen, wie kamt ihr z.B. an die Utensilien?

B1: Wir hatten in der Solawi Mitglieder, die schon vorher Sauerkraut hergestellt haben. Töpfe haben wir aus dem Kreis der Mitglieder, ebenso Reiben und Rezepte.

I: Würdet ihr gerne auch öfter oder größere Menge verarbeiten, wenn das für Solawis rechtlich möglich wäre?

B1: Nein. Wir können so bedarfs- und mitgliederorientiert arbeiten.

Anhang D: Transkript Interview B2

Interview mit B2, am 06.03.2025 um 14:00

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

- Begrüßung
- Informationsaustausch über Bachelorarbeitsthema
- Abfrage Datenschutzbestätigung und zeitliche Kapazitäten]

I: Wie kamt ihr auf die Idee Sauerkraut anzubieten?

B2: Wir arbeiten mit einem Partnerbetrieb zusammen, der uns vor allem durch den Winter bringt, sage ich mal so, also wir sind ja spezialisiert auf so Frucht- und Feingemüse und haben dadurch eine ganz gute Sommerversorgung, aber alles was Lager-, Wurzel-, Knollengemüse ist, das klassische Wintergemüse, beziehen wir schon von Anfang an von diversen Partnerbetrieben und einer davon hat Sauerkraut im Angebot und das haben wir dann in Anspruch genommen und wir sind ja immer größer geworden und irgendwann hat er gesagt: „Ja, jetzt hört mal zu, ehm, das ist jetzt so viel und so ein Aufwand, eh da haben wir keine Lust mehr drauf.“ Wir können es aber selbst machen, ja. Er stellt uns die Räumlichkeiten zur Verfügung, er stellt uns die Maschinen, also die ganzen Hobelgeräte für den Weißkohl zur Verfügung und wir sollen das doch einfach selber machen. Und wir so: ja kein Problem, haben dann, ich überlege mal gerade, ich glaube zwei oder drei Jahre Sauerkraut selbst gemacht, dann kam Corona, und mit Corona haben wir alle Mitmachangebote einstellen müssen. Und dann hat er aber, ich weiß gar nicht mehr genau warum, ob er sich da nochmal personell oder maschinell anders aufgestellt hat, hat er gesagt während Corona, dass er das Sauerkraut für uns auch schon wieder machen kann und dabei ist es dann tatsächlich auch geblieben. Wir haben dann noch, ich überlege gerade, also 2020/21 war Corona und ich glaube dann 22/23, nee stimmt gar nicht, 21/22 haben wir dann unseren Weißkohl dorthin gebracht, nee früher haben wir seinen Weißkohl genommen, dann haben wir alles selbst gemacht, während Corona hat er das sozusagen organisatorisch für uns gemacht, aber mit unserem Weißkohl und wir haben dann aber vor zwei Jahren auch aufgehört Kopfkohl selbst zu machen, also weder Weiß- noch Rotkohl und sind wieder auf seinen Kopfkohl umgestiegen, weil es einfach viel effizienter gemacht wird von ihm, als von uns. Aktuell ist es jetzt Stand, kann sich natürlich auch wieder ändern, aber Stand der Dinge ist, dass er bei sich mit seinem Weißkohl Sauerkraut produziert, so wie es ganz am Anfang wieder war. Das heißt, das Sauerkraut, das wir im Moment an die Leute geben, ist nicht unser Sauerkraut, sondern das ist Sauerkraut im Zukauf, extern produziert mit externem Rohmaterial, nenne ich das jetzt mal. Ne, also tatsächlich eigenes Sauerkraut haben wir nur in einer Zwischenphase von ja, drei vier Jahren gemacht und dieses Sauerkraut war dann eh teilweise mit seinem Kraut, teilweise mit unserem Kraut, teilweise von uns gemacht und teilweise von ihm alles, also wenn du diese zwei Komponenten nimmst: Woher kommen die Rohstoffe und wer verarbeitet es, dann haben wir sozusagen schon jegliche Kombination gehabt, also 100% extern, 50/50, 100% intern und jetzt auch wieder 100% extern und Hintergrund davon ist eben aktuell vor allem, weil wir den Kopfkohl a) nicht selbst produzieren, den lassen wir halt anbauen und b) weil wir es im Moment auch personell gar nicht stemmen könnten mit eigenen Leuten, wobei wir das auch damals nie mit eigenen bezahlten Leuten gemacht haben, sondern immer mit Freiwilligen aus der Mitgliedschaft.

I: Wie hat es denn geklappt damals mit den Freiwilligen?

B2: Das hat im Prinzip okay geklappt, aber diese Weiterverarbeitungsgeschichten, also egal, ob es jetzt Sauerkraut ist oder Tomaten-Sugo oder andere Sachen, die wir ja auch weiterverarbeiten, sind schon immer sehr große Organisationsaufwände. Das muss man immer ein bisschen vor dem Hintergrund unserer Größe sehen, ja, wir haben ja so ein paar Mitglieder und deswegen brauchen wir auch eine gewisse Menge Sauerkraut oder Sugo oder Chilisalzwürzpaste oder Ratatouille oder was wir halt machen. Diese Menge ist dann so groß, dass es halt nicht so ist, dass sich da ein paar Leute am Nachmittag treffen und dann machen die das. Sondern das sind relativ große Veranstaltungen; und die vorzubereiten, die zu organisieren, die durchzuführen und zu betreuen, ist am Ende einfach auch schon ein ziemlich großer Aufwand und diese Organisation ehrenamtlich machen zu lassen hat sich als nicht ganz so praktikabel herausgestellt, hängt an der Kompetenz, aber auch an der zeitlichen Verfügbarkeit von Mitgliedern, also ich sag es mal so ein bisschen pauschal ja, also, Leute sind sehr oft begeisterungsfähig und wenn man dann reinfragt, wer hat denn Lust die und die Aktion zu koordinieren, dann melden sich Leute, ja. Die, die sich melden, müssen ja aber nicht zwingend die sein, die das auch können, sondern die sind einfach nur begeistert von sowas. Und es sind dann, und das ist eine Erfahrung, die wir halt oft gemacht haben, teilweise, ich versuche mich jetzt vorsichtig auszudrücken, das sind teilweise Leute, die im ersten Moment sagen: „Ja, das packen wir, und jaja, da kümmerge ich mich drum“. Die dann aber feststellen: „Das passt ja nicht mit meiner familiären Situation zusammen.“ Oder beruflich: „Ich habe gar nicht die Zeit, ich habe gar nicht die Energie. Ich wollte das schon wirklich machen, aber jetzt wo es ernst wird, wo man Zeit und Engagement reinstecken muss, stelle ich fest, ich habe die gar nicht“.

I: Aber es hat dann trotzdem einfach geklappt vor Corona, dass sich Leute committed haben und regelmäßig geholfen haben?

B2: Solche Organisationsrollen, die werden dann schon von uns von bezahlten Leuten eingenommen, weil du da halt davon ausgehen kannst, dass sie auch dauerhaft das Engagement haben und eben auch die Zeit dann dafür. So und jetzt ist es aber so, dass wir grundsätzlich ja keine Planstellen oder Planstunden im Team für sowas haben. Sondern wir haben genau so viele Leute im bezahlten Team, die wir brauchen, um unser Gemüse zu produzieren. In der Vergangenheit wurden solche Rollen dann eben von Mitarbeitenden eingenommen, die eigentlich schon voll sind mit ihren Tätigkeiten. Da sind wir dann schon auch zugänglich für Vorschläge seitens des Partnerbetriebs oder der Partnerbetriebe, die dann sagen, wir können das dann auch komplett für euch übernehmen, weil wir dann natürlich dadurch Kapazitäten bei uns einsparen. Jetzt kann man hingehen und sagen: „Naja das ist ja nur ein Planungsthema. Man kann ja Kapazitäten vorhalten, also wenn man weiß, dass man jedes Jahr Sauerkraut macht, dann könnte man ja den Aufwand, den man da hat, personell entsprechend einplanen und dann haben die Leute ja auch die Zeit“. Aber in der Abwägung, ob man das bei den eigenen Leuten einplant und die dann im Zweifel genau zu der Zeit, wo man das macht, also ich sag mal so

in der Erntehochphase, wo sie ja sowieso schon 12h-Arbeitstage haben und man trotzdem unterbesetzt ist, ja, oder da sagt dir dein Partnerbetrieb: „Du ich kann das auch alles komplett für dich machen“. Dann ist die Verlockung zu sagen: „Ja bitte, dann mach´s doch komplett für uns“ schon sehr groß, weil der Nutzen, dass man es selbst machen zu dem Preis, dass die Leute, die eh schon gestresst und überarbeitet sind noch eine Verantwortung mehr haben und den Organisationsaufwand, den man dann hat, um 10, 20, 30 helfende Leute aus der Genossenschaft zu organisieren, in der Abwägung kaum im Verhältnis dazu steht zu dass man sagt: „Ja, aber es ist ja ein Gemeinschaftserlebnis. Man weiß, wies produziert wurde, die Transparenz ist 100%, weil man ja selbst dabei war. Und alles in allem genommen, ist es doch schöner, wenn es ein Kartoffelkombinat-Sauerkraut ist, als wenn es das Sauerkraut vom XY-Hof ist“. Also es ist jedes Jahr vom gleichen Hof, deswegen ist es jetzt nicht XY, aber nö ja, aber die Identifikation mit dem eigens hergestellten Sauerkraut auf Basis der selbst produzierten Kohlköpfe ist natürlich höher, als wenn man sagt, es sind eingekaufte Kohlköpfe und eine eingekaufte Weiterverarbeitungsdienstleistung. Also deswegen ist es nur ein sogenanntes Zukaufprodukt im Ernteanteil, anstatt ein echtes Kartoffelkombinat-Erzeugnis. Aber dieser Mehrwert im Vergleich zu dem Aufwand, den man hat, ist aus unserer Einschätzung sehr übersichtlich und uns ist lieber, dass wir weniger Aufwand haben und weniger Stress, dadurch natürlich auch weniger ideale oder landromantische Solawi-Gewichtung des Sauerkrauts, aber dafür kriegen wir insgesamt alles in dem Anbaujahr ein bisschen entspannter organisiert. Das ist so die Überlegung dahinter.

