

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
DEPARTEMENT LIFE SCIENCES AND FACILITY MANAGEMENT
INSTITUT FÜR UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN

City Farming – Urbane Landwirtschaft im städtischen Raum

Fallstudien zum Beitrag urbaner Landwirtschaft zur städtischen
Gesellschaft und zum städtischen Raum



Hans Wydler und Lea Egloff

Mai 2020

Projekt im Rahmen der COST-Action „Urban Agriculture Europe (TD1106)“

unterstützt vom

Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBF

Dank

Das *Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI)* hat die Mittel für dieses Forschungsprojekt im Rahmen der Internationalen Kooperation „COST European Cooperation in Science & Technology“ zur Verfügung gestellt (COST Action TD1106 „Urban Agriculture Europe“). Wir danken für diese Unterstützung.

Hans Wydler
Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen
ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement Life Sciences und Facility Management
Grüental, Postfach, CH-8820 Wädenswil

Tel. +41 58 934 55 39 / Mobile +41 79 261 39 75

Fax. +41 58 934 59 11

E-Mail: hans.wydler@zhaw.ch

Internet: www.zhaw.ch/iunr/

Wädenswil, 13.05.2019

Bemerkungen zur verwendeten Sprache

Männlich-weibliche Doppelformen werden im folgenden Bericht frei gehandhabt mit dem Ziel, dass die Lesbarkeit nicht an dieser Frage leiden soll. Aus dem Kontext erschliesst sich, ob die weibliche oder männliche Form gemeint ist. Nicht immer wird indirekte Rede verwendet, wenn Inhalte der Befragten wiedergegeben werden. Dies soll zu einer schlankeren Formulierungsweise beitragen.

Anonymisierung

Alle Personennamen im Bericht wurden anonymisiert. Bei Ortoloco und den UrbanFarmers handelt es sich um die tatsächlichen Organisations-/Betriebsnahmen; die beiden anderen Betriebsnamen wurden im Bericht durch ein Pseudonym ersetzt.

Vorgeschlagene Zitierweise:

Wydler, Hans und Egloff, Lea (2020). City Farming – Urbane Landwirtschaft im städtischen Raum. Fallstudien zum Beitrag urbaner Landwirtschaft zur städtischen Gesellschaft und zum städtischen Raum. Wädenswil, Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen, ZHAW (Bericht).

Zusammenfassung

Die Schweizer Landwirtschaft und ihre Betriebe stehen vor Herausforderungen in Bezug auf Wirtschaftlichkeit, Ernährungssicherheit und -Souveränität sowie auf Ökologie. Die Frage, inwieweit diese Aufgaben vom ländlichen Raum entkoppelt werden können sowie die Fokussierung auf die Frage, welche multifunktionalen Leistungen Urbane Landwirtschaft (LW) erbringen kann, bilden den Kern der Fragestellungen dieses Projektes.

In vier qualitativen Fallstudien wird untersucht, auf welche Weise verschiedene Betriebe zur ökologischen Produktion von Nahrungsmitteln und Stadternährung beitragen und welche weiteren positiven oder negativen externen Effekte mit verschiedenen Formen von urbaner LW verbunden sein können. Der Fokus der vier Fallstudien liegt dabei auf der sozialen und gesellschaftlichen Dimension von Nachhaltigkeit, in Bezug auf die Unternehmungen, wie auch auf ihr städtisches Umfeld. Das Projekt geht der Frage nach, inwiefern Sozialkapital mit unternehmerischem Erfolg verbunden ist. Ein weiterer wichtiger Fragekreis beschäftigt sich mit der Rolle von Werten und Überzeugungen für die Entwicklung der Betriebsstrategien.

Methodisch stehen neben der Dokumentenanalyse v.a. qualitative Leitfadeninterviews mit Vertretenden der Betriebe sowie mit Kunden/Besuchenden dieser Betriebe im Vordergrund. Die Interviews wurden transkribiert und inhaltsanalytisch ausgewertet. In den Interviews wird zunächst eine Systemperspektive der Betriebe erfasst. In einer zweiten Interviewrunde wird der Fokus auf die normative und prozedurale Dimension gelegt. Mit einer Fokusgruppendifkussion wurde eine Diskussion und Vertiefung der Ergebnisse angestrebt. Bei zwei der untersuchten Fälle handelt es sich um traditionelle Familienbetriebe im städtischen Raum, bei den beiden anderen Fallstudien handelt es sich um „neue“, nicht-konventionelle Betriebs- und Organisationsformen (die z.B. auch keine Betriebe im Sinne des Landwirtschaftsgesetzes darstellen).

In den vier beschriebenen Fällen wird eine Vielfalt kreativer und nachhaltiger Betriebsstrategien entwickelt. Die eher traditionellen Betriebe haben sich der näher gerückten Stadt angepasst, die neu ansässigen Bauern gewinnen im Rahmen von Stadt eine kontrastierende Eigenart und Identität und zeigen eine innovative Anpassung an das neue Umfeld. Die beiden neuen, nicht konventionellen Betriebe sind in der Stadt entstanden und sind Ausdruck urbaner Kultur.

Alle Betriebe weisen ein hohes Mass an positiven sozialen Externalitäten auf. Die sozialen Aspekte sind den Betreibenden äusserst wichtig, die aktiven Stadtbauern finden in den sozialen Aspekten Befriedigung und setzen diese auch gezielt für die Betriebsentwicklung ein. Alle vier Betriebe stellen Beispiele dar, die stark von Werthaltungen geprägt sind. Das soziale Gefüge der Betriebe korrespondiert mit diesen Werthaltungen. Nachhaltigkeitslösungen, wie sie für den Betrieb gefunden worden sind, werden von den befragten Personen auch für die Lösung der gesellschaftlichen und globalen Herausforderungen vorgeschlagen. Die Betriebe fühlen sich durch die Rahmenbedingungen des Agrarsystems, sowie der Bau- und Zonenordnungen, eher gehemmt, als gefördert. Es fehlt eine regionale Landwirtschaftspolitik im Sinne einer urbanen LW-Strategie (oder einer Strategie für das städtische Ernährungssystem insgesamt).

Keywords: Urbane Landwirtschaft, Multifunktionalität, Sozialkapital, Werte und Überzeugungen, Nachhaltigkeit, Unternehmensstrategien, Innovation, Externalitäten.

Inhalt

Abkürzungen	vi
1 Einleitung	1
1.1 Vorverständnis von urbaner Landwirtschaft	2
1.2 Urbaner Raum	3
1.3 Fragestellungen der Studie	5
2 Theoretische Grundlagen und verwendete Konzepte	8
2.1 Das Konzept von Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung.....	8
2.2 Gesellschaftliche Bedingungen einer multifunktionalen Landwirtschaft	12
2.3 Sozialkapital.....	15
2.4 Werte und Überzeugungen führen zu einer Vielfalt von Formen urbaner Landwirtschaft.....	24
2.5 Landschaft durch Landwirtschaft gestalten	24
3 Forschungsanlage und Methoden	26
3.1 Basisbefragung	27
3.2 Qualitative Leitfadenterviews.....	27
3.4 Fokusgruppendifkussion	30
3.5 Analyse der Leitfadenterviews.....	30
4 Ergebnisse	32
4.1 Betriebsspiegel	32
4.2 Betriebsportraits.....	33
4.3 Fokusgruppendifkussion	89
5 Synthese	98
5.1 Sozialkapital.....	99
5.2 Bedeutung von Überzeugungen und Werten für die Betriebsgestaltung und Strategieentwicklung	108
6 Diskussion.....	119
6.1 Einleitung.....	119
6.2 Entscheidungen: Individuelle und betriebliche Ebene	120
6.3 Sozialräumliche Ebene (Gemeinschaft, Quartier, Stadt)	122
6.4 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen (Politik, Wirtschaft, Recht).....	122
6.5 Schlussfolgerungen in Bezug auf notwendige Veränderungen, Felder mit Transformationsbedarf, Massnahmen.....	123
7 Schlussfolgerungen.....	127
Literatur.....	132

Verzeichnis der Bilder.....	136
Verzeichnis der Tabellen.....	136
Anhang A – Einstiegsfragenkatalog.....	137
Anhang B – Betriebsspiegel.....	140
Betriebsspiegel Rütihof.....	140
Betriebsspiegel Meierhof.....	142
Betriebsspiegel ortoloco.....	144
Betriebsspiegel UrbanFarmers.....	146
Anhang C – Interviewleitfäden.....	148
Leitfaden Systemperspektive.....	148
Leitfaden Kurzinterviews.....	151
Leitfäden prozedurale und normative Dimension.....	152

Abkürzungen

AP	Agrarpolitik
BAG	Bundesamt für Gesundheit der Schweizerischen Eidgenossenschaft
BFS	Bundesamt für Statistik
BLW	Bundesamt für Landwirtschaft
BTS	Besonders Tierfreundliche Stallhaltung
COST	European Cooperation in Science and Technology
CSA	Community Supported Agriculture
FiBL	Forschungsinstitut für biologischen Landbau
GSZ	Grün Stadt Zürich
GDI	Gottlieb Duttweiler Institut
HAFL	Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften, Zollikofen
KMU	Kleine und mittlere Unternehmungen
KTI	Kommission für Technologie und Innovation
LW/lw	Landwirtschaft/landwirtschaftlich
LwG	Landwirtschaftsgesetz
NH	Nachhaltigkeit
ÖV	Öffentlicher Verkehr
RAUS	Verordnung über den regelmässigen Auslauf von Nutztieren im Freien
RISE	Response-Inducing Sustainability Evaluation
SAFA	Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems
SAKE	Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (Erhebung des BFS)
SILC	Statistics on Income and Living Conditions (Erhebung des BFS)
SK	Sozialkapital
UA	Urban Agriculture
UL	Urbane Landwirtschaft
WWF	World Wide Fund for Nature
ZHAW	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

1 Einleitung

Ursprünglich (und in erheblichem Masse bis in die 1950er Jahre des letzten Jahrhunderts) war die Landwirtschaft stark auf die Versorgung der nahegelegenen Städte ausgerichtet. Produktion, Verarbeitung und Vermarktung waren wesentlich kleinräumiger strukturiert als dies heute der Fall ist. Danach löste sich die Landwirtschaft zunehmend von diesem räumlichen Bezug. Produktion, Verarbeitung und Vermarktung differenzierten sich und wurden zunehmend industrialisiert und intensiviert. Die Direktvermarktung verlor bis Ende des letzten Jahrhunderts an Bedeutung. Im Zuge von zunehmendem Preisdruck nimmt der Anteil Betriebe mit Direktvermarktung seit den 1990er Jahren wieder zu (Daten des BFS STAT-TAB: 2010 - 7084, 2013 - 8413 und 2016 - 11'358 Betriebe mit Direktvermarktung).

Das Thema der Sozialen Dienstleistungen in der LW stellt ebenfalls ein altes Thema dar, das gegenwärtig in der Schweiz verstärkt Beachtung findet (Wydler, Stohler, Christ, & Bombach, 2013b). Ursprünglich war die Beschäftigung entfernter Verwandter, auch die Pflege der Altbauern verbreitete Form von Integration (Planck, 1974). Heute finden soziale Aktivitäten professionalisiert und mit modernen Konzepten in vielfältiger Weise in der Urbanen LW statt. Die Rahmenbedingungen haben sich aber grundlegend gewandelt.

Die Schweizer Fruchtfolgeflächen liegen zu einem grossen Teil in einem relativ schmalen Band zwischen den zentralen alpinen Regionen und dem Jurabogen im Norden des Landes. Dieser Streifen war in den letzten Jahren einem intensiven Urbanisierungs-, wie auch Suburbanisierungsdruck ausgesetzt (Jaeger, Schwick, Bertiller, & Kienast, 2008). Dieser Siedlungsdruck hat zu einer massiven Reduktion der Fruchtfolgeflächen geführt:

„Die Siedlungsflächen im Gebiet der West-, Zentral- und Nordschweiz sind in rund drei Jahrzehnten (1982–2015) um 31% gewachsen. Ihr Anteil an der Gesamtfläche stieg dadurch von 7,9% auf 10,3%. ... Die Landwirtschaftsflächen haben in den beobachteten Landsteilen von 1982 bis 2015 pro Jahr durchschnittlich um 2320 Hektaren abgenommen. Ihr Anteil an der Gesamtfläche sank dadurch von 44% auf 41% (BFS Bundesamt für Statistik, 2019a).“

Der Prozess der Versiegelung von Landwirtschaftsland ist weiterhin im Gange. Das revidierte Raumplanungsgesetz soll dieser Entwicklung entgegensteuern. Gedanklich ist diese Entwicklung stark an die Vorstellung gebunden, dass sich die Stadt in die landwirtschaftlichen Fruchtfolgeflächen einfrisst, so dass diese für die Produktion von Nahrungsmitteln nicht mehr nutzbar sind. Die umgekehrte Perspektive, inwiefern Landwirtschaft sich im städtischen Gebiet halten und allenfalls neue Formen der Verbreitung finden kann (Lohrberg, 2012), findet in der Öffentlichkeit, in verschiedenen sozialen Bewegungen immer mehr Beachtung und wird zunehmend beforscht (Lohrberg, Lička, Scazzosi, & Timpe, 2016).

Obwohl der städtische Raum Landwirtschaftsflächen zunehmend verdrängt, blüht diese noch immer oder sogar neu im städtischen Raum auf. Landwirtschaft wird bis anhin stark als Aktivität wahrgenommen, die vorwiegend in ländlichen Regionen stattfindet. Allgemein haben Betrachter das Bild einer Polarität von städtisch und ländlich. Eine Definition von Agglomeration, wie sie das BFS vorlegt, zeigt aber, dass Landwirtschaft zu einem grossen Anteil in städtischen der Agglomeration oder in deren weiteren Peripherie stattfindet (vgl. Abbildung 1). Neben der Perspektive, dass die Urbanisierung zunehmend Landwirtschaftsland versiegelt, kann auch die Perspektive eingenommen werden, dass Landwirtschaft (potentiell) in der Stadt

an Bedeutung zunimmt. Die städtische Bevölkerung benötigt möchte sich zunehmend mit frischen und ökologisch produzierten Produkten aus der Region ernähren gleichzeitig möchten diese Menschen sich in einem grünen Naherholungsraum erholen – die verschiedenen Ansprüche stellen neue Herausforderungen an die Landschaft.

1.1 Vorverständnis von urbaner Landwirtschaft

Im *Memorandum of Understanding der COST TD1106 "Urban Agriculture in Europe UAE"* wird der Gegenstand „Urban Agriculture“ folgendermassen umrissen: *“Urban Agriculture is a subject of global interest that addresses two global challenges: production of healthy food and sustainable development of resilient cities”* (COST TD1106, 2011), S. 3). In der Cost Action werden diese Zusammenhänge auf Grund empirischer Resultate vertieft und im europäischen Rahmen verglichen. Es scheint zielführend zu sein, die Förderung von Ernährungssicherheit und -souveränität, mit den Notwendigkeiten von ökologischen Aufwertungen, der Förderung von Biodiversität sowie der Aufwertung zu qualitativ gutem Lebensraum in einer regionalen, urbanen Perspektive zu vereinen. Dabei kann noch nicht auf einem ergiebigen Wissensgrund aufgebaut werden. Daher werden empirische Fallstudien entwickelt und im Rahmen der COST Action UAE im europäischen Quervergleich diskutiert. Im vorliegenden Forschungsprojekt *City Farming* werden vier Schweizer Fallstudien von Urbaner Landwirtschaft (UL) betrachtet. Der Rahmen der COST bot die Möglichkeit, Vergleiche zu Betrieben und Rahmenbedingungen von UL in anderen europäischen Ländern anzustellen (vgl. Schlussbericht: (Lohrberg et al., 2016).

UL stellt einen heterogenen Gegenstand dar. UL ermöglicht einen Vergleich von Unternehmungen, bei denen es sich zum Teil um traditionelle landwirtschaftliche Familienbetriebe in der Stadt handelt, zum Teil um innovative Start-ups, die kaum in den Genuss von öffentlichen Direktzahlungen und Subventionen kommen. Auf eine allgemeingültige Definition dessen, was unter urbaner LW zu verstehen ist, kann heute nicht zugegriffen werden (Velten, Leventon, Jager, & Newig, 2015). In verschiedenen Ländern und Weltregionen wird sich wesentlich unterscheiden, was unter UL begriffen wird. Reicht es für einen UL-Betrieb im Perimeter einer Stadt zu liegen oder sind hier weitere Kriterien gefragt (wie z.B. ein Selbstverständnis im Sinne der UL aufzuweisen)? „Traditionelle“ Bauern, deren Betrieb im städtischen Raum liegt, werden sich selber kaum als City-Farmer wahrnehmen oder gar selbst so bezeichnen. Für die Arbeit braucht es eine minimale Klärung dessen, was unter UL begriffen werden soll. Es wird vorgeschlagen, folgende Elemente als Aspekte von UL aufzufassen (u.a. nimmt diese Definition Bezug auf Van Veenhuizen (2006).

Tabelle 1: Arbeitsdefinition – Urbane Landwirtschaft (UL) ...

- ... produziert *Nahrungsmittel* in einem relevanten Umfang (d.h. ist nicht individuelles Handeln zur Subsistenzsicherung eines Haushalts oder eine Familie, sondern bezieht sich auf eine grössere soziale Einheit und eine entsprechende Menge produzierter Nahrungsmittel).
- ... wird in der *Stadt oder in der städtischen Agglomeration* ausgeübt (dabei beziehen wir uns auf die Raumnomenklatur des BFS, Definition der Agglomerationen, 2012).

- ... wird mit einem *wirtschaftlichen Zweck* ausgeübt (generiert Arbeit und Arbeitsplätze).
- ... nutzt *urbane Ressourcen* (verschiedene Formen von Energie, z.B. Abwärme, urbane Raumstrukturen wie Dächer und Fassaden, KundInnennähe, Nähe zu Verarbeitung und Vermarktung, etc.).
- ... ist Teil der *Stadtlandschaft*.
- ... bezieht die *BewohnerInnen der Stadt* in ihre Aktivitäten mit ein (mindestens als KonsumentInnen).
- ... ist (im Vergleich zu traditioneller, ländlicher Landwirtschaft) verstärkt mit *ökologischen, sozialen und kulturellen Zielsetzungen* verknüpft (auf Grund des urbanen Umfeldes und der Sichtbarkeit des bäuerlichen Handelns).
- ... ist (teilweise) Ausdruck einer *sozialen Bewegung* (gilt für den Typus der neueren Formen von UL).

Deutlich wird aus dieser Begriffsklärung, dass dies eher ein Versuch darstellt, verschiedene Aktivitäten auszuschliessen, als eine abschliessende Definition dessen zu liefern, was unter UL zu verstehen ist. Ausgeschlossen von der vorliegenden Untersuchung werden Aktivitäten wie individuelle und kleinstrukturierte Aktivitäten (z.B. Urban Gardening, Familiengärten). In diese Definition haben sich wohl auch Hypothesen eingeschlichen (im Bereich Zielsetzungen der Unternehmungen, aber auch die Beziehung zu sozialer Bewegung), die an Hand der empirischen Beispiele zunächst noch weiter untersucht werden müssten. Es handelt sich also um eine Arbeitsdefinition, die helfen soll, Fallstudien auszuwählen. Auch sollen diese theoretischen Konzeptionen von UL helfen, Arbeitshypothesen oder einfache Fragestellungen zu generieren, die an die Fallstudien herangetragen werden können.

1.2 Urbaner Raum

In der Definition von Städtischen Räumen bezieht sich das Projekt auf die Definition des Bundesamtes für Statistik:

„Agglomerationen sind Ansammlungen von Gemeinden mit städtischem Charakter mit insgesamt mehr als 20'000 Einwohnern/-innen (inklusive Äquivalenten aus Logiernächten). Sie bestehen aus einem dichten Kern und haben im Regelfall einen Gürtel. Für die Abgrenzung der Gürtel werden Daten zur Intensität der Pendlerverflechtung verwendet. Die Zuteilung der Gemeinden wurde aufgrund von Daten aus dem Referenzjahr 2012 vorgenommen (BFS Bundesamt für Statistik, 2012).“

Details zur Definition und weiteren Raumtypen finden sich am angegebenen Ort. In der Schweiz leben gemäss der Definition des BFS 84.8% der Bevölkerung in einer Stadt oder einer städtischen Agglomeration, Tendenz steigend (BFS Bundesamt für Statistik, 2019b). Wie in Abbildung 1, ersichtlich, überschneiden sich der urbane Raum mit dem Raum intensiver landwirtschaftlicher Nutzung in hohem Masse. Periphere Regionen lassen sich v.a. im Alpenbogen ausmachen. Im Mittellandbogen verwebt sich der urbane Raum mit dem ländlich-landwirtschaftlich genutzten Raum. Dieser Raum ist nicht weit von urbanen Gebieten (Agglomerationen und Städten) entfernt. Aktuell handelt es sich bei der urbanem Landwirtschaft Schweiz im Wesentlichen um eine Landwirtschaft, die sehr oft nahe oder gar im – statistisch

betrachtet – Agglomerationsraum ausgeübt wird. Wirklich grosse Metropolitanräume finden sich in der Schweiz kaum. Bei den wichtigsten Zentren wie Zürich, Genf, Basel und Bern handelt es sich immer noch um Städte mit überschaubarer Grösse in deren Gemarchen auch noch traditionelle Landwirtschaft stattfindet, insbesondere aber in deren weiteren städtischen Umfeld. Im Grunde ergibt sich aus dieser Nähe der Landwirtschaft zur Wohnbevölkerung besondere Chancen, indem die Landwirtschaft sehr viel direkter, als dies heute der Fall ist ins städtische Ernährungssystem eingebunden werden könnte. Dies ist aber aktuell nur marginal der Fall. Direktvermarktung von Betrieben findet zwar zunehmend Verbreitung unter den Betrieben. Der Anteil der Produkte, die direkt vermarktet werden, bleibt aber relativ klein; Schmid, Lenggenhager, and Steingruber (2010) ermittelten einen Anteil von Betrieben von 5% der in grösserem Ausmass (d.h. mehr als 10'000 Fr.) Direktvermarktung betreibt. Die Autoren konnten bei den direktvermarktenden Betrieben keinen Einkommensvorteil im Vergleich zu den übrigen Betrieben feststellen. Neben der aktuellen Nähe von Landwirtschaft zum urbanen Raum geht es aber auch um die Möglichkeiten, wie die Landwirtschaft im städtischen Raum (und in den Kernstädten) selber Fuss fassen kann. Neben einer Aufwertung von wenig genutzten Frei- und Grünflächen, stehen die Möglichkeiten der von Nutzungen auf und an Gebäudehüllen offen. Grössere, wirklich freie Flächen im Sinne von unbenutzten Flächen stehen aber in Schweizer Städten kaum zur Verfügung. Der Nutzungsdruck ist hoch, die Anspruchsgruppen auf diese Flächen zahlreich. Trotzdem blühen zahlreiche (meist jedoch eher kleinere) Initiativen.

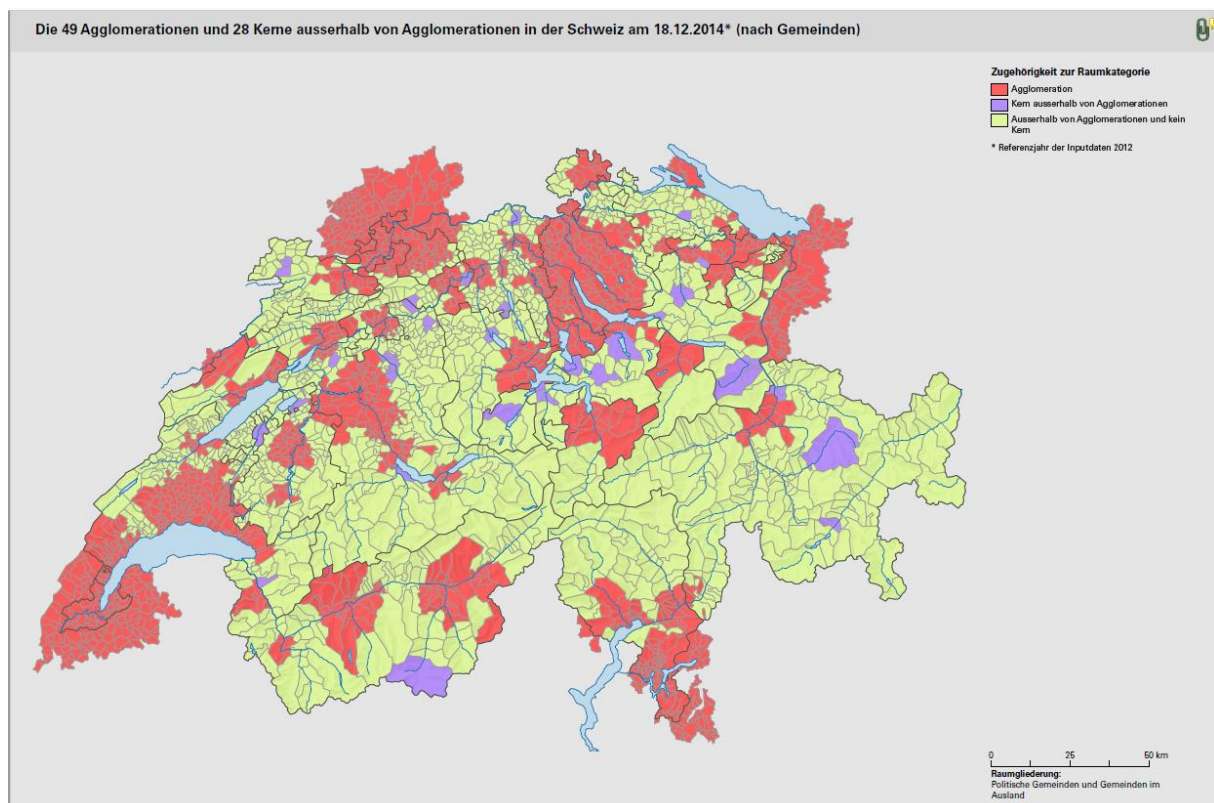


Abbildung 1: Städte und Agglomerationen in der Schweiz (BFS, 2012)

1.3 Fragestellungen der Studie

UL ist als Begriff und Tätigkeitsfeld in der Schweiz noch kaum etabliert, eine Konstruktion dessen, was unter UL zu verstehen ist, im wissenschaftlichen (Velten et al., 2015) sowie im öffentlichen Diskurs im Fluss. UL stellt somit einen nicht klar differenzierten und weniger beachteten Teil von Landwirtschaft dar, möglicherweise wird sie auch in Zusammenhang mit südlicheren Ländern gebracht (ebd.). Möglicherweise werden einzelne Aktivitäten als exotische Formen von Landwirtschaft wahrgenommen (z.B. die Aquaponic-Systeme der UrbanFarmers). Landwirtschaft wird (in der Gesetzgebung, z.B. den Verfassungsaufträgen, in der öffentlichen Wahrnehmung und Darstellung) eher auf rurale, periphere Gebiete bezogen. Aktuell wird kaum erwartet, dass UL in der Schweiz Beiträge zu den landwirtschaftlichen Verfassungsaufträgen leisten könnte. Allerdings haben sich die Bedingungen von Landwirtschaft gründlich gewandelt. Eine vertiefte Diskussion scheint daher dringend geboten zu sein. Die vorliegende Arbeit versteht sich als Beitrag zu dieser Diskussion.

Der Diskurs über Stadtentwicklung entdeckt das Thema Landwirtschaft zunehmend und verleibt es seinen Perspektiven ein. Dabei standen zunächst Aktivitäten von Urban Gardening und Siedlungsgärten im Vordergrund, vermehrt aber auch Landwirtschaft, wie sie in der Arbeitsdefinition in Tabelle 1 beschrieben ist. Das Thema von Grün in einer sich verdichtenden Stadt gewinnt in der Schweiz an Relevanz. Die Landwirtschaft im Stadtraum stellt dabei einen wichtigen Faktor dar.

Die wissenschaftliche Diskussion über positive oder negative soziale und gesellschaftliche Externalitäten der Schweizer Landwirtschaft sind im Vergleich zu den anderen Leistungen der Landwirtschaft wenig geführt worden. Im Bereich Green Care / Care Farming kam in der Schweiz im Zusammenhang mit der europäischen Diskussionen zu sozialer Landwirtschaft (sogenannte Green Care, vgl. Sempik, Hine, & Wilcox, 2010) eine Diskussion über positive Effekte von Landwirtschaft für spezifische Zielgruppen mit besonderen Bedürfnissen in Gang (Schweiger, Widmer, & Wydler, 2011; Wydler, 2012; Wydler & Gairing, 2010; Wydler, Moriz, & Zimmermann, 2010; Wydler & Picard, 2010).

Das weiter gefasste Thema „*Was hat Landwirtschaft in sozialer Hinsicht zur städtischen oder allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklung beizutragen?*“ soll hier vertieft werden. Es wird untersucht, inwiefern UL zu sozialen und gesellschaftlichen Nachhaltigkeitszielen, aber auch zu Umweltbildung und Bildung für Nachhaltige Entwicklung beitragen kann. Insofern liegt der Forschungsschwerpunkt darin, in welcher Weise UL bedeutsam für die städtische Gesellschaft und für die Stadtlandschaft ist. Dabei werden auch ökonomische Aspekte berücksichtigt, mit der Frage, wie UL zu einem Auskommen beitragen kann oder wie weitere relevante, positive Externalitäten entstehen können. Im Bereich UL können je nach Fallbeispiel landwirtschaftsnahe Bedingungen ausserhalb des Systems der Direktzahlungen untersucht werden und mit herkömmlichen Betrieben verglichen werden, die Direktzahlungen erhalten. Es kann untersucht werden, inwiefern positive externe Effekte als Nebenprodukte traditioneller und neuer städtischer Betriebe anfallen. UL orientiert sich an weiteren Bezugssystemen als dem traditionellen Agrarsystem (so eine Ausgangsthese und Fragestellung der Studie) und könnte damit Wege zu innovativen und nachhaltigen Ansätzen in der Landwirtschaft aufzeigen. Es geht dabei um unternehmerische Strategien und Entscheidungen, aber auch um Werthaltungen und spezifische neue sozio-kulturelle, landwirtschaftliche Perspektiven.

Das Forschungsprojekt will aufzeigen, inwiefern die landwirtschaftlichen Betriebe Teil eines umfassenden sozialen Systems sind und welche Formen von Austausch dabei stattfinden (Interaktionen, Externalitäten, Netzwerke, Sozialkapital). Dabei werden die sozialräumlichen Zusammenhänge erfasst und der Beitrag der Landwirtschaft zur Stadtentwicklung wird aufgezeigt. Die Ergebnisse werden hinsichtlich innovativer unternehmerischer Strategien sowie hinsichtlich der räumlichen Wirkungen dieser Initiativen für eine nachhaltige, „essbare Stadt“ diskutiert. Die Erkenntnisse von City Farming sollen zurück in die Praxis fließen und die untersuchten Betriebe, involvierte Akteure und weitere Landwirtschaftsbetriebe bei ihrer Entwicklung unterstützen. Zudem wollen wir zur Diskussionen anregen: Welche Landwirtschaft wollen wir?

UL begeht im Bereich der Landwirtschaft neue Wege. Neue Organisationsformen und Prozesse der sozialen Partizipation und Solidarität kommen zum Tragen, welche auf landwirtschaftlichen Familienbetrieben im ländlichen Raum wenig verbreitet sind. Hier stellt sich die Frage, inwiefern UL damit ein „Labor“ für die Landwirtschaft im Allgemeinen darstellt, in welchem Lösungsansätze für die Zukunft erprobt werden. Ein Versuchsfeld für eine Zukunft, in der Landwirtschaft mehr zum Leben der Menschen beiträgt, als deren Versorgung mit Lebensmitteln.

Zusammenfassung der allgemeinen Fragestellungen der Studie

1. Wie wird in den untersuchten UL-Betrieben eine *nachhaltige Betriebsentwicklung* realisiert? Welchen Widersprüchen und Zwängen sind die Betriebe dabei ausgesetzt? Welche Lösungsansätze verfolgen sie? (vgl. Kapitel 2.1)
2. Wie wirken sich *gesellschaftliche und politische Rahmenbedingungen* auf das Handeln und auf die Entscheidungen in den untersuchten Beispielbetrieben aus (Agrarpolitik, soziales Umfeld)? (vgl. Kapitel 2.2).
3. Tragen UL-Unternehmungen zu *gesellschaftlich und sozial* positiv bewerteten *externen Effekten* bei? Um welche Güter handelt es sich und wie werden diese gebildet? Gibt es Raumwirkungen von UL, welche? Trägt UL zu Lebensqualität und zu Stadt- und Quartierentwicklung bei? Trägt UL zu Integration, Identität und sozialer Begegnung bei? In welcher Weise tut sie dies? Kann UL als soziale Bewegung aufgefasst werden? Welche Kräfte können identifiziert werden? Welche innovativen sozialen Ansätze zeigen sich? Welchen Stellenwert hat das Sozialkapital? Ist unternehmerischer Erfolg mit Sozialkapital verbunden? Inwiefern sind Ansätze, welche soziale und gesellschaftliche Aspekte in den Vordergrund rücken, für UL zukunftsweisend? Könnte die Ausrichtung nach sozialen und gesellschaftlichen Dienstleistungen auch für die Landwirtschaft insgesamt eine Chance für die Zukunft sein oder unterscheidet sich die UL durch ihre Stadtnähe und Organisationsform massgebend von der Landwirtschaft in peripheren Gebieten (oder von Landwirtschaft, die in traditioneller Weise in das Landwirtschaftssystem eingebunden sind (vgl. Kapitel 2.3)?
4. Können UL-Unternehmungen *ökonomisch* selbsttragend betrieben werden (ausserhalb des Systems der Direktzahlungen oder Subventionen)? Welche Rolle spielen soziale Innovationen und Sozialkapital bei diesen unternehmerischen Strategien?
5. Welche unternehmerischen *Handlungs- und Entscheidungsmuster* können gefunden werden (Strategien, die zu Formen von UL führen, Strategien, die Ressourcen des Stadtumfeldes aufgreifen)?

6. Welche Rolle spielen *Werthaltungen und Überzeugungen* für das Handeln und Entscheiden von urbanen LandwirtInnen? Wie zeigt sich dieser Zusammenhang in den vier Fallstudien? Können in diesen Überzeugungen Erklärungen für die Vielfalt von Betrieben gefunden werden? Ist UL auch ein Beispiel dafür, wie ein Handlungsraum – bottom up – auf vielfältige Weise genutzt werden kann (vgl. Kapitel 2.4)?

7. Wie trägt UL zu spezifischen *Sozialraumgestaltungen* und typischen Stadtlandschaften bei? Welche Zusammenhänge gibt es zwischen Sozialem, Nachhaltigkeit und Stadtlandschaft (Sozialkapital, nachhaltiger Entwicklung und Stadtentwicklung)? Inwiefern leisten urbane Landwirtschaftsbetriebe einen Beitrag zur Quartier- und Stadtentwicklung, zur Lebensqualität in Städten? Erwirtschaften sie einen sozialen und kulturellen Mehrwert, weitere Gemeingüter? Wenn ja, wie entstehen diese positiven externen Effekte? Welche sozialen Nutzungen und welche sozialräumlichen Begegnungsräume entstehen durch UL? Zeigen sich die UL-Strategien von SK in spezifischen Raumwirkungen? Wie trägt UL zu resilienten Städten bei? Wie ist die soziale Resilienz erfassbar (Kapitel 2.5)?

8. Gibt UL Antworten auf die folgenden Bedingungen, welche die Landwirtschaft generell künftig verstärkt betreffen werden?“:

- *Landknappheit* (Produktion auf beschränkten Landressourcen);
- *ökologische* Produktion (*Ressourcenknappheit* und die verstärkte Forderung nach ökologisch und regional produzierten Nahrungsmitteln);
- Beachtung und Betonung von sozialen Aspekten der Landwirtschaft und die Schaffung von *sozialem und kulturellem Mehrwert* (als positive externe Effekte).

Wie sehen mögliche Antworten aus?

2 Theoretische Grundlagen und verwendete Konzepte

Das Rahmenkonzept für das Forschungsprojekt stellt das Modell der Nachhaltigen Entwicklung dar. Gewicht wird dabei besonders auf die soziale Dimension der Nachhaltigkeit (NH) gelegt. Die soziale Dimension von NH soll mit dem Ansatz des Sozialkapitals (SK) konzipiert werden. Fokus der Arbeit liegt auf multifunktionalen Aspekten der Landwirtschaft (positive und negative Externalitäten mit Schwerpunkt auf den sozialen Effekten). Der Fokus auf soziale Aspekte wurde bis anhin weniger beachtet und gewichtet, als dies für den ökonomischen, aber auch ökologische Aspekte gilt. Dies gilt für die Forschung allgemein, betrifft aber auch die Überprüfung der Zielerreichung von Landwirtschaftspolitik (Latruffe et al., 2016). Die soziale Perspektive wird im Folgenden vertieft.

2.1 Das Konzept von Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung

Das Konzept von Nachhaltigkeit und die Nachhaltigkeitsevaluation von UL-Unternehmungen stellen die grundlegende theoretische und empirische Strategie der Arbeit dar. Dabei wird die Binnenperspektive (inwiefern liefert die Arbeit *in* den Unternehmungen einen nachhaltigen Mehrwert für die aktiven Personen im Sinne der Förderung ihrer Lebensqualität) insbesondere mit der Frage ergänzt, welche positiven – und möglicherweise auch negativen – *externen Effekte* mit den Unternehmungen und ihren Handlungsweisen verbunden sind. Es geht schwerpunktmässig um die Fragestellung, inwiefern UL-Unternehmungen einen Beitrag zu *Quartier- und Stadtentwicklung*, also zur *Lebensqualität* in der Stadt, zur *nachhaltigen, essbaren* Stadt leisten. Es wird im Sinne der Fassung von Nachhaltigkeitskonzepten postuliert, dass diese Ebenen (der Unternehmungen und ihrer Umwelt) systemisch miteinander verbunden sind. Wiek and Binder (2005) folgern, dass ein bottom-up Prozess am besten geeignet sei, die Nachhaltigkeitsdimension in der Landwirtschaft zu erfassen. Sie haben dazu ein integratives Rahmenmodell verfasst, das den theoretischen Rahmen dieses Projektes bildet. In den folgenden Kapiteln werden zu jeder Nachhaltigkeitsdimension ad hoc Thesen formuliert, auf welche Weise UL zu hoher Lebensqualität beitragen könnte. Mit diesem Vorgehen ist die Vorstellung verbunden, dass über *Best Practice Beispiele* und deren Umwelt- und Raumbeziehungen, das Thema der COST „Urban Agriculture Europe“ mit Schweizer Beiträgen ergänzt werden kann.

Die Analyse von UL-Unternehmungen bedarf einer detaillierteren Vorstellung über relevante Modelle und deren Komponenten. Nachhaltigkeitsanalysen sollen alle, für die Entwicklung eines Systems relevanten Dimensionen, in die Analyse einbeziehen. Im Bereich des Ökologischen und Ökonomischen bestehen detaillierte Vorstellungen und etablierte Instrumente dazu, welche Aspekte relevant sind und es gibt eine Vielzahl differenzierter Instrumente zu deren Erfassung. Im Bereich des Sozialen und Gesellschaftlichen fehlt ein ausgearbeiteter, bereits etablierter Fundus. In der Arbeit werden deshalb spezifische Modelle und Konzepte einbezogen, die für die Beantwortung der Fragestellungen und den Gegenstand „UL als unternehmerische Innovation“ als besonders relevant betrachtet werden.

2.1.1 Die soziale Dimension von NH

Im jährlich erscheinenden Agrarbericht des Bundesamtes für Landwirtschaft befasst sich jeweils ein Kapitel mit sozialen und gesellschaftlichen Aspekten der Landwirtschaft (vgl. Agrarberichte, Hrsg.: BLW, seit 2000).

In diesen BLW-Agrarberichten werden Indikatoren beschrieben wie (vgl. www.admin.ch):

- Die Stellung der Frau in der Landwirtschaft,
- Einkommenssituation in der Landwirtschaft,
- Arbeit, Arbeitszeit, Freizeit, Ferien in der Landwirtschaft,
- Lebensqualität, Gesundheit, Wohlbefinden, psychosoziale Belastungen,
- Fragen zum Zusammenleben, der Familien- und Haushaltgestaltung.

Diese Daten zusammenfassend, kann formuliert werden, dass trotz hoher Arbeitsbelastung und wenig Freizeit, die Arbeits- und Lebenszufriedenheit relativ hoch ist. Als auffällig werden stressbedingte Belastungen bei den Bäuerinnen gewertet.

Der Agrarbericht 2011 befasste sich schwerpunktmässig mit den sozialen Dienstleistungen der Schweizer Landwirtschaft. Die verschiedenen Betreuungs-, Pflege-, Erziehungs- und Bildungsangebote befriedigen zentrale Bedürfnisse der Menschen, indem ihnen der direkte Kontakt zur Tier- und Pflanzenwelt, das Erleben von Jahreszeiten und die Beteiligung bei sinnstiftenden Arbeiten ermöglicht werden. Meist arbeiten die Landwirtschaftsbetriebe mit Fachleuten einer Organisation zusammen, welche vermitteln und unterstützen. In der Schweiz gibt es nach wie vor keine systematische und umfassende Erfassung von sozialen Dienstleistungen der Landwirtschaft (damit sind hier Betreuungsleistungen in der Landwirtschaft gemeint). Eine Umfrage bei betreuenden LandwirtInnen zeigte, dass Betriebe mit sozialen Dienstleistungen vergleichsweise öfters biologisch produzieren, mehr Direktvermarktung betreiben und allgemein diversifizierter sind (Wydler et al., 2010). 2010 organisierte die ZHAW in Zusammenarbeit mit der ART verschiedene Workshops, in welchen die Situation von sozialen Dienstleistungen in der Landwirtschaft in der Schweiz analysiert, diskutiert und Handlungsmöglichkeiten entwickelt wurden (Widmer, Wydler, & Christ, 2011). Eine Arbeit versuchte, Randbedingungen dieser Leistungen aufzuarbeiten (Bombach, Stohler, & Wydler, 2015; Wydler, Stohler, Christ, & Bombach, 2013a).

Eine Grundlagenstudie der ETH definierte Lebensqualität für eine landwirtschaftliche Sozialberichterstattung (Radlinsky, Theler, & Lehmann, 2000). In dieser Konzeption umfasst Lebensqualität objektive und subjektive Bedingungen von LandwirtInnen. In den Agrarberichten des Bundesamtes für Landwirtschaft (Serie ab dem Jahr 2000) wird in der Ausgabe von 2001 das Konzept für eine sektorale Berichterstattung festgelegt und der Themenkreis auf die sozialen Binnenmerkmale beschränkt (BLW Bundesamt für Landwirtschaft, 2001). Bei der sozialen Dimension handelt es sich in diesen Berichten um eine landwirtschaftliche *Binnenperspektive* (wie stellt sich die Arbeits- und Lebensbedingungen (SAKE), die soziale Absicherung, die Lebensbedingungen der in der Landwirtschaft beschäftigten Personen (SILC) dar. Es geht um Merkmale wie Einkommen, Zufriedenheit, Wohnsituation, Ausbildung und Arbeit, Freizeit etc. Die in den Agrarberichten gesammelten und dargestellten Indikatoren werden nicht in einen theoretischen Rahmen integriert, übergreifende Perspektiven fehlen, was möglicherweise eine In-Wertsetzung dieser Erkenntnisse erschwert. Es wird erwartet, dass die weiteren Vorhaben des Bundes im Bereich der Nachhaltigkeit in der Lage sind, eine umfassende Perspektive zu

entwickeln (z.B. durch das Indikatorensystem MONET des BFS). Eine umfassende Darstellung von Landwirtschaft im Rahmen der übrigen gesamtgesellschaftlichen Nachhaltigkeitsdimensionen ist gegenwärtig nicht greifbar. In Bezug auf den Sektor Landwirtschaft ist die Berichterstattung unbefriedigend. Schläpfer (2018) und Schläpfer and Bosshard (2019) haben 21 Indikatoren für die Zielerreichung der Landwirtschaftspolitik formuliert, davon werden aktuell 19 verfehlt, «viele davon deutlich». In den Bereichen Ökonomie und Soziales, aber auch in Bezug auf die Ökologie würden Indikatoren mit engem Zielbezug zum Verfassungsauftrag noch weitgehend fehlen. Neben der Erfassung von Einzelindikatoren würden insbesondere die Interaktionen zwischen den Indikatoren interessieren: Welche Interaktionseffekte gibt es, welche Merkmale können als Hebel für die Systemveränderung benutzt werden?

Die Landwirtschaft hat jedoch als Versorgerin der Bevölkerung und Pflegerin der Landschaft weitergehende soziale Auswirkungen. Die in der Landwirtschaft tätigen Personen treten in direkten Austausch mit der Bevölkerung bei der Direktvermarktung in Hofläden und an Marktständen und lassen ihre Betriebe zu halböffentlichen Räumen werden, durch Schulbesuche oder Hoffeste. Gleichzeitig sind die Betriebe in ihrer Entwicklung und Ausrichtung stark von ihrem Umfeld und dessen Werthaltungen, von politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen, von Wünschen der KonsumentInnen und AbnehmerInnen geprägt.

In diesem Bereich besteht Forschungsbedarf, aber selbstredend auch einen Bedarf an einer öffentlichen Diskussion und der Entwicklung einer umfassenderen lw. Perspektive. Externe Faktoren verdienen eine vertieftere Analyse und Diskussion. Betriebe nutzen Ressourcen aus ihrem sozialen Umfeld; aus dieser Nutzung entstehen in ihrem Umfeld Ressourcen. Eine ganzheitliche Analyse ist hier gefragt. Exemplarisch soll diese mit den gewählten Beispielen vorgenommen werden.

Die Interaktionen zwischen den landwirtschaftlichen Betrieben und ihrem Umfeld, welche unter dem Konzept des Sozialkapitals betrachtet werden können, sind bislang wenig erforscht. Deshalb wird in diesem Forschungsprojekt der Fokus auf diesen Punkt gelegt. Erste Arbeitsthesen, die aus diesem Theoriefundus resultieren, werden in diesem Kapitel formuliert. Sie bilden die Grundlage für die Interviews, sowie für die Auswertungen der Befragungen. Die Thesen werden aber im Verlaufe des Forschungsprojektes weiterentwickelt.

2.1.2 Die ökonomische Dimension

Grosse Paneldaten beschreiben das Einkommen und die Betriebsstruktur landwirtschaftlicher Betriebe (zentrale Auswertung von Buchhaltungsdaten, Agroscope). In der Landwirtschaft wird Einkommen, Betriebsstruktur und Arbeitsaufwand besser als in den meisten anderen Wirtschaftssektoren erfasst. Allerdings fokussiert die Erhebung auf den Betrieb und nicht auf die ökonomischen Aktivitäten des ganzen Haushalts (was die Erfassung verschiedener Synergiemöglichkeiten vernachlässigt). Die ökonomischen Erhebungen werden nicht ausreichend in einer ganzheitlichen Perspektive von Nachhaltigkeit erfasst mit dem Einbezug der sozialen und ökologischen Aspekte, vielmehr als isolierte Einzeldimension. Die soziale Dimension findet erst in jüngerer Vergangenheit mehr Beachtung. Damit sind diese Erhebungen – wie auch entsprechende ausländische Erhebungen – für das vorliegende Vorhaben wenig aussagekräftig. Einzeldaten und Einzelvorhaben, wie sie in der vorliegenden Arbeit untersucht werden, können kaum in den Rahmen dieser vorliegenden Betriebsstrukturserhebungen eingeordnet werden; es bleiben exemplarische Einzelfälle. Im Bereich UL gibt es keine Daten über Betriebseinkommen, nicht zuletzt deshalb, weil die Grundgesamtheit von UL-Betrieben zurzeit

nicht bestimmbar sein dürfte (auf Grund definitorischer Unklarheit, welche Betriebe unter dem Begriff „urbane Landwirtschaft“ zusammengefasst werden können). Grundsätzlich sind UL-Betriebe sehr heterogen in Struktur und Ausrichtung; ein quantitativer Zugriff ist somit gegenwärtig nicht möglich.

Thesenartig kann formuliert werden, dass UL in der Schweiz sich auf ökonomischer Ebene durch folgende Merkmale zum einen als landwirtschaftliche Unternehmung qualifiziert, sich aber in Bezug auf vorherrschende konventionelle Landwirtschaftsbetriebe unterscheidet:

- Bei UL handelt es sich (vorläufig) eher um ökonomische Nischantätigkeiten (sie sind eher klein, was den Produktionsumfang betrifft).
- Die Mehrheit der UL-Betrieben zeigt ein breites Feld betrieblicher Diversifikationen, die in Austausch zu Umwelt und Stadtraum stehen.
- UL zeichnet sich durch eine Vielfalt innovativer Start-ups und kleinerer und mittlerer Unternehmungen (KMU) aus, welche neue und alternative Formen von Landwirtschaft betreiben.
- UL-Unternehmungen setzen verstärkt auf eine ganzheitliche Betriebsentwicklung, soziale und ökologische Aspekte werden stark berücksichtigt, in ökonomischer Hinsicht sind sie flexibler, da sie auf mehrere Betriebsstandbeine, Produkte und Dienstleistungen setzen.
- UL wird häufiger auf biologischer Basis betrieben. UL transportiert mehr als eine ökonomische Strategie (d.h. bezieht auch ideelle und ethische Orientierungen mit ein).
- Wichtig ist, wie die Arbeit gestaltet wird, UL ist vielfach mit alternativen Formen der Arbeitsorganisation und Besitzverhältnissen verknüpft.
- UL beinhaltet unternehmerische Gegenentwürfe, neue Ansätze, teilweise auch kritische Positionen gegenüber traditionellen Produktionsbedingungen.

In dieser Arbeit werden nur Betriebe betrachtet, die auf die Erwirtschaftung eines Einkommens ausgerichtet sind (oder zumindest auf einen wesentlichen Beitrag zur Subsistenz mehrerer Haushalte, vgl. Arbeitsdefinition, Tabelle 1, S. 2).

2.1.3 Die ökologische Dimension

Die Erfassung der ökologischen Dimension einer landwirtschaftlichen Unternehmung ist ein komplexes Unterfangen, dieses können hier nicht in der ganzen Breite diskutiert werden. In der Schweiz werden verschiedene Monitoringinstrumente eingesetzt. Das Kompetenzzentrum Agrarumweltindikatoren AUI bei Agroscope leistet eine zentrale Auswertung von Agrarumweltindikatoren. Dieses Tool bewegt sich eher auf einer Populationsebene; es ist für das vorliegende, exemplarische Vorhaben nicht hilfreich.

Grundsätzlich sind die ökologischen Tools für die Erfassung von Nachhaltigkeit weit elaboriert und differenziert.

Es wird erwartet, dass sich die UL durch besonders ökologische günstige Produktionsweise auszeichnet. Für die untersuchten Fälle liegen in zwei Beispielen eine Erfassung der ökologischen Situation vor (UrbanFarmers: Gisler, 2013 und ortoloco: Egloff, 20013).

2.2 Gesellschaftliche Bedingungen einer multifunktionalen Landwirtschaft

Multifunktionalität beschreibt den Umstand, dass wirtschaftliches Handeln von positiven oder negativen Effekten begleitet sein mag (positive und negative Externalitäten für die Gesamtgesellschaft). Der Verfassungsauftrag an die Landwirtschaft konzentriert sich – nebst der nachhaltigen Produktion von Lebensmitteln – auf die positiven Koppelprodukte wie z.B. der Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen, der Pflege der Kulturlandschaft, der Ernährungssicherheit und –Souveränität sowie deren Beitrag zur dezentralen Besiedlung der Schweiz (Artikel 104 der Schweizerischen Bundesverfassung). Der Auftrag für eine multifunktionale Landwirtschaft muss im Rahmen des *Konzepts von nachhaltiger Entwicklung* verstanden werden. Landwirtschaft, aber auch die einzelnen Betriebe, haben die Aufgabe, eine Entwicklung zu verfolgen, die zum einen möglichst viele positive (und wenig negative) externe Effekte erbringt (z.B. ökologisch nicht auf Kosten der nachkommenden Generationen oder von Menschen in anderen Ländern wirtschaftet) und gleichzeitig die ökonomischen Grundlagen für die heutige Generation sichert. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob UL weitere positive Effekte im Bereich Kultur und Soziales zeitigt. Zu diesem Zweck werden die exemplarischen Fallstudien vorgenommen.

Der Bund soll für eine Nachhaltige Entwicklung der Landwirtschaft sorgen und diese Entwicklung mittels eines Monitoring überprüfen (Bundesgesetz über die Landwirtschaft, 1998). Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) hat die Aufgabe, die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen der Agrarpolitik und der Leistungen der Landwirtschaft periodisch unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit zu untersuchen (Verordnung, 1998). Ab 2018 soll die Landwirtschaft verstärkt an diesen Zielen ausgerichtet werden (Agrarpolitik 2018 bis 2021 des BLW). Es ist aber offensichtlich, dass diese grundlegenden Anliegen von Landwirtschaft auch in naher Zukunft nur teilweise erfüllt werden können. Flury und Huber (2007) argumentieren, dass Ernährungssicherheit, Erhaltung und Pflege der Kulturlandschaft sowie die dezentrale Besiedlung, Politiken darstellten, die nicht unbedingt miteinander verknüpft seien (fehlende Jointness) und eine regionale Betrachtung dieser Zielgrössen mehr Sinn machen würde (Diskussion zum Biodiversitätsförderkonzept für die LW ab 2022, AP22+). Landwirtschaft im städtischen Raum könnte eine solche partielle, regionale Sichtweise darstellen. Es ist zielführend, urbane Landwirtschaft in Bezug auf die genannten Zielbereiche zu untersuchen, wobei UL nicht zur Besiedlung peripherer Räume beitragen kann. Dies trifft aber auch generell auf die Landwirtschaft zu, deren Anteil an beschäftigten Personen von rund 4% der Gesamtbevölkerung zu gering ist, um die Besiedlung peripherer Regionen sicher zu stellen (wohl trägt aber Landwirtschaft in bescheidenem Umfang zur dezentralen Besiedlung bei).

Ökonomische Bedingungen der Schweizer Landwirtschaft: Die Abhängigkeit der Schweizer Landwirtschaft von staatlichen Direktzahlungen hat sich im Prozess der Betriebs- und Flächenkonzentration nicht verändert. Die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe nimmt jährlich um durchschnittlich um 1.8% ab (Bundesamt für Landwirtschaft BLW, 2019). Wichtige politische Akteure zielen aber dennoch auf eine intensiviertere Liberalisierung der Landwirtschaft ab. AvenirSuisse hat in einer Studie berechnet, dass die Landwirtschaft die Schweizer Volkswirtschaft mit rund 20 Mia. Fr. direkter und indirekter Kosten belasten (Dümmler & Roten, 2018). Von bäuerlicher Seite wird befürchtet, dass eine solche Liberalisierungspolitik mit einem drastischen Rückgang der Betriebe verbunden sein könnte; entsprechend dezidiert wehren

sich die lw Exponenten. Landwirtschaft ist politisch nach wie vor äusserst wirkungsvoll organisiert und sie widersetzt sich in vielen Bereichen erfolgreich den genannten Liberalisierungsbemühungen. Eher im kleinbäuerlichen Bereich kommt es zu Allianzen mit grünen gesellschaftlichen Kräften, während der Bauernverband im Prinzip eine Politik des Schutzes der Landwirtschaft mit bevorzugt produktegebundenen Direktzahlungen unterstützt (die flächengebundenen Direktzahlungen wurden vom SBV oder zumindest von einem Teil der bäuerlichen Produzenten in der letzten Runde der Agrarreform bekämpft). Ein über die Bedeutung des Sektors hinausgehende öffentliche Leistung wird für die Landwirtschaft eingesetzt: 3.6 Mia. Fr. pro Jahr oder fast 6% des Staatshaushaltes werden für Landwirtschaft und Ernährung eingesetzt; (BLW Bundesamt für Landwirtschaft, 2012, S. 19). Die Landwirtschaft trägt rund 0.7% zum Bruttoinlandprodukt bei. In durchschnittlichen Betrieben wird 57% des Betriebseinkommens über Direktzahlungen generiert (Schweizerische Delegation bei der OECD, 2011). Die politischen Vorgaben für die Landwirtschaft erscheinen teilweise widersprüchlich, die herrschenden Kräfte äusserst vielfältig, Strukturwirkungen gehen in verschiedene Richtungen. Unterschiedliche Zielsetzungen und Ausrichtungen an nachhaltiger Entwicklung führen zu Zielkonflikten. Die zahlreichen Akteure und die divergierenden Interessenlagen wirken sich in einer komplexen, vielfältigen Entwicklung der Landwirtschaft aus.

Schweizer Landwirtschaft ist nach wie vor kleinräumig strukturiert und kann in vielen Produktionszweigen offenbar nur in einem durch Direktzahlungen geschützten Rahmen existieren. Der Bund versucht, eine „Qualitätsstrategie der Landwirtschaft“ zu verankern (Motion Bourgeois, 09.3612). Ziel dieser Strategie ist eine Ausrichtung der Wertschöpfungskette an gemeinsamen Zielen wie Natürlichkeit, Genuss, Sicherheit und Gesundheit, Authentizität, Herkunft Schweiz/Verarbeitung Schweiz, Nachhaltigkeit. Rund 50 ProduzentInnen und VermarkterInnen sind dieser Initiative beigetreten (siehe www.qualitätsstrategie.ch). Der Erfolg dieser Strategie ist aktuell nicht abschätzbar. Höhere Qualität soll die Zahlungsbereitschaft für Schweizer Produkte erhöhen und die Schweizer Lebensmittel auf einem liberalisierten Markt stärken.

Das Angebot der produzierten Nahrungsmittel erfolgt nach wie vor nicht ausreichend nachfrageorientiert: So kann z.B. die Überproduktion beim Käse nur durch die staatliche Verkaufszulage zu einem marktfähigen Preis exportiert werden. Schweizer Käsesorten und andere Schweizer Milchprodukte etablieren sich mit unterschiedlichem Erfolg auf dem europäischen Markt. Insgesamt gleichen zunehmende Importe die zunehmenden Exporte aus. Die hohen Produktionskosten und die Betriebsstruktur der Schweizer Landwirtschaft scheinen keine optimalen Voraussetzungen für Exporterfolge zu schaffen. Die Freigabe des Frankenkurses durch die Schweizerische Nationalbank am 15.1.2015 hat die Exportchancen der Schweizer Landwirtschaftsprodukte zusätzlich geschwächt. Eine aktuelle Diskussion über die Swissness-Vorlage erfolgte über die Frage, wie gross der Anteil (der Herstellungskosten oder der Rohstoffe) aus Schweizer Herkunft stammen müsse, damit es mit der Bezeichnung „Schweizer Herkunft“ gelabelt werden kann. Auf den 1.1.2017 trat das Swissness-Gesamtpaket in Kraft. In diesem Gesetz wird für die Nahrungsmittelprodukte ein Gewichtsanteil von 80% aus Schweizer Produktion vorgeschrieben (Markenschutzgesetz MSchG).

Ökologische Bedingungen der Landwirtschaft: Gemäss dem BLW werden 60% der in der Schweiz konsumierten Nahrungsmenge auch in der Schweiz produziert. Der Selbstversorgungsgrad in der Schweiz blieb in den letzten Jahrzehnten weitgehend unverändert (energiemässig deckte die Schweizer Landwirtschaft 63% des inländischen Nahrungsbedarfs; Selbst-

versorgungsgrad brutto, BFS 2012, S. 7). Preis dieser Entwicklung ist ein zunehmender, intensiver Einsatz von importierten Ressourcen in Form von Futtermitteln, Düngern und Pestiziden. KritikerInnen monieren, dass, wenn ausschliesslich die Energieflüsse betrachtet würden, der Selbstversorgungsgrad der Schweiz bei rund 25% liegen würde (Bosshard, Schläpfer, & Jenny, 2011). Damit ist in Teilaspekten eine neue Fragestellung eröffnet: Es geht nicht nur um die Abhängigkeit von importierten Nahrungsmitteln, sondern vielmehr um die Abhängigkeit von Energieimporten. Landwirtschaft muss sich in dieser Betrachtungsweise wohl verstärkt einer gesamtheitlichen Perspektive stellen und möglicherweise künftig auch die Schwerpunkte anders setzen. Es geht verstärkt um die schonende Nutzung von Ressourcen. Kritiker der Landwirtschaftspolitik monieren, dass sich die ökologischen Bedingungen in vielen Bereichen seit 1999 nicht mehr verbessert hätten (z.B. Stickstoff- und Phosphoreintrag) und die Landwirtschaft insgesamt zu energieintensiv betrieben würde (pro natura, 2011). Rund 10% der landwirtschaftlichen Nutzflächen sind ökologische Ausgleichsflächen und die BewirtschafteterInnen erhalten für die extensive Bewirtschaftung entsprechende Bundesbeiträge. Die Ausdehnung dieser Flächen stagniert seit Jahren (BLW Bundesamt für Landwirtschaft, 2009, S. 96). Diese Ökoflächen sind nicht alle am richtigen Standort (Riedel, Lüscher, Meier, Herzog, & Hofer, 2019), weisen nicht die gewünschte Qualität auf und sind nicht optimal vernetzt. Die Ziele der Förderung der Biodiversität werden in der Landwirtschaft nicht erreicht (Fischer, 2015; Herzog & Walter, 2005). KritikerInnen aus dem Bereich des Naturschutzes besagen, dass durch das Direktzahlungssystem falsche Anreize gesetzt würden und das Anreizsystem bis anhin im ökologischen Bereich nicht ausreichend zielführend gewesen sei (pro natura, 2011): Schweizer Landwirtschaft zeichne sich tendenziell durch schlechte Energie- sowie schlechte Umweltbilanz aus.

In den letzten Jahren wurde der Rückgang der Fruchtfolgeflächen mit einem Produktivitätszugewinn sowie der Zufuhr von importierten Ressourcen in die landwirtschaftliche Produktion ausgeglichen. Viele LandwirtInnen verstehen sich als ProduzentInnen (und nicht als multifunktionale Dienstleistende). Eine Mehrheit der LandwirtInnen strebt – selber unter starkem ökonomischem Druck stehend – meistens eine Intensivierung der Produktion an (und weniger die Produktion öffentlicher Güter). Schallberger (Schallberger, 1999a, 1999b) hat in qualitativen Interviews eine Typologie herausgearbeitet, in der eine traditionelle Sichtweise (die Bauernschaft als Ernährer der Nation), einem eher markt- und dienstleistungsorientierten landwirtschaftlichem Unternehmertum gegenübersteht. Er hat damit eine idealtypische Beschreibung möglicher Reaktionen auf Strukturwandel skizziert. Diese könnte mit den Stichworten Produktivismus vs. dem Erbringen nachgefragter neuer sozialer und Ökosystem-Dienstleistungen charakterisiert werden.

Soziale und gesellschaftliche Ebene der Schweizer Landwirtschaft: Die traditionelle Landwirtschaft genießt überwiegend viel Wohlwollen und Akzeptanz in der Öffentlichkeit. Landwirtschaft bildet wohl Teil nationaler Identität. Das Ländliche bildet einen Teil der Schweizer Gründungsmythologie. Weiter trägt bei, dass Landwirtschaft in der Bereitstellung „schöner“ landschaftlicher Räume in der Schweiz noch weitgehend unbestritten ist. Diese werden auch als Koppelproduktion von Landwirtschaft für den Schweizer Tourismus als relevante externe Leistung gewertet. Landwirtschaft wird gegenwärtig verstärkt diskutiert. Unter dem Stichwort der Ernährungssouveränität geht es um die Diskussion, welche Art von Landwirtschaft und Lebensmittelversorgung gesellschaftlich gewünscht ist. Dabei wird propagiert, dass ein möglichst grosser Anteil von Nahrungsmitteln in der Schweiz erzeugt werden soll. Die ökologischen Konsequenzen einer solchen Strategie werden dabei gerne ausgeblendet.

Die Schweizer Landwirtschaft ist insgesamt widersprüchlichen Rahmenbedingungen ausgesetzt. Die Gesellschaft versucht über Direktzahlungen das System der Landwirtschaft in Richtung höhere Produktivität, aber auch in Richtung höherer ökologischer Leistungen zu steuern. Soziale Gesellschaftsziele werden v.a. über die ökologische Aufwertung zu erreichen versucht, im Sinne der Erhaltung einer reichhaltigen Kulturlandschaft und deren Vermarktung in der Tourismusbranche. Landwirtschaftspolitik ist aber insgesamt wenig kohärent, klare Prioritäten sind schwer zu erkennen und Ziele sind nicht in realistischer Weise definiert (Schläpfer, 2018; Schläpfer & Bosshard, 2019). Wichtige verfassungsmässig festgelegte Ziele können durch die aktuelle Politik nicht erreicht werden (Ernährungssouveränität, dezentrale Besiedelung, Biodiversität). Landwirtschaft stellt ein widersprüchliches, von divergierende Kräfte gekennzeichnetes Handlungsfeld dar. Den einzelnen Betrieben treten gesellschaftlichen Erwartungen und Rahmenbedingungen entsprechend anspruchsvoll und widersprüchlich gegenüber. In dieser Situation sind eigene Werthaltungen zur Orientierung des eigenen Handelns besonders wichtig. Vermehrt versuchen landwirtschaftliche Betriebe, die sich auf den ersten Blick kontrastierenden Bedürfnisse und Entwicklungen unter einen Hut zu bringen oder sie sich sogar zu Nutzen zu machen. Nebst der Produktion von Nahrungsmitteln und der Pflege der Kulturlandschaft übernehmen sie soziale Aufgaben und treten in Interaktion mit ihrem Umfeld. Sie versuchen, der Entfremdung der KonsumentInnen zur Nahrungsmittelproduktion entgegen zu wirken und die Wertschätzung für die Produkte und die Produktion zu steigern (Lehmann, Rieder, & Tutkun, 2006).

2.3 Sozialkapital

Für den betrachteten Gegenstand wird davon ausgegangen, dass UL-Unternehmungen über spezifische Formen von Sozialkapital (SK) verfügen. Dabei wird SK zum einen als netzwerk-basierte Ressource verstanden, zum anderen aber auch als Vertrauen in Institutionen und Personen sowie als Teilen von gemeinschaftsfördernden Werten und Normen (Franzen & Freitag, 2007). Die genannten Autoren bezweifeln jedoch, dass diese Komponenten zwingend aneinandergebunden seien – diese Frage sei hier dahingestellt. SK wird von Betrieben gezielt eingesetzt, um Produkte herzustellen, zu vermarkten und das Unternehmen zu erhalten. Die oben aufgeführten Formen von SK tragen und unterstützen eine Nachhaltige Entwicklung. Dabei werden je spezifische Referenzsysteme wahrgenommen und angesprochen. Entsprechend werden unterschiedlichen Formen von SK aufgebaut.

Im EU-Projekt *Developing Entrepreneurial Skills of Farmers ESOF* wird die Bedeutung von Kompetenzen von Farmern hervorgehoben. Neben strategischen und (für Innovationen) gelegenheitsbezogenen Kompetenzen wird die Bedeutung von Kompetenzen zur Netzwerk-bildung als dritte Komponente hervorgehoben: SK trägt dabei zur ländlichen regionalen Entwicklung bei (Rudmann, Vesala, & Jäckel, 2008, p. 94). Ergebnisse dieses EU-Projektes können sehr wohl auf UL übertragen und in den geplanten Fallstudien überprüft werden. Die Autoren betonen den Einfluss des kulturellen und sozialen Kontextes (ebd. S. 89). Diese Aspekte müssen ebenso für UL hervorgehoben werden.

Pretty and Smith (2004) argumentieren, dass die genannten Qualitäten von SK der Erhaltung von Biodiversität dienlich seien. Das Konzept von SK scheint ein wichtiges Bindeglied zwischen den im Forschungsprojekt betrachteten Qualitäten darzustellen.

Analysen zu Sozialkapital wurden in den letzten zehn Jahren sehr häufig durchgeführt, vielfach haben diese Analysen auch Bezug auf die Landwirtschaft genommen. Dabei sind Konzepte und Inhalte von SK nicht neu, diese wurden in ähnlicher Weise bereits mehrfach in der Soziologie konzipiert, das Konzept von SK liefert vielmehr einen integrativen Rahmen für verschiedene Theorieansätze (Kriesi, 2007). Es ist damit als Konzept auch geeignet, in einem verstärkt qualitativen Zusammenhang verwendet zu werden. Sozialkapital setzt sich aus Ressourcen zusammen, zu welchen soziale Akteure Dank ihrer Beziehungen Zugang finden. Eine Reihe von Eigenschaften von SK machen dieses für die Analyse von Unternehmungen besonders relevant: SK kann auf Unternehmensebene erhoben werden, SK stellt aber auch ein Merkmal des Umfeldes (die soziale Gemeinschaft, die Gemeinde, die Region) dar. SK interagiert zwischen den sozialen Ebenen. Je intensiver SK genutzt wird, desto stärker baut es sich auf und aus. SK kann so auch als Gegenstand von Betriebs- und Regionalentwicklungsprozessen betrachtet werden. SK ist in gewisser Hinsicht mit zivilgesellschaftlichen Strukturen identisch, die Vertrauen, Verbundenheit, aber auch konkreten Austausch von Informationen beinhalten. Verschiedene sozialstrukturelle Ressourcen begründen SK: Z.B. Normen und soziale Sanktionen bei Zuwiderhandlung oder die Etablierung von gegenseitigen Erwartungen und Verpflichtungen. Je nach beschriebener Form von SK macht es von daher Sinn, eine Mikro-, Meso- und Makroebene zu unterscheiden. Die Wirkungen von SK auf die verschiedenen Ebenen hängen von der Art der beschriebenen Beziehungsstruktur ab. Veränderung sozialer Netzwerke, Veränderungen im Verfügen über SK beeinflussen Handeln und Entscheidungen der involvierten Akteure. Es macht Sinn, basierend auf unterschiedlichen Kapitalformen, Entscheidungs- und Handlungsprozesse zu verfolgen und die Analyse des Handelns an die Dimensionen möglicher Ressourcen zu binden. Aus soziologischer Sicht geht es beim SK vorwiegend um sozialintegrative Leistungen, aus ökonomischer Sicht stehen die Senkung von Transaktionskosten, die Vermeidung von Entscheidungsrisiken und die Einhaltung von Verträgen im Vordergrund (Kriesi, 2007).