I: Du meinst gerade, dass ihr auch noch andere Gemüse-Produkte habt, die ihr anbietet im Ernteanteil.

B2: Genau, das variiert so ein bisschen von Jahr zu Jahr, wir probieren hier mal ein bisschen was aus und da und so, aber aus unseren Erzeugnissen oder eben auch teilweise noch ergänzt durch Erzeugnisse von Partnerbetrieben machen wir Tomaten-Sugo, Ratatouille, so eine Würzpaste, kannst du dir vorstellen wie Suppenbrühe, halt nur nicht als Pulver, sondern so als Paste. Wir haben jetzt schon vier-mal Bier gebraut, wir machen Chili-Salz, ich überlege, ja das sind so die Eigenproduktionsgeschichten und es gibt Partnerbetriebe von uns, die machen zum Beispiel aus selbst angebaute Getreide Nudeln. Das haben wir auch schon mit reingelegt. Gerade so in dieser Zeit sage ich mal, März, April, wo einfach die Lagerbestände und die Vielfalt abnehmen, da kannst du dann auch noch eine Packung Nudeln dazu reinlegen, dann ist es auch ein nahrhafter Ernteanteil, das ist dann jetzt nicht irgendwo wild zugekauft, sondern das ist halt auch ein Partnerbetrieb, der das eben auch weiterverarbeitet, also da weiß man auch, wo es herkommt und wer da mitgearbeitet hat. Also das ist sage ich jetzt mal so aus unserer Perspektive inhaltlich ideell super vertretbar und einfach eine Ergänzung in der doch sehr schwierigen Winterzeit. Ehm. Apfelsaft haben wir gemacht, wir hatten mal eine Apfelplantage, die ist leider jetzt zu alt und zu krank, als dass die noch so produktiv ist, aber wenn du Äpfel hast, hast du automatisch Apfelsaft, weil einfach nicht jeder Apfel zum Lagern

geeignet ist. Genau, den Apfelsaft, den haben wir bis vorletztes Jahr gemacht, also ich glaube drei Jahre lang und letztes Jahr hatten wir dann noch die Chance von einem Nachbarbetrieb die Streuobstwiese abzurnten und aus diesem Streuobst haben wir auch nochmal Apfelsaft gemacht, aber es waren ja nicht unsere eigenen Äpfel.

I: Produzieren dann Gärtner*innen von euch die Gemüseerzeugnisse wie die Würzpaste?

B2: Nee, das ist die gleiche Logik gewesen, das haben wir bis vor Corona selbst gemacht, mit Corona durften wir einfach keine gemeinschaftlichen Aktionen machen und dann haben wir das an einen Dienstleister rausgegeben und dem haben wir die ganzen Materialien hingestellt plus das Rezept und der hat das dann einfach verarbeitet für uns.

I: Und verarbeitet ihr gerade irgendwas selbst?

B2: Nee, jetzt akut gar nichts, der Plan ist aber schon wieder für nächsten Winter genau das was ich gerade aufgezählt habe, das heißt wir haben schon im Anbau die Mengen, die wir brauchen, um das eben dann weiterverarbeiten zu lassen. Bei manchen Kulturen kriegen wir es nicht hin, also wir sind zum Beispiel von der Infrastruktur, was die Gewächshäuser betrifft, limitiert. Und wir können halt nur so viele Tomaten anbauen, wie wir halt jetzt anbauen können, obwohl wir mehr bräuchten. Das heißt, wir machen Anbauabsprachen mit einem anderen Partnerbetrieb, der für uns eben auch Tomaten mit erzeugt, sodass wir am Ende für die direkte Belieferung über die Ernteanteile plus das Tomaten-Sugo ausreichend viele Tomaten zur Verfügung haben, wenn das Jahr so läuft, wie geplant. Es kann natürlich sein, dass du aufgrund von irgendwelchen Krankheiten und Schädlingen weniger erzeugst, da müssen wir schauen, ob wir mehr zukaufen oder ob wir die Weiterverarbeitung runterfahren oder wie auch immer. Bisläng hat es immer recht gut funktioniert von der Planung: was haben wir geplant, was ist am Ende dabei rausgekommen, hat es eigentlich immer okay funktioniert. Es kann schon sein, dass wir vielleicht im Winter vier-mal Sugo eingeplant hatten für die Haushalte und dann sind es halt nur drei Portionen geworden oder so. Ja, das kann schon passieren, aber im Großen und Ganzen passt das schon.

I: Was melden Mitglieder zurück über diese Produkte?

B2: Für die Mitglieder ist es so eine Mischung aus die einen nehmen das halt so zur Kenntnis, vielleicht finden sie´s auch gar nicht so toll, also es gibt schon immer mal wieder Feedback nach dem Motto, ja das Tomaten-Sugo ist ein bisschen langweilig oder eh das brauchen sie gar nicht, weil sie kaufen immer ihr Lieblings-Sugo im Supermarkt und so weiter. Also das ist so die eine Polarisierung und die anderen sagen es ist das beste Tomaten-Sugo der Welt, warum können wir davon nicht mehr haben, ne. Und so irgendwie so zwischen diesen Polen befinden sich die Mitglieder. Also es ist jetzt

nicht so, dass sie das als totales Highlight und Delikatesse abfeiern. Ich glaube, die nehmen das eher so wohlwollend zur Kenntnis, dass wir uns Mühe geben, auch im Winter abwechslungsreiche Ernteanteile hinzukriegen. Bei dem Sauerkraut, weil es so ein Rohsauerkraut ist ne, also es ist ja nicht so tot gekocht, wie man es aus dem Supermarkt kennt, sondern es ist einfach Rohsauerkraut, in dem ja die Bakterien noch leben. Dieser Beutel Sauerkraut bläht sich dann teilweise auf, also du siehst richtig, das lebt, das atmet noch, ist deswegen ja auch sau gesund, aber sau gesund muss man ja auch immer glauben, ne also das siehst du dem ja nicht an, aber auch geschmacklich finde ich es in keinsten Weise vergleichbar zu dem wie Sauerkraut aus dem Glas oder aus der Dose oder wie man's halt sonst so kauft im Supermarkt. Da schmeckt das schon deutlich besser und hat, obwohl es fermentiert ist, so eine Frische. Und das wertschätzen die Leute schon, aber nicht so, dass sie uns jetzt Kuchen dafür aus Dankbarkeit backen und ihre Kinder danach benennen, sondern ja, die freuen sich, wenn das da drinnen ist und ist schon gelegentlich so die Nachfrage: „Hey kommt nochmal Sauerkraut dieses Jahr oder wars das schon?“ Ne also so, aber das ist alles sehr unaufgeregt möchte ich es mal nennen.

I: Strebt ihr Vollversorgung an?

B2: Ich würde jetzt nicht sagen, dass wir den Anspruch einer Vollversorgung haben, das wäre zu ambitioniert.

I: Was waren oder sind Schwierigkeiten, die mit der Sauerkrautangebots-erweiterung oder Angebots-erweiterung von allen anderen Gemüseprodukten einhergehen?

B2: Ja also es gibt zwei Hauptschwierigkeiten würde ich das jetzt mal so nennen. Das erste ist einfach die Verfügbarkeit von Erzeugnissen. Also Sauerkraut, da ist der Engpass jetzt nicht unbedingt die Verfügbarkeit von Kopfkohl, also der ist in der Regel schon gewährleistet, obwohl jetzt beispielsweise auch die Qualität des Kopfkohls und die Größe dann der Köpfe von Jahr zu Jahr so ein bisschen schwankt, ja, aber unser Partnerbetrieb baut so viel Kopfkohl an, dass wir da noch nie einen Engpass für Sauerkraut hatten. Aber dass wir selbst einen Engpass mit den Tomaten für das Sugo haben, das ist schon so. Liegt aber eben auch daran, dass wir von der Infrastruktur her begrenzt sind von den Gewächshäusern. Wir bräuchten eigentlich ein bis zwei Gewächshäuser mehr, haben wir aber nicht, ja. Und das ist so der eine limitierende Faktor: Wie viel Rohmenge hast du eigentlich zur Verfügung, weil wir wollen ja nicht anonym beim Großhandel zukaufen, sondern das müssen ja von uns oder von den Partnerbetrieben nach Absprache erzeugte Tomaten und so weiter sein. Das ist der eine Punkt und der zweite Punkt ist einfach die Kostenstruktur. Unser Gemüse ist einfach absurd teuer, weil wir bauen in überwiegender Handarbeit an mit Leuten, die ja auch überdurchschnittlich gut bezahlt werden. Das heißt, wir haben im Vergleich zu gewerblichen Betrieben eine sehr schlechte Quote von Handarbeit versus maschineller Arbeit und diese Zu-viel-Handarbeit ist auch noch sehr teuer. Das heißt, das ist doppelt unlukrativ, was wir da tun betriebswirtschaftlich. Wir machen sie aus ideellen Gründen. Ja, also es würde sich jetzt für uns sehr, sehr viel besser rechnen, wenn wir