In der Schweiz wurde SK in landwirtschaftlichen Betrieben noch kaum untersucht. Wiesinger (2015) untersucht in Betrieben der österreichisch-italienischen Bergregion die Schnittstellen zwischen sozialer Landwirtschaft (d.h. sozialen Dienstleistungen auf Landwirtschaftsbetrieben) und dem lokalen SK im „Hinblick auf das Entstehen neuer Netzwerke und sozialer Strukturen“ (vgl. www.berggebiete.eu). Es wird interessant sein, nützliche und Erfolg bringende Formen von SK im ländlichen und städtischen Raum zu vergleichen. Neben unterschiedlichem räumlichem Bezug, betreffen Landwirtschaft und UL wohl auch unterschiedliche Kulturen und Wertesysteme. Sind für beide Formen von Landwirtschaft ähnliche Formen von SK für einen Unternehmenserfolg und den Erfolg einer Region verantwortlich?

Für die Konzipierung von Sozialkapital in UL-Betrieben ist es notwendig, zu den primären Autoren dieses Konzepts zurück zu gehen: Pierre Bourdieu, James Coleman und Robert Putnam.

2.3.1 Bourdieu – Zugänge zu Kapital

Gemäss Bourdieu kann man die Struktur und das Funktionieren der sozialen Welt nur dann verstehen, wenn man den Begriff des Kapitals in allen Formen miteinbezieht. Kapital stellt ein grundlegendes Prinzip der Regelmässigkeiten der sozialen Welt dar. Kapital ist für Bourdieu folgendes: *„Es ist akkumulierte Arbeit, entweder in Form von Materie oder in verinnerlichter, inkorporierter Form“* (Fuchs-Heinritz, 2005, S. 159). Bourdieu unterscheidet verschiedene Kapitalarten: ökonomisches, kulturelles, symbolisches und soziales Kapital. Ökonomisches

Kapital ist Kapital in Form von materiellen Ressourcen wie Geld oder Produktionsmittel. Kulturelles Kapital ist Kapital in Form von Umgangsformen und Verhaltensweisen. Symbolisches Kapital ist Kapital in Form von Ansehen und Prestige. Sozialkapital ist das Kapital, welches in den sozialen Beziehungen zwischen den Individuen innewohnt. Sozialkapital ist *„die Gesamtheit der aktuellen oder potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind; oder – anders ausgedrückt – es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruhen“*. Der Umfang des Sozialkapitals, welches der Einzelne besitzt, ist einerseits von der Ausdehnung des Netzes von Beziehungen abhängig, die er mobilisieren kann, andererseits von dem Umfang des (ökonomischen, kulturellen oder symbolischen) Kapitals, das diejenigen besitzen, mit denen er in Beziehung steht. Ein solches Beziehungsnetz existiert nicht per se. Es besteht nur dann, wenn es durch Institutionalisierungsarbeit immer wieder geschaffen und neu eingefordert wird. Diese Arbeit ist notwendig für die Produktion und Reproduktion dauerhafter Beziehungen (Bourdieu, 1983, S. 191).

2.3.2 Coleman – sozialstrukturelle Ressourcen

Coleman verfolgt in „Grundlagen der Sozialtheorie“ ein Konzept, in welchem jeder Akteur Ressourcen und Interessen besitzt. Die Akteure setzen Ressourcen ein, um Ziele zu erreichen, welche ihre Interessen befriedigen. Sozialkapital stellt eine besondere Form von Ressource dar. Coleman betont die Bedeutung persönlicher Beziehungen und Netzwerke für die Bildung von Vertrauen und Erwartungen sowie für das Erschaffen und die Verwirklichung von Normen. Er definiert Sozialkapital funktional als sozialstrukturelle Ressourcen, welche individuellen oder kollektiven Akteuren die Durchsetzung ihrer Interessen erleichtern. Die Ressourcen sind dabei inhärenter Bestandteil der Beziehungsstruktur zwischen dem Akteur und den Menschen mit denen er interagiert (Coleman, 1991, S. 33-46; 389-395). Kriesi (2007) weist darauf hin, dass Sozialkapital nicht nur für Individuen positive Wirkungen aufweist, sondern in der Regel auch für eine soziale Gemeinschaft insgesamt. Sozialkapital unterscheidet sich von physischem Kapital, weil es dem Besitzer nicht erlaubt, sich die von ihm erzeugten Vorteile vollständig anzueignen. Daraus folgt, dass von den sozialen Beziehungen, welche das Sozialkapital produzieren, auch Dritte profitieren können, welche sich nicht aktiv an der Schaffung des Sozialkapitals beteiligt haben (Kriesi, 2007, S. 25-26). Beispielsweise kann es für eine Einzelperson vorteilhafter sein, sich auf seine sozialen Beziehungen zu verlassen, um an Informationen in einer spezifischen Angelegenheit oder zu einem bestimmten Thema zu gelangen, anstatt die Informationen über sonstige Kanäle (bspw. übliche Medien) zu bekommen. Nebst einem möglichen Zeitgewinn spielt die Pflege und Erhaltung der sozialen Kontakte eine zentrale Rolle (Coleman, 1991, S. 402-403).

2.3.3 Putnam – Bridging and Bonding

Es gibt viele Dimensionen, welche entlang von verschiedenen Formen des Sozialkapitals existieren. Gemäss Putnam können a) vertikale vs. horizontale Beziehungen, b) formelle vs. informelle Beziehungen und c) starke vs. schwache Beziehungen unterschieden werden (vgl.

Kriesi, 2007). Die wichtigste Unterscheidung ist die zwischen „Bridging“ (inklusive) und „Bonding“ (exklusive) Sozialkapital. Einige Netzwerke sind – ob gewollt oder nicht – nach innen gerichtet und tendieren dazu, exklusive Identitäten und homogene Gruppen zu stärken. Dabei entstehen spezifische, gegenseitige Abhängigkeiten und die Solidarität innerhalb solcher Gemeinschaften ist sehr hoch. Dichte Netzwerke können entscheidende soziale und psychologische Unterstützung für schwächere Mitglieder einer Gruppe bieten. Bonding kann – indem es die Loyalität innerhalb der Gruppe stärkt – auch zu starker Abneigung gegenüber Leuten von ausserhalb führen. Andere Netzwerke sind offener gestaltet und umfassen Leute entlang von verschiedenen sozialen Gruppen. Bridging Netzwerke sind besser für die Verlinkung zu externen Zugängen und für die Verteilung von Informationen. Wenn man z.B. eine neue Arbeitsstelle sucht – oder politische Verbündete – dann sind die schwachen Beziehungen, welche zu weiter entfernten Bekannten führen besonders wertvoll. Da sich diese meistens nicht im selben sozialen Umfeld bewegen und so zu neuen Netzwerken und Ressourcen führen können.

Viele Gruppen vereinen beide Aspekte: „Bonding“ entlang von einigen Gruppen, „Bridging“ entlang von anderen Gruppen. „Bonding“ und „Bridging“ sind keine „entweder oder“-Kategorien, in welche Netzwerke säuberlich eingeteilt werden können, sondern viel eher „mehr oder weniger“-Dimensionen entlang derer unterschiedliche Formen von Sozialkapital verglichen werden können. Beide Kapitalformen können unter gewissen Umständen starke soziale Effekte haben und eine (gute) Mischung dieser Qualitäten gilt als optimal (Putnam, 2000, S. 22-23).

Es kann vermutet werden, dass ländliche und städtische Betriebe sich auf unterschiedliche Vernetzungsstrategien abstützen.

- Traditionelle Landwirtschaftsbetriebe konzentrieren sich eher auf „Bonding“ Sozialkapital, da sie sich eher mit Leuten austauschen, welche sich bereits in landwirtschaftlichen Netzwerken (und dessen Organisationen) befinden.
- Neue UL-Betriebe hingegen greifen eher auf ihre Beziehungen von ausserhalb zurück und tendieren somit eher zur Kategorie „Bridging“ Sozialkapital (in der Verbindung von landwirtschaftlichen mit ausserlandwirtschaftlichen Netzwerken und Organisationen).

Strukturwandel in der Landwirtschaft bringt eine starke Veränderung dieser Beziehungsstrukturen mit sich. Neue Verbundenheiten und Netzwerke mögen sich über moderne Kommunikationsformen aufbauen und Alternativen zu den ländlichen Netzwerken aufbauen.

Die unterschiedlichen Definitionen von Sozialkapital haben gezeigt, dass Beziehungen zu den Mitmenschen – egal wie man sie konzipiert – immer Vorteile haben können. Insbesondere stillen diese Vernetzungsformen grundlegende menschliche Bedürfnisse nach Gemeinschaft und Zugehörigkeit.

2.3.4 Überblick über die Analyseperspektiven

Das Konzept von SK gibt den Rahmen ab, in dem sich eher individuelle Verhaltensweisen und Kapitalbildungen abspielen. SK kann aber auch auf der Ebene eines Betriebes oder in dessen grösserem räumlichen Umfeld betrachtet werden (in den Beziehungen zu Nachbarschaften, dem Quartier, einer Gemeinde) oder in einem weiteren gesellschaftlichen Umfeld betrachtet

werden (Region). Die folgende Abbildung veranschaulicht die möglichen Perspektiven, die in Bezug auf die Bildung und Nutzung Sozialkapital eingenommen werden können:

1. SK kann im Alltagshandeln verankert sein und bezieht sich dabei auf individuelle Handlungsweisen, die in der Lage sind, SK zu akkumulieren.
2. In einer weiteren Perspektive kann Sozialkapital mit landwirtschaftlichen Betrieben und möglichen Betriebsstrategien und Handlungsweisen in Beziehung gebracht werden.
3. In der dritten Perspektive bezieht sich SK auf das räumliche Umfeld (Quartier, Gemeinde, Region).
4. SK kann in einer umfassenderen gesellschaftlichen Perspektive im Rahmen des Beitrags von SK zur Bildung und Gestaltung von Zivilgesellschaft betrachtet werden.

Alle Perspektiven sind für das Forschungsprojekt *City Farming* und für UL-Betriebe von Bedeutung. Es wird davon ausgegangen, dass Aspekte von SK und Nachhaltigkeit im Wertehorizont der Betriebe verankert sind und dass sich diese in unterschiedlichen Strategien und Veränderungsabsichten äussern.

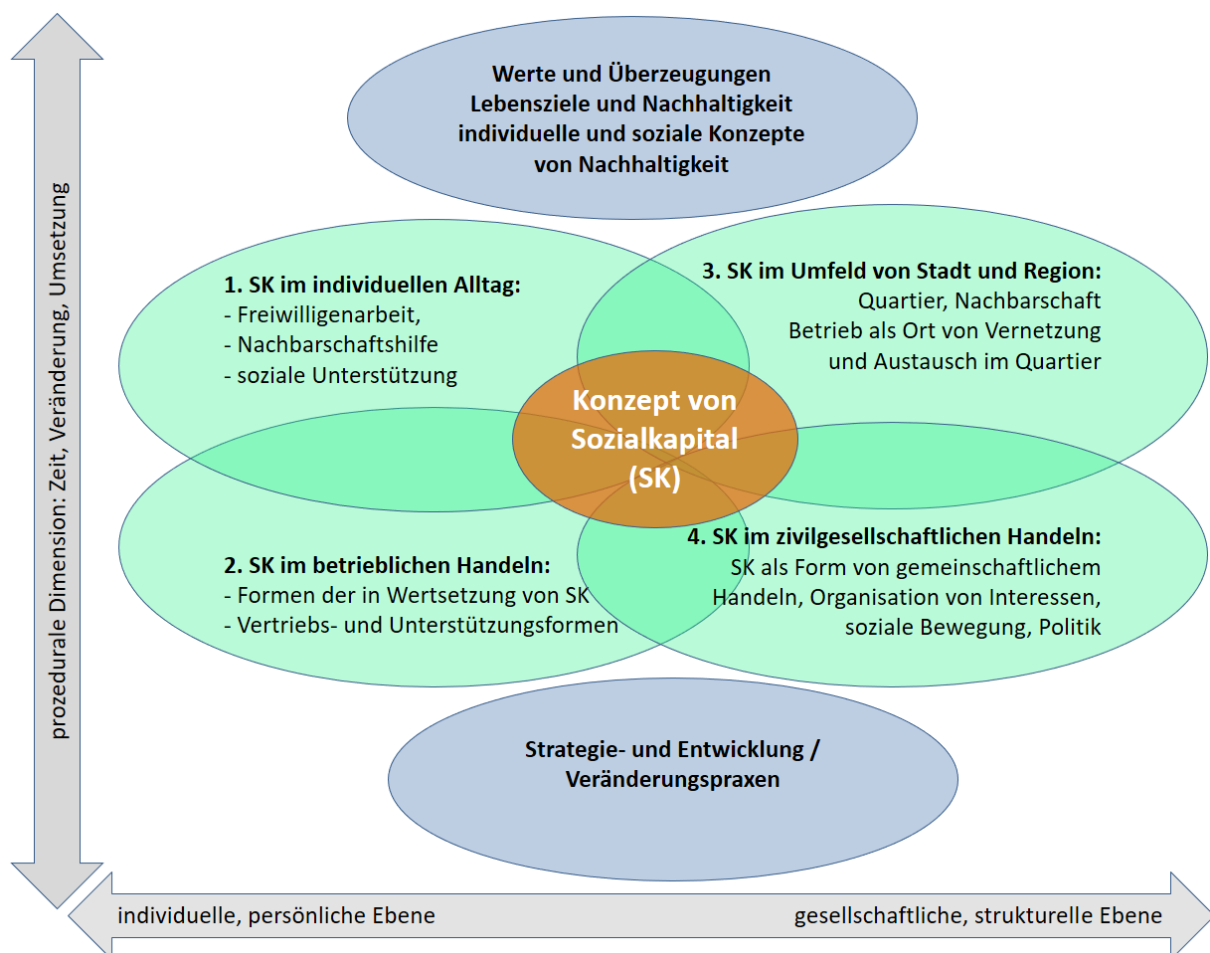


Abbildung 2: Aspekte von Sozialkapital im Rahmen der geplanten Analyseperspektiven (eigene Darstellung)

Es wird postuliert, dass die räumlichen Aspekte sowie die Aspekte von Sozialkapital für UL-Betriebe von besonderer Bedeutung sind. Dabei sind die aufgezeigten Dimensionen graduelle, alle Betriebe können auf diesen Dimensionen untersucht und unterschiedlich verortet werden.

Dadurch, dass sich die UL-Betriebe weniger in das konventionelle Landwirtschaftssystem mit seinen Netzwerken und Organisationen eingebunden sind und – so die weitere Arbeitshypothese – stärker mit einer sozialen Bewegung verbunden sind, sind neue Formen von SK besonders wichtig und der Bezug zum sozialen Umfeld des Betriebes intensiver als in Betriebsformen, die in dieser Arbeit als „traditionell“ bezeichnet werden sollen. Die besondere Bedeutung von sozialen Aspekte hängen auch mit dem Bewegungskarakter von UL zusammen.

2.3.5 Sozialkapital im individuellen Alltagshandeln

Private Netzwerke ermöglichen neben den sozialen Interaktionen auch individuelle Bestätigung sowie materielle und immaterielle Hilfeleistungen (Wiesinger & Machold, 2001, S. 23-26). Die in Bauernfamilien und deren Netzwerken involvierten Personen sind dann von Bedeutung, wenn es darum geht, sich mit jemandem auszutauschen, der selbst nicht Familienmitglied ist. Verschiedene LandwirtInnen gaben an, dass dies vor allem in Krisensituationen wichtig sei (Glover, 2010, S. 492-495). Engelhardt konnte Faktoren für Sozialkapital in bäuerlichen Familien ausmachen: Soziale Kompetenz in der Familie (Gesprächskultur, Wertschätzung und Empathie sowie Authentizität), Verständnis und klare Regeln innerhalb der Familie, aktive Mithilfe im Dorf oder in der Gemeinde (Aspekt des Vertrauens und der Verlässlichkeit), Verbundenheit innerhalb der Bauernschaft (Zusammenhalt und Toleranz innerhalb der Bauernschaft sowie das Ansehen der BäuerInnen im Dorf oder in der Gemeinde), erwähnt wird auch Selbstzentriertheit und Abgrenzung, da zum sozialen Engagement (Freiwilligen- oder Nachbarschaftshilfe) und zur Bildung sozialer Kompetenz ein gutes Mass an persönlicher Abgrenzung notwendig ist (Engelhart, Vogel, & Larcher, 2011, S. 26).

2.3.6 SK im betrieblichen Handeln

Schäfer (2007) betont den Austausch, der durch Netzwerke und den Tausch von Produkten entsteht. Landwirtschaftsbetriebe sind in vielfältige formelle und informelle Netzwerke und Organisationen eingebunden. Im Vordergrund dieser Kontakte steht der Austausch und Handel von Produkten. Zwischen den landwirtschaftlichen Betrieben werden Futter- und Düngemittel sowie Tiere ausgetauscht oder es erfolgt eine Erweiterung des eigenen Sortiments durch den Zukauf bei anderen Betrieben (Schäfer, 2007). Es hat sich gezeigt, dass bei ländlichen Landwirtschaftsbetrieben gleiche Voraussetzungen in Bezug auf die Produktionsfaktoren (Lage, Betriebsgröße, etc.), nicht zwangsläufig zu gleichen betrieblicher Strategien und Betriebsstrukturen führen. Ansätze des Sozialkapitals können wohl solche Unterschiede (mit-) erklären (neben der Rolle von Werten und Überzeugungen, vgl. Kapitel 2.4). In der Landwirtschaft sind die meisten Bauern in Vereinigungen und Verbänden organisiert, um gemeinsam ihre Interessen zu vertreten, sich auszutauschen, neue Techniken und Fachwissen zu erlernen (Alston, 2004, S. 43-44). In eine ähnliche Richtung tendiert Fafchamps (2002) in seiner Theorie über die drei Dimensionen von Sozialkapital bei landwirtschaftlichen Betrieben:

- Beziehungen mit anderen LandwirtInnen, welche dem eigenen Betrieb helfen können, ihre Transaktionskosten (Fixkosten auf dem Markt) zu reduzieren.
- Beziehungen zu Personen, welche in finanziell schwierigen Zeiten aushelfen können, und somit die Landwirte vor Liquiditätsproblemen bewahren.

- Familiäre Beziehungen für den persönlichen Austausch und Hilfe.

Sozialkapital kann erhöht und Transaktionskosten können reduziert werden, indem Interaktionen zwischen den LandwirtInnen angeregt werden. So kann beispielsweise eine landwirtschaftliche Handelskammer die Transaktionskosten des Agrarrohstoffmarktes reduzieren. Sozialkapital kann dazu führen, dass LandwirtInnen mehr Vertrauen ineinander haben. Dies erlaubt ihnen, Kredite zu vergeben oder zu erhalten und Informationen zu Preisen und Qualitätskontrollen auszutauschen (Fafchamps, 2002, S. 152).

So sehr sich die LandwirtInnen heute in Produktionstechnik und Betriebswirtschaft auskennen, so sehr mangelt es ihnen (laut Dirschler) an sozialen Kompetenzen, die in der modernen Gesellschaft erforderlich seien, um sich mit sich selbst, dem eigenen Beruf und gesellschaftlichen Anliegen auseinanderzusetzen (Dirschler, 2012, S. 65). LandwirtInnen sehen sich traditionell oft als Ernährer der Bevölkerung und als Leiter eines Hofes, der für die Familie langfristige Sicherheit bieten soll. Als UnternehmerInnen wollen sie Ziele erreichen, finanziert mit dem Erlös aus dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, die mit den eigenen Ressourcen hergestellt werden. Als UnternehmerInnen sind LandwirtInnen in der Wahl ihrer Ziele und Mittel unabhängiger als in der Rolle eines Bauern/einer Bäuerin (Roux, 1999). Damit ist ein ähnlicher Aspekt, wie bereits von Schallberger (1999a und b) herausgearbeitet: Als Bauern sehen sich Landwirte in der Pflicht, das Schweizerhaus mit ausreichenden Nahrungsmitteln zu versorgen; als Unternehmer verfolgen sie auf Grund eigener Werte und von wahrgenommenen Marktchancen Strategien für innovative Produkte und Dienstleistungen (darunter finden sich eben auch die sozialen und ökologischen Leistungen).

Engel, Ulmer, and Kantelhardt (2006) haben eine Klassifizierung der Unternehmertypen von biologisch bewirtschafteten Landwirtschaftsbetrieben erstellt:

- Die *IdealistInnen* verfügen über ein vielfältiges Netzwerk innerhalb der „Alternativ-Szene“, sie sind eng mit den KonsumentInnen und mit AkteurInnen der biologischen Wertschöpfungskette verbunden.
- Die *PragmatikerInnen* sind stark in der Region durch den gezielten Aufbau von betriebspezifischen Netzwerken – auch zu konventionellen KollegInnen und zu Personen / Organisationen ausserhalb der Landwirtschaft verankert.
- Die *MinimalistInnen* weisen eine gute Verankerung in der dörflichen Gemeinschaft und der Region auf, gleichzeitig sind sie gering in Strukturen der biologischen Landwirtschaft eingebunden. Sie zeigen wenig Eigenaktivitäten zum Aufbau von Netzwerken.
- Die *Experimentierfreudigen* verfügen über ein vielfältiges Beziehungsgeflecht, auch ausserhalb der Landwirtschaft, sie sind lokal relativ schwach eingebunden, in der biologischen Landwirtschaft konzentrieren sie sich auf Vermarktungsnetzwerke.
- Die *MarktstrategInnen* pflegen intensiven Kontakten zu MarktpartnerInnen, sowohl auf dörflicher als auch auf Branchenebene, in Branchenverbänden sind sie als FunktionärInnen aktiv und gewinnen so Einfluss (Engel et al., 2006).

Es kann formuliert werden, dass die traditionellen Landwirtschaftsbetriebe hinsichtlich der Produktion und Verarbeitung stark vernetzt sind, so etwa über verschiedensten Branchenorganisationen, Verbänden, Genossenschaften, Maschinenringen oder genossenschaftlich betriebenen Verwertungsorganisationen. Was die in den letzten Jahren im Umfeld der urbanen Landwirtschaft neu entstandenen Betriebe auszeichnet, ist jedoch die Vernetzung von landwirtschaftlichen Betrieben mit ausserlandwirtschaftlichen Kreisen wie KonsumentInnen, Schulen etc.

2.3.7 SK im sozialräumlichen Umfeld von Stadt und Region

Das Konzept des Sozialkapitals ist ein wichtiger Faktor für die Gestaltung und Erklärung von Regionalentwicklung. Gemäss Wiesinger kann sich Sozialkapital ohne passende institutionelle Gegebenheiten nicht vermehren. Die Politik sollte die Zusammenarbeit fördern, Lernmöglichkeiten anbieten und dadurch das Vertrauen zwischen den lokalen Akteuren fördern. Sozioökonomische und ökologische Bedingungen können die Schaffung von Sozialkapital erleichtern, gleichzeitig ist Sozialkapital eine Grundvoraussetzung für eine positive Regionalentwicklung. Sozialkapital kann auch eine entscheidende Rolle für die lokale oder regionale Identität spielen (Wiesinger, 2007, S. 11-12). Die Stärke von regionalen Netzwerken liegt in einem intensiven, oft auf persönlicher Basis beruhenden Informationsaustausch, der nicht zuletzt aufgrund der räumlichen Nähe möglich ist und ein sehr flexibles Agieren ermöglicht. Vertrauen kann nur langsam wachsen. Daher sind Geduld und Zeit für einen intensiven Austausch unabdingbare Voraussetzung. Engel konnte zeigen, dass ein dichtes, regionales Beziehungsgeflecht und persönliche Kontakte, die einen vertrauensvollen Umgang ermöglichen, wesentliche Voraussetzungen für das effektive Funktionieren eines Netzwerkes sind (Engel, 2006, S. 104-106).

Städtische Ressourcen: Durch das sozial dichte Umfeld in Städten eröffnen sich für die LW neue Chancen. Die Landwirtschaft in Stadtnähe muss auf deren spezifische Bedingungen eingehen. Standortvorteile für die Landwirtschaft entstehen durch die Markt- und KundInnennähe. Hinzu kommt, dass zusätzliches Einkommen durch verschiedene Dienstleistungen generiert werden kann. Für die Bevölkerung ist Landwirtschaft immer noch ein Identitätsbestandteil und wird mit einem stabilen Umfeld verbunden. UL eröffnen sich ein immenses Potential von Zusammenarbeits- und Unterstützungsformen über verschiedene soziale Gruppen hinweg.

Umwelt: Neben der ursprünglichen Produktion von Nahrungsmitteln und Rohstoffen werden Umweltfunktionen als wichtig erachtet. Grünflächen haben positive Auswirkungen auf das Mikroklima einer Stadt. Ökologische Ausgleichsflächen sind auch in der Stadt/im Agglomerationsraum als Landschaftselemente von Bedeutung.

Erholung: Eng verbunden mit der Umweltfunktion ist die Erholungsfunktion. Menschen im urbanen Raum, die nach grüner und natürlicher Umgebung suchen, nutzen die lw Kulturlandschaft als Erholungs- und Erlebnisraum. Eine gut gestaltete, lw genutzte Umgebung wird als Ausgleich zum gebaut-technischen Stadtraum geschätzt.

Gesundheits-, Sozial- und Kulturfunktion: Es ist schon länger bekannt, dass bei Therapien von physisch oder psychisch Behinderten, Senioren, Jugendlichen oder Personen mit Suchtproblemen in landwirtschaftlichen Strukturen mit geringem Aufwand gute Resultate erzielt werden können. Neben diesen enger auf Gesundheit oder Integration bezogenen Aktivitäten, eröffnet Landwirtschaft in Stadtnähe weitergehende Möglichkeiten in Bezug auf Umweltbildung, Land-Art, Unterhaltung und Freizeit.

Raumstruktur: Besondere Qualitäten und Nutzungsmöglichkeiten der Landwirtschaftsflächen bieten eine Vielzahl positiver Ansätze für die Stadtentwicklung. Aktuell werden diese Flächen noch wenig in die Planung einbezogen. Stadteigene Landwirtschaftsbetriebe würden z.B. Potentiale für die Stadtentwicklung beinhalten.

2.3.8 Sozialkapital im zivilgesellschaftlichen Handeln

Sozialkapital bietet in der Konzeption gesellschaftlichen Kitt, indem es zum einen Normen gegenseitig bestätigt (und teilweise auch sanktioniert), andererseits durch Vernetzung zu Vertrauensverhältnissen, Austausch und Integration beiträgt. Durch diesen Rahmen können ebenfalls ökonomische Tätigkeiten gefördert werden, indem Transaktionskosten gesenkt werden. Es wird in dieser Arbeit die These aufgestellt, dass UL besonders in diesen Bereichen Stärken gegenüber der traditionellen Landwirtschaft aufweist. UL weist im sozialen Bereich eine Vielzahl von Aktivitäten auf und trägt damit u.a. zu resilienten Städten bei:

- UL weist Aspekte von Gemeinschaftlichkeit auf. Solche gemeinschaftlichen Strukturen integrieren und binden Menschen über die eigentliche unternehmerische Tätigkeit hinaus.
- UL bildet den Rahmen für Vertrauensbeziehungen, sie schafft interne Vernetzung, aber auch brückenbildende Strukturen. Bei UL sind letztere ausgeprägter als in der traditionellen Landwirtschaft (die verstärkt mit Abnahmeorganisationen kooperiert).
- UL verfolgt Zielsetzungen im Bereich von Politik und Kultur. Das städtische Umfeld fördert und fordert verstärkt diese über die Produktion hinausragenden Ausrichtungen.
- UL beinhaltet als soziale Struktur eine Form konstruktiven Protests an herkömmlichen Produktionsweisen in Landwirtschaft und Gesellschaft: UL ist (auch) als politische Protestform gegen industrielle Formen der Nahrungsmittelproduktion (mit hohem Energieaufwand) und als Kritik an Formen von Vermarktung zu verstehen (die besser in lokalen oder regionalen Kreisläufen organisiert werden sollte).
- UL will vernetzen, integrieren und lädt verschiedene Gruppen zur Teilhabe ein.
- UL weist über die Vernetzungsaspekte hinweg, Merkmale einer sozialen Bewegung auf.
- UL ist mit spezifischen Form von Kultur und Ernährung verbunden (z.B. Slow Food, regionale Produktion).
- UL zeichnet sich durch alternative Zeitgestaltung und Entschleunigung aus.
- UL will ein „Regrounding“ in Auseinandersetzung mit Natur und will Primärerfahrungen ermöglichen.
- UL diskutiert suffiziente Lebensstile, „Back to the Roots“-Strategien.
- UL vereint unterschiedliche Akteure und Interessen.
- UL ist nicht privates Wirtschaftshandeln sondern ein Vorhaben in einem (halb-) öffentlichen, gesellschaftlichen Raum; UL bezieht sich auf die urbane Zivilgesellschaft.
- Transparenz, Prozessgestaltung, Mitbestimmung sind wichtige Aspekte von UL.
- UL ist mit pädagogischen Anliegen verbunden.
- UL ist mit Bildung für Nachhaltige Entwicklung und Anstrengungen im Bereich der Umweltpädagogik verbunden.
- UL ist mit Gesundheit, Teilhabe, Agogik, aber auch in einem weiteren Sinne therapeutischen, integrativen, gesundheitsfördernden Perspektiven verbunden.

Die Analyse der vier untersuchten Fälle wird zeigen, inwiefern diese Erwartungen gerechtfertigt sind.

2.4 Werte und Überzeugungen führen zu einer Vielfalt von Formen urbaner Landwirtschaft

Die Schweiz ist von Iw Familienbetrieben dominiert. Die Betriebsvielfalt ist enorm. Trotz dieser Vielfalt gibt es in bestimmten Regionen vorherrschende Muster der Betriebsgestaltung. Dies ist beeinflusst von der Topografie (z.B. Mittelland, Bergregionen), dem System der Direktzahlungen und auch von kulturellen Einflüssen und Traditionen. Dominierender Eindruck ist nicht die Einheitlichkeit, sondern die Vielfalt vorfindlicher Betriebe. Die grosse Zahl unterschiedlicher Versuche, diese Vielfalt in klare Kategorien zu unterteilen, zeigt die Beliebigkeit dieser Kategorienbildung, und auch, dass die Variationen unendlich sind. Das gilt insbesondere, wenn der landwirtschaftliche Betrieb im umfassenden Rahmen von Betrieb, Haushalt und Familie betrachtet wird (und nicht nur die Aspekte des landwirtschaftlichen Betriebes). In der Vielfalt dieser Betriebe (auch in einer bestimmten Region) zeigen sich subjektive, individuelle und persönlichen Vorlieben und Werte. Betriebskonzepte greifen die Ressourcen verschiedener Familienmitglieder auf und binden diese in die Gestaltung der Betriebsentwicklung und in der Betriebsdiversifikation ein. *Urbane LW ist von einer grösseren Bandbreite (so eine Arbeitshypothese) von Werten/Überzeugungen geleitet, als die traditionelle LW (die sich verstärkt als Produzentin von Nahrungsmitteln versteht).* Dazu trägt z.B. bei, dass nicht alle untersuchten Betriebe Direktzahlungen erhalten, das bedeutet, dass die normierende Kraft des Entschädigungssystems wegfällt und zudem die Möglichkeiten für eine Vielzahl von Zielen (jenseits der Optimierung innerhalb des Anreizsystems der Direktzahlungen) geöffnet wird. *Für innovative, kreative und auch unkonventionelle Ideen bietet die das urbane Umfeld eine vielfältige Umwelt mit grossem Nachfragepotential.* Der urbane Raum bietet sich als Testfeld für solche Ideen an und stellt umgekehrt Fragestellungen und Bedürfnisse der urbanen Bevölkerung in Auseinandersetzung mit den vorhandenen Betrieben.

Bei Werten und Überzeugungen handelt es sich um sozialisierte, im Laufe der Biographie sich festigende Meinungen und Glaubensvorstellungen, die sich in bestimmten Ideen, aber auch ethisch moralischen Vorstellungen niederlegen. Solche Werte und Überzeugungen wirken im Alltag handlungsorientierend. Betriebe, Familienbetriebe, aber auch Organisationen können sich an solchen Werten orientieren und solche in ihren Strukturen und Organisationszielen festschreiben. Häufig decken sich diese Grundüberzeugungen unter den verschiedenen Mitgliedern einer Organisation, den verschiedenen Hierarchieebenen oder Abteilungen, einer Organisation, eines Familienbetriebs, aber auch einer Genossenschaft weitgehend, was eine Kommunikation und soziale Integration und Zusammenhalt grundsätzlich erleichtern und fördern kann.

2.5 Landschaft durch Landwirtschaft gestalten

Moderne Landschaftsarchitektur versteht Raumentwicklung als komplexen Prozess. Dieser umfasst drei Unmöglichkeiten: Jene, komplexe Prozesse in ihrem Verlauf vorhersagen zu können; die permanenten Veränderungen aller Teile im Prozessverlauf zu erfassen; und schliesslich jene der Notwendigkeit, die Interaktion der Teile im Prozessverlauf zu betrachten,

um den Verlauf zu verstehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zu eröffnen. (Prominski, 2004). *Urbane LW wirft ein mögliches Bild über die Stadtlandschaft, das als Alternative zur bestehenden Landschaft zu lesen und zu entwickeln ist.* Als eine mögliche Form von Stadtlandschaft kann urbane Landwirtschaft der Stadt ein grünes Bild geben und sich neu in die Energiekreisläufe, in die Interaktionen mit den Menschen und mit der gebauten und technischen Umwelt einbringen. Dieses alternative Stadtbild ist geprägt von den Anliegen und Handlungsweisen der UL. Stadtlandschaft ist dabei nicht ein vorwiegend ästhetisch gestaltetes Leitbild, sondern nährt sich aus den sozialen und ökologischen Funktionen von Landwirtschaft (unter Realisierung möglicher Einkommensoptionen). Urbane LW betreiben heisst, in den Prozess von Stadtentwicklung einzusteigen und Elemente, Systeme, Sozial- und Begegnungsräume in diese Struktur einzubringen. Es bedeutet auch, Gestaltungsprozesse in den Rahmen von Governance-Strukturen und zivilgesellschaftlichen Prozesse einzubringen. UL verändert den Stadtraum, die Stadtlandschaft. Mit einer solchen Perspektive wird der Rahmen des Betriebs und dessen Erhaltung verlassen und eine eher kollektive und eher öffentliche Perspektive gebracht.

3 Forschungsanlage und Methoden

Der methodische Schwerpunkt des Forschungsprojektes City Farming wurde auf qualitative sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden, insbesondere auf offene qualitative Interviews gelegt. Vier Betriebe wurden als Fallbeispiele ausgewählt und vertieft analysiert. Dabei wurden Personen mit unterschiedlichen Perspektiven befragt. Für die Auswahl der Betriebe wurden folgende Kriterien festgelegt: Im Agglomerationsraum von Zürich liegend (Ausnahme UrbanFarmers, zwar in Basel lokalisiert, stellt aber einen Spin-off der ZHAW dar), biologische Produktionsweise, vielfältiges soziales Engagement.

Zuerst wurde 1) das bestehende System erfasst und analysiert (*systemische Perspektive*). Aufbauend auf dieser ersten Auswertung wurden 2) weitere Interviews durchgeführt, welche den Fokus auf die Werthaltungen und Zielvorstellungen der Betriebe legten (*normative und prozedurale Perspektive*). Schliesslich 3) wurden die Ergebnisse der Befragung mit den beteiligten Personen diskutiert und validiert (*Fokusgruppendifkussion*).

Tabelle 2: Analyseschritte des Forschungsprojektes City Farming

Analyseschritt	Methode	Zeitraum
1) Systemperspektive	Einstiegsfragenkatalog	März bis April 2014
	qualitative Leitfadenterviews	April bis Juli 2014
	Halbstrukturierte Kurzinterviews	Mai bis Juli 2014
2) Prozedurale und normative Perspektive	qualitative Leitfadenterviews	Januar bis März 2015
3) Validierung und Diskussion	Fokusgruppendifkussion	April 2015

Bisher sind keine qualitativen Verfahren bekannt, welche Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft zufriedenstellend erfassen, analysieren und zu bewerten imstande sind. Bei den meisten Erfassungssystemen handelt es sich um quantitative oder semi-quantitative Instrumente. In den folgenden Abschnitten wird auf verschiedene bestehende Nachhaltigkeits-Indikatoren eingegangen. Keines dieser Tools konnte für die Vorhaben dieses Forschungsprojektes vollständig übernommen und verwendet werden, viele Indikatoren flossen jedoch – sinngemäss – in die Erhebung mit ein.

Sämtliche Personennamen wurden anonymisiert, teilweise die Namen der Betriebe. Eine Ausnahme gilt für die beiden Betriebe ortoloco und UrbanFarmers, bei welchen aufgrund ihrer „Unverwechselbarkeit“ der richtige Betriebsname beibehalten wurde.

3.1 Basisbefragung

Bevor die ersten qualitativen Interviews durchgeführt wurden, besuchten wir alle Betriebe und füllten gemeinsam mit den BetriebsleiterInnen einen Einstiegsfragenkatalog aus (vgl. Anhang A). Dies ermöglichte uns, die Betriebe kennenzulernen und eine Vertrauensbasis für die darauffolgenden Interviews zu schaffen. Die Antworten auf die Fragen wurden von Hand notiert, damit ein Aufnahmegerät nicht schon von Anfang Distanz schaffen würde. Im Prinzip wurden in diesem ersten Schritt Daten erhoben, wie sie für die landwirtschaftliche Berichterstattung und die Erstellung von Betriebsspiegeln üblicherweise gesammelt werden.

Zudem erfragten wir weiterführende Dokumente, wie Organigramme, Jahresberichte etc. und führten Dokumentenrecherche im Internet durch (Webseite, Medienartikel, etc.). Aus den Erkenntnissen des Fragenkataloges und der weiteren Dokumente wurde von jedem untersuchten Betrieb ein Betriebsspiegel erstellt (für eine Zusammenfassung vgl. Tabelle 3 sowie ausführlich Anhang B). Dieser erste Schritt diente den AutorInnen der Erfassung des Spektrums eines Betriebes und half, interessierende Gegenstände zu identifizieren. Auf die in diesem Schritt ermittelten betrieblichen Besonderheiten wurde in den darauffolgenden Interviews eingegangen. Für das Verständnis der dargestellten Fälle ist es bei der Lektüre ebenfalls sinnvoll, zunächst die Betriebsspiegel zu lesen.

3.2 Qualitative Leitfadeninterviews

Unter dem Begriff des qualitativen Leitfadeninterviews werden Formen der offenen oder halbstrukturierten Befragung zusammengefasst. Die Forschenden entwickelten vorgängig die problemzentrierte Fragestellung und darauf aufbauend wurde ein Leitfaden erarbeitet. Das Interview liess die Befragten möglichst frei zu Wort kommen. Dank der offenen Gesprächsführung konnten die Befragten selbst Zusammenhänge entwickeln und ihre subjektiven Perspektiven und Deutungen offenlegen. Zudem konnte überprüft werden, ob die Fragen überhaupt verstanden werden. Grundlegend ist, dass zwischen Befragendem und Befragtem eine Vertrauensbeziehung entstand. Die befragte Person sollte sich ernst genommen und nicht ausgefragt fühlen. Das Gespräch bestand im Wesentlichen aus drei Teilen:

1. Sondierungsfragen, welche allgemeine Einstiegsfragen in die Thematik beinhalten.
2. Leitfadenfragen, welche diejenigen Themenaspekte darstellen, die als wesentlichste Fragestellungen im Interviewleitfaden festgehalten sind.
3. Aspekte, die im Leitfaden nicht vorhanden sind, für die Themenstellung oder die Erhaltung des Gesprächsfadens jedoch von Bedeutung sein können (Mayring, 2002, S. 67-71).

Die Gespräche werden aufgenommen und mithilfe des Programms Atlas.ti transkribiert, kodiert und qualitativ ausgewertet (vgl. Kapitel 3.5 Analyse der Leitfadeninterviews).

3.2.1 Leitfaden für die Systemperspektive

Nach den Einstiegsgesprächen und dem Erstellen der Betriebsspiegel wurden in den vier ausgewählten Betrieben qualitative Leitfadeninterviews durchgeführt. Dabei wurden mindestens zwei wichtige ExponentInnen der Betriebe befragt (in der Regel der/die Betriebsleitende, Ko-Leiter, PartnerIn des Betriebsleitenden, Mitarbeitende). Idee dieser aufeinander aufbauenden und sich ergänzenden Akteursperspektiven ist es, ein möglichst umfassendes Bild eines Betriebes zu erhalten.

Als erste Grundlage für die Gestaltung des Fragebogenleitfadens für die Systemperspektive wurde das *Standard Questionnaire, der Working Group 3 der COST-Action „Urban Agriculture Europe“* verwendet. Die im Questionnaire enthaltenen Indikatoren und Fragen sollten vollumfänglich in der von uns entwickelten Vorgehensweise enthalten sein. Erhoben wurden im COST-Questionnaire insbesondere auch die positiven externen Leistungen der Betriebe in pädagogischen (Umweltbildung, BNE), sozialen (Leistungen für die Stadtgesellschaft, Arbeitsstellen, Ausbildungsmaßnahmen etc.), kulturhistorischen Bereichen (Erhaltung und Bewirtschaftung historischer Bauten und Bau- und Naturdenkmäler).

Es gibt weitere, etablierte Tools, um landwirtschaftliche Betriebe zu erfassen und Nachhaltigkeitsanalysen durchzuführen. Diese Tools wurden allerdings meistens für andere Zwecke in anderen Zusammenhängen entwickelt – eine Voraussetzung, die eine integrale Verwendung dieser Tools verhinderte. Für die Erarbeitung des Einstiegsfragenkataloges und des Interviewleitfadens (Systemperspektive) wurden einige Aspekte von SAFA und RISE übernommen und – falls nötig – angepasst.

RISE (Response-Inducing Sustainability Evaluation der HAFL): RISE wurde speziell für landwirtschaftliche BeraterInnen entwickelt und stellt nicht eigentlich ein Forschungsinstrument dar. Bei diesem Instrument stehen quantitative Daten im Vordergrund, viele der Indikatoren sind für die urbane Landwirtschaft nicht relevant. Ziel dieses Instrumentes ist es, Grundlagen für ein Beratungsgespräch mit dem/der Betriebsleitenden zu erarbeiten, eine Zielsetzung, die das Projekt nicht verfolgte.

SAFA (Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems der FAO): Dieses Instrument ist nicht speziell auf landwirtschaftliche Betriebe ausgerichtet, sondern eher auf die Nahrungsmittelindustrie im Allgemeinen. Da beim Forschungsprojekt *City Farming* der Schwerpunkt auf sozialen Aspekten liegt, sind gewisse Teile von SAFA zu ausführlich (ökonomische, ökologische und gouvernementale Aspekte), andere zu wenig ausdifferenziert (soziale und gesellschaftliche Aspekte), um integral verwendet zu werden.

Zur Bewertung und Erfassung von Nachhaltigkeitsaspekten wurden die Meinungen von landwirtschaftlichen Experten beigezogen. Diese gaben Rückmeldungen zu existierenden Tools und zu den in *City Farming* verwendeten Methoden und ermöglichten so eine Optimierung der Vorgehensweise.

Der Leitfaden zur Systemperspektive stützt sich zudem auf die Theorie des Sozialkapitals (vgl. Kapitel 2.3). Zur Erprobung und Verbesserung des Leitfadens führten wir ein Testinterview und eine kleine Testtranskription mit einem uns persönlich bekannten Landwirt durch. Der Leitfaden wurde auf der Grundlage dieser Erfahrung leicht überarbeitet. Der Leitfaden für die Systemperspektive findet sich im *Anhang C*.

3.2.2 Halbstrukturierte Kurzinterviews

Halbstrukturierte Kurzinterviews ergänzten die ausführlichen Leitfadeninterviews während der Systemperspektive. Bei verschiedenen Aktivitäten der Betriebe wurden Teilnehmende befragt (KundInnen, Mitwirkende, BesucherInnen, QuartieranwohnerInnen etc.). Die fünf- bis zehnminütigen Kurzinterviews enthielten nur qualitative Fragen. Sie bauten auf dem Leitfaden zur Systemperspektive auf, waren jedoch im Umfang stark reduziert. Gegebenenfalls wurde der Betrieb mehrfach aufgesucht, um weitere Perspektiven einzuholen. Der Fragebogen der Kurzinterviews befindet sich im *Anhang C*.

3.2.3 Leitfaden für die prozedurale und normative Perspektive

Nach der Auswertung der Interviews der Systemperspektive folgte die vertiefende Erhebung zur *normativen und prozeduralen Perspektive*. Der Interviewleitfaden enthielt zweierlei Typen von Fragen: Der allgemeine Teil enthielt Fragen zur Zukunft und Vision des Betriebes, des Umfeldes und der Rahmenbedingungen und stellte diesen in Zusammenhang mit den vertretenen Werten und Überzeugungen. Diese Fragen wurden allen Betrieben gestellt. Der betriebspezifische Teil baute auf den Ergebnissen der ersten Interviews auf und vertiefte interessante Aspekte. Zentral war die Erstellung von Perspektiven, in welche Richtung der Betrieb sich entwickeln solle und welche Schritte und Vorgehensweisen dafür geplant oder allenfalls auch bereits in die Wege geleitet wurden. Die Leitfäden der prozeduralen und normativen Dimension befinden sich im *Anhang C*.

3.2.4 Postskriptum

Nach der Durchführung eines Interviews wurde ein Postskriptum angefertigt, welches in der Tonaufnahme nicht zum Ausdruck kommende, für die Interpretation jedoch wichtige Aspekte enthielt. Exemplarisch werden hier einige Punkte genannt:

- Kurze Beschreibung des Arbeitsplatzes und des Umfeldes.
- Angaben zur befragten Person: Prägnante Charakterzüge, Anzeichen von Nervosität, Konzentrationsschwierigkeiten, Langeweile etc.
- Besonderheiten der äusseren Situation, z.B. Störungen des Gesprächs oder die Anwesenheit Dritter.
- Einzelheiten, die vom Befragten erst nach Beendigung des offiziellen Gesprächs geäußert wurden.

In der Auswertungsphase kann ein Postskriptum ergänzende, bestärkende oder relativierende Informationen liefern, die den Interpretationen der einzelnen Interviews manchmal erst ihre Gültigkeit verleihen. Sie machen die subjektive Betroffenheit und emotionale Stimmungslage des Gesprächspartners verständlich und nachvollziehbar. Bei Fragen der Glaubwürdigkeit der Aussagen bzw. der Beurteilung der Offenheit des Gesprächspartners ist das Postskriptum hilfreich (Lamnek, 2010, S. 357-358).

3.4 Fokusgruppendifkussion

Nach der Analyse der prozeduralen und normativen Perspektive wurde eine Fokusgruppendifkussion durchgeföhrt, welche zum Ziel hatte, die Ergebnisse zu überprüfen, zu diskutieren und Schlussfolgerungen für die Praxis zu ziehen. Zur Vorbereitung wurden die Ergebnisse der Fallstudien den interviewten Betrieben und relevanten Akteurinnen aus ihrem Umfeld zugesendet und die ersten Ergebnisse am Anlass selber vorgestellt.

Die Fokusgruppendifkussion stellt zudem eine eigene Erhebungsrunde dar, in der die Aussagen der Beteiligten sich zum einen auf ihre Betriebe und das Forschungsprojekt *City Farming* beziehen, zugleich aber auch als typische Aussagen von bestimmten VertreterInnen der Urbanen LW ausgewertet werden können.

Bei Interviews mit Einzelpersonen kann auf die subjektiven Bedeutungsstrukturen des Einzelnen eingegangen werden. Viele Meinungen und Einstellungen sind aber an soziale Zusammenhänge gebunden und können am besten in sozialen Situationen erhoben werden. Erfahrungen zeigen, dass in gut geföhrtten Gruppendiskussionen Rationalisierungen und psychische Sperren durchbrochen werden und die Beteiligten Einstellungen offenlegen, die auch im Alltag ihr Denken, Föhlen und Handeln bestimmen. Durch Gruppendiskussionen können Informationen über die öffentliche Meinung, kollektive Einstellungen und Ideologien ergründet werden (Mayring, 2002, S. 76-77).

3.5 Analyse der Leitfadeninterviews

3.5.1 Transkription

Wird gesprochene Sprache in eine schriftliche Fassung gebracht, nennt sich das Transkription. Transkription ist eine relativ zeitaufwändige, jedoch notwendige Voraussetzung für eine ausführliche Auswertung von Interviews. In Transkripten können Unterstreichungen und Randnotizen vorgenommen und Textstellen miteinander verglichen werden. Das Wortprotokoll ermöglicht es, einzelne Aussagen in ihrem Kontext zu sehen und gibt so die Basis für ausführliche Interpretationen (Mayring, 2002, p. 89). Lange Zeit wurde die Herstellung von Transkripten als ein theorieneutraler Prozess betrachtet. Dabei wurde vernachlässigt, dass die Herstellung und die Verwendung von Transkripten theoriendurchtränkte, konstruktive Prozesse darstellen. Transkripte sind durch eine erhebliche Reduktion der reichhaltigen Primär- und Sekundärdaten gekennzeichnet sowie dadurch, dass das zeitgebundene Gespräch in zeitentbundene visuelle Verschriftlichung überföhrt wird (Flick, von Kardoff, & Steinke, 2009, S.440). In der vorliegenden Befragung kommt als zusätzliches erschwerendes Momentum hinzu, dass die Interviews in Mundart geföhrt wurden, die Transkription aber in einer etwas an die Standardsprache angepassten Schreibweise erfolgte. Bei der Transkription wurde darauf geachtet, Satzstellung und den mundartlichen Duktus möglichst nahe dem sprachlichen Material

zu halten. Im folgenden Text werden die Zitate mit den dem Zeitpunkt im Interviewverlauf referenziert (min:sek). Dies ermöglicht ein Wiederauffinden der zitierten Passagen im Audio-File.

Vorgehen bei der Transkription

Bei der Transkription des Interviewmaterials orientieren wir uns an relativ einfachen Regeln nach Lamnek (2010, S. 367-377):

1. Das Material, das im Original auf einem Datenträger (Tonband oder Videoband) vorliegt, wird verschriftlicht.
2. Für die nonverbalen Aspekte werden Transkriptionsregeln ausgearbeitet. In diesem Forschungsprojekt gilt folgendes: Pausen (...), Lachen (lachen), Räuspern (räuspern), Betonungen (*Wort*), Unverständliches (xxx).
3. Anschliessend werden die Transkripte mit der Bandaufnahme verglichen und Tipp- und Hörfehler verbessert. Die Personennamen wurden durch Kennelemente ersetzt und somit anonymisiert.
4. Weitere Daten (z.B. aus dem Postskriptum) können den Transkripten hinzugefügt werden.

3.5.2 Kategorienbildung

In diesem Forschungsprojekt wurden die Kategorien aus zwei Ansätzen heraus gebildet: In einem ersten Durchgang wurde aus dem Material heraus kodiert (Zusammenfassung), der zweite Kodierdurchgang basierte auf Erkenntnissen der Theorie des Sozialkapitals, die sog. Strukturierung (Mayring, 2002, S. 115). Die konkreten Kategorien wurden in Auseinandersetzung mit dem Material gebildet, erprobt und revidiert, bis der definitive Kodierleitfaden feststand. Anhand dessen konnte das gesamte Material kodiert werden. Das Material wurde dabei soweit reduziert, dass ein überschaubarer Korpus entstand, welcher die wesentlichen Inhalte abbildete (Flick et al., 2009, S.447–448). Die Kodierung wurde mit dem Programm *Atlas.ti* durchgeführt.

4 Ergebnisse

4.1 Betriebsspiegel

Die Tabelle 3 beinhaltet die wichtigsten Kennzahlen der vier Betriebe. Die Tabelle ist unvollständig, sie zeigt in erster Linie die für das Forschungsprojekt zentralen Aspekte auf. Ausführlichere Beschreibungen befinden sich im *Anhang B – Betriebsspiegel*.

Tabelle 3: Betriebsspiegel der vier untersuchten Betriebe im Vergleich

	Rütihof	Meierhof	Ortoloco	UrbanFarmers
Standort	Zürich-Seebach	Steinmaur	Dietikon	Basel / Zürich
Eigentum/ Besitz	Rüetschis pachten Betrieb seit 1998 von der Stadt Zürich	Gebäude in Familienbesitz, eigenes und Pachtland	Genossenschaft ortoloco pachtet Land von Biohof Fondli	UrbanFarmers AG mietet Gebäudedach in Basel (UF001)
Bewirtschaftung	Familie Rüetschi, Haupterwerbsbetrieb	AG: Gebrüder Meier (in 6. Generation)	Genossenschaft (CSA)	durch UrbanFarmers AG
LN	50 ha, davon 35 ha Weiden, 6 ha Kunstwiese, 8 ha Ackerfläche, 70 a Beeren	70 ha, 20% Grünfläche, 40% Hackfrüchte, 40% Gemüse	1.4 ha, davon 8 a gedeckte Fläche	250 m ² Gewächshaus
Label	Biosuisse	Biosuisse	Biosuisse	-
Produktion	Wasserbüffel, Milchkühe, Schweine, (inkl. Futterbau), Beeren, Hochstammobst	Engadiner Schafe, Gemüse, Beeren, Orchideen	Gemüse, Kräuter, Beeren für 230 Gemüseabos	Gemüse, Kräuter, Fisch (Aquaponic-Technologie)
Weitere Tätigkeiten	Umweltbildung (SchuB, Naturschule Zürich), Stallvisite, Hofführungen	geschützte Ausbildungsplätze für Jugendliche, Events im Triibhuus	betriebsinterne Verteilung, Umweltbildung (Mitarbeit der Mitglieder)	Kerngeschäft von UF ist Entwicklung und Verkauf von Anlagen, nicht Bewirtschaftung
Personal	keine festen Mitarbeitende, via Agriimpuls jeweils 2 Praktikanten aus Osteuropa, öfters ein Lehrling, Pensionär hilft unbezahlt mit	40 Mitarbeitende (Landwirtschaft, soziale Arbeit, Administration), Lehrlinge, geschützte Ausbildungsplätze	3 Fachkräfte à je 50%, 2 PraktikantInnen à 80% (März – Nov.), unbezahlte Mitarbeit der rund 500 Mitglieder	Pilotfarm UF001: 50% Betriebsleiter, 200% PraktikantInnen, dazu weitere unbezahlte HelferInnen
Vermarktung	<i>Hofladen</i> : ¼ der eigenen Produktion, v.a. Büffelmilchprodukte und Beeren, Beeren-Selbstpflückanlage	55% an Migros, 25% an Grosshandel, restliche 20% via Direktvermarktung im Hofladen und an zwei Marktständen	Selbstversorgung der Genossenschaft: Verteilung von wöchentlichen Gemüseaschen an Mitglieder	100% an drei Basler Restaurants, bis Okt. 2014 zudem Testverkauf in Migros Dreispitz
Ökonomie	jährlicher Umsatz rund 300'000 CHF (davon 1/3 DZ)	jährlicher Umsatz rund 5'000'000 CHF (davon 100'000 DZ).	jährlicher Umsatz rund 270'000 CHF (keine DZ)	jährliche Einnahmen Pilotfarm ca. 45'000 CHF
Spezielles	Hof befindet sich mitten im Naherholungsgebiet von Zürich, rege Frequentierung	Betrieb in zwei AGen aufgeteilt, Betriebsphilosophie basiert auf christlichem Glauben	Partizipation der KonsumentInnen in der Landwirtschaft (Risiko- teilung, Mitarbeit)	ressourcen-schonende, innovative Aquaponic-Technologie

4.2 Betriebsportraits

4.2.1 Betriebsportrait Rütihof



a) Betriebsstrategie

Direktvermarktung

Die Betriebsstrategie des Rütihofs ist darauf ausgelegt, die Möglichkeiten der Nähe zur Stadt und somit zur potentiellen Kundschaft auszuschöpfen. Mittels einer Beerenanlage zum selber Pflücken soll eine Vielzahl von Personen auf den Hof gebracht werden. Dadurch verspricht sich der Rütihof Synergien bezüglich Hofladen, um schliesslich einen Grossteil der Produkte in Direktvermarktung abzusetzen.

„Also sicher eben, das Zentrale ist eigentlich der Standort des Betriebs. Der gibt dir ja eigentlich die Richtung. Ähm, ich meine, dadurch, dass wir am Stadtrand sind, von Zürich, haben wir halt ein Stück weit – ich sage – mehr Leute auf dem Betrieb, wie Sie vorher schon gesagt haben. Wenn du auf dem Land draussen mutterseelenallein bist, wo nie jemand vorbeikommt. Damit musst du schlussendlich schon umgehen können. Aber auf der anderen Seite ist es ja auch eine Chance für den Betrieb, oder. Gerade Direktvermarktung, ich meine, sonst würden wir kaum Direktvermarktung machen und ursprünglich haben wir da die Beerenanlage draussen für das eigentlich gepflanzt, oder dass die Kundschaft wirklich auch hierherkommt, ein bisschen als Magnet.“ (René, 36:1)

Als Rüetschis den Hof vor gut 15 Jahren übernommen haben, haben sie sich für die Direktvermarktung ab Hof und gegen den Verkauf an Marktständen entschieden. So haben sie weniger Aufwand für die Vorbereitung und müssen den Hof nicht verlassen. Zudem schätzen sie es, wenn die Kundschaft zu ihnen kommt und nicht umgekehrt.

„Wir haben einfach gesagt, der Konsument soll hierherkommen, weil wir ja eigentlich sowieso auf dem Betrieb sind. (...) Und ich meine, der Weg war für uns mehr dieser, dass sich der Konsument mit dem Betrieb ein Stück weit identifizieren kann und wir den Betrieb aufmachen. Und wenn wir auf den Markt gingen, dann bist du, siehst du ein Gesicht, aber viel weiter bist du im Grunde genommen ja doch nicht.“ (René, 99:25)

Wasserbüffel, eine vielversprechende Nische

Der Rütihof ist zurzeit in Umstellung von der Rinderrasse Holstein auf Wasserbüffel.

Die Beweggründe für die Umstellung sind v.a. ökonomischer Art. Die „hochgezüchteten“ Holsteinkühe haben einen hohen Kraffutterbedarf. Seit der Verschärfung der Biorichtlinien muss zugekauftes Futter 100% biologischer Herkunft sein, dies führt zu Mehrkosten für die Produktion. Gleichzeitig ist der Preis für Kuhmilch schwankend und tendenziell sinkend. *„Daher musst du dir irgendwann, musstest du dir Gedanken darüber machen, dass wir eine Rasse haben, bei der wir Milch mit dem eigen produzierten Raufutter produzieren können.“* (René, 99:16)

Die Produkte der Wasserbüffel (Büffelfleisch, Büffelmilch und veredelte Milchprodukte wie Camembert und Glacé) gelten als Nischenprodukte und können zu höheren Preisen verkauft werden, als jene von Milchkühen. Der Umsatz wird somit durch die Einzigartigkeit der Produkte und nicht mittels Quantität erwirtschaftet (René, 36:59). *„Und daher ist sicher bei der Büffelmilch, wenn du sie vermarkten kannst, ist die Wertschöpfung grösser. (...) Die Nachfrage ist da. Wobei, man darf das nicht überbewerten. Man muss das schon auch noch sehen. Ich meine, es ist ein stolzer Preis diese Büffelmilch. Und da haben wir natürlich schon auch, ähm, wir mögen natürlich nie an die Italiener-Produkte herankommen, von den Kosten her.“* (René, 99:17)

Diese Umstellung bedingt, dass die Erzeugnisse der Wasserbüffel weiterhin Nischenprodukte bleiben, da sonst die Preise sinken würden. Diese Produktionsweise entspricht den limitierten Platzverhältnissen im urbanen Raum: *„...nach wie vor soll das ein Nischenprodukt bleiben, oder. Und es darf nicht einfach eine grosse Menge zustande kommen, schlussendlich, weil sonst nachher, dass da jeder umstellt, weil sonst geht es nachher in eine Massenproduktion hinein, dann haben wir den Preis nicht mehr, oder. Und, aber das Ziel wäre eigentlich schon, wir konzentrieren uns wirklich darauf, dass wir möglichst die Büffelmilch gut verkaufen.“* (René, 36:8)

Da Schweizer Büffelmilchprodukte noch relativ unbekannt sind, engagieren sich Rüetschis auch ausserhalb ihres Betriebes, um sozusagen „Aufklärungsarbeit“ für die Büffelmilchprodukte zu machen. *„Es braucht einfach entsprechende, ich sage Aufklärungsarbeit. Im September (...) haben wir in Altstetten in der Migros eine Degustation zusammen mit dem Käser gehabt. Und der verarbeitet ja auch noch Schafmilch. Und die Produkte, die er hat, sind eigentlich bei den Konsumenten, vor allem die Schafmilch-Produkte, die kannten sie. Aber den Camembert, den Büffelcamembert, den kannte niemand. (...) Aber alle, die eigentlich probiert haben, die finden den super. Finden den super. (...) Und von daher bin ich nach wie vor überzeugt, die Büffelprodukte haben nach wie vor eine Chance. Aber es braucht halt einfach ein bisschen Aufklärungsarbeit.“* (René, 99:18)

Zukunftsblick und Hofnachfolge

René wagt es nicht, eine Prognose zu geben, wo der Betrieb in 20 Jahren steht. Dazu sei die Agrarpolitik zu schnelllebig und man wisse nicht, was auf einen zukomme. Die Unterstützung der Pachtbetriebe durch die Stadt Zürich (Eigentümerin) sieht er als ausschlaggebend an, ob die Betriebe auch zukünftig existieren könnten. René stellt fest, dass die Stadt Interesse hat, diese Betriebe zu erhalten, obwohl dies kostenaufwändig sei.

„Solange die Stadt quasi hinter diesen Betrieben steht, (...) sehe ich eigentlich schon Zukunft für alle Pachtbetriebe, die Zürich hat. Klar hat es vielleicht einmal einen Nebenerwerbsbetrieb, bei dem man einmal darüber spricht, wie geht es jetzt da weiter. Aber über alles gesehen hängt es zu einem grossen Teil schon davon ab. Wenn natürlich das Politische irgendwie, die Stadträte irgendwie andere Vorstellungen haben irgendwann mal, dass es zu teuer ist, dass es. Ich meine, wir müssen klarsehen, ein solcher Betrieb der ist für die Stadt, wenn man es rein rechnerisch anschaut, also der Pachtzins, den wir da bezahlen, der reicht natürlich nicht für die ganzen Kosten, die ein solcher Betrieb verursacht. (...) Man muss das, die Stadt schaut das aus einer anderen Perspektive an. Die Stadt wächst und die Bevölkerung nimmt zu. Und das heisst es braucht aussen durch einen Grüngürtel, einen Naherholungsgebiet. Und demzufolge gewinnt das auch immer mehr an Bedeutung. Die Frage ist dann einfach, ob das dann noch mit der landwirtschaftlichen Produktion, oder, mit, ähm, ich sage jetzt ganz konkret, mit dem Betriebsleiter, dem Pächter, ob sich der damit identifizieren kann und ob du das alles unter einen Hut bringst.“ (René, 99:19)

René wirft die Grundsatzfrage auf, ob es richtig sei, in der Stadt Zürich Nahrungsmittel zu produzieren oder ob man die Flächen nur noch für die Naherholung und den Umweltschutz nutzen sollte. Er befürwortet ersteres. *„Aber, ich meine, wir haben doch, gerade der Betrieb da, wir haben eine Grösse, bei der man sagen muss, dass man da noch produzieren kann. (...) Ja, das sehe ich also schon so. Aber ob jetzt da, ob in 20 Jahren noch gemolken wird hier, das kann ich nicht sagen.“ (René, 99:20)*

Da Rüetschis den Rütihof pachten, ist es unklar, ob sie nach ihrer offiziellen Pensionierung auf dem Hof bleiben können. Der Pachtvertrag wird spätestens dann aufgelöst und der Betrieb wird für die Weitervergabe öffentlich ausgeschrieben. Es besteht die Möglichkeit, dass einer ihrer Söhne sich für den Betrieb bewirbt, doch dies ist eher unwahrscheinlich, da zurzeit beide eine Ausbildung im nicht-landwirtschaftlichen Bereich absolvieren. *„Und von daher. Ja..., ich gehe eher davon aus, irgendwann sind wir dann überflüssig und packen dann halt unsere Dinge, oder, und schauen dann weiter.“ (René, 99:21)*

Hinzu kommt, dass die Rüetschis aufgrund des Pachtverhältnisses nicht bereit sind, im selben Stil in den Hof zu investieren, als wenn sie Eigentümer wären und wüssten, dass der Hof innerhalb der Familie bleibt. *„Oder es wäre anders, wenn es unser Betrieb wäre. Es beginnt bei den Investitionen. (...) Ich meine, ich gehe sicher nicht noch mit 60 in irgendwelche Dinge investieren für hunderttausende von Franken oder, wenn du eigentlich weisst, dass du, dass es in *5* Jahren fertig bist. (...) Man sieht, wenn natürlich die Nachfolge ein Junger ist, der weitermacht, dann gäbe es manchmal andere Entscheidungen.“ (René, 99:22)*

b) Sozialkapital

Personal

Aufgrund der Gebäudesituation, können auf dem Rütihof nebst der Familie Rüetschi kaum andere Leute wohnen. Auch der Lehrling, welcher für ein Jahr auf dem Betrieb arbeitet, wohnt nicht auf dem Hof, sondern im Nachbardorf. Dies bringt Vor- und Nachteile mit sich. Die Familie Rüetschi hat ihre Privatsphäre, jedoch ist bei einem Notfall – z.B. im Stall – niemand ausser ihnen da, der schnell mithelfen könnte (René, 99:6).

Lässt man die finanzielle Situation ausser Acht, würde sich René idealerweise eine weitere Betriebsleiterfamilie wünschen, welche auf dem Hof wohnt und diesen langfristig mitträgt. *„Eine Schweizer Fachkraft, verheiratet, mit Familie, die da auf dem Betrieb wohnen könnte. Das wäre eigentlich das Ideale. Jemand, der sich auch mit dem Betrieb identifizieren und sagen würde, da bin ich zu Hause. (...) Das wäre das Optimale. Aber ja, das ist ein wenig ein Wunschdenken.“* (René, 99:10)

Rüetschis beschäftigen keine Langzeitangestellten. Die Praktikanten aus der Ukraine und Russland, welche über Agriimpuls vermittelt werden, bleiben in der Regel 18 Monate auf dem Betrieb. Teilweise wäre es wünschenswert, wenn die ausländischen Praktikanten längerfristig auf dem Betrieb mitarbeiten könnten. Die Vorschriften des Agriimpuls-Programms verunmöglichen dies jedoch (René, 99:9). Durch diese Organisation entsteht eine hohe Fluktuation der Arbeitskräfte. Dadurch wird verunmöglicht, dass Rüetschis langfristig Aufgaben oder Arbeitsbereich delegieren können. Ein Grossteil der Arbeitsbelastung, sowie die gesamte betriebliche Verantwortung lastet auf den Schultern des Ehepaars Rüetschi. Durch den häufigen Wechsel der Mitarbeiter sind Ferienabwesenheiten von Rüetschis nicht immer möglich. *„Vor allem muss es mit den Leuten stimmen. Dass alles klappt, wenn wir fort sind.“* (Ruth, 36:47). In Zeiten, in denen *„man Glück hat“* mit dem Personal, gibt René jedoch schon einige landwirtschaftliche Arbeiten ab. Zurzeit ist bspw. der Lehrling für die Jungviehfütterung zuständig (René, 99:5).