Tomaten aus Spanien einkaufen würden. Dann wären wir eine Food-Coop, aber sind wir ja nicht. Wir sind eine Solawi und wir wollen ja das, was wir essen, selbst erzeugen. Das führt aber dazu, dass halt unsere Tomaten oder grundsätzlich unsere Erzeugnisse kalkulatorisch sehr teuer sind und wenn du jetzt aus sehr teuren Tomaten auch noch Tomaten-Sugo kochst, ja oder aus sag ich mal verhältnismäßig teurem Kraut, wobei das preislich günstiger ist als die Tomaten, das auch noch weiterverarbeitest, dann hast du ja noch einen Aufwand für die Weiterverarbeitung. Dann hast du noch einen Aufwand für die Verpackung beispielsweise, ja. Seit dem Angriffskrieg der Russen auf die Ukraine haben sich die Glaspreise fast verdoppelt. Früher war das Verpackungsmaterial für unser Sugo mehr oder weniger in der Kalkulation nicht sichtbar gewesen, da hat halt irgendwie in der Menge, die wir da kaufen an Gläsern, Glas irgendwie 20ct gekostet und jetzt kostet es halt 40 Cent und das macht sich kalkulatorisch schon bemerkbar. Wenn du dir überlegst, dass du keine Ahnung, du sagst halt irgendwie der Wareneinsatz und die Verpackung kostet bei uns ein Glas Sugo 3,80 oder 4,00€ ja, und du würdest im Vergleich den Wert von 4€ Tomate im Sommer roh in die Ernteanteile legen. Dann ist das sicherlich der bessere Deal für die Haushalte, weil du einfach mehr von rohen, frischen Tomaten für 4€ im Ernteanteil hättest, als eingekocht im Glas mit Deckel dann im Winter. Wenn du im Supermarkt, ich weiß nicht, was ein Glas Sugo kostet, zwischen wahrscheinlich 69 Cent im Discounter und 2,99 Euro qualitativ hochwertiges Bio-Sugo im Supermarkt oder so, da wird die Spanne sein, so round-about. Wenn du dir als Haushalt überlegst: Kauf ich mir Sugo für zwei, drei Euro im Supermarkt oder für vier Euro im Ernteanteil, sind wir so in der Planung, dass wir sagen, naja der vom Wert bessere Deal für die Mitglieder ist die frische Rohware, weil der Mehrwert, den du eben durch die sogenannte Veredelung in Form der Weiterverarbeitung in das Produkt reinbringst, das klingt alles sehr technisch und betriebswirtschaftlich, aber so musst du es in gewisser Form ja auch betrachten, der steht nicht oder kaum im Verhältnis und auf der anderen Seite hast du trotzdem eine diesnt Not im Spätwinter bzw. Vorfrühling, in dieser Phase, in der wir jetzt sind, einfach auch gute Ernteanteile zu bestücken, ohne, dass es halt jede Woche nur Kartoffeln, Karotten, Pastinaken und Zwiebeln gibt, sondern du willst ja auch da eine gewisse Abwechslung reinkriegen. Aber wenn ich jetzt, ich bleib mal bei dem Tomaten-Sugo, weil da kann man es am Deutlichsten sehen: Wenn ein Glas Tomaten-Sugo vier Euro kostet und du legst in der einen Woche dieses Glas mit in den Ernteanteil, dann ist ja der Wert dieses Ernteanteils weit überdurchschnittlich und das kannst du nur dadurch kompensieren, dass du halt über drei, vier Wochen dann unterdurchschnittlich viel im Ernteanteil hast. Sonst funktioniert es ja einfach kalkulatorisch nicht, weil du kannst ja nicht mehr Geld ausgeben, als du hast. Und wenn du das was du hast an Geld aufteilst auf alle Kalenderwochen und aufteilst auf alle Ernteanteile, dann macht es ja total Sinn, dass du das sozusagen gleichmäßig verteilst, damit die Mitglieder über das gesamte Jahr eine ähnliche wertige ErnteanteilsKiste bekommen. Das macht ja wenig Sinn, dass man sagt: „Ja wir legen dir jetzt ein Tomaten-Sugo und Sauerkraut rein und dafür kriegst du aber jetzt nächste Woche keine Kiste.“ Aber es rechnet sich halt kalkulatorisch nicht ne, so. Das sind dann alles so Überlegungen rund um diese Weiterverarbeitung, deswegen,

weil du gefragt, hast: Was sind denn so die Knackpunkte bei der Weiterverarbeitung und das sind so diese zwei Aspekte: Erstens überhaupt die Rohwarenverfügbarkeit und das zweite ist einfach, dass es sich finanziell kalkulatorisch nur mittelgut darstellen lässt. Wenn du jetzt eine kleine Solawi bist, ja, und du hast da irgendwie zehn Leute, die sich mal an einem Samstag hinstellen und da ein paar Töpfe Tomaten-Sugo einkochen, dann schlägt diese betriebswirtschaftliche Betrachtung natürlich nicht so durch, weil da geht es ja um kaum signifikante Mengen und die Leute haben dann noch beim Einkochen Spaß und alles ist super, aber so funktioniert es bei einer gewissen Größenordnung ja nicht, also es fängt ja schon damit an, ach ja, da fällt mir ein: Eingelegte Zucchini haben wir auch gemacht. Wir haben Zucchini in Salzlake eingelegt. Das fällt mir deshalb ein, weil da ist beim Einmachen, ist bei einer Teilmenge, hat was offensichtlich nicht ganz gut funktioniert und ein Drittel dieser eingelegten Zucchini hat angefangen zu schimmeln. Und das musst du halt auch immer so mitbedenken. Wenn dann irgendwie ein paar Mitglieder ehrenamtlich am Samstag stehen und dann kochen die 200 Gläser Tomaten-Sugo ein und ein Teil davon verschimmelt dir, weil irgendjemand in die Deckel reingefasst hat oder weil die beim Abfüllen nicht schnell genug waren und es halt nicht mehr sprudelnd kochend abgefüllt wurde oder was weiß ich warum, ja. Das Ding ist halt nicht total steril gewesen, und dann schimmelt dir das halt. Dann ist es ärgerlich, ja, dann ist es ärgerlich, aber dann hast du von den 200 Gläsern halt irgendwie 40, 50 Gläser verloren, okay. Wenn du aber 4000 oder 5000 Gläser machst, dann redest du da halt echt schon von größeren Mengen. Du redest da von mehreren Tonnen Tomaten, die dann da eingekocht werden und wenn du halt sagst: „Ja hier ein Kilo Tomaten ist preislich irgendwie sag ich mal bei 2,50-3€ ja, und du verarbeitest eine Tonne davon, dann bist du halt bei 2500 - 3000 € einfach nur Produktwert.“ Wenn dir das dann kaputt geht, dann hast du halt mal n paar 1000€ mal kurz in die Tonne getreten. Und das ist auch so eine Überlegung, warum wir gesagt haben, wir kochen das jetzt in der Größenordnung in der wir sind nicht mehr den selbstorganisierten auf Mitarbeit basierenden Einkochrunden ein, sondern wir geben das an einen externen Produzenten, der einfach dafür garantiert, dass das hygienisch, lebensmittelrechtlich sauber ist und wenn dann auch mal was kaputt geht, haftet er dafür, weil wir ihn ja dafür bezahlt haben, dass er einfach hygienisch arbeitet. Und all diese Überlegungen hast du natürlich in einer durchschnittlich großen Solawi nicht. Die sagen halt: Ja unser Tomaten-Sugo hat halt leider nicht funktioniert und dann sagen alle: „Oh, ist schade“, und schon ist es kein Thema mehr. Bei uns ist es dann schon so die Frage, was machst du denn jetzt mit 1000 Gläsern eingelegter Zucchini? Da steht dann nämlich ein Mitarbeiter einen halben Tag und macht die per Hand auf und schüttet die per Hand auf den Kompost. Also das ist ja auch wieder ein halber Arbeitstag, der dir a) an Arbeitskraft woanders fehlt und den du b) bezahlen musst, nur um das zu entsorgen, was du da irgendwie fabriziert hast. Das sind bei uns einfach Größenordnungen und Überlegungen, die da reinspielen, die sehr unromantisch sind und sich vielleicht sehr technisch und sehr operationalisiert anhören, aber das ist halt Fakt bei uns.

I: Wie sind denn die Beziehungen zu euren Partnerbetrieben oder wie würdest du die beschreiben?

B2: Also im Großen und Ganzen würde ich sagen gut bis sehr gut und vertrauensvoll. Aber das schwankt natürlich auch, also es gibt Partnerbetriebe mit denen arbeiten wir seit dem ersten Tag von uns, also seit 13 Jahren zusammen. Und in denen gab es beispielsweise schon eine Generationsfolge. Wir haben uns gegründet in einer Gärtnerei, wo wir als Solawi zu Gast waren, also so das klassische Solawi-Konstrukt, ja. Eine Gruppe von Verbraucher*innen tut sich mit dem Erzeuger zusammen und dann sind wir ja irgendwann selbst Erzeuger geworden, dadurch, dass wir einen Eigenbetrieb gekauft haben und so weiter. Aber als wir uns gegründet haben, waren wir so eine klassische Solawi und in dem Betrieb, in dem wir da waren, gab es auch einen Hofladen und in dem Hofladen wurden eben schon Produkte verkauft von Betrieben, die jetzt unsere Partnerbetriebe sind, das heißt, diesen Hofladen den gab es schon seit 30 Jahren und der Inhaber der Gärtnerei hat also mit diesen Partnerbetrieben seit 30 Jahren zusammengearbeitet und wir haben diese Zusammenarbeit übernommen und arbeiten jetzt auch schon seit 13 Jahren mit denen zusammen. Das heißt, es gibt in irgendeiner Form eine Zusammenarbeit und Abnahme über einen Zeitraum von 43 Jahren und in diesen Betrieben gab's eben auch schon einen Generationswechsel und wir arbeiten mit der jungen Generation auch wieder zusammen. Und bei solchen Betrieben, besteht da natürlich nochmal eine ganz andere Verbundenheit. Der eine ist auch Genossenschaftsmitglied bei uns. Das ist der, bei dem wir am Anfang die ersten Jahre die Kartoffeln bezogen haben, weil obwohl wir Kartoffelkombinat heißen, hatten wir keine eigenen Kartoffeln und der hat uns dann beigebracht, wie man Kartoffeln produziert. Das heißt der hat aktiv daran mitgewirkt, dass wir keine Kartoffeln mehr bei ihm kaufen. Ne, also das würdest du normalerweise da draußen in einem klassischen Wirtschaftssystem nicht finden, dass ein Erzeuger seinen Kunden beibringt und er weniger Umsatz macht. Sondern jeder hat eigentlich das Interesse möglichst viel zu verkaufen. Aber das ist eine andere Basis, wir gehen da anders miteinander um und er findet es super, was wir machen und deswegen hat er uns eben gezeigt, wie das geht. E sind so 5, 6 Partnerbetriebe, mit denen wir zusammenarbeiten. Die verstehen schon, dass sie selbst auch ganz viel davon haben mit uns zusammenzuarbeiten, weil wir eben nicht so drauf sind, dass wir uns das Gemüse beim Billigsten zusammenkaufen, sondern uns geht es sehr, sehr stark um langfristige, vertrauensvolle Kooperationen. Dann adressieren die natürlich auch solche Themen an uns nach dem Motto, ja wenn du jetzt die Tomaten bei uns nimmst, dann musst du bitte auch die Zucchini nehmen, weil sonst funktioniert es in deren Fruchtfolge nicht. Wenn wir immer nur die eine Kultur nehmen, dann müssen sie ja schauen, wie sie durch die Fruchtfolge andere Kulturen, die sie auch anbauen müssen, weil sonst funktioniert es halt nicht, anderweitig vermarktet kriegen. Und im normalen Handelskonstrukt ist es halt so, dass der eine Erzeuger der Lieferant für die Kultur A ist und für die Kultur B hast du einen anderen Lieferanten. Und bei uns ist es eben so, dass wir sagen, wir setzen uns im Herbst mit unseren Partnerbetrieben hin und besprechen, welche Kulturen in welchen