Dass Rüetschis keine Festangestellten beschäftigen, liegt jedoch nicht nur an der finanziellen Situation. In der Vergangenheit haben sie mit Festangestellten nicht nur gute Erfahrungen gemacht. *„Vor 10 Jahren hatten wir Festangestellte, Schweizer, also Fachleute. (...) Grundsätzlich ist es schon einmal schwierig, diese zu finden, da kann man nicht einfach so machen und dann sind sie da. Und wenn du dann einfach die Erfahrung machst, die haben wir bei zweien gemacht, wo schlussendlich die ausländischen Praktikanten diesen Schweizern überlegen sind, oder. Einfach von der Leistung her, von der Initiative her, vom Wille und allem. Von der Motivation und allem. Dann muss ich einfach sagen, dann stimmt es für mich nicht. (...) Klar, das war jetzt auch Pech. Aber, ich meine, dann ist natürlich auch die Lohnvorstellung etwas anderes, das wissen wir auch. Ja. Und daher haben wir irgendwann, habe ich das ein wenig, habe ich das mit den Festangestellten ein wenig in den Hintergrund gestellt. Aber natürlich mit diesem Nachteil, dass du immer wieder neue Leute hast, oder. Andererseits hattest du das auch mit den Festangestellten, da auf unserem Betrieb. Weil wir sind eigentlich ein Betrieb, der rein von den Wohnverhältnissen her, wir haben keine zweite Wohnmöglichkeit für jemanden. Ich sage jetzt einmal, irgendeine Wohnung oder so, die wir vom Betrieb aus einfach so zur Verfügung stellen können. Und dann sind das halt meist Junge, die ein Jahr, zwei Erfahrungen sammeln wollen und nachher weiterwollen. Zumindest die ‘Guten’, oder.“* (René, 99:8)

Ein Ausfall von Ruth oder René würde den Betrieb vor grosse Probleme stellen. Sie sind dessen bewusst, für diesen Fall aber nur bedingt vorbereitet. Einerseits gibt es den landwirtschaftlichen Betriebshelferdienst, welcher in einem Notfall einspringen könnte und benachbarte Betriebe, welche Rüetschis unterstützen würden. Bei einem längerfristigen Ausfall von Ruth oder René würde diese Strukturen jedoch nicht genug weit greifen. *„Das Horrorszenario wäre eigentlich das, wenn jetzt einer von uns zweien plötzlich einfach aus irgendeinem Grund, unfalls- oder krankheitshalber einfach nicht mehr auf dem Betrieb ist, oder. Solange du irgendwie noch da sein kannst und irgendwie Entscheidungen treffen kannst, geht es ja immer noch. Oder noch besser, ich sage es einfach so. Aber wenn du mal nicht mehr da bist, dann ist der Verbleibende natürlich total auf sich gestellt. (...) Wir haben die Aufteilung ja ein bisschen so, sie macht vor allem die Direktvermarktung, den Laden und das. Und dort ist eigentlich eine ähnliche Situation wie bei mir draussen. Wenn ich ausfalle, dann kann sie dort nicht überall einfach einspringen. So wie ich im Laden nicht einfach so einspringen kann.“* (René, 99:11)

Freiwillige Mitarbeit eines pensionierten Polizisten auf dem Hof

Rudolf arbeitet seit über zehn Jahren mehrmals die Woche auf dem Hof mit. Er hilft bei verschiedenen Aufgaben und übernimmt einen Teil der Pflege der Wasserbüffel. Rudolf wird, mit Ausnahme von Naturalien, für seine Arbeit nicht entschädigt und ist neben dem Ehepaar Rüetschi die einzige Person, welche seit längerem auf dem Hof arbeitet. *„Rudolf ist ein pensionierter Polizist. Er ist schon immer auf diesen Betrieb gekommen. Bei unserem Vorgänger schon.“* (René, 36:60)

Rudolf wird als Arbeitskraft, welche ohne Entgelt arbeitet, sicherlich geschätzt. Zudem hat er einen eigenen Verantwortungsbereich, indem er die Hörner der Wasserbüffel einölt und somit ein soziales Bedürfnis der Tiere abdeckt (René, 36:61). Ansonsten ist er bei einfachen repetitiven Arbeiten unterstützend tätig, vor allem in der Direktvermarktung. Rudolf äussert sich positiv und unkritisch gegenüber der Familie Rüetschi und deren Betriebsführung (Rudolf, 67:31). Er identifiziert sich stark mit der Arbeit auf dem Hof. René erwähnt jedoch, dass Rudolf sich teilweise zu sehr in betriebliche Entscheidungen einmischte. Dies wird von Rüetschis nicht geschätzt, da sie die Kontrolle und den Überblick behalten wollen. *„Es ist schon klar, wenn du jemanden so eng im Ding drin hast, dann muss man manchmal auch aufpassen, dass nicht er gewisse Entscheidungen trifft, die mir zuwider gehen.“* (René, 36:39)

Ein Ausfall von Rudolf wäre gemäss René für den Betrieb verkraftbar. Seine Arbeit wird geschätzt, ist jedoch eher ein „Supplement“ als essentiell für die Betriebsabläufe (Hörner ölen, etc.). *„Wir sind sicher immer dankbar, dass es ihn gibt und dass man auf ihn zurückgreifen kann, wenn Not am Mann ist. Das ist so. Das ist schon so. Aber dort hätte ich jetzt das Gefühl, das geht, ginge schon. Das wäre nicht so, dass es nicht mehr geht.“* (René, 99:12)

Beziehung zu Kundschaft

Rüetschis schätzen den persönlichen Kontakt, den sie dank der Direktvermarktung zu den KonsumentInnen ihrer Produkte haben. *„Das ist schon wertvoll, finde ich, wenn man weiss, wenn man die Leute ein wenig kennt. Einerseits gibt es die Stammkundschaft, die du eigentlich kennst und dann gibt es natürlich schon solche, die du einmal im Jahr siehst.“* (René, 99:26)

Der direkte Kundenkontakt hat dazu beigetragen, dass sich Rüetschis – welche ursprünglich nicht aus der Region Zürich stammen – sich einleben und Kontakte knüpfen konnten (René, 99:27).

Verhältnis zwischen Eigentümerin und Pächtern

Die Familie Rüetschi pflegt mit der Stadt als Eigentümerin des Betriebes ein unkompliziertes und vertrauensvolles Verhältnis (René, 36:6).

*„Wir sind *sehr* froh, haben wir Grün Stadt Zürich oder die Stadt Zürich als Eigentümer eines solchen Betriebes hier. Weil da sind wir eigentlich immer bessergestellt, wie wenn es eine Privatperson ist, sage ich jetzt einmal. Was es vielleicht zu sagen gibt, wenn natürlich, wenn es um grössere Investitionen geht, dann geht es halt lang, bis etwas entschieden ist. Es reden halt viele mit. Und da ist dann immer die Frage, wie weit kann ich da noch Einfluss nehmen oder nicht. Das ist jetzt etwa das Einzige, was man sagen könnte, ja. Aber das ist so, wenn du Stadtpächter bist. (...) Aber wir haben es wirklich gut. Wir sind eigentlich überall auch, wir sind jetzt nirgends irgendwo im Rückstand, bei dem man sagen muss, das hätte man jetzt schon seit 10 Jahren in Angriff nehmen müssen oder so. Daher ist eigentlich immer etwas gelaufen hier.“* (René, 99:23)

Nebst dem direkten Kontakt mit der Stadt nimmt René an landwirtschaftlichen Informationsveranstaltungen der Stadt Zürich teil (René, 36:62).

Engagement in Verbänden

Die Familie Rüetschi engagiert sich wenig in Verbänden und Parteien. Sie sympathisiert zwar mit den Anliegen einer Partei und ist Pflichtmitglied bei verschiedenen Verbänden wie beispielsweise dem Bauernverband und dem Biomilchpool (René, 36:12). Eine Ausnahme stellt die Sennereigenossenschaft Seebach dar, wo Herr Rüetschi im Vorstand aktiv ist. Die Familie Rüetschi sieht die Mitgliedschaften in den Parteien und Verbänden vor allem als Möglichkeit um Informationen zu erhalten (René, 36:14). Die Möglichkeit, dass durch Engagement in Parteien und Verbänden auf die Agrarpolitik Einfluss genommen werden kann, nimmt die Familie Rüetschi nicht wahr.

c) Aussenwirkung des Betriebes

Der Betrieb wird von der Kundschaft durchwegs positiv wahrgenommen. Als Gründe werden das Selbsterntefeld, der Hofladen und die Stallvisite genannt. Die Wasserbüffel werden als zusätzliche Attraktion wahrgenommen, da sie auf Schweizer Bauernhöfen eher selten anzutreffen sind (Kunde, 61:3). *„Das Beet zum selber ernten, das ist natürlich das Highlight für die Kinder, absolut. Den Laden finde ich auch lässig, und auch, dass sie überall die Kälbchen anschauen dürfen, und so.“* (Kundin, 62:4)

Die Produkte der Wasserbüffel sind jedoch im Vergleich zu herkömmlichen Milchprodukten teurer. Die hohen Preise werden von einem Teil der Kundschaft als negativ empfunden. *„Die Sachen, die sie haben sind sehr schön und sehr gut, aber es ist relativ teuer“* (Kunde, 61:1). In der näheren Umgebung ist der Rütihof sehr bekannt und fungiert teilweise sogar als Treffpunkt (Kundin, 62:11).

Die Rüetschis versuchen viele Leute auf den Hof zu bringen, was ihnen gut zu gelingen scheint. Die Strukturen, welche die Familie Rüetschi auf dem Betrieb angelegt haben, sind sehr offen und einladend. Durch die Stallvisite, die Selbstpflückanlage und den Hofladen wird aus dem Betrieb ein halböffentlicher Ort. Von mehreren KundInnen wird jedoch angemerkt, dass der Kontakt mit Rüetschis eher zurückhaltend und distanziert sei und dass sie keine Zeit

für Auskünfte hätten (KundInnen, 61:4, 62:9). Die Rüetschis machen somit einen eher verschlossenen Eindruck auf die KundInnen. Ob diese Verschlossenheit aufgrund des Charakters der Familie Rüetschi oder aufgrund der hohen Arbeitsbelastung, welche zeitlich keine Interaktion mit den Kunden zulässt, bleibt unklar. *„Den Herrn Rüetschi selber habe ich einmal nur von weitem gesehen, beim Melken.“* (Kundin, 62:9). *„Die Leute vom Betrieb kenne ich ein bisschen vom Sehen her, aber die haben ja meistens keine Zeit gross zu reden und von dem her...“* (Kunde, 61:4)

Die Kundschaft nimmt wahr, dass für die Familie Rüetschi die biologische Landwirtschaft und die Tierhaltung wichtig sind (KundInnen, 60:2, 61:5, 62:6). Zudem empfinden sie, dass durch den Rütihof eine Sensibilisierung für die biologische Landwirtschaft und eine gesunde Ernährung stattfindet. Diese Formulierungen von KundInnen sind jedoch Vermutungen, da der direkte Austausch mit der Familie Rüetschi sehr spärlich ausfällt.

d) Bildung und soziale Dienstleistungen

Öffentlichkeitsarbeit

René ist der Meinung, dass die städtische Landwirtschaft andere Verpflichtungen hat, als jene in ländlichen Gebieten. Er nennt an dieser Stelle die Öffentlichkeitsarbeit. *„Ich sage, eine der Hauptverpflichtungen oder Aufgaben, die wir haben, ist Öffentlichkeitsarbeit. Weil, du kannst eigentlich... Auf dem Land draussen weiss der Konsument noch eher, hat er noch eher die Verbindung zur Produktion. Das fehlt einfach in der Stadt. Und wenn wir das einigermaßen aufrechterhalten wollen, dann müssen wir dort natürlich einen Aufwand betreiben. Und daher ist es natürlich schon auch, Schule auf dem Bauernhof ist da schon noch ein wichtiges Instrument.“* (René, 99:28)

René stellt fest, dass sich viele StädterInnen dafür interessieren, wie Nahrungsmittel hergestellt werden. Dabei stellt er immer wieder fest, wie wenig informiert diese seien. *„Aber ich merke es einfach immer wieder den Reaktionen von solchen Schulklassen an, dass, da kriegst du im Nachhinein durchs Band nur positive Briefe und Zeichnungen über. Und dann merkst du einfach, die leben einfach in einer anderen Welt. Und da finde ich, das ist wirklich unsere Aufgabe, das dann auch aufzuzeigen, oder.“* (René, 99:29)

René sieht es als seine Aufgabe, die nicht-landwirtschaftliche Bevölkerung darüber zu informieren, warum die Landwirtschaft auf Direktzahlungen angewiesen sei, dass diese an relativ strenge Auflagen geknüpft und mit relativ viel Aufwand verbunden sei. *„Wir sind nur die, die quasi einfach Subventionen kriegen. Und nur so machen können. Und das denke ich, ist schon auch noch ein Punkt, der wichtig wäre, um ein wenig ein anderes Image, ja. (...) Aber, dort braucht es einfach, ich sage, dort braucht es Aufklärung.“* (René, 99:29)

Umweltbildung

Der Rütihof bietet offizielle Umweltbildungsangebote wie „Schule auf dem Bauernhof“ an. René scheint diese Bildungsarbeit gerne zu machen. *„Ich mache es eigentlich gerne, wenn ich, wenn ich vor allem, wenn die Reaktionen, die ich erhalte, solange die positiv sind für mich, mache ich es gerne.“* (René, 99:31)

René erwähnt jedoch den Zeitaufwand und dass die anderen im Betrieb anfallenden Arbeiten ebenfalls erledigt sein müssen (René, 36:27). Es stellt sich die Frage, ob er seine Arbeit in der Umweltbildung auf derselben Ebene wie die anderen Tätigkeiten als Arbeit betrachtet. Im

Rütihof steht sicherlich die landwirtschaftliche Tätigkeit und nicht die umweltbildnerische Tätigkeit im Vordergrund. *„Wenn ich natürlich in der Woche drei Klassen habe, dann gehen mir so drei Morgen weg. Also nicht gerade ganze Morgen, ich meine, wir fangen morgens um fünf Uhr im Stall an, aber trotzdem. Ich muss schauen, dass ich im Hochsommer alles erledigen kann. Es ist ja meistens im Sommerhalbjahr, und dann wollen immer vor den Sommerferien alle noch kommen.“* (René, 36:26)

Das Programm SchuB überlege sich jedoch, mehr Anforderungen zu stellen, was die Betriebe anbieten müssten (jäten, Brot backen etc.). Würde dies eingeführt, wäre René nicht mehr bereit am Programm teilzunehmen.

„Mein Ding ist einfach das: Ich mache es einfach so, wie es für mich passt, wie es für meinen Betrieb stimmt. Und wenn das nicht mehr genehm ist oder nicht mehr akzeptiert werden sollte, dann mache ich es nicht mehr. Ich gehe nicht, ich lasse mir nicht diktieren, wie ich eine Schulklasse durch einen Betrieb führen sollte und was man alles noch machen sollte. Und solange ich durch das Band hindurch nur positive Reaktionen haben, von den Lehrkräften. Dann stimmt es ja. Was muss ich dann da ändern?“ (René, 99:31)

Die Nachfrage bezüglich Umweltbildungsangeboten ist sehr gross, der Rütihof könnte diesen Bereich weiter ausbauen (Ruth; 36:30). Neben dem Angebot „Schule auf dem Bauernhof“ wird auf dem Rütihof auch das Programm „Naturschulen der Stadt Zürich“ angeboten. Aus zeitlichen Gründen werden bei diesem Angebot nur der Hof zur Verfügung gestellt und von Seiten der Familie Rüetschi nicht selbst die Inhalte vermittelt; Rüetschis kriegen für das zur Verfügungstellen der Infrastruktur eine Entschädigung (René, 36:28). Dieses Beispiel zeigt, wie ein Betrieb seinen Hof als Setting zur Verfügung stellen kann, ohne selber zeitlich involviert zu sein. Das Programm der externen Umweltbildner unterscheidet sich von dem, was René anbietet. *„Wir machen auch nicht dasselbe. Sie haben ein anderes Programm als ich. Ich nehme halt bei meinen Klassen, die ich mache, eine Kuh raus und dann melken wir halt diese Kuh. Und das machen sie jetzt nicht. Einfach aus Respekt ein Stück weit auch vom Tierbestand her. Wenn, oder sie würde sich das vielleicht schon auch noch zutrauen, eine Kuh rauszunehmen, aber dann hätten sie, da müsste ich halt trotzdem halbwegs wieder schauen gehen und da sein. Weil so kann ich wirklich sagen, sie sind selbständig.“* (René, 99:32)

Freiwillige Mitarbeit

In unregelmässigen Abständen absolvieren Personen auf dem Rütihof den Landdienst oder eine Lehre zum Landwirt. Private Anfragen bezüglich Mitarbeit auf dem Hof werden von der Familie Rüetschi grundsätzlich abgelehnt. Die Gründe liegen dabei einerseits im organisatorischen Mehraufwand und andererseits in den teilweise hohen Ansprüchen an Gegenleistungen oder Entschädigungen (Ruth, 36:37).

„Es gibt viele Eltern, die wollen, dass die Kinder hier mitarbeiten können. Und dort wird es problematisch. Gerade vor einer Woche ist wieder einer gekommen. Seine Tochter ist 14 Jahre alt, und er will, dass sie in den Ferien ein bisschen helfen käme und so. Und dort wird es einfach schwierig, dort ist es für uns wirklich ein Mehraufwand. Weil du kannst nicht davon ausgehen, dass eine weiss, was sie genau machen muss, da musst du anleiten und sagen was und wo. Und dann kannst du noch hoffen, dass dann nichts passiert, betreffend Unfälle.“ (René, 36:35)

Hohe Ansprüche der Bevölkerung

Die BesucherInnen, welche bspw. das Angebot der Stallvisite wahrnehmen, haben teilweise hohe Ansprüche. Sie rechnen damit, dass Rüetschis sich Zeit nehmen, eine Hofführung machen und Fragen beantworten. René empfindet das als mühsam und bereut es manchmal, beim Programm der Stallvisite mitzumachen.

*„Viele wissen inzwischen, oder man kann das ja auch im Internet nachschauen, das mit der Stallvisite. Und das macht so..., lässt so etwas raus fast, wie wenn die Stallvisite, wie wenn da immer jemand bereitstehen würde und Rede und Antwort steht. Und das ist nicht so bei der Stallvisite. Bei der Stallvisite ist es ganz klar so gedacht, man kann schauen kommen, frei herumlaufen und so. Aber es ist einfach Tatsache, wir können nicht einfach immer zwölf Stunden bereitstehen und jeden noch herzlich begrüßen und alle Fragen, die er noch hat, beantworten. Auf der anderen Seite, jetzt die andere Situation, wenn jetzt jemand da ist im Stall und ich laufe gerade zufälligerweise heran und es kommt eine Frage. Dann gibst du schon Auskunft. Oder, aber, sie haben halt eine gewisse... . Man merkt es daran, es hat viele die vorgängig anrufen und sagen, sie wollen, sie kämen wegen der Stallvisite und dann merkst du genau. Die erwarten schon, dass dann jemand, das Empfangskomitee eigentlich da ist. Mit einer Betriebsführung, etwas übertrieben gesagt. Und da muss ich schon sagen, *so* ist es eben nicht. (...) Vielleicht ist es auch noch ein bisschen ein Kommunikationsproblem, der Stallvisite selbst. Und klar, in der Stadt Zürich sind wir der einzige Landwirtschaftsbetrieb, der bei der Stallvisite überhaupt mitmacht, oder. Auf städtischem Gebiet. Jetzt kann man natürlich sagen, vielleicht hätten wir aus diesem Grund, weil die Erwartungshaltung dann so kommt, dass quasi jemand bereits stehen müsste, hätten wir vielleicht klüger gesagt, wir machen bei diesem Programm Stallvisite überhaupt nicht mit.“ (René, 99.30)*

e) Werthaltungen

Traditionelle Werte

Die Werte der Familie Rüetschi sind traditionell. René stammt aus einem ländlichen Gebiet und ist als Bauernsohn aufgewachsen. Er schätzt am Beruf des Landwirtes den Umgang mit den Tieren und der Natur. René sowie seine Frau Ruth führen den Betrieb pflichtbewusst. Der urbane Raum und die die damit verbundenen Gegebenheiten sind für Rüetschis Neuland. Sie versuchen auf die an der Landwirtschaft interessierten Stadtbevölkerung mittels Umweltbildungsangeboten und Selbsterntefeld einzugehen. Ab einem gewissen Punkt, verschliessen sich die Rüetschis gegen aussen, beispielsweise bei privaten Anfragen zur Mithilfe auf dem Hof. Ein effizienter Arbeitsablauf und eine gute Planbarkeit sind ihnen wichtig.

„... ich bin grundsätzlich als Bauernsohn aufgewachsen, meine Eltern haben schon gebauert und irgendwie, für mich hat's eigentlich gar nie etwas anderes gegeben, also ich habe mir diese Gedanken schon gemacht, die waren dann aber relativ schnell wieder weg damals, wenn ich mich zurückerinnere. Ich wollte eigentlich immer Bauern, für mich ist die Natur und, also vor allem die Natur ... als ich noch kleiner war, waren mir die Tiere nicht so wichtig, heute sind die Tiere mindestens genauso wichtig wie die Natur selbst. Nein, für mich hat's eigentlich nie etwas anderes gegeben als Bauern. Dann hast du einfach, in der Natur draussen sein und die Freiheit haben, ein Stück weit. Und du musst auch, ich meine, wir haben ja relativ lange Arbeitszeiten und Präsenzzeiten und du musst praktisch ... sieben Tage bist du dran. Ja, wir können nicht am Samstagabend den Schlüssel drehen und am Montag wieder kommen... .“ (René, 36:40)

Der Rütihof ist als traditioneller Familienbetrieb organisiert. Ruth ist für die Direktvermarktung zuständig, René erledigt die restlichen Arbeiten. *„Und äh, wichtig ist klar, die Familie muss mitmachen, das ist klar, ich alleine könnte das ja nicht machen. Also so einen Betrieb kannst du nicht alleine einfach da ... sonst musst du, müsstest du es auf einer anderen Aber grundsätzlich braucht's eigentlich eine Frau an der Seite, sonst kannst du's eigentlich vergessen, sonst geht's gar nicht, ja.“* (René, 36:42)

Rüetschis haben einen ländlichen Hintergrund und betreiben Landwirtschaft im städtischen Raum. Den Standort des Betriebes hätten sie sich nur bedingt aussuchen können, da es sehr schwierig sei, in der Schweiz einen Betrieb zu finden, den man hauptberuflich bewirtschaften könne.

„Wir haben während vier Jahren in der ganzen Schweiz Betriebe angeschaut. (...) Und schlussendlich, dass wir jetzt da, ich meine, ich war vorher mal noch zehn Jahre im Baselbiet, in Äsch, das ist auch mehr oder weniger am Stadtrand von Basel. Daher wusste ich eigentlich schon, wie das in etwa ist, wenn man am Stadtrand Landwirtschaft betreibt. Aber in dieser Zeit, als ich in Basel war, hätte ich mir natürlich nie erträumt, dass ich je einmal hier in Zürich Landwirtschaft betreiben werde. Aber das hat sich einfach so ergeben, oder. Wir haben auch im Jura Betriebe angeschaut, in der Zentralschweiz, wir haben überall Betriebe gesehen. (...) Ja, und zum Teil halt auch Betriebe, wo du dann trotzdem keine Existenz hast. Wo du gerade im gleichen Zug noch überlegen konntest, wo du neben dem Betrieb sonst noch arbeiten gehst. Und ich habe eigentlich immer gesagt, wenn wir selbst beginnen, dann will ich eigentlich einen Vollerwerbsbetrieb. (...) Und daher war nicht die Region das Ding, das Kriterium, sondern halt doch der Betrieb. Der, das haben wir vorher schon angetönt, es ist in der Stadt halt nicht die gleiche Landwirtschaft wie auf dem Land. Ich bin auf dem Land aufgewachsen. Ich weiss eigentlich beide Seiten.“ (René, 99:33)

Privatsphäre versus Öffentlichkeit

Die Direktvermarktung (Hofladen und Beerenpflückanlage) und die Lage des Betriebes inmitten eines Naherholungsgebietes von Zürich führen dazu, dass der Rütihof stark frequentiert wird von einer mehrheitlich städtischen Bevölkerung. Grundsätzlich begrüßen Rüetschis dies. Sie haben sich auf dem Hof so eingerichtet, dass sie trotz regem Besuch ihre Privatsphäre behalten können.

„Also ich sage grundsätzlich, wenn man sich dafür entschieden hat, man macht Direktvermarktung auf dem Betrieb, dann musst du das ein Stück weit auch tolerieren können, dass Leute da sind. Dass du auch Passanten hast und wir machen ja bewusst auch bei der Stallvisite mit. Wir machen beim SchuB mit, Schule auf dem Bauernhof und, ich sage jetzt einfach, wenn du einen Bereich hast, in denen jetzt einfach wirklich niemand etwas verloren hat, dann muss das entweder einfach abgesperrt, abgeschlossen sein. Die Türe muss halt zu sein, geschlossen sein. Dann ist der Fall klar. Und sonst, ähm, musst du das halt einfach ein Stück weit tolerieren bis zu einem gewissen Mass. Also ich sage nicht, dass jetzt gerade jemand in die Küche reinkommen muss, sich selbst zu..., das meine ich jetzt nicht damit. Aber dass man unten durch den Stall und das Futtertenn laufen kann und so. Das ist halt einfach, das gehört halt einfach dazu.“ (René, 99:13)

Anfangs hatten Rüetschis noch keinen ausgebauten Hofladen und verkauften ihre Produkte quasi über die Haustüre. Die Leute wollten zu allen Tages- und Nachtzeiten Produkte kaufen. Seit der Hofladen einen eigenen Raum und fixe Öffnungszeiten hat, sei dies besser geworden (René, 99:14).

Teilweise müssen sich Rüetschis dennoch mit anspruchsvoller und schwieriger Kundschaft herumschlagen. Z.B. gäbe es Leute, die zuschauen wollten, wie ihre Milch abgefüllt wird und keine bereits abgefüllten Flaschen kaufen wollten (René, 99:15).

Selbstwahrnehmung

René würde sich selber nicht als „Urban Farmer“ bezeichnen, er scheint mit dem Begriff und dem damit verbundenen Trend des „Urban Farming“ Mühe zu haben. Gleichzeitig ist er sich bewusst, dass er vom Standort her natürlich ein „städtischer“ Landwirt ist, *„weil ich halt einfach in der Stadtnähe Landwirtschaft betreibe.“* (René, 99:37)

f) Ökologie und agrarpolitische Rahmenbedingungen

Mit der Agrarpolitik sowie der Raumplanung sind Rüetschis nicht einig. Für sie steht für die Landwirtschaft die Nahrungsmittelproduktion im Vordergrund. Aspekten wie ökologischen Richtlinien stehen sie eher skeptisch gegenüber und nehmen sie als Diktat der Politik wahr. Sie würden gerne mit dem Verkauf ihrer Produkte und ohne Subventionen ihren Unterhalt bestreiten können (René, 36:48). René ist der Meinung, dass die Preise für landwirtschaftliche Produkte wieder kostendeckend werden sollten, so dass die Landwirtschaft nicht mehr auf Direktzahlungen angewiesen sei (René, 99:35). Wie dieses Ziel erreicht werden sollte, weiss er jedoch auch nicht.

„Auf der anderen Seite würde man meinen, wenn man immer weniger Grundlage hat, also weniger Produktionsfläche, die schwindet von Tag zu Tag, und die Bevölkerung wächst, irgendwo müssen diese Nahrungsmittel mal produziert werden. Und dann ist einfach die Frage, wollen wir das wirklich in der Schweiz, dass wir einfach immer mehr abhängig werden vom übrigen Ausland. Und das deckt sich natürlich schon nicht mit meiner persönlichen Meinung, was da zum Teil in der Agrarpolitik abläuft.“ (René, 36:48)

„Wenn die Weltbevölkerung immer noch mehr wächst und Nahrungsmittel hat's immer weniger. Irgendwo geht's doch nicht auf. Klar, das Öko-, das Gleichgewicht müssen wir probieren anzustreben oder zu erhalten. Aber im Moment werden einfach zum Teil fruchtbare Flächen für Renaturierungen, weiss nicht was alles, gebraucht und somit der Produktionsgrundlage entzogen. Und das ist ja schon klar, gerade wenn wir jetzt das Beispiel der Stadt Zürich nehmen, die wächst und wächst, und aussen rum braucht's dann einen sogenannten Naherholungsgürtel. Der braucht auch Fläche, ja, und von dort her ist das schon nicht ganz so einfach.“ (René, 36:49)

*„Ich meine momentan mit der jetzigen Agrarpolitik, die ja jetzt läuft, läuft ja alles eigentlich auf die Ökologisierung raus. Und das ist ja, Nahrungsmittelproduktion hat einfach immer weniger Stellenwert. Und ich denke einfach, irgendwann dreht sich das wieder. Vielleicht denke ich das nur oder *will* das nur denken. Klar, ich meine, ich bin dazumal, als ich noch die Lehre gemacht habe... Oder eine Generation vor uns, da lief die Ausbildung sowieso nur auf Produktion. Also dort wurde ja nur ausgebildet: produziert, produziert. Bei uns begann es sich dann schon langsam zu drehen. Aber ich sage, irgendwo kann es, im Endeffekt geht es ja irgendwann auch nicht mehr auf. Ich meine, wenn die Schweizer Bevölkerung wächst und wächst und die Produktionsgrundlage Boden haben wir immer weniger. Und rein von den Erträgen her sind wir eigentlich auch am Limit. (...) Und daher muss sich das fast zwingend wieder einmal umkehren. Einfach, dass die Nahrungsmittelproduktion wieder einen anderen Stellenwert erhält. (...) Wenn wir schauen, wie viele Flächen heute prozentual Ökoflächen sind gegenüber*

von 20 Jahren. Klar, dann kommt unser Direktzahlungssystem wieder zum Zuge, aber das ist ja alles miteinander verknüpft. Aber, ähm, das Beispiel, was ist, bis jetzt kann man immer alles von aussen reinholen, es kommt ja alles rein. Und es ist billiger und es kommt einfach, oder. Aber wenn das aussen mal nicht mehr so aussieht. Wenn dort auch mal nichts mehr da ist. Oder das aus einem anderen Grund nicht mehr so einfach über die Grenzen gelangt, oder. Also, solange die Regale und alles voll sind, ist das kein Problem. Da können wir so weitermachen.“ (René, 99:34)

Mit der Umstellung von Holstein-Kühen zu Wasserbüffeln haben die Rüetschis einen Schritt hin zu mehr Ökologie und zu einer extensiven Nutzung ihrer Flächen gemacht. Büffel sind sehr genügsame Tiere, sie fressen nur Gras und Heu und benötigen kein Kraftfutter (Mais, Soja etc.). Natürlich ist dementsprechend der Output, also die Milchmenge pro Tier, geringer.

g) Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Der Anteil der Personen, welche in der Landwirtschaft tätig sind, liegt zurzeit in der Schweiz bei etwa 4%. Deshalb, findet René, ist es umso wichtiger, dass Öffentlichkeitsarbeit geleistet wird. *„Wenn du das so willst, dann sind wir Exoten. Ohne Nahrungsmittelproduktion und ohne Boden läuft doch einfach nichts. Und das ist ja ein wenig das Kunststück eigentlich. Dass daher diese Aufklärung, das ist das A und O schlussendlich. Dass der Konsument einfach immer noch weiss, woher dieses *Zeugs* kommt“* (René, 99:36). Dass in Zukunft wieder mehr Menschen in der Landwirtschaft tätig sein könnten, sieht René als nicht realistisch, da es widersprüchlich sei zum Trend der Rationalisierung und Mechanisierung.

Die Nähe zur Stadt bringt auch Probleme mit sich. Rüetschis haben stark mit dem Littering und Vandalismus zu kämpfen: Müll auf der Wiese, zerstörte Viehzäune, etc. *„Einerseits haben wir ja eine Gruppe, die gezielt auf unseren Betrieb kommt, die hierherkommt, um einzukaufen. (...) Und dann haben wir aber auch noch eine andere Gruppe, die macht mehr Abfall. Es ist ein Abfallproblem, das wir schon generell überall haben“* (René, 36:52). Weil z.B. Aludosen und Nägel nicht immer gefunden werden und ins Futter gelangen, haben Rüetschis schon Tiere, welche Verletzungen im Verdauungstrakt erlitten, notschlachten müssen.

Ob sich die Stadt bei dieser Problematik mehr engagieren könnte, ist für René unklar. Einerseits glaubt er, dass Aufklärungsarbeit wenig nütze, andererseits kann er sich nicht vorstellen, dass dem Problem mit verschärften Gesetzen und Bussen beizukommen ist. René stellt zudem fest, dass Littering nicht nur ein städtisches Problem ist, auch auf dem Land würden die Bauern mit dem gleichen Problem kämpfen (René, 99:24).

h) Fazit

Die Stadtnähe ist ein zentrales Thema beim Rütihof. Die Familie Rüetschi versucht diesem Umstand mittels Direktvermarktung, Selbstpflückanlage, Umweltbildungsangeboten und Qualitäts- anstatt Quantitätsprodukten gerecht zu werden. Die Familie Rüetschi stammt aus einem traditionellen Umfeld. Für manche Bedürfnisse der städtischen Bevölkerung zeigen sie wenig Verständnis. Zudem haben sie mit Littering auf den Feldern zu kämpfen. Dies kann sicherlich als Nachteil des Standortes gewertet werden und ist im urbanen Raum für die Landwirtschaft allgemein eine grosse Problematik. Die Gründe könnten in fehlender Wertschätzung durch die urbane Bevölkerung oder in der Unkenntnis derselben, bezüglich der weitreichenden Folgen, liegen.

Die Familie Rüetschi pflegt einen nicht sehr engen Kontakt zu den KonsumentInnen. Sie geben sich Mühe, sich dem städtischen Umfeld anzupassen, sich einzugliedern und ihre Betriebsstrategie standortgerecht zu planen.

Die Umweltbildungsangebote stehen im Rütihof in zeitlicher Konkurrenz mit den anderen Tätigkeiten auf dem Hof. Der Hof eignet sich durch die Stadtnähe und die Tiere sehr gut für Umweltbildungsangebote und die Nachfrage ist gross. Falls mit diesem Zweig genügend finanzielle Mittel erwirtschaftet werden könnten, wäre eine zusätzliche Person auf dem Betrieb, welche sich dieser Thematik widmet eine Überlegung wert. Zudem besteht die Möglichkeit, dass langfristige Umweltbildungstätigkeiten sich positiv auf die Wertschätzung der Bevölkerung gegenüber der Landwirtschaft auswirken und somit eventuell der Litteringproblematik Abhilfe geschaffen werden könnte.

Das Betriebsleiterpaar bildet eine starke Einheit, die sehr gut zu funktionieren scheint. Aus diesem Grund ist es eher schwierig, Mitarbeitende zu integrieren und ihnen Verantwortung zu übertragen.

4.2.1 Betriebsportrait Meierhof



a) Betriebsstrategie

Diversifikation

Meiers Betriebsstrategie ist Diversifikation. Die betriebliche Basis bildet die biologische Produktion von Gemüse. Weiter gibt es eine Fleischproduktion mit Engadiner Schafen, Produktion und Verkauf von Orchideen, Catering, ein Arbeitsintegrationsprojekt mit niederschweligen Ausbildungsplätzen, ein Hofladen, Direktverkauf auf dem Markt etc. (vgl. Betriebsspiegel, Anhang B). Die verschiedenen Betriebszweige ergänzen sich und schaffen Synergien und Mehrwert. Beispielsweise wird das Orchideenhaus ausserhalb der Verkaufszeiten für Hochzeiten und andere Events genutzt. Die soziale und ökonomische Diversifikation ermöglicht es ihnen, auf limitierten Landressourcen intensiv zu wirtschaften und viele Leute zu beschäftigen. Meiers sind offen für neue und teilweise innovative Ansätze, welche kontinuierlich in ihr betriebliches Gesamtpaket integriert werden. Der Betrieb bietet Soziales (Ausbildung von Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen), Technik (Schnitzelheizung für Gewächshaus), Kommunikation (benutzerfreundliche Homepage), Vermarktung (modern ausgebauter Hofladen mit diversem Angebot), Events etc. (Moritz, 16:2; Marianne, 20:5; Mario, 22:3).

„Ja, ich denke der ganze Betrieb ist speziell und innovativ (lacht), also, äh, es ist definitiv kein 08-15-Betrieb. Ich sag das auch viel unseren Lehrlingen, wenn sie hier arbeiten wollen. Müsst ihr euch einfach bewusst sein, ihr kommt hier nicht in eine 08-15-Zierpflanzengärtnerei rein,

*oder. Ihr müsst euch bewusst sein, dass ihr in allen Bereichen werdet mithelfen und mitarbeiten, oder. Und ich denke das an sich ist ja speziell, wir sind kein Betrieb, der einfach irgendwie pro Saison 200'000 Geranien macht und das war's dann. Sondern wir haben *so viele verschiedene Sachen*, nur schon hier unten in dem kleinen sozialen Rahmen mit dem Orchideenhaus. Ich meine, da geht es von Event aufstellen, so einen Event bereitmachen, dann haben wir Überwinterungspflanzen, wir haben Bienenhäuser, die wir bauen. Wir machen Kräuter für den Aldi, tagtagtag. Oder, es sind irgendwie nur schon hier unten irgendwie zehn oder 15 verschiedene Sachen, oder.“ (Moritz, 16:2)*

Die Diversifikation wird von allen interviewten Personen als zukunftsfähige Betriebsstrategie gesehen, welche eine dynamische Ausrichtung des Betriebes ermöglicht und gleichzeitig abwechslungsreiches Arbeiten ermöglicht. *„Ich hoffe, dass wir so breit bleiben können, wie wir sind. Dass wir uns nicht spezialisieren müssen auf, eben, (lacht); ich sage immer, das am meisten abschreckende Beispiel, habe ich vor ca. einem Monat gelesen, im deutschen «Gemüse», da wurde ein Betrieb porträtiert, der orange Peperoni macht. Seit 15 Jahren: *orange* Peperoni. Und dann habe ich gedacht: „Läck“ das wäre mein Alptraum, wenn ich 15 Jahre lang orange Peperoni anschauen müsste. (...) Gemüse ist ja etwas solch Vielseitiges, Farbiges und Formiges, nein, Gott bewahre. Das ist nicht möglich.“ (Michael, 94:50)*

Matthias erwähnt jedoch auch, dass diese „breite Fächerung“ auch vieles schwieriger mache (Matthias, 92:13).

Tradition und Innovation

Die soziale Arbeit, welche Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen eine Ausbildung ermöglicht, basiert auf den christlichen Grundsätzen des Betriebes. *„Das Ganze ist dann wirklich, das sind die christlichen Werte. Auf denen ist diese Firma aufgebaut. Auf denen, das ist das Fundament, oder, das probieren wir zu leben und umzusetzen. Das heisst auch in den Alltag reinzunehmen.“ (Moritz, 16:17)*

Das Standbein Direktvermarktung ermöglicht es dem Betrieb, Produkte zu vertreiben, welche nicht den Normen und Reglementen des Grosshandels entsprechen: *„Ich denke, das muss man auch mehr, mit diesen Dingen. Dass du sie direkt verkaufen kannst und nicht über den Grosshandel, das ist klar, da haben sie zu viele Flecken oder die Grösse stimmt nicht oder sonst etwas.“ (Matthias, 92:36)*

Vor ein paar Jahren haben die Meiers ihren Hofladen umgebaut und das Sortiment erweitert. Ziel ist, den Anteil der Direktvermarktung zu steigern. Zum Zeitpunkt der Befragungen ist der Hofladen noch nicht ausgelastet. *„Weil der Hofladen, ich würde schon sagen, die Frequenz ist noch nicht erdrückend. Also, es kann schon noch ein bisschen mehr werden. Wir wären sehr froh, es würde noch ein wenig mehr Umsatz geben.“ (Michael, 94:40)*

Die Meiers scheinen den Spagat zwischen Tradition und Innovation zu schaffen. Der Betrieb ist mit rund 70 ha lw Produktionsfläche, 40 Mitarbeitenden und rund 5 Mio. Fr. Umsatz für Schweizer Verhältnisse gross (vgl. Betriebsspiegel im Anhang B:). Trotz dieser Grösse ist er immer noch wie ein Familienunternehmen aufgebaut, in welchem auch die Mitarbeitenden offen und vertrauensvoll zusammenarbeiten.

Innovative Veränderungen haben ihren Ursprung meist innerhalb des Betriebs. Ein aktuelles Beispiel, welches noch in der Experimentierphase steckt, ist der Anbau von Bioingwer. *„Obwohl, meistens kommen die Innovationen schon von unserer Seite. Aber jetzt, gerade mit Migros Zürich hatte ich ein Jahresgespräch und da habe ich eben den Ingwer erwähnt und*

*dann *boah*, dann haben alle den Hals gestreckt. Das wollen sie auch und wollen sie auch unbedingt, wenn das möglich wäre: Bioingwer. (...) Das wäre genial. Wenn *das* gelingen würde, da bin ich überzeugt, da könntest du. (...) Das könntest du im grösseren Stil platzieren.“ (Michael, 94:46)*

Familienbetrieb, ja oder nein?

Von der rechtlichen Struktur her sind es zwei Betriebe, welche als Aktiengesellschaften organisiert sind und den Brüdern Michael und Matthias sowie ihren Ehefrauen gehören (Michael, 94:10). Im Betriebsalltag ist die Familienstruktur jedoch wichtiger als bei anderen AG's. Matthias, Michael, ihre Ehefrauen und Moritz arbeiten alle auf dem Betrieb, die eine Schwester macht bei Anlässen das Catering und auch viele nicht angestellte Familienmitglieder leisten ihren Beitrag und helfen bspw. bei Anlässen wie dem Schafschuurfest mit (Matthias, 92:4; Michael, 94:2). Es ist Michael und Matthias wichtig, dass sie möglichst vielen Familienmitgliedern einen Arbeitsplatz innerhalb ihres Betriebes schaffen können (Matthias, 92:5).

Michael und Matthias grenzen sich aber von einer Vorstellung eines Familienbetriebes, auf dem die ganze Verwandtschaft noch ohne Entlohnung mitarbeitet, deutlich ab. Ihr Betrieb wird auf moderne Art verwaltet. Michael kritisiert diese traditionellen Formen von Familienbetrieben, bei denen viel unbezahlte Arbeit geleistet wird. *„Das ist natürlich auch bekannt. Gerade jetzt aus dem Seeland und so, wo in Familienstrukturen gearbeitet wird, wo dann einfach noch der Grossvater, die Grossmutter und die Tante und der Onkel eben nicht Lohnbezüger sind und wo dann natürlich das ganze Bild der Wirtschaftlichkeit verfälscht wird.“ (Michael, 94:5)*

Eine Praktikantin hingegen ist der Meinung, dass es sich bei den Meiers schon um einen Familienbetrieb handelt, halt nicht um einen traditionellen. *„Ja, von dem her ist es schon ein Familienbetrieb. Es ist nicht ein typischer, wie man ihn sich vorstellt. Man denkt immer an einen kleinen Hof, wo auch alle auf diesem Hof wohnen und ja, nie in diesem grossen Stil produzieren.“ (Mirjam, 93:4)*

Entscheidungsstrukturen und Rollenverteilung

Der Betrieb ist hierarchisch strukturiert und wird von Michael und Matthias wohl ziemlich patriarchalisch geführt. Beide haben ihre klaren Arbeitsbereiche, in denen sie mehrheitlich selbstständig entscheiden können. Die Rollenverteilung zwischen den beiden geschäftsleitenden Brüdern, ist zentral. Die Vielseitigkeit des Betriebes ermöglicht es beiden, sich in ihren Bereichen zu verwirklichen (Michael, 94:8). Beide scheinen damit sehr zufrieden zu sein.

*„Ähm, das ist schon immer schwierig und es ist gut, wenn nicht alle zusammen gleich sind unter den Geschwistern. Dass es ein wenig verschiedene sind und unterschiedliche, ja, Werte und Charakteren haben. Auch gut, *nein*, die Werte müssen schon gleich sein, denke ich. Sonst geht es nicht. Aber so von den Charakteren, das ist schon gut, wenn nicht alle gleich sind, die im Betrieb sind. (...) Und wichtig ist auch, dass jeder vielleicht ein wenig andere Aufgaben hat und dass man sich hier nicht zu fest auf den Füssen rumtritt. Und doch sollten alle wissen, was der andere macht.“ (Matthias, 92:6)*

Matthias ist hauptsächlich operativ tätig. Er ist für den Gemüsebau verantwortlich, teilt die Arbeiten ein und betreut nebenbei zusammen mit seiner Frau und einem Lehrling die Schafe (Matthias, 92:1). Michael hingegen ist eher der strategische Kopf des Betriebes. Er bringt neue Ideen ein, ist aktiv in Verbänden, pflegt den Kontakt zu Abnehmern und anderen wichtigen Schnittstellen (Matthias, 92:3; Michael, 94:13). Die Betriebsstruktur gleicht eher einem nicht

landwirtschaftlichen Unternehmen als einem landwirtschaftlichen Familienbetrieb. Wöchentlich finden Kadersitzungen statt. Michael kennt alle Mitarbeitenden gut und fühlt sich für diese und den Betrieb verantwortlich. Die Mitarbeitenden haben in ihren Arbeitsbereichen eine gewisse Autonomie und geniessen Michaels Vertrauen (Mario, 22:32; Moritz, 16:3). Anliegen seiner Mitarbeitenden nimmt Michael ernst, was davon jedoch umgesetzt wird, entscheidet schlussendlich er (Mario, 22:34, 22:35). Michael hat den Überblick über das gesamte betriebliche Geschehen, plant Abläufe und Strategien und informiert die involvierten Personen frühzeitig (Mario, 22:12).

Die beiden Brüder haben den Betrieb Anfang der 80er Jahre vom Vater übernommen. Michael hatte seine Ausbildung als Agronom FH am damaligen Tech (Kommentar: heute Umweltingenieurwesen an der ZHAW in Wädenswil) abgeschlossen. Voller Tatendrang und Ehrgeiz wollte er den Betrieb verändern und ihn wachsen lassen (Michael, 94:13). *„Dann habe ich massive Änderungen eingeführt. Das war auch die Zeit, als man von der Direktsaat auf Jungpflanzen ging. Das war natürlich ein riesiger Schritt. Dann kam der ganze Gewächshausbau dazu. (...) Der Personalbestand hat sich irgendwie verfünffacht, versechsfacht in diesen Jahren. (...) Wir haben dann gerade, von einem Kleinbetrieb sind wir zu einem mittelgrossen Betrieb worden. Ja, das hat sich schon sehr verändert.“* (Michael, 94:12)

Teilweise ging das zu Lasten der Familie, die mitziehen und Michaels Ideen umsetzen musste. Mittlerweile ist Michael massvoller geworden. Der Betrieb soll sich immer noch entwickeln und wenn es geht, auch wachsen, jedoch nicht mehr in dem Masse wie zuvor. *„Meine Frau hat manchmal gesagt, du hast die Ideen und wir müssen es dann machen. Das war vielleicht schon ein bisschen so. Aber da habe ich gebessert, da habe ich jetzt gebessert. Ich bin ruhiger geworden. (...) Aber natürlich. Da kommst du vom Tech, hast viele Ideen, dann willst du auch etwas erreichen. Das ist klar. Ich bin eigentlich immer noch der Meinung, Arbeiten ist etwas Schönes und ähm, aber ja, ein bisschen massvoller. Und das ist in unserer Branche halt ein bisschen schwierig, dass du da wirklich das Mass findest.“* (Michael, 94:14)

Die Ehefrauen von Matthias und Michael nehmen im Betrieb eine eher traditionelle Rolle ein. Sie arbeiten hauptsächlich in den Bereichen Hofladen, Engadiner Schafe und Personalbetreuung mit. Für diese Tätigkeiten wurden sie von Anfang an entschädigt. *„Sonst, unsere Frauen haben von Beginn an, als wir diesen Betrieb übernommen haben, haben wir, haben sie für alle Tätigkeiten eine Entschädigung erhalten. Also die Frauen wurden immer mit einem Stundenlohn abgegolten und wir Betriebsleiter haben uns auch einen rechten Monatslohn immer gegeben, oder“* (Michael, 94:4). Dass die Ehefrauen Teil des Strategieprozesses sind, zeigt zudem, dass sie bei wichtigen Entscheidungen einbezogen werden.

Die Mitarbeitenden werden bei Entscheidungsprozessen kaum einbezogen, die Betriebsleiter sind jedoch offen für Anregungen seitens des Personals (92:8, Matthias). Es gibt Möglichkeiten innerhalb des Betriebes aufzusteigen, doch passiere dies eher „by the way“ als nach einer vorgegebenen Struktur. Fällt ein Angestellter positiv auf, besteht die Möglichkeit, innerhalb des Betriebes mehr Verantwortung zu bekommen. *„Also ein Beispiel ist der, der jetzt heute auf dem Markt ist in Zürich, Istvan. Dieser Typ ist so gut, der hat sich so interessiert immer. Der hat sich auch immer präsentiert, dass er das will und kann und macht und so. Und bringt ausgezeichnete Leistung. Und so einer steigt natürlich dann sofort in der Hierarchie und in der Bedeutung. Dem übergibst du dann auch Verantwortung. Der macht den Markt heute ganz selbst.“* (Michael, 94:16)

Viele Mitarbeitende im Gemüsebau haben nicht vor, sich längerfristig in der Schweiz niederzulassen. Oftmals haben sie kein Interesse an Aufstiegsmöglichkeiten und verfolgen hauptsächlich das Ziel, Geld für die Rückkehr in ihre Heimat zu sparen (Michael, 94:17).

Betriebsnachfolge

Es ist noch unklar, wer den Betrieb in Steinmaur übernehmen wird. Die Vorzeichen stehen aber gut, dass es Familienangehörige sein werden. Die heutige Aufteilung in zwei eigenständige AG's eröffnet dem Thema Betriebsnachfolge zusätzliche Perspektiven. Es ist unwahrscheinlich, dass eine Person alleine das Gesamtpaket weiterführen wird. *„Und wir haben aber auch zwei Betriebe. Das ist vielleicht noch speziell. Das war mir auch immer wichtig. Wir haben *zwei* Betriebe und *zwei* kantonale Betriebsnummern. Das scheint mir, nach wie vor, immer noch richtig, dass wir dann auch mal mit weniger Problemen das Ganze aufteilen können“* (Michael, 94:10). Michael ist sich ziemlich sicher, dass der Betrieb nach der Übergabe stärker aufgeteilt sein wird, da es unwahrscheinlich ist, dass zwei zukünftige Betriebsleiter ebenso ähnliche Ideen hätten und in ähnlicher Weise eng zusammenarbeiten würden, wie dies bei ihm und Matthias der Fall war. Selbst wenn seine Kinder den Hof übernehmen würden, würde es voraussichtlich zu zwei stärker getrennten Betrieben kommen, da sie sehr individuelle Vorstellungen hätten, wie jeder einzelne den Betrieb führen möchte.

Michaels Sohn Mirko ist gelernter Gemüsegärtner und arbeitet bereits Teilzeit im Betrieb mit. Er kümmert sich hauptsächlich um die Öffentlichkeitsarbeit (die Webseite und die Kommunikation; Michael, 94:3). Neben seinem Interesse für die Natur und die IT, interessiert sich Mirko auch für das Spirituelle-Soziale und wirkt als Pastor in einer Gemeinde. Mirko hat Ideen, dass er einen Teil des Betriebes sozial-integrativ in Anlehnung an Kibbuz in Israel entwickeln möchte. Es soll ein Auffangbecken für „gestrandete“ Menschen werden, welches niederschwelliger funktionieren würde als heute die soziale Arbeit im Orchideenhaus (die Ausbildungsplätze). Dieser Betriebsteil könnte mit den weiteren Aktivitäten im Treibhaus und den Events kombiniert werden (Michael, 94:19). Zwei Söhne von Matthias haben ebenfalls eine landwirtschaftliche Ausbildung und es ist gut möglich, dass einer oder beide von ihnen den Teilbetrieb „Landwirtschaft“ mit Tierhaltung und Gemüsebau übernehmen werden (Matthias, 92:10). Dass die Betriebe auch in Zukunft biologisch bewirtschaftet werden, bezweifelt keiner (Michael, 94:20).

Dass es zu einer ausserfamiliären Hofnachfolge kommt, steht kaum zur Diskussion und ist nur schwer vorstellbar. Nicht, weil die Meiers demgegenüber grundsätzlich abgelehnt sind, sondern weil die Rahmenbedingungen dies quasi verunmöglichen. *„Ja, das ist ja eigentlich das Schade daran, in der Landwirtschaft, da es so kapitalintensiv ist, ist es eben kaum möglich für jemand, der nicht aus einem Haus kommt, das sowieso Geld hat und die wollen dem einen Hof kaufen. Dann schon. Aber sonst ist es praktisch unmöglich, dass du da, oder du kannst als Pächter machen, das ist natürlich eine Möglichkeit und nachher dann mal kaufen oder so. (...) Ich finde es eigentlich schade, dass es diese Möglichkeit nicht gibt. Dass es so teuer ist bei uns in der Schweiz.“* (Matthias, 92:11)

Um einerseits das Thema Betriebsnachfolge anzugehen, aber auch um die strategische Betriebsausrichtung zu erarbeiten, findet zurzeit ein Strategieprozess statt, an dem Michael, Matthias, ihre Ehefrauen, Moritz und Mirko beteiligt sind. Der Prozess wird von einem externen Mentor geleitet (Michael, 94:3). Die Methode des Strategieprozesses hat Michael bei Biopartner abgeschaut. Biopartner ist ein führender Bio-Grosshändler in der Schweiz und Michael ist als Mitglied im Verwaltungsrat dieses Unternehmens tätig. Die Wirkung eines zweijährigen Strategieprozesses bei Biopartner hatte ihn begeistert und er ist der Ansicht, dass sie zielgerichtet zum betrieblichen Erfolg führte (Michael, 94:15).

„Wir machen uns auch Gedanken über die Nachfolge und so weiter. Ich werde jetzt dann 57. Ich will schon irgendwann wissen, wo es langgeht. Das ist das eine und dann aber auch wissen, wohin geht es mit dem Betrieb weiter. Wir haben vor zwei Jahren unseren wichtigsten Abnehmer verloren, [ein Schweizer Grossverteiler], ähm, der uns quasi auch innerhalb von zwei Jahren gesagt hat, ihr liefert nachher nicht mehr, weil ihr seid nicht mehr im ADR-Rayon drinnen. Und das sind Millionen, mehrere Millionen Umsatz gehen verloren, sind verloren gegangen. Wir mussten uns neu ausrichten und wir sind immer noch. Wir haben da diese Kurve noch nicht ganz gemeistert, ich sage es mal so. Wir sind immer noch am Kämpfen und am Märkte suchen, oder. Wo geht es für uns weiter? Und das ist mit ein Grund, warum man diesen Strategie-Prozess eingeleitet hat.“ (Michael, 94:9)

Wo dieser Strategieprozess letztendlich hinführt, ist noch unklar. Es ist schwer vorstellbar, wie der Hof in 20 Jahren aussehen wird, wenn Michael und Matthias im Rentenalter sind (Matthias, 92:12). Dass der Hof auch in Zukunft sozial und ökologisch nachhaltig wirtschaftet und dies nach Möglichkeit sogar noch verstärkt, ist ihnen ein grosses Anliegen (Matthias, 92:17).

b) Sozialkapital

Mitarbeitende

Das wichtigste Sozialkapital des Betriebes Meier sind ihre Mitarbeitenden (rund 40 Festangestellte, dazu kommen saisonal weitere zehn Kurzaufenthalter). Ein Grossteil der Angestellten ist im Gemüsebau tätig. Die meisten von ihnen stammen aus Portugal, Ungarn, Rumänien oder der Slowakei. Praktisch alle haben eine Vollzeitstelle. Im Sommer werden Überstunden geleistet, die dann im Winter in der weniger arbeitsintensiven Zeit kompensiert werden. Während dem Sommer sind Ferien kaum möglich, einzige Ausnahme sind Mitarbeitende mit schulpflichtigen Kindern (Matthias, 92:21). Die ausländischen Mitarbeitenden wohnen grösstenteils direkt auf dem Betrieb in Immobilien, welche den Meiers gehören und günstig an das Personal vermietet werden (Matthias, 92:22).

Anfänglich haben nur Portugiesen auf dem Betrieb gearbeitet, mittlerweile hat es mehr Osteuropäer. Matthias ist sehr zufrieden mit dieser Entwicklung. *„Portugiesen hatten wir ja vorher sehr viele (...) Und, jetzt ist aber eigentlich der Hauptteil, der von den Leuten kommt, sind Rumänen. Man liest ja sonst nur noch schlechtes von den Rumänen: Prostitution und Diebstahl und Einbrüche sind alles Rumänen. Vieles. Und also, wir haben sehr, sehr gute und ich finde das super Leute, die wir hier haben. Und eben, junge flexible Leute sind das, die etwas machen wollen.“ (Matthias, 92:20)*

Zwischen den verschiedenen Landsleuten kommt es – und kam es vor allem in der Vergangenheit – zu Spannungen. Matthias ist jedoch der Meinung, dass dies nicht mit der Herkunft der Mitarbeitenden, sondern generell mit der Grösse des Betriebes zu tun habe (Matthias, 92:10). Michael betont jedoch, dass er nie nur eine Person aus einer Nationalität neu in den Betrieb nehmen würde (Michael, 94:32).

Mirjam, welche auf dem Betrieb ein Praktikum absolviert hat und in vielen Bereichen mitarbeiten konnte, fand die Spannungen zwischen den Gruppen auffallend und störend. In gewissen Bereichen, z.B. im Rüstraum habe sie jedoch auch Freundschaften zwischen Angestellten unterschiedlicher Herkunft beobachten können.

„Das Arbeiten ist sehr grüppchenweise. (...). Es ist halt nur schon wegen der Sprache, da schliessen sich so Grüppchen zusammen. (...) Also die Portugiesen, die sind schon länger da.

Das sind eigentlich die ersten Arbeitskräfte, die eingestellt worden sind und Ungaren, Rumänen sind eigentlich erst später dazugekommen. Und so wie ich das jetzt einfach mitgekriegt habe ist es, ist wie so ein bisschen die Angst seitens der Portugiesen da, dass ihnen die Arbeitsstellen geklaut werden. Weil jetzt immer mehr Ungaren eingestellt werden und dass sie, dass es so eine Konkurrenz ist. Gleichzeitig gibt es dann auch wieder extrem diese Freundschaften. Ich habe jetzt wieder heute gedacht, in der Rüsterei, eine Portugiesin und eine Ungarin haben es dort extrem gut zusammen. (...) Ich denke, die die Sprache schon besser können, bei denen ist es einfacher. Aber bei diesen, die von Anfang an getrennt sind (...). Es ist vielleicht auch so, ähm, die Portugiesen können viel schlechter Deutsch als die Ungaren. Oder auch solche vielleicht, die schon viel länger da sind, zehn Jahre oder so, können nur so ganz Grundkenntnisse deutsch und andere Ungaren, die seit 3 Jahren da sind, sprechen fast perfekt. Was sicher mit der Motivation zusammenhängt, auch das Ganze zu lernen. Und dann ist vielleicht auch so ein bisschen die Angst da. (...) „Sie sind besser wie wir und können da mit dem Chef sprechen und wir verstehen es nicht einmal“ oder so und dann schnell so ein bisschen, das Vergleichen da und das Konkurrenzdenken.“ (Mirjam, 93:15)

Die Arbeitsbedingungen sind – wie aus der Landwirtschaft bekannt – hart. 55-Stundenwochen, monotone körperlich anstrengende Arbeiten, tiefe Stundenlöhne. Nebst dem Lohn kriegen die Angestellten Naturalien in Form von Gemüse (Matthias, 92:29). Es ist kaum möglich, Schweizer Angestellte für diese Arbeiten zu finden. *„Die findest du überhaupt nicht. Wir haben jetzt ein Inserat laufen für einen Traktorführer, Mechaniker. Ich habe eine einzige Bewerbung. (...) Und es ist ein Top-Maschinenpark. Es wäre eigentlich spannend für eine jüngere Person, diesen unterhalten zu können und, ähm, und zu betreuen. Oder. Aber eben, du findest diese Leute einfach nicht.“* (Michael, 94:17)

Um den neuen Angestellten das Ankommen in der Schweiz zu erleichtern, organisieren die Meiers beispielsweise Sprachkurse (Michael, 94:29). Wichtiger sei jedoch das Umfeld von Landsleuten, die bereits auf dem Betrieb arbeiten (Michael, 94:30).

Identifikation

Die Vielfältigkeit des Betriebes wird von den Mitarbeitenden als Bereicherung wahrgenommen (Moritz, 16:2; Marianne, 20:5; Mario, 22:3). Die familiäre Atmosphäre führt zu einem vertrauensvollen und herzlichen Umgang zwischen den Mitarbeitenden und der Betriebsleitung.

Die Arbeitsmöglichkeiten des Betriebes sind sehr unterschiedlich und so unterschiedlich sind auch die Angestellten und ihre Motivation, Teil des Betriebes zu sein. Viele der Mitarbeitenden verhalten sich klar als Angestellte. Sie fühlen sich in ihrem Bereich verantwortlich, interessieren sich jedoch wenig für die gesamte Betriebsstrategie oder agrarpolitische Themen. Nichts desto trotz haben sie ein hohes Verantwortungsbewusstsein in ihrem Bereich und dadurch auch eine Identifikation mit dem gesamten Betrieb. *„Doch, ich denke schon, die haben Freude, dass sie hier arbeiten können, dass sie ein Teil sein können dieses Betriebes. Jetzt, ähm, du sagst es richtig, die stehen an ganz unterschiedlichen Orten. Jetzt unsere Verkäuferinnen da im Laden und auf dem Markt, die wissen natürlich, dass sie an der Front sind. Das sage ich ihnen auch immer. Die sind die Visitenkarte des Betriebes. Und da merke ich schon, dass die wirklich, die sind froh, dass sie diesen Job haben und ich glaube sie sind auch ein bisschen stolz, dass wir einen solch schönen Stand und solch schöne Produkte haben. Das merke ich schon. (...) Und, ähm, bei denen die jetzt natürlich jeden Tag auf das Feld rausgehen und Lauch rüsten müssen ist es vielleicht ein wenig anders, das ist klar.“* (Michael, 94:26)

Meistens bleiben die ausländischen Mitarbeitenden für zehn bis fünfzehn Jahre in der Schweiz und gründen hier eine Familie. Die wenigsten haben vor, sich fest in der Schweiz niederzulassen. Sie sind hier, um möglichst viel Geld zu verdienen, welches sie in ihrer Heimat investieren können (Matthias, 92:22).

Moritz, der jüngste der zehn Meier-Brüder, ist für den Orchideenbereich verantwortlich. Er ist von seinen Brüdern angestellt und geniesst dadurch gewisse Freiheiten. *„Das *Gute* ist ja, dass das nicht mir ist hier unten (Anm.: bezieht sich auf das Orchideenhaus). Und ich bin auch nicht beteiligt, oder. Von da her kann ich eigentlich kommen und gehen, wann ich will, oder. Das schafft mir auch Luft und Freiraum. Aber es ist jetzt nicht so, dass ich vor habe die nächsten ein/zwei Jahre hier wegzugehen.“* (Moritz, 16:19)

Die Meiers geben sich Mühe, ihren Angestellten gegenüber Wertschätzung entgegen zu bringen und zu zeigen, dass sie für den Betrieb essentiell sind. Verschiedene Anlässe – Betriebsausflug, 1. Augustfeier, Weihnachtsessen etc. – stärken den Zusammenhalt unter den Mitarbeitenden. *„Meistens gibt es ein paar Worte von einem von uns beiden und dann sagen wir das auch, dass wir sie einfach wertschätzen und dass sie den Wert unserer Firma ausmachen. Menschen machen eine Firma aus, nicht Maschinen oder die Einrichtungen, oder.“* (Michael, 94:28)

Netzwerke

Die landwirtschaftlichen Betriebe der Region unterstützen sich gegenseitig (Mario, 22:37). Die Meiers sind durch die soziale Arbeit vernetzt zu weiter entfernten Betrieben, der Austausch von Lehrlingen und Wissen wird als bereichernd wahrgenommen (Moritz, 16:6).

Die Familie Meier ist seit mehreren Generationen in Steinmaur heimisch (Moritz, 16:52). Dadurch sind sie in der Region gut vernetzt und geniessen Anerkennung und Vertrauen. Das zeigt sich auch in der regionalen Stammkundschaft des Hofladens. Die christlichen Netzwerke des Betriebes werden vermutlich auch genutzt. Inwieweit dies der Fall ist, konnte durch die Interviews aber nicht erschlossen werden.

Die Betriebsleiter (Gebrüder Michael und Matthias) engagieren sich in Verbänden und landwirtschaftlichen Organisationen (Michael, 19:2). Dieses Engagement ist bedeutsam für das Sozialkapital des Betriebes. Die Verbandstätigkeit ermöglicht den Betriebsleitern frühzeitig über Entwicklungen Bescheid zu wissen und auf verschiedenen Ebenen Einfluss zu nehmen. So sei der Meierhof gemäss einem der Betriebsleitenden einer der einflussreichsten Biogemüsebetriebe in der Schweiz (Michael, 94:12).

c) Aussenwirkung des Betriebes

Image des Betriebes in Dorf und Region

Der Meierhof ist einer der grössten Arbeitgeber der Region, dadurch ist er präsent und einflussreich (Michael, 94:37). Hinzu kommt, dass einige der elf Geschwister in der Region leben und arbeiten. Das führt auch zu Missgunst – insbesondere bei den umliegenden Landwirten, welche weniger Betriebswachstum verzeichnen können. Das Image des Betriebes habe sich jedoch durch die Aufnahme der sozialen Arbeit verbessert.

„Vorher, als wir ein reiner Gemüsebau-Betrieb waren, gab es auch viele Neider und viel Missgunst. Weil ja, man hat viele Maschinen, man hat auch immer wieder viel investiert. Und ja, da hat man schon gemerkt, es gibt Leute, die haben das einem nicht so gegönnt. Aber jetzt, auch

mit der sozialen Arbeit und dem Engagement, das wir einfach bringen, sehen sie schon, dass es wahr ist und echt ist. (...) Sechs Amtsdauern war ich in der Kirchenpflege, also 24 Jahre. Das war uns immer wichtig, dass wir das mitprägen. Und in dieser Zeit habe ich dann jeweils schon gemerkt, dass, ich hatte immer die schlechtesten Wahlergebnisse. Äh, naja, damit musst du leben. ‚Ein Prophet gilt nichts im eigenen Land‘, das hatte Jesus schon gesagt, oder. Und, das war dann auch mein Halt, dass ich nicht enttäuscht war dann.“ (Michael, 94:38)

Auch Mirjam bestätigt diese Sichtweise: *„Das Dorf ist nicht so gross und ja, Meiers sind extrem engagiert. Sei es jetzt hier im Betrieb oder auch in der Kirchgemeinde oder eben auch mit gewissen Immobilien, die sie haben. Es ist einfach so ein bisschen allpräsent. Ich denke viele schätzen es extrem, anderen ist es vielleicht fast ein bisschen zu viel. Dass sie das Gefühl haben ‚he, wir werden da überrannt‘.“ (Mirjam, 93:16)*

Am Beispiel des Hofladens zeigt sich auch die Akzeptanz des Betriebes im Dorf. *„Ja, da gibt es aber auch den Hofladen. Der ist sicher etwas Positives für viele, aber viele sehen natürlich auch in diesem Bio einen ‚fertigen Quatsch‘. Es gibt Leute, die sehen das negativ. Das gibt es auch. Ja, weil sonst hätten wir ja..., in Steinmaur müsste ja eigentlich das ganze Dorf bei uns einkaufen kommen. Ich denke, wir haben den kleineren Teil, der aus dem Dorf kommt, der bei uns einkauft.“ (Matthias, 92:25)*

Moritz war mit dem Orchideenhaus schon in verschiedenen Medien präsent. Mehrmals im Jahr finden auf dem Hof publikumswirksame öffentliche Anlässe wie das Schafschurfest statt. Verschiedene Räumlichkeiten des Hofes können auch für private Anlässe wie Hochzeiten gemietet werden, bei Bedarf inkl. Catering-Service.

Perspektive der KonsumentInnen

Allgemein formuliert wird der Betrieb von aussen her offen und sympathisch wahrgenommen. Gut und normal (Kundin Hofladen, 64:8). Als Betriebsphilosophie wird von den KundInnen die biologische Anbauweise ins Zentrum gerückt. Und von denen, die davon wissen, die Leistungen im sozialen Bereich (Kundin Hofladen, 64:7).

Die Kundschaft des Hofladens schätzt die qualitativ hochwertigen und preislich konkurrenzfähigen Produkte, sowie das vielfältige Sortiment. Der Hofladen ist ein Treffpunkt für Leute aus der Gegend. Er hält das Dorf lebendig (Kundin Hofladen, 64:9, 64:11). Auf die Frage, ob der Meierhof eine wichtige Rolle im Dorfleben spiele, antwortete eine Kundin folgendes: *„Ja, das dünkt mich schon, das sei noch wichtig, dass man auch da einkaufen kann, so, dass man eben, dass es so Plätze hat, wo man sich noch sieht, wo man sich auch begegnet. Und das habe ich auch das Gefühl, nimmt man dann erst so richtig wahr, wenn das nicht mehr da ist, dass man dann merkt, dass das fehlt.“ (Kundin Hofladen, 64:11)*

Die wenigen und somit nicht repräsentativen Kurzinterviews mit KundInnen des Hofladens zeigten, dass nur wenige Bescheid wissen über das soziale Engagement des Betriebes (Arbeitsintegration für Jugendliche). Viele der KundInnen kommen nur auf den Hof für den Einkauf, sie interessieren sich wenig bis gar nicht für den Betrieb, für Hofführungen oder sonstige Anlässe (Kundin Hofladen, 64:10). Dem gegenüber stehen Aussagen von Mario und Moritz, welche beteuern, dass sich die Kundschaft für die soziale Arbeit interessiert (Moritz, 16:24; Mario, 22:15). Vermutlich gibt es Unterschiede zwischen dem Informationsstand der Kundschaft des Hofladens und des Orchideenhauses, da bei Letzterem die soziale Arbeit viel präsenter ist. Michael ist es ein Anliegen, dass die Kundschaft zukünftig besser Bescheid weiss

über das soziale Engagement des Betriebes. Es solle jedoch kein Kaufargument werden – die Kundschaft solle in erster Linie von der Qualität der Produkte überzeugt sein (Michael, 94:39).

Einmal die Woche ist der Betrieb mit einem Marktstand am Zürich Hauptbahnhof vertreten. Die städtische Kundschaft schätzt das vielfältige Angebot. *„Dort können sie einfach wirklich Produkte kaufen, die sie sonst nirgends finden“* (Mirjam, 93:16). Als der Marktstand in Dielsdorf aufgrund von Rentabilitätsüberlegungen von Seiten Meiers aufgegeben werden sollte, gab es eine Unterschriftensammlung von Seiten der Kundschaft, welche den Betrieb zum Beibehalten des Marktstandes bewegte (Mirjam, 93:16).

d) Bildung und soziale Dienstleistungen

Soziale Arbeit

Im Orchideenhaus können Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen eine Ausbildung machen. Soziales Engagement hat auf dem Betrieb der Familie Meier eine lange Tradition. Der Vater liess junge Rucksackreisende für einige Wochen auf dem Betrieb mitarbeiten und stellte einen Traktorführer ein, welcher frisch aus dem Gefängnis kam (Matthias, 92:26).

Die soziale Arbeit hat ihren Ursprung zudem im christlichen Glauben der Familie Meier und der damit verbundenen Lebenshaltung, schwächeren Menschen helfen zu wollen (Moritz, 16:17; Michael, 94:41). Zudem findet Michael, dass das Orchideenhaus aufgrund seiner Struktur und Grösse prädestiniert sei für diese Tätigkeit.

Damit die soziale Arbeit kostendeckend ist (Löhne für SozialarbeiterInnen, ArbeitsagogInnen, etc.), braucht sie eine bestimmte Grösse bzw. Anzahl Jugendlicher. Dadurch entsteht für Moritz gleichzeitig mehr administrative Arbeit. Die Arbeit „mit den Pflanzen“ sei weniger geworden. Moritz strebt eine Situation an, in der Soziales und Grünes sich die Waage halten. Dabei ist es ihm wichtig, dass aus der Ausbildungssituation im Treibhaus nicht eine geschützte Werkstatt entsteht. Es soll keine Institution daraus werden mit ihren Nachteilen punkto Trägheit, fehlender Dynamik, etc. (Moritz, 16:31, 16:35, 16:39).

*„Ich hätte eigentlich gern einen Betrieb, welcher nicht auf die finanziellen Mittel schauen muss. Sondern der wie auch über das hinweg vertrauen kann. Und äh, dann Entscheidungen treffen, die vielleicht die einen den Kopf schütteln und sagen das, das kann ich nicht verstehen. Aber wieso, dann auf das Herz hören und sagen, doch, ich habe das Gefühl, das ist gut, oder. Und *da* kommst du natürlich manchmal in Konflikte hinein, oder. Oder eben, die ganze Sache muss ja irgendwo durch auch finanzierbar sein und da immer wieder Vertrauen haben. Dass es dann schon gut kommt, dass es dann schon reicht.“* (Moritz, 16:22)

Auf dem Betrieb werden sowohl normale Lehren, als auch Ausbildungsgänge für Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen angeboten. V.a. im Orchideenhaus arbeiten diese Lernenden auch zusammen. Beide Seiten profitieren davon, fachlich und sozial (Moritz, 16:11). Die Vielfältigkeit des Betriebes kann die Jugendlichen überfordern. *„Ich denke, es ist bereichernd, oder, die Vielseitigkeit. Es kann aber zum Teil, grad für die Jugendlichen auch überfordernd sein, oder, wenn so viele verschiedene Sachen sind.“* (Moritz, 16:36)

Die Arbeit mit den Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen bringt viele Herausforderungen mit sich. Oft ist sie auch eine Belastung für die BetreuerInnen. Sie übernehmen erzieherische Aufgaben, sind Vorbild für die Jugendlichen (Moritz, 16:49). Zudem sei es nicht einfach, eine einwandfreie Qualität der Produkte zu garantieren (Marianne, 20:7). Nach der Lehre im geschützten Bereich ist es oftmals nicht einfach, für die Jugendlichen eine Anschlusslösung zu finden, dies gilt es noch zu verbessern (Moritz, 16:32).

Konfliktpotenzial der sozialen Arbeit

Die Lernenden in der begleiteten Ausbildung arbeiten nicht nur im Orchideenhaus, sondern ab und an auch in der Landwirtschaft mit. Sie stoßen auf landwirtschaftliche Hilfskräfte, welche unter Zeit- und Leistungsdruck arbeiten. Dabei kommt es immer wieder zu Spannungen und zu Konflikten zwischen den Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen und den anderen Angestellten. Den landwirtschaftlichen Hilfskräften fehlt es an Verständnis für die soziale Arbeit und insbesondere für die reduzierte Leistungsfähigkeit der Jugendlichen. Neuerdings sind Betreuenden bei den gemeinsamen Arbeitseinsätzen dabei und versuchen zu vermitteln (Mario, 22:23).

Matthias ist der Meinung, dass es gut sei, dass das Orchideenhaus und somit die soziale Arbeit vom Rest des Betriebes separiert sei. *„Sie selber müssen voll ‚gib ihm‘ und dann solltest du ihnen klarmachen, dass es keine Rolle spielt, wie viel die anderen machen. Ja, das ist schwierig im gleichen Umfeld. Ja schon. Ich denke wir haben hier, hier drinnen schon genug Spannungen weil doch ab und zu müssen sie in die Gewächshäuser beim Cherry Tomaten ernten helfen oder so. Und dann haben wir dort schon zum Teil genug Spannungen“* (Matthias, 92:27). Damit es trotzdem zum Austausch kommt, arbeiten teilweise Kleingruppen aus beiden Arbeitsfeldern zusammen.

Michael scheint es wichtiger zu sein, dass Anknüpfungspunkte zwischen den verschiedenen Gruppen entstehen. Ein konkreter Ansatz sei nun, dass die Pausen gemeinsam verbracht werden. Auch bei gewissen Arbeiten wird der Austausch aktiv gefördert. *„Oder man geht dann im Sommer, wenn es um das Setzen geht, geht ein Jugendlicher oder eine Gruppe Jugendlicher geht mit, um beim Setzen zu helfen, oder beim Jäten, mit zwei anderen vom Betrieb zusammen vom Betrieb. Und so gibt es schon eine gewisse Durchmischung, oder.“* (Michael, 94:45)

Ausbau des sozialen Engagements

Teilweise stehen sie vor der unangenehmen Entscheidung, Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen, welche bei ihnen im geschützten Rahmen eine Ausbildung gemacht haben und in den Betrieb integriert sind, nach Abschluss der Lehre entlassen zu müssen. Deshalb möchten sie in Zukunft nicht nur Ausbildungsbetrieb sein, sondern auch geschützte Arbeitsplätze anbieten können (Michael, 94:44).

Den Betriebsleitern ist es ein Anliegen, das soziale Engagement des Betriebes für verschiedene Zielgruppen auszubauen. Hierfür schweben ihnen verschiedene Ideen vor. Nebst jungen Leuten könnten auch ältere Menschen einen Platz auf dem Hof bekommen. *„Das ist ja auch etwas. Man wird auch älter. Da gibt es ja auch schöne, auch ganz schöne Beispiele von Lebensformen mit älteren Leuten. Weil das, ein Altersheim finde ich jetzt total daneben. Ja. Da gibt es bessere, bessere Varianten, um alt zu werden. Gerade mit einem solchen Hof.“* (Matthias, 92:16)

Umweltbildung, Öffentlichkeitsarbeit

Das Interesse für den Betrieb ist gross. Schulklassen, StudentInnen, SeniorInnengruppen kommen vorbei und erhalten gegen eine Bezahlung von ca. 150 CHF eine Hofführung (Michael, 19:10).

Durch die Veranstaltung von jährlich stattfindenden Events wie dem Valentinstag-Orchideenschau, dem Schafschuurfest oder 1. August-Brunch holen die Meiers aktiv Leute auf dem Betrieb um Öffentlichkeitsarbeit und auch Umweltbildung zu leisten (Matthias, 92:31).

e) Werthaltungen

Christlicher Glaube

Die Familie Meier lebt und wirtschaftet seit Generationen in Steinmaur, drei der elf Meier-Geschwister arbeiten direkt im Betrieb mit, andere sind indirekt involviert (z.B. der Mittagstisch bei einer Schwester (Mario, 22:6)). Der Meierhof orientiert sich an christlichen Werten, diese bilden das Fundament für die Betriebsgestaltung (Moritz, 16:17).

„Wir haben, wir haben auch eine gemeinsame Grundlage und das ist der christliche Glaube und wir haben das Erste, jede Woche am Montagmorgen das Erste ist eine Gebetsgemeinschaft. (...) Ja, und dann beten wir miteinander. Und dann, denke ich, ist eben ein Boden gelegt, der, es ist dann schwierig, wenn man einander dann irgendwie Schlechtes will, oder hintergehen, oder dumme Gedanken haben. (...) Nein, wir haben ganz klar, das ist jetzt auch in dieser Strategie als oberste, als oberste, ähm, Präambel eigentlich dabei: Der Betrieb soll Gott dienen und alles, was wir machen, soll zur Ehre Gottes passieren. Und dort, an dem wollen wir uns orientieren. Wir sind dort ziemlich fadengerade.“ (Michael, 94:7)

Grosszügigkeit und Wertschätzung sollen im Alltag gelebt werden (Moritz, 16:16). Auch den Mitarbeitenden soll die christliche Lebensweise mitgegeben werden – nicht missionarisch, aber durch praktisches Vorleben.

*„Mein Glaube, das ist das, was mich durchträgt durch mein Leben. Dass ich an den Gott glaube da oben. Das ist das, was mir Kraft gibt und Freude für die Arbeit, die ich mache. Ähm, ja, das ist mein Fundament. Von dieser Geschichte hier unten. (Anm.: bezieht sich auf die soziale Arbeit im Orchideenhaus). Genau, das probiere ich sicher auch ein Stück weit weiterzugeben. Aber nicht jetzt so im missionarischen Bereich, dass wir jetzt mit diesen Jugendlichen weiss nicht was für Geschichten abziehen. Dass sie mit uns beten müssen und so. Das nicht. Aber ich möchte es vorleben, und ich möchte Antworten geben können auf ihre Fragen. Ja, das ist mir ein Anliegen, ja. Und so probieren wir das zu leben und das sind natürlich auch unsere *Werte*, oder.“ (Moritz, 16:17)*

„Mein oberstes Ziel ist auch, dass sie nicht nur da sind, um Geld zu verdienen und Häuser zu bauen, sondern dass sie auch für das Leben etwas erfahren. Und da meine ich jetzt wiederum den christlichen Glauben. Dass sie auch da etwas zu spüren bekommen von dem und vielleicht auch dann persönlich Erfahrungen machen und eine Neuausrichtung erleben, oder.“ (Michael, 94:36)

Somit sind die christlichen Werte im betrieblichen Alltag präsent, die Mitarbeitenden müssen diese jedoch nicht teilen (Marianne, 20:8). Die Familie Meier engagiert sich für ihre Mitarbeitenden über die Arbeit hinaus und stellt ihnen Wohnmöglichkeiten und einen Mittagstisch zur Verfügung (Mario, 22:6). So nimmt auch Mirjam, eine mitarbeitende Praktikantin, den Betrieb als sehr grosszügig wahr: *„Ich meine Grosszügigkeit ist sicher so ein bisschen, ich meine ich*

weiss nicht, wie es in anderen Betrieben ist, aber hier wird es sicher, z.B. der Geburtstag von Matthias, deswegen wurden gestern alle zum Mittagessen eingeladen. Oder dann, ja, es hat auch einen Firmenausflug gegeben, einen ganztägigen. Das ist sicher auch noch speziell mit so vielen Leuten. Oder dann das Weihnachtsessen hier im Orchideenhaus, wo alle eingeladen sind. Oder auch Geschenke: Es hat jeder eine Schachtel Pralinen erhalten zu Weihnachten. Es sind schon solche Dinge, die gegeben werden. Die Kaffeepause, die es gibt am Morgen und am Nachmittag, wo es warmen Kaffee, Tee und Kekse gibt. (...) Also es ist, es sind schon so Gesten, so ein bisschen Fürsorge, die nicht unbedingt selbstverständlich sind auf einem solchen Grossbetrieb.“ (Mirjam, 93:18)

Die soziale Arbeit mit den Jugendlichen passt gut in das christliche Weltbild. So sollen die Menschen mit Behinderungen im Betrieb wieder an Würde und Selbstwertgefühl gewinnen (Moritz, 16:44).

Dem bewussten Leben christlicher Werte aus betriebswirtschaftlichen Gründen Grenzen gesetzt: So muss auch die Familie Meier auf innovative Ansätze und kommerzielle Vermarktung setzen, um den Betrieb finanziell halten zu können. Dies bedingt immer auch eine effiziente Betriebsführung, welche für die darin tätigen Menschen mit Mühen und Entbehrungen zusammenhängen. Stellt dies auch eine Form protestantischer Arbeitsethik dar, die auf dem Betrieb gelebt wird?

Zwischen den christlichen Grundwerten und den ökonomischen Zwängen kann es zu Konflikten kommen. Moritz würde manchmal lieber sein Herz entscheiden lassen, einen Lernenden länger und intensiver betreuen als budgetiert (Moritz, 16:22).

„Ich denke, es ist auch schwierig, das so ein bisschen zu vereinbaren. Einerseits so diese Grosszügigkeit zu leben und auf der anderen Seite doch ökonomisch rentabel zu sein. Das ist halt wie so ein bisschen ein Widerspruch. Beim Ökonomischen willst du überall möglichst, ja, die Schrauben anziehen, damit es finanziell aufgeht. Ich denke, dass ist teils schon ein bisschen (...) ein innerer Konflikt, beides unter einen Hut zu bringen.“ (Mirjam, 93:19)

Das Streben nach Betriebswachstum steht für Michael in keinem Widerspruch zum christlichen Glauben. *„Gehe zur Ameise, du Fauler und lerne von ihr“, ist ein Spruch, oder. Und gut, oder, also Fleiss und die Arbeit und so, das war noch nie, das war immer ein Thema auch in den biblischen Aussagen.“ (Michael, 94:21)*. Er betont jedoch, dass er es in den ersten Jahren nach der Betriebsübernahme mit dem Betriebswachstum etwas übertrieben habe. Als Auslöser für den Gesinnungswandel zum etwas massvolleren Wachstum hin erwähnt er einen Grossbrand, welcher ein Gebäude samt Maschinen ruinierte.

*„Ich habe schon auch sehr damit gekämpft, indem ich wirklich versucht habe, vorwärts zu kommen. Aber ich wollte schon eine Nummer werden in dieser Schweizer Gemüsebau-Landwirtschaft. Oder, das geb' ich schon zu. Und das hat dann auch etwas gebraucht. Es hat einen Grossbrand gebraucht, (...) um mich irgendwie wieder auf den Boden zurück zu holen. Weil das war da gerade am Anfang von dieser ganzen Biogeschichte. Und das startete etwa 1995. Da konntest du machen, was du willst. Du konntest alles verkaufen. Und das hat, das hat wahnsinnig Geld gegeben, da. Und dann kommst du so, dann wirst du eben auch *gierig* und vergisst deine ursprüngliche Motivation. Deine Vision verlierst du dann ein bisschen. Da war ich schon in dieser Gefahr. Und da fand Gott, er zündet jetzt diesen Vulkan einmal an und dann schauen wir einmal, wie es weitergeht. Und es ging gut weiter. Wir haben das akzeptiert und haben auf dem kleineren Feuer dann weiter gekocht. Und ich bin sehr froh so jetzt. Wir haben gut zum Leben. Und ich will einfach den Betrieb gut erhalten können. Einfach so die nötigen Investitionen machen.“ (Michael, 94:24)*

Privatsphäre versus Öffentlichkeit

Als Matthias und Michael den Betrieb übernommen hatten, war es noch alltäglich mit den Mitarbeitenden und deren Familie zusammen Mittag zu essen, das waren damals 25 bis 30 Personen. Michael war es ein Anliegen, dies zu ändern. Mittlerweile verpflegen sich Personal und Familien separat (Michael, 94:34). Da ein Grossteil des Personals jedoch in der direkten Nachbarschaft der Familien der Betriebsleitenden lebt, ist der Austausch trotzdem noch nah und intensiv.

„Aber es ist auch nach wie vor so, dass jetzt wir, jetzt da oben, wo rundherum Mitarbeitende wohnen, dass wir jetzt natürlich erste Anlaufstelle sind. Gerade wenn es irgendein Problem gibt, mit einem Kind in einer Schule, dann kommen sie zu meiner Frau. Oder wenn sie ein Pflaster brauchen oder ein Medikament, dann kommen sie zu meiner Frau. Oder wenn sie irgendeinen Vorschuss brauchen, dann kommen sie da läuten. (...) Also, da kannst du dich nicht da rausnehmen. Ausser du würdest an einen anderen Ort wohnen gehen. Aber das hat für mich irgendwie auch immer dazu gehört, oder. Also. Ich sehe das schon als eine grosse Familie. Das sind nicht meine, meine Knechte oder meine Mitarbeiter. Das sind meine Mitmenschen in erster Linie.“ (Michael, 94:35)

Matthias sieht diesen Aspekt ähnlich. Ort der Privatsphäre ist seine Wohnung im Mehrfamilienhaus. Der Betrieb und das Hofgelände sieht er jedoch nicht als privaten Ort an und findet es normal, dass viele Leute auf dem Gelände unterwegs seien (Matthias, 92:24).

Bist du ein Urban Farmer?

Michael sieht sich selber nicht als urbanen Landwirten. Er schätzt es, auf dem Land zu leben. Er kann sich jedoch vorstellen, dass ihn die Städter als „Urban Farmer“ wahrnehmen. Dass der Betrieb sehr nahe bei Zürich liegt, sieht er ganz klar als grosse Chance und ist der Meinung, dass die sich daraus ergebenden Möglichkeiten noch nicht vollständig ausgeschöpft sind (Michael, 94:55).

f) Ökologie und agrarpolitische Rahmenbedingungen

Durch das grosse Engagement der beiden Betriebsleitenden in landwirtschaftlichen Verbänden, sind diese früh über neue agrarpolitische Entwicklungen informiert und können die Betriebsstrategie dementsprechend frühzeitig daran ausrichten.

Ökologische Aspekte (Biodiversität, Energieverbrauch, etc.) scheinen für den Betrieb zentral zu sein. Die neuen Anforderungen der Agrarpolitik / der Bioverordnung bedingen keine grossen Anpassungen des Betriebes (Michael, 19:5). Auf die Frage hin, ob agrarpolitische Veränderungen als sinnvoll erachtet werden, antwortet Michael folgendes:

*„Ja ich finde es auf *jeden Fall sinnvoll*, ich meine, das ist eine Tragödie wie zum Teil mit der Natur umgegangen wird, ganz klar, da bin ich überhaupt nicht einverstanden, wir sind nicht da, um diese Natur auszunutzen und kaputt zu machen, wir sind als *Verwalter* sind wir eigentlich bestimmt auf dieser Erde oder. Das hat auch mit unserer christlichen Haltung zu tun. Wir sind nicht Besitzer und weiss nicht was, eben berechtigt, das zu zertrampeln, sondern wir sind dazu aufgerufen, das gut zu verwalten und weiterzubringen und zu erhalten, das ist unsere Aufgabe.“* (Michael, 19:6)

Die Ökologie wird bei den Meiers unternehmerisch eingebunden und scheint kein Hindernis für den Betrieb zu sein. Allgemein wird die Agrarpolitik mit ihren ökologischen Vorschriften als sehr sinnvoll erachtet. Die Agrarpolitik sei jedoch etwas einseitig auf Ökologie ausgerichtet, Versorgungsaspekte sollten nicht vergessen werden (Michael, 19:7). Michael sieht sich als Landwirt und möchte nicht nur Landschaftsgärtner sein.

*„Ich denke, es kann nicht nur in die ökologische Richtung gehen, weil wir haben einen Auftrag auch von der Landesversorgung. Und das finde ich auch noch einen ganz schönen Aspekt, dass wir eben unserer Bürgerinnen und Bürger versorgen dürfen, mit guten Produkten, oder. Und, ähm, ich denke manchmal wird auch ein bisschen, wir leben eben fast ein bisschen zu fest in einer heilen Welt da in der Schweiz und das Böse ist überhaupt nicht so weit weg, oder. Die Ukraine ist irgendwie flugmässig eine Stunde von uns entfernt. Und da bist du mitten in einem Kriegsgebiet, oder. (...) Da kann sehr schnell aus Frieden auch Krieg werden und dann sind wir froh, wenn wir eine funktionierende Landwirtschaft haben, die uns auch kalorienmässig versorgen kann. Und dort braucht es Produktivität. Und daher sage ich, es braucht beides. Es braucht diese Ernährungssouveränität, die unterstütze ich eigentlich vom Gedanken her, dass wir da auch schauen, dass wir eine gute Produktion haben und dass die Produktion auch gut entschädigt ist. Dass die auch von dem leben können. Und das würde auch für mich heissen: bessere Agrarpreise, ganz klar. Weil das, was jetzt läuft, so mit diesem Subventionswesen, das ist einfach, das ist ein Modell, aber das ist nicht unbedingt das beste Modell. *Fair* wäre, wenn der Bauer für seine Produkte, entsprechend dem Einkommen, durchschnittlichen Einkommen in diesem Land, entschädigt würde. Das heisst dann eben, ein Kilo Weizen in Afrika 20 Rappen und ein Kilo Weizen in der Schweiz 2 Franken, oder so etwas. Oder in Afrika 2 Rappen und in der Schweiz 2 Franken. Das kann ja nicht sein, dass in Afrika ein Mensch 99.9% seines Einkommens für Essen ausgeben muss. Dort ist die Frage, habe ich überhaupt etwas zu kauen heute oder habe ich nichts? Und bei uns sind es irgendwie 5 bis 6% des Einkommens. Das ist ein solches Ungleichgewicht, ein solch unfaires Gefälle. Da finde ich, ähm, dort haben wir schon noch Handlungsbedarf, ja.“ (Michael, 94:54)*

Der Betrieb und insbesondere Michael investiert viel Zeit in Verbandsarbeit. Für ihn ist die Verbandsarbeit zentral, er möchte die Rahmenbedingungen mitgestalten. Er möchte die Gelegenheiten, bei denen er auf die agrarpolitischen Entwicklungen Einfluss nehmen kann, wahrnehmen. Keine Chancen verpassen. Verbandsarbeit ist zeitaufwändig, der Meierhof kann sich das dank seiner Grösse leisten und profitiert davon (Michael, 19:40). Durch die Aktivität in Verbänden kennt sich Michael gut aus in agrarpolitischen Themen (Michael, 19:30).

Matthias und Michael sind interessiert daran, im Austausch mit Fachpersonen zu sein und ihre agronomische Praxis zu verbessern. Ein Beispiel hierfür ist die Zusammenarbeit mit zwei Wissenschaftlern, welche zum Thema Food waste eine Arbeit geschrieben haben (Matthias, 92:37).

g) Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Entwicklung der Landwirtschaft

Die Schweizer und die europäische Landwirtschaft entwickelt sich gemäss Matthias und Michaels Sichtweisen in zwei Richtungen, welche beide von der Agrarpolitik gefördert würden: Einerseits in Richtung Produktivität, Vergrösserung der Betriebe und mehr Wirtschaftlichkeit, andererseits hin zu mehr Regionalität, KundInnenkontakt und Ökologie (Matthias, 92:15; Michael, 94:47).

*„Also *ich* denke, es wird da so wie einen Kompromiss geben. Ich denke, die Schweiz wird die Produktion erhalten oder sogar ausbauen müssen, weil wir einfach eine sichere Insel sind. (...) Aber ich denke, dass es grössere Betriebe geben wird, die sehr produktiv arbeiten. Und daneben wird es aber auch den ökologischen Bereich, alles, wo es um Biodiversität um diese, ähm, alles was um diese ökologische Landschaftsqualität, Landschaftsgeschichte aufgebaut wird, das wird auch nicht zurückgehen. Das wird auch zunehmen. Und vor allem wird es zunehmen so in den Agglomerationen, um die grossen Zentren herum, oder. Einfach als Naherholungsgebiet für die Städter.“ (Michael, 94:47)*

Marktentwicklung

Michael erwähnt eine Studie des GDI, welche besagt, dass der Trend weg von Grosszentren hin zu grösseren „Tante-Emma“-Läden gehe. *„Und das hat dann natürlich schon wieder einen Einfluss, ähm, auch auf die Betriebe. Also weil dann würde wahrscheinlich, wenn das passiert, müssten die Betriebe wieder ein bisschen flexibler werden und ähm, nicht nur mit wenigen Kulturen arbeiten, sondern eher wieder so ein bisschen breiter werden, *um* lokal und regional dort abdecken zu können.“ (Michael, 94:49)*

Ausgehend von der oben beschriebenen Vision scheint es, als müsse der Landwirt der Zukunft mehr soziale und kommunikative Fähigkeiten mitbringen. Matthias ist der Meinung, dass dies bereits geschehe und nicht speziell aktiv gefördert werden müsse: *„Jaja. Aber ich denke schon, dass die Jüngeren, die da nachkommen, diese Land..., diese Bauern, sind schon auf *das* besser ausgebildet worden am Strickhof und so. (...) Auch so diese Marktauftritte, die da so zum Teil Junge haben, sind natürlich super.“ (Matthias, 92:34)*

Soziales Engagement

Care Farming wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen, ist sich Matthias sicher. Bereits heute seien ganze Betriebe auf die Betreuung von jungen, alten und behinderten Menschen ausgerichtet und da es immer schwieriger werde, mit einem Kleinbetrieb wirtschaftlich zu arbeiten, werde dies in Zukunft noch zunehmen. Matthias sieht Care Farming in diesem Kontext als Alternative zur ausserbetrieblichen Nebenerwerbsarbeit. Care Farming ermöglicht eine gesteigerte Wertschöpfung innerhalb des Betriebes. *„Gerade mit den alten Menschen, denke ich. Da wird vieles auf uns zukommen. Ähm, dort muss man sich etwas einfallen lassen und die Landwirtschaft wäre da eigentlich gut, ähm, geeignet für das, denke ich.“ (Matthias, 92:30)*

Michael ist aber der Meinung, dass das IV-System keine Zukunft habe und neue Lösungen gesucht werden müssten (Michael, 94:42). Einen Lösungsansatz sieht er in der Integration von sozial schwächeren Menschen in normalen KMU's. Soziale Arbeit soll und kann nicht nur in der Landwirtschaft stattfinden. Michael findet, dass KMU's von ihrer überblickbaren und persönlichen Struktur her prädestiniert seien für diese Tätigkeiten. Um die Integration von sozial schwachen Menschen zu fördern, solle die öffentliche Hand dies finanziell unterstützen (Michael, 94:41). *„Aber *ich* bin überzeugt davon, dass wir, ich bin sogar überzeugt davon, dass wir überhaupt nicht um das herumkommen. Weil wir in 20 Jahren dermassen Probleme haben werden mit unseren Sozialwerken, dass die nicht mehr finanziert werden können, dass es nur noch durch eine solche Lösung tragbar ist.“ (Michael, 94:42)*

Gemäss Michael sollen nicht nur Betriebe, welche sozial schwächere Menschen integrieren oder ausbilden, finanziell unterstützt werden, sondern *„jeder, der sich die Zeit nimmt und die*

Mühe, Lehrlinge auszubilden“. Für Landwirtschaftsbetriebe könnte dieser Aspekt der Ausbildung von Lehrlingen bspw. Teil der Biodiversitätsmassnahmen werden (Michael, 92:32).

Michael hat die Vision einer Landwirtschaft, welche soziale Aufgaben übernimmt und sich weg vom ausdifferenzierten (und separierenden) Sozialwesen zurück in Integrationsformen des letzten Jahrhunderts bewegt.

*„Und eben, der soziale Bereich, der, der *muss* wieder in der Landwirtschaft Fuss fassen auch. Wie es vor 50 Jahren war, wo jeder Bauernhof ein Knecht oder eine Magd hatte. Das waren Leute, die halt Schwierigkeiten hatten. Die man sonst nicht beschäftigen konnte. Aber in einem Landwirtschaftsbetrieb mit Tieren, Hausgarten und all dem hatten die sehr wohl eine sinnvolle Beschäftigung, eine Daseinsberechtigung. Und so soll es wieder werden. Wir müssen wieder wegkommen von dieser, von dieser, ähm, wie sagt man dem, strukturiertem Sozialwesen. Das ist überhaupt nicht gut. Wir müssen den Menschen wieder mehr in den Mittelpunkt stellen und nicht die Entschädigung dieser Person und irgendwie das Gefühl haben, wenn der eine Rente hat, ist ja gut. Das ist überhaupt nicht gut, oder.“* (Michael, 94:51)

Auch Aspekte wie Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung werden bisher nicht direkt über die Agrarpolitik gefördert. *„Allgemein wenn man so, solche Dinge macht, so Öffentlichkeitsarbeit oder Anlässe. Dass man das auch würde irgendwie, es kommt ja der ganzen Landwirtschaft zu gute. Und dass man hier den einzelnen Hof auch noch würde extra, nicht unbedingt zahlen, aber dass es jetzt zum Beispiel einen Punkt gäbe bei diesen Sachen oder so. Dass man das dort einfach so ein bisschen fördern würde.“* (Matthias, 92:33)

Verhältnis KonsumentInnen / ProduzentInnen

Michael ist der Meinung, dass Betriebe, welche KonsumentInnen stärker in die Landwirtschaft involvieren in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden. Einerseits mit praktischer Mitarbeit wie bei ortoloco, andererseits aber auch in Form von Events wie dem Schafschuurfest auf ihrem Betrieb, bei welchen die KonsumentInnen einen Einblick in die betrieblichen Arbeiten erhalten (Michael, 94:49).

h) Fazit

Die Familie Meier scheint den Spagat zwischen dem traditionellen landwirtschaftlichem Familienbetrieb und innovativer und kommunikativer Vermarktung zu meistern. Sie verfügen über gute soziale und kommunikative Fähigkeiten. Meiers Betrieb ist stark diversifiziert und sie verfügen über ein breites und vielfältiges Netzwerk, pflegen eine gute Beziehung zu ihren Mitarbeitenden.

Konflikte zwischen ihren christlichen Werthaltungen und ökonomischen Zwängen kommen vor, insbesondere im sozialen Bereich (Arbeit mit Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen), welcher auf die finanzielle Unterstützung der IV angewiesen ist. Dies hat dazu geführt, dass der soziale Bereich in diesem Bereich grösser und unpersönlicher geworden ist, als dies ideal oder erwünscht der Fall wäre.

Die soziale Arbeit mit den Jugendlichen ist noch nicht zufriedenstellend in den Betrieb integriert. Bei gemeinsamen Arbeitseinsätzen von Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen und den Mitarbeitenden kommt es regelmässig zu Spannungen. Auch die Information der Kundenschaft über das soziale Engagement des Betriebes ist bei diesen noch wenig angekommen. Es ist jedoch unklar, wie wichtig dieses Anliegen den Meiers ist.

Wer den Hof in Zukunft übernehmen und weiterführen wird, ist noch unklar. Ein Nachfolger aus der Familie wäre bestimmt wünschenswert, um die Tradition weiterzuführen. Die Aussichten dafür stehen wohl nicht allzuschlecht. Bereits hat Moritz eine grosse Verantwortung im Betrieb übernommen (allerdings noch als Angestellter). Eine Reihe weiterer Familienmitglieder sind bereits auf dem Betrieb tätig.

Der Meierhof ist hierarchisch organisiert. Die Mitarbeitenden haben ihren klaren Aufgabebereich und wenn sie nicht Teil des Kaders sind, bekommen sie wenig mit über die restlichen Betriebsabläufe. Die Leitung des Betriebes und der verschiedenen Abteilungen liegt meist in den Händen von Männern (Michael, Matthias, Moritz). Diese traditionelle patriarchale Struktur funktioniert insoweit gut, dass jedeR weiss, was sie/er zu tun hat und die Fäden bei Michael zusammenlaufen, welcher den Überblick behält. Hierarchische Strukturen zeigen sich oftmals in der teilweise etwas partiellen Motivation der Angestellten, verhindern Innovation und führen zu einer geringeren Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Betrieb. Eine flachere Hierarchie könnte ev. die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Betrieb noch erhöhen. Die ausländischen Arbeitskräfte vermehrt in die Verantwortung zu nehmen, ist in einem Landwirtschaftsbetrieb dieser Grösse vermutlich nicht ganz einfach zu bewerkstelligen. Diese Menschen orientieren sich häufig an einer zukünftigen Rückkehr in ihr Heimatland, was einer weitergehenden Integration, Weiterbildung und Karriereplanung wohl im Wege steht.

Agrarpolitische Rahmenbedingungen umzusetzen, scheint den Meiers leicht zu fallen. Sicher auch weil sie viel Ressourcen haben, um die agrarpolitischen Entwicklungen zu verfolgen und zu beeinflussen und weil es insbesondere Michael leichtfällt, mit „Bürokram“ umzugehen.

4.2.3 Betriebsportrait ortoloco



a) Betriebsstrategie

Ausgangspunkt von ortoloco ist die Absicht, Landwirtschaft anders zu gestalten (Olga, 27:13). „Es kam aus einer Bewegung, wo Leute sich überlegt haben, ja. Wie kann man es anders machen? Vom Traum ja, vom Traum einer anderen Art und Weise zu produzieren kam diese Überlegung. Wie können wir gemeinschaftlich etwas machen. Und dadurch an Lebensqualität gewinnen.“ (Ottmar, 98:21). Ortoloco ist Teil der CSA-Bewegung (Community Supported Agriculture) und prägt diese mit. Ziel von ortoloco ist, eine praktische Alternative zur traditionellen Landwirtschaft zu schaffen (Olga, 27:13). Ortoloco strebt eine ganzheitliche Strategie an, welche alle Nachhaltigkeitsdimensionen umfasst. Ortoloco will das Produktions- und Organisations-Wissen möglichst breit bekannt machen und andere Menschen dazu bringen, ähnliche Projekte und Ziele zu verfolgen. In diesen strategischen Zielen sind zwei Wissensformen wichtig:

Zum einen besteht ein grosses Knowhow wie die konkrete Produktion und die Verteilung der Nahrungsmittel organisiert werden soll, es handelt sich dabei um **gärtnerisches-technisches Wissen**. Dabei soll das erarbeitete Wissen genutzt und weitergetragen werden. Es geht um Anbaumethoden, Logistik, Computerprogramme und alle technischen Einzelheiten, die dazu beitragen, dass das System funktioniert. Grundsätzlich werden alle Erfahrungen und Grundlagen von ortoloco offengelegt (Ornella, 27:39). Zudem wird versucht, die alternative Produktions- und Vermarktungsweise auf andere Produkte zu übertragen (beispielsweise vom Gemüse auf Milchprodukte, Wein, Brot).

Eine zweite – eher implizite und nicht direkt an eine Person oder eine Einheit innerhalb der Genossenschaft festzumachende Wissensform betrifft **sozio-politische Aspekte** von CSA: Diese Wissensformen drehen sich um die Frage, wie zentrale Inhalte von ortoloco an die Öffentlichkeit getragen werden und wie diese Kräfte genutzt werden könnten, um zu einer Verbreitung der Idee von CSA beizutragen. Es handelt sich gewissermaßen um die Werkzeuge, die auf der politisch-strategischen Ebene weiterhelfen sollen, die Idee von CSA weiterzutragen.

Die Betriebsstrategie von ortoloco liegt diametral einer Nischenfindung und Nischen-Behauptung entgegen. Wissen und Wissens-Vorsprung soll nicht gehortet und als Wettbewerbsvorteil genutzt werden, sondern dient dazu, für die Verbreitung der Idee zu sorgen. Die KonsumentInnen sollen in die Lage versetzt werden, die Produktion ihrer Nahrungsmittel mitzutragen. In dieser „Open-Source-Perspektive“ gleicht ortoloco eher einer sozialen Bewegung, als einer marktwirtschaftlich geführten Organisation (Orsola, 29:14).

Die Betriebsgruppe bildet so etwas wie das Zentrum der Genossenschaft und hat aus verschiedenen Gründen ein spezielles Gewicht. Die Betriebsgruppe bildet den Vorstand der Genossenschaft; in ihr sind die angestellten Fachkräfte, sowie weitere Genossenschafter vertreten. Vision dieses inneren Kerns ist es, andere Formen des Produzierens, Arbeitens, aber auch der Lebensgestaltung zu finden. Generell kann formuliert werden, dass diese Ziele nicht innerhalb einer marktwirtschaftlichen Betriebsstrategie liegen, sondern eine solche mit neuer Gestaltung von Arbeit und Geld überwinden möchten. Diese Vision wird insbesondere von einem inneren Kern von ortoloco getragen. Inwieweit die GenossenschafterInnen diese Visionen teilen, kann nicht beurteilt werden. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass diese in unterschiedlichem Umfang, möglicherweise mit der Länge der Mitgliedschaft und des Austausches z.B. mit den Fachkräften, zunehmend diese Visionen teilen. Die befragten GenossenschafterInnen zeigen sich in einigen Interview-Beispielen relativ wenig informiert über diese grundlegenden Ziele von ortoloco. Das ist auch nicht nötig. Tragendes Band von ortoloco ist die Freude am Gärtnern sowie dem Genuss des selbstgezogenen Gemüses.

Ortoloco ist ein Ort, an dem die GenossenschafterInnen neue Formen der Zusammenarbeit umsetzen können und alternative Vorstellungen und Visionen Realität werden. Der Bewegungscharakter zeigt sich auch in der Arbeit der angestellten Fachkräfte. Sie arbeiten nicht nur als Fachpersonen mit gärtnerischem Wissen, sondern vielmehr als Fachpersonen in einem vielfältigen Beziehungsnetz mit den GenossenschafterInnen. Die Fachkräfte möchten die GenossenschafterInnen in ihren Zielen und Anliegen unterstützen. Sie nehmen dabei durchaus wahr, dass diese Unterstützung auf beiden Handlungsebenen stattfinden (auf der Ebene des Gartenwissens, aber auch auf der philosophisch-politischen Ebene): *„Hier ist das Spezielle, dass man mit Leuten zusammenarbeitet.“* (Ornella, 27:3). *„In der ganzen Organisation gibt es viel positive Energie, neue Dinge zu initiieren und Projekte zu gestalten. Die Fachkräfte haben in ihrer eigenen Optik die Aufgabe, Fachwissen und Professionalität in die Produktion einzubringen: Es gibt sehr viel Idealismus, es gibt sehr viel Energie, es gibt nicht sehr viel Wissen (lacht). Und das ist irgendwie für die Fachkraft dann eine Herausforderung und es ist nötig, dass die Fachkraft (...). Meiner Ansicht nach ist die Rolle der Fachkraft eigentlich diese, eine professionelle Linie reinzubekommen.“* (Ottmar, 98:6). Die GenossenschafterInnen sind gefordert innerhalb von ortoloco Verantwortung zu übernehmen und möglichst auch eigene Initiativen zu entwickeln (befragte GenossenschafterInnen). Wichtiges und von allen geteiltes Grundprinzip ist auch, dass die Verantwortung, insbesondere aber auch die Risiken der Produktion von allen GenossenschafterInnen getragen werden (wenn z.B. Hagelschäden eintreten).

Zur Betriebsstrategie meint die befragte Fachperson, aber auch Personen der Betriebsgruppe, dass die Genossenschaft eigentlich bereits an der Stelle sei, wo sie selber hin möchten. Die Genossenschaft selber habe eine ideale Grösse erreicht und solle nicht mehr weiter wachsen. „Das heisst die Gruppe, so gross wie sie ist, also für mich ist sie fast schon etwas zu gross, ja. Es könnte auch kleiner sein. Es gibt andere Gruppen wie wir, die eigentlich kleiner sind. Ich würde sagen, wir haben so die Grenze erreicht ...“ (Ottmar, 98:17). Natürlich kann die Produktequalität noch laufend verbessert werden. Auch gibt es Möglichkeiten, Synergien mit anderen Produktionsbereichen herzustellen, die Versorgung auszubauen und z.B. auch das Verteilsystem vielfältiger zu nutzen.

Über die Genossenschaft ortoloco hinausgehende Strategien

Wichtige Herausforderungen stellen sich aber, wie die Idee von CSA weitergetragen werden kann und wie ortoloco zur Gründung weiterer Betriebe beitragen kann: „Die Idee wäre eigentlich, dass es an jedem Ecken so einen solchen Betrieb hat, der seine Umgebung versorgt.“ (Ornella, 27:88). „... und wenn wir jetzt wachsen wollen, dann wär das eher (...), dass wir neue Pflänzchen pflanzen woanders. Ein neues ortoloco“ (Ottmar, 98:17). Von den befragten Personen wird eingeschätzt, dass das Potential von CSA noch weit grösser sei: „... (lacht), zwei, drei. Ich meine, dort wo wir sind, zum Beispiel in dieser Ebene, Limmatebene. Ja, da wäre Platz für, ja vielleicht für. Im Ganzen – man könnte, da können hundert solcher Genossenschaften fast Platz finden. Ich weiss nicht, ich glaub, da sind schon 200 Hektaren Land, wo man Gemüse anbauen kann, wo man die Bedingungen hätte, so was im grossen Stil zu machen.“ (Ottmar, 98:59). Insbesondere die Betriebsgruppe leistet durch Informationsarbeit einen Beitrag zu dieser Vision, indem sie interessierte Personen begrüssen und informieren. Verschiedene Schlüsselpersonen im Umfeld von ortoloco widmen sich speziell der Aufgabe der Weiterverbreitung des CSA-Gedankens. Sie haben die CSA-Kooperationsstelle gegründet und sind daran, eine ganzheitliche Strategie zu entwickeln, wie die Gründung weiterer Betriebe unterstützt werden kann. Diese Strategie umfasst Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten (u.a. wird ein CSA-Lehrgang angeboten), Beratung von neuen Initiativen und verschiedene Formen von Vernetzung der verschiedenen Initiativen. Aus dem Zusammenwirken und der Vernetzung dieser verschiedenen Initiativen und Aktionen gewinnen diese Bewegungscharakter und damit eine über die Einzelprojekte hinausreichende politische Bedeutung.

b) Sozialkapital

Bei ortoloco bildet SK den Kern der Genossenschaft. Bildung und Nutzung von Sozialkapital beinhalten die zentralen Anliegen von ortoloco. Dabei wird SK in verschiedenen Interaktionen gebildet und genutzt:

- Es geht um SK-Bildung unter den GenossenschafterInnen,
- innerhalb der Genossenschaft mit den verschiedenen Organen wie der Betriebsgruppe
- aber auch um SK-Bildung in den Aussenbeziehungen der Organisation, die zur Verbreitung der Idee von ortoloco beitragen soll.

Bildung von SK unter den GenossenschafterInnen

Ortoloco bietet sinnliche und praktische Erlebnisse des gemeinsamen Arbeitens und Tuns. Ortoloco verbindet verschiedene soziale Gruppen und ermöglicht unterschiedliche Begeg-

nungen. *„Da sind Leute, mit denen habe ich sehr viel zu tun und dann gibt es aber auch Rentner oder Leute, bei denen ich das Gefühl habe, die würde ich sonst nie treffen. Aber wenn wir zusammen abpacken, ist es einfach lustig oder man hat eine gemeinsame Tätigkeit, die dann auch irgendwie eine Verbindung herstellt.“* (Orsola, 29:17). Für die GenossenschafterInnen bietet ortoloco die Möglichkeit neue Leute kennenzulernen. *„Das schätzen auch viele, man ist mit anderen Gleichgesinnten. Also wir sind schon nicht alle gleichgesinnt, aber irgendwo halt doch.“* (Ornella, 27:65). Für die GenossenschafterInnen wird Sozialkapital in den konkreten gärtnerischen Aktivitäten, aber auch anlässlich der eher kulturell orientierten Anlässe gebildet. Z.B. sind die Aktionstage (d.h. die Samstage an denen die Mitarbeit geleistet wird) immer eine Art Fest, bei dem auch das gemeinsame Mahl einen wichtigen Aspekt darstellt (Ornella, 27:40). Diese Erfahrungen und Erlebnisse bilden den Kern von ortoloco. Mit ortoloco sind ebenso konkrete Vorstellungen über Ökologie, mit weiteren Aspekten wie Arbeiten in der Gesellschaft und Gerechtigkeit verbunden. Möglicherweise ist das Teilen dieser Ideale unterschiedlich verbreitet, sie werden sehr deutlich in den Interviews mit der Fachkraft (Ornella) und Personen der Betriebsgruppe (Orsola, Olga). In gärtnerischen Tätigkeiten wird Sozialkapital unter den GenossenschafterInnen gebildet. Die Befragten Genossenschafter betonen zwar zum einen, dass ortoloco viele Möglichkeiten biete, Menschen kennenzulernen. Grenzen sind diesen aber zugleich gesetzt, indem die Genossenschaft gross ist und man häufig mit unbekanntem Genossenschaffern zusammenarbeitet. Auch gibt es Wechsel bei den Abonnements, so dass viele neue Begegnungen entstehen (Quelle: Interviews mit GenossenschafterInnen, Ole).

Ortoloco bietet aber auch Vernetzungen über die Grenzen der beteiligten GenossenschafterInnen hinaus. Die Integration und Teilhabe einer IV-Bezügerin stellt ein solches Beispiel dar, in dem das vorhandene SK sehr praktisch für Dritte nutzbar gemacht werden konnte.

Bildung von SK innerhalb der Organisation

Die Arbeit der angestellten Fachkräfte wird von ihnen selber als „sozialer Job“ beschrieben, das bedeutet, dass in der alltäglichen Arbeit sozialer Austausch sowie auch Planungsarbeiten im Vordergrund stehen. Die eigentlichen gärtnerischen Tätigkeiten rücken dagegen in den Hintergrund, dies auch zum Bedauern der befragten Fachkraft, welche diese Tätigkeiten sehr schätzt (Ornella, 27:6).

Die Genossenschaft, aber insbesondere auch die Betriebsgruppe von ortoloco stellt einen wichtigen Knoten innerhalb der Verbreitung der Idee von CSA dar. Sie stehen gewissermassen im Zentrum der sich ausbreitenden Netze und wirken innerhalb und ausserhalb auf sozialen Austausch und die Bildung von Sozialkapital hin. Die Genossenschaft wächst über die Nutzung von Beziehungen: In die Genossenschaft treten die Freunde der Freunde ein: *„Und Freunde von den Freunden von den Freunden, ich glaube, das geht immer so weiter“* (Ornella, 27:19).

SK in den Aussenbeziehungen:

Netzwerkbildung über die eigenen Organisationsgrenzen hinweg stellen einen wichtigen Aspekt bei der Bildung von Sozialkapital dar. *„Und es entsteht halt auch Neues aus diesem Netzwerk. Eben jetzt gerade die WG dort, oder halt eben auch so eine Weinkooperative, die das selbe mit Wein macht. Oder eine Milchkooperative“* (Ornella, 27:67). Die verschiedenen Vernetzungsformen werden im Gespräch mit Ornella und Olga häufig erwähnt und sie stellen

einen zentralen Aspekt von ortoloco dar. Es bestehen Beziehungen zu den verschiedenen CSA-Betrieben in der Schweiz (Ornella, 27:15), aber auch zu Biobetrieben, mit denen zum Teil auch Geschäftsbeziehungen bestehen (Bezug von Lagergemüse, Käse). Es gibt einen Dachverband der Regionalen Vertragslandwirtschaftsbetriebe in der Schweiz, in der ortoloco vertreten ist (Verband regionale Vertragslandwirtschaft).

Die Bildung von SK ist das wesentliche Element in der Betriebsstrategie von ortoloco und die Bildung von SK stellt das Medium dar, welches möglichst grosse Aussenwirkungen von ortoloco bewirken soll.

c) Aussenwirkung des Betriebes

Aus den Interviews lässt sich schliessen, dass ortoloco eine erhebliche Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und den Medien bewirkt. Die Befragten berichten über viele Kontakte zu interessierten Personen und Organisationen. *„Es zeigt sich schon jetzt, wir werden jetzt bald fünf Jahre alt und seit Anbeginn haben wir stets Journalisten und Gruppen und es ist fast wie in einem Zoo. Wir zeigen es sehr gerne, das ist klar, wir zeigen gern, wie wir es machen. Wir finden es auch toll und es ist ein Teil der Motivation, dass anderen das sehen und denken, so wollen wir es auch tun“* (Ole, 95:50). Diese Aussenkontakte werden als wichtig eingestuft und auch entsprechend gepflegt und Zeit dafür eingeräumt. Auf dem Feld von ortoloco selber wird eine Vielzahl von Besuchenden, Interessierten, Studierenden, Vertretenden von Parteien, NGOs etc. begrüsst und es wird diesen Personen der Betrieb und die Idee von ortoloco vorgestellt.

Einen wichtigen Bereich der Aussenwirkungen stellt das von ortoloco bestellte Feld und seine Ausstrahlung an vorbeikommende SpaziergängerInnen und Anwohnende dar. Die kleinteilige Struktur des Feldes, die Menschen an der Arbeit, aber auch die Produkte und Aktionen sind gut sichtbar und es ergeben sich viele spontane Kontakte mit Passanten. In den Augen der Genossenschafter von ortoloco stellt die bewirtschaftete Fläche ein qualitätsvoller Raum dar, der wesentlich zur Bereicherung der Landschaft beiträgt (auch wenn die Felder im Prinzip für Aussenstehende nicht zugänglich sind). *„Natürlich auch die Natur, die Kröten und Vögel, freuen sich auch, wenn man kleinräumig arbeitet. Wenn man mit Handarbeit arbeitet. Und wenn man im Garten präsent ist. Ich glaub – ich möchte jetzt, ohne jetzt mystisch zu werden – ja aber, wenn der Mensch in der Natur präsent ist und im Garten präsent ist, das gibt auch der Natur eine andere Qualität, würde ich mal sagen, ja (lacht). Da ist auch ein Austausch da, der die Natur auch schätzt. Das kann ich jetzt natürlich nicht beweisen (lacht)“* (Ottmar, 98:53). Die Genossenschafter sind überzeugt, dass sie mit ihrer Arbeit zur Attraktivität der Landschaft beitragen. Sie wähnen, dass dies von aussen auch so wahrgenommen und geschätzt wird. Ihre Akzeptanz und Integration in Dietikon führen sie im Prinzip auf diese Infrastrukturleistungen zurück:

Olga: *„Also doch, ich finde es selbst interessant, die Frage, inwiefern hast du das Gefühl, dass wir jetzt in Dietikon etwas bewirken? Wirklich in unserem nächsten Umfeld?“*

Ornella: *Jaah, ich glaube eben schon ein bisschen etwas. Ich finde es schwierig zum Sagen. Aber zum Beispiel auch das Haus haben wir anscheinend auch bekommen, also das nebenan, neben dem Hof ist ein Haus, so ein Einfamilienhaus, das vermietet werden sollte. ... Und jetzt haben wir eigentlich Ortoloco ist nun Mitmieterin. Das Haus haben wir bekommen anscheinend, auch weil ortoloco einen guten Ruf hat in Dietikon oder irgendwie, man weiss doch von uns und hat offenbar einen guten Eindruck. Sie finden es eine gute Sache, dass wir das machen und die Leute halten auch sehr oft an im Garten, das sind wahrscheinlich auch Dietiker oder aus der Umgebung, der Garten ist halt schön, er ist eigentlich immer schön,*

ausser wenn gerade der Hagel vorbeigezogen ist (lacht). Und von dem her ist er schon ein Blickfang, da haben wir schon einen Einfluss auf diese Leute, aber“ (Ornella, 27:59)

Wichtiges Instrument der Aussenwirkungen stellt das Netzwerk der involvierten GenossenschafterInnen dar. Diese selber sind in weiteren Initiativen und Projekten engagiert und bringen verschiedene Ideen und Ressourcen zusammen. Die GenossenschafterInnen und ihre Familienmitglieder oder Mitbezügerinnen der Gemüsetaschen knüpfen dieses Netz, das für Projekte und Vorhaben genutzt werden kann weiter. Dabei scheint es, als wären alle Beteiligten von ortoloco AgentInnen für die Organisation, die die ihren Bekanntenkreis auf das Feld von ortoloco einladen. Es wirkt, als ob es so etwas wie Wildwuchs solcher Aktivitäten gäbe: *„Der Bruno ist doch mal gekommen mit seinen, was waren das für... ich weiss gar nicht mehr. Ja, es ist halt nicht die Idee, dass fremde, Leute die gar nichts mit ortoloco zu tun haben, dass diese hierherkommen und die Arbeit machen.“ (Ornella, 27:29)*

Aussenwirkungen ergeben sich auf vielfältige Weise; sie sind vornehmlich an das Netzwerk der GenossenschafterInnen gebunden. Es wird wahrgenommen, dass das Feld von ortoloco selbst für die aussenstehenden DietikerInnen und PassantInnen einen positiven Wert besitzt.

d) Bildung und soziale Dienstleistungen

Die GenossenschafterInnen können mit ihrer Mitarbeit in ortoloco *wichtige Grunderfahrungen* gewinnen, indem sie bei der Gemüseproduktion mitwirken. Bei der Mitarbeit stehen sie in intensivem Austausch mit den Fachkräften, die eine wertvolle Quelle für Wissen über Garten- und Gemüseanbaufragen darstellen. Diese Erfahrungsmöglichkeit wird von verschiedenen befragten Personen und insbesondere auch für die einbezogenen Kinder als besonders wichtig erachtet. Sie erhalten durch ihre Mithilfe einen erfahrungsbasierten Zugang zu Natur und Ernährung und teilen diese Erfahrung mit ihren Eltern und weiteren Personen. Die befragten GenossenschafterInnen schätzen diese Kontakte ausserordentlich und schätzen das *Wissen der Fachkräfte* als ausgesprochen hoch ein: *„Ich finde einfach – was ich, was mir jetzt gerade noch in den Sinn kommt – was ich wirklich spannend finde, ist, ich lerne einfach wahnsinnig viel. Also gerade wenn ich mit Gärtnern jetzt gemeinsam noch zusammenarbeite. Die haben ein Wahnsinnswissen. Und das finde ich spannend ...“ (Genossenschafter, 46:20).* Die Fachkräfte selbst sind manchmal durch diesen Rollenwechsel von der Gärtnerin zur Bezugsperson für Fragen von Anbau und Garten fast überrumpelt. Für beide Seiten – die Fachkräfte und die mitarbeitenden GenossenschafterInnen – handelt es um eine intensive soziale Auseinandersetzung mit all ihren Facetten.

Die Aktionstage sowie die Genossenschaftsversammlung, aber auch die zusätzlichen Treffen an den Konferenzen, bieten die Möglichkeit, eine vertiefte Auseinandersetzung über Anbaumethoden, Gestaltung des Gartens und geplante Projekte zu führen.

Der **Bildungsaspekt** ist innerhalb von ortoloco äusserst zentral. Bis anhin kommen einzelne Schulklassen auf Besuch, halten Workshops ab und helfen bei der Arbeit mit (Ornella, 27:80).

Soziale Dienstleistungen entstanden bisher bei ortoloco eher beiläufig, indem eine IV-Bezügerin in die Tätigkeiten der Genossenschaft integriert werden konnte: Sie arbeitet an zwei halben Tagen auf dem Betrieb mit und erhält als Entschädigung das Gemüseabo gratis. Es wird von der befragten Fachperson die Gratwanderung zwischen Gratis-Mitarbeit und Ausnützung verschiedener Besuchergruppen thematisiert. Dazu gehört beispielsweise, ob es erwünscht sei, dass verschiedene Personen, welche nicht Mitglieder der Genossenschaft sind, gratis mitgärtnern und dafür allenfalls etwas Gemüse erhalten.

Soziale Dienstleistungen sind aus der Begegnung von Personen, Verbindungen und Zufällen entstanden. Es wird aus den Interviews deutlich, dass noch keine klaren Vorstellungen vorhanden sind, inwiefern diese Aspekte Teil von ortoloco sind, die speziell organisiert und gestaltet werden sollen. Allerdings machen sich ExponentInnen von ortoloco Gedanken, wie soziale Dienstleistungen noch gezielter implementiert werden könnten (vgl. CSA-Kooperationsstelle).

e) Werthaltungen

Auffällig bei ortoloco ist, dass sich individuelle Werthaltungen der befragten GenossenschaftlerInnen sehr weitgehend mit den in ortoloco verankerten Werthaltungen decken. Es sind nicht eigentliche Widersprüche feststellbar zwischen verschiedenen Personen. Allerdings zeigen die Interviews mit ausgewählten GenossenschaftlerInnen, dass sich diese teilweise offenbar noch sehr wenig mit den eher theoretischen Aspekten oder mit den Werthaltungen von ortoloco auseinandergesetzt haben. Viele sind über Bekannte und Freunde in die Genossenschaft gekommen, ohne sich gross mit den Grundideen von ortoloco befasst zu haben. Bei einigen GenossenschaftlerInnen steht die praktische Erfahrung, aber auch der Genuss des selbstgezogenen Gemüses im Vordergrund. Gemeinsamer Nenner aller GenossenschaftlerInnen ist, im Bereich der Gemüseversorgung so weit wie möglich Selbstversorgung zu praktizieren: *„Wir machen gemeinsam einen Garten und wir versuchen Selbstversorgung – das ist das Ziel.“* (Ottmar, 98:16). Ein Mitglied der Betriebsgruppe betont, dass aus dieser praktischen Auseinandersetzung auch eine inhaltlich-politische folgen könne: *„Obwohl wir uns alle natürlich Mühe geben, dass die Leute überhaupt realisieren, was sie hier machen (lacht). Weil den Effekt, den hat es einfach, das ‚schläckt kä Geiss wäg‘, das Gemüse kommt von ultranahe und ist automatisch mega saisonal, weil es einfach das gibt, was es hier gibt, lokal ist es sowieso und die Arbeitsbedingungen bestimmen wir selbst. Die Effekte hat es einfach. Also ehrlich gesagt, ich glaube, entweder realisiert man diesen politischen Aspekt und möchte diesen auch im Gemüse haben oder was vielleicht auch sein könnte, dass es Leute gibt, welche rein qualitativ davon ausgehen, dass es das beste Gemüse sein muss, dass es in der Gegend gibt (lacht). Wenn man die Produktionsweisen und alles anschaut. ‚Ich möchte dies haben‘. Und das Politische kann vielleicht sogar fast störend sein. Immerhin merken sie, dass es das beste Gemüse ist. Irgendwann müssen sie auch merken, wieso es so ist. Das hat einen engen Zusammenhang. Also ich behaupte das jetzt einfach.“* (Ole 95:6)

Werthaltungen der GenossenschaftlerInnen

Bei vielen befragten GenossenschaftlerInnen steht eher die konkrete Tätigkeit im Vordergrund. Nicht alle GenossenschaftlerInnen haben sich vertieft mit ortoloco und den damit verbundenen Werthaltungen auseinandergesetzt, vielmehr spielt der Freundes- und Bekanntenkreis eine Rolle:

„A: Also ja, die erste Frage wäre, wie du zu diesem Betrieb gekommen bist? Also.

B: Ok, ähm, meine Frau. Sie wollte es machen, und deshalb bin ich da. Ja, ähm, ich weiss es nicht, wie sie es gefunden hat, aber (...).“ (Genossenschaftler, 46:9)

Wohl decken sich bei vielen GenossenschaftlerInnen ökologische und soziale Anliegen weitgehend. Es gibt so etwas wie eine grundlegende Übereinstimmung unter allen GenossenschaftlerInnen, die in einem weiteren Sinne mit nachhaltiger Landwirtschaftsproduktion umschrieben werden kann: *„Ein Grund, warum ich mich dafür interessiere, warum ich da mitmache. Dass so wie die Landwirtschaft, oder die Wirtschaft grundsätzlich funktioniert, finde*

ich ein bisschen schwachsinnig zum Teil... so das ganze Import aus Fernost oder Landwirtschaft hier mit eigentlich der Massenproduktion, die Erntehelfer schlecht bezahlt werden etc. Das finde ich einfach nicht gut und das ist für mich auch so die Motivation oder der Sinn, wieso ich da mitmache, genau, bloss äh ich merke schon, es macht einen Unterschied, ob Du jetzt äh selbst am Feld die Sachen – ich mache meistens nur beim Ernten mit – wenn du es selbst erntest und dein Gemüse auch noch isst oder so der Preisvergleich, wo ich nachher merke am Markt, okay nein, eigentlich ist das nicht teuer, es braucht einfach ganz viele Handgriffe bis das überhaupt so weit ist, bis es dann an den Marktstand kommt. (...) das ist ganz spannend.“ (Genossenschafter, 46:2)

Geteilter Werte aller Beteiligten und fest mit dem Gedanken von CSA verbunden, ist die Wertigkeit des Sozialen. Das Soziale ist auf der Ebene der GenossenschafterInnen unmittelbar erlebbar. Es stellt aber auch einen zentralen Wert innerhalb der Organisation und den vorgeschlagenen Strategien zur gesellschaftlichen Veränderung dar: *„Ich glaube, das Soziale ist sehr wichtig. Die Begegnung mit anderen, Austausch ist da, eine gute Atmosphäre. Man lebt da was gemeinsam. Ja, ich glaube, dass ist das, was die Leute motiviert. Und das ist ja auch das, was hinter dieser wirtschaftlich-politischen Motivation ist. Das ist ja diese Lebensqualität, das ist ja das Soziale eigentlich, ja. Das damit eigentlich, das steht ja nicht für sich!“ (Ottmar, 98:50)*

Werthaltungen der Mitglieder der Betriebsgruppe

Die Werthaltungen der befragten Personen aus der Betriebsgruppe sind deutlich von der Idee der Nachhaltigkeit geprägt. Diese Werthaltungen und das Bedürfnis, das eigene Handeln und den eigenen Lebensstil in Einklang mit diesen Werthaltungen zu bringen, sind wichtige Motive für die Mitarbeit in der Genossenschaft. Grundgedanke ist dabei die Selbstversorgung: *„Also es geht ja da drum, der Grundgedanke ist ja, sagen wir mal den Teil, einen Teil der Bedürfnisse, die man hat, durch kollektive Selbstversorgung abzu-, ja, zu produzieren. Ja, oder zu machen. Das können ja auch zum Beispiel Kleider sein. Schuhe, Kleider, es kann auch (...), Bauen könnte es auch sein“ (Ottmar, 98:22).* Dabei sollen die alten landwirtschaftlichen oder handwerklichen Fertigkeiten wieder gepflegt werden, allerdings nicht im Sinne einer restaurativen Idylle, sondern als moderne Antwort auf Herausforderungen von Nachhaltiger Entwicklung. Ziel von ortoloco ist die Schaffung einer anderen Wirtschaftsform: *„Klar, genau, die Utopie ist sowieso diese Nachbarschaften, die Siedlungen, dass die sich nicht nur mit Gemüse sondern auch mit anderem auf diese Art versorgen könnten. Das wäre ja dann die andere Wirtschaftsform. Wir haben uns also auch von Neustart Schweiz inspirieren lassen. Von daher kommt ja das Nachbarschaftsmodell, mit den 500er, das ist eine zufällige Korrelation, aber wir haben gemerkt, die Grösse passt einfach gut“ (Ole, 95:4).* Wichtiger Aspekt ist auch, dass diese Tätigkeiten in einem sozialen Zusammenhang geleistet werden (und nicht individuelle Einzellösungen darstellen). Das Element der Suffizienz spielt weiter eine wichtige Rolle: *„So wie man sich bei ortoloco aneignet, die Fähigkeit, auch zu entdecken. Was ist Gemüsebau? Was ist Gemüse produzieren, wie macht man das? Und da auch wiederentdeckt, dass man auch selber das machen kann. Genau so kann man sich vorstellen, dass man sein Haus baut. Aber kollektiv eben und dass man gemeinsam zu Mehreren eben ein Haus baut, dazu andere einlädt und dann der, der sein Haus hat, geht dann woanders mit und hilft dem anderen und so weiter, ja. Es gibt da so Netzwerke in Frankreich, wo man – sagen wir mal – freiwillig auf so Baustellen gehen kann und mithelfen Häuser zu bauen und zu lernen, wie man es dann selber machen kann. Dann geht es da natürlich auch um ökologisch bauen usw. Man kann sich andere Lebensbereiche vorstellen, in dem man sich ähnlich genossenschaftlich (...)*

organisieren kann. Wohnen, sich kleiden, sich ernähren, auch sich bilden. Man kann sich eigentlich – wenn man nachdenkt, dann gibt es sehr viele Bereiche. Alles was früher so, was man so auch, alles was (...). Ich weiss nicht, wo das überhaupt eine Grenze haben kann. Also persönlich meine Idee ist so. Man müsste nur noch ungefähr 50% arbeiten, wie ich das jetzt auch mache. Ja, das ist ja auch meine Motivation, warum wir das auf 50% reduziert hatten, das Arbeitspensum. Eben um, ich selbst möchte auch noch andere Aspekte leben. Und, sagen wir mal, Zeit haben, um andere Bedürfnisse auch in der Idee der Selbstversorgung leisten zu können. Zeit zu haben für andere Dinge. Und meine Idee ist, dass man im Allgemeinen tendenziell versucht, die Lohnarbeit zu reduzieren und diese Art Selbstversorgung zu erhöhen. Zeit, die man da verbringt.“ (Ottmar, 98:23, 98:24)

Dabei spielt die Selbstbestimmung eine wichtige Rolle und der Wunsch nicht anonymen Organisationen oder Experten ausgeliefert zu sein: *„Es gibt verschiedene Bereiche. Also ich habe mich viel mit Selbstbestimmung auseinandergesetzt, auch freie Bildung, freie Schulen. Es hat dann auch viel mit der Sinnfrage zu tun, das man etwas macht, das auch für einen selber Sinn macht, das nicht destruktiv ist (lacht) oder langweilig oder irgendwie nichtssagend. Ähm, und dann gibt es auch die ökologischen Fragen, die... . Ich habe mein Liz-Arbeit zur ökologischen Bewegung geschrieben und jetzt sind wir eigentlich auch Teil einer ökologischen Bewegung also ich denke, ja, es geht eigentlich. Ja, man braucht neue Lösungen und einen anderen Lebensstil. Und ich finde das gut, wenn das nicht einfach so ökologische, wenn da nicht irgendwelche ökologische Experten uns sagen, wie wir leben müssen. Sondern dass man das gemeinschaftlich organisiert (...).“ (Orsola, 29:14)*

Die Mitarbeitenden wollen, dass das, was jetzt gemacht wird, auch für die Zukunft Bestand hat. Dass sie etwas Nachhaltiges, Sinnvolles für die Zukunft machen (Ornella, 27:31). *„Die Nachhaltigkeit, genau, Regionalität, Gemeinschaft ... Konsumenten und Produzenten einander näher zu bringen. Oder das Gleiche sein, beides sein.“ (Ornella, 27:88)*

Viele Mitglieder von ortoloco verstehen das CSA-Modell als Gegenentwurf zu einem industrialisierten, auf Wettbewerb und Konkurrenz basierenden System von Landwirtschaft oder Wirtschaft im Allgemeinen. Dazu Olga: *„Es ist eigentlich schon so, das Grundding war eigentlich auch die Kritik am Bestehenden, die Werte leiten sich wie auch aus diesem ab, dass man sagt, wir wollen nicht ein Wirtschaftssystem, das auf Konkurrenz basiert und das immer wachsen muss, damit es funktioniert. Sondern wo eigentlich, wo man zusammensitzen kann und überlegen, was brauchen wir? Und dann wie machen wir das, zusammen. So, einfach gesagt. Partizipation ist wichtig. Ja.“ (Ornella, 27:28)*

Werte, wie Zeit haben, Dinge tun, die einen erfüllen, sind für die befragten Personen zentral. Es werden Überlegungen dazu angestellt, ob quasi „im Kleinen“ eine heile Welt hergestellt wird. Für die befragte Fachkraft (Ornella) ist das zumindest teilweise der Fall, indem sie ihre Werte und das, was ihr wichtig im Leben ist, realisieren kann. Dazu gehört auch, dass sie ihre Mutterschaft gut mit der Arbeitsstelle verbinden kann und sie von ortoloco viel Unterstützung erhalten hat. Werthaltungen von ortoloco und persönliche Werthaltungen stehen in ihrer Sicht in hohem Masse in Einklang (Ornella, 27:27).

Werthaltungen in Bezug auf die Genossenschaft

Verschiedene Werthaltungen sind in der Struktur von ortoloco verankert. Sie sind in Teil eines geteilten Selbstverständnisses der Genossenschafter. In Bezug auf die Organisation von ortoloco selbst gibt es verschiedene Aspekte, die von den befragten Personen hervorgehoben werden.