Mengen wir im kommenden Jahr brauchen, welche davon wir gerne selbst anbauen würden und dann können die sich überlegen, welche von den übrigen Kulturen können sie für uns noch machen. Und ganz oft gibt es dann eben eine Mischkalkulation, dass wir sagen, ja okay, wir machen ich sag mal vereinfacht gesagt, es ist dann tatsächlich sehr kompliziert, aber vereinfacht gesagt: „Wir machen die Hälfte unserer Tomaten, du machst die andere Hälfte der Tomaten, und weil wir dir dafür ja auch noch die Zucchini abnehmen müssen, machen wir auch für uns nur die Hälfte der Zucchini.“ Dann macht jeder Betrieb die Hälfte von einer Kultur A, die Hälfte von einer Kultur B, dann passt es für uns, dann passt es für den. Ja. Und das gibt es natürlich mit einer Handvoll Erzeugern und sehr, sehr, sehr vielen Kulturen, dann ist es ein relativ komplexes Konstrukt, aber alle haben was davon, ja. Wir wissen, wir werden gut versorgt. Die wissen sie haben eine Abnahmegarantie, sie haben eine Preisgarantie und sie müssen sich anders als im herkömmlichen Handel nicht überlegen, wie man sozusagen die undankbaren Kulturen unterkriegt, weil wir uns nur die Rosinen rauspicken. So musst du dir das vorstellen, wie wir da mit den Partnerbetrieben zusammenarbeiten.

I: Klingt richtig gut.

B2: Ja ist auch ganz viel Raum noch Optimierung, aber es ist sicherlich besser als Standard 0815. Aber man kann es noch deutlich cooler machen, aber es ist halt auch ein Prozess für uns.

I: Also jetzt sind ja schon 40 Minuten rum. Aber ich hätte noch drei Fragen. Hast du noch Zeit?

B2: Ja, ich versuche mich kurz zu halten.

I: (lacht) Okay. Was ich mich noch frage: Hast du Ideen, wie man diese Probleme überwinden könnte, sodass mehr Gemüse verarbeitet werden kann also generell auf die Solawi-Bewegung bezogen oder meinst du eher, dass es das gar nicht braucht, weil es eben diese Hemmnisse gibt und dass eher andere Angebotserweiterungen wie Käse sinnvoller wären als Gemüseweiterverarbeitung?

B2: Also ich glaube bei, ich versuche mal abstrakt zu antworten, ja. Ich glaube bei weiterverarbeitungsintensiven Items, nenn ich das jetzt mal, musst du das entweder in einem sehr kleinen Maßstab machen, sodass die Produktivität keine Rolle spielt. Also so wie ich es vorhin schon gesagt habe, ne. Also wenn du eine kleine Solawi bist und alle stellen sich dahin und machen mit. Da wird wenig Produkt verarbeitet, du brauchst wenig Arbeitskraft und der Output spielt keine große Rolle, sondern das Gemeinsam-machen ist sozusagen das Ziel. Da kannst du das machen oder wenn du das in einem sehr großen Maßstab super effizient machst. Also maschinell, ja. Da stehst du nicht mit Kittelschürze am Sugotopf und rührst mit einem Löffel im Kreis ja, und schmeckst dreimal ab, sondern das wird in einem großen Kochkessel maschinell gerührt, also wenig Arbeitseinsatz, hoher Output und das Verhältnis von wie viel Produkt und wie viel Geld und Zeit steckst du hinein im Verhältnis zum Output ist einfach ein sehr Professionelles. Und alles, was da zwischendrin stattfindet, ist glaube ich sehr schwierig, weil du dauerhaft, das ist meine Erfahrung, das kann an anderen Orten ganz anders

sein, ja, weil du dauerhaft ein zu schlechtes Input-Output-Verhältnis halt von wie viel Wert steckst du rein und wie viel kriegst du raus und wie viele Leute brauchst du ehrenamtlich und zwar verlässlich, die müssen ja an dem Tag dann auch da sein und können jetzt nicht sagen: „Ja da hab ich jetzt aber den 70. Geburtstag von meiner Tante vergessen“ oder: „Mein Kind ist krank“ und plötzlich steht da nur noch die Hälfte der Leute, ja. Weil, wenn du das nicht auf so einer ganz kleinen Flamme machst, oder bei einem professionellen Weiterverarbeiter, dann musst du dich ja in eine Gastroküche einmieten beispielsweise, ja du musst es ja lebensmittelhygienisch schon auf einem hohen Level halten, also musst du dich in eine geflieste Edelstahl-Gastro-Küche einmieten und wenn dir dann nur noch die Hälfte der Leute kommt, dann musst du entscheiden: Produziere ich jetzt nur noch die Hälfte von dem, was ich eigentlich wollte, oder produziere ich doppelt so lang. Aber wenn jetzt diese Küche beispielsweise nicht doppelt so lang belegt werden kann, weil du nur einen bestimmten Slot gebucht hast, dann kannst du nur noch die Hälfte produzieren. Aber der Initialaufwand, den du hattest, um das vorzuorganisieren ist ja nicht halb so viel deswegen, sondern den Initialaufwand den hast du ja trotzdem bei 100% und dann hast du schon die ganze Rohware dahin gebracht und also aus meiner Perspektive ne, also wenn wir 4 Tonnen Tomaten verarbeiten beispielsweise, die musst du ja erstmal von A nach B bringen, ja, du fährst nicht mal eben 4 Tonnen Tomaten von A nach B, sondern da brauchst du einen Transporter und dann fährt der mehrfach und dann müssen da auch noch die Gläser hin und so weiter. Also zusammengefasst: Man macht es entweder ganz klein macht oder professionell groß. Weil alles zwischendrin hat halt total viele Probleme.

I :Und was hältst du von so einer Verarbeitungsküche nach CSX-Prinzipien? Also denkst du das könnte ein guter Mittelweg sein für mittelgroße Solawis?

B2: Da kenne ich das Konzept zu wenig. Da müsstest du mir kurz ein bisschen Hintergrund sagen.

I: Zum Beispiel, dass es eine Küche gibt und Leute, die das von dort aus organisieren würden, also entweder die Küche bereitstellen, oder selbst etwas verarbeiten und Solawis können dort ihr Gemüse hinbringen oder hinbringen und selbst verarbeiten.

B2: Also finde ich prinzipiell n interessanten Ansatz. Würde sich sicherlich lohnen das mal so als Pilotprojekt zu probieren. Aber ich vermute, dass sich das nicht rechnet ja und auch das klingt jetzt wieder total unromantisch, aber, Dinge, die sich nicht rechnen, funktionieren dauerhaft nicht. Das ist der Punkt dahinter. Solange du engagierte Leute hast, die da Lust draufhaben, funktioniert das, aber warum sollte jemand, denn dauerhaft sage ich mal hobbymäßig ehrenamtlich Sachen für andere einkochen. Ja es muss sich ja für den in irgendeiner Form, sag ich jetzt mal in einfacher Form in Form eines Jobs und eines Gehalts lohnen das zu tun. Und dann muss er dann ja auch entsprechende Preise verlangen und da stelle ich mir das schwierig vor, dass du da so eine Auslastung von so einer Küche hast, dass sich das einfach trägt. Wenn Solawis noch einen Zusatznutzen von dieser Location haben,

dann kann ich mir das schon vorstellen, klar, aber das ist ja vermutlich eher die Ausnahme als die Regel aus der du ein Konzept für viele Orte machen kannst.

I: Wie geht es bei euch weiter mit Gemüseverarbeitung? Ihr behaltet die Kooperationen, die ihr habt und plant es weiterhin in eure Ernteanteile ein?

B2: Genau. Also, wir würden es auf dem Level so weiterlaufen lassen, wie es halt ist. Ideen und Wünsche haben wir viele. Wir haben ganz viele Ideen in der Schublade, die wir da herausziehen könnten, für ganz viele weitere Dinge. Aber es ist halt auch bei uns so, dass die Nachfrage seitens der Haushalte eher übersichtlich ist. Ja, das heißt, wir sind jetzt im dritten Jahr genauso groß wie vorher mitgliedermäßig und schaffen es gerade so, die, die austreten wieder nachzubesetzen. So und deswegen wir stagnieren so vor uns hin und in so einer Phase ist es dann am Ende auch nicht so, dass wir die finanziellen und die personellen Mittel haben in irgendwelche neuen Projekte investieren zu können, sondern unsere Herausforderung ist den Laden so über Wasser zu halten, wie er halt läuft und es passt und das machen wir glaube ich ganz gut, aber da sind jetzt keine Spielräume für irgendwelche weiteren Experimente.

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

- Keine Fragen von beiden Seiten
- Beide Seiten bedanken und verabschieden sich]

Rückfrage per Mail:

I: Habt ihr auch mal darüber nachgedacht selbst einen Verarbeitungsbetrieb als Betriebszweigerweiterung für Gemüseerzeugnisse zu errichten?

B2: Nur als Idee, aber nie ernsthaft geplant. Zu aufwendig, zu ineffizient für unseren Bedarf.

Anhang E: Transkript Interview B3

Interview B3 am 18.02.2025 um 9:00

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

- Begrüßung
- Informationsaustausch über Bachelorarbeitsthema
- Abfrage Datenschutzbestätigung und zeitliche Kapazitäten]

I: Warum hast du begonnen mit der Losseküche?