Professionalität im eigenen Handeln: Die befragten Fachkräfte betonen den Aspekt, dass landwirtschaftliche Produktion höchst anspruchsvoll sei und professionelles Wissen für das Gelingen dieser alternativen Zielsetzungen von grosser Bedeutung seien. Der Anspruch auf Selbstversorgung sei ein hoher, der nur mit einem hohen Mass an Professionalität zu erfüllen sei: *„Natürlich gibt man Impulse, um von mir aus gesehen hauptsächlich um die ganze Aktion ein bisschen zu professionalisieren. Um zu schauen, dass man (...). Bei solchen Gartenprojekten ist es halt so. Es gibt sehr viel Idealismus, es gibt sehr viel Energie, es gibt nicht sehr viel Wissen (lacht). (...). Meiner Ansicht nach ist die Rolle der Fachkraft eigentlich diese, eine professionelle Linie reinzubekommen. Ja, das es auch wirklich effizient ist und nicht nur eine Aktion, wo man halt Garten macht und schaut oder so. Der Anspruch ist ja auch Selbstversorgung. Also bei ortoloco ist ja auch der Anspruch Selbstversorgung. Und um das durchzuführen, muss man schon rigoros arbeiten. Und das braucht eine gewisse Disziplin auch von Seiten der Genossenschaftler, die da mitarbeiten. Und da ist die Fachkraft natürlich wichtig als Motor der ganzen Sache.“* (Ottmar, 98:4)

Freie Ressourcen / open source: Gründungsmitglieder von ortoloco sind auch in einem Verein tätig, der die Erfahrungen aus ortoloco an weitere Genossenschaft weitergeben will. Dieser Verein nennt sich „Loconomie“. Hinter dieser Strategie steht die Überzeugung, dass die für die Nachhaltige Entwicklung wichtige Wissensgrundlagen allen Interessierten zur Verfügung stehen sollen. Aus diesem Wissen soll nicht individuelles Kapital geschlagen werden, sondern soll der Gesellschaft im Sinne der Möglichkeit zu einer Nachhaltigen Entwicklung zur Verfügung stehen. Alles im Rahmen von ortoloco erarbeitete Wissen und alle Erfahrungen werden aufgearbeitet und stehen weiteren Genossenschaften zur Verfügung.

Demokratie und offene Kommunikationskultur: Ortoloco als Organisation legt Wert auf offene Kommunikation und transparente Entscheidungen. Ortoloco versucht, eine solche Kultur zu entwickeln. Dazu dienen auch die jährlichen Versammlungen und Konferenzen. Wichtig als basisdemokratisches Element ist auch (damit die Idee der Selbstversorgung und des genossenschaftlichen Handelns nicht aufgeweicht wird), dass die praktische Mitarbeit nicht durch finanzielle Abgeltung ersetzt wird. Diese Prinzipien verhindern ein „Ausrutschen“ in Richtung kommerzieller Lösungen (Ottmar).

Soziales in ortoloco, Lebensqualität für alle: Verschiedene InterviewpartnerInnen haben den Wert des Sozialen, insbesondere den zentralen Wert von Lebensqualität hervorgehoben. Dies Betonung zeigt, dass es sich bei ortoloco stark um einen vom Menschen aus gedachten Ansatz von NH handelt. *„Es geht ja nicht darum, eine Alternative zu finden, wie man einfach besser und günstiger produzieren kann. Um das geht es ja nicht. Es geht ja von vorhinein, wie kann man produzieren für eine bessere Lebensqualität. Jetzt (...), und da spielt natürlich das Soziale eine Rolle. Natürlich auch die Natur, die Kröten und Vögel, freuen sich auch, wenn man kleinräumig arbeitet. Wenn man mit Handarbeit arbeitet. Und wenn man im Garten präsent ist.“* (Ottmar, 58:51)

f) Ökologie und agrarpolitische Rahmenbedingungen

Gemäss Untersuchungen von Egloff (2013) steht ortoloco bezüglich der Ökologie (Energie- und Klimabilanz) relativ gut da. Das Prinzip des solidarischen Handelns verringert den Druck auf die Effizienzmaximierung. Ortoloco kann im Rahmen der regionalen Gegebenheit und der notwendigen Transporte und Hinreisen ökologisch produzieren. Dazu trägt auch bei, dass sehr viel (billig-) Arbeitskraft zur Verfügung steht und die Arbeiten mit einem geringen Mechanisierungsgrad verrichtet werden.

Die befragten Fachkräfte äusserten eher Desinteresse oder Desillusionierung gegenüber der (Schweizer) Agrarpolitik (Ornella, Ole). Die Landwirtschaftspolitik und die Politik allgemein werden als stark reaktiv und an die Interessen der grossen Wirtschaftskateure gebunden wahrgenommen. Dies wird von vielen GenossenschafterInnen kritisiert und ortoloco wird als Gegenmodell zu diesen Entwicklungen verstanden. Ortoloco steht für eine politische Alternative. Für ortoloco ist die Agrarpolitik auch wenig relevant. Ortoloco erhält keine Direktzahlungen, da Genossenschaften im Gegensatz zu natürlichen Personen nicht direktzahlungsberechtigt sind. Auch sonst bezieht ortoloco keine Unterstützung von der öffentlichen Hand. Dieser Umstand wird auch geschätzt, indem er freie Hand gebe, die Dinge so zu machen, wie es die Beteiligten für gut erachten. Eine Unterstützung von der öffentlichen Hand, z.B. der Stadt Zürich, indem diese Flächen für CSA zur Verfügung stellen würde, wäre aber erwünscht (Orsola).

g) Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Die interviewten Personen von ortoloco formulieren massive Kritik an den Bedingungen, wie Nahrungsmittel produziert und konsumiert werden. Die Landwirtschaftspolitik wird als verfehlt wahrgenommen. Die Fähigkeit der Politik, sinnvoll und positiv gestaltend einzugreifen, wird als beschränkt wahrgenommen. *„Ich persönlich, ganz persönlich bin der Meinung oder habe das Gefühl, dass man von der Politik eigentlich nichts erwarten kann“* (Ottmar, 95:1). Dabei spielt eine wichtige Rolle, dass sich die privatwirtschaftliche Sphäre mit einer anderen Geschwindigkeit entwickelt, als die Gestaltung der politischen Gesellschaft dies tut. Die Politik „höselet“ reaktiv hinter der Privatwirtschaft hinterher (Ole, 95:7). Das bedeutet für ortoloco, dass die Bedingungen für Landwirtschaft weder fair, noch gerecht und oder nachhaltig gestaltet sind. Dabei wird von den interviewten Personen anerkannt, dass in der Schweiz die Strukturen vergleichsweise noch günstig seien, zumal sie im europäischen Vergleich kleinräumig und dezentral seien. Für Aktivitäten wie ortoloco sei dies eigentlich förderlich. Es sollten auch basisdemokratische Strukturen für die Produktion von lebenswichtigen Erzeugnissen geschaffen werden (so wie heute Strukturen bestehen, welche die Produktion von Bildung regeln). Die Interviewpartner kritisieren, dass nicht alle wichtigen Bereiche basisdemokratisch geregelt sind.

Die eigene Initiative wird noch als zu wenig mächtig wahrgenommen – nach wie vor herrsche eine stark produktivistische Perspektive der (globalisierten und intensivierten) Agrarwirtschaft vor: *„Und das wie eigentlich so die Sachen, auf die wir Wert legen, dass irgendwie viel Handarbeit und kleine Felder und so, das ist schon längst abgestempelt als ineffizient und altmodisch und ... eben nicht zukunftsfähig.“* (Olga, 27:49)

h) Vision

Ortoloco hat als Basisbewegung nicht einfach eine einheitliche Vision. Am meisten stimmen die Visionen der Vertretenden der Betriebsgruppe miteinander überein. Aber auch innerhalb der Betriebsgruppe werden die Gewichte unterschiedlich gelegt und andere Stichworte werden genannt. Ottmar versteht ortoloco als Alternative zur Mainstream-Entwicklung in der Landwirtschaft. Er plädiert für eine kleinbäuerliche Landwirtschaftsproduktion, die wesentlich mehr Leute als heute beschäftigen könnte. Ländliche Regionen würden wiederbelebt und es könnte mit weniger Lohnarbeit ein grösserer Teil der Subsistenz erwirtschaftet werden. *„Was ich mir aber wünsche ist überhaupt ein Farming. Das heisst auch, dass man das Land wieder bearbeitet und bewohnt. Also wieder mit Hand bearbeitet und das Land ganz massiv wieder bewohnt“* (Ottmar, 98:61). Ottmar nimmt wahr, dass die Schweizer Landwirtschaft sich in

Richtung Intensivierung und Rationalisierung bewegt. Diesen Weg bezeichnet er als falsch und ineffizient, weil er nicht nachhaltig sei und Folgekosten erst bei späteren Generationen anfallen würden. Dagegen ist er für ein Modell, weniger (oder keine) Lohnarbeit zu leisten, dafür sich selber die notwendigen Produkte und Güter zu erarbeiten. Dafür sollen auch moderne Techniken und Möglichkeiten eingesetzt werden (das sei dann aber nicht die Landwirtschaft wie vor 60 Jahren). Diese Landwirtschaft müsste auch unter fairen und sozial nachhaltigen Bedingungen stattfinden. Dazu gehört insbesondere, dass negative externe Effekte nicht einfach der Allgemeinheit aufgelastet werden können – wie dies heute noch der Fall ist. Diese Neuorganisation des Lebens würde auch eine völlig neue Lebensqualität mit sich bringen. Dazu gehört auch, dass eine internationale Gerechtigkeit hergestellt wird und wir nicht die Nahrungsmittel den ärmeren Ländern entziehen. Er ist der Meinung, dass die Kosten für Nahrungsmittel höher sein werden, dass umgekehrt dafür aber Einsparungen bei den Gesundheitskosten möglich seien. Diesen Schift in Richtung Gesundheitsförderung gelte es zu tun und höhere Ausgaben für die Nahrungsmittelproduktion seien hinzunehmen, so wie wir heute jährlich steigende Gesundheitskosten hinzunehmen gewillt seien. Eine kleinbäuerliche Nahrungsmittelproduktion in der Schweiz wäre natürlich sehr viel teurer und müsste finanziert werden. Dieser Mehraufwand sei aber zu leisten. *„Man kann durchaus mehr geben für die Landwirtschaft. Und zwar massiv die Mittel erhöhen. Es, das wäre eigentlich das, was vernünftig wäre. Ich weiss, dass das politisch gesehen eine totale Utopie ist (lacht)...“* (Ottmar, 98:60)

Durch die Erbringung der Arbeitsleistung durch die GenossenschafterInnen wird dem Unternehmen ortoloco der ökonomische Druck entzogen und es wird gesichert, dass nachhaltig produziert wird. Vision ist dabei nicht, dass ortoloco vergrössert, sondern dass sich mehr Menschen in solche gemeinschaftliche Arbeitsformen begeben und sich dies Produktionsform auch in anderen Feldern etabliert (z.B. Kleider- und Schuhkooperationen). Ole meint, dass mit relativ wenig Aufwand ein grosser Teil des Konsumbedarfs gedeckt werden könne (fünf Tage pro Person im Beispiel der Gemüsetaschen). Eine Vision von Ole ist, dass alle, die zusammenwohnen, auch ein ortoloco (und weitere solche Strukturen) haben. Auf dem Hunziker-Areal der Genossenschaft „Mehr als Wohnen“ zeichnen sich solche Visionen bereits sehr konkret ab, indem Genossenschaft zur Versorgung der WohngenossenschafterInnen gegründet werden soll, ähnlich dem Modell von ortoloco.

Die Vertretenden von ortoloco sind der Meinung, dass zwar – realistisch gesehen – nicht die Welt gerettet werden kann, aber das Segment in dem sich ortoloco bewegt ausgeweitet werden kann. Beispiele und Entwicklungen zeigen, dass diese Visionen im Begriff sind, ausgearbeitet und umgesetzt zu werden. Neben der Nahrungsmittelproduktion zeigen sich auch weitere Produkte, deren Produktion und Vermarktung sich in ähnlicher Weise zu organisieren eignen würde. In dieser Perspektive wird der Anspruch von ortoloco sichtbar, einen zwar visionären, aber konkreten alternativen Entwicklungsweg aufzeigen zu können.

i) Fazit

Ortoloco ist etwas eine „Insel der Glückseligen“. Diese Insel ist nicht einsam, sondern innerhalb nach innen reich vernetzt und umschwärmt von Gleichgesinnten und Verbündeten. Vom Umfeld wird ortoloco mit viel Interesse und Wohlwollen beobachtet. Bei einigen Mitgliedern besteht auch die Absicht, weitere Landstriche für CSA zu erschliessen (CSA-Kooperationsstelle). Ortoloco scheint eine gute, verantwortungsvolle Initiative zu sein, welche aus einer Nachhaltigkeitsperspektive wenig kritische Diskussionspunkte liefert. Allenfalls könnten das Verteilsystem und die Hinreise der GenossenschafterInnen zum Fondli-Hof solche kritischen

Punkte darstellen, indem die Anreise meist individuell erfolgt; erwünscht wäre eine Anreise per ÖV.

Ortoloco funktioniert auf der Grundlage, dass die GenossenschafterInnen ihre Mitarbeit nicht als Arbeit im engeren Sinne wahrnehmen, sondern als Manifest einer bestimmten Art der Lebensführung oder mindestens als Form einer nachhaltigen Freizeitgestaltung. Die meisten GenossenschafterInnen arbeiten wohl in üblichen Anstellungen. Sie können daher zum einen die Preise für die Gemüsetaschen finanzieren, verfügen zum anderen auch über die notwendige Freizeit und Motivation, um die Gartenarbeit als lustvoll, ausgleichend und bereichernd zu erfahren. Damit kann die Frage gestellt werden, inwieweit ortoloco eher bereits umweltbewusste, kritische und gebildete Menschen anspricht (und weniger z.B. die Personen mit Migrationshintergrund, die sich bezüglich der Sinnhaftigkeit von ortoloco nur schlecht einen Reim machen können, möglicherweise auch nicht die Flexibilität und Kapazität haben, einen Teil ihrer Freizeit gärtnernd zu verbringen). Damit verbunden ist die Frage, wie gross der Personenkreis ist, der sich an solchen Produktionssystemen beteiligen will und kann.

Unabhängig von der Frage, wie viel Selbstversorgung auf diese Weise möglich ist, scheint CSA über ein grosses ökologisches und soziales Potential zu verfügen. Die befragten Fachpersonen von ortoloco sind überzeugt, dass noch viele weitere „Ableger“ von ortoloco gegründet werden könnten und sollten.

Die Beispiele sind interessant und ansprechend, das Modell scheint zukunftsgerichtet zu sein. Sicher müssten die Aktivitäten und Felder näher und besser integriert werden, im Sinne von „Nachbarschaften“ in einer Stadt mit nahen Wegen und möglichst geschlossenen Kreisläufen. Das Beispiel von ortoloco zeigt, dass das Interesse an diesen Themen z.Z. sehr gross ist. Die Strategie und Stossrichtung scheint von gesellschaftlichen Entwicklungen getragen zu sein und lässt vermuten, dass diese und verwandte Initiativen nicht einfach eine kurzfristige Modeerscheinung darstellen, sondern Trends, die von ihrem aktuellen Nischendasein künftig in möglicherweise veränderter oder erweiterter Form zu grösserer Bedeutung gelangen könnten.

Im Prinzip ist ortoloco, wie auch eine Vielzahl anderer Organisationen und Bewegungen, daran, diese Visionen umzusetzen. Es gelingt dies in vielen guten Praxisbeispielen.

4.2.4 Betriebsportrait UrbanFarmers



a) Betriebsstrategie

Die UrbanFarmers spezialisieren sich auf die Produktion von Fisch und Gemüse in Aquaponic-systemen; dabei handelt es sich um mit einem Wasserkreislauf geschlossene Produktionseinheiten zur Züchtung von Fischen und Herstellung von Gemüse: Das Abwasser der Fischzucht düngt dabei den Gemüseteil. Das angestrebte Geschäftsmodell der UrbanFarmers liegt jedoch nicht in der Produktion von Fisch und Gemüse, sondern im Verkauf und der Systemunterstützung von Aquaponicanlagen (Ulric, 42:11). „*We sell Farms not Tomatoes.*“ (Urban, 101:1). Das Ziel von UrbanFarmers ist es, diese innovative Technologie weiter zu entwickeln und zu vermarkten. In den Interviews tauchen auch Ideen für Bolt-on-Systeme (das Abwasser der Fischproduktion wird für eine normale, substratgebundene Gemüse-Produktion genutzt) sowie auch die Idee für Pilz-Produktion in speziell konstruierten Containern auf. In den Interviews wird ihre (gewünschte) Rolle als Systementwickler und Systemsupporter sichtbar. Das Produkt, das sie künftig verkaufen möchten, sind Systemlösungen für Aquaponicanlagen und verwandte Produktionssysteme. Dabei schwebt ihnen die Vermarktung solcher Systemlösungen in einem Lizenz- oder Franchising-System vor. Bis zum Befragungszeitpunkt wurde aber kein solcher Vertrag abgeschlossen. In den Interviews wurde die Überzeugung geäußert, dass sich Aquaponic-Anlagen auf dem Markt in grösserem Stil bewähren müssten, bevor der Markt solche Anlagen akzeptiert und nachfragt. Mit den bestehenden und jetzt geplanten Anlagen müsse der Nachweis erbracht werden,

- a) dass diese Systeme technisch mit sinnvollem Aufwand betreibbar sind und
- b) schliesslich auch ökonomisch erfolgreich betrieben werden können.

Die UrbanFarmers befinden sich auf der Schwelle, an der die Firma den Schritt zu einer international operativen Unternehmung macht. Es ist ihnen anfangs 2015 gelungen, zusätzlich 2,1 Mio. CHF Aktienkapital von Investoren für die Firma zu gewinnen. Urban meint in einem Newsletter, dass die UrbanFarmers damit eine weitere Strecke im Tal des Todes in Richtung eines erfolgreichen technischen Start-ups hinter sich gebracht hätten. Nach diesem Nachweis würde dann die Option offenstehen, sich nicht an Investitionsprojekten mitzubeteiligen, sondern Aquaponicprojekte nur noch in der Rolle des Franchise-Gebers und System-Unterstützers zu begleiten.

Mit der Pilotanlage UF001 in Basel werden die technischen Aspekte von Aquaponic-Anlagen und der Markt für deren Produkte getestet

Für den technischen Machbarkeitsnachweis wird die Pilotanlage UrbanFarmers001 in Basel betrieben. Zudem ist der Pilotbetrieb auch eine Versuchsanlage für die Weiterentwicklung der Technologie von Aquaponic. Die Pilotanlage dient weiter der Bekanntmachung des Brands „UrbanFarmers“ und soll gleichzeitig einen Markttest ermöglichen, ob und wie die Produkte von den Konsumenten akzeptiert werden und wie gross die Zahlungsbereitschaft für UrbanFarmers-Produkte ist. Über den Verkauf der Produkte wird die Skepsis gegenüber der Technologie abgebaut. Die Pilotanlage UrbanFarmers001 ist somit kein eigentlicher Produktionsbetrieb, sondern ein Modellbetrieb in der UrbanFarmers-Strategie. *„Die Dachfarm ist dann quasi das Lighthouse für das UrbanFarmers-Konzept und für die Produkte“* (Ulric, 42:8). Die Pilotanlage in Basel kann sich nicht über den Verkauf der Produkte finanzieren. Auch können die Anlagekosten nicht in einem sinnvollen Zeitraum amortisiert werden. In dieser Startphase der Innovation waren die UrbanFarmers auf zusätzliche finanzielle Mittel angewiesen (Ulric, 42:13). Die Anlage in Basel produziert auf sehr kleiner Fläche, was die Kosten zusätzlich in die Höhe treibt. *„Ähm, ja aber für den Amortisations-Punkt ist das kleine Gewächshaus richtig schwierig, weil es ist die erste in Europa, das erste kommerzielle Gewächshaus auf dem Dach, es kostet relativ viel für das Capex. So es ist nicht, dass wir sagen können, wir wollen ein 15%-Return haben in 5 Jahren. Es ist mehr, dass wir sagen, du kannst ein 0%-Return in hundert Jahren haben.“* (Ulric, 42:12)

In der Anfangsphase verkauften die UrbanFarmers ihre Produkte in einer Filiale eines Einzelhändlers. Im Zug dieses Verkaufs wurde eine KonsumentInnen-Befragung durchgeführt. Anders als Urban erwartet hat, waren die AbnehmerInnen der UrbanFarmers-Produkte nicht die jungen „Urban Hipster“, sondern vor allem „ältere Semester“. Diese Jahrgänge knüpfen an eigene Gartenerfahrungen ihrer Kindheit und Jugendzeit an: *„Weil die uns sagen: Schaut, was ihr hier macht als Urban Farming, das haben wir schon vor 50 Jahren gemacht. Ich hatte meine eigenen Kaninchen, jetzt nicht gerade den Fisch, aber Kaninchen hatten wir auch, und Salat hatten wir auch, und Tomaten im Sommer auch, und das haben wir eingemacht“* (Urban, 101:46). Bei diesen KundInnensegmenten handelt es sich um gut gebildete und auch finanziell gut gestellte Personen.

Nach dem Direkterkauf der Produkte an KonsumentInnen verkaufen die UrbanFarmers ihre Produkte aktuell nur noch an drei Basler Gourmet-Restaurants. Dieses gehobene Segment ist beim Einkauf weniger Preis sensitiv: *„Aber bis jetzt gehts auf, beim Salat muss man nicht gross rechnen gehen. Du brauchst ja nicht viel Salat auf dem Teller, wenn du bisschen Garnituren brauchst oder so, da redet man von Grammen. So 50 Grämmchen Salat, ob jetzt das ... so muss ich sagen, man muss es schon rechnen aber dort muss man nicht sparen. Ich finde eh nicht, dass man bei Qualität sparen muss. Überhaupt nicht, also im Gegenteil. Man muss an anderen Orten sparen, das ist das, was wir allgemein hier probieren.“* (Umberto, 38:21)

Wird die Dachfarm „De Schilde“ in Den Haag ökonomisch erfolgreich sein?

Der Nachweis, dass UrbanFarmers in einem Aquaponic-System ökonomisch erfolgreich betrieben werden kann, erfordert einen grösseren Aufwand der UrbanFarmers an Zeit, finanziellem Engagement und somit auch eigenem unternehmerischem Risiko.

Ihr Engagement geht dabei im Augenblick weit über ihre Rolle als Entwickler hinaus. Um den Nachweis zu erbringen, dass Urban Farming funktioniert, nehmen sie selber eine Doppelrolle ein: Als Unternehmer-Investoren und zugleich als Betreiber der von ihnen konzipierten Anlage(n). Die Rolle des Betreibers ist näher bei jener des Entwicklers und wird von den UrbanFarmers in allen bisherigen Projekten übernommen. Mit dem nächsten grossen Projekt in Den Haag soll der Nachweis erbracht werden, dass das Konzept UrbanFarmers ökonomisch erfolgreich betrieben werden kann (Urban verspricht sich eine Rendite von 7 Prozent). Die UrbanFarmers sind damit in einem neuen Betätigungsfeld als Unternehmer/ Investoren sowie als Betreiber einer grösseren Aquaponic-Anlage angekommen (deren Produkte sich auf einem Markt durchsetzen müssen); bei beiden Feldern handelt es sich um Aktivitäten, die sie eigentlich nicht bewirtschaften möchten. Die Rolle des Investors ist wohl eher heikel und auch mit Risiken verbunden. Dies spricht Urban im Interview auch explizit an. Die Chance bestehe, dass sie in 20 Jahren nicht mehr existieren oder 300 Farms leiten 1000 Leute beschäftigen würden. Ein Untergangsszenario würde wohl auch die Vernichtung des investierten Kapitals bedeuten. Urban und Urs haben zusammen rund Fr. 150'000.- in die Firma investiert, weiteres Aktienkapital stammt von Investoren. Bei einem Null-Szenario wäre dieses Kapital sowie die investierte Arbeitszeit ebenfalls vernichtet.

Die Strategie der UrbanFarmers ist es, eine marktfähige Innovation im Bereich der nachhaltigen Nahrungsmittelproduktion zu lancieren. Die Nachhaltigkeit bildet das Rahmenkonzept, um die Produktivität einer integrierten Fisch-Gemüseproduktion zu verbessern. Die Aquaponicsysteme sollen die Produktivität der Lebensmittelherstellung verbessern: *„Was wir schauen, ist, dass mit unseren Anlagen, dass der Bauer kann die Land Productivity, also der Ertrag pro Quadratmeter erhöhen, die Preismarge verbessern, weil es weniger Logistik gibt und es gibt auch neue Produkte für die Bauern selbst“* (Ulric, 42:9). Die Strategie der UrbanFarmers ist es, als Unternehmung selber in diesem Prozess des Produktivitätszuwachses von Aquaponic mitzuwachsen. Die UrbanFarmers wollen „Systemlösungen“ an Investoren im Bereich Foodproduktion zu verkaufen, aber auch Farmen als Investitionsmöglichkeiten für Immobilienbesitzer anzubieten, welche die Dachflächen ihrer Immobilien einer solchen Nutzung zuführen möchten (Urban, 101:20).

Die UrbanFarmers passen in keine Schublade der Schweizer Landwirtschaft. Das wollen sie aber auch nicht. Sie wollen unabhängig bleiben von Direktzahlungen und den damit verbundenen Auflagen. Im landwirtschaftlichen Sinne sind die UrbanFarmers das Gegenteil eines Familienbetriebes. Sie sind ein Startup-Unternehmen und pflegen eine dazu passende Unternehmenskultur (Ulric, 42:14). Die geplanten produktiven Betriebe dienen dazu, den Nachweis zu erbringen, dass Aquaponic technisch und ökonomisch erfolgreich betrieben werden kann. Dafür engagieren sie sich über das Mass als Systemanbieter hinaus als Projektentwickler, Projektmanager und schliesslich auch (in geringerem Umfang) als Investoren. Künftig möchten sie sich auf die Rolle als Anbieter von Systemlösungen von Aquaponic in einem Franchising-System beschränken. Bemerkenswert ist, dass ihre aktuelle Tätigkeit und ihre geplanten Projekte wohl weit über dieses engere Feld hinausgehen.

b) Sozialkapital

Pilotfarm UF001 in Basel

Die Betreiber der Dachfarm UF001 pflegen einen engen Kontakt zu den Bezüglern ihrer Produkte. Das sind zum Befragungszeitpunkt drei Basler Gourmet-Restaurants. Da diese die Idee unterstützenswert erachten und Teil der innovativen Entwicklung sein wollen, beziehen sie Produkte der UrbanFarmers. Die UrbanFarmers gehen auf die Wünsche und Anregungen der Abnehmer ein (Udo, 37:26; Ugo, 39:8). Da das Produktionsvolumen der Pilotfarm relativ klein ist, kriegen die AbnehmerInnen meist weniger Produkte als sie möchten. Die Bezüglern sind an einer Steigerung der Produktion interessiert (Ugo, 39:4). *„Ich finde, erstens sie machen’s gut und man merkt auch, dass ein bisschen Herzblut dahinter ist. Sie machen das mit Liebe und haben Freude daran und probieren das Produkt an den Mann zu bringen, gut zu verkaufen.“* (Ugo, 39:9). Die drei Betriebe ermöglichen den UrbanFarmers wohl einen relativ unkomplizierten Vertrieb der Produkte. Es ist vermutlich auch interessant, für diese Abnehmer spezifische Produkte zu produzieren. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Betrieb UrbanFarmer001 damit über ein lokales Netz von abnehmenden Restaurants verfügt.

Sozialkapital bei den UrbanFarmers und in den geplanten UrbanFarmers in der Schweiz und im Ausland

In der **eigenen Unternehmung** herrscht „Gründerzeit-Firmenkultur“. Die Mitarbeitenden sind motiviert und beseelt von der Idee von Urban Farming. Zwar gab es in der Zeit des Bestehens der Firma bereits einigen Personalwechsel. Es gibt aber auch das Beispiel, dass ein Mitarbeiter – Ulric – schon seit vier Jahren bei den UrbanFarmers arbeitet. Die Leistungen von Ulric werden geschätzt. Er ist Mitglied im Managementteam und erhält eine Gewinnbeteiligung in Form von Aktien. Die Praktikanten sehen ihre Arbeitsleistung durch den Gewinn an Know-how im spannenden Entwicklungsfeld von UrbanFarmers offenbar als genügend entgolten an. Urban betont die Win-win-Situation für beide Teile: *„Wir schnappen uns quasi gut ausgebildete, hochmotivierte junge Leute, die sich diese Skills aneignen möchten, so eine Farm zu betreiben. Und die sind ja meistens in einem Praktikum tätig, das drei bis zwölf Monate dauert. Und ja ähm, da profitieren wir natürlich. Und die profitieren auch.“* (Urban, 101:47)

Die Angestellten der UrbanFarmers bringen unterschiedliches Vorwissen und Netzwerke mit. Die meisten von ihnen sind Männer: Männer, welche sich für innovative Technologien und Unternehmensstrategien interessieren (Udo, 37:60). Sie identifizieren sich stark mit dem Betrieb und fühlen sich – auch wenn sie Angestellte sind – gleichsam als selbstständige Unternehmer. Aus diesem Engagement und dieser Identifikation sind sie bereit, ihre Arbeitskraft in den Betrieb zu investieren, teilweise auch zu einem sehr geringen Lohn.

Sozialkapital in den Aussenbeziehungen

Die UrbanFarmers arbeiten bei der technologischen Entwicklung eng mit der ZHAW zusammen, unter anderem ermöglichte ihnen dies eine finanzielle Förderung durch die Kommission für Technologie und Innovation, KTI (Ulric, 42:13).

Für die Vermarktung des UrbanFarmers Brands vernetzen sie sich aber auch in der Schweiz breit: Von Biosuisse über ZHAW, Syngenta, Migros bis Startup-Förderplattformen. Auf die Frage hin, wo sie bei Netzwerken und Partnerschaften ihre Grenzen ziehen, antwortete Ulric folgendes: *„Jaa, wir hatten das früher diskutiert, dass wenn Syngenta etwas für uns bringt, dann gut, dann können wir schon mit ihnen arbeiten, aber jetzt wir sind nur ein Greenwash, so*

wir müssen schauen, dass ...“ (Ulric, 42:16). Urban sieht die Vernetzung mit Syngenta sehr pragmatisch: „Ich meine, als Pionier wirst du beklaut, kopiert, missbraucht. Ja, das ist so, logisch. Aber ich meine, der Anspruch ist ja, ähm, in die Verbreitung zu gehen. Und wenn du es da nicht schaffst, irgendwo dir ein Gehör zu verschaffen, dann hast du nichts zu sagen. Ich habe lieber Syngenta, die ihren Presseanlass bei uns auf der Farm machen und diese Fragen von den Journalisten gestellt werden: Ja, wie positioniert ihr euch jetzt gegenüber Syngenta? Oder wie positioniert sich Syngenta gegenüber UrbanFarmers? Und dann muss der Chef von Syngenta sagen, ja, wir finden das natürlich alles eine gute Sache und wir sehen UrbanFarmers als Ergänzung, sagen wir mal, der Landwirtschaft insgesamt. Und ähm, es sind spannende Ansätze und wir haben ja auch gewisse Lösungen, wir verkaufen ja auch biologischen Pflanzenschutz und Nützlinge und so. Und das ist sehr gut, oder?“ (Urban, 101:48)

Das Netzwerk der UrbanFarmers ist nicht vergleichbar mit dem von herkömmlichen landwirtschaftlichen Betrieben. Sie pflegen kaum Kontakte zu landwirtschaftlichen Organisationen, Verbänden, Abnehmer oder Verarbeitungsorganisationen. Es gab verschiedene Kontakte mit Biosuisse im Zusammenhang mit der Thematik, ob eine Hors-sol-Produktion das Bio-Label erhalten könne. Dies erwies sich doch als nicht vereinbar mit den Richtlinien von Bio-Suisse (Ulric, 42:15). Das Betätigungsfeld der Urban Farmers und ihre Netzwerke finden sich aber vorwiegend im internationalen Innovations- und Investitionsbusiness.

Die internationale Tätigkeit ist den UrbanFarmers sehr wichtig. Sie wollen die Technologie international vermarkten, stehen dabei in Kontakt mit Interessensgruppen aus England, Holland, etc. Viel Arbeitszeit wird in die Netzwerkbildung investiert, so lässt sich aus den Interviews mit Urban und Urs schliessen: *„Also du kriegst ja wirklich Leute aus der Industrie, die das cool finden. Das ist ja eigentlich der grosse Check. Die grosse Validierung. Findest du Leute aus der Industrie, die das cool finden“ (Urban, 101:49). Diese Aktivitäten sind auch von Erfolg gekrönt, wie der Einstieg der Investoren zeigt. Ulric berichtet über den Erfolg im Projekt in Den Haag: „Ja, ich als Ausländer sehe das Den Haag-Projekt als ganz wichtig. Auch von der UrbanFarmers-Seite, so es ist ein ähm six ... sechsstöckiges Gebäude, 1500 Quadratmeter Dachterrasse, so ein relativ grosses Gewächshaus. Wir wollen mindestens ein 1200 Quadratmeter Gewächshaus bauen. Sechster Stock wird 250-300 Quadratmeter Aquakulturanlage sein, und dann mit einem Eventsroom und äh Showcase, so dass, es ist unbedingt der Lighthouse von Urban Agriculture, das wir wollen bauen in Den Haag.“ (Ulric, 42:43)*

Das Branding und allgemein die Öffentlichkeitsarbeit sind für die UrbanFarmers zentral, da sie nicht nur die Technologie, sondern gleichzeitig auch ihren Namen vermarkten wollen (Ulric, 42:31). Die UrbanFarmers bewirtschaften das Feld „Öffentlichkeitsarbeit“ erfolgreich. Sie profitieren davon, dass sie in der Öffentlichkeit als innovative Unternehmer wahrgenommen werden und dementsprechend eine hohe Medienaufmerksamkeit erhalten. Sicher hat dieser Bekanntheitsgrad auch dazu beigetragen, dass Investoren bereit waren, in das Projekt der UrbanFarmers zu investieren.

c) Aussenwirkung des Betriebes

Urban denkt die Entwicklung der UrbanFarmers weit voraus. Es scheint, dass die Farms erst künftig ihr volles Potential entfalten werden. Dies trifft zwangsläufig auf die Farms, die noch nicht stehen, aber auch auf die in Basel zu, wo sich das Quartier in den nächsten Jahren rapid entwickeln wird.

Aussenwirkungen der Pilotfarm UF001

Die UrbanFarmers werden von vielen Leuten als innovativ und zukunftsweisend erachtet. Obwohl die Produkte zurzeit noch relativ teuer sind und nur ein sehr spezifisches Klientel ansprechen. Die KundInnen der Migros und AbnehmerInnen (Köche der Gastrobetriebe) sind alle sehr zufrieden mit der Qualität der Produkte.

Die Hauptstrategie der UrbanFarmers, als Produzenten nachhaltiger Produkte dazustehen, scheint gut aufzugehen: So sind sie beispielsweise in den Augen eines befragten Kochs Produzenten guter Erzeugnisse (Umberto, 38:15). Einigen der KundInnen ist es wichtig, dass die Nahrungsmittel artgerecht und ökologisch produziert wurden. Das ökologische Bewusstsein ist dabei die Hauptmotivation für den Konsum der UrbanFarmers-Produkte (Kundin Migros, 78:10). Aus diesem Bekanntheitsgrad entsteht auch eine gewisse Aussenwirkung der UF001.

Räumlich ist das gegenwärtige Umfeld der UF001 gemäss Urban aber noch „anders sozialisiert“. Es handelt sich mehr um ein Gewerbeumfeld mit Unternehmungen aus den Sparten Transport, Logistik und Bau. Urban: *„Aber das Areal wird ja in 20 Jahren ganz anders aussehen. Vis-à-vis entstehen jetzt die ersten Wohntürme und dann entstehen da ja Wohnungen und dann wird eigentlich der Dreispitz massiv aufgeräumt und transformiert. Der wird in 20 Jahren nicht mehr so aussehen wie heute. Da wo heute noch die Lastwagen durchfahren, das wird eine Fussgängerzone werden. Und das Areal wird... . In 20 Jahren wird das dann so (...) ein städtischer Teil von Basel sein und einen ganz anderen Mietermix haben.“* (Urban, 101:26). In dieser künftigen Situation wird von den UrbanFarmers auch eine intensivere Interaktion mit dem Quartier erwartet.

Aus der Aussensicht der AutorInnen erscheinen die konkreten sozialräumlichen Aussenwirkungen der Pilotfarm UF001 aktuell eher bescheiden zu sein. Es kann auf Grund der Interviews auf wenig lokale Vernetzung zwischen verschiedenen Akteuren von UrbanFarmers geschlossen werden. Markante Aussenwirkungen gibt es über die Gruppen von Besuchenden, diese führen aber nicht zu sozialen Strukturen im Quartier selbst. Die UrbanFarmers stellen eine Organisation dar, die im Quartier wenig soziale Vernetzung und Verknüpfung aufweist. Sie gleicht in dieser Hinsicht weniger einem bäuerlichen als einem gewerblichen Betrieb. Diese Parallele ergibt sich wohl auch daraus, dass die UrbanFarmers nicht einfach „Landwirtschaft“ darstellen, sondern eher einen privaten Produktionsraum. Besucher brauchen eine Einladung, um die UF001 zu besichtigen oder nehmen an einer Führung teil.

Aussenwirkungen in den geplanten Anlagen

Die Aussenwirkung der UrbanFarmers fokussiert deutlich auf die wichtigen Markt-Akteure in einem europäischen Umfeld. Aussenwirkungen in einem engeren räumlichen Umfeld werden aber auch in den geplanten Anlagen erwartet. Der spannendste Fall stellt dabei das Projekt in Den Haag dar. Die geplante UrbanFarm „de Schilde“ liegt im Süden der Stadt. 70 bis 80% der BewohnerInnen haben laut Urban einen Migrationshintergrund, hauptsächlich mit muslimischem Glauben. Am Wochenende gibt es einen Frischmarkt an dem 25'000 Leute einkaufen gehen. Dieser Markt liegt genau der geplanten UrbanFarm de Schilde gegenüber. Diese Bevölkerungsgruppe könnte als Alleinstellungsmerkmal der UrbanFarmers mit Halal Fisch bedient werden. Ebenso könnten die Leute aus dem Umfeld für die Produktion eingestellt werden. Die Arbeitslosigkeit in diesem Stadtteil beträgt rund 30%. Es könnten mindestens vier Leute angestellt werden und die Wertschöpfung würde vor Ort bleiben. Nachgelagert könnte auch die Verarbeitung ausgebaut werden (Urban, 101:29). Die Vorstellungen über die Aussen-

wirkungen in diesem Beispiel sind vielfältig. Sie reichen von der Beschäftigung von QuartierbewohnerInnen, bis zur Nutzung von Infrastruktur für Verarbeitung, Weiterbildung und sozialen Austausch. Die vielfältige Nutzungsstruktur des ehemaligen Philipps-Gebäudes lässt viele innovative Ideen spriessen. Sie werden an dieser Stelle nicht ausgeführt, weil es sich dabei aktuell noch um Projektideen handelt.

Ähnliche Vorstellungen werden auch für das Projekt von Sihlcity formuliert. Sihlcity findet Urban interessant, weil die UrbanFarmers auf dem Dach eines Kinos gebaut würde. Dieses ist gerade vis-à-vis des Hauptsitzes der CreditSuisse. Im Abstand von 10 Metern würden künftig Banker und Farmer – quasi Auge in Auge – ihren Metiers nachgehen (Urban, 101:36).

d) Bildung und soziale Dienstleistungen

In der UrbanFarmers001 arbeiten zeitgleich zwei bis vier PraktikantInnen, einige für ein ganzes Jahr, andere kürzer. Viele junge Menschen interessieren sich für einen Praktikumsplatz auf der Dachfarm. Die PraktikantInnen übernehmen viel Verantwortung im Betrieb, da der Betriebsleiter nicht täglich anwesend ist. Dies ermöglicht ihnen selbstständiges Arbeiten und gibt ihnen viel Einblick in die Unternehmung (Udo, 37:12, 37:24). Für Urban stellt dies eine Win-Win-Situation dar.

Die PraktikantInnen identifizieren sich stark mit dem Betrieb; wenn nötig, sind sie sieben Tage die Woche vor Ort, sie reden von „uns“ und „wir“ in Bezug auf den Betrieb und sind persönlich stolz auf das innovative Projekt (Ulric, 42:23). Nur die Langzeitpraktika sind bezahlt, die PraktikantInnen erhalten monatlich für 100% ca. 500 CHF (Ulric, 42:21). Die Wertschätzung für ihre Arbeit erhalten sie also nicht in erster Linie über das Finanzielle, sondern über die Identifikation, Teil von etwas Einzigartigem zu sein und konkret über das fachliche Know-how, welches sie aus dieser Erfahrung mitnehmen.

Die UrbanFarmers bieten Betriebsführungen an, welche von einem externen Tourguide durchgeführt werden. Führungen für Schulklassen sind kostenlos, für andere Führungen muss bezahlt werden. *„Schulklassen gehen auch, das ist kostenlos. Wir machen die Schulklassen kostenlos, weil es ist die Schulklassen, ja. (lacht) Und auch wir haben relativ viele Führungen von ZHAW auch, Studenten.“* (Ulric, 42:26)

Den UrbanFarmers ist es ein Anliegen, dass die Kundschaft über die Herstellungsbedingungen der UrbanFarmers-Produkte informiert ist – Verkauf ist auch Öffentlichkeitsarbeit. Zudem müssen Vorurteile und Skepsis gegenüber der Aquaponic-Technologie abgebaut werden: Schmecken die Tomaten nach Fisch? (Udo, 37:28)

„Mmh, was wichtig ist nur, dass wir sind offen und transparent mit allen Leuten, die fragen. Ob sie kritisch oder unterstützend sind, wir müssen zu 100 Prozent transparent und offen sein, weil wir sind neu, wir sind die New Kids on the Block. So ähm, ja, das ist ganz wichtig, ob es ist fair-fisch oder WWF oder ähm, oder FiBL oder Biosuisse oder jemand von die Publikum, dass wir Fragen machen und kritische Punkte präsentieren, dann wir immer schauen, dass wir können transparent und offen sein.“ (Ulric, 42:45)

Das innovative, ungewöhnliche der UrbanFarmers zieht die Kundschaft an (Kundin Migros, 79:4). Der Verkaufsstand in der Migros wird von den PraktikantInnen betreut, um die KundInnen zu bedienen und zu informieren. Sie gewinnen an Vertrauen und bekommen einen persönlichen Bezug zum Produkt. Nicht alle können die Erläuterungen zu den Produktionsbedingungen vollständig nachvollziehen (Kundin Migros, 79:4).

In den Restaurants hat die Information der Kundschaft einen weiteren Weg als in der Migros. Sie geht über UrbanFarmers, Köche, Servicepersonal, KundInnen. Das eine Restaurant, welches die Produkte der UrbanFarmers abnimmt, informiert die KundInnen in der Speisekarte und legt die UrbanFarmers-Flyers auf, die anderen beiden bisher gar nicht (Ugo, 39:7). *„Und (wir) merken einfach, wie schwierig das ist, auch unter die Leute zu bringen, ihnen zu erzählen, dass ... von wo wir das haben. Alleine für uns in der Organisation, man könnte ja sagen, es ist von ihnen, aber man muss das richtig aufgleisen.“* (Umberto, 38:20)

Das Umweltbildungskonzept der UrbanFarmers entspricht etwa einer sekundären Umweltbildung. Allein durch das Anschauungsbeispiel und die geleisteten Informationen werden bei den BesucherInnen und KundInnen die entsprechenden Bildungsprozesse in die Wege geleitet: Diese stellen sich Fragen, die sie bis anhin noch nie gestellt haben (Urban, 101:33). Dieses Konzept gleicht in gewisser Weise den Auswirkungen im ökologischen Bereich: das als perfekt wahrgenommene Produktionsmuster Aquaponic, zeigt auch positiven Effekte in den Bereichen der Bildung und des Sozialen.

e) Werthaltungen

Im Interviewmaterial zeigen sich zwei Ebenen von Werthaltungen: Eine das Unternehmen betreffende Ebene, die sehr stark in der Unternehmenskultur verankert zu sein scheint; und eine zweite Ebene, welche eher auf den persönlichen Werten basiert. Diese Werteebenen sind zwar miteinander verbunden, es zeigen sich aber auch Widersprüche. In Bezug auf den Betrieb werden eher ökonomische Orientierungen genannt, während in Bezug auf die eigenen Werthaltungen die ökologischen und sozialen Aspekte im Vordergrund stehen.

Unternehmerische Werthaltungen

Die UrbanFarmers verstehen sich wohl stark als Entrepreneur. Die Rechtsform der Aktiengesellschaft wurde gewählt, um einen Wachstumsweg zu öffnen: *„Deshalb haben wir auch eine Aktiengesellschaft gegründet, weil wir gesehen haben, dass man da einen kapitalistischen Weg gehen muss, wenn du wachsen können willst, wenn du einmal einen Marktplayer werden willst. Dann musst du Leute finden, die das mitunterstützen und sagen: Ich gebe dir Geld“* (Urs, 96:10). Zu den unternehmerischen Werten gehören weiter: Visionen haben, Risiken auf sich nehmen, 100-prozentigen Einsatz leisten. Auf Grund des investierten Eigenkapitals, möglicherweise aber auch aus der Logik des Unternehmers heraus nehmen Urban und Urs die ökonomische Dimension als die wichtigste wahr. Wichtigstes Ziel ist das Wachstum. UrbanFarmers soll ein Business werden, es soll ein Geschäftsfeld werden: *„Ja, es sollte eigentlich ein Business werden. Wir wollen aus Urban Farming – was ja traditionell irgendwo aus der Selbstversorgung kommt oder, sagen wir mal, aus der Vertragslandwirtschaft und aus den, sagen wir mal, lokalen Ressourcenökonomien entstanden ist – wollen wir ein Geschäftsfeld machen. Und sagen, das ist natürlich immer noch lokal und es ist immer noch nachhaltig. Aber es ist quasi jetzt auch ein kommerzielles Geschäft in diesem Sektor“* (Urban, 101:13). Diesen Entwicklungsschritt von Urban Farming zur Industrie haben parallel auch die beiden Geschäftsführer mitgemacht. Dieser Prozess spiegelt sich in den Produkten. Von der Versuchsanlage in Wädenswil weg über die kleinen (ökonomisch nicht erfolgreichen) „Schrebergarten-Aquaponics“, hin zu grossen industriellen Anlagen wie in De Schilde. Viele Zitate bilden diesen Übergang oder Widerspruch ab. Aktuell sind die beiden Geschäftsführer die Träger unternehmerischer Werthaltungen und Visionen: *„Aber die Verantwortung liegt schlussendlich auf den Gründern, auf den Schultern der Gründer. Das kannst du nicht delegieren und sagen,*

‘mach mal’“ (Urban, 101:25). *„Ja, ich denke sicher, das Schwergewicht liegt zwischen mir und dem Urs. Weil ich meine, wir sind natürlich auch die Gründer der Firma und haben insofern auch (...). Ja, ich glaube, wir haben eine gewisse Vision, oder eine Vision gehabt, als wir das gegründet haben.“* (Urban, 101:20)

Die UrbanFarmers sind der Überzeugung, dass sie ein ökologisch und ökonomisch zukunftsweisendes Produkt auf den Markt bringen (Ulric, 42:27). In Bezug auf die betrieblichen Werthaltungen betonen die Mitarbeitenden die ökonomischen Zielsetzungen: *„Ähm, sie wollen Geld verdienen. Ähm, und sie haben, also es läuft eigentlich recht gut, sie haben diverse Deals, also eins ist ... sie haben ein Dach bekommen in Den Haag.“* (Udo, 27:9)

Persönliche Werthaltungen

Für Udo ist am System von Aquaponic der Aspekt des geschlossenen Wasserkreislaufes wichtig. Er meint, dass die Technologie auch für Regionen mit Wassermangel bedeutend werden könnte. Er selbst stammt aus Afrika und er könnte sich vorstellen, einmal dorthin zurückzukehren, um etwas Konkretes zu tun: *„Ähm, weiss nicht, ein Ziel ist es schon, wieder zurück nach Afrika zu gehen. Und dort zu arbeiten“* (Udo, 37:37). Dieses Konkrete könnte auch – falls es sich ergibt – mit den UrbanFarmers zusammenhängen.

Für die Mitarbeitenden der UrbanFarmers ist aber die Kombination von eher abstrakter und praktischer Arbeit wichtig: Der (mittlerweile ins Ausland delegierte) Betriebsleiter des Lok-Depots ist von Beruf Anwalt und Bio-Landwirt. In dieser Hinsicht gibt es Parallelen zu anderen Mitarbeitenden von City-Farming-Betrieben. Für Ulric ist es wichtig, etwas für die Gemeinschaft in der Zukunft zu leisten. *„Ähm, ich denke, was ist ganz wichtig für mich, ist das was mache, wöchentlich oder täglich, wenn es geht aber wöchentlich, ist etwas, das ähm das hat ein langfristiges Ziel, so ich mache nicht etwas, weil es eine Arbeit ist. Es ist, dass ich baue etwas, dass sich hoffentlich in Zukunft hilft jemand oder ein ... eine Community oder ein, das war immer das Ziel von meiner Seite, dass wir können etwas Neues bringen, dass Leute können schauen, ob es funktioniert. Wenn es funktioniert und richtig läuft, dann es hilft unsere Community. Ich denke, das ist ein bisschen Philosophie aber (lacht).“* (Ulric, 42:27)

f) Ökologie und agrarpolitische Rahmenbedingungen

Die Aquaponic-Technologie ermöglicht eine ressourcenschonende Produktion: Möglichst geschlossener Wasser- und Nährstoffkreislauf, wenig Abfall, platzsparend (kann auf ungenutzten Dächern gebaut werden), lokale Produktion, etc. (Ulric, 42:3).

Gisler (2013) schrieb seine Bachelorarbeit an der ZHAW zur Ökobilanz der Pilotfarm UrbanFarmers001 in Basel. Er kommt zur Erkenntnis, dass die Aquaponic-Technologie ökologisch vielversprechend sei (Nähe zum Verbraucher, Verzicht auf Pestizide und grosse Maschinen, reduzierter Verbrauch von Dünger und Wasser, etc.). Die Aquakulturanlage hat einen hohen Stromverbrauch und benötigt viel Energie zur Beheizung. Je nach verwendeter Energiequelle schwankt die Umweltbelastung der Anlage bedeutend. In der UrbanFarmers001 wird Abwärme einer Kehrlichtverbrennungsanlage verwendet, was die Umweltbelastung der Produkte stark reduziert (Gisler, 2013).

Die UrbanFarmers wollen nicht als landwirtschaftlicher Betrieb angesehen werden und sich dementsprechend auch nicht den landwirtschaftlichen Rahmenbedingungen unterordnen. Sie wollen unabhängig bleiben von Direktzahlungen und den damit verbundenen Auflagen (Ulric, 42:32). Das passt zu ihrer marktwirtschaftlichen Ausrichtung. Die Haltung gegenüber der

Agrarpolitik passt oberflächlich gesehen zur traditionellen Sichtweise gewisser Bauern, welche für ihre Produkte und nicht für ökologische Leistungen bezahlt werden wollen.

Die landwirtschaftlichen Institutionen wiederum wissen nicht, wie sie mit dieser neuen Form der Nahrungsmittelproduktion umgehen sollen. Die Entwicklung von Aquaponic und den UrbanFarmers wird kritisch beobachtet. Ist es förderungswürdig? Ist es ökologisch sinnvoll?

g) Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Die UrbanFarmers leben innerhalb der kapitalistischen Welt. Sie wollen diese nicht verändern, sondern sich als Systemanbieter von Aquaponic innerhalb dieses Systems behaupten und durchsetzen. Dabei setzen sie auf Wachstum und versuchen, die innovativen Aspekte von Aquaponic gut zu vermarkten. Die positiven Aspekte von Aquaponic werden sich auch in den Bereichen Soziales und Umweltbildung quasi zwangsläufig zeigen. Es ist den UrbanFarmers gelungen, bedeutsame Investoren für ihre Vorhaben zu gewinnen. Die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen werden von den Geschäftsleitenden akzeptiert und es wird angenommen, dass innerhalb dieser Gesellschaftsordnung Veränderungen in Richtung Nachhaltigkeit möglich sind. Die eigene Firma wird gewissermassen eine Keimzelle einer solchen Entwicklung gesehen. Dazu passt auch, dass PraktikantInnen auch unentgeltlich arbeiten. Sie stehen gewissermassen in einer „höheren Mission“ und erhalten als Gegenleistung für die Gratisarbeit eine Entschädigung in Form der Partizipation an Wissen und spannender Herausforderung.

Garant für eine solche Nachhaltigkeits-Entwicklung ist die technisch-ökologische Innovation. Dabei versuchen die UrbanFarmers dieses Wissen exklusiv zu behalten und nehmen die Umgebung als Kopierer und Diebe ihrer Innovationsidee wahr. Sie als Unternehmer unterstützen mit der Vermarktung von Aquaponic gesellschaftliche Entwicklungen in Richtung Nachhaltigkeit. Sie vertreten dabei aber gewissermassen ein marktwirtschaftliches, wachstumbasiertes Nachhaltigkeitsmodell. Argument ist, dass wenn ein Produkt ökonomisch nicht erfolgreich sei, gar keine Chance bestehen würde, dass positive Externalitäten entstehen würden.

h) Vision

Die Vision von UrbanFarmers als Organisation ist, einen ökonomischen Wachstumspfad zu beschreiten. Sie sind bereits weit vorangekommen auf diesem Pfad und sind nun an einem Punkt, an dem sich eine gute Chance für die Realisierung abzeichnet. Die Vision von UrbanFarmers ist auf diese Dimension ausgerichtet. Damit wird aber die Idee verbunden, dass, wenn ein ökonomischer Erfolg eintritt, ein Beitrag für die ökologische Produktion geleistet werden kann und dass sich an den Standorten von UrbanFarmers auch das soziale Leben, Teilhabe und Integration verbessern werden.

i) Fazit

Die UrbanFarmers sind kein produzierender landwirtschaftlicher Betrieb und passen in dem Sinne nur bedingt in diese Untersuchung. Zwar produzieren und vermarkten sie z.Z. Nahrungsmittel, in erster Linie vermarkten sie aber Systemwissen für den Betrieb von Aquaponic-Anlagen sowie ihren UrbanFarmers Brand.

Die UrbanFarmers sind noch in der Aufbauphase und finanziell abhängig von Investoren, welche ihnen Aktienkapital zur Verfügung stellen. Deshalb ist es den UrbanFarmers ein zentrales

Anliegen, in nächster Zeit konkrete Projekte umsetzen zu können, um in der Folge Einnahmen im eigentlich angestrebten Tätigkeitsfeld zu generieren.

Ob das Produkt „Systemlösungen für Aquaponicanlagen“ in Zukunft finanziell tragfähig sein kann, ist ungewiss. Die Anlagen bedingen hohe Investitionskosten und erfordern einen intensiven Unterhalt der Technik. Die geplanten Grossanlagen werden wohl für die weitere Entwicklung wichtig sein. Es ist aber zu vermuten, dass es sich eher um weitere Schritte der Implementation der Technik handelt und eine abschliessende Schlussfolgerung über die Sinnhaftigkeit dieser Anlagen so schnell nicht möglich sein wird. Interessant erscheint, dass die UrbanFarmers weitere Innovationen im Köcher haben, die weniger hohe (technische und finanzielle) Systemanforderungen stellen (Bolt-on-Techniken, Pilzcontainer). Ev. wird hier auch ein Weg angedeutet, der die UrbanFarmers als Innovationsfirma für innovative Nahrungsmittelproduktionen zeigt?

Die Vorstellung der UrbanFarmers von nachhaltiger Entwicklung scheint eine eher technologisch-marktwirtschaftliche zu sein. Aquaponic bietet technische Lösungen für ressourcenschonende Produktion. High-Tech-Systeme sind jedoch anfällig auf Fehler und abhängig von einem funktionierenden System (Stromversorgung, professionelle Wartungsarbeiten, etc.). Zudem benötigt Aquaponic hohe Investitionskosten für die Infrastruktur und ausgefeiltes Wissen über die Technologie. Aquaponic wird sich daher vermutlich kaum in strukturschwachen Gegenden durchsetzen können. Die Lösung Aquaponic ist eine für reiche Länder mit hoher urbaner Dichte. Die UrbanFarmers sehen in diesen Ländern durchaus das künftige KundInnenpotential.

Die sozialen Aspekte spielen in der Strategie der UrbanFarmers zum jetzigen Zeitpunkt eine klar untergeordnete Rolle. Der Schwerpunkt liegt in der technischen Innovation mit ihren ökologischen Vorteilen und der Vermarktung dieser Technologie. Einige Angestellte der UrbanFarmers haben die Vision, dass die sozialen Aspekte in Zukunft mehr an Bedeutung gewinnen werden (direkte Versorgung einer Wohnsiedlung mit eigener Dachfarm). Jedoch ist unklar, wie diese umgesetzt werden sollen, da soziale Aspekte bisher kaum systematisch konzipiert und verfolgt worden sind.

In der Vorstellung der befragten Leitungspersonen von UrbanFarmers, folgen die sozialen und sozial-räumlichen Auswirkungen den ökologisch-technischen Implementationen von Aquaponic. Der Idee von Aquaponic/den Projektideen von UrbanFarmers sind die sozialen Aspekte quasi Technologie-inhärent und diese positiven Auswirkungen realisieren sich, wenn die Anlagen gebaut und genutzt werden. Die soziale Nachhaltigkeit – und damit die Nachhaltigkeit insgesamt – stellt eine mehr oder weniger beiläufige Auswirkung der guten ökologisch-technischen Idee von Aquaponic dar (falls diese den Markt findet). Die Dimension auf die sich die Projektverantwortlichen konzentrieren, ist die Realisierung der ökonomischen Chancen und der damit verbundenen Ressourceneffizienz in der Nahrungsmittelproduktion. Als Nachhaltigkeitsstrategie stellt dies eine unvollständige Sichtweise dar.

Eine hohe Erwartung ist, dass eine technische Innovation, Lösung für verschiedene gesellschaftliche Probleme darstellen werde. Wird schlicht auf die aktuelle Situation der UrbanFarmers geschaut (mit einer realisierten Anlage in Basel), sieht die Situation für UrbanFarmers eher mittelmässig aus (viel Aufwand für die Erstellung der Pilotanlage, teilweise Arbeit ohne Entlohnung, die externen sozialen Effekte im Dreispitz Basel sind z.Z. wohl eher gering). Sicher ist das Konzept der UrbanFarmers aber mit dieser Pilotanlage nicht am Ende, sondern am Anfang einer Entwicklung, die gegenwärtig nicht abzuschätzen ist.

Es kann gefolgert werden, dass die UrbanFarmers z.Z. im Wesentlichen ein Versprechen auf eine künftige Entwicklung beinhaltet. Sie sind daran, für diese Idee zu werben und auch diese Ideen den Investoren zu verkaufen. Ein vollständiger Nachweis der ökologisch-sozialen Sinnhaftigkeit sowie des ökonomischen Erfolgs ist aber noch nicht erbracht. Dies stellt wohl eine Situation dar, wie sie speziell auch für einen Innovationsbetrieb typisch ist. In ihrer Organisationsform und ihrem Rollenverständnis handeln die UrbanFarmers als traditionelle Unternehmer (Risiko eingehen, Verantwortung übernehmen, eine Visionen haben), in den Versprechungen ihres Produktes sind sie bereits Unternehmer im Sinne der Nachhaltigkeit.

Die Argumentation der UrbanFarmers überzeugt insofern, dass selbstverständlich zunächst eine Firma überleben und ökonomisch bestehen können muss, bevor sie einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten kann. Sicher sind UrbanFarmers Teil spannender Zukunftslösungen für die urbane Kreislaufwirtschaft.

4.3 Fokusgruppendifkussion

4.3.1 Worldcafé

Acht der zwölf interviewten Personen nahmen an der Fokusgruppendifkussion teil. Jeder der untersuchten Betrieb war mit mindestens einer Person an der Diskuffion vertreten.

Die hier aufgeführten Ergebnisse der zwei Worldcafé-Runden beziehen sich auf folgende Quellen: Audio-Aufnahmen der Diskuffionen, Flipchart-Notizen der Diskuffionen sowie Audio-Aufnahmen der Präsentation der Flipcharts.

1. Welche Auswirkungen hat städtische Landwirtschaft auf die Nachbarschaft, das Quartier und die Stadtlandschaft?

(Worldcafé Hans: 02:15, Worldcafé Lea: 01:18)

Urbane Landwirtschaftsbetriebe sind aufgrund der hohen Nutzungsdichte im urbanen Gebiet oft Dreh- und Angelpunkte für viele verschiedene Personen, Themen und Bedürfnisse. Auf relativ kleinem Raum läuft sehr viel. Städtische Landwirtschaft kann eine grosse Bereicherung für die Stadt, für die Quartiere und Nachbarschaften sein.

- Bei allen untersuchten Betrieben steht die landwirtschaftliche Produktion im Zentrum. Die sozialen Aspekte und Auswirkungen der Betriebe sind daher als Nebenprodukt zu verstehen, welche die Produktion in der Regel nicht konkurrieren, sondern eher ergänzen (im Sinne von Multifunktionalität).
- Das städtische Umfeld prägt die landwirtschaftlichen Betriebe und deren Betriebsstrategie (Anbaukultur, Vermarktung). Die städtische Bevölkerung kann als Ressource wahrgenommen werden, welche wie die Ressourcen Boden/Nährstoffe/Wasser Einfluss nehmen auf die Betriebsstrategie. Nicht nur positiv, auch negativ: Bsp.: Littering in Maisfeldern (städtische Bevölkerung als neuen 'LW-Schädling')
- Für das Quartier ermöglichen die Betriebe einen direkten Zugang zu Nahrung (Hofladen, Selbererntefeld, kollektiver Garten). Die KonsumentInnen erhalten einen Bezug zur Saisonalität und Diversität von Produkten und können z.B. alte und vergessene Gemüsesorten kennen lernen. Je nach Struktur und Strategie des Betriebes bleibt der Kontakt zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen eher distanziert oder er wird persönlicher.
- Die KonsumentInnen suchen den Bezug zur Landwirtschaft. LW-Betriebe werden teilweise regelrecht zu Quartierstreffpunkten, welche die Nachbarschaft beleben. Vor allem in Betrieben, in denen die KonsumentInnen selber mit anpacken können, kann der Betrieb zum sozialen Treffpunkt werden, welcher weit mehr als die Produktion von Nahrungsmitteln beinhaltet (Integration von verschiedenen Lebensbereichen wie Umweltbildung, Begegnung und Austausch, Fitness, gemeinsames Essen).
- Landwirtschaft fördert den sozialen Austausch zwischen den StädterInnen. Die Leute treffen sich beim gemeinsamen Ernten, treffen sich für einen Schwatz im Hofladen – sie schätzen diese gemeinschaftlichen Erlebnisse.

- Landwirtschaft betreibe somit auch „Seelsorge“, so Ruth vom Rütihof. Die zwischenmenschlichen Aspekte sind nicht zu unterschätzen. Nicht nur ortoloco (kollektive Selbstversorgung), auch der Hofladen und der Marktstand bieten Möglichkeiten, sich über persönliche Dinge auszusprechen.
- Landwirtschaft wird auch Agrikultur genannt. Es kam die Frage auf, ob städtische LW-Betriebe im weiteren Sinne auch Kulturunternehmen sind. Ein urbaner Landwirt kultiviert nicht nur die Bodensfläche, sondern auch sein soziales Umfeld (Pflege der Mitarbeitenden, Umweltbildung, Öffentlichkeitsarbeit, Einbezug von KonsumentInnen etc.).
- Durch den engen Austausch zur städtischen Bevölkerung ist Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit naheliegend. Insbesondere Familien, welche in der Stadt wohnen schätzen es, mit ihren Kindern Zeit auf „dem Bauernhof“ zu verbringen. Beim Spaziergang werden Jahreszeiten und landwirtschaftliche Abläufe erlebt, Familien können auf dem Bauernhof Tierbegegnungen erfahren etc.
- Die städtische Bevölkerung hat teilweise hohe Ansprüche an die LW-Betriebe. Diese können oder wollen diesen Ansprüchen aber nicht immer gerecht werden. Die Betriebe definieren teilweise Regeln, damit sie sich nicht vollständig zu „öffentlichen Orten“ wandeln. Doch ist es für einen urbanen LW-Betrieb normal, dass man nicht alleine auf seinem Hof ist – die Leute kommen und gehen. Dies ist grundsätzlich auch erwünscht.
- Landwirtschaftsflächen und Naherholungsgebiete überschneiden sich im urbanen Gebiet oft. Die LW ist somit vermehrt mit der Aufgabe konfrontiert, die Landschaft in Bezug auf ästhetische Aspekte zu pflegen. Oder die städtische Bevölkerung wird selber landwirtschaftlich aktiv und gestaltet so den urbanen Sozial-Raum mit.
- Erobert die Stadt das Land zurück? Oder umgekehrt? Zukünftig könnte die Entwicklung in beide Richtungen gehen. Die Landwirtschaft könnte vermehrt in das soziale Leben der Stadt integriert werden und somit könnte eine „Agrarisierung der Stadt“ stattfinden. Eine verstärkt regional erfolgende Versorgung und die Erhöhung der Lebensqualität sind prognostizierte Auswirkungen davon. Dafür bräuchte es jedoch eine angepasste Stadt- und Raumplanung, welche die bestehenden Grünflächen mindestens erhalten oder besser noch ausdehnen würde.
- Was jedoch letztendlich raumplanerisch passiert (LW-Land ist im städtischen Raum rar), entscheidet jedoch nicht nur die Politik. Wirtschaftliche Interessen wirken sich stark auf solche Prozesse aus.
- Auch die rurale Landwirtschaft kann von der Stadt lernen (regionale Versorgung, Diversität in der Produktion, Umweltbildung, ästhetische Aspekte der Landschaft, etc.).

2. Welche Rolle spielen Werte und Überzeugungen bei der Entwicklung einer Betriebsstrategie? (W. Hans 27:40, W. Lea 17:10, Präsentation 00:00)

Werte und Überzeugungen spielen eine sehr grosse Rolle für die betriebliche Ausrichtung. Nahrungsmittelproduktion ist per se ein Sektor, welcher mit viel „Herzblut“ verbunden ist. Allen anwesenden Vertretenden der vier Betriebe ist es ein Anliegen, dass die nicht-landwirtschaftliche Bevölkerung wieder einen stärkeren Bezug zur Landwirtschaft erhält. Durch ihre Betriebsstrategien und -Ausrichtungen möchten sie dies ermöglichen und fördern. Sie sind der Meinung, dass Landwirtschaft grundsätzlich ein gesundes Umfeld für Menschen darstellt. Der Kontakt zur Natur kann fehlenden Lebenssinn zurückgeben.

- Rütihof: Die Stadt kommt immer näher und Landwirtschaftsland verschwindet (Überbauungen in bestehenden Bauzonen, Zürich-Nordumfahrung). Dadurch ist der Hof gezwun-

gen, sich der Stadt anzupassen. Tendenziell verschwinden die „guten“ Flächen, die verbleibenden Flächen sind eher aufwändig zu bewirtschaften. Je weiter die Flächen vom Hof entfernt sind, je näher an der Stadt, desto grösser sind die Probleme mit Littering und Vandalismus. So sind die wertvollen und heiklen Kulturen (Beerenanlage, Gemüse) direkt ums Haus herum angelegt, die Weiden eher weiter entfernt.