B3: Ich habe von 2014 bis 2018 bei einem Samenbau-Betrieb gearbeitet und die haben Gärtnerei gemacht, eben nur für Saatgut. Das Problem ist dabei: Du verkaufst das Saatgut und hast dann aber nachher die Früchte, die du nicht verkaufst, weil du willst ja gar nicht Gemüse verkaufen, sondern Saatgut und daraus entstand die Idee das Gemüse dann zu verarbeiten, weil die Gärtnereien das nicht selber geschafft haben. Und außerdem haben wir hier mehrere kleine Gärtnereien drum herum in Kassel und der Region, die nicht biozertifiziert sind, aber so Market Gardening machen. Und genau, also es gab mehrere Saatgutbetriebe, es gab Solawis und es gab kleine Gärtnereien und es gab aber nicht die Kapazität, in den Gärtnereien das Gemüse zu verarbeiten, also jedenfalls nicht in dem Maße in dem Gemüse angefallen ist. Und ich habe mich dann selbstständig gemacht 2018 und habe einfach eine Kooperation angefangen mit diesen unterschiedlichen Gärtnereien. Die Idee ist dann immer: Die Gärtnereien bringen mir ihr Gemüse und ihre Kräuter, teilweise auch Linsen und kriegen dafür dann Aufstriche zurück. Manchmal ist es auch so, dass sie die in Rechnung stellen. Die Aufstriche geht zur Hälfte in die Solawi oder bzw. Abos und die andere Hälfte, weil es gar nicht so viele Anteile gibt, die verkauft werden, die gehen in so kleine Mitgliederläden, die eben auch nicht biozertifizierte Ware nehmen können. Also alle Produkte die ich verarbeite, sind meistens Bio der eben unkonventionell angebaut und ich bestelle auch beim Bio-Großhandel alles was nicht Gemüse ist, also Salz und Gewürze und so weiter. Die sind alle biozertifiziert. Aber ich selbst lasse mich nicht biozertifizieren. Das war der Anfang. Also eigentlich Samenbau.

I: Was waren die ersten Schritte? Du hast dich selbstständig gemacht, was musstest du noch beachten?

B3: Genau, ich musste ein Gewerbe anmelden. Wenn man ein Gewerbe anmeldet, muss man unterscheiden zwischen Standortgewerbe oder man ist unterwegs und dadurch, dass ich ein

Standortgewerbe habe, also wir hier eine vom Veterinäramt abgenommene Küche haben, wo ich produzieren kann, war das ein Vorteil, weil du dann als Selbstständige, die du keine Angestellten hast, bist du dann automatisch in der BGM Berufsgenossenschaft für Nahrungsmittel, musst nix dafür bezahlen, bist aber unfallversichert darüber. Genau, das ist ein großer Vorteil. Dann bin ich Kleinunternehmerin gewesen am Anfang, das heißt ich durfte nicht über einen Umsatz von 22 000 Euro kommen, was ich eh nie gekommen bin und konnte Rechnungen schreiben, die umsatzsteuerfrei sind, das war für die Läden und Solawis sehr attraktiv. Genau das musste man beachten. Dann meldest du dich beim Finanzamt an, also kriegst eine Steuernummer auf das Gewerbe. Achso, du musst dann noch bei der Industrie- und Handelskammer angemeldet sein, genau und dich dann auch selbstständig krankenversichern. Also ich bin nicht privat versichert, sondern konnte in der gesetzlichen bleiben. Das sind Sachen, die man dann entscheiden muss als Selbstständige: Gehst du dann auch in die Rentenkasse, willst du Arbeitslosenversicherung bezahlen? Dadurch, dass ich so unglaublich wenig verdient habe am Anfang habe ich das erstmal nicht gemacht und seit einem Jahr bin ich jetzt angestellt, das ist ein bisschen kompliziert jetzt, bin ich bei einer Genossenschaft angestellt und da sind mehrere Selbstständige drin, die sich über die Genossenschaft anstellen, also wir sind alle selbstständig und arbeiten so, sind aber angestellt, das heißt die Genossenschaft zahlt unsere Rente, Arbeitslosenversicherung und Krankenversicherung und so weiter. Und das Geld müssen wir aber einbringen. Also es ist ein bisschen kompliziert jetzt. Der Vorteil ist, ich kann krank sein und kriege von der Krankenkasse Krankengeld, was vorher nicht möglich war. Das sind zwei verschiedene Modelle, für die man sich entscheiden kann. Also ich bin nicht bei der Solawi angestellt und war es auch am Anfang nie, sondern habe der Solawi eine Rechnung geschrieben, dem Solawi Verein.

I: Wie gestaltest du die Produkte und Preise?

B3: Also vom Aussehen sehen alle Produkte gleich aus, es ist kompliziert, alle Aufstriche sind in 140 Gramm beziehungsweise 165 Milliliter Gläsern, manchmal auch 200 Milliliter, und es gibt es ja zwei verschiedene Kategorien, einmal die, die an die Läden gehen, da sind die Gläser alle gleich; die Deckel sind alle gleich und diese Gläser kaufe ich ein, weil ich muss immer auf die Etiketten draufschreiben wie viel Gramm darin ist. Das muss ich ja abwägen und wenn ich anfangen würde mit Second-Hand-Gläsern umzugehen, also mit Gläsern, die unterschiedlich wiegen, das wäre richtig kompliziert beim Einfüllen der Aufstriche. Deshalb sind alle Gläser, die an die Läden gehen, werden eingekauft. Alle Gläser, die an die Solawi oder an die freien Abos gehen, sind Secondhandgläser, da ist das Prinzip, dass die Leute ihre Aufstriche bekommen und die leer essen und mir leer und ausgewaschen zurückgeben und ich sterilisiere die und fülle die neu ab, da schreibe ich auch drauf wie viel da drin ist, meistens ist da aber mehr drin, weil die größer sind, 180 Gramm Gläser oder so. Das heißt, es gibt zwei Kategorien und auch die Gläser, die im Laden sind, haben ein sehr schickes Etikett, das ist schwarz meistens oder bunt, es ist ein Selbstkleber, das Etikett fällt nicht ab, man kriegt es

aber auch nicht gut ab und alle Gläser die über die Solawi gehen, sind so Spucketiketten, die sehr leicht wieder abgehen, die du mit Wasser ankleben kannst. Jetzt verändere ich gerade die Etiketten, die sind jetzt aus Grasfaser, mit Leim angebracht, die sind ökologischer, es kostet weniger, und die sehen aber auch nicht so wahnsinnig schick aus. Die im Laden sollen schick aussehen, bei Solawi geht es um günstig produzieren, dafür haben die Leute aber auch mehr Inhalt. Das sind zwei verschiedene Vermarktungsstrategien. Die Produktpalette ist sehr groß, weil ich meistens immer erst eine Woche vorher weiß, was ich in der nächsten Woche produziere, weil es immer nur Überschüsse sind, die ich verarbeite und ich auch nur weiß, diese Woche verarbeite ich Palmkohl, ich weiß nicht, was ich nächste Woche als Überschuss bekomme. Auch daher ist es sehr flexibel und dadurch kann ich aber manche Dinge nicht so langfristig planen, also weiß ich nicht, ob ein größerer Betrieb möglich wäre. Aber für Solawi würde es sehr gut passen. Der Mittwoch ist Produktionstag und ich weiß am Dienstag bekomme ich Gemüse oder hole das ab. Dann habe ich dann auch die Zutaten dafür, die ich noch so brauche.

I: Wie ist es mit den Preisen?

B3: Bei der Solawi ist es so, dass ich aus den Erfahrungswerten des Jahres davor weiß, wie viel Kosten ich hatte insgesamt, also Krankenversicherung, Sozialabgaben, also ich berechne die Kosten für die Küche nur Pi mal Daumen, das kann ich gar nicht genau sagen, wie viel Wasser und Strom et cetera ich verbrauche, könnte ich schon, aber es wäre so kompliziert, daher berechne pro Produktionstag eine Pauschalsumme. Dann ist da ein Stundenlohn drin, den ich auf Mindestlohn mache und die Kosten, die ich habe vom Gemüse beziehungsweise was in dem Aufstrich dann drin ist und daraus ergibt sich dann der Bietpreis. Das ist ein bisschen bescheuert, weil der Bietpreis ist sehr hoch für sehr wenige Gläser. Also jetzt als Beispiel letztes Jahr hatte ich vierzig Anteile. Das sind pro Produktionstag 40 Gläser für die Solawi, ich muss aber damit es sich überhaupt lohnt auf 60, 70 Gläser kommen. Und bei 40 Gläsern wäre der Bietpreis 14,35 Euro für zwei Gläser pro Monat für einen Anteil. Dann würde jedes Glas zirka 7 Euro kosten. Das ist für viele ja viel zu viel und aber wenn ich 80 Gläser hätte als Anteil dann würde jedes Glas schon etwas weniger kosten, das gebe ich auch so in die Solawi rein. Den Preis bei den Läden mache ich meistens so, dass ich mir angucke, ok was ist da drin, also Walnüsse sind sehr teuer. Ich versuche den Aufstrich unter 5 Euro zu kriegen, weil über 5 Euro wird kaum gekauft. Ich versuche immer im Laden einen Aufstrich sehr günstig anzubieten, sehr günstig, also ich verkaufe Aufstriche zum Beispiel für 3,20 Euro an den Laden und die müssten nochmal 25% aufschlagen, weil Handelsware und dann kostet der trotzdem im Laden also ja genau das versuche ich immer, dass ich einen Aufstrich dahingebe, der günstig ist und einen, der den fairen Preis hat. Das ist etwas kompliziert. Es kommt nur hin, wenn man ordentlich viel produziert und nicht zu wenig produziert. Und Glas ist total teuer geworden, als ich angefangen habe, habe ich 50 Cent für Glas und Deckel bezahlt und jetzt bezahle ich fast einen Euro.

I: Und wie läuft deine Arbeitswoche ab? Hast du verschiedene Standbeine?

B3: Mittwochs ist Produktionstag, das heißt, ich hole dienstags das Gemüse in der Gärtnerei ab und produziere dann fast den kompletten Mittwoch und dann kommen die Gläser erstmal ins Lager und einmal im Monat gehen die Gläser dann in die Solawi. Das heißt, meistens etikettiere ich einmal im Monat an einem Donnerstag alle gemeinsam, schreibe den Newsletter für die Teilnehmer*innen, was das für Gläser sind, woher das Gemüse kam, was das Besondere daran ist und so weiter und dann liefere ich auch den Donnerstag das Gemüse an eine Abholstelle, von wo aus der Transport stattfindet zu den Abholstellen in Kassel. Das findet am Freitag oder Montag statt. Genau und irgendwann in der Woche bestelle ich auch die anderen Zutaten, alle drei Monate die Gläser. Immer, wenn ich Anteile abliefere, nehme ich die Gläser mit, das ist sehr flexibel. Nur der Produktionstag und das Etikettieren ist fest. Bei den Läden ist es unterschiedlich, da bestellen die dann 30 Gläser alle zwei Monate und dann etikettiere ich auf deren Bestellung hin.

I: Und was meintest du mit Catering?

B3: Das ist nicht Teil der Losseküche. Ich koche auch für Seminare und mache Catering, aber das ist eigentlich ein anderer Betriebszweig.

I: Wie war das am Anfang, du hattest die Gärtnereien als Abnehmer*innen und das war sicher und dann musstest du auch ein Netz aufbauen, um eine Mindestanzahl haben, um genügend Gläser weggeben zu können?

B3: Einerseits war die Solawi gut bestückt. Die Solawi hat zwei Gärtnereien als Kooperationen, also ist eine Mehr-Hof-Solawi und Eier und Honig waren vor mir schon darin und dann kam ich mit den Aufstrichen und dann kam ein Brotkollektiv. Das war von Anfang an in der Solawi angelegt - es gab auch Käse und Wurst - dass diese Solawi viele Produkte haben soll. Und dann war es so, dass wir abgefragt haben, ob, also eigentlich war die Idee: Es gibt diese Einkochküche und die Gärtnereien bringen ihr Gemüse dahin und ich produziere auf einen Stundenlohn und das Gemüse geht einfach zurück in die Solawi. Und das wollten ganz viele Mitglieder gar nicht, weil sie ihr Gemüse selbst verarbeiten wollten, oder meinten, sie produzieren Aufstriche selbst und dann haben wir gesagt: „Okay, das ist ein Extraanteil und man kann entscheiden, ob man zusätzlich zum Gemüse Aufstriche oder Brot oder Eier haben möchte.“ Und also als Vergleich: Gemüseanteile gibt es 200 und gerade gibt es von den Aufstrichen nur 30 Anteile und ich habe aber gesagt, dass ich erst bei 40 Anteilen anfangen und das hat bis jetzt auch immer gut hingehauen. Am Anfang waren es glaube ich nur 25 Anteile dann ist es gestiegen auf 40, dieses Jahr müssen wir gucken, ob das wieder klappt. Das war

das sichere und dann habe ich angefangen mir Privat-Abos an Land zu ziehen. Also ich habe dann Mundpropaganda gemacht. Es gab so ein veganes Mitbring-Buffer immer einmal im Monat in der Stadt, wo ich Werbung gemacht für private Abos und Leute haben VHS-Kurse von mir besucht. Also es ist nicht viel, gerade so 15-20 private Menschen, die Abos haben und das Netzwerk, das verändert sich auch jedes Jahr. Was immer fest ist, ist die Solawi Kassel und Umgebung und dann gab es ein Jahr, es gibt noch eine andere Solawi in Kassel, bei der hatten wir ein anderes Prinzip gehabt. Die hatten das Prinzip dass die gesagt haben: „Wir haben so viele grüne Tomaten, mache daraus doch ein Chutney. Wir geben dir die Tomaten und du gibst uns die Chutneys zurück.“ Die haben eine Rechnung geschrieben und haben die eingekochten Tomaten an die Mitglieder gegeben in die Ern-teanteile ohne es abzufragen. Da sind sie wieder rausgegangen, weil das war zu teuer. Das haben sie auch mit Sauerkraut auch gemacht. Genau das Prinzip sind wir gerade auch am Überlegen mit einer anderen Solawi in Waldeck, also in der Region. Es gibt mehrere Solawis mit anderen Prinzipien, da muss man gucken, was passt, was passt nicht. Ich verkaufe meine Produkte nicht weiter als 100 Kilometer, Göttingen war mal das weiteste, das war für die Marktschwärmerei. Kennst du das? Das ist ein digitaler Bauernmarkt und kommt aus Frankreich. Da kann man wie bei einer Coop Sachen bestellen und dann kriegt man das vom lokalen Produzenten oder Gärtnerei an einem Tag, wo sie es dann abholen. Genau also es gibt so verschiedene Strategien und ich habe das ausprobiert und festgestellt: Das eine funktioniert, das andere funktioniert nicht. Und der Vorteil bei mir ist: Es gibt einerseits in Kassel ein tolles Netzwerk, das heißt Nearby, das ist eine Seite. Hast du die schon gefunden? Kann ich dir schicken. Die versuchen Produzenten und Konsumenten mehr miteinander zu verbinden. Dann hatte ich aber schon ganz viele Kontakte, weil ich in einer Kommune lebe und da haben wir ein großes Kommunennetzwerk mit anderen Kommunen. Und ich hatte in der Gärtnerei gearbeitet und daher kannte ich schon viele Gärtnereien und Produzent*innen. Also das ist schon viel ein Netzwerk, das schon da war.

I: Und wie ist es mit dir so als Person alleine, überlegst du ob noch eine andere Person dazu-
kommt?

B3: Ich hatte schon mehrere unterschiedliche Phasen. Ich hatte eine Phase, wo ich gesagt hatte, ich würde das lieber zu zweit machen, weil glaub ich bin zu zweit viel kreativer, ich schaffe es auch viel mehr Dinge umzusetzen, weil so eine Küche kann ja total gut ausgebaut werden, es muss ja nicht nur produziert werden, man kann Netzwerkarbeit machen, Workshops anbieten, Öffentlichkeitsarbeit machen. Es gab eine Frau, die mit mir zusammen drei Monate eingesprungen ist, die Förderanträge gemacht hat und Netzwerkarbeit machen wollte. Aber das Problem ist, also wir haben das, was reingekommen ist an Geld, und das ist aber zu wenig gewesen für sie und für mich war ganz klar ich konnte diese Selbstständigkeit nur machen, weil ich mein Geld mit anderen teile, also gemeinsame Ökonomie mit anderen mache, da war mir ganz klar, dass in den ersten drei Jahren der Betrieb durch

die Arbeit von anderen Leuten finanziert wird, aber sie brauchte auf alle Fälle einen Job und ist dann wieder rausgegangen. Und mir ist auch aufgefallen, ich habe diese Bäckerei als Kollektiv ganz lange mitgemacht und habe eine Kommune als Kollektiv, ich habe genug Leute mit denen ich ganz viel besprechen muss und es ist ja wirklich ein Mini-Betrieb, den ich habe und da dann noch Zeit für eine Besprechung zu haben, da hab ich gemerkt, dass es für diesen Betrieb gerade nicht passt. Es passt nur in dem Moment wo klar wird, es gibt richtig viel Bedarf, wir produzieren doppelt so viel, wie ich jetzt produziere, dann würde es Sinn machen. Bis jetzt ist es immer so, dass Leute manchmal Mittwoch vorbeikommen, die mithelfen. Da gibt es eine Person, die regelmäßig jeden Mittwoch kommt, einfach weil sie Lust hat zu quatschen und das ist total nett, und es macht total viel Spaß und es erzeugt auch weniger Stress, weil wir mehr Pausen machen können und schnell sind und es ist aber auch so: Ich plane nur so viel wie ich alleine auch schaffe, weil ich mich auf die Person nicht verlassen kann, ob die krank ist oder nicht krank ist, ob die da ist oder nicht da ist.

I: Ist das eine Person aus deinem Wohnumfeld?

B3: Das ist unterschiedlich, die Person, die regelmäßig kommt, ist aus dem Wohnumfeld. Dann gab am Anfang eine Person, eine Freundin, die Lust hatte sich zu treffen und es gibt aber immer Leute, die mal eine Führung mitgemacht haben bei mir, die gesagt haben: „Oh das interessiert mich total, ich habe Lust aus meinem Job rauszukommen und mit zu produzieren.“ Aus der Solawi nicht, aber wenn wir so große Aktionen haben, wo klar ist, dass schaffe ich alleine nicht, an zwei Tagen hintereinander mit 60 Kilogramm Tomaten oder 100 Kilogramm Kohl zu verarbeiten, dann frage ich immer Leute an und es gibt viele Leute, die sagen, sie haben richtig Lust und dann sind wir zu Zweit oder zu Dritt. Aber das ist eher punktuell und dann ist es auch aus der Solawi.

I: Nehmen Behördenkommunikation und Dokumentationspflichten viel Zeit ein?

B3: Nee eigentlich nicht, ich habe keine Kapazitäten für Förderanträge. Ich habe mal einen Antrag für einen Innovationspreis geschrieben, weil ich wusste, das ist sehr wahrscheinlich, weil es kaum Bewerber*innen gab, aber sonst habe ich dafür keine Zeit, das mache ich nicht und bezüglich der Behörde nimmt es auch eigentlich kaum Zeit. Es gibt das Veterinäramt, das kommt einmal im Jahr und kontrolliert mich, das ist total nett, die haben mich am Anfang gut unterstützt was Etiketten anging. Nee Behördenzeit gibt es eigentlich nicht viel. Also einmal im Jahr die Steuer abgeben ans Finanzamt. Ich habe mich dazu entschieden so wenig Dokumentation wie möglich zu machen, was bedeutet, dass ich mich nicht biozertifizieren lasse, dass ich meine Produkte regional, also nicht weiter als 99 Kilometer verkaufe und dass ich keine Angestellten habe.

I: Und warum lässt du dich nicht biozertifizieren?