- Beim Rütihof steht die Idee der Direktvermarktung im Mittelpunkt. Der Hof produziert und verkauft Nischenprodukte mehrheitlich an eine Stammkundschaft. Die Ausrichtung auf die Direktvermarktung hat beim Rütihof stark mit den Bedürfnissen der städtischen Bevölkerung zu tun (Bezug zur Landwirtschaft, biologischer Direktverkauf etc.). Die Direktvermarktung funktioniert jedoch nicht wie auf dem Land (Selbstbedienung, unbetreuter Stand mit Kässeli), das Selbererntefeld und der Hofladen müssen konstant betreut und überwacht werden. Ausserhalb der Öffnungszeiten steht ein Verkaufsautomat zur Verfügung.
- GSZ sind in Bezug auf ihre Landwirtschaftsbetriebe, welche sie verpachten, folgende Werte und Überzeugungen wichtig: Biologische Produktion, Angebot von Direktvermarktung, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit, Angebote von Umweltbildung.
- Meiers: Michael ist es ein grosses Anliegen, dass KMU's (nicht nur landwirtschaftliche) soziale Aufgaben übernehmen und „sozial auffällige“ Menschen in ihren Betrieb integrieren. Er ist der Meinung, dass das heutige Modell der öffentlichen Sozialwerke keine Zukunft hätten, da diese Institutionen viel zu teuer und ineffizient arbeiteten und es deshalb neue Lösungen brauche. Er appelliert an alle KMU's (auch an Rütihof und ortoloco), „sozial auffällige“ Menschen in ihren Betrieben zu integrieren. Er schlägt den Bogen zur rezenten Vergangenheit, als es noch üblich war, Knechte und Mägde auf Betrieben zu integrieren (diese waren oftmals Sonderlinge, Aussenseiter).
- Für Michael ist die soziale Arbeit auf seinem Betrieb ein Sorgenkind. Aufgrund der Auflagen der IV muss er qualifiziertes Personal in grossem Stil einstellen und hat dadurch hohe Kosten. Sein Ziel ist, dass dieser Bereich ökonomisch selbsttragend funktioniert und nicht von anderen Betriebszweigen quersubventioniert werden muss. Im Meierhof ist der Bereich der sozialen Arbeit bewusst etwas abgetrennt vom restlichen Betrieb. Das ist auf kleineren Betrieben schwerer umsetzbar.
- Ortoloco ist eine sozio-politische Bewegung und sieht sich als Modell für eine alternative Wirtschaftsform. Am Anfang stand der Wunsch, die schädlichen Marktmechanismen auszuschalten. Es wird nicht für einen Markt produziert, sondern es geht um kollektive Selbstversorgung, um die Bedürfnisse der Beteiligten. Die Nahrungsmittel haben keinen Preis, sie erhalten ihren Wert zurück. Möglichst viele eigene Ressourcen werden mit dem Ziel verwendet, geschlossene Kreisläufe zu schaffen. Die übergeordnete Ebene der Werte und Überzeugungen ist für ortoloco zusammenfassend die Idee der „Ernährungssouveränität“.
- Die rechtlichen/politischen/gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in der Schweiz sind nicht auf ortoloco ausgerichtet, CSA ist heute „nicht vorgesehen“. Zugang zu Land ist ein grosses Thema (knappe Ressource v.a. im städtischen Raum), es brauche politischen Druck. Gemäss Ottmar liegt jedoch der Fokus bei CSA nicht auf der Politik, sondern auf der Gesellschaft. Seine Vision: An möglichst vielen Orten sollen lokale BürgerInnen-Initiativen aufgebaut werden. Rahmenbedingungen können jedoch Initiativen begünstigen oder eben nicht, deshalb ist es wichtig, mit der Politik in Verbindung zu bleiben (v.a. um Land zu finden).
- Was bedeutet „weg vom Markt“ bei ortoloco? Selbständig eigene wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu definieren und so Autonomie zurück zu gewinnen? Regina (GSZ) bringt an, dass diese Herangehensweise nur einem kleinen Teil der Bevölkerung entspricht, andere wollen gar nicht wissen, woher die Tomate kommt, die sie essen, und schätzen es

ohne grossen Aufwand alle Produkte, die sie möchten, in ein und demselben Laden erhalten zu können.

- Für die UrbanFarmers stehen soziale Werte und Überzeugungen nicht am Ausgangspunkt ihrer Betriebsstrategie, sondern das ökonomische Potential einer Innovation auf dem Markt. Für Urs ist es gut vorstellbar, dass auf grossen Aquaponic-Betrieben geschützte Arbeitsplätze geschaffen werden.
- Direktvermarktung und CSA ermöglichen eine höhere Inwertsetzung der Produkte. Milch und Fleisch landen nicht auf dem Weltmarkt, sondern werden verarbeitet und direkt verkauft. Dies bringt auch Umweltbildungsaspekte mit sich: Es gibt nicht immer alles, ein Tier hat nur zwei Filets etc.
- In der Stadt fällt viel „Abfall“ an, welcher in den landwirtschaftlichen Kreislauf zurückgeführt werden könnte (Grüngut-Kompost, Abwasser, Abwärme, etc.). Dieses Potenzial könnte stärker ausgeschöpft werden. Z.B. die Verwendung von Grasschnitt von öffentlichen Grünflächen. Dies ist jedoch schwierig umzusetzen, da diese nicht biologisch zertifiziert sind und auch der Transfer von der Stadt zum Hof etwas komplex ist.
- Einige StädterInnen möchten auch etwas Bauern und Gärtner sein (dies zeigt auch der „Urban Gardening Trend“). Angebote wie bei ortoloco und beim Rütihof ermöglichen dies, ohne dass man sein anderes Stadtleben (z.B. die Berufstätigkeit) aufgeben muss.
- „Soziale Werte“ sind vielen Landwirten ein Anliegen, es stellt sich dabei die Frage, inwieweit diese mit dem Ökonomischen vereinbar sind: Wieviel kann ich mir als Betrieb leisten? Dies betonen insbesondere die Betriebe Rütihof, Meier und UrbanFarmers. Ole betont, dass die Sache bei ortoloco von der anderen Seite her angegangen werde. Die Werte stünden zuoberst, dementsprechend werde budgetiert, anschliessend würden die Kosten aufgeteilt. Michael ist der Meinung, dass dies spezifisch für Genossenschaften gelte und dass es auf seinem Betrieb in dieser Form nicht möglich wäre. Ole entgegnet, dass es nicht an der Rechtsform liege, sondern daran, dass der Meierhof keine KonsumentInnen-Gemeinschaft im Hintergrund habe, welche sich verpflichten würde, den Betrieb ein Jahr lang zu finanzieren und im Gegenzug ihren Ernteanteil erhalte.

3. Unterscheidet sich die städtische Landwirtschaft von der übrigen Landwirtschaft? (W. Hans 59:50, W. Lea 34:21, P. 01:25)

Die Stadt hat eine höhere Nutzungsdichte als ländliche Gebiete, die urbanen LW-Betriebe werden dementsprechend mit einer höheren Anspruchsvielfalt konfrontiert. Je nach Betriebsstruktur und „Typ Landwirt“ können einige Ansprüche erfolgreich in die Betriebsstrategie aufgenommen und in Wert gesetzt werden, andere Ansprüche können zu Interessenskonflikten führen. Die Schweizer Städte wachsen und damit auch ihre Ansprüche an Wohnraum, Naherholungsgebiete, Zugang zu gesunden Nahrungsmitteln, Umweltbildungsangebote etc.

- Die Bevölkerungsdichte in der Stadt ist relativ hoch, hinzukommt, dass wenige StädterInnen selber anbauen (private Hausgärten zur Selbstversorgung sind auf dem Land stärker verbreitet). Dadurch entsteht für die urbane Landwirtschaft ein grosses Potenzial für Direktvermarktung. Die Stadt bieten einen guten und unmittelbaren Marktzugang.
- Eine Diversifikation der Produktion ist möglich, sodass der Kundschaft ein breiteres Sortiment angeboten werden kann. Die KonsumentInnen in der Stadt sind offener für neue innovative Produkte als jene auf dem Land. Die StädterInnen sind aber auch heikler und teilweise komplizierter (z.B. Rütihof: Feldweg zum Hof, bei schlechtem Wetter kommen kaum Leute, da man beim Gehen auf dem Feldweg dreckige Schuhe bekommen würde).

- In der Stadt ist die Bevölkerung mehr als auf dem Land, ein wichtiger Treiber für innovative Entwicklungen in der Landwirtschaft (ortoloco, UrbanFarmers etc.).
- Die städtische Bevölkerung ist sehr interessiert an der Landwirtschaft und möchte einen Bezug erhalten. Gleichzeitig sind diese Personen oft sehr unwissend (der Bezug zur Nahrungsmittelproduktion hat sich in den letzten ein bis zwei Generationen etwas gelöst). Als Landwirt hat man einen Informationsauftrag (Zitat Michael), macht täglich Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung (z.B. beim Verkaufen am Marktstand, beim Plaudern mit den SpaziergängerInnen etc.).
- Die StädterInnen sind überall, so wird die Landwirtschaftszone oft auch Erholungszone. Ist der Städter von heute der neue „Schädling“ der Landwirtschaft (Littering, Vandalismus, Verlust an Privatsphäre)? Wo baue ich welche Produkte an, damit sie nicht von sonst jemandem geerntet werden? So wurde die Beerenanlage zum selber ernten auf dem Rütihof zur besseren Kontrolle direkt vor dem Wohngebäude und dem Hofladen angelegt.
- Die knappe Ressource «Land» wirkt sich limitierend auf die Entwicklung der urbanen Landwirtschaft aus. Das Bedürfnis der Stadt nach Grün- und Landwirtschaftsraum ist hoch und nicht gedeckt, eigentlich bräuchte es mehr und nicht weniger Grünraum in der Zukunft (dies widerspricht der gegenwärtigen Entwicklung von Umzonungen und zunehmender Überbauung).
- Das Berufsbild «Landwirt im urbanen Gebiet» ist vielfältiger als sich diese Tätigkeit in peripheren, ländlichen Regionen darbietet: Soziale Fähigkeiten sind gefragt. Dabei stellen sich jedoch folgende Fragen: Will der Landwirt im Stadtgebiet urbaner Landwirt sein, will er Direktvermarktung betreiben, soziales Engagement zeigen etc.? Das Bild des „selbstständigen einsamen“ Landwirtes gibt es kaum in der Stadt. Bei ortoloco z.B. müssen die Fachkräfte Laien anleiten, der Rütihof wird fast wöchentlich von Schulklassen besucht.
- Sensibilisierung der ProduzentInnen: In der Stadt/im urbanen Raum hat der Landwirt die Möglichkeit, mit den KonsumentInnen seiner Produkte im Austausch zu stehen und ihre Bedürfnisse aus erster Hand kennen zu lernen. Er ist nah dran (Direktvermarktung). Was z.B. die Marketing-Abteilung der Grossverteiler sagen, stimmt nur bedingt (z.B. «der Konsument will das ganze Jahr Erdbeeren kaufen können», «der Konsument will genormtes Gemüse»), (Ole und Michael stimmen dem zu).
- Auch rurale Landwirtschaft könnte direkt für die Stadt produzieren (z.B. mit dem CSA-Modell, lagerfähige Produkte wie Getreide, Käse etc.). Ist dieser Bauer auf dem Land dann auch ein urbaner Landwirt, weil er direkt für die Stadt produziert?
- Auch viele Leute auf dem Land haben wenig Bezug zur Landwirtschaft – das ist nicht nur ein städtisches Problem. Dies hängt (gemäss Ottmar) auch damit zusammen, dass die rurale Landwirtschaft nicht für die Region, sondern z.B. für den Grosshandel produziert und dadurch kein direkter Austausch zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen entsteht.

4. Welche (agrar-)politischen Rahmenbedingungen sind für die städtische Landwirtschaft wünschbar? (W. Hans 01:11:55, W. Lea 44:30, P. 08:10)

Grundsätzliche Frage: Soll LW Teil der Stadt/des urbanen Raums sein? Ja – alle sind sich einig: Denn ProduzentInnen, KonsumentInnen und die Stadt als politische Grösse wollen das. Die Stadt soll möglichst regional versorgt werden, der Entfremdung vom Menschen zur Natur soll entgegen gewirkt werden, der Mensch braucht den Bezug zur LW.

- Um dem Verlust von LW-Land entgegen zu wirken, könnten zukünftig sogenannte Landschaftsschutzgebiete, urbane-LW-Flächen, vor Überbauung schützen (Land für Zukunft

als Fruchtfolgeflächen sichern). Dabei geht es nicht nur um öffentliches, sondern auch um privates Land.

- In der Stadt können ungenutzte Flächen innovativ umgenutzt werden (Gärten auf Dächern, Aquaponic etc.). LW-Flächen auf Dächern sind komplizierter zu bewirtschaften (mehr Bewässerung nötig etc.) und sollen bestehende bodengebundene LW-Flächen nicht ersetzen, sondern diese ergänzen. Sie bieten auch Möglichkeiten für Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung.
- Heute: Die Stadt Zürich entwickelt ihr LW-Konzept im Einklang zur nationalen Agrarpolitik. Die Stadt Zürich muss Raumplanungs-Vorlagen vom Kanton Zürich übernehmen. Die Schwierigkeit, die dabei entsteht, ist folgende: Die nationale und kantonale AP ist eher auf rurale LW ausgerichtet und nicht auf die Landwirtschaft in städtischen Bedingungen. Weitere Schwierigkeit: Verschiedene Ämter innerhalb der Stadtverwaltung verfolgen unterschiedliche Ziele.
- Teilweise verhindert die „Bürokratie der Ämter“ (Raumplanung, etc.) Innovationen. Die urbane Landwirtschaft braucht mehr raumplanerische Freiheiten. Eine Möglichkeit wäre eine neue Raumplanungszone „urbane Landwirtschaft“, welche sich entsprechend den Bedürfnissen und Ansprüchen der Stadt entwickeln könnte: Restaurants für Naherholungssuchende auf LW-Betrieben, Fischzucht / Aquaponic in LW-Zone etc. Städte sollen autonome Städtestrategien für die Entwicklung von urbaner LW entwickeln (vgl. ausländische Beispiele wie Bristol, Amsterdam, etc.). Urbane LW ist auch ein Versuchsfeld für die LW im Allgemeinen.
- Heute gibt es keine agrarpolitische Anerkennung von innovativen Ansätzen wie bei ortoloco. Für die Genossenschaft ortoloco gibt es zurzeit keine Möglichkeit, als eigenständigen LW-Betrieb zu existieren. Es braucht einen vereinfachten Zugang zu Land für CSA-Betriebe (gutes Beispiel: GSZ verpachtet Land an CSA-Initiative Dunkelhölzli). Wie können z.B. Genossenschaften LW-Land oder ganze LW-Betrieben pachten oder kaufen und Direktzahlungen beziehen? Gleichzeitig soll das bäuerliche Bodenrecht nicht aufgeweicht werden, denn es ist eine gute Gesetzesgrundlage, welche den Boden sichert und ihn „vor Konzernen schützt“.
- Die Landwirtschaft ist gefangen in Qualitätsnormen, verhindert Innovationen und fördert negative Aspekte wie Food Waste etc. Direktvermarktung ist da ein guter Ansatz, um unabhängiger zu sein.

4.3.2 Schlussrunde / Evaluation

Die Schlussrunde diente nicht mehr der Diskussion. Die Teilnehmenden gaben zum einen ein persönliches Feedback ab, im Sinne, ob die Projektteilnahme für sie persönlich einen Gewinn erbracht hat und zum anderen eine Stellungnahme zur Frage, ob und wie Projektergebnisse in Wert gesetzt werden könnten. Die Teilnehmenden formulierten ihre Stellungnahmen auf Papier und stellten diese anschliessend dem Plenum vor. Die umsetzungsrelevanten Vorschläge (Frage 2) aus dieser Runde flossen insbesondere in das Kapitel 6.5 ein.

1. Was hat mir das Forschungsprojekt persönlich gebracht? Was nehme ich mit?

TN1: Das Projekt erbrachte eine vertiefte Einsicht verschiedener Herangehensweisen und Konzepte von urbaner LW. Dies war sehr informativ und hat gezeigt, dass urbane Landwirtschaft nicht isoliert mit Nahrungsmittelproduktion gleichgestellt werden soll, sondern, dass nur eine sehr ganzheitliche Betrachtungsweise eine adäquate Sichtweise darstellt.

TN2: Das Projekt gab einen spannenden Einblick in die urbane Landwirtschaft. Es zeigte, dass die Betriebe sehr unterschiedlich sind. Die urbane Landwirtschaft ist – im Vergleich zur ruralen – sehr viel stärker multifunktional ausgerichtet. Landwirtschaft umfasst sehr viel mehr Aspekte als Nahrungsmittelproduktion; es ist wichtig, dass diese gewichtet werden. Die Chancen der Direktvermarktung werden heute zu wenig genutzt. Die städtischen Betriebe könnten einen grösseren Beitrag zur Ernährungssouveränität leisten. Produkte sollten für die Stadt produziert werden und die KonsumentInnen sollten besser integriert werden, indem sie z.B. auch mitarbeiten. So können KonsumentInnen und ProduzentInnen näher aneinander herangebracht werden.

TN3: Das Projekt hat zu einer gewissen Klärung der Begrifflichkeit beigetragen. Die Unterschiede von urbaner und ruraler LW sind etwas fassbarer geworden. Auch sind die positiven Aspekte von urbaner LW etwas deutlicher hervorgetreten.

TN4: Die Stadt bietet Sozialkapital, das beackert werden soll, im Sinne von City-Kultur. Das hat mich beeindruckt. Der Mensch statt das Land steht als vorhandene Kapitalform im Vordergrund. Veränderungen müssten vermehrt vom Konsumenten ausgehen; er hat die Kaufkraft und ist auch ein politischer Akteur. Der Konsument wäre auch der politisch Verbündete für verschiedene Anliegen (nicht nur der Produzent).

Die Schweiz ist kein Einzelfall, wir sollten global nach Erfolgsmodellen suchen, welche wir übernehmen könnten (Food Policy Council, City Food Policy). So können ausländische Erfolgsmodelle in der Schweiz schneller übernommen werden. Beispiele könnten Vorbildcharakter haben. Es gibt viele Überzeugungstäter im Farming-Bereich, diese können Vorreiterrollen übernehmen.

TN5: TN5 bezieht sich auf seinen eigenen Betrieb: Das Projekt zeigt, dass man gewisse Sachen überdenken muss, sonst besteht die Gefahr von Betriebsblindheit. Die Auseinandersetzung im Projekt hilft zur Reflexion und Hinterfragung des eigenen Handelns. Am Schluss bleibt das Gefühl, dass wir nicht so schlecht dastehen: „Nicht alle unseren Entscheidungen können falsch gewesen sein.“

TN6: Das Thema urbane LW ist sehr komplex. Es gibt viele Stolpersteine zur Entwicklung einer stimmigen, nachhaltigen urbanen Landwirtschaft:

Es gibt mächtige wirtschaftliche Interessen, die eigentlich in eine konträre Richtung gehen. Diese Interessen wirken sich auf die Stadt aus, indem sie Druck in eine Richtung machen. Dieser Druck kommt von aussen und geht über die Stadt hinaus. Die städtische Politik ist diesem Druck ausgesetzt.

Man sollte jedoch trotz allem am Thema dranbleiben; möglich Pisten zur Entwicklung wären: Die Zivilgesellschaft soll mobilisiert werden, damit sie die Sache selber in die Hand nimmt.

Man sollte politisch Einfluss nehmen: Die Politik sollte in Richtung einer nachhaltigen Landwirtschaft gehen. Es sollte versucht werden, politisch Einfluss zu gewinnen.

TN7: TN7 antwortet wie TN5 aus der Perspektive seiner Unternehmung: Das Forschungsprojekt hat Reflexionen ausgelöst. Die Anfrage löste anfangs etwas Ärger aus („schon wieder ...“), aber dieses Projekt hat etwas ausgelöst. Die Befragung löst einen Reflexionsprozess aus. TN hat Hinweise und Ideen durch die Spiegelung einer Aussensicht erhalten. Durch die Reaktion des Interviewführers wird ein Feedback, eine Interpretation des eigenen Handelns ablesbar. Man bekommt Fragen gestellt, und in den Reaktionen auf die Antworten erschliesst sich, wie der Interviewpartner das empfunden hat. Deutlich ist dem TN7 geworden, dass LandwirtInnen eine soziale Aufgabe haben, eine Informationsaufgabe gegenüber den KonsumentInnen, das ist so etwas wie ein ungeschriebenes Gesetz: Landwirtschaft ist eine Informationsstelle. Das bedeutet auch, dass gewisse Dinge hundert Mal gesagt werden müssen.

2. Wie können die Ergebnisse des Forschungsprojektes am besten in Wert gesetzt werden?

TN1: Die Problematik muss im Rahmen der politischen Rahmenbedingungen betrachtet und diskutiert werden. Politische Lösungsansätze zu entwickeln wäre wichtig.

TN2: Eine Inwertsetzung ist nicht einfach! Die Zusammenarbeit von ProduzentInnen und KonsumentInnen könnte gefördert werden. In der Stadt sollte die LW vermehrt für die Stadt produzieren, der Zwischenhandel sollte zunehmend ausgeschaltet werden und die lokalen Produkte sollten auch mehr und mehr vor Ort verarbeitet werden. Im Bereich des Sozialen wird der Grundsatz unterstützt, dass der Weg weg von Institutionenfinanzierung, hin zu Subjektfinanzierung gehen sollte, die eben auch Landwirtschaftsbetrieben die Chance eröffnet, Menschen mit besonderen Bedürfnissen aufzunehmen.

TN3: Es braucht eine bessere Klärung, was die Bedürfnisse der KonsumentInnen sind: Was der rurale und was der urbane Landwirt von seinen KundInnen erfährt, sind sehr unterschiedliche Dinge: Ein Forschungsprojekt könnte besser aufzeigen, was der Konsument will. Es ist wichtig herauszufinden, was der Konsument will. Seine Bedürfnisse decken sich nicht einfach mit dem, was im Ladengestell steht. Bisher dachte man, der Markt wisse genau, was der Konsument wolle. Ein innovativer Ansatz wäre, die direkten Erfahrungen der urbanen Landwirte mit den KonsumentInnen zu untersuchen. Diese Untersuchung würde ev. auf andere Bedürfnisse hinweisen.

TN4: Die Diskussion sollte weitergetrieben und moderiert werden. In der Stadt Luzern hat ein Event des Bundesamtes für Raumplanung stattgefunden, an dem der TN4 beteiligt war. Es fand eine Podiums-Diskussion zu Stadt-Land-Konflikten statt, die allerdings weniger ergiebig war. Gute Lösungsansätze wären z.B. die Schaffung neuer Raumplanungszonen für die urbane LW. Solche Dinge müssten auf Gesetzesebene fixiert werden. Die Vorschläge sollten möglichst konkret und deutlich formuliert werden:

Es müssten klare Vorschläge oder Listen erstellt werden im Sinne von: Es braucht das ... und das... .

Mit solchen Ergebnissen sollte an die Raumplanungsämter herantreten werden. Ebenso sollten weitere Akteure in diesen Diskurs einbezogen werden.

TN5: TN5 bezieht auf den eigenen Betrieb: Einzelne Punkte sollten neu durchdacht werden. Auf dem Hof könnten mehr soziale Aspekte umgesetzt werden, da besteht noch Ausbaupotential. Wenn das Soziale nicht beachtet wird, bist du in der grossen Masse und gehst unter.

TN6: Es wäre interessant, die Ergebnisse des Forschungsprojektes der Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft zur Verfügung zu stellen. Die Ergebnisse sollten verbreitet werden, um auch einen gewissen Druck auszuüben.

TN7: Das ganze, komplexe Ding urbane Landwirtschaft ist schwierig zu fassen. Die vorhandenen Ergebnisse sollten interessierten Personen zur Verfügung gestellt werden: Z.B. Stadtparlamenten, Kommissionen für Stadtentwicklung und weitere Interessensgruppen. Das Thema würde sicher auch von Medienleuten aufgenommen. Wichtig wäre auch, eine wichtige/notwendige Massnahmen zu formulieren und diese auch in ihrer Dringlichkeit mit Prioritäten zu versehen. Es wäre ein Austausch, auch überregional notwendig, ev. auch in andere Landesteile, damit das Thema Gehör findet.

5 Synthese

Eine Integration der Ergebnisse in den theoretischen Rahmen stellt eine komplexe Aufgabe dar. Die Abbildung 3 veranschaulicht die theoretische Konzeption nochmals (basierend auf Wiek & Binder, 2005). Auf die Analyse der prozedurale Dimension, der Betriebs- und Strategieentwicklungen, haben wir besonderes Gewicht gelegt, d.h. den wichtigen Weichenstellungen bei der Betriebsentwicklung. Es wird postuliert, dass Systemaspekte (der Schwerpunkt der Analyse liegt dabei auf der Analyse von Sozialkapital), wie auch normative Aspekte (Werte und Überzeugungen) in der Lage sind, Entscheidungen und somit Betriebsentwicklungen zu beeinflussen. Die Systemanalyse untersucht verschiedene Ebenen, von einer individuellen, bis zu einer politischen und zivilgesellschaftlichen Ebene (vgl. Kapitel 2.3). Die Wertekonstellationen als wichtige Einflussfaktoren können ebenfalls auf unterschiedlichen Systemebenen verankert sein (vgl. Kapitel 2.4). Mit diesen zwei Konzepten werden – zwar relativ willkürlich – zwei Schwerpunkte herausgegriffen. Die folgende Synthese soll zeigen, ob aus diesen Perspektiven Entwicklungsprozesse der Betriebe besser verstanden werden können.

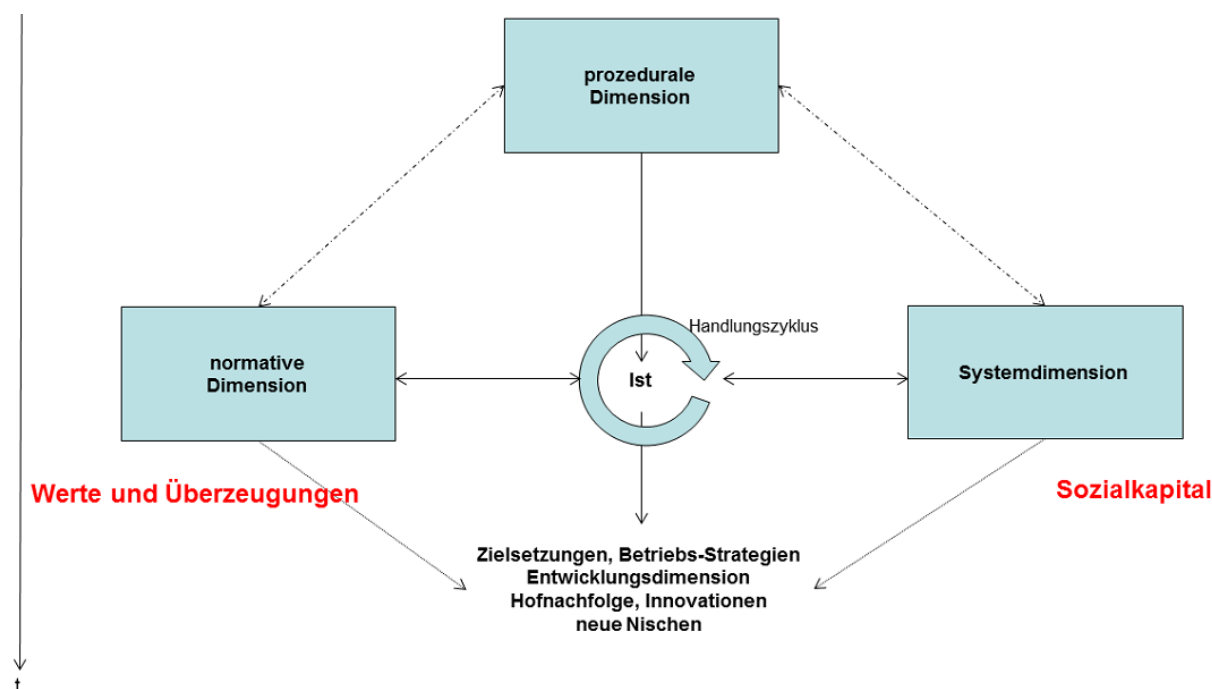


Abbildung 3: Die Rolle von Werten und Überzeugungen sowie von Sozialkapital im Rahmen des Konzepts von nachhaltiger Entwicklung (Abbildung angepasst nach Wiek und Binder, 2005)

5.1 Sozialkapital

5.1.1 Sozialkapital im individuellen Alltagshandeln

Soziale Unterstützung / Familienstrukturen / neue Solidarformen

Familienbetriebe können als Einheit von Familie, Haushalt und Betrieb aufgefasst werden und sind so in einem umfassenden Sinne integrierte Lebenswelten. Der Arbeitsalltag vermischt sich mit dem persönlichen (Familien-)Alltag, die räumliche Abgrenzung ist nur bedingt möglich. Oft sind mehrere Familienmitglieder auf dem Betrieb tätig, weitere Angehörige, Nachbarn, Freunde oder Bekannte helfen insbesondere zu Spitzen- und in Krisenzeiten mit.

Rüetschis sind durch die Pacht des Rütihofs in den Raum Zürich gekommen. So können sie in der Region nicht auf ein über Generationen gewachsenes Familiennetzwerk zurückgreifen, welches sie auf ihrem Betrieb unterstützen könnten. Ihre beiden Söhne helfen gelegentlich auf dem Betrieb mit, jedoch eher in landwirtschaftsfernen Bereichen wie beim Aufbau der Webseite etc. Von ihrem Vorgänger haben Rüetschis einen ehrenamtlichen „Mitarbeiter“, Rudolf, „geerbt“. Dieser ist pensionierter Polizist und ist phasenweise fast täglich auf dem Betrieb anzutreffen. Das Betriebsleiterpaar ist Rudolf gegenüber ambivalent eingestellt. Einerseits sind sie froh um seine Unterstützung, andererseits stören sie sich daran, dass er sich in Betriebsentscheide einmische. Rüetschis scheinen Mühe zu haben, ihre Familie für andere zu öffnen und diese partizipieren zu lassen. Sie sind sich der konstanten Arbeits(über)belastung bewusst, machen jedoch wenig, um dies zu ändern. Wenn einer der beiden für längere Zeit ausfallen würde, würde die Situation für den Betrieb prekär.

Der **Meierhof** wird in der sechsten Generation von der (Gross-)Familie Meier bewirtschaftet, die Generation der jetzigen Bewirtschafter besteht aus elf Geschwistern, von welchen drei fix und weitere Personen sporadisch auf dem Betrieb arbeiten. So ist der Betrieb relativ breit abgestützt. Trotz alledem liegt die betriebliche Verantwortung hauptsächlich bei den Betriebsleitern Michael und Matthias (sowie vermutlich bei deren – in traditioneller (landwirtschaftlicher/bürgerlicher?) Rollenteilung mehr im Hintergrund tätigen (und wesentlich mitprägenden?) – Ehefrauen. Der Grossteil der Mitarbeitenden identifizieren sich nur bedingt mit dem Betrieb. Dies ist bei der Grösse und Hierarchiestruktur des Betriebes auch nicht verwunderlich. Der Betrieb ist einer der grössten Arbeitgeber in der Region, dies führt auch zu Neid und Missgunst von anderen LandwirtInnen. Im Dorf bekommen Meiers nur bedingt Anerkennung, so kommt z.B. der Grossteil der Kundschaft des Hofladens aus der weiteren Region. Durch ihr Engagement im sozialen Bereich habe sich dies jedoch etwas gebessert, so Michael.

Die Gemüsekooperative **ortoloco** hat wenig mit einem traditionellen Familienbetrieb gemeinsam – die Fachkräfte sind angestellt, sie kommen und gehen auch wieder. Der Kern des Betriebes (analog zu einer Betriebsleiterfamilie) scheint am ehesten die Betriebsgruppe zu sein. Viele der GründerInnen von ortoloco sind noch heute in der Betriebsgruppe aktiv und identifizieren sich stark mit dem Betrieb. Die rund 500 Mitglieder der Genossenschaft, inklusive Betriebsgruppe und Fachkräfte, bilden ein dichtes Netz an Wissen, Erfahrung sowie Verantwortung und wirken als konstante Basis, bei der einzelne Personen zwar austauschbar sind (nicht ad hoc, aber z.B. mit der Zeit für eine Übergabe einer Funktion), das Ganze scheint jedoch als Organismus langfristig zu funktionieren. Mit der direkten Umgebung ist ortoloco nur bedingt vernetzt, der Grossteil der Mitglieder kommt aus Zürich. Mit dem Verpächter des Landes und einem weiteren benachbarten Biobetrieb besteht ein enger Austausch und eine relativ

intensive Zusammenarbeit, ansonsten ist das ortoloco-Netzwerk eher regional als lokal auf Dietikon konzentriert.

Der Kern des Unternehmens **UrbanFarmers** bilden die beiden Gründer Urs und Urban, das Start-up ist ihr „Baby“. Das Unternehmen ist nur bedingt lokal verankert, da es vermehrt auch international agiert. Die UrbanFarmers sind ein Spin-off der ZHAW. So war die ZHAW speziell in der Aufbauphase ein wichtiger Nährboden für die UrbanFarmers, mittlerweile hat sich diese Partnerschaft etwas gelöst. Die Ausrichtung des Pilotbetriebes UF001 in Basel ist jedoch bewusst sehr lokal und es wird Zeit investiert, um ihm in der Region ein Gesicht zu verleihen und ihn zu verankern. Freiwillige Mitarbeit erfolgt auf dem Pilotbetrieb hauptsächlich durch PraktikantInnen, welche die innovative Aquaponic-Technologie faszinierend finden und Teil des Geschehens sein wollen.

Fazit: *Soziale Unterstützung funktioniert bei traditionellen Familienbetrieben in der urbanen Landwirtschaft wohl ähnlich wie in ländlichen Gegenden. Das stark ausdifferenzierte Modell des Meierhofs zeigt dies auf eindrückliche Weise. Allerdings sprengt dieser Grossbetrieb den Rahmen eines konventionellen Familienbetriebs. Die Arbeitsorganisation und das soziale Zusammenwirken sind gut organisiert und basieren nicht auf dem Konzept von „Hilfe in Not-situationen“. Bei den Rüetschis ist wohl speziell, dass sie quasi als „Wanderbauern“ einen Schritt der Entwurzelung aus dem ländlichen Sozialgefüge und aus dem Gefüge ihrer Familien bereits hinter sich haben. Sie können daher nicht auf die Unterstützung ihrer Familie rechnen. Auch scheinen die Söhne sich aus dem bäuerlichen Verpflichtungsnetz zu lösen und eigene Wege, auch ausserhalb der Landwirtschaft in Betracht zu ziehen. Die Form freiwilliger Nachbarschaftshilfe eines Polizisten können die Rüetschis nicht vorbehaltlos akzeptieren. Beim Beispiel von ortoloco wird das traditionelle Familiennetz durch neue soziale Netzwerke ersetzt, welche den Betrieb tragen und so eine neue, freiwillig eingegangene Solidargemeinschaft bildet. Eine Entwicklung, die im Zuge von Individualisierung von Lebensentwürfen und sozialer Gruppenbildung ein stringentes Mittel sein kann, soziale Verankerung und Zugehörigkeit in einer Gruppe zu finden. Die UrbanFarmers ihrerseits leben stark von freiwilliger, nicht oder symbolisch entlohnter Mitarbeit der PraktikantInnen. Eine konkrete Strategie in Bezug auf soziale Unterstützung ist nicht sichtbar. Es kann vermutet werden, dass sich das angewandte Modell mittelfristig nicht mehr umsetzen lassen. Eine verbindlichere Gestaltung der sozialen Beziehungen zeigt sich hingegen in Bezug auf den Geschäftsführer, der mit einer möglichen Gewinnbeteiligung am Erfolg des Unternehmens teilhaben können. „Stadtluft macht frei“, das trifft wohl auch auf die urbane LW zu. In den vier Beispielen zeigt sich in vielen Bereichen eine Auflösung der typisch bäuerlichen Situation (der Hof als Einheit von Familie, Haushalt und Betrieb). An deren Stelle treten andere Formen von sozialen Beziehungen und Unterstützungsleistungen, die wohl stärker den aktuellen gesellschaftlichen Bedingungen entsprechen (individuelle Lebensentwürfe, gewählte soziale Bezüge und Bindungen, Bedeutungsverlust von Institutionen wie z.B. die Familie und den darauf basierten Wertestrukturen).*

Hofnachfolge – wer sind die urbanen LandwirtInnen der Zukunft?

Wer wird in Zukunft in der Schweiz Landwirtschaft betreiben? Das Thema der Hofnachfolge beschäftigt nicht nur die urbane Landwirtschaft. Einerseits finden Familienbetriebe oftmals keine NachfolgerInnen innerhalb der Familie, andererseits haben „landlose“ LandwirtInnen Mühe an Land und Höfe zu kommen. Welche Möglichkeiten der Hofnachfolge bietet urbane Landwirtschaft?

Rüetschis pachten den **Rütihof** von der Stadt Zürich. Eine innerfamiliäre Hofnachfolge ist ungewiss, da ihre beiden Söhne bislang wenig Interesse an einem landwirtschaftlichen Beruf zeigen. Der Habitus dieser Söhne ist kaum mehr ein ländlicher oder landwirtschaftlich/ bäuerlicher. Sie arbeiten auf dem Hof mit, allerdings eher in landwirtschaftsfernen Aktivitäten, wie dem Erstellen einer Webseite. Der Hof muss nach Pachtvertragsende von der Stadt neu ausgeschrieben werden. Rüetschis prägen den Betrieb und werden ihn bis zu ihrer Pensionierung weiterentwickeln. Inwiefern ein neuer Pächter die Betriebsstrategie übernehmen wird, ist ungewiss. Es besteht das Risiko, dass viele Investitionen und Entwicklungen rückgängig gemacht werden (Umstellung auf Wasserbüffel, Selbsterntefeld, etc.). Gemäss Regina (GSZ) möchte die Stadt Zürich ihre Betriebe weiterhin in erster Linie an Familien verpachten. Dass kollektive Formen wie z.B. ortoloco eine Chance haben, einen städtischen Betrieb zu pachten, erachtet sie als wenig realistisch.

Die Wahrscheinlichkeit, dass der **Meierhof** weiterhin innerhalb der Familie bleibt, ist sehr gross. Es ist jedoch gut möglich, dass der Betrieb, welcher bereits jetzt aus zwei selbstständigen Aktiengesellschaften besteht, zukünftig in zwei voneinander noch unabhängiger agierenden Betriebe geteilt wird. Gemäss der Prognose der beiden jetzigen Betriebsleiter, wird ein Betrieb den Fokus auf der Produktion haben, der andere mehr auf sozialer Arbeit.

Der Eigentümer des Fondlihofs, welcher Land an **ortoloco** verpachtet, hat keine Nachkommen. Bereits im Projektverlauf zeichnet sich ab, dass eine Person aus der ortoloco-Gemeinschaft, welche seit einigen Jahren auf dem Betrieb mitarbeitet und eine landwirtschaftliche Lehre absolviert hat, den Hof in naher Zukunft übernehmen wird. Nun werden weitere Leute gesucht, welche die Vision eines CSA-Betriebes, welcher eine ganzheitliche Versorgung einer KonsumentInnen-Gemeinschaft ermöglichen soll, mit umsetzen wollen. Die Eigentums-, Rechts- und Organisationsform ist noch ungewiss, da sich Ideale und Rahmenbedingungen teilweise nicht decken (bspw. kann die juristische Rechtsform „Genossenschaft“ keine Direktzahlungen beziehen). Für den Fondlihof müssen dafür passende Strukturen gefunden werden.

Die **UrbanFarmers** AG gehört einer Anzahl von Aktionären, daher ist die Ausgangslage eine andere, als bei landwirtschaftlichen Betrieben. Vermutlich werden die Gründer Urs und Urban – insofern das Unternehmen nicht Konkurs geht – es noch lange weiterführen. Die UrbanFarmers möchten in Zukunft eher weniger als mehr Dachfarmen besitzen und bewirtschaften: Das Ziel ist, sich auf den Verkauf und den Support von Anlagen und Software zu konzentrieren.

Fazit: Das Thema Hofnachfolge verändert sich, insofern Betriebe sich aus den Familienstrukturen befreien und gleichzeitig die städtische Kultur die Landwirtschaft und die in der Landwirtschaft tätigen Menschen vereinnahmt. Am Rande dieser Prozesse zeigen sich innovative Strukturen (der Meierhof, der flexibilisierte Optionen offen hat und eine Vielfalt von familieninteren Lösungen planen und realisieren kann und der Fondlihof, der sich mit der Hofübergabe wohl der CSA noch weiter öffnen wird). Diese Entwicklung ist aber nicht ohne Barrieren, insofern die Rahmenbedingungen der Agrarpolitik und des Agrarrechts die traditionelle Familienbetriebslandwirtschaft schützen, zum andern den Entwicklungen in der Stadt auch Grenzen setzen, wie z.B. in Bezug auf die Hofübernahme durch den CSA-Betrieb ortoloco. Hier müssen innovative Lösungen gefunden werden. In Bezug die UrbanFarmers stellen sich diese Probleme nicht, sie stehen in einem anderen rechtlichen Rahmen und funktionieren bodenungebunden.

5.1.2 Sozialkapital im betrieblichen Handeln

Direktvermarktung als wichtiger Betriebspfeiler

Die vier Betriebe verfolgen alle die Strategie der Produktion hochwertiger biologischer Lebensmittel, welche sie nach Möglichkeit mittels Direktvermarktung an eine ernährungsbewusste städtische (Stamm-) Kundschaft verkaufen. Die Umgehung von Zwischenhändlern ermöglicht es den LandwirtInnen für Ihre Produkte höhere Preise zu generieren und einen grösseren Teil der Wertschöpfung auf dem Betrieb zu behalten. Zudem schätzen es die LandwirtInnen, zu wissen, für wen sie produzieren. Die wenigsten StädterInnen bewirtschaften – wie auf dem Land noch heute verbreitet – ihren eigenen Hausgarten. Dadurch besteht für die urbane Landwirtschaft ein grosses Potential für Direktvermarktung. Damit Direktvermarktung erfolgreich funktionieren kann, müssen die Betriebe einen vertrauenswürdigen Austausch mit den KonsumentInnen pflegen (Sozialkapital). Die Beziehung zwischen den ProduzentInnen und KonsumentInnen wird dabei unterschiedlich gestaltet.

Beim **Rütihof** werden die KonsumentInnen durch das „Erlebnis Bauernhof“ emotional an den Betrieb gebunden. Wer den Betrieb besucht, darf selbstständig durch die Stallungen laufen und die Tiere streicheln, kann sich auf dem Beerenfeld sein eigenes Körbchen an Beeren pflücken, wird anschliessend im Hofladen hofeigene Büffelmilchprodukte kaufen und sich von Ruth (Co-Betriebsleiterin) beraten und bedienen lassen. Die KonsumentInnen wissen, woher die Nahrungsmittel kommen und wer sie produziert hat. Das Vertrauen der KonsumentInnen in die ProduzentInnen kann als eine Form von Sozialkapital angesehen werden.

Beim **Meierhof** spielt die Direktvermarktung eine noch ausbaubare Rolle. Der Grossteil der Produkte wird über andere Kanäle (z.B. Migros, Grosshandel) vermarktet. Meiers wollen eine breit abgestützte Abnehmerschaft haben, um besser auf Nachfrageschwankungen reagieren zu können. Insbesondere dem Betriebsleiter Michael ist es wichtig, dass er zu den grossen Schweizer Biogemüse-Produzenten gehört. Um seine und die Interessen der Biogemüsebauern zu vertreten und auf Entwicklungen Einfluss zu nehmen, ist Michael in vielen Verbänden und weiteren Organisationen aktiv (Sozialkapital als netzwerkbasierte Ressource). Der Meierhof organisiert regelmässig öffentliche Hof-Anlässe wie das Schafschuurfest oder die Muttertags-Orchideenschau, um Leute aus der Umgebung zu veranlassen, auf den Hof zu kommen und um ihnen Betrieb und Landwirtschaft näher zu bringen. Das Erbringen von Arbeitsintegrationsleistungen ist potentiell in der Lage, zu einem guten Image des Betriebes und zu Kundenbindung beizutragen (Vertrauensbildung, Prestige).

Im Beispiel „**ortoloco**“ organisieren sich KonsumentInnen und ProduzentInnen gemeinsam in einer Genossenschaft, in der sie alle gleichberechtigt am Betrieb beteiligt sind und über dessen Ausrichtung gemeinsam entscheiden können. Der Betrieb gehört rund 500 Personen und ist somit breit abgestützt. Das Sozialkapital in dieser grossen und oft unüberschaubaren Gruppe entsteht über das Teilen von gemeinsamen Werten und Überzeugungen. Wer einmal dabei ist, arbeitet mit, lernt andere GenossenschaftlerInnen kennen, nimmt an Versammlungen und Festen teil und übernimmt im besten Fall in einem Teilbereich betriebliche Verantwortung. Die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen, diese an der Genossenschaftsversammlung vorzustellen und je nach Echo später umzusetzen, wird geschätzt. Dies nehmen viele als willkommene Einladung wahr, Dinge auszuprobieren (Kräutergarten, Einmach-Workshops, Beerenanlage, Pilzzucht, Pausenplatz etc.). Das „ein-Teil-sein“ einer Gemeinschaft, welche gemeinsame Ziele verfolgt und diese umsetzt, führt dazu, dass sich viele der Mitglieder langfristig an den Betrieb binden. Ein willkommener Nebeneffekt ist der Austausch und der Kontakt

zwischen Leuten, welche unterschiedlichen sozialen Gruppen angehören. Die Vertrauensbasis innerhalb von ortoloco ist stark ausgeprägt, viele der betrieblichen Abläufe beruhen auf gegenseitigem Vertrauen.

Die Produkte der Pilotfarm der **UrbanFarmers** haben einen relativ hohen Preis. Die UrbanFarmers haben sich gezielt Kunden ausgesucht, welche gewillt sind mehr zu bezahlen, um im Gegenzug frische, lokale und aus einer innovativen Produktion stammende Produkte zu erhalten. Heute wird die gesamte Produktion an drei angesehene Basler Restaurants verkauft. Anfänglich wurden die Erzeugnisse der Dachfarm auch noch in einer Migrosfiliale nahe der Pilotfarm vermarktet, um zu testen, welche Produkte bei welcher Zielgruppe wie ankommen. Die UrbanFarmers suchen vor allem den Kontakt zu nicht-landwirtschaftlichen AkteurInnen wie z.B. Start-up-Netzwerken, Impact Investors.

Fazit: *Um in Stadtnähe erfolgreich wirtschaften zu können, ist es notwendig sich der Stadt zu öffnen und die Betriebsstrategie auf das urbane Umfeld auszurichten. Ansonsten drohen die negativen Einflüsse der Stadt zu überwiegen (z.B. Verschmutzung, Littering, Nutzungskonflikte, Hof-Besucher). Für offene, innovative und anpassungsfähige Landwirte, welche auf die Bedürfnisse der Bevölkerung eingehen und reagieren, stellt die Stadtnähe eine grosse Ressource an möglichem Sozialkapital und somit eine bedeutende Chance dar. Alle vier untersuchten Betriebe betreiben in der einen oder anderen Form Direktvermarktung. Dies scheint eine erfolgsversprechende Betriebsstrategie darzustellen, welche dazu führt, dass ein grösserer Teil der Wertschöpfung auf den Betrieben bleibt, diese dadurch auf kleinerem Raum intensiver wirtschaften können (Direktvermarktung erhöht den Personalaufwand; ProduzentInnen und KonsumentInnen treten intensiver miteinander in Kontakt; die Produktion wird verstärkt den Bedürfnissen der KundInnen angepasst).*

Urbane Landwirtschaftsbetriebe werden rege durch Naherholungssuchende und sonstige StädterInnen besucht, welche den Hof als halböffentlichen Raum wahrnehmen. Die Betriebe bieten der städtischen Bevölkerung einen direkten Zugang zu Nahrung (Hofladen, Selbsterntefeld, kollektiver Garten). Die KonsumentInnen erhalten einen Bezug zur Saisonalität und Diversität von Produkten und können z.B. alte und vergessene Gemüsesorten kennenlernen. Durch den engen Austausch mit der städtischen Bevölkerung ist Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit für die Betriebe naheliegend. Insbesondere Familien, welche in der Stadt wohnen, schätzen es, mit ihren Kindern Zeit auf dem Bauernhof zu verbringen. Beim Spaziergang werden Jahreszeiten und landwirtschaftliche Abläufe erlebt, Familien können auf dem Bauernhof Tierbegegnungen erfahren.

Diversifikation und Multifunktionalität

Das urbane Umfeld erfordert spezifische Formen der Vernetzung und der Vermarktung. Im Vergleich zum ländlichen Raum sind landwirtschaftliche Vermarktungsorganisationen weniger wichtig, hingegen rückt die Beziehung zur nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung in den Vordergrund. Die Vielfalt an Betriebsstrategien innerhalb der urbanen Landwirtschaft ist gross. Eine Gemeinsamkeit ist, dass die Betriebe oft auf Diversifikation und auf eine multifunktionale Nutzung der vorhandenen Ressourcen setzen. Es entstehen Synergien zwischen den verschiedenen Betriebszweigen. Die vier untersuchten Landwirtschaftsbetriebe verfolgen demnach nicht den sonst in der Landwirtschaft verbreiteten Trend zur Spezialisierung.

Wasserbüffel, Direktvermarktung im Hofladen, Beerenanlage zum selber ernten – Rütischis haben den **Rütihof** vielseitig entwickelt, seit sie ihn 1998 übernommen haben. Durch die Be-

teiligung an verschiedenen Umweltbildungsangeboten wird der Rütihof wöchentlich von Schulklassen besucht, welche einen Einblick in die Landwirtschaft erhalten. Dies bietet dem Hof eine weitere Einkommensquelle. Selber ernten, Hofladen, Umweltbildung und Stallvisite gehen Hand in Hand und machen den Hof zu einem stark frequentierten Ort.

Auf dem **Meierhof** wird innerhalb der Gemüse- und Orchideenproduktion sowie in der Schafhaltung mit einer hohen Vielfalt von teilweise seltenen Sorten und Rassen gearbeitet. Zudem ist der Betrieb ausserhalb der agrarischen Produktion sehr aktiv. Die Ausbildung von Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen führt einen landwirtschaftsfernen Bereich in den Betrieb ein. Die bestehenden Gewächshäuser werden für Hochzeiten und andere Anlässe umgenutzt, u.a. wird auch ein Cateringservice betrieben. Die verschiedenen Familienmitglieder bringen sich auf vielfältige Weise in den Betrieb ein. Meiers scheint es Freude zu bereiten, neue Sachen auszuprobieren. Dabei ist das unternehmerische Denken stets präsent.

Bei **ortoloco** besteht punkto Abnehmerschaft kein vielfältiges Konzept: Nur GenossenschaftlerInnen, welche auf dem Betrieb mitarbeiten, können Gemüse beziehen. Diese Mitglieder wiederum bringen unterschiedlichen sozialen Hintergrund und unterschiedliche Erfahrungen in den Betrieb ein; RentnerInnen, Studentinnen und Familien arbeiten für dieselbe Sache. Die Vielfalt besteht ebenso auf struktureller und organisatorischer Ebene. Je nach Interesse, Fähigkeit und Zeit bringen sich die Mitglieder in verschiedenen Tätigkeitsbereichen ein (von Ernten über Infrastruktur pflegen bis Buchhaltung). Der ortoloco-Acker ist ein ökologisch wertvoller Lebensraum und ein Ort der Begegnung. Oft tummeln sich bis zu 30 Leute auf dem Feld, es wird gearbeitet, geredet und einmal im Jahr bei der „Spatenbrigade“ auch musiziert und getanzt.

Die Aquaponic-Technologie, welche die **UrbanFarmers** einsetzen, ist nicht bodengebunden und ermöglicht dadurch eine Nutzung von bisher ungenutzten Flächen, insbesondere von Flachdächern. Jedoch ist eine Dachfarm nur bedingt öffentlich zugänglich: Um den Pilotbetrieb in Basel zu besuchen, nimmt man am besten an einer organisierten Führung teil. Je nach Standort und Betrieb ist es gemäss Urs und Urban aber denkbar, dass ein UrbanFarmers-Betrieb vermehrt soziale Elemente integriert. Die Diversifikation auf Produkteebene ist relativ klein. Viele Abläufe der Aquaponic-Anlage sind technisch automatisiert, sodass eine Reduktion der Produkte naheliegend ist.

Fazit: *Die urbanen Landwirtschaftsbetriebe sind autonomer und abgesicherter, wenn sie vielfältige Produktions- und Abnehmerstrategien verfolgen. Zudem ist Vielfalt ökologisch und ästhetisch wertvoller als monotone (Kultur-) Landschaften. Dies kommt der städtischen Bevölkerung zugute, welche auf den Betrieben einkauft oder an ihnen vorbei spaziert. Die ausgeprägte Multifunktionalität der urbanen Landwirtschaft passt sich dem dicht besiedelten urbanen Raum an, welcher vielfältig und intensiv sozial genutzt wird. Multifunktionalität in der urbanen Landwirtschaft bedeutet mehr als die in der Verfassung aufgeführten Aspekte wie nachhaltige Produktion und Pflege der Kulturlandschaft. Es geht auch um Umweltbildung, soziale Integration, Partizipation der städtischen Bevölkerung oder die Nutzung von nichtlandwirtschaftlichen Flächen zur Nahrungsmittelproduktion.*

In der Stadt ist die Bevölkerung mehr als auf dem Land ein wichtiger Treiber für innovative Entwicklungen in der Landwirtschaft (vgl. ortoloco und UrbanFarmers). Die Stadt als Verpächterin und politisches Organ möchte zwar gemäss ihrer Strategie eine multifunktionale Landwirtschaft fördern, hat jedoch oft Mühe dies in der konkreten Umsetzung mit den bestehenden Rahmenbedingungen zu vereinbaren.

Sensibilisierung der ProduzentInnen

Durch den direkten Austausch mit den KonsumentInnen haben LandwirtInnen im urbanen Raum die Möglichkeit, die Bedürfnisse und Wünsche der KonsumentInnen aus erster Hand zu erfahren. Dies erfordert ein hohes Mass an Sozial- und Selbstkompetenz sowie Freude und Interesse am Austausch mit der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung.

Täglich erfährt das Betriebsleiterpaar des **Rütihofs** von den KonsumentInnen im Hofladen und bei den Führungen der Schulklassen, was die städtische Bevölkerung beschäftigt und wie sie über Nahrungsmittelproduktion denkt. Rüetschis erwähnten in den Interviews oft, wie wenig die städtische Bevölkerung noch über Nahrungsmittelproduktion wisse. Teilweise sind die Ansprüche der KonsumentInnen realitätsfern und schwer in der Praxis umzusetzen. Grundsätzlich können jedoch beide Seiten vom Austausch profitieren.

Meiers sehen der Realität ins Auge. Die wenigsten im Dorf kaufen bei ihnen im Hofladen ein, deshalb suchen sie aktiv den Kontakt zur städtischen Bevölkerung und sind z.B. wöchentlich mit einem Marktstand am Zürcher Hauptbahnhof präsent. Es ist ihnen ein Anliegen, dass die Bevölkerung auch auf ihren Betrieb kommt und Anteil nimmt an der Landwirtschaft, so z.B. beim jährlich stattfindenden Schafschuurfest.

Bei **ortoloco** können die KonsumentInnen als Genossenschaftsmitglieder mitentscheiden, was unter welchen Bedingungen produziert wird. Dabei geht es nicht nur um ökologische Produktionsmethoden, sondern auch um faire Anstellungsbedingungen für die Fachkräfte (dies ist ein zentrales Anliegen von ortoloco, welches sie in den Interviews immer wieder betont haben und sich damit auch bewusst von herkömmlichen Landwirtschaftsbetrieben abgrenzen möchten). Die Unterscheidung zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen verschwimmt bis zu einem gewissen Grad, da das Risiko geteilt wird und alle aktiv auf dem Betrieb beteiligt sind.

Die **UrbanFarmers** sind interessiert daran, dass Produkte aus dem Aquaponic-Anbau gut bei der Kundschaft ankommen, der Markt für diese lokalen, frischen mit Hightech-Methoden produzierten Nahrungsmittel ist noch nicht vorhanden, respektive erst langsam am Entstehen. Auf die Wünsche der Kunden (drei Restaurants), mit welchen die Betreiber des Pilotprojekts ohne Zwischenhandel im direkten Kontakt stehen, gehen sie bereitwillig ein.

Fazit: *Der so oft als „anonym“ angesehene Produzent wird zum Partner der KonsumentInnen, enge und vertrauensvolle Beziehungen entstehen, im Beispiel von ortoloco entfällt die klare Unterscheidung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen, alle werden in die betrieblichen Entscheidungen mit einbezogen. Die direkte Kommunikation und der Austausch fördert die Verbindlichkeit und führt somit zu einem dauerhaften sozialen Netzwerk.*

Der direkte Kontakt von ProduzentInnen und KonsumentInnen führt dazu, dass nicht nur die KonsumentInnen von der Landwirtschaft lernen können, sondern dass auch die LandwirtInnen durch diesen Kontakt für die Bedürfnisse und Wünsche der KonsumentInnen sensibilisiert werden. Was in anderen Branchen selbstverständlich ist – man kennt als Unternehmen die Bedürfnisse der Kundschaft – ist in der Landwirtschaft teilweise abhanden gekommen.

5.1.3 Sozialkapital im räumlichen Umfeld

Urbane Landwirtschaftsbetriebe stehen oftmals in engem Austausch mit der städtischen Bevölkerung, welche als mögliche Kaufkraft und politische Akteurin eine zentrale Ressource darstellt (Sozialkapital). Aufgrund der hohen Nutzungsdichte im urbanen Gebiet sind sie oft Dreh- und Angelpunkte für viele verschiedene Personen, Themen und Bedürfnisse – auf relativ

kleinem Raum läuft sehr viel. Dabei können sich die Betriebe mit der unmittelbaren Nachbarschaft vernetzen, aber auch Beziehungen zu weiter entfernten Individuen und Organisationen aufbauen. Der Austausch, welcher innerhalb des sozialen Umfeldes des Betriebes stattfindet, kann räumlich betrachtet auf dem Betrieb entstehen, jedoch auch in der Stadt. Die Stadt als soziales Umfeld beeinflusst die Betriebe. Die Stadt und ihre Menschen konfrontieren die Betriebe mit ihren Bedürfnissen und Ansprüchen an Landschaft, Boden, Produkte, Erholung, Nahrungsmittel, Bildung. Die Betriebe reagieren auf dieses Umfeld, indem Sie ihr soziales Netzwerk und ihre Sozialkapitalbildung auf dieses Umfeld ausrichten.

Gemäss Ruth und René vom *Rütihof* sind die StädterInnen überall auf ihrem Gelände, wodurch die Landwirtschaftszone oft auch zur Erholungszone wird. Dieser Nutzungskonflikt zeigt sich auf dem Hof in negativer Form durch Littering, Vandalismus, Verlust an Privatsphäre, Diebstahl. Diese Probleme beschäftigen den Rütihof in besonderer Weise. Trotz dieser Schwierigkeiten und Vorbehalten entstand zwischen dem Rütihof und seinem Umfeld ein intensiver, für beide Teile positiv bewerteter Austausch. Der Hof wird Erholungs- und Erlebnishof für die Stadtbevölkerung, der Betrieb verkauft seine Produkte an diese Bevölkerungsgruppe. In diesem Austausch entstand auch (wohl auf beiden Seiten) Wertschätzung, Vertrauen und Identität. Nur so ist es möglich, dass der Hof ein offener Ort für die StädterInnen geblieben ist. Beide Seiten ziehen Gewinn aus diesem Austausch.

Der **Meierhof** ist befindet sich im Agglomerationsraum, aber nicht direkt in der Nähe einer Kernstadt. Mit dem unmittelbaren, kommunalen Umfeld ist der Austausch nicht immer ganz problemlos. Der Austausch mit der Stadt/dem urbanen Umfeld erfolgt somit nicht von alleine. Einerseits entsteht Austausch im Hofladen und an öffentlichen Anlässen, andererseits sind Meiers mit dem Marktstand in der Zürcher Bahnhofshalle präsent.

Der **ortoloco**-Acker ist weit mehr als ein Produktionsstandort. Die Mitarbeit der KonsumentInnen führt zu vielen positiven Nebeneffekten: Umweltbildung, Begegnung und Austausch unterschiedlicher Generationen und Kulturen, körperliche Aktivität, Kultur des Gemeinsamen (Arbeiten, Essen, Erholen, Festen).

Die **UrbanFarmers** bringen die Landwirtschaft zurück in die Stadt. An Orte, welche für die traditionelle Landwirtschaft eher unwirtlich gelten: Industriegebiete, Hochhäuser, Flachdächer. Sie vergrössern das Entwicklungspotenzial für urbane Landwirtschaft, da vorher ungenutzte Flächen neu für die landwirtschaftliche Produktion erschlossen werden.

Fazit: *Je mehr Sozialkapital ein Landwirtschaftsbetrieb vereint, desto mehr entstehen positive Externalitäten, welche auf das Umfeld ausserhalb der Betriebe ausstrahlen; diese allgemeine Aussage bestätigt sich in den untersuchten Betrieben. Diese zeigen unterschiedliche Strategien zur Sozialkapitalbildung. Diese Strategien bilden sich im Umfeld der Betriebe ab und führen zu spezifischem Einbezug der StädterInnen und zu möglichen Aktivitätsfeldern in diesen halböffentlichen Räumen. Für die Entwicklung dieser Netzwerke ist viel Zeit notwendig. Deshalb ist es wichtig, dass Betriebe langfristig an einem Ort bleiben, um wirtschaften zu können. Wichtig ist wohl auch, dass die Kompetenzen zur Netzwerkbildung auf den Betrieben vorhanden sind und genutzt werden. Entsprechende Kompetenzen sollten auch in den Aus- und Weiterbildungsgängen (verstärkt) vermittelt werden (vgl. Rudmann et al., 2008, S. 94).*

5.1.4 Sozialkapital im zivilgesellschaftlichen Handeln

Zukunftsvisionen und Wunsch nach Veränderungen

Alle untersuchten Betriebe sind mit Bereichen, welche die Nahrungsmittelversorgung betreffen, nicht oder teilweise nicht zufrieden (z.B. Agrarpolitik, Raumplanung). Sie sind der Meinung, dass sich in Zukunft einiges ändern sollte. Obwohl sie teilweise dieselben gegenwärtigen Probleme definieren, sind die Lösungsansätze und Visionen, welche sie formulieren, sehr unterschiedlich. Alle sind sich jedoch einig, dass Landwirtschaft auch in Zukunft Teil der Stadt sein soll.

Den Betriebsleitenden des **Rütihofs** ist die zunehmende „Ökologisierung“ der Landwirtschaft und die darauf ausgerichtete Agrarpolitik ein Dorn im Auge. Für sie geht mit der Ökologisierung ein Verlust an Produktionsflächen einher und somit eine reduzierte Ernährungssouveränität der Schweiz resp. eine erhöhte Abhängigkeit von Importen. René warf während den Interviews immer wieder die Frage auf, „dass man sich schon überlegen müsse, ob es noch Sinn mache in der Stadt zu produzieren“. In der Kombination von Produktion, Direktvermarktung, Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit sieht er seine Tätigkeit jedoch als sinnvoll und am richtigen Ort-gelegen an.

Michael **Meier** vertritt seine Interessen in verschiedenen Verbänden und nimmt so direkt Einfluss auf die agrarpolitischen Rahmenbedingungen. Gemäss Michael verhindere die „Bürokratie der Ämter“ teilweise Innovationen. Die urbane Landwirtschaft brauche mehr raumplanerische Freiheiten. Als Möglichkeit schlägt er eine neue Raumplanungszone „urbane Landwirtschaft“ vor, welche sich entsprechend den Bedürfnissen und Ansprüchen der Stadt entwickeln könnte.

Ortoloco kann als Teil einer sozialen Bewegung verstanden werden. Am Anfang stand die Kritik am bestehenden System, an herkömmlichen Produktionsweisen und der Wunsch, alternative Wirtschaftsformen in der Praxis auszuprobieren und zu entwickeln. Die heutigen Rahmenbedingungen behindern die Entwicklung von CSA. Für die Genossenschaft ortoloco gibt es zurzeit keine Möglichkeit, als eigenständiger Landwirtschaftsbetrieb zu existieren. Gemäss Ole und Ottmar brauche es einen vereinfachten Zugang zu Land für CSA-Betriebe. Inwiefern dies rechtlich und politisch geregelt werden soll, ist jedoch auch für sie schwierig zu beantworten, da es nicht in ihrem Interesse ist, das bäuerliche Bodenrecht aufzuweichen, welches eine gute Gesetzesgrundlage bietet, um Landwirtschaftsland zu erhalten und „vor Konzernen zu schützen“.

Gemäss den **UrbanFarmers** steht auch der Entwicklung von Aquaponic einiges im Wege. So verbieten es gewisse kantonale Gesetzesgrundlagen Gewächshäuser auf Dächern zu errichten und andernorts ist Fischzucht in der Landwirtschaftszone nicht erlaubt. Urban ist der Meinung, dass Nahrungsmittel in Zukunft wieder teurer werden sollen. Er sieht einen direkten Zusammenhang zwischen dem Konsum von gesünderen, nachhaltigeren (und eben vielleicht teureren) Lebensmitteln und einer Senkung der Gesundheitskosten. In der Diskussionsrunde erwähnte Urs Beispiele von anderen Städten in Europa, welche autonome Städtestrategien für die Entwicklung von urbaner Landwirtschaft entwickeln hätten. Diese solle sich die Schweiz als Vorbild / Inspiration nehmen (vgl. Bristol, Amsterdam etc.).

Fazit: Die knappe Ressource Land wirkt limitierend auf die Entwicklung der urbanen Landwirtschaft. Hinzu kommt, dass die landwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, welche auch in den Städten zur Anwendung kommen, eher auf die rurale Landwirtschaft, denn auf städtische Be-

dingungen ausgerichtet sind. Die Ideen von urbanen Landwirtschaftszonen und von Städtestrategien für die Entwicklung von urbaner Landwirtschaft sollten deshalb weiter verfolgt werden. Urbane LW ist ein Versuchsfeld für die Landwirtschaft im Allgemeinen, deshalb ist es wichtig, dass sie ihren nötigen (Frei)raum und Entwicklungsmöglichkeiten hat.

5.2 Bedeutung von Überzeugungen und Werten für die Betriebsgestaltung und Strategieentwicklung

Bei Werten und Überzeugungen handelt es sich um sozialisierte, im Laufe der Biographie sich festigende Meinungen und Glaubensvorstellungen, die sich in bestimmten Ideen, aber auch ethisch moralischen Vorstellungen niederschlagen. Solche Werte und Überzeugungen wirken im Alltag handlungsorientierend. Betriebe, Familienbetriebe, aber auch Organisationen können sich an solchen Werten orientieren und solche in ihren Strukturen und Organisationszielen festschreiben. Idealerweise decken sich diese Grundüberzeugungen unter den verschiedenen Mitgliedern einer Organisation, den verschiedenen Hierarchieebenen oder Abteilungen, einer Organisation, eines Familienbetriebs, aber auch einer Genossenschaft weitgehend, was eine Orientierung und Strategiefindung grundsätzlich voraussetzt und erleichtert.

Werte und Überzeugungen wurden in den Interviews relativ intensiv abgefragt. Selbstredend handelt es sich bei den Aussagen um Einzelzeugnisse. Das Universum solcher Überzeugungen und Werte kann nicht erstellt werden. Auch innerhalb der einzelnen Betriebe besteht kein einheitlicher Wertebezug zwischen ihren Mitgliedern.

Die Schweiz ist von bäuerlichen Familienbetrieben dominiert. Die Betriebsvielfalt ist enorm. Trotz dieser Vielfalt gibt es in bestimmten Regionen vorherrschende Muster der Betriebsgestaltung. Diese sind beeinflusst von der Topografie (z.B. Mittelland, Bergregionen), dem System der Direktzahlungen und auch von kulturellen Einflüssen und Traditionen. Domnierender Eindruck ist aber nicht die Einheitlichkeit, sondern die Vielfalt vorfindlicher Betriebe. Die grosse Zahl unterschiedlicher Versuche, diese Vielfalt in klare Kategorien zu unterteilen, zeigt die Beliebigkeit dieser Kategorienbildung und auch, dass die Variationen unendlich sind. Das gilt insbesondere, wenn der landwirtschaftliche Betrieb im umfassenden Rahmen von Betrieb, Haushalt und Familie betrachtet wird (und nicht nur die Aspekte des landwirtschaftlichen Betriebes). In der Vielfalt dieser Betriebe (auch in einer bestimmten Region) zeigen sich subjektive, individuelle und persönlichen Vorlieben und Werte, die sich in den Betrieben realisieren; Gestaltungen, die möglicherweise Ressourcen und Präferenzen verschiedener Familienmitglieder aufgreifen und diese in der Betriebsentwicklung und in der Betriebsdiversifikation einbinden. Urbane LW ist noch stärker (so eine Arbeitsthese) von Werten/Überzeugungen geleitet, als die Landwirtschaft im ländlichen Raum. Dazu trägt z.B. bei, dass nicht alle untersuchten Betriebe Direktzahlungen erhalten. Das bedeutet, dass die normierende Kraft des Entschädigungssystems wegfällt und das Umsetzungsmöglichkeiten auf eine Vielfalt von Zielen (jenseits der Optimierung innerhalb des Anreizsystems der Direktzahlungen) geöffnet wird. Für innovative, kreative und auch unkonventionelle Ideen bietet die Stadt ein vielfältiges Umfeld und grosses Nachfragepotential. Die Stadt bietet sich als Testfeld für solche Ideen an und so wird eine Diskussion über Bedarf und Bedürfnisse der städtischen Bevölkerung im Zusammenhang mit Ernährung und Landwirtschaft eröffnet.

5.2.1 Werthaltungen tragen von der Vergangenheit in die Zukunft

Alle besuchten Betriebe sind sich darin einig, vor entscheidenden Zukunftsaufgaben und Herausforderungen zu stehen. Sie sind sich v.a. der ökologischen Herausforderungen (aber nicht nur diesen) bewusst und suchen mit ihrem eigenen betrieblichen Handeln, Lösungswege aus dieser Unsicherheitssituation in eine gute Zukunft zu finden. Selbstredend sind diese Wege sehr unterschiedlich, immer aber geprägt von den Werthaltungen der auf dem Hof wohnenden Menschen. Verbindend ist zudem allen untersuchten Betrieben, dass sie ihr Betriebsmodell quasi als Gesellschaftsmodell sehen, das den Zukunftsherausforderungen (besser) zu begegnen weiss.

Ruth und René vom **Rütihof** tragen ihre bäuerliche Vergangenheit in die Stadt und versuchen, sich mit ihren Werten in die Stadt zu integrieren (was nicht ohne Brüche gelingt). Ein Zurück zu den guten alten Werten der Landwirtschaft stellt für sie die Lösung in einer möglicherweise krisenhaften Entwicklung dar („es kommt die Zeit, in der man wieder froh ist um die Landwirtschaft im eigenen Land“). Sie sehen die Zukunft in einer Schliessung der Grenzen für Nahrungsmittelimporte und in der Sicht, dass dann wieder gerechte Preise erzielt werden könnten. Ihre Zukunftsvorstellungen sind von einem autarken Schweizerhaus im Sinne des „Landi-geistes“ geprägt; in diesem Hause sind sie „wieder“ die Ernährer der Nation.