B3: Also das hat zwei Gründe. Zum einen haben wir hier nicht so viel Lagerkapazitäten. Ich kaufe nur Bio ein, anscheinend würde es auch funktionieren, aber meine Ware müsste getrennt sein von der Ware, die sonst noch so verarbeitet wird von den Leuten, die hier so essen. Der eigentliche Hauptgrund war, dass ich auch Gemüse von Gärtnereien aus der Region teilweise nehme, die nicht Bio sind, aber zum Beispiel Market Gardening machen oder nachhaltigen biologischen Anbau, aber sich das finanziell gar nicht leisten können. Diese Zertifizierung ist ja gar nicht so teuer, aber das muss auch erstmal reingeholt werden und um von denen auch was zu bekommen oder zum Beispiel Umstellungsware. Ich habe jetzt zum Beispiel die letzten Jahre voll viele Linsen bekommen, die der Bauer verkaufen konnte, weil er die Linsen auf einem Umstellungsacker angebaut hat. Das heißt, es ist noch nicht biozertifiziert, aber schon Bio-Ware, aber der Boden ist noch nicht darauf vorbereitet. Und jetzt liegen tonnenweise Linsen in seinem Lager, die er eigentlich wegschmeißen kann und damit das nicht passiert, möchte ich mich nicht biozertifizieren lassen. Und ich kommuniziere das trotzdem an die Mitglieder, also dass es Umstellungsware ist.

I: Ist es möglich auf Bedürfnisse von Mitgliedern einzugehen, obwohl die Produkte abhängig von der Verfügbarkeit der Überschüsse sind?

B3: Ganz wenige Leute melden sich bei mir, die bestimmte Bedürfnisse haben und am Anfang gab es aber manchmal sowas wie: „Sonnenblumenkernöl wäre blöd, weil es so scheiße ist wegen Omega-6.“ (Lacht). Und dann habe ich versucht zu recherchieren und bin schon darauf eingegangen, weil ich das Gefühl hatte es geht um Beziehungen, auch um Beziehungen zu pflegen und dann habe ich abgewogen: Okay, Sonnenblumenkernöl ist halt günstiger, Rapsöl schmeckt in Aufstrichen nicht und es ist nicht gut es so hoch zu erhitzen, Olivenöl ist gar nicht mehr leistbar oder nur teilweise in diesen Aufstrichen, und dann habe ich das zurück kommuniziert, was möglich ist und was nicht. Jetzt in diesem Monat gab es eine Anfrage, ob ich nicht Aufstriche ohne Knoblauch produzieren kann, weil ganz viele dort kein Knoblauch essen und dann habe ich darauf hingewiesen, dass die meisten Aufstriche nicht mit Knoblauch sind und es nur Zufall war, dass in der Januarausgabe zwei mit Knoblauch waren. Bei der Ausgabe im Februar werden es wieder zwei ohne Knoblauch. Das schon, da kann ich schon drauf eingehen und ich freue mich total darüber und ich freue mich voll, wenn Leute sagen: „Ich mag das und das“, aber natürlich mögen viele nur den Kürbis-Walnuss oder Karotte-Walnuss, aber da müssten Leute bereit sein 20 Euro mehr zu bezahlen, also es ist viel zu teuer Bio für so ein Glas, das ist eine Kommunikationsfrage. Oder auch so etwas variabel zu sein und zu sagen: „Ja, ich gehe auf die Wünsche ein, aber nicht komplett.“

I: Und wie ist es so mit den Beziehungen zu den Gärtnereien? Was ist das für eine Art der Zusammenarbeit?

B3: Ich glaube vor allem ein sich-Gegenseitig-kennen-und-wertschätzen. Also es ist klar, wir kennen uns, wir haben teilweise schon zusammen auf dem Acker gearbeitet. Also es ist auch so ein: Wenn die Solawis sagen, sie brauchen Leute bei der Erntehilfe, dass ich mich da schon mehr verantwortlich fühle als meine Mitbewohnis dahinzugehen und auch zu gucken und zu helfen und teilweise das Gemüse auch mitzunehmen, was nicht in die Kisten kommt und gleich in die Küche zu bringen, also ja es hat schon viel mit Wertschätzung zu tun gegenseitig zu wissen, was die Arbeit ist, dass die wissen wie aufwändig es ist in der Küche zu stehen und dass ich weiß wie aufwändig es ist auf dem Acker zu sein, vom Saatgut bis zum Kohl. Dann freuen die sich einfach ganz viel, dass da aus ihrem Gemüse noch etwas gemacht wird, was sie verkauft bekommen, genau und das ist natürlich auch Wertschätzung, dass ich dann auch bereit bin Rechnungen zu bezahlen, wenn sie keine Aufstriche haben wollen.

I: Was würdest du sagen funktioniert nicht so gut, wo gibt's oder gab es Schwierigkeiten?

B3: Also nicht so gut hat teilweise funktioniert, es ist jetzt besser, aber die Logistik war nicht so toll. Dadurch dass ich ja so kleinteilig bin war das manchmal...Einerseits bin ich abhängig davon, dass die Logistik zu den Abholstellen funktioniert, ich bringe die Aufstriche zu einer Stelle und von da aus wird verteilt und wenn dann eine Person nicht richtig aufmerksam ist und die Aufstriche irgendwo vergisst oder später dahin bringt, dann fällt es nicht auf die Person zurück, sondern auf mich, dass dann eine Kundin oder Solawi-Mitglied sauer ist, dass ihre Aufstriche nicht an Ort und Stelle waren und dass die teilweise auch abgesprungen sind teilweise weil die Aufstriche zu spät kamen. Also da so ein Vertrauen hinzukriegen und zu sagen: Okay, sie machen alle Sachen besten Gewissens und das passiert, aber schade mein Kunde ist jetzt weg so, also das war manchmal etwas frustrierend und dann eben auch hinzubekommen: Lohnt es sich jetzt für diese paar Aufstriche in die Stadt zu fahren oder kann ich das noch bündeln, also was muss von hier auch noch in die Stadt oder was kann aus Kassel zurück. Also da nicht nur sich selbst auf dem Schirm zu haben, sondern die anderen Betriebe auch teilweise mit. Das funktionieret manchmal auch ganz gut mit so Kinderschulfahrten. Das ist viel Organisationsaufwand, so verschiedene Stränge und verschiedene Betriebe mitzudenken. Und was am Anfang auch nicht gut funktioniert hat ist: Die Aufstriche werden mitgeliefert an die Abholstellen wo das Gemüse auch ist und meistens wird dieses frischgehalten durch nasse Baumwolltücher und dann das Vertrauen zu haben, dass das Brot und die Gläser nicht nass werden wegen der Etiketten. Das war auch sehr schwierig, also ich bin einmal mitgefahren auf der Tour, um mir die Fallstricke mit anzugucken. Und dann auch zu kommunizieren: Okay, das funktioniert so nicht, ich mache noch eine Papiertüte um die Aufstriche und den Newsletter rum, dass der auch noch lesbar ist, wenn der dann ankommt. Es ist gut zu vertrauen, dass die anderen das hinkriegen, aber es ist auch gut das nochmal zu kontrollieren und zu schauen: Okay, nee, die haben so viele Dinge auf dem

Schirm, die können auch nicht noch die Aufstriche auf dem Schirm haben. Ich glaube das ist anders, wenn eine Person das Auto fährt, die auch in der Küche steht und weiß: Hey, da haben wir so viele Stunden verbracht, die Etiketten sollen auch lesbar sein am Schluss. Ich glaube das ist eine spannende Frage für Solawis, die Sachen produzieren, also unterschiedliche Dinge: Wie kriegen wir das gut hin, dass der Abholraum für alle Produkte trocken und kühl ist von dort wo losgefahren wird, das muss trocken und kühl und nicht zu nass fürs Brot sein. Da sind wir auch noch sehr am herumexperimentieren und gucken.

I: Gibt es finanzielle Herausforderungen?

B3: Es ist immer ein Jahr fest und jetzt haben wir im Februar die Bietrunde gehabt und ab 1. März fängt die neue Saison an und ich habe noch nicht alle Mitglieder, also es fehlen noch zehn Anteile. Wenn ich die nicht vollkriege, produziere ich nicht weiter. Das lohnt sich nicht. Ich bin sehr hoffnungsvoll, dass das noch klappt, weil wir 200 Anteile haben. Da ist noch Potenzial nach oben und es gibt auch Leute, die mich aus Berlin unterstützen, einer hat eine Doku von mir gesehen und möchte mich finanzieren und gibt mir 30 Euro im Monat und dann weiß ich: Diese 30 Euro kann ich in die Anteile mit reinrechnen. Und trotzdem ist es so, dass im Laufe des Jahres, zum Beispiel gab es 2023 eine krasse Inflation, dass ich mit den Bietpreisen reingegangen bin, das hat nicht funktioniert, weil die Lebensmittel unglaublich teuer geworden sind. Daher ist dann der Bietpreis im nächsten Jahr krass gestiegen. Wenn ich Glück habe wird es dieses Jahr günstiger und dass dann mehr bei rumspringt, aber das ist so, also ich meine, ich bin so ein Mini-Mini-Betrieb, daher ist es nicht dramatisch alles und ich habe auch nicht so krasse Investitionskosten daher ist es alles im grünen Bereich und trotzdem ist noch nicht klar, ob ich dieses Jahr weitermache.

I: Wie kann professionelle Verarbeitung von Gemüse im Kontext von Solidarischen Landwirtschaften in Deutschland aussehen und gelingen?

B3: Meine Antwort wäre erstmal, dass Solawis so aufgestellt sein müssten, dass sie von den Mitgliedern getragen werden, also das klar ist: Die Mitglieder wollen diese Solawi und nicht die Gärtnerei will ihre Kunden. Ich glaube das ist ein sehr großer Unterschied bei vielen unterschiedlichen Solawis und dass das zu einer Solidarität hin mit Gärtnereien viel besser funktioniert, es wirklich so ein gemeinsames Ernteteil ist und dass daraus auch kommen muss: Die Mitglieder wollen, dass Gemüse verarbeitet wird oder sie wollen es selbst gerne professionell verarbeiten oder sie sind eine AG die das verarbeitet, weil das Prinzip von Solawi ist ja Ernte teilen und eigentlich gibt es ja gar keine Überschüsse in der Solawi, also zu sagen: Ich verarbeite Überschüsse von einer Solawi macht ja nur dann Sinn, wenn die Mitglieder wollen, dass ihre Überschüsse extern verarbeitet werden. Das heißt, es muss von den Mitgliedern getragen werden und gewollt sein, dass sie sagen: „Ich habe richtig

Lust, dass wir Sauerkraut haben und ich habe auch Lust das zu organisieren“, oder die Gärtnereien oder eine Küche bietet das an: „Hey, habt ihr Lust, dass wir das machen, dass wir das organisieren?“ und dann heißt es aber auch: „Dann braucht ihr euch eure Aufstriche nicht mehr beim Bioladen kaufen und wir machen transparent, was es dann kostet und was ihr bereit sein müsstest zu investieren insgesamt.“ Also ich glaube dieses Zusammenspiel zwischen Mitgliedern und Betrieb muss sehr eng sein, weil sonst kommt es zu einer Produzenten-Konsumenten-Schiene. Und das ist sehr brüchig, das Modell, das ist immer wieder ein Kampf: Kriege ich meine Anteile voll, wollen die Leute das überhaupt, ist das sinnhaft? Also ich meine, wir haben 2024 ein Jahr gehabt, was überhaupt gar keine Überschüsse produziert hat, weil es super nass war, es war ein sehr später Sommer, also es war kalt, die Aussaat musste drei-mal verfolgen, weil das Saatgut erfroren ist im Boden, es gab keine Überschüsse, kaum Rote Bete und dann braucht es auch keine Überschussproduktionswerkstatt, auch weil Lagerhäuser größer werden, wo man Wurzeln länger lagern kann. Dann ist die Frage: Wofür brauchen wir denn Versorgung von Aufstrichen, wenn ich frisches Gemüse habe, das viel reichhaltiger ist, als es im Aufstrich verarbeitet ist oder eingekocht ist. Ich glaube das muss sich die Solawi als Verein fragen, was ist nachhaltig, was ist zukunftsorientiert. Ich finde Sauerkraut viel zukunftsorientierter, weil da ja durch die Verarbeitung viel mehr Mineralstoffe, Probiotika und so weiter geschaffen wird durch die Verarbeitung. Das ist ja bei Aufstrichen nicht so, da geht ja viel verloren beim Einkochen. Also ich glaube dieses Konzept, da muss viel Bildungsarbeit gemeinsam passieren: Was will man, wie will man versorgt sein.

I: Und wenn Gemüse extra für Aufstriche angebaut werden würde?

B3: Wenn Mitglieder das wollen, wenn sie eigene Aufstriche haben wollen. Ich meine, ich denke immer: Aufstriche gibt es ja wie Sand am Meer. Braucht es das wirklich? Aber bei Sauerkraut zum Beispiel ist es so. Bei uns in der Solawi wird der Kohl dafür angebaut. Also es geht viel Kohl in Solawis aber so viel Kohl können die Leute gar nicht essen und es wird dann richtig viel Sauerkraut hergestellt, richtig lecker. Das machen auch leider nur die Gärtnereien aber das wäre auch etwas, das total gut abgegeben werden kann an die Mitglieder oder an einen Betrieb.

I: Du meinst Gemüseverarbeitung passt besser zu Solawis ohne viel Serviceorientierung?

B3: Nee, also ich glaube es ist stabiler, wenn Leute aus ihren eigenen Werten heraus sagen: „Boah ich will das gerne haben“ und ich glaube ist das langfristig sicherer. Bei diesem Service-Ding ist sobald irgendwas nicht funktioniert, zum Beispiel das Etikett ist nass, dann ist der Konsument sofort weg oder die sagen: „Diesen Monat war der Aufstrich aus Bohnen und das mag ich gar nicht, dann kaufe ich lieber wieder im Supermarkt.“ Das ist sicherer, aber ich glaube, wenn man gemeinsam als Solawi entscheidet, Service ist auch okay, und erreichbar für mehr Menschen. Ist ja auch spannend,

also ich meine, dann würde ein Zugang zu Kommunikation auch sein: Was bedeutet denn eigentlich produzieren? Es entstehen Lernerfahrungen, was ja auch Menschen empowert, also dieses ganze Mitmachen-können, ist ja schon sinnhaft und auch bedürfnisorientiert. Ich würde nicht sagen, dass das eine besser ist, aber für den Betrieb selbst ist es halt herausfordernder. Also können sie das auch leisten ständig zu kommunizieren: Warum kommen die Sachen nicht bei der Abholstelle an? Was ist daran sinnhaft, dass da noch Erde am Gemüse ist, aber die Leute wollen das eigentlich nicht so? Es bedeutet mehr Kommunikation und Zeit. Und ist so eine Kosten-Nutzen-Frage: Möchte man mehr Mitglieder und mehr Arbeitszeit zur Kommunikation oder geht es gar nicht so um Wirtschaftlichkeit, sondern mehr um ein Bildungsprogramm, was ich hier schaffen möchte, also das ist vielleicht auch so die Frage, wie ist der Betrieb aufgestellt.

I: Und was meinst du ist der Mehrwert für Gemüseweiterverarbeitung für Solawis, aber auch für ein alternatives Ernährungssystem?

B3: Ich glaube auf der Ernährungsebene kann man gesundheitlich argumentieren und sagen: „Dadurch, dass wir ganz viel selbst im Betrieb machen, können wir entscheiden, welche Zutaten da reinkommen, es sind weniger oder keine Konservierungsstoffe drin.“ Man kann auch eventuell mehr auf die Wünsche der Konsumenten eingehen. Ich finde diesen ganzen Logistik-Kram total spannend, wirklich durchzudenken und reinzurechnen, dass zum Beispiel viele Abgase und Benzin gespart werden. Das ist klimamäßig sehr spannend, weil ich ja auch mit dem E-Lastenrad das zum Beispiel oft mache. Wir wissen woher die Zutaten kommen, wir kennen die Beziehungen die dahinterstecken, ich esse so einen Aufstrich und weiß wie viele Ressourcen wie Wasser und Sonne darin stecken und kenne auch die menschlichen Ressourcen und kann das auch wertschätzen, also Wertschätzung auch dafür, dass wir es gemeinsam produzieren. Ich glaube dahinter steckt auch etwas Psychologisches, sich nicht mehr alleine zu fühlen, weil hinter dem Aufstrich ein Netzwerk steckt. Wir kennen die Beziehungen, die dahinterstecken mit Menschen und Pflanzen. Das ist ja auch schon gesundheitsfördernd. Ja und Selbstbestimmung. Das ist schon ein Wert, wenn Leute wirklich Interesse haben mitzumachen jeder ist da willkommen, es ist ja eine offene Küche ne, jeder kann entschließen da mitzumachen, lernen, Wissen weitergeben und selbstbestimmt sagen ich habe eine Idee und wenn Ideen da sind, können Leute die auch voll gerne einbringen. Selbstbestimmung ist auch ein großer Aspekt.

I: Was ist für dich der Sinn hinter der Losseküche?

B3: (Lacht). Die Frage stelle ich mir auch jeden Tag. Hm, wo ist der Sinn. Ich glaube einerseits für mich geht es um Beziehungsarbeit, darum solidarische, nachhaltige, feste Strukturen zu schaffen, die Krisenzeiten überstehen. Und das funktioniert durch viel Kommunikation. Ich glaube auch diese Biozertifizierung, das macht bei mir keinen Sinn, weil das Zertifikat dafür da ist, dass Leute die mich

nicht kennen, sehen: Das ist ein Biobetrieb. Dadurch dass die Aufstriche nur an Leute gehen, die irgendwie wissen, was die Losseküche ist und darauf vertrauen, dass es geile Produkte sind, brauche ich das nicht, weil keine externe Prüfung benötigt wird. Und wenn Leute mir nicht vertrauen, dann können sie in die Losseküche kommen und es sich anschauen. Es geht um Beziehung, nicht unbedingt ums persönlich kennen, sondern wenn gerade Erntefest ist bei der Solawi, und Solidarität und Krisenzeiten gemeinsam gestemmt werden, das ist für mich sinnhaft und da ist das Produkt ganz ehrlich Nebensache. Ich finde Brot sinnhafter, das ist nahrhafter als ein Aufstrich aber Aufstriche verarbeiten ist halt cool, weil Überschüsse verarbeitet werden. Beziehungen und Stabilisierung und Nachbarschaft im Sinne von sich zum Aufstriche herstellen verabreden, um sich zu treffen, ich glaube darum geht es. In Beziehung gehen gemeinsam, sich mitbekommen. Deshalb ist es auch cool, wenn Leute das erstmal abgeben zum Beispiel an die Losseküche, aber es ist auch schön das zusammenzumachen. Man könnte auch sagen, es ist ein Forschungslabor oder ein Experimentierraum, der entsteht.

I: Wie fühlt es sich an, dass du nicht weißt, ob und wie es weitergeht?

B3: Also für mich ist das okay oder passt, also ambivalent, weil auf der einen Seite mache ich das schon seit sechs Jahren und muss nicht immer neu von vorne anfangen, und ich weiß, wie es funktioniert, ich bin an dem Punkt wo ich denke ich gebe VHS-Kurse und das macht total Spaß, und das ist total sinnfrei jetzt wieder was Neues zu machen. Ich will mich ja nicht wieder einarbeiten bei einem neuen Job. Gleichzeitig, dadurch, dass ich Geld mit anderen Menschen teile, bin ich nicht davon abhängig, dass ich noch einen Job mache und man könnte sagen: Dann ist es so, dann braucht es die Welt wahrscheinlich nicht, diese Aufstriche, wenn dazu die Leute kein Interesse haben, dann frage ich mal die Solawi oder woanders: „Ja was wollt ihr denn, was braucht ihr denn?“, oder ich suche mir einen anderen Job, also ich habe eigentlich auch etwas anderes studiert, also ich glaube dadurch, dass ich nicht von dem Job abhängig bin, sondern andere Menschen das gut abpuffern können, fühlt es sich leicht und experimentierfreudig an. Aber sinnhafter wäre, wenn ich dabeibleiben würde, würde ich sagen, ja.

[Hier folgt ein Abschnitt, der inhaltlich nicht direkt zum Thema passt und daher in Stichworten zusammengefasst ist:

- Keine Fragen von beiden Seiten
- Beide Seiten bedanken und verabschieden sich]

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und nur die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Hamburg, den 28.06.2025