Meiers stehen fest auf dem Boden der Gegenwart. Die Stadt ist dem Hof, auf dem schon ihre Vorfahren gelebt hatten, immer näher gekommen. Die Werthaltungen und Einstellungen haben sich aber (wohl) nicht grundsätzlich gewandelt. Kennzeichnend für Meiers ist hingegen ihre grosse Offenheit für ihr Umfeld und insbesondere auch für ihre soziale Umwelt. Fundament ihres Verhaltens stellen zum einen die Werte bäuerlicher Tradition, zum andern – nicht minder wichtig – die christlichen Werte dar. Viele Entscheidungen und Ausrichtung auf dem Hof sind von diesen beiden Wertequellen bestimmt. Der Hof soll ein sozialer und christlicher Betrieb sein, er muss aber auch ökonomisch funktionieren. Ein gewisser Konflikt zeigt sich in diesen beiden Wertequellen: Nicht immer kann zugunsten der sozialen Werte und der sozialen Verantwortung entschieden werden, vielmehr muss dies im Rahmen der ökonomischen Gegebenheiten erfolgen. Meiers bestellen also nicht nur den irdischen Acker, sondern auch das Feld Gottes. Sie sind in beiden Feldern erfolgreich (sofern dies aus Laiensicht beurteilt werden darf) und gehen mit dem Vertrauen, dass beide Felder gut bestellt sind und dies auch weiterhin sein müssen, getrost in die Zukunft. Sie sind der Überzeugung, dass das Modell, wie es auf dem Hof verankert ist, das Modell der Zukunft – auch für weitere Betriebe – darstellt. Sie lösen damit Fragen der Ernährung in der Zukunft, aber eben auch die sozialen Fragen von Integration und Teilhabe.

Ortoloco sieht sich als Garten der Zukunft. Ihr Garten ist wesentlich auch ein sozialer Garten. (Semi-)professionelle Gartenarbeit geht Hand in Hand mit sozialem Engagement. Im gemeinsamen Tun und in der gemeinsamen Festlegung einer Gartenordnung bereiten sie den Garten der Zukunft vor (oder nehmen ihn in der Bewirtschaftung der Gegenwart schon vorweg). Der Garten soll die Menschen nähren, so wie einst Adam und Eva im Garten Eden genährt wurden, allerdings müssen sich dies heute die GenossenschafterInnen im Schweisse ihres Angesichts erarbeiten. Damit diese Zukunft möglich wird, müssen die Menschen aber umdenken und ihre Werte neu auf Nachhaltigkeit ausrichten. In moderner Sprache gesprochen: Ortoloco ist ein nachhaltig gestalteter, profaner Garten Eden. Dieser Garten ist aber nicht ein prosaisches Ackerfeld, sondern ein fein strukturierter, vielfältiger, auch die ästhetischen und kulturellen

Bedürfnisse der Menschen befriedigender Acker. In diesem Garten wird gegessen, getrunken und gefestigt und er ist ebenso ein Erholungs- und Meditationsraum. In der Sicht der GenossenschaftlerInnen bildet der Garten die guten Energien und die achtsame Zuwendung der Pflegenden ab. Der Garten wird durch diese Pflege beseelt. Diese Gestaltung ermöglicht es dem Menschen, mit Tieren und Pflanzen, sowie der Natur insgesamt, in Harmonie zu leben. Im Garten werden so alternative, nachhaltige Landwirtschaftsformen möglich, heute und für die Zukunft.

Die **UrbanFarmers** sehen in der Technologie die Lösung der Zukunftsaufgaben. Als technikaffine Menschen optimieren sie in der Gegenwart ihre Aquaponic-Pilotanlage. In schlagkräftigeren Versionen dieser Anlage sehen sie auch die Lösung für die Herausforderung der Zukunft. Dahinter steht die Überzeugung, dass sich die ökologischen Herausforderungen durch technologische Innovationen lösen lassen. Aus diesen technischen Lösungen resultieren dann auch die ökonomischen und sozialen Lösungen. Positive Folgen sind einer guten Technologie inhärent. Wichtigster Schritt für diesen Zukunftsweg ist, dass die innovativen Systemlösungen auf einem Markt nachgefragt werden. Um diesen Zukunftsschritt zu realisieren, sind die UrbanFarmers heute aktiv. Sie vertrauen zum einen den Mechanismen des Marktes, der eine gute, innovative Lösung belohnt; sie glauben zum anderen an den Weg, über technologische Innovationen die Gesellschaft positiv weiterentwickeln zu können. Wertemässig stehen sie damit in Einklang mit den aktuellen Werten und Mechanismen einer wirtschafts-liberalen Gesellschaft. Die gute gesellschaftliche Zukunft realisiert sich selbständig aus ihren (Aquaponic-) Anlagen.

Fazit „von der Vergangenheit in die Zukunft“: *So unterschiedlich die betrachteten Betriebe sind, so verschiedenartig fallen auch die entwickelten Strategien auf die Zukunftsherausforderungen aus: Der Rütihof möchte „back to the roots“ den Bauern als Ernährer der Nation, Meiers sehen die Lösungen der künftigen Herausforderungen in gesellschaftlichen und sozialen Taten, ortoloco möchte einen Systemwandel des Wirtschafts- und Sozialsystems bewirken und die UrbanFarmers sehen die gesellschaftlichen Lösungen aus technologischen Innovationen entspringen. Werte und Überzeugungen der beteiligten Menschen prägen die gewählten Lösungen und bilden sich in den geschaffenen Strukturen der Betriebe und Organisationen ab. Sichtbar wird in der Vielfalt der Betriebe, mit welcher inspirierender Kraft die Wertevorstellungen die Betriebe gestalten und welche Energien sie freizusetzen imstande sind.*

5.2.2 In der urbanen Landwirtschaft treffen ländliche und städtische Werte aufeinander

Menschen wandern und so wandert auch die Stadt räumlich in die Höhe und in die Breite. Während sich die urbanen Räume zunehmend in die Landwirtschaftsflächen ausweiten und in der Schweiz mittlerweile rund drei Viertel der Bevölkerung beherbergen, sind Menschen auf der Wanderung v.a. in die Stadt, aber auch aus der Stadt hinaus in periphere Räume. In diese Wanderungsbewegungen ist die urbane Landwirtschaft eingebunden. Unterschiedliche Wertekulturen treffen aufeinander. Stadt und Land wird in einer traditionellen Betrachtungsweise als Gegensatzpaar und als potentielle Konfliktschiene gelesen, als Wertekulturen mit unterschiedlichen Referenzsystemen. Diese Dualität kann neu gedacht werden.

Die BewohnerInnen des **Rütihofs** sind vom Land in die Stadt gewandert. Sie haben ihre traditionellen Werte in die Stadt gebracht. Leitende Idee war, einen Vollerwebbetrieb zu führen.

Dass dieser nun in der Stadt liegt, wurde – wohl oder übel – in Kauf genommen. Ihre Wanderung in die Stadt, das Einfinden auf dem Hof, hat sie dazu gezwungen, sich mit der Stadt und deren Bedürfnissen auseinanderzusetzen. Sie haben im Laufe der Zeit ihre Werteeinstellungen geändert und sich angepasst. Im Bereich der Umweltbildung ist Lust erkennbar, sich mit Stadt auseinanderzusetzen; dies tun sie auch mit der Stallvisite, zu der sie die StädterInnen einladen. Sie verstehen sich selber auch ein wenig als Stadtseelsorger. Gegenstand für diese Seelsorge ist wohl insbesondere das Wissen um Nahrungsmittelproduktion und die Verarbeitung der Produkte. Ruth und René sind damit auch Botschafter von Tradition in einem modernen Umfeld geworden, das diese Techniken und dieses Wissen verloren hat. Sie sind HüterInnen von Werten und Wissen geworden. Ihnen gelingt mit dieser Rolle eine Integration ihrer traditionellen Werthaltungen in ihr städtisches Umfeld. Aus dieser Rolle gewinnen sie vermutlich auch Anerkennung und Prestige. Bei den Themen Litterung und Vandalismus endet aber jegliches Verständnis für urbane Werthaltungen und daraus resultierende Verhaltensweisen. Dieses Thema treibt sie stark um, stösst bei ihnen auf grundsätzliches Unverständnis. Ruth und René Quelle empfinden grossen Ärger gegenüber der Stadtbevölkerung und deren Nachlässigkeit in dieser für sie so zentralen Wertedimension.

Der **Meierhof** ist – anders als 98% der Betriebe in der Schweiz – rechtlich in Form von (zwei) Aktiengesellschaften gefasst. Trotzdem sind die Familienstrukturen dominant, auch die traditionellen Genderrollen sind exemplarisch verankert. Ohne dass von aussen die genaue Rolle der Ehefrauen in den Betrieben ersichtlich wird, sind es immer die Männer, die für den Betrieb auftreten. Somit wird auf dem Meierhof in einer eher traditionellen Rollenteilung von Haushalt und Betrieb gelebt. Der Meierhof wurde nicht von der Stadt überrollt, vielmehr holen die beteiligten Brüder die Stadt aktiv auf den Hof (sei es in Form von KonsumentInnen, Event-Teilnehmenden, aber auch als Menschen mit Integrationsbedarf) oder fahren mit ihren Produkten in die Stadt. Der Meierhof hat so etwas wie eine Symbiose zwischen Stadt und Land hergestellt. Sie verstehen sich zwar als traditionelle Bauern (mehr oder weniger), sind aber eng in die Stadt eingebunden. Es lassen sich keine Interviewstellen finden, in denen das Verhältnis zur Stadt oder zum städtischen Leben als problematisch beschrieben wird. Es finden sich aber viele Überlegungen dazu, wie die Stadt als Ressource genutzt werden kann; sie beschäftigen sich mit den Möglichkeiten, die sich aus dieser Situation ergeben: Diese sind – so geben sich Meiers überzeugt – noch lange nicht ausgeschöpft. Der Meierhof steht für eine kreative Nutzung und in Wertsetzung unterschiedlicher Werthaltungen, die sich letztlich einer Zuordnung ländlich vs. städtisch entziehen.

Ortoloco entzieht sich dem Widerspruch von Stadt und Land. Vielmehr versucht ortoloco Stadt und Land zu erhalten und durch eine lokale Produktion zu bereichern, so wie sich diese Räume heute darstellten. Ortoloco möchte auf deren negative Entwicklungen reagieren: Dem Verlust von Natur(-Verständnis) in der Stadt, dem Verlust von BewohnerInnen und Strukturen auf dem Lande. Ortoloco dient der Selbstversorgung von Stadt mit Nahrungsmitteln, die Idee von CSA ist aber nicht an eine Stadt gebunden, sondern möchte auch die Nahrungsmittelproduktion in den ländlichen Regionen erhalten. Ortoloco ist damit eher eine Entwicklungsperspektive für die Gesellschaft insgesamt, als eine raumbezogene Strategie. Und: wenn die Schaffung kleiner Kreisläufe das Ziel ist, findet CSA vorwiegend in der Stadt/in Stadtnähe/im urbanen Raum statt. Damit ist auch für ortoloco der Zugang zu Boden zentral und wichtig. Verschiedene Forderungen und Ideen knüpfen an diesen Punkt an. In diesem treffen sich die Werthaltungen von ortoloco mit den Werthaltungen der Landwirtschaft.

Die **UrbanFarmers** sind in Idee und Konzeption ein (gross-)städtisches Unterfangen. Die kapital- und technikintensiven Produktionsanlagen machen nur in einem hochverdichteten metropolitanen Umfeld wirklich Sinn. Die UrbanFarmers lösen sich aus dem Gegensatz von Stadt-

Land und suchen einen Markt in den kommenden und bestehenden Metropolen dieser Welt. Der Raumbezug löst sich weiter auf, wenn bedacht wird, dass die UrbanFarmers nicht als Betreiber irgendwelcher raumgebundener Anlagen funktionieren möchten, sondern als Systemunterstützer oder Franchising-Unternehmen für ökologische Innovationen. Damit folgen die UrbanFarmers möglichen Investitionsprojekten und Investitionskapitalien auf einem Weltmarkt. Die UrbanFarmers sind damit etwas der Kontrapunkt zum bäuerlichen Familienbetrieb, der kaum Chancen hat, sich aus der Bodengebundenheit zu lösen. Zur Flexibilität trägt weiter bei, dass die UrbanFarmers verschiedene Anlagen und Produkte als mögliche Innovationsfelder in ihrer Pipeline haben. Sie sind damit hochflexibel und entziehen sich räumlichen Verortungen oder räumlich gebundenen Werten. Das Ländliche entzieht sich der Perspektive der UrbanFarmers vollständig.

Fazit des „Aufeinandertreffen unterschiedlicher Werte“: *In den untersuchten Betrieben zeigen sich viele Tendenzen, dass sich die unterschiedlichen Qualitäten von Stadt und Land/Landwirtschaft aneinander reiben. Aus deren Differenz entsteht konstruktiv Neues; unterschiedliche Qualitäten von städtischem und ländlichem mischen sich; auch zeigen sich unerwartete Gemeinsamkeiten und Parallelen. Die Betriebe richten sich auf ihr Umfeld aus, die Stadtbevölkerung nimmt die Betriebe und ihre Flächen mit ihren Bedürfnissen in Beschlag. Es treffen KonsumentInnen und ProduzentInnen aufeinander. In den untersuchten Beispielen lösen sich diese anonymen Rollen aber in differenziertere und mit persönlichen Werten verbundenen Beziehungen auf (vgl. Kapitel 5.1). In der urbanen Landwirtschaft wird das traditionelle landwirtschaftliche Regime gebrochen und die untersuchten Betriebe zeigen allesamt innovative Lösungen und Entwicklungen. Z.B. treffen sich Interessen und Werthaltungen in der Bedeutung von der Erhaltung der Natur, der gesunden und guten Nahrungsmittel, des Wissens zur Herstellung und Verarbeitung von Produkten, aber auch in existenziellen Dingen wie Naturbegegnung (mit Pflanzen und Tieren) sowie dem gärtnerischen aktiv Sein im Garten und Feld.*

5.2.3 Werte der urbanen Landwirtschaft prägen die Gestaltung der Stadtlandschaft

Landwirtschaft ist Kulturgeschichte. Menschliches Handeln prägt die Landschaft in mannigfacher Weise. Landwirtschaftsbetriebe in der Stadt haben einen gewissen öffentlichen Charakter. Dieses Kapitel versucht zu erschliessen, welche ästhetischen und räumlichen Vorstellungen mit urbaner Landwirtschaft verbunden sind. Dabei wird von der Überlegung ausgegangen, dass die Werte der untersuchten Betriebe auch deren räumliche Gestaltung prägen. Alle Betriebe sind sich ihrer Rolle und der Bedeutung als raumgestaltende Akteure bewusst. Dieses Bewusstsein ist wohl Teil der eigenen Selbstwahrnehmung und entsteht in ihrer täglichen Erfahrung, in der sie sich als Landschafts-Gestaltende wahrnehmen. In den Interviews nehmen die befragten Personen Bezug auf räumliche Gestaltungsvorstellungen.

Die Menschen vom **Rütihof** sehen in einer landwirtschaftlich geprägten Landschaft das Ideal einer schönen Umgebung. Sofern es gelingt in der Stadt landwirtschaftliche Flächen zu erhalten, bleibt für sie die Stadt erträglich. Sie kämpfen in der Gegenwart um Flächen, die sie bewirtschaften können und damit gleichzeitig um Landwirtschafts- und Freiflächen der Stadt. Sie erleben aktuell, wie verschiedene Flächen dem Hof entzogen und nicht-landwirtschaftlichen Zwecken zugeführt werden. Gegen diese Entwicklung möchten sie sich stemmen. Sie sind überzeugt, mit ihrem Handeln und ihrer Hofgestaltung zu einer schönen Stadtlandschaft beizutragen. Dieser Einsatz ist auch notwendig, um die Ernährung der Schweizer Bevölkerung

und gleichzeitig das Überlegen des eigenen Betriebs zu sichern. Damit sind sie nicht nur die Ernährer der Nation, sie haben eine Rolle in der Erhaltung einer ästhetischen Schweizer (Stadt-)Landschaft. Ihre bäuerlichen Werte weisen den Weg, wie das Nützliche mit dem Schönen verbunden werden kann. Sie äussern, dass Massnahmen zur Ökologisierung nicht übertrieben werden sollten. Die Gründe für diese Meinung ist wohl doppelt zu verstehen: in ökonomischer Hinsicht soll die Produzentenrolle im Vordergrund stehen, in ästhetischer Hinsicht sind Ruth und René wohl von der schönen, bewirtschafteten Landwirtschaftsfläche überzeugt, gerade wenn diese – wie in ihrem Fall – mitten in der Stadt liegt.

Der **Meierhof** ist zum einen ein traditioneller Landwirtschafts- und Gemüsebaubetrieb. Gleichzeitig ist es aber auch ein urbaner Raum. Urbanität erschliesst sich dabei teilweise über den Erlebnischarakter von Landschaft und Natur auf dem Meierhof. Alle Elemente sind für ein Publikum attraktiv gestaltet und weisen somit meist eine mehrfache Funktion auf: Freizeitkultur-, Konsum-, Event-, Produktionsraum, therapeutischer Raum etc. Souverän fließen diese Räume ineinander über und bilden so etwas wie einen kombiniert städtisch-ländlichen Grünraum. Die Vision, die auf dem Hof der Meiers Gestalt angenommen hat, ist eine multifunktionale, urbane und sozial verantwortungsvolle Landwirtschaft. Wichtige Orientierung für die Gestaltung dieser Räume ist die erfolgreiche Implementierung einer ganzheitlichen Strategie. Aus der Nutzung vorhandener Potentiale sind die räumliche Struktur und die diversen Angebote des Meierhofes entstanden. Eingetretener Erfolg und die entstandene Nachfrage formen den Hof und seine Entwicklung weiterhin. Die Landwirtschaft auf dem Meierhof ist gewissermassen eine doppelte: Auf der einen Seite steht die erhebliche Landwirtschafts-Produktion auf dem Hof, auf der anderen Seite weist der Hof einen ausgeprägten Event-Charakter auf: Die geschaffene Landschaft auf dem Meierhof bildet so ein städtisch-ländliches Konglomerat. Und die Stadtbevölkerung zeigt ihre Akzeptanz und ihr Interesse durch Besuch und Konsum.

Ortoloco bestellt den schönen Gemüse-Garten in der Peripherie der Stadt. Gerne schaut die Stadtbevölkerung in diesen verheissungsvollen Garten. Öffentlich ist dieser Garten aber nicht. Mehr als einen Blick über den Zaun zu wagen, sollte nicht sein. Als bewirtschafteter und gepflegter Raum ist der Garten zwar sehr schön, er zeigt aber nach aussen auch, dass er besitzt und gepflegt wird. Ein Zutritt von Passanten zum Garten ist nicht vorgesehen, auch wenn dies prinzipiell möglich wäre. Wie in einer guten Nachbarschaft üblich, sind die Gespräche über den Gartenzaun hinweg der Kommunikationsweg, zugleich aber auch die Form einer klaren Abgrenzung und eines Ausschlusses der nicht Dazugehörigen. Der Garten steht aber für diejenigen offen, die sich für das interessieren, was sich an sozialen Ideen hinter dem Garten verbirgt: Die Idee der Selbstversorgung, der Verbreitung über Netzwerkbildung, der Umweltbildung, der Veränderung von Gesellschaft durch alternative Austauschformen. Der Garten ist damit ein offener Garten, aber nicht für die Leute vor Ort, sondern für die Nachbarn im Geiste. Um diese zu begrüßen und zu informieren, wenden die GenossenschafterInnen viel Zeit. auf. Die besondere Art der sozialen Verbindung und Verbreitung der Idee von ortoloco (Bridging) bildet sich so etwas in der räumlichen Struktur ab. Offen ist der Garten für Freunde und Freunde von Freunden. Es braucht den Schlüssel von kennen, interessiert und befreundet sein, um den Garten betreten zu können. Mitarbeiten und sich im Garten aufhalten sollten im Prinzip nur die GenossenschafterInnen. Für Aussenstehende gibt es Führungen, aber auch informelle Gespräche und manchmal findet auch ein Salatkopf als Geschenk den Weg über den Zaun hinweg nach aussen.

Die **UrbanFarmers** möchten sich auf Gebäudedächern und in Gebäudehüllen festsetzen, als Bestandteil einer ökologisch optimierten Stadtmaschine. Sie werden damit Teil einer urbanen Stadtlandschaft. Diese bereichern sie, indem sie den Gemüsebau in die Stadt verpflanzen.

Verborgen im Bauch der grünen Stadttreibhäuser tummeln sich die Fische als Düngerproduzenten für das Gemüse. Dieser technisch gesteuerte Naturkreislauf erschliesst sich aber nicht dem öffentlichen Zugang oder Einblick. Dazu müssen interessierte Personen Führungen nachfragen. Stadtlandschaft wird durch die UrbanFarmers geprägt, indem verschiedene Funktionen in der Stadt in kleinen Kreisläufen organisiert werden und somit eine vielfältige, multifunktionale Stadtlandwirtschaft möglich wird, in der Banker und Farmer, Auge in Auge, ihren Professionen nachgehen. Verschiedene soziale Gestaltungs- und Begegnungsformen sind geplant, aber aktuell noch wenig sichtbar. Die UrbanFarmers stellen auch ein Versprechen auf eine künftige, vielfältig gestaltete und genutzte Stadtlandschaft dar, die noch gedacht, entwickelt und gebaut werden muss.

Fazit zur Gestaltung von Stadtlandschaft: *Alle untersuchten Betriebe sehen die Ansprüche der Stadtbevölkerung an die urbane Landwirtschaft in einer gewissen Weise als gerechtfertigt an und versuchen, diesen Anforderungen auf eine ihnen mögliche Weise zu entsprechen. Die Entsprechung geht von relativ reaktivem Handeln bis zur aktiven, eigenen Gestaltung von Stadtraum. Die räumlichen Gestaltungen spiegeln die Werthaltungen der Betriebe. Sie gehen von einem Beitrag zur funktionierenden Stadtmaschine (UrbanFarmers) bis hin zu den offenen Fruchtfolgeflächen, wie sie für die ländliche Schweiz typisch sind (auf dem Rütihof). Im Meierhof wird eine amalgamierte städtisch-ländliche Landschaft sichtbar, im Garten von ortoloco eröffnet sich der (heute) utopische Garten einer künftigen, nachhaltigen Nahrungsmittelproduktion und Gesellschaftsordnung.*

5.2.4 Die Menschen der untersuchten Betriebe weisen unterschiedliche Berufsethiken auf

Obwohl in der urbanen Landwirtschaft unterschiedliche Menschen mit unterschiedlichen Berufen und Berufsethiken aufeinandertreffen, gibt es in der Grundausrichtung, professionelle Arbeit in der Stadtlandwirtschaft zu leisten, einen gemeinsamen Wertenehner. Weil aber urbane Landwirtschaft ein diverses, heterogenes Feld darstellt, beziehen sich diese Ethiken auf unterschiedliche Felder und sie stammen aus unterschiedlichen Diskursen.

Ruth und René vom **Rütihof** zeigen ein bäuerliches Arbeitsethos. Rüetschis lieben die Landwirtschaft und zeigen einen hohen Arbeitseinsatz. Das Betriebsleiterpaar ist mit ihrer Arbeit auf den Betrieb gebunden, eines könnte ohne den anderen nicht sein. Auch können sie auf die Mithilfe von Rudolf zählen, der immer einspringt, wenn Not am Mann ist. Sie bewirtschaften den Hof mit Liebe und mit grossem Aufwand. Dass der Betrieb lediglich gepachtet ist, spiegelt sich in den Interviews wenig oder gar nicht. Dies betrifft auch die Thematik der Hofnachfolge: Diese ist ihnen sichtbar ein grosses Anliegen und sie wären glücklich, wenn einer der Söhne den Betrieb übernehmen würde. Es zeigt sich bei Rüetschis auch das (typische?) bäuerliche Alleinkämpfertum. Sie leisten viel Einsatz, um den Betrieb, so wie er ist, erhalten zu können. Rüetschis sind mit Leib und Seele Bauern. Ihr Handeln auf dem Rütihof ist von diesen bäuerlichen Werthaltungen geprägt. Sie haben sich mit dieser Werthaltung auf eine ihnen eigene Weise in die Stadt integriert. In ihrer Vision, dass zwei Familien auf dem Hof leben und sich die Bewirtschaftung teilen könnten, wird ein Wunsch sichtbar, der den traditionellen bäuerlichen Wertehorizont verlässt.

Die Menschen auf dem **Meierhof** zeigen – stärker als einen landwirtschaftlichen Arbeitsethos – eine Haltung protestantischer Ethik: Im alltäglichen Fleiss und der eigenen Strebsamkeit zeigen sie Gottes Lob. Segnet Gott ihr Werk, ist es die Pflicht des Tüchtigen, das Brot mit dem

Armen zu teilen. Wichtig ist auch, in Situationen von Erfolg demütig und bescheiden zu bleiben. Verschiedene Ereignisse haben ihnen dies auch beigebracht. Und sie zeigen sich zum Teilen bereit: Mit den Mitarbeitenden, aber auch mit Jugendlichen mit Integrationsbedarf. Charakteristisch für den Meierhof ist die Offenheit gegenüber den Mitmenschen, Mitarbeitenden und den betreuten Personen. Es werden Aspekte sichtbar, die über eine traditionelle bäuerliche Berufsethik hinausgehen und eher auf einer universellen, offenen und in der Auseinandersetzung mit Andersartigkeit beruhenden Kultur bestehen. Diese besondere Kultur und Berufsethik hat möglicherweise auch die vielfältige und offene Struktur des Meierhofs ermöglicht.

Bei **ortoloco** werden berufsspezifische Ethiken (Professionalität in den Gemüseanbau zu bringen), sowie die Ethik der Nachhaltigkeit, ausdrücklich hervorgehoben – insbesondere von den Fachkräften und von den Vertretenden der Betriebsgruppe. Ist ortoloco mit dem ersten Ziel, Selbstversorgung gärtnerisch professionell zu betreiben verbunden. Wichtiger als bei den anderen Betriebsbeispielen werden politische und soziale Aspekte stark gewichtet. Noch im Bereich der Produktion rücken mit dem Wertehorizont der Nachhaltigkeit deutlich weitere Ziele und Werte in den Vordergrund. Ortoloco ist mit der Idee einer neuen Arbeitsphilosophie und alternativen Wirtschaftsordnung verbunden: Es geht in dieser Vision darum, die Lohnarbeit zu reduzieren und gleichzeitig die ehrenamtliche, solidarische Arbeit auszubauen; letztlich mit dem Ziel, das aktuelle wirtschaftliche Wachstumsmodell zu überwinden.

Ortoloco ist nicht nur ein Betrieb, sondern in erster Linie eine soziale Bewegung. Die Diskussionen und Auseinandersetzungen innerhalb von ortoloco drehen sich um die Gestaltung sinnvoller, ergänzender oder neuer Projekte sowie auch (in einem eher engeren Kreis) um politische Fragen. Ortoloco ist eine offene Struktur. Bei ortoloco treffen sich Leute mit unterschiedlichen Werthaltungen; Kultur und Ethik von ortoloco sind nicht ausschliesslich von Berufsethiken geprägt. Andere Dimensionen und Werthaltungen sind noch wichtiger. Damit unterscheiden sie sich von den anderen untersuchten Betrieben, die verstärkt auf bestimmte Berufsethiken Bezug nehmen.

UrbanFarmers sind Umweltingenieure und Manager, ihr Fachgebiet ist die technische Innovation und der Berufsstolz ist das exklusive Wissen über die Systempflege von Aquaponic-Anlagen, sowie ihr technisches Know-how in einem weiteren Sinn. Obwohl sie den Bauer in ihrem Unternehmensnamen tragen, sind sie keine Bauern. Die UrbanFarmers sind am ehesten als Manager und Unternehmer zu bezeichnen. Ihre Werthaltungen und Orientierungspunkte finden sie in dieser Perspektive. Sie pflegen Berufsethiken von Managenden und MarketingspezialistInnen. Ihre Sprache ist durchsetzt von Fachwörtern aus diesen Bereichen.

Fazit zu den Berufsethiken: *In den Berufsethiken zeigt sich, dass urbane Landwirtschaft mehr ist als Landwirtschaft. Die „Bauern“ sind Manager, Ingenieure, Sozialutopisten, SozialarbeiterInnen und vieles mehr. Multifunktionale Landwirtschaft bedeutet, dass unterschiedliche Berufsethiken wichtig sind und die Identität des Bauern um diese Ethiken ergänzt oder erweitert werden. Bezeichnenderweise sind diejenigen, die sich UrbanFarmers nennen, gerade die, die kaum noch eine bäuerliche Identität aufweisen. In den Berufsidentitäten und Berufsethiken wird die Vielfältigkeit der urbanen Landwirtschaft sichtbar.*

5.2.5 Zentraler Wert der Produktequalität und die daran geknüpfte Erwartung der „gerechten Preise“

In den untersuchten Beispielen wurden Betriebe der produzierenden Landwirtschaft untersucht. Keine Diskussion in der Schweiz über Landwirtschaft, die nicht auch deren Kosten anspricht. Im folgenden Abschnitt wird untersucht, wie sich Werthaltungen auf Ideen auswirken, wie „gerechte Preise“ für Schweizer Landwirtschaftsprodukte erzielt werden könnten. Es handelt sich in den folgenden Abschnitten um eine Analyse, die sich auf die zugrundeliegenden Werthaltungen und das betriebliche Handeln bezieht, nicht auf ökonomische oder marktwirtschaftliche Aspekte.

Der **Rütihof** produziert gut nachgefragte Produkte. Sie bewirtschaften erfolgreich Nischen, in denen bessere Preise realisiert werden können. Mit der Büffelmilch, dem Fleisch und den daraus verarbeiteten Produkten, aber auch mit der Selbstpflückanlage ist ihnen eine Nischenbesetzung gut gelungen. Für die biologischen Produkte besteht eine gute und steigende Nachfragesituation. Ruth und René sind stolz auf diese Positionierung. Die Entwicklung hat gezeigt, dass sie mit ihren Entscheidungen (in diesem Kerngebiet ihres Betriebs) „nicht so falsch“ liegen. Allerdings können sie mit den Produktpreisen nicht mit der ausländischen Konkurrenz mithalten. Sie sind auf besondere Formen der Vermarktung und auf Aufklärungsarbeit angewiesen: Z.B. auf Massnahmen, die auf dem Umstand hinweisen, dass es sich um Büffelmilch und -Fleisch aus der Schweiz handelt. Dazu bedarf es einer aufklärenden Kommunikation, z.B. über Aspekte von Tierhaltung in der Schweiz und im Ausland. Es ist ihnen gelungen, mit diesen Produkten eine Premium-Qualität zu erlangen, die mit einer besseren Zahlungsbereitschaft verbunden ist. Die Verarbeitung auf dem Hof und die Direktvermarktung vermeiden den Zwischenhandel und bieten dadurch zusätzlichen Spielraum für die Preisgestaltung. Trotz dieser Positionierung sind Rüetschis überzeugt, dass sie auf Grund der teureren Produktionsbedingungen in der Schweiz höhere und damit gerechtere Produktpreise erzielen müssten. „Ja, eben, dass man im Prinzip eigentlich einfach, dass man wieder vermehrt einen kostendeckenden Preis für die Nahrungsmittel hat. Die Frage ist einfach, wie man das finanziert“ (René, 76:35).

Meiers legen – wie alle befragten Betriebe – grossen Wert auf die gute Qualität ihrer Produkte. Meiers sind stolz auf ihre breite Produktpalette und insbesondere auf den Umstand, dass es ihnen durch Nischenbewirtschaftung immer gelungen ist, eine interessante und herausfordernde Arbeit zu leisten. Diese Vielfalt der Produktion stellt natürlich auch eine Herausforderung dar. Matthias nimmt wahr, dass die Schweizer Landwirtschaft unterschiedlichen Entwicklungen und Anforderungen unterworfen ist. Zum einen wird ein Teil der Landwirtschaft immer intensiver betrieben, zum anderen wachsen die Forderungen nach KundInnenkontakt, Regionalität, guten Anbaumethode etc. (Matthias, 69:15). Interessanterweise sprechen die Meiers nicht von gerechten Preisen. Die grosse betriebliche Diversifikation zeigt, dass Meiers nicht von Marktbedingungen getrieben sind, sondern über einen relativ grossen Spielraum verfügen, innerhalb dessen sie frei entscheiden können. Fragen bezüglich kostendeckender Preise stellen sie sich auf dem Meierhof eher in Bezug auf die Betreuungsleistungen, die offenbar zumindest teilweise von der landwirtschaftlichen Produktion quersubventioniert werden. Matthias fände es schön, gerade im sozialen Bereich weiter ausbauen zu können (69:17). Die Interviews mit Meiers sind insofern eine Besonderheit, als in keiner Interviewsequenz in das Klagegedicht der Bauern eingestimmt wird. Was aber nicht heisst, dass die Herausforderungen oder die Schwierigkeiten, als Betrieb auch weiterhin erfolgreich zu sein, als gering eingestuft

würden. Meiers hoffen den Anforderungen von Nachhaltigkeit weiter gerecht zu werden oder ihnen noch besser entsprechen zu können. Ihre Strategie und Visionen liegen aber jenseits einer engeren Produkte- oder Nischenstrategie. Vielmehr liegen diese auf Fragestellungen, wie ein Betrieb, wie derjenige von Meiers, einen Beitrag zur Lösung von gesellschaftlichen Problemen leisten kann. Meiers agieren hier sehr frei und auch sehr zielorientiert und visionär.

Alle bei **ortoloco** Beteiligten sind absolut überzeugt von der überragenden Produktequalität ihrer Erzeugnisse. Diese Qualität könne nur durch die spezifische Arbeitsweise erreicht werden, wie diese bei ortoloco gepflegt wird. Bei ortoloco geht es nicht um einen gerechten Marktpreis. Der Gedanke startet vom Bedarf der Menschen nach Nahrung. Aus dieser Ausgangsfrage gestaltet sich das Konzept der gemeinschaftsgetragenen Landwirtschaft. Die Mitarbeit bei ortoloco beginnt mit der Vereinbarung eines grösseren Kreises von Menschen, einen Teil der Nahrung selber herstellen zu wollen. Dafür stellen sie Zeit, aber auch Geldmittel zur Verfügung (welche für die professionelle gärtnerische Leitung, aber auch für den Unterhalt der Infrastruktur notwendig sind). Denkbar wäre aber, diese Formen des Wirtschaftens nicht nur im Bereich der Nahrungsmittelproduktion zu betreiben, sondern auf viele weitere Bereiche des Lebensbedarfs zu transferieren. In den Interviews taucht auch die Überlegung von Suffizienz auf: Es soll so viel produziert werden, wie eben für die Ernährung oder für weitere Aspekte der Lebenserhaltung notwendig ist. Wird der Konsum verstärkt auf die Sättigung dieser Grundbedürfnisse konzentriert, steht dafür mehr Zeit für eigene Interessen zur Verfügung. Ortoloco positioniert sich damit ausserhalb eines kapitalistischen Marktes. Natürlich ist dies aber nicht vollständig der Fall, indem z.B. die Menge der produzierten Nahrungsmittel (wohl auch anteilmässig für die GenossenschafterInnen) gemessen am Gesamtkonsum relativ beschränkt ist und wohl die meisten GenossenschafterInnen einer normalen Lohnarbeit nachgehen, um das Gemüse-Abonnement zu bezahlen. Gerechter Preis bedeutet bei ortoloco auf jeden Fall etwas ganz anderes als ein „marktüblicher“ oder „kostendeckender“ Preis. Befragte Personen formulieren dies folgendermassen: Die Nahrungsmittel verlieren ihren Preis und erhalten ihren Wert zurück (da der Betrieb finanziert wird und nicht die Produkte gekauft werden). Bezugspunkt von ortoloco ist somit nicht der Markt, sondern die zu schaffenden Möglichkeiten zum nachhaltigen Stillen von Grundbedürfnissen von Menschen.

UrbanFarmers: Wie alle untersuchten Betriebe, sind auch die UrbanFarmers von der absoluten Qualität und der nicht zu übertreffenden Frische ihrer Produkte überzeugt. Die Produkte der UrbanFarmers können ertefrisch (oder schlachtfrisch) verarbeitet und konsumiert werden. Dieses Argument ist für die UrbanFarmers sehr zentral. Produkte aus dem Versuchslabor UF001 sind preislich nicht konkurrenzfähig mit konventionell produzierten Produkten, was sich aus den hohen Investitionskosten und dem Innovationsanteil gut erklären lässt. Interessanterweise sprechen aber auch die UrbanFarmers von gerechten Preisen (Urban). Ihre Einschätzung deckt sich dabei mit jener der Rütischis. Möglicherweise steht ihre Anschauung aber auf einem anderen Hintergrund. Ihr Bezug ist wohl stärker, dass eine nachhaltige Nahrungsmittelproduktion innerhalb der heutigen Markt- und Produktionsformen nicht zu realisieren ist. Somit die heutigen billigen Nahrungsmittelpreise auf Kosten der Nachkommen realisiert werden.

Fazit zur Produktequalität und zu den gerechten Preisen: Sind sich die untersuchte Betriebe einig, dass eine herausragende Produktequalität anzustreben ist (und eine solche in den eigenen Betrieben auch bereits realisiert ist) und nur eine solche das betriebliche Überleben auch sichern könne, eröffnen sich bei den gerechten Preisen die Bandbreiten der untersuchten Wertehorizonte. Interessant, dass keiner der Befragten gerechte Preise in der heutigen Situation realisiert sieht. Der Rütihof bezieht sich für die gerechte Preisgestaltung auf eine geschlossenen Marktsituation, in der Arbeitszeitäquivalenzen die Preise festlegen würden. Der

Meierhof sieht die landwirtschaftliche Produktion sich aufteilen, in eine schlagkräftige, intensivierete landwirtschaftliche Grossproduktion und in eine feinstrukturierte, multifunktionale Landwirtschaft. Interessant ist, dass sie sich – als Grossbetrieb – eher in Richtung der zweiten Option entwickeln sehen: Eine Betriebssituation, die stärker auf soziale Dienstleistungen fokussieren wird (und wo auf Grund der Werteorientierung wohl der Schwerpunkt der Meiers liegt). Alternativ dazu wird auch die Aufteilung der Betriebsstrategien diskutiert: Zwei Betriebe mit unterschiedlichen Zielsetzungen: Landwirtschaftliche Produktion der eine, soziale Dienstleistungen der andere. Dies wohl aus der Einschätzung, dass gerechte Preise auf dem Markt, wie er heute gestaltet ist, nicht zu realisieren sind und sie die aktuell diskutierte landwirtschaftliche Doppelstrategie in ihrer Doppel-AG-Strategie antizipieren oder bereits vorweg realisieren. Der Ansatz von ortoloco besteht darin, von den Bedürfnissen auszugehen und ein gemeinsames Solidarmodell zur Stillung dieser Bedürfnisse zu konstruieren, in dem der Preis der Produkte sich nicht nach einem Marktpreis richtet, sondern nach dem effektiven Wert der Nahrungsmittel (wie GenossenschafterInnen dies ausdrücken). Im Muster der Argumentation gleichen die UrbanFarmers dem Rütihof. Bezugspunkt für sie sind aber die Bedingungen einer nachhaltigen Nahrungsmittelproduktion und dass für eine solche, die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden müssten (dass somit durch ökologische Reglementierungen ein Raubbau an Ressourcen verhindert werden müsste).

Für alle Betriebe stellen somit die „gerechten Preise“ etwas dar, das durch Werthaltungen bestimmt wird (und nicht durch eine Marktsituation). Bei allen Überlegungen müssten gesellschaftliche Rahmenbedingungen geändert werden, damit Gerechtigkeit hergestellt werden könnte. Die Überlegungen und Modelle sind an veränderte politische und gesetzliche Rahmenbedingungen geknüpft. Teilweise versuchen die Betriebe, solche Bedingungen zu antizipieren und im betrieblichen Handeln bereits umzusetzen (z.B. bei Meiers und bei ortoloco).

6 Diskussion

Was haben die vier Fallstudien in Bezug auf die Fragestellungen der Studie erbracht? Wir greifen in der Diskussion die Fragestellungen, die Ergebnisse und Inhalte des empirischen Teils auf und versuchen, diese etwas zu verallgemeinern und damit zu einer weiteren Diskussion anzuregen. Ein eigentlicher Vergleich mit ruraler Landwirtschaft liegt nicht vor. Damit werden Aussagen gemacht, die sich einem Vergleich entziehen und trotzdem versuchen, die besonderen Qualitäten von urbaner Landwirtschaft sichtbar zu machen. Implizite Vergleiche müssen verstärkt im Sinne von Idealtypen und typischen Qualitäten von Urbaner Landwirtschaft gelesen werden.

6.1 Einleitung

LandwirtInnen stehen angesichts der Bedingungen des Strukturwandels unter permanenten Entscheidungsdruck. In dieser Arbeit wurde exemplarisch die Gruppe der urbanen Landwirte herausgegriffen. Städte stehen heute grossen ökologischen Herausforderungen gegenüber. Nahrungsmittelversorgung, Energiekreisläufe und Ressourcenkreisläufe sind brennende Themen. Urbane LW nimmt diese Themen auf. Anliegen und Thesen der Arbeit sind, dass in der Gruppe der urbanen LandwirtInnen eine nachhaltige Betriebsentwicklung besonders anschaulich untersucht werden könne (vgl. die Fragestellungen der Studie Kapitel 1.2). Nachhaltigkeit ist für UL ein verbindliches Konzept. Konfrontation und Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit wird durch die enge Beziehung mit dem urbanen Umfeld gefördert und gefordert. Dazu gehört auch, dass sich durch das urbane Umfeld in allen Nachhaltigkeitsdimensionen verstärkte Bedürfnisse, aber auch spezifische Ressourcen und Potentiale eröffnen. Und umgekehrt ist die Knappheit an Landwirtschaftsfläche besonders ausgeprägt. Besonderheiten von UL ergeben sich durch die enge Systemeinbindung in den Stadtraum und speziell in den Sozialraum der Stadt (vgl. die Merkmale der urbanen LW, Tabelle 1, S. 2-3). Soziale Aspekte sind für die Urbane LW besonders wichtig. Das Konzept des Sozialkapitals bildet einen roten Faden über die verschiedenen Systemebenen hinweg.

Die Diskussion erfolgt an Hand der vorgeschlagenen Systemebenen:

- Individuelles und betriebliches Handeln,
- räumliche Ebene (Stadt und Region: Gemeinschaft/Quartier/Sozialraum),
- gesellschaftliche Rahmenbedingungen.

6.2 Entscheidungen: Individuelle und betriebliche Ebene

Besonders Gewicht wurde in dieser Arbeit auf die betriebliche Ebene gelegt. Auf dieser Ebene fallen die Entscheidungen, spielen individuelle Werthaltungen, Überzeugungen, aber auch eigene Ressourcen eine grosse Rolle. In diesem Diskussionskapitel werden individuelle Aspekte und die Ebene von Haushalt/Familie/Betrieb (der „Familienbetrieb“) nicht getrennt.

Eine der grossen und wichtigen **Herausforderungen** für Entscheidende in Betrieben (in Städten und an Stadträndern) ist es, auf **schrumpfenden Flächen** ein ausreichendes Einkommen zu generieren. Zum einen kann versucht werden, mehr Flächen zur Bearbeitung zu finden, eine alternative Strategie ist, bestehende oder gar zurückgehende Flächen durch intensivierete **soziale oder multifunktionale Leistungen** besser zu nutzen (Increasing returns). Sozialkapital kann zur Vermarktung traditioneller Produkte und der Positionierung des Betriebs verwendet werden. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass darüber hinaus neue Formen von Landwirtschaft, neue Solidaritäten und Vertrauensbeziehungen, aber auch neue Produkte und Dienstleistungen entstehen können (insbesondere durch die innovative Nutzung von Sozialkapital). In den untersuchten Strategien finden sich neue Formen für die Vermarktung, insbesondere regionale Vermarktung, Direktvermarktung (genossenschaftliche Vertriebsorganisationen, Kooperationen von KonsumentInnen und ProduzentInnen, gemeinsame Nutzung von Infrastruktur im Vertrieb und der Verwertung, Transport und Logistik).

Je stärker die Bedingungen des **Landwirtschaftssystems** als Handlungsrahmen von entfallen, desto grösser ist der Handlungs- und Entscheidungsspielraum für die Landwirtschaft. Marktchancen und urbane Ressourcen schaffen Bedingungen für eine diversifizierte, innovative Produktion und nachgefragte Dienstleistungen. Die urbane Landwirtschaft entwickelt sich zu einer stark diversifizierten, multifunktionalen Landwirtschaft. Die Handlungsfreiheit ist durch das strukturelle Umfeld und vorhandene Marktchancen grösser. Der urbane Raum bietet einen fruchtbaren Boden für multifunktionale, diversifizierte, resiliente Betriebe.

Die **Bedeutung von Werten und Überzeugungen** für die Gestaltung und Betriebsentwicklung wird – so die Überzeugung der AutorInnen – generell unterschätzt. In den urbanen Betrieben zeigt sich (wohl ebenso wie auf den ruralen Betrieben) die Bedeutung dieser Ebene für die Betriebsgestaltung und Entwicklung. Die Vielfalt vorfindlicher landwirtschaftlicher Betriebe erklärt sich teilweise aus dieser bedeutsamen, aber wenig untersuchten Ebene von Landwirtschaft. Diese Feststellung gilt wohl für alle Formen von Landwirtschaft. In der UL wird allerdings vermehrt das Vorliegen von modernen, ökologisch orientierten, innovativen und unternehmerisch denkenden und handelnden Menschen sichtbar, die sich verstärkt an den Wertorientierungen von Nachhaltigkeit ausrichten. Auch werden wohl soziale Dienstleistungen in einem Umfeld, das auf Dienstleistungen ausgerichtet ist, als weniger betriebsfremd empfunden, als in einem Umfeld, das von einer überwiegend auf Produktion ausgerichteten Landwirtschaft geprägt ist. Damit zeigen sich in der UL Kontrastorientierungen zur traditionellen Wahrnehmung der Landwirtschaft als „Ernährerin der Nation“.

Bedeutung sozialer Aspekte: Produktion, Vermarktung und Dienstleistungen der Betriebe beziehen sich in starkem Masse auf das **städtische Umfeld** (wohl ausgeprägter als in stadtfernen, peripheren Betrieben). Urbane Betriebe sind in ein enges, vielfältiges Netz mit der sozialen Stadtumgebung eingebunden. ProduzentInnen und KonsumentInnen treffen sich und verbinden sich, es werden Vertrauensbeziehungen aufgebaut. In diesem Austausch gibt es

neue Produkte, Nachfragen, Solidaritäten, auch urbane Freiwilligenarbeit (jenseits von familiär gebundenen Unterstützungsleistungen). Sozialkapital nimmt verschiedene Formen und Qualitäten an. Sie sind für die urbanen Landwirtschaftsbetriebe und die urbane Bevölkerung gleichermaßen relevant und machen zu einem grossen Teil die besondere Qualität von UL aus. Für urbane Betriebe sind Bridging-Konzepte besonders wichtig. Die Betriebe zeigen (neue) Beziehungsnetze zwischen verschiedenen sozialen Gruppen (Milieus) und städtischer und ländlicher Kultur. Urbane LW und ihre Akteure sind durch die Stadt beeinflusst, auch wenn sie sich (wie im Falle des Rütihofs) dagegen zu wehren versuchen (oder zumindest von „reiner“ Landwirtschaft träumen). Umgekehrt „verstädtern“ auch die traditionellen Familienbetriebe; es tauchen „Bauernkinder“ auf, die mehr an Computernerds erinnern (und nicht auf Anhieb als Hofnachfolgende vorzustellen sind) und Stadtkinder setzen den Strohhut auf und binden sich eine Gärtnerschürze um. Es entstehen neue soziale Beziehungen und Kulturen. Für Überlegungen zu sozialer Nachhaltigkeit eröffnen sich damit neue Perspektiven, die über die traditionellen Formen der Gestaltung von Landwirtschaft hinausweisen. Soziale Zielsetzungen sind in der urbanen Landwirtschaft generell sehr wichtig.

Bedeutung ökonomischer Aspekte: Stadt bietet ökonomisch relevante Ressourcen, in der Stadt fallen ungenutzte Energieflüsse an, in der Stadt finden auch Verarbeitung und Vermarktung statt. KonsumentInnen, aber auch Nachfragende nach Dienstleistungen und Umweltbildung aller Art finden sich unmittelbar vor Ort. Urbane Landwirtschaftsbetriebe besetzen durch die Verbreiterung ihrer Tätigkeiten in der Wertungskette ökonomisch relevante Nischen. Soziale Kapitalformen werden in diverser Weise in ökonomische Kapitalformen umgesetzt. Die Umsetzungsprozesse sind speziell vielfältig und ideenreich, auf Grund der zahlreichen sozialen Ressourcenformen. Innovative Kombinationen von Angeboten und Leistungen führen zu einem beachtlichen ökonomischem Potential der Betriebe. Alle untersuchten Betriebe gewinnen an ökonomischer Stabilität und Bedeutung durch die Nutzung von Sozialkapital.

Bedeutung ökologischer Aspekte: Urbane LW ist stärker auf Innovation und auf Systemerneuerung ausgerichtet. Ökologische Nachhaltigkeit ist in den Betrieben als Wertvorstellung (mutmasslich) stärker verankert als in Betrieben im ländlichen Raum. Grund für diese Argumentation ist, dass Nachhaltigkeitsziele verstärkt vom Umfeld nachgefragt werden. Viele Organisationen von urbaner Landwirtschaft sind nicht in das System der Direktzahlungen eingebunden und verfolgen deshalb Nachhaltigkeitsziele eher aus eigenen Interessen, denn als Systemvorgaben. Generell zeigt sich in Umweltfragen eine gewisse Kluft zwischen der Bevölkerung in Stadt und Land, indem die städtische Bevölkerung stärker und auch zunehmend grüne Positionen bezieht (messbar zum Beispiel durch grüne Politiker in der Exekutive von Städten). Die Bevölkerung in den Agglomerationen liegt in der Mitte zwischen diesen beiden Polen. UL muss sich in ihren Tätigkeiten verstärkt an der urbanen Bevölkerung und deren Bedürfnisse orientieren. Die untersuchten Betriebe positionieren sich auch deutlich in ökologischer Hinsicht.

Urbane Landwirtschaftsbetriebe sind oft moderne, innovative, ökologisch bewirtschaftete Betriebe, die ihre Produkte über alle Dimensionen der Nachhaltigkeit vermarkten. Der ökonomische Mehrwert generiert sich aus der Vermarktung und Nutzung der ökologischen und sozialen Verpflichtung der Betriebe. Entscheidungen über Hofentwicklungen werden verstärkt in diesem gesamtheitlichen Rahmen gefällt, soziale Aspekte spielen eine wichtige Rolle.

6.3 Sozialräumliche Ebene (Gemeinschaft, Quartier, Stadt)

Die Städtische Bevölkerung nimmt die landwirtschaftlichen Räume in Beschlag, es entstehen Austauschbeziehungen und soziale Prozesse, die die Räume gestalten und entwickeln. Urbane Landwirtschaft ist weniger eine von der Befahrbarkeit durch Maschinen geprägte Landschaft; vielmehr prägen hier auch Begehbarkeit, Mitarbeit, Freizeitverhalten, Erholung und Aktivität den Raum. Urbane Landwirtschaft hat ein vielfältiges, von sozialen Funktionen geprägtes Gesicht. Die Ästhetik ist eine der sozialen Nutzung, weniger der tradierten, über Jahrzehnte gewachsene und sich weiter verändernde landwirtschaftliche Kulturlandschaft. Urbane Landwirtschaft kann bis zu einem gewissen Grad auch als Gegenentwurf zu der sich zunehmend ökologisch verarmenden (weil zunehmend strukturarmen) ländlichen Kulturlandschaft verstanden werden. Urbane Landwirtschaft ist damit auch ein Gegenprojekt zu Landwirtschaft als Landwirtschaftsproduzentin in einem traditionellen Sinn (das trifft am wenigsten auf den Rütihof zu). Die Ästhetik entsteht aus dem gemeinsamen Handlungsprozess und den gemeinsamen Projekten (oder zumindest wird ein Einbezug weiterer Zielgruppen in verschiedenen Aktivitäten, wie z.B. einer Selbstpflückanlage) miteingedacht. Ästhetiken z.B. der UrbanFarmers stellen gewissermassen eine Metapher für die Abgrenzung gegenüber einer traditionellen Landwirtschaftsästhetik dar. Sie besiedeln mit ihren Containern die Stadtbrachen auf den Gebäudedächern. Die Ästhetik ist eine urban-technologische. Sie beinhaltet symbolisch den in sich geschlossenen (Energie-) Kreislauf, in der Weise, wie die Schliessung vieler kleine Kreisläufe für die Stadt angestrebt werden. Die Aquaponic-Anlagen sind Metaphern für eine neue Stadtgestaltung. Urbane Landwirtschaft ist somit ebenso ein Programm oder eine Entwicklungsdimension von Stadt. Treibender Faktor ist dabei nicht die schlagkräftige und intensivierete landwirtschaftliche monokulturelle Produktion, sondern in starkem Masse die nachhaltige Gestaltung von Stadt, die sich durch die Formen und Spuren sozialer (Mit-) Nutzungen durch die aktive und engagierte Stadtbevölkerung auszeichnet.

Städtische Landwirtschaft ist in besonderem Masse gefordert, zusätzliche Leistungen ausserhalb der Produktion zu erbringen. Zum einen trägt sie negative Folgen eines urbanen Umfeldes (Littering, Mundraub, Nichtbezahlen von Produkten etc.). Umgekehrt bietet die Stadt Ressourcen, Absatzmöglichkeiten, KonsumentInnennähe, Freiwilligenarbeit, höhere Zahlungsbereitschaft etc. Die städtische Bevölkerung ist auf den Betrieben präsent. Betriebe werden durch städtische Bedürfnisse vereinnahmt und genutzt. Eine Abgrenzung gegen solche Ansprüche ist schwierig. Ansprüche des städtischen Umfelds sind aber gekoppelt mit ebensolchen Potentialen und Chancen. Eine Abkoppelung ist wohl möglich, wahrscheinlich auf lange Sicht aber nicht erfolgsversprechend und ökonomisch wohl ebenfalls nicht optimal.

6.4 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen (Politik, Wirtschaft, Recht)

Bislang gelten in der Schweiz für alle LandwirtInnen mehr oder weniger die gleichen Rahmenbedingungen – egal ob man im urbanen Umfeld oder in einem schwach besiedelten Bergtal Landwirtschaft betreibt. Die urbane Landwirtschaft zeichnet sich jedoch durch eine erhöhte

Multifunktionalität und durch vermehrt innovative Ansätze in der Betriebsstrategie aus (Formen der Vermarktung, Austausch und Zusammenarbeit mit ProduzentInnen, Umweltbildungs- und Öffentlichkeitsarbeitsaktivitäten, etc.). Dies zeigt, dass nebst den Rahmenbedingungen weitere Faktoren, wie persönliche Werte und Überzeugungen sowie das Umfeld (mit Bedürfnissen, durch die Sensibilisierung der ProduzentInnen durch den Kontakt mit den KonsumentInnen), die Betriebsstrategie massgeblich beeinflussen.

Urbane Landwirtschaft ist ein Labor für die Landwirtschaft im Allgemeinen. Im urbanen Raum wird erprobt, wohin die Landwirtschaft sich in Zukunft entwickeln könnte – in direktem Austausch und in direkter „Bedürfnisabklärung“ mit den KonsumentInnen der Produkte.

Interessanterweise gehen aber städtische oder kantonale Politiken nicht auf regionale Differenzen von Landwirtschaft ein, sondern bilden die nationale Agrarpolitik auf dem städtischen Gemeinde- und Kantonsgebiet ungebrochen ab. Hier wäre die Entwicklung einer städtischen/kantonalen Regionalpolitik ein Ansatzpunkt zur Veränderung von Landwirtschaft.

Urbane Landwirtschaft ist im Wesentlichen auch eine soziale Landwirtschaft. Sie bietet Chancen für Begegnung, Austausch, Verwurzelung, Integration und Teilhabe. Die gesellschaftlichen Chancen von urbaner LW sind nicht ausgelotet. Gesellschaftliche Entwicklungen könnten diese Aspekte in Zukunft noch stärker gewichten.

6.5 Schlussfolgerungen in Bezug auf notwendige Veränderungen, Felder mit Transformationsbedarf, Massnahmen

Unter der in dieser Arbeit nicht abschliessend beurteilbaren, aber wohl plausible Prämisse, dass Landwirtschaftsbetriebe auf vielfältige Weise positive soziale Externalitäten aufweisen, stellt sich die Frage, wie urbane Betriebe in diesen Aspekten im Sinne einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsentwicklung unterstützt und gefördert werden können. Diese Fragestellung richtete sich auch an die Fokusgruppe. Die folgenden Ausführungen beruhen im Wesentlichen auf den Diskussionen in den Fokusgruppen. Diesen wurde als vierte und letzte Frage die folgende gestellt: „Welche (agrar-)politischen Rahmenbedingungen sind für die städtische Landwirtschaft wünschbar?“

Ebene Betriebe

Allianzen von ProduzentInnen-KonsumentInnen: Ein Unternehmer sollte die Bedürfnisse seiner Kundschaft kennen. Viele Landwirte haben den Kontakt zu ihren KundInnen verloren. Die Entwicklung zu grösseren, schlagkräftig aufgestellten, spezialisierte Betrieben wird diese Tendenz weiterbefördern. Dieser Umstand könnte ein Feld darstellen, in dem zunehmend Handlungsbedarf besteht.

Laboratorium für künftige Landwirtschaft: Urbane LW ist auch ein **Versuchsfeld für die LW** im Allgemeinen. Die Betriebsstrategien sind vielfältiger und innovativer und sind oftmals nicht nur für urbane Regionen interessant und geeignet. Deshalb ist es wichtig, dass urbane Landwirtschaft ihren nötigen (Frei-)Raum und Entwicklungsmöglichkeiten bekommt.

Innovationsstudien: Urbane Landwirtschaftsbetriebe verfolgen oft innovative Betriebsstrategien, experimentieren mit unkonventionellen Partnerschaften und technologischen Ansätzen. Wünschbares und Mögliches klaffen auseinander. Hier wären Pilotprojekte hilfreich, die helfen, den betrieblichen Handlungsspielraum auszuloten oder auszuweiten; gemäss den vorliegenden Erkenntnissen wäre es insbesondere auch wünschbar, den Bereich der *sozialen Innovation auf landwirtschaftlichen Betrieben* Beachtung zu schenken.

Selbstorganisation: Ev. sollten regionale städtisch Netzwerke für Austausch und Zusammenarbeit entwickelt werden, damit auch Synergien zwischen den verschiedenen Betrieben genutzt werden können (nicht jeder Hof „chüechlet“ für sich selber).

Erfahrungsaustausch: Um Erfahrungen und Erfolgsmodelle weiterzugeben, sollte der Austausch zwischen den Betrieben gefördert werden und innovative Betriebsstrategien in die Ausbildung von LandwirtInnen einfliessen. Fragestellungen wie: Warum braucht es urbane LW? Was sind die Vor- und Nachteile von urbaner LW? sollten thematisiert werden

Direktvermarktung der Zukunft: Möglichkeiten der Direktvermarktung sollten innovativ erweitert und verbessert werden. Gibt es in diesem etablierten Feld noch Verbesserungsmöglichkeiten in der UL?

Räumliche Ebene

Partizipativ gestaltete Ästhetik und Nutzung Urbaner Landwirtschaft für Gesundheit und Lebensqualität der Bevölkerung: Landwirtschaft soll auch zukünftig Teil der Stadlandschaft sein: Das wünschen gemäss unseren Ergebnissen LandwirtInnen, die städtische Bevölkerung, sowie die Vertretenden aus den öffentlichen Ämtern. Aus diesem Wunsch eröffnen sich Fragen, wie urbane LW räumlich gestaltet werden kann, die Frage nach der Ästhetik Urbaner Landwirtschaft, aber auch die Frage nach sozialen Prozessen und den Fragen der ökonomischen Grundlagen für die Betriebe. Die Ergebnisse zeigen, dass urbane LW mit besonderen Landschaftserwartungen und Erwartungen bezüglich Mitgestaltung und Aktivität konfrontiert sind. In diesem Feld wären Aktionsforschung, Pilotprojekte, Befragungen etc. ein mögliches Mittel, die unterschiedlichen Bedürfnisse zu eruieren. Betriebe, die sich im städtischen Eigentum befinden wären besonders geeignete Objekte für die Transformationsgestaltung.

Klärung von raumplanerischen Fragen: Die urbanen Zentren wachsen und somit auch der Druck auf das urbane Landwirtschaftsland. Urbane LW braucht auch in Zukunft Zugang zu Land sowie verbesserte – den urbanen Verhältnissen und Bedürfnissen angepasste – Rahmenbedingungen. Raumplanung, Gesetze und Verordnungen zeigen Auswirkungen auf die Gestaltungsmöglichkeiten. Ist- und Soll-Studien zur Verbesserung urbaner LW sind hier wünschbar.

Flächenknappheit: In der Stadt können **ungenutzte Flächen innovativ umgenutzt** werden (Gärten auf Dächern, Aquaponic, etc.). LW-Flächen auf Dächern sind komplizierter zu bewirtschaften (es ist mehr Bewässerung nötig etc.) und sollen bestehende bodengebundene LW-Flächen nicht ersetzen, sondern diese ergänzen, wo dies sich auf Grund der zentralen Lagen solcher Flächen anbietet.

Lokale Kreisläufe: Die urbane LW soll vermehrt *für die Stadt produzieren (inkl. lokaler Verarbeitung)* und somit der Zwischenhandel minimiert werden. Denn dieser bringt negative Nebenwirkungen mit sich (Wertschöpfung ausserhalb der Landwirtschaft, Food waste, lange

Transportwege etc.). Dies erfordert räumliche Strategien für die Produktion, Versorgung, Verarbeitung und Vermarktung von LW Produkten.

Gesellschaftliche Ebene:

Gesellschaftliche Diskussion zu Urbaner Landwirtschaft: Der „neue“ Gegenstand UL könnte einen Ausgangspunkt für eine neue Diskussion über Landwirtschaft bieten. Konkrete Projekte (z.B. die Umgestaltung von städtischen Landwirtschaftsbetrieben in Betriebe der UL o.ä.) könnten konkrete Gegenstände einer solchen Diskussion sein.

KonsumentInnenstudien: Es braucht eine bessere Klärung, was die Bedürfnisse der KonsumentInnen sind: Was der rurale und was der urbane Landwirt von seinen KundInnen erfährt, sind sehr unterschiedliche Dinge: Ein Forschungsprojekt könnte besser aufzeigen, was der Konsument will. Die Bedürfnisse des Konsumenten decken sich wohl nicht einfach mit dem, was im Ladengestell steht. Bisher dachte man, der Markt wisse genau, was der Konsument wolle. Ein innovativer Ansatz wäre, die direkten Erfahrungen der urbanen Landwirte mit den KonsumentInnen zu untersuchen. Diese Untersuchung würde ev. auf andere Bedürfnisse hinweisen; die Bedürfnisse könnten in einem ganzheitlicheren Rahmen formuliert werden.

Soziale Dienstleistungen in der Landwirtschaft: Im Sozialbereich zeichnet sich ein Wandel von der Objektfinanzierung zur Subjektfinanzierung ab. Menschen mit besonderen Bedürfnissen werden künftig ihre Pflege- und Betreuungsleistungen, die Form des Wohnens selbstbestimmter definieren und finanzieren können (in der Form von Assistenzbudgets). Der Landwirtschaft und insbesondere der Urbanen LW (auf Grund der Nähe zu den Zielgruppen) eröffnen sich dadurch Potentiale und Chancen. Selbstverständlich aber auch Herausforderungen und Risiken. Es ist wünschbar und sinnvoll, diese Prozesse auch aus der Perspektive von Landwirtschaft und den aktiven Betrieben zu untersuchen (wie natürlich auch aus der Perspektive der Nachfragenden). Bereits aktive Betriebe betonen die Dringlichkeit und Wichtigkeit dieses Themas (in der Fokusgruppe dieses Projektes).

Entwicklung einer städtischen Agrarpolitik und Ernährungsstrategie: Die Stadt Zürich entwickelt ihr LW-Konzept im Einklang mit der nationalen Agrarpolitik, zudem muss sie Raumplanungs-Vorlagen vom Kanton Zürich übernehmen. Die nationale und kantonale Agrarpolitik ist jedoch auf die rurale LW ausgerichtet. Die urbane Landwirtschaft benötigt teilweise andere Rahmenbedingungen, um sich optimal entfalten zu können. Städtische Agrarpolitik könnte sich verstärkt an kollektiven und intensiven Formen von Landwirtschaft orientieren und innovative und ungewohnte Modelle und Ansätze unterstützen.

Neue Organisationsformen für die urbane Landwirtschaft: Sollten sich einheitliche Anliegen und Kräfte hinter UL identifizieren lassen, so wäre die Frage naheliegend, inwiefern diese sich zu einer Interessengemeinschaft oder einem Verband zusammenschliessen könnten. Solche Initiativen könnten auch von KonsumentInnen aus kommen, vgl. Bsp. aus Bristol („wir wollen lokale Versorgung von Gemeinschaftsgastronomie etc.“). Im Rahmen der vorliegenden Studie stand diese Fragestellung aber nicht im Vordergrund.

Zugang zu Land: Um dem Verlust von Landwirtschaftsland entgegen zu wirken, könnten zukünftig sogenannte Landschaftsschutzgebiete, urbane Landwirtschaftsflächen, vor Überbauung schützen und dadurch die Flächen für die Zukunft als Fruchtfolgefleichen sichern (dabei geht es nicht nur um öffentliches, sondern auch um privates Land).

Lernen von europäischen Fallstudien: Zur städtischen Entwicklung einer Ernährungsstrategie gehört auch die systemische Erfassung von Stadternährung. Im europäischen Umfeld

wurden das „Food councils“ als Plattformen für die Entwicklung von Ernährungsstrategien von Städten eingesetzt. Städte sollen dabei autonome Städtestrategien für die Entwicklung von urbaner Landwirtschaft entwickeln (vgl. ausländische Beispiele wie Bristol, Amsterdam, etc.). Die Schweiz ist kein Einzelfall. Sie sollte global nach Erfolgsmodellen suchen, denn Beispiele können Vorbildcharakter haben. Städte wie Bristol und Amsterdam haben autonome Städtestrategien erarbeitet, welche die urbane Landwirtschaft (und nachgelagerte Bereiche wie regionale Verarbeitung, Direktvermarktung, Konsum) fördern und entwickeln (vgl. „Food Policy Council“, „City Food Policy“ sowie das Projekt „Supurbfood“, an dem die Stadtregion Zürich beteiligt war).

Niederbrechen von Innovationsbarrieren: Teilweise verhindert die „Bürokratie der Ämter.“ (Raumplanung, etc.) Innovationen – die urbane Landwirtschaft braucht mehr raumplanerische Freiheiten. Eine Möglichkeit wäre eine neue Raumplanungszone „urbane Landwirtschaft“, welche sich entsprechend den Bedürfnissen und Ansprüchen der Stadt an die Landwirtschaft entwickeln könnte: Restaurants für Naherholungs-Suchende auf LW-Betrieben, Fischzucht / Aquaponic in LW-Zone etc.

Ebene Bildung / Aus- und Weiterbildung / Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Erwünscht wäre die Verankerung von sozialen Aspekten (Sozialkapital, soziale Vernetzung, Vermarktungsformen, soziale Innovationen, soziale Dienstleistungen) in der Aus- und Weiterbildung zu Landwirt EFZ, Bäuerin EFZ. Zudem sollten Beratungsangeboten zu Formen und Möglichkeiten von Urban Farming geschaffen bzw. gefördert werden (dies wird teilweise bereits von Agridea in der Weiterbildung von BeraterInnen geleistet).

Bildung für Nachhaltige Entwicklung: Über diese Themen der Gestaltung von LW lassen sich die weiteren Nachhaltigkeitsziele (Bildungsziele, gesellschaftliche Ziele, Nachhaltigkeitsziele der Gemeinden) besser erreichen. Indem Landwirtschaft aktives Tätigsein ermöglicht, ist sie wohl besonders in der Lage ganzheitliches Lernen zu ermöglichen. Dies stellt ein Potential dar, welches in der Tiefe noch nicht ausgelotet ist.

7 Schlussfolgerungen

Die Landschaft bäuerlicher Familienbetriebe ist bunt und vielfältig. Was in stadtfernen Betrieben zutrifft, trifft in vermehrtem Masse auch auf die Betriebe in der städtischen Agglomeration zu. Das urbane Umfeld nimmt die Landwirtschaft in Funktion und Struktur der Stadt auf, konsumiert deren Produkte, erholt sich, integriert sich, feiert, bildet sich, heiratet, amüsiert und inszeniert sich auf den urbanen Landwirtschaftsbetrieben.

Diese Buntheit ist Ausdruck der Werthaltungen und Überzeugungen der beteiligten Menschen in den jeweiligen Betrieben. Das ist nicht anders als in der traditionellen LW auch. Das Spezielle an der urbanen LW ist, dass sich neue soziale Gruppen in das Feld von LW begeben und die bestehende LW sich den Bedingungen von Stadt anpasst (sich z.B. durch Erbringen von multifunktionalen Leistungen etwas aus dem Agrarsystem löst). Aus diesem Amalgam von städtisch und ländlichen Aspekten entstehen neue Formen von LW, in denen die Themen der nachhaltigen Ernährung, der Gesellschafts- und Wirtschaftsentwicklung neu aufgerollt werden. Dabei sind die Vorschläge der UL so bunt und breit, wie es das gesellschaftliche Spektrum auch ist. Die Chance, die sich aus dieser Breite ergibt, besteht in einer frischen Initiierung der alten Diskussion über die Landwirtschaft: Was sind deren Ziele und was kann sie zum gesellschaftlichen Wohl beitragen?

Die leitenden Fragestellungen (vgl. S. 6-7) lassen sich folgendermassen beantworten:

1. Eine **nachhaltige Betriebsentwicklung** stellt eine grosse Herausforderung für die untersuchten Betriebe dar. Die Betriebe nehmen diese Herausforderung in hohem Masse an und jeder hat eine individuelle Antwort auf diese Herausforderung gefunden, die in sich stimmig und auf den Betrieb angepasst erscheint. Gerade der Umstand, dass sich die ausgewählten Betriebe den gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen stellen, macht möglicherweise die Originalität, aber auch den Erfolg der gefundenen Lösungen aus. Alle Betriebe können sich auch ökonomisch im aktuellen Umfeld z.T. gut, z.T. sehr gut behaupten (vgl. Forschungsfrage 4, unten). Die Betriebe sind komplex gestaltet und zeichnen sich durch vielfältige soziale Aspekte aus. Die langfristigen Visionen sind fest in den Wertesystemen der beteiligten Menschen verankert und finden in den Betrieben ihren Ausdruck. Jeder Betrieb stellt ein Universum aus sozialen Zusammenhängen dar, die gewählt, ausgebaut und genutzt werden. Nicht zuletzt aus dieser sozialen Verankerung und den sozialen Zusammenhängen, gewinnen die beteiligten Menschen ihre Befriedigung und ihre Motivation für ihre Arbeit. Gleichzeitig ist es eben dieser soziale Austausch, der zu den positiven Folgeeffekten für die Stadt und deren BewohnerInnen führt. Aus diesem gesellschaftlichen Austausch gewinnt urbane Landwirtschaft ihr Dynamik.

Die gefundenen und verfolgten Lösungen sind höchst vielfältig. Diese Vielfalt von entwickelten Lösungsvorschlägen kann helfen, die Entwicklung in Richtung einer nachhaltigen LW zu inspirieren. Es wird auf die Frage, was eine nachhaltige LW ausmacht, immer viele Antworten geben. Die Vielfalt von vorliegenden Antworten erhöht die Chance für die Entwicklung griffiger Strategien und dem Lernen an Best-Practice-Beispielen. Eine Analysestrategie, die von den inspirierenden und guten Beispielen ausgeht, scheint ein guter Weg für die Erforschung betrieblicher nachhaltiger Entwicklungsprozesse zu sein.

Folgeprojekte müssten sich detaillierter und auch in quantifizierender Weise den Zusammenhängen der Nachhaltigkeitsdimensionen widmen. Pilotprojekte könnten zeigen, in welche

Richtung nachhaltige Strategien verankert werden können und welche Politiken dafür griffig sein können.

2. Die **gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen** sind auf das traditionelle ländliche Agrarsystem ausgerichtet. Alle befragten Betriebe klagen über Hürden und Restriktionen in den betrieblichen Entwicklungen und wünschen sich besser angepasste oder gerechtere Rahmenbedingungen. Die beiden neuen UL-Betriebe ortoloco und UrbanFarmers werden vom Agrarsystem finanziell nicht unterstützt, was von ortoloco beklagt wird, von den UrbanFarmers aber auch als Element der „Freisetzung“ geschätzt wird. Den beiden anderen Betrieben gelingt es, sich in den gesetzten Rahmenbedingungen zu behaupten. Allerdings ist das Agrarsystem, aber auch die Bau- und Zonenordnungen für die Betriebe in vielen Fällen limitierend (Müllers würden gerne einen Gastrobetrieb in der Landwirtschaftszone errichten; Rüetschis beklagen die Ökologisierung der Agrarpolitik). Im Prinzip klagen alle Betriebe aber über hinderliche Rahmenbedingungen oder über Diskriminierung. Generell werden die Rahmenbedingungen als starr wahrgenommen und den eigenen Entwicklungsbestrebungen als hinderlich entgegenstehend.

Das Agrarsystem wirkt zum einen konservierend (indem es Strukturwandel abfedert und dazu beiträgt, dass Fruchtfolgeflächen erhalten bleiben). Das System ist aber nicht auf eine Wahrnehmung oder gar Förderung von neuen Formen von LW ausgerichtet. Es gilt vertieft abzuschätzen, wo das Agrarsystem in positiver wie in negativer Weise konservierend wirkt. Landwirtschaft in der Stadt trifft auf besondere Bedingungen und sollte auf diese Bedingungen und Bedürfnisse eingehen können. Urbane LW sollte Rahmenbedingungen finden, die flexibler, durchlässiger, einfacher, mit weniger bürokratischen Hürden ausgestattet sind und es wären auch Rahmenbedingungen denkbar, die urbane Landwirtschaft in Richtung von mehr Nachhaltigkeit unterstützen könnten. An den Beispielen wird offensichtlich, dass die Produktion von Nahrungsmitteln nur ein Aspekt in einer umfassenderen Palette von Aufgaben urbaner LW darstellt. Die Bedürfnisse der Stadtbevölkerung sind vielfältig. Entsprechend wäre eine umfassende, ganzheitliche Förderungsstrategie wünschbar.

Im Projekt wurde beklagt, dass die Städte keine eigene Landwirtschaftspolitik verfolgen, die dem urbanen Raum angepasst wäre und den Betrieben den nötigen Handlungsspielraum für ihre Leistungen zu Händen der städtischen Bevölkerung öffnen würde. Die Städte vollziehen kantonale und nationale Strategien; eine regionale, in diesem Falle urbane Landwirtschaftspolitik (oder eine Politik des urbanen Landwirtschafts- und Ernährungssystems) zeichnet sich noch nicht ab. In diesem Bereich wären gezielte Pilotprojekte wünschbar, um konkrete Ziele und Strategien einer urbanen Politik zu entwickeln.

Die Schwierigkeit, geeignete Rahmenbedingungen für urbane Landwirtschaft zu schaffen, hängt wohl damit zusammen, dass dafür intersektorale Politiken zu entwickeln wären. Food councils und ähnliche Projekte könnten helfen, hier den Handlungsspielraum auszuloten und gegebenenfalls auch zu erweitern.

3. Die Betriebe weisen erhebliche positive **soziale Externalitäten** auf. Diese Aussage drängt sich auf Grund der vielfältigen Aktivitäten der untersuchten Betriebe auf. Die ausgewählten Beispiele wurden selbstredend auch dahingehend ausgewählt, dass sie sozial interessante Fälle darstellen. Das Ausmass, die Breite, aber auch das Engagement der erbrachten Leistungen, die Vielfalt und Innovationskraft der gezeigten Leistungen sind bemerkenswert. Alle Betriebe stellen Laboratorien dar, wie Gesellschaft und LW neu organisiert werden kann, z.B. in einer Neukreation des ländlichen in der Stadt mit „Seelsorgefunktion“ (Rüetschis), mit einer Amalgambildung von Stadt und Land, Sozialem und Landwirtschaft (Meiers), mit gesellschafts- und agrarpolitischen Alternativen (ortoloco) und mit einer technologischen Inno-

vation, die die Nachhaltigkeit durch Markteroberung sichert (UrbanFarmers). All diese Gesellschaftsmodelle im Kleinen zeigen heute in vielfältiger Weise positive Auswirkungen. Sie sind in den Wertesystemen der beteiligten Menschen verankert und in Formern von Vernetzung und Sozialkapitalbildung in Wert gesetzt. Die Menschen in den Betrieben leisten einen grossen Aufwand, gerade auch im sozialen Bereich (oder planen einen solchen zumindest). Sie bauen soziale Beziehungen auf und versuchen, diese Beziehungen in einer sozial nachhaltigen Weise zu gestalten (in den Beziehungen zu den Mitarbeitenden, den betreuten und auszubildenden Personen, den Hofbesuchenden, KonsumentInnen, GenossenschafterInnen). Diese Aufgabe und Beziehungsgestaltungen leiten sie aus ihren Werten und Überzeugungen ab, aus den Aufgaben, die sie als ihre gesellschaftlichen oder gar planetarischen Aufgaben sehen.

Eine Beschreibung dessen, was unter positiven sozialen Externalitäten alles geleistet wird, bleibt so vielfältig, wie es die Betriebe sind. In den Ergebnissen der vorliegenden Studie werden diese Leistungen gut sichtbar. So vielfältig die Interessen und Bedürfnisse der urbanen Bevölkerung sind, so vielfältig könnte die urbane LW gestaltet sein. Sicher wäre es in Folgeprojekten auch möglich, diese sozialen Leistungen in geeigneten Projekten auch zu monetarisieren.

4. Alle untersuchten Betriebe stellen in gewisser Weise auch **ökonomische Erfolgsmodelle** dar. Wiederum werden aber für die einzelnen Betriebe selber sehr unterschiedliche Dinge mit „ökonomischem Erfolg“ verbunden. Die beiden traditionellen Betriebe zeigen, dass auch breit diversifizierte Betriebe ökonomisch erfolgreich sein können (Rüetschis in der Verarbeitung und Vermarktung, Meiers in den Produktepalletten, aber insbesondere auch in der Kombination mit der sozialen Arbeit). Organisation und Bewirtschaftung dieser Betriebe sind wohl entsprechend aufwändiger, als dies für enger fokussierte Betriebe der Fall wäre. Rüetschis sind mit ihrer Nischenstrategie auch ökonomisch erfolgreich, indem ihre Produkte einen guten Absatz finden; der Meierhof hat sich als grosser und einflussreicher Betrieb unter den Gemüsebauern etabliert und ist in der Lage, die weniger lukrativen sozialen Betriebsteile mitzutragen.

Für ortoloco misst sich der Erfolg in anderen Kategorien. Ortoloco ist solidarisch und langfristig breit abgestützt und bietet den Mitarbeitenden gute Arbeitskonditionen. Die UrbanFarmers haben viel Zeit und Mühe und auch Kapital investiert; der Silberstreif ökonomischen Erfolgs wurde im Projektverlauf am Horizont aber sichtbar, indem die Finanzierung für ein Grossprojekt gefunden werden konnte. UrbanFarmers und ortoloco können nicht als diversifizierte Betriebe bezeichnet werden, sie funktionieren etwas anders als herkömmlich landwirtschaftliche Betriebe.

Die Betriebsziele aller untersuchten Fälle sind auf eine umfassendere Nachhaltigkeitskonzeption von Gesellschaft ausgerichtet (und stellen nicht einfach gewinnorientierte Unternehmungen dar). Der ökonomische Erfolg wird als in diesen Rahmen eingebettet wahrgenommen, respektive ist Teil einer umfassenderen, wertgetriebenen Betriebsstrategie. Dazu gehört die Orientierung an der Produktequalität, aber an der Bedeutung, die sie den sozialen Aspekten einräumen. Sozialkapital spielte in allen Beispielen eine herausragende Rolle in der Realisierung der ökonomischen Betriebsziele.

5. Die **Handlungs- und Entscheidungsmuster**: Die Beispiele zeigen, dass die betrieblichen Entwicklungen von verschiedenen Faktoren beeinflusst werden. Die verankerten Wertvorstellungen spielen in allen untersuchten Fällen eine wichtige Rolle. Bei den beiden konventionellen Betrieben zeigt sich, dass die Stadt diese Betriebe auf spezifische Weise beeinflusst hat: Zum einen die Rüetschis, die in die Stadt eingewandert sind, weil sie keinen

anderen Hof zur Pacht gefunden haben; zum anderen die weltoffenen Meiers auf dem Meierhof, der selbst von der Stadt eingeholt worden ist. Während die Rüetschis sich im Laufe ihrer Zeit in der Stadt sich kontrastierend in die Vielfalt der Stadt einordnen, entsteht bei Meiers im Agglomerationsgürtel so etwas wie eine neue Ländlichkeit. Kundennachfrage und Kundenbedürfnisse beeinflussen diese Betriebe und deren Angebote. Die Betriebe nutzen die sich öffnenden Marktchancen. Dabei gibt es neben den herkömmlichen, wichtigeren Betätigungsfeldern (Milchproduktion, Gemüsebau), eine Reihe von diversifizierenden Aktivitäten, die sich an die Kernproduktion angliedern. Das Agrarsystem spielt als Rahmenbedingung insbesondere für den Rütihof eine Rolle. Der Rütihof entwickelt sich im Rahmen dieses Systems, wobei er zu seinem Glück (der biologischen Produktion) durch die Stadt gezwungen wurde. Die getroffenen Entscheidungen zeigen aber, dass die Rüetschis den grossen Handlungsspielraum auch geschickt nutzen. Der Meierhof bewegt sich auf einem anderen Skalenniveau, die Direktzahlungen haben nicht dieselbe Bedeutung wie für den Rütihof.

Der Startpunkt der neuen Formen von UL ist ein gänzlich anderer. Sie verfügen auch nicht über eine langjährige Geschichte, die die Rahmenhandlung für zu treffende Entscheidungen abgibt. Sie sind als Landwirtschaftsformen in der Stadt entstanden. Diese beiden Betriebe bewegen sich in einem völlig anderen Umfeld und sind somit gänzlich unterschiedlichen Einflussfaktoren ausgesetzt. Ortoloco als Genossenschaft bewegt sich im sozialen Netz der Genossenschafter und der CSA-Bewegung, Handlungen und Entscheidungen der UrbanFarmers richtet sich auf einen potentiellen europäischen Markt für Systempflege von Aquaponic-anlagen.

Die unternehmerischen Strategien sind somit ausgesprochen vielfältig, sie orientieren sich zum einen an Werten, die sich in der Geschichte eines Betriebes wandeln/weiterentwickeln und sich auf das Umfeld ausrichten. Mit den Werten sind immer Formen von sozialem Austausch verbunden, die auch für die Betriebe einen positiven Wert und Gewinn darstellen. In diesen Konstellationen von ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekten werden Entscheidungen getroffen. Die Wertekonstellationen geben eine Richtschnur für die Entscheidungen ab.

6. Die **Werthaltungen** der untersuchten Betriebe entscheiden in ausgesprochen deutlichem Masse die Betriebsentwicklung. Es konnte gezeigt werden, dass die in den Betrieben realisierten Lösungsmuster von den befragten Personen auch als geeignet angesehen werden, die gesellschaftlichen Probleme zu lösen. Unnötig zu betonen, dass es sich dabei um sehr unterschiedliche Werthaltungen handelt, die in ebenso unterschiedlichen Betriebsstrategien und Entscheidungen mündeten und in anderen Lösungsvorschlägen für die gesellschaftlichen Probleme. Die beiden neuen Formen von Landwirtschaft heben sich durch das Wertesystem besonders deutlich von konventionelleren lw Betrieben ab. Diese Werthaltungen spiegeln sich in den Zielsetzungen, die diese Betriebe anstreben. Dabei kontrastiert ein eher „revolutionärer“ Weg (ortoloco) mit einem eher „kapitalistischen“ Weg (der UrbanFarmers). Über Entscheidungswege und die Bedeutung von Einflussfaktoren kann in diesen Fällen erst spekuliert werden: Sie stehen wohl eher am Anfang ihrer Entwicklung.

Es erscheint erstaunlich, dass die Ebene der Werte in der Agrarforschung relativ stiefmütterlich behandelt wird. In sehr hohem Masse sind die hier ausgewählten Betriebe Umsetzungen der Wertvorstellungen der befragten Personen.

7. Die UL gestaltet die **städtische Landschaft**. Diese Landschaft ist aber bunt, unterscheidet sich teilweise vom herkömmlichen Landschaftsbild von Landwirtschaft und bringt neue Formen von städtischer Landschaft hervor, die durch die Beteiligung der Menschen vor Ort entstanden sind. Selbst auf dem traditionellsten Betrieb erschaffen die städtischen BesucherInnen ein anderes Landschaftsbild des Betriebes, indem Anlagen und Türen geöffnet werden.

Wenn eine Schlussfolgerung gezogen werden muss, was urbane LW als spezifisch auszeichnet sind es die folgenden Aspekte:

Es gibt keine einheitliche urbane LW, sie ist so vielfältig, wie die Landwirtschaft insgesamt. Sie zeigt sich aber beeinflusst vom städtischen Umfeld. Dieser Einfluss zeigt sich in allen Aspekten der Betriebe: Die Organisation der Betriebe selbst, z.B. in der Diversifikation, in den nachgefragten Produkten und Dienstleistungen, in den sozialen und sozialräumlichen Strukturen. Soziale Netzwerkbildung und Sozialkapital sind entscheidende Elemente in der Bestimmung von urbaner Landwirtschaft. StadtbäuerInnen sind oder werden sozial interaktiv. Sie gewinnen nicht zuletzt aus diesem sozialen Teil der Arbeit besondere Befriedigung. Sie produzieren in viel stärkerem Ausmass für ihre KundInnen und für Personen, mit denen sie ein persönliches Verhältnis aufbauen (und weniger für Abnehmerorganisationen). Dieser Austausch trägt mit dazu bei, dass urbane LW sich stark an Fragen von Ökologie und Nachhaltigkeit ausrichtet (dies nicht als quantifizierende Aussage, sondern als Aussage, die sich auf die Wichtigkeit dieser Werte bei den befragten Personen bezieht). In dieser Perspektive steht urbane LW der Stadtbevölkerung nahe. Diese Kundschaft ist sensibilisiert für die Themen der Nachhaltigkeit, aber auch von Produktequalität, Frische etc. Die Interessen dieser Menschen gehen aber noch viel weiter. Ernährung und Produktion von Nahrungsmitteln ist nur ein Einstieg in die grosse Themenwelt der Nachhaltigkeit. Sollte urbane LW diese Themen selber aktiv aufgreifen, eröffnen sich für die urbane Landwirtschaft möglicherweise erweiterte Perspektiven der Kooperation und des Zusammenwirkens mit den KundInnen, KonsumentInnen, der Stadtbevölkerung oder der Gesellschaft insgesamt. Das sind Entwicklungspfade, die auch der Landwirtschaft insgesamt offenstehen würden. Urbane LW kann als Versuchslaboratorium für die Entwicklung von Landwirtschaft dienen – sie bietet schon heute eine Vielfalt von innovativen Betrieben, neue Kooperationsformen und unkonventionelle Strukturen. In der Verfolgung und Weiterentwicklung dieser Ansätze können Hinweise für eine nachhaltige Transition von Landwirtschaft gewonnen werden.

Literatur

- Alston, Margaret (2004). Who is down on the farm? Social aspects of Australian agriculture in the 21st century. *Agriculture and Human Values*, 21, 37-46.
- BFS Bundesamt für Statistik (Producer). (2012, 30.3.2020). Raumgliederungen Applikation der Schweizer Gemeinden. Retrieved from <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/querschnittsthemen/raeumliche-analysen/raeumliche-gliederungen.html>
- BFS Bundesamt für Statistik. (2019a). Arealstatistik Schweiz - Erhebung der Bodennutzung und der Bodenbedeckung *Raum und Umwelt* (Vol. 02). Neuchâtel.
- BFS Bundesamt für Statistik. (2019b). Bevölkerung: Panorama 2019 *Grundlagen und Übersicht* (Vol. 02). Neuchâtel.
- BLW Bundesamt für Landwirtschaft. (Ed.). (2009). *Agrarbericht 2009*. Bern: BBL.
- BLW Bundesamt für Landwirtschaft. (Ed.). (2012). *Agrarbericht 2012*. Bern: BBL.
- BLW Bundesamt für Landwirtschaft (Ed.). (2001). *Agrarbericht 2001 des Bundesamtes für Landwirtschaft*. Bern: RDV.
- Bombach, Clara, Stohler, Renate, & Wydler, Hans. (2015). Farming families as foster families: The findings of an exploratory study on care farming in Switzerland. *International Journal of Child, Youth and Family Studies*, 6(3), 440-457.
- Bosshard, Andreas, Schläpfer, Felix, & Jenny, Markus. (2011). Weissbuch Landwirtschaft Schweiz. *Analysen und Vorschläge zur Reform der Agrarpolitik*, 2.
- Bourdieu, Pierre. (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In Reinhard Kreckel (Ed.), *Soziale Ungleichheiten* (Vol. Soziale Welt, Sonderband 2): Springer.
- Bundesamt für Landwirtschaft BLW (Ed.). (2019). *Agrarbericht 2019*. Bern.
- Bundesgesetz über die Landwirtschaft vom 29. April 1998, Art. 1 und 2 C.F.R. (1998).
- Coleman, James. (1991). Grundlagen der Sozialtheorie. Band 1. Handlungen und Handlungssysteme: München: Oldenbourg.
- COST TD1106. (2011). Memorandum of Understanding for the implementation of a European Concerted Research Action designated as COST Action TD1106: Urban Agriculture Europe (UAE) (Vol. COST 4186/11): COST Committee of Senior Officials (CSO).
- Dirschler, Clemens. (2012). "Bauern - von wegen die schwätzen net" Dialog als Schlüssel zur sozialen Nachhaltigkeit - ein Projekt mit Jungbauern. *Der kritische Agrarbericht 2012*, S. 65-68.
- Dümmler, Patrick, & Roten, Noémie. (2018). Eine Agrarpolitik mit Zukunft. In *avenir suisse* (Ed.), *avenir debatte*.
- Egloff, Lea. (2013). Klima- und Energiebilanz des CSA-Betriebs ortoloco, Vergleich von vier Gemüsekulturen mit anderen Bio-Anbauverfahren. *ZHAW Wädenswil, Bachelorarbeit, UI10. In Zusammenarbeit mit FiBL Schweiz, Frick*.
- Engel, Astrid. (2006). *Netzwerkbildung zur Stärkung des Öko-Landbaus in Mecklenburg-Vorpommern*: na.
- Engel, Astrid, Ulmer, Harald, & Kantelhardt, Jochen. (2006). Betriebstypen des Ökologischen Landbaues in Mecklenburg-Vorpommern—Empirische Befunde und Ansatzpunkte für Optimierungen.
- Engelhart, Reinhard, Vogel, Stefan, & Larcher, Manuela. (2011). Sozialkapital in bäuerlichen Familien. *Diversifizierung versus Spezialisierung in der Agrar- und Ernährungswirtschaft*, 25.
- Fafchamps, Marcel & Minten, Bart. (2002). Social capital and the firm: evidence from agricultural traders in Madagascar. In Christiaan & van Bastelaer Grootaert, Thierry (Ed.),

- The Role of Social Capital in Development. An empirical Assessment* (pp. 12-154). Cambridge: University Press.
- Fischer, Markus. (2015). *Zustand der Biodiversität in der Schweiz* 2104.
- Flick, Uwe, von Kardoff, Ernst, & Steinke, Ines. (2009). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Flury, Christian, & Huber, Robert. (2007). Evaluation der Jointness in der Schweizer Landwirtschaft. *Agrarforschung Schweiz*, 14(11-12), 572-574.
- Franzen, Axel, & Freitag, Markus. (2007). *Sozialkapital. Grundlagen und Anwendungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fuchs-Heinritz, Werner & König, Alexandra. (2005). *Pierre Bourdieu*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Gisler, Peter. (2013). *Ökobilanz von Urban Farming Produktion in Aquaponic*. (Bachelor), ZHAW, Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen.
- Glover, Jane L. (2010). Capital Usage in Adverse Situations: Applying Bourdieu's Theory of Capital to Family Farm Businesses. *Journal of Family and Economic Issues* (2010), 31, 485-497.
- Herzog, Felix, & Walter, Thomas (Eds.). (2005). *Evaluation der Ökonmassnahmen. Bereich Biodiversität* (Vol. Schriftenreihe der FAL 56).
- Jaeger, Jochen, Schwick, Christian, Bertiller, René, & Kienast, Felix. (2008). Landschaftszersiedelung Schweiz, Quantitative Analyse 1935 bis 2002 und Folgerungen für die Raumplanung, Wissenschaftlicher Abschlussbericht. *Schweizerischer nationalfonds, Nationales Forschungsprogramm NFP54 Nachhaltige Siedlungs- und Infrastrukturentwicklung, Zürich*, 344.
- Kriesi, Hanspeter. (2007). Sozialkapital. Eine Einführung. In Axel & Freitag Franzen, Markus (Ed.), *Sozialkapital. Grundlagen und Anwendungen* (Vol. Sonderheft 47, pp. 23-43). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lamnek, Siegfried. (2010). *Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch*. Weinheim: Beltz
- Latruffe, Laure, Diazabakana, Ambre, Bockstaller, Christian, Desjeux, Yann, Finn, John, Kelly, Edel, Uthes, Sandra. (2016). Measurement of sustainability in agriculture: a review of indicators. *Studies in Agricultural Economics*, 118(3), 123-130.
- Lehmann, Bernhard, Rieder, Peter, & Tutkun, Aysel (2006). [Definition der Sozialen Nachhaltigkeit aus der Sicht der LandwirtInnen, Diplomarbeit von Martina Louw-Prevost, ETH Zürich].
- Lohrberg, Frank. (2012). Agrarfluren und Stadtentwicklung. In Claudia Müller (Ed.), *Urban Gardening. Über die Rückkehr der Gärten in die Stadt*. (pp. 140-149). München: oekom.
- Lohrberg, Frank, Lička, Lilli, Scazzosi, Lionella, & Timpe, Axel (Eds.). (2016). *Urban Agriculture Europe*. Berlin: jovis.
- Mayring, Philipp. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken*. Weinheim und Basel: Beltz Studium.
- Planck, Ulrich. (1974). Familie und Gesellschaftsstruktur. Materialien zu den sozioökonomischen Bedingungen von Familienformen. In Heidi Rosenbaum (Ed.), *Familie und Gesellschaftsstruktur. Materialien zu den sozioökonomischen Bedingungen von Familienformen* (pp. 169-185). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Pretty, Jules, & Smith, David. (2004). Social capital in biodiversity conservation and management. *Conservation biology*, 18(3), 631-638.
- pro natura. (2011). Mythos "ökologische Schweizer Landwirtschaft" (Vol. Mediengespräch, 24.6.2011, Download am 11.3.2016 von www.pronatura.ch).
- Prominski, Martin. (2004). *Landschaft entwerfen. Zur Theorie aktueller Landschaftsarhitektur*. Berlin: Reimer.
- Putnam, Robert D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American democracy. *Bowling alone: the collapse and the revival of american democracy*.
- Radlinsky, André, Theler, Christoph, & Lehmann, Bernhard. (2000). Soziale Nachhaltigkeit in der Schweizer Landwirtschaft. *Agrarforschung*, 7 (8), 342-347.

- Riedel, S, Lüscher, G, Meier, E, Herzog, F, & Hofer, G. (2019). Ökologische Qualität von Wiesen, die mit Biodiversitätsbeiträgen gefördert werden. *Agrarforschung Schweiz*, 10(2), 80–87.
- Roux, Michel. (1999). Angebot von neuen Landschaftsprodukten durch die Landwirtschaft in Agglomerationsräumen. In Eidgenössische Forschungsanstalt WSL (Ed.), *Biosphärenpark Ballungsraum. Forum für Wissen* (pp. 27-35). Birmensdorf.
- Rudmann, Christine, Vesala, Kari Mikko, & Jäckel, Jennifer. (2008). 8 Synthesis and recommendations. *Entrepreneurial Skills and their Role in Enhancing the Relative Independence of Farmers*, 85.
- Schäfer, Martina. (2007). Die Rolle des Öko-Landbaus in Netzwerken ländlicher Entwicklung.
- Schallberger, Peter. (1999a). Bauern zwischen Tradition und Moderne? Soziologische Folgerungen aus der Rekonstruktion eines bäuerlichen Deutungsmusters. *Schweizerische Zeitschrift für Soziologie*, 25(3), 519-547.
- Schallberger, Peter. (1999b). Wovon handeln bäuerliche Zukunftsvorstellungen? Determinanten, Dimensionen und Typen: Paper.
- Schläpfer, Felix. (2018). Indikatoren für den Stand der Zielerreichung in der Agrarpolitik: Grundlagen und Vorschläge. In Kaleidos Fachhochschule Schweiz (Ed.). Zürich.
- Schläpfer, Felix, & Bosshard, Andreas. (2019). Indikatoren für die Beurteilung der Schweizer Agrarpolitik. In Vision Landwirtschaft (Ed.), *Schriftenreihe*. Oberwil-Lieli.
- Schmid, Dierk, Lenggenhager, Peter, & Steingruber, Emil. (2010). *Wirtschaftlichkeit der Paralandwirtschaft am Beispiel der Direktvermarktung*: Forschungsanstalt Agroscope Reckenholz-Tänikon ART.
- Schweiger, Jennifer, Widmer, Sara, & Wydler, Hans. (2011). Arbeitszufriedenheit bei Care Farmern. *Land-Berichte*, XIV(2), 52-69.
- Schweizerische Delegation bei der OECD. (2011) *Swiss_OECD_Info. Vol. Nr. 50 | Dezember 2011*.
- Sempik, Joe, Hine, Rachel, & Wilcox, Deborah (Eds.). (2010). *Green Care: A Conceptual Framework*. Loughborough: Center for Child and Family Research: Loughborough University.
- Van Veenhuizen, René (Ed.). (2006). *Cities farming for the future: Urban agriculture for green and productive cities*: IDRC.
- Velten, Sarah, Leventon, Julia, Jager, Nicolas, & Newig, Jens. (2015). What is sustainable agriculture? A systematic review. *Sustainability*, 7(6), 7833-7865.
- Verordnung über die Beurteilung der Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft vom 7.12.1998, Art. 1 C.F.R. (1998).
- Widmer, Sara, Wydler, Hans, & Christ, Yvonne. (2011). Entwicklungspotenzial im Bereich Care Farming. *Agrarforschung Schweiz*, 2(7-8), 342-347.
- Wiek, Armin, & Binder, Claudia. (2005). Solution spaces for decision-making—a sustainability assessment tool for city-regions. *Environmental Impact Assessment Review*, 25(6), 589-608.
- Wiesinger, Georg. (2007). L'importance du capital social dans le développement rural, les réseaux et les prises de décision dans les zones rurales. *Journal of Alpine Research / Revue de géographie alpine*, 95-4, 1-13.
- Wiesinger, Georg. (2015). *Social capital in rural development, networking and decision-making* (Vol.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Wiesinger, Georg, & Machold, Ingrid. (2001). Dörfliche Gemeinschaft und soziale Integration. *Bundesanstalt für Bergbauernfragen*.
- Wydler, Hans. (2012). Arbeitszufriedenheit aus Diversifikationsstrategien – das Beispiel Care Farming. *ÖGA-Jahrbuch*, 21(2), 155-164.
- Wydler, Hans, & Gairing, Miriam. (2010). *Care farming in Swiss farm households – Gender aspects in pluriactivity*. Paper presented at the Building sustainable rural futures – The added value of systems approaches in times of change and uncertainty. 9TH EUROPEAN IFSA SYMPOSIUM, Vienna.
http://ifsa.boku.ac.at/cms/fileadmin/Proceeding2010/2010_WS1.2_Gairing.pdf

- Wydler, Hans, Moriz, Christoph, & Zimmermann, Albert. (2010). *Soziale Dienstleistungen in landwirtschaftlichen Familienbetrieben. Moderne Formen traditioneller Betreuungsleistungen*. Paper presented at the SGA-Tagung, Tänikon. http://www.sse-sga.ch/downloads/Hans_Wydler_Christoph_Moriz_Albert_Zimmermann.pdf
- Wydler, Hans, & Picard, Rachel. (2010). Care Farming: Soziale Leistungen in der Landwirtschaft. *Agrarforschung Schweiz*(1), 24–29.
- Wydler, Hans, Stohler, Renate, Christ, Yvonne, & Bombach, Clara. (2013a). Care Farming - eine Systemanalyse. Wädenswil und Dübendorf: ZHAW.
- Wydler, Hans, Stohler, Renate, Christ, Yvonne, & Bombach, Clara. (2013b). Care Farming - eine Systemanalyse. In Umwelt und Natürliche Ressourcen Life Sciences und Facility Management & Forschung und Entwicklung Soziale Arbeit (Eds.), *Bericht*. Zürich.

Verzeichnis der Bilder

Abbildung 1: Städte und Agglomerationen in der Schweiz (BFS, 2012).....	4
Abbildung 2: Aspekte von Sozialkapital im Rahmen der geplanten Analyseperspektiven (eigene Darstellung).....	19
Abbildung 3: Die Rolle von Werten und Überzeugungen sowie von Sozialkapital im Rahmen des Konzepts von nachhaltiger Entwicklung (Abbildung angepasst nach Wiek und Binder, 2005)	98

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Arbeitsdefinition – Urbane Landwirtschaft (UL)	2
Tabelle 2: Analyseschritte des Forschungsprojektes City Farming	26
Tabelle 3: Betriebsspiegel der vier untersuchten Betriebe im Vergleich.....	32

Anhang A – Einstiegsfragenkatalog

Einleitung

Das Forschungsprojekt „City Farming“ möchte aufzeigen, welchen Beitrag urbane Landwirtschaft zur Stadtentwicklung leistet und welche Formen von Austausch stattfinden. Hierzu werden vier exemplarische Betriebe untersucht. Einerseits die unkonventionellen Betriebe UrbanFarmers in Basel und die Gemüsekooperative ortoloco in Dietikon, andererseits zwei herkömmliche Landwirtschaftsbetriebe im Agglomerationsraum von Zürich. Der Fokus der Fallstudien liegt auf der sozialen Dimension von Nachhaltigkeit – in Bezug auf die Unternehmungen, wie auch in Bezug auf ihr soziales Umfeld.

Im ersten Schritt werden mithilfe eines Fragenkataloges die Betriebe grob erfasst. Ziel dabei ist einen Überblick zu erhalten und darauf aufbauend vertiefte Interviews durchzuführen.

Betrieb:

Anwesende:

Datum:

ÖKONOMIE

Betriebsstruktur:

Rechtsform, Anzahl Jahre seit Gründung / Betriebsübernahme	
Eigentum / Pacht	
Haupterwerb / Nebenerwerb, SAK	
Betriebszweige: Anzahl Tiere, Anzahl Flächen	

Beschäftigungsstruktur:

Anzahl Arbeitskräfte: davon familieneigene / familienfremde, Schweizer / Ausländer, Männer / Frauen, Ganzjährig / Saisonier	
Zusätzliche freiwillige Mithelfer	

Vermarktung:

Abnehmer, Verträge	
Direktvermarktung, Zukauf für Hofladen?	

Marktsättigung, Marktstabilität in der Nachfrage	
--	--

Finanzielles (Welche Höhe wäre üblich bei dieser Betriebsgrösse?):

Erfolgsrechnung, Einkünfte	
Direktzahlungen, % der Einnahmen	
externe Finanzierung und Unterstützung	
Einnahmen aus Nebenerwerb, Hofladen, % der Einnahmen?	
Vermögenswerte in Anlagen und Fahrzeugen	
Abhängigkeit von Dritten: Kredite, Verschuldung	

ÖKOLOGIE

Produktionssystem (ÖLN, Bio, etc.), Zertifizierung, Labels	
Anteil ökologische Ausgleichsflächen	
Ökologische Anbaumethoden: Schleppschläuche, etc.	
Biodiversitätsprogramme, ÖQV, alte Sorten, Bienenhaltung, etc.	
Zukauf (Futter, Dünger, etc.), Stoffflüsse	
Food Waste auf Hof (vor Ernte, Verwendung)	
von Betrieb angewandte Methoden zur Nachhaltigkeitsevaluation	

SOZIALES

Ausbildungssituation

Traditionelle Betriebe: Familien- und Ausbildungssituation (Betriebsleiter, PartnerIn, Kinder)	
Andere Betriebe: Ausbildungssituation	

Anstellungsbedingungen Betriebsleiter und Mitarbeitende, Mitarbeit und Anstellung von Familienangehörigen:

Person 1 /2/ 3:

Arbeitszeit/Woche, Ferien, freie Wochenenden, Überstundenregelung	
Weiterbildungsangebote	
Ausbildung von Lehrlingen?	
Persönliche Zufriedenheit, Freizeit, Hobbies, Zeit für andere Interessen	

FRAGEN ZUM SCHLUSS

Für die einstündigen Interviews möchten wir weitere Personen auf dem Hof befragen. Einverständnis einholen, Vorschläge für die Wahl zu befragter Person einholen; in traditionellen Betrieben ist wohl die Befragung der Partnerin des Betriebsleitenden Standard. Welche Termine sind für einen Befragungstag geeignet, geeignete Tageszeiten?

Wann idealer Zeitpunkt für Kurzinterviews mit Konsumenten / Kunden? Für Beobachtungen?

Einsicht in landwirtschaftliche Betriebsstrukturerhebung möglich? Dokumente verfügbar, Buchhaltungsdaten?

Anhang B – Betriebsspiegel

Betriebsspiegel Rütihof

Der Rütihof ist einer von zehn Betrieben, welche der Stadt Zürich gehören und welche diese an Landwirte verpachtet. Der Hof liegt am Stadtrand zwischen Seebach und Affoltern, inmitten des Naherholungsgebietes, von Strassen und Siedlungen umgeben. Die Familie Rüetschi pachtet den Betrieb seit 1998. Die Bewirtschaftungsverträge mit der Stadt Zürich setzen seit 2001 die biologische Bewirtschaftung der Pachtbetriebe voraus (Bio-Suisse).

Betriebsstruktur

René Rüetschi, gelernter Landwirt mit Meisterprüfung, und seine Ehefrau Ruth Rüetschi, gelernte Floristin, bewirtschaften den Betrieb im Haupterwerb. Sie wohnen zusammen mit ihren zwei Söhnen auf dem Hof.

Die Rüetschis sind seit 2010 dabei, ihre Holstein-Milchkühe durch Wasserbüffel zu ersetzen. Auf dem Hof befindet sich ungefähr folgende Zusammensetzung an Tieren: Wasserbüffel: 35 Kühe, 35 Jungtiere aus eigener Aufzucht; Holstein: 25 Milchkühe, 5-10 Tränkekälber; 6 Schweine; 2-3 Pensionspferde.

Die landwirtschaftliche Nutzfläche (LN) von 50 Hektaren beinhaltet 35 ha Weiden, 6 ha Kunstwiese, 8 ha offene Ackerflächen für Futteranbau (4 ha Mais, 4 ha Getreide), 70 Aren Beeren. Verteilt auf verschiedene Weiden stehen im Total 120 Hochstamm-Obstbäume.

Die 70 Aren Beeren sind eine Selbstpflückeranlage mit Himbeeren, Heidelbeeren und Brombeeren. Weitere Beeren werden für den Verkauf im Hofladen produziert (Johannis-, Stachel-, Cassis- und Erdbeeren).

Beschäftigungsstruktur

Die Familie Rüetschi hat keine festen Mitarbeitende angestellt. Sie beschäftigen jeweils zwei Praktikanten für 18 Monate, welche meist aus Osteuropa kommen und auf dem Hof leben (Programm Agriimpuls). Meistens haben sie auch einen Lehrling auf dem Betrieb, der jetzige hat im Sommer 2014 mit seiner Lehre begonnen. Zusätzlich hilft ein Pensionär als unbezahlter Mitarbeiter auf dem Hof mit.

Vermarktung

Im Hofladen wird rund ein Viertel der eigenen Produkte vermarktet, dieser Anteil wächst stetig. Im Sommer stammen sogar rund zwei Drittel des Angebotes aus eigener Produktion. Das Angebot auf dem Hofladen beinhaltet folgende Büffelprodukte: Fleisch (frisch oder gefroren, inkl. Würste, Fleischkäse, Hackfleisch, etc.), Milch, Camembert, Mozzarella, Joghurt, Glacé, Seife. Zudem Schweinefleisch, Beeren, Konfitüre. Die Verarbeitung der Büffelmilch und des Büffelfleisches erfolgt ausserhalb des Betriebs in verschiedenen kleinen Manufakturen. Für den Hofladen werden saisonale Bioprodukte zugekauft. Unter anderem gibt es einen Austausch von Produkten mit zwei bis drei weiteren Hofläden aus der Region. Dieser Austausch ist effizient, da beide Fahrten für den Transport von Produkten genutzt werden können.

Auch die Selbstpflückanlage der Beeren ist eine Form der Direktvermarktung. Die Saison beginnt meist Mitte Juli und endet Anfang September. Viele Kunden kombinieren das Beerenpflücken mit einem Einkauf im Hofladen. Ist der Hofladen nicht offen, können sich die KundInnen an einem Verkaufsautomaten selbstständig bedienen.

Die Büffelmilchprodukte werden auch in Quartierläden und einigen Migrosfilialen verkauft. Die Milch der Holsteinkühe wird in herkömmliche Abnahmekanäle gespiesen.

Ökonomische Aspekte

Der jährliche Umsatz beträgt rund 300'000 Franken. Gut 30% des Umsatzes werden über Direktzahlungen generiert. Ein kleiner Zusatzverdienst kommt aus der Umweltbildung.

Ökologische Aspekte

Der Umstellung von Holsteinkühen auf Wasserbüffel liegen ökonomische und ökologische Überlegungen zugrunde. Wasserbüffel sind viel angepasster an das lokale Futterangebot als die Holsteinrasse, sie sind zufrieden mit Rauhfutter (Heu und Silage). Der Rütihof kann dadurch den Zukauf von Krafftutter markant senken, was auch Kostenersparnisse mit sich bringt.

Seit 2003 werden alle Tiere nach den BTS- und RAUS-Richtlinien gehalten (besonders tierfreundliche Stallhaltung und täglicher Weidegang oder Auslauf ins Freie).

Der Hof macht mit bei einem Landschaftsentwicklungsprojekt der Stadt Zürich. Die Stadt Zürich als Verpächterin verlangt zudem, dass mindestens 15% der LN ökologische Ausgleichsflächen sind.

Soziale Aspekte

Der Hof macht mit beim Programm „Schule auf dem Bauernhof“ (SchuB). Schulklassen der Stadt Zürich kommen jeweils für einen halben Tag auf den Betrieb und erleben die Landwirtschaft hautnah. Nebst einem theoretischen Teil können sie sich meistens auch praktisch betätigen, René Rüetschi ist verantwortlich für die Klassen. Zudem kommt eine Kindergärtnerin mit ihrer Gruppe vom Waldkindergarten und Gruppen der Naturschule Zürich selbstständig einen Tag die Woche auf den Hof.

Da der Hof direkt am Stadtrand gelegen ist, kommen viele Leute bei ihren Spaziergängen und Ausflügen auf dem Hof vorbei, vor allem an Sonntagen. Diese können den Stall im Rahmen der „Stallvisite“ von 9 bis 18 Uhr selbstständig besichtigen. Die Anfragen für Hofführungen haben in letzter Zeit stark zugenommen.

Betriebsspiegel Meierhof

Der Landwirtschaftsbetrieb der Familie Meier liegt in Steinmaur, im Agglomerationsraum von Zürich rund 10 Kilometer vom Stadtrand entfernt. Die Gebäude sind alle im Eigentum der Familie. Das Land gehört teilweise der Familie und ist teilweise gepachtet. Michael und Matthias Meier, die jetzigen Betriebsleiter, haben den Betrieb von ihrem Vater übernommen und bewirtschaften den Betrieb, welcher seit 1850 der Familie Meier gehört, in der sechsten Generation. Einige Mitglieder der „Grossfamilie Meier“ (11 Geschwister) arbeiten im Betrieb mit oder mit dem Betrieb zusammen.

Betriebsstruktur

Die Betriebsleitung liegt bei der Familie Meier; es handelt sich dabei um vier Personen: Die beiden Brüder Michael und Matthias und deren Ehefrauen Maria und Monika. Der Betrieb setzt sich aus verschiedenen AG's zusammen: Bioland Agrarprodukte AG (biozertifizierte Gemüseproduktion inkl. Gewächshausproduktion), Meier Agro AG (Produktion von Frisch- und Lagergemüse), Gebr. Meier Agrarbetriebe (Immobilien, Agrarland und Transportwesen), Meier Gebäude AG (Personalhäuser), Verbundbetrieb Gebr. Meier (Integration von sozial auffälligen Menschen). Seit 1996 wirtschaftet der Betrieb biologisch (Bio-Suisse). Der Betrieb verfügt über eine Vielzahl unterschiedlicher Tätigkeitsfelder:

- Landwirtschaftliche Produktion auf total 70 Hektaren: 20% Grünfläche, 40% Hackfrüchte, 40% Gemüse (grosse Diversität), etwas Beeren, 200 Schafe (Weidewirtschaft).
- Orchideenhaus (ca. 2 Hektaren): Zucht, Produktion und Verkauf von 1000 Orchideenarten, Setzlingsproduktion für Gemüseanbau etc.
- Direktvermarktung: Im Hofladen und an zwei Marktständen werden eigene (ca. 30%) und zugekaufte Produkte (ca. 70%) verkauft.
- Soziale Arbeit: Der Betrieb ist Teil des Netzwerks von axisBildung. Dabei handelt es sich um einen Lehrbetriebsverbund, welcher niederschwellige Ausbildungsplätze im geschützten Rahmen sowie auch in der freien Wirtschaft vermittelt. Der Betrieb bietet Ausbildungsplätze für Lernende, welche in verschiedenen Betriebszweigen, hauptsächlich im Orchideenhaus, mitarbeiten.
- Eventorganisation: Ein umgenutztes Treibhaus (s'Treibhuus) und zusätzliche Räumlichkeiten werden für Hochzeiten, Ausstellungen oder Seminare vermietet. Hierfür wird von einer Schwester von Meiers auch ein Cateringservice angeboten.

Beschäftigungsstruktur

Der Meierhof beschäftigt ca. 40 Mitarbeitende ganzjährig (Familienmitglieder, Schweizer, Ausländer), während der Saison kommen zehn Kurzaufenthalter hinzu. Nebst normalen Lehrstellen gibt es im Rahmen der „Sozialen Arbeit“ rund 15 geschützte Ausbildungsplätze für Jugendliche, welche von 4 SozialpädagogInnen begleitet werden. Zusätzlich werden Langzeitarbeitslose beschäftigt, welche durchschnittlich drei Monate bleiben. Es gibt auf dem gesamten Betrieb keine unbezahlten Mitarbeitende, alle sind angestellt und werden entlohnt.

Vermarktung

Rund 55% der Produkte werden an den Grossverteiler Migros vermarktet (Migros Ostschweiz via Rathgeb, Migros Zürich für AdR), weitere 25% werden über den Grosshandel verkauft.

Kleinere Abnehmer sind der Coop für Spargeln, Alnatura und Bio-Partner. Die restlichen 20% werden im Hofladen, an den Marktständen und an die Industrie vermarktet. Der Betrieb verfügt über eine eigenständige Rüsterei mit Kühlräumen. Der Betrieb zeigt ein konstantes Wachstum auf, dass mit der wachsenden Nachfrage nach Bio-Produkten korrespondiert.

Ökonomische Aspekte

Der jährliche Umsatz beträgt rund 5 Millionen Franken, der Nettoertrag liegt zwischen 200'000 und 250'000 Tausend Franken. Der Betrieb erhält jährlich etwa 100'000 Franken an Direktzahlungen. Das gesamte Inventar (Gebäude, Fahrzeuge, Maschinen, etc.) hat einen Gesamtwert von ca. 2.5 Millionen Franken, davon sind rund 400'000 Franken Fremdkapital (Kredite).

Ökologische Aspekte

Knapp 15% der bewirtschafteten Fläche sind ökologische Ausgleichsfläche (Buntbrachen, Hecken, Nistkästchen, Steinmauern, Wildbienenhotel). Der Betrieb hat einige Hochstamm-bäume, deren Ertrag an die Mosterei im Dorf geliefert wird. Bei den Schafen handelt es sich um eine alte Engadiner Rasse (Pro Specie Rara).

Die Gewächshausfläche wird seit 2006 mit einer modernen Holzschnitzelheizung mit 2 MW Leistung beheizt. Diese Anlage ist schweizweit die erste dieser Art. Für die Bewässerung des Gewächshauses wird Dachwasser in einem Auffangbecken gesammelt, als Güteindikator der Wasserqualität leben im Becken Fische. Die Warmkulturen im Gewächshaus (Tomaten etc.) werden, anstatt Plastikfolien zu verwenden, mit Stroh gemulcht.

Vor allem beim Lagergemüse gibt es Ausschussware. Ein Teil davon geht an eine Kulturbeiz und wird an das Personal abgegeben. Weitere Ideen zur Verwertung dieser Ausschussware sind angedacht mit einem Zürcher Brockenhaus.

Soziale Aspekte

Der Betrieb bietet den Mitarbeitern günstigen Wohnraum in Steinmaur in der Nähe des Betriebes in zwei firmeneigenen Personalthäusern an. Der Betrieb bietet den Angestellten diverse Leistungen, wie beispielsweise Pausenmahlzeiten und Medikamente gratis an.

Der Betriebsphilosophie basiert auf christlichen Grundsätzen. Die „Soziale Arbeit“ mit den Jugendlichen bringt für den Betrieb viele Herausforderungen mit sich, doch ist es der Familie Meier wichtig, dass auch sozial Schwächere einen Platz auf dem Betrieb haben.

Betriebsspiegel ortoloco

Ortoloco ist eine selbstverwaltete Gemüsekooperative, welche 2010 von KonsumentInnen gegründet wurde und nach dem CSA-Prinzip wirtschaftet (Community Supported Agriculture). Der Betrieb dient der Selbstversorgung der Genossenschaftsmitglieder mit Gemüse.

Betriebsstruktur

Die Genossenschaft ortoloco pachtet 1.4 Hektaren Landwirtschaftsfläche vom Biohof Im Fondli in Dietikon, davon sind 8 Aren gedeckte Folientunnelfläche. Räumlichkeiten für weitere Arbeiten (Abpackraum, Kühlraum, Bürowagen) werden ebenfalls vom Fondlihof gemietet. Ortoloco baut rund 60 verschiedene Gemüse und Kräuter an, davon viele unbekannte und alte Kultursorten.

Beschäftigungsstruktur

Die Genossenschaft hat drei angestellte Gemüse GärtnerInnen mit einem Anstellungsumfang von 50%. Zwischen März und Oktober gibt es zudem zwei PraktikantInnen, welche zu 80% angestellt sind.

Wer bei ortoloco Gemüse bezieht, verpflichtet sich ein Jahr dabei zu bleiben und im Betrieb mitzuarbeiten (10 Arbeitseinsätze für's kleine Gemüseabo, 20 für's grosse). Die Mitarbeitsmöglichkeiten gliedern sich in verschiedene Bereiche wie Ernten, Abpacken, Verteilen, Infrastruktur, Administration etc.

Die Betriebsgruppe ist das Verwaltungsorgan der Genossenschaft. Sie setzt sich aus den angestellten Gemüse GärtnerInnen und vier bis sechs weiteren GenosschafterInnen zusammen, welche diese Tätigkeiten ehrenamtlich ausüben und als Dankeschön ein gratis Gemüseabo erhalten.

Vermarktung

Die Produkte von ortoloco werden nicht über herkömmliche Kanäle vermarktet, da der gesamte Ertrag der Versorgung der Genossenschaftsmitglieder dient. Dieser Ertrag reicht für 230 Gemüseabos (kleines Gemüseabo für zwei bis drei Personen, grosses Gemüseabo für vier bis sechs Personen). Die Gemüsetaschen werden wöchentlich auf dem Hof abgepackt und anschliessend in 15 verschiedene Depots im Raum Zürich-Dietikon verteilt.

Ortoloco hat gemäss verschiedenen Aussagen seine „ideale Grösse“ erreicht und möchte nicht mehr weiterwachsen. Die Austritte und die Neuzugänger von der Warteliste decken sich in etwa.

Ökonomische Aspekte

Der jährliche Umsatz beträgt rund 270'000 CHF, das Anlagevermögen beläuft sich auf gut 40'000 Franken.

Die Investitionskosten werden finanziert durch die rückzahlbaren Anteilscheine, welche die Mitglieder beim Eintritt in die Genossenschaft erwerben. Der jährliche Betriebsbeitrag, welcher die laufenden Kosten deckt, wird im Voraus bezahlt (für das kleine Abo 1100 CHF / Jahr, für das grosse Abo 2200 CHF / Jahr).

Als juristische Person ist die Genossenschaft ortoloco nicht direktzahlungsberechtigt und erhält deshalb keine Unterstützung der öffentlichen Hand.

Ökologische Aspekte

Der Anbau erfolgt nach den Erkenntnissen und Richtlinien der BioSuisse und ist wenig mechanisiert, Ortoloco verfügt lediglich über zwei Einachser (Bodenfräse, Kreiselegge). Der grösste Teil der Arbeit wird von Hand gemacht. Für die Düngung wird hauptsächlich Kompost eingesetzt, der grösste Teil der Setzlinge wird auf dem Betrieb selber mit torffreiem Substrat gezogen.

Es werden viele ProSpeciRara- und nur samenfeste Sorten (keine Hybride) angebaut. Die vergleichsweise kleinen Beete ergeben eine vielfältige Struktur des Ackers. Die Ackerflächen werden von Hecken begrenzt, welche wertvoll sind für das Gleichgewicht der Schädlinge und Nützlinge.

Die Transportwege vom Betrieb in die Depots sind vergleichsweise kurz. Insgesamt gibt es weniger Food Waste als bei herkömmlichen Gemüsebetrieben, da die benötigten Mengen genau geplant werden können und keine optischen Normen eingehalten werden müssen, welche Teile der Ernte von der Verwertung ausschliessen. Eine BSc-Arbeit kam zum Schluss, dass ortoloco eine vergleichsweise günstige Energie- und Klimabilanz aufweist (Egloff, 2013).

Soziale Aspekte

ortoloco ist ein Treffpunkt für unterschiedliche Leute, die sich gemeinsamen einen Garten teilen. Die Mitglieder fällen die wichtigen Entscheidungen gemeinsam an den Genossenschaftsversammlungen. Dank des CSA-Prinzips teilen sich die ProduzentInnen und die KonsumentInnen die Risiken des Betriebes und tragen diesen langfristig mit.

Durch die Mitarbeit im Betrieb übernehmen die Genossenschafter Verantwortung und erhalten einen direkten Bezug zur landwirtschaftlichen Produktion.

Betriebsspiegel UrbanFarmers

Die UrbanFarmers AG ist ein Start-Up-Unternehmen, welche Dachfarmen verkaufen möchte. Es ist ein Spin-off der ZHAW Wädenswil und wurde 2011 gegründet. Die operative Leitung des Unternehmens befindet sich in Zürich. Die UrbanFarmers bewirtschaften eine Aquaponic-Pilotanlage auf dem Dach eines Industriegebäudes in Basel (UF001). Diese Dachfarm dient gleichzeitig als Vorzeige-Objekt, um die Verbreitung dieser Technologie zu fördern. Die Pilotanlage startete 2013 ihre Produktion.

Die UrbanFarmers sind keine Landwirte im eigentlichen Sinne. Die Idee ist nicht, dass die UrbanFarmers AG selbst mehr Fläche bewirtschaften, sondern dass mehr Investoren gefunden werden können, welche weitere Anlagen finanzieren. Diese Anlagen würden von den UrbanFarmers unterstützt (Betriebskonzept, technischer Support, Schulungen, Instandhaltung der Anlagen, etc.) und könnten nach Wunsch unter der Marke „UrbanFarmers“ produzieren.

Betriebsstruktur des UF001 (Pilotanlage in Basel)

Aquaponic ermöglicht die Produktion von Fischen und Pflanzen in einem mehr oder weniger geschlossenen ökologischen Kreislauf. Es kombiniert die beiden Methoden Aquakultur und Hydroponic. Im UF001 werden Tilapia (ein sich vegetarisch ernähernder Fisch) und verschiedene Gemüse produziert. Auf einer Fläche von 250 m² können so jährlich ca. fünf Tonnen Gemüse und 850 kg Fisch produziert werden. Die Produktion von Gemüse und Kräutern beinhaltet je nach Saison Tomaten, Peperoni, Chili, Microgreens sowie essbare Blumen.

Beschäftigungsstruktur

Für die Bewirtschaftung der Pilotanlage UF001 in Basel sind total 250 Stellenprozent vorhanden, 50% für den Betriebsleiter, 200 2015 rund acht Personen im Management, Marketing, Fundraising, etc.

Vermarktung

Aktuell gibt es drei Restaurants in Basel, welche die Produkte der UrbanFarmers beziehen. Die Migros Dreispitz, welche sich ganz in der Nähe des UF001 in Basel befindet, bietet den UrbanFarmers die Möglichkeit, ihre Gemüse und Kräuter an einem Stand in der Gemüseabteilung und die Tilapia in der normalen Fischvitrine zu verkaufen. Der Gemüsestand ist jeweils am Freitag und Samstag geöffnet, am Freitag durch einen Praktikanten bedient und am Samstag unbedient. Dieser Testverkauf wurde im Oktober 2014 beendet.

Die Restaurants würden gerne mehr Gemüse und Fische sowie eine grössere Produkvielfalt von den UrbanFarmers beziehen. Seit 2015 werden Lieferabos angeboten.

Ökonomische Aspekte

Die Pilotanlage ist zu klein, um profitabel wirtschaften zu können. Das Projekt wurde und wird von verschiedenen Seiten finanziell unterstützt: ZHAW Wädenswil (wissenschaftliche Begleitung), KTI (finanzielle Unterstützung, ist im Frühling 2014 ausgelaufen), Christoph Merian Stiftung (stellt das Dach gratis zur Verfügung, Anschubfinanzierung für Bau). Die Baukosten der UF001 belaufen sich auf knapp 850'000.- Franken.

Durch den Verkauf der Produkte können jährlich ca. 45'000 Franken Einnahmen generiert werden.

Die Dachfarm ist nicht im eigentlichen Sinne ein Landwirtschaftsbetrieb und erhält deshalb keine Direktzahlungen.

Ökologische Aspekte

Die Aquaponicanlage bringt viele ökologische Vorteile mit sich. Da die Pflanzen das nährstoffangereicherte Wasser der Fische reinigen und dies somit erneut für die Fische verwendet werden kann, ermöglicht Aquaponic im Vergleich zu einer konventionellen Fischfarm bis zu 90% Wassereinsparungen. Zudem entsteht kaum Abwasser und der Bedarf an Pflanzendünger ist stark reduziert. Grünabfälle und Fischgülle werden zu Kompost verarbeitet. Die Produktion erfolgt pestizidfrei, kann jedoch nicht biologisch zertifiziert werden, da die Pflanzenproduktion „Hors-sol“ geschieht.

Das Gewächshaus isoliert das Flachdach des Gebäudes. Die Anlage bezieht Strom aus erneuerbaren Energiequellen und Fernwärme aus Abwärme der Kehrlichtverbrennung. Dieser standortangepasste Energiebezug hat einen signifikanten Einfluss auf die Ökobilanz der Produkte, wie in einer Bachelorarbeit an der ZHAW festgestellt werden konnte (Gisler, 2013). Die Transportwege vom Produzenten zu den AbnehmerInnen und KonsumentInnen sind kurz, sodass weitere Energie eingespart werden kann. Die Auslieferung erfolgt mit Elektrofahrzeugen.

Soziale Aspekte

Das Interesse ist gross für diese unbekanntete Methode der Nahrungsmittelproduktion. Die vielen Medienbeiträge und die offensive Öffentlichkeitsarbeit der UrbanFarmers AG locken Städterinnen, Investoren und Landwirte auf die Dachfarm. Die Führungen werden daher ausgelagert und können online bei einem selbstständigen Tourguide gebucht werden.

Die Menukarten der Restaurants, welche die Produkte abnehmen, fördern den Bekanntheitsgrad von Aquaponic und im spezifischen der UrbanFarmers.

Anhang C – Interviewleitfäden

Leitfaden Systemperspektive

Einstiegsfragen:

- Name, Alter, Ausbildung
- Was ist deine Rolle im Betrieb?
- Wie lange arbeitest du schon hier?
- Wie bist du dazugestossen?

Themen	Mögliche Fragen
Betriebsstruktur: <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmertum - ökonomische Erfolg - Betriebsentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> - Was ist speziell an diesem Betrieb? - Was ist die betriebliche Strategie / Ausrichtung? - Was daran ist besonders einzigartig, innovativ?
Bestehendes Netzwerk: <ul style="list-style-type: none"> - Parteien, Gewerkschaft - Vereine, Verband - Dorf, Region, Privatpersonen - städtische Organisationen - Händler, Markt - Vermarktung via Netzwerk/e - Kooperationsformen <ul style="list-style-type: none"> - Maschinenring - Zusammenarbeit mit anderen Betrieben 	<ul style="list-style-type: none"> - In was für ein Umfeld ist der Betrieb eingebettet? - Bist du in Verbänden oder Parteien aktiv? - Was ist die Motivation, bei der Organisation x mitzuarbeiten? - Arbeitet ihr mit anderen Betrieben zusammen? Findet ein Austausch statt? - Was ist in der Region vorhanden?
Soziales Engagement: <ul style="list-style-type: none"> - Soziales Engagement des Betriebes wie Umweltbildung, Ausbildung von Lehrlingen, Care Farming - Regelmässige sonstige Hofbesucher - Nachbarschaftshilfe 	<ul style="list-style-type: none"> - Was für Ausbildungsangebote gibt es auf dem Betrieb? - Gibt es weitere soziale Angebote? - Wird der Betrieb von Schulklassen besucht? - Warum wird das gemacht? - Gibt es freiwillige Mitarbeit, nachbarschaftliche Hilfe? Von anderen Leuten auf diesem Betrieb, von dir auf einem anderen Betrieb

<p>Nachhaltigkeit</p> <p>Persönliche Ebene:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lebensqualität, Glück - Mensch-Umwelt-Bezug: Verantwortung, Werte - Gesundheit <p>Ebene Betrieb:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zentrale Werte/wichtige Grundlagen <p>Gewählte Vorgehensweisen, Massnahmen, Prioritäten in der aktuellen Situation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Grundsätzlich: Was ist ihnen am allerwichtigsten in ihrem Leben? - Was sind ihre wichtigen Anliegen und Ziele in ihrem Leben, die sie verwirklichen wollen? - Welche Bedeutung hat Natur in ihrem Leben? - Was bedeutet Gesundheit für Sie? - Welchen Stellenwert hat die Ernährung? - Welche grundlegenden Werte sind dir wichtig für den Betrieb? - Welche Ziele und Überzeugungen leiten dich bei deiner Arbeit? - Was bedeutet das konkret für die tägliche Arbeit auf dem Betrieb?
--	--

<p>Entscheidungsstrukturen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hierarchien, patriarchale Strukturen - Partizipation - Einbezug der Beteiligten / Betroffenen 	<ul style="list-style-type: none"> - Welche Arbeitsbereiche gibt es? - Wie werden die Aufgaben verteilt, wer macht was? (Betrieb, Haushalt, Garten, etc.) - Gibt es regelmässig Besprechungen, Sitzungen? - Wie entscheidet ihr bei einer Neuinvestition? - Wer entscheidet über die Betriebsausrichtung?
<p>Gesellschaftliche Rahmenbedingungen / Ansprüche von aussen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agrarpolitik als Steuerinstrument der öffentlichen Hand - Rolle des Verpächters - Rolle von Händler, Vermarkter, Grossverteiler - Rolle von Konsumenten 	<ul style="list-style-type: none"> - Wie wird die AP wahrgenommen? Unterstützend? - Was für Strategien gibt es gegenüber dem Wandel der AP? - Sonstige Ansprüche von aussen, was ist die Rolle der Abnehmer?
<p>Abnehmer / Konsumenten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nähe/Distanz zu den Konsumenten - Rolle der Direktvermarktung - Überlegungen zu Vermarktungsstrategien - Wahrgenommener Wunsch der Konsumenten nach Nähe, Bezug, Vertrauen 	<ul style="list-style-type: none"> - Wie erlebst du den Kontakt zu den Konsumenten? Wo triffst du sie an? - Wie geht ihr mit dem landwirtschaftlichen Interesse der Konsumenten um? Nutzt ihr dieses Interesse?

<p>Quartier- und Stadtentwicklung, Aussenwirkung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Was ist „öffentlich“ auf dem Hof? Welche Personen, welche Anlässe? - Wo greifen die Strukturen des Betriebs in die Öffentlichkeit, entstehen Aussenwirkungen? - Funktionen des Betriebs für das urbane Umfeld (Erholung, Spielplatz, Begegnungsort) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gibt es Hoffeste, Tage an denen viele Leute auf dem Betrieb sind? - Für was ist der Betrieb in der Region bekannt?
<p>Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Website - soziale Netzwerke 	<ul style="list-style-type: none"> - Wie kommuniziert ihr gegen aussen? Hofrundbrief, Website etc.? - Was sind die Überlegungen dahinter? - Gibt es Medienbeiträge über den Betrieb?

Leitfaden Kurzinterviews

1. Vertrautheit mit dem Betrieb

Seit wann kennen Sie den Betrieb?

Können Sie sich erinnern, wie das war, als Sie zum ersten Mal hierhergekommen sind?

Wieso kommen Sie hierhin auf diesen Betrieb?

Zu welchen Anlässen kommen sie auf den Betrieb (wieso?)

Wie häufig sind Sie hier auf dem Betrieb?

2. Personen auf dem Betrieb und ihre Anliegen

Welche Personen des Betriebes kennen Sie?

Welche Beziehungen haben Sie zu den Leuten des Betriebs?

Welche Ziele und Überzeugungen der Mitarbeitenden nehmen Sie wahr?

Haben sie diese Ziele und Überzeugungen mit den Leuten des Betriebs bereits einmal diskutiert?

3. Teilen von Zielen und Anliegen

Teilen Sie diese Überzeugungen, inwiefern? inwiefern nicht? Unterstützen Sie den Betrieb auch, falls sie die Anliegen nicht teilen? Warum?

Inwiefern ist der Betrieb für sie ein gutes/schlechtes Beispiel für bestimmte Anliegen? für die Landwirtschaft im Allgemeinen?

4. Betrieb als Element des Beziehungsnetzes und des Quartiernetzes

Welche Beziehungen haben Sie zu anderen Kunden/Genossenschaffern?

Was bedeutet der Betrieb, die Menschen, für Ihr persönliches soziales Leben? für Ihre Lebensqualität?

Welche Rolle spielt der Betrieb im Quartiersleben?

Was fehlt auf dem Betrieb, was wünschen Sie sich für die Zukunft?

5. Name, Alter, Beruf?

Leitfäden prozedurale und normative Dimension

RÜTIHOF

Betriebsstrategie

Soviel ich weiss, bilden Sie seit August einen neuen Lernenden aus. Welche Rolle spielt der Lehrling? Ist er aufwändig, entlastend, bereichernd?

Wie viele Leute arbeiten zurzeit auf dem Hof (Praktikanten, Lernende)? Gibt es Hilfskräfte, welche längerfristig (länger als eine Saison) auf dem Hof mithelfen? Welche Arbeiten können gut an Lernende und Praktikanten delegiert werden?

Der Rütihof ist ein klassischer Familienbetrieb, ausser Fritz Kern gibt es keinen langjährigen Mitarbeiter. Sie als Betriebsleiterpaar bilden eine starke Einheit. Was wäre für Sie, wenn das Geld keine Rolle spielen würde, eine optimale Beschäftigungsstruktur?

Bei den vergangenen Interviews hatte ich den Eindruck, dass ihre Arbeitsbelastung sehr hoch ist, ihre Frau und Sie tragen die gesamte betriebliche Verantwortung. Wie schätzen Sie das selber ein, wie gehen sie damit um, wo sehen Sie mögliche Lösungen? (z.B. langfristige Mitarbeitende, die auch während Ferienabwesenheit etc. übernehmen können).

Gab es in den vergangenen Jahren einmal einen Ausfall von Ihnen oder Ihrer Frau, wie wurde das gehandhabt, wie würde es gehandhabt werden?

Was würde es für den Rütihof bedeuten, wenn Fritz Kern nicht ehrenamtlich mitarbeiten würde? Wie und von wem wird seine Arbeit weitergeführt? Ist das Abpacken des Fleisches etc. alleine von Ruth zu bewältigen? Wird die Pflege der Hörner der Wasserbüffel weitergeführt?

Durch das Selbererntefeld, den Hofladen, die Stallvisite etc. ist der Hof stark frequentiert durch BesucherInnen, manchmal leidet die Privatsphäre darunter. Was sind mögliche Lösungen um die Waagschale „öffentlich“ und „privat“ im Gleichgewicht zu halten?

Was sind die Beweggründe für die Umstellung von Holstein-Kühen auf Wasserbüffel?

Wie sieht dieser Betrieb in 20 Jahren aus?

Sozialkapital

Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit mit GSZ? Wie soll die Zusammenarbeit in Zukunft aussehen? Möchten Sie von GSZ in gewissen Bereichen mehr unterstützt werden (bspw. bei Littering)? Was erwarten Sie von GSZ, welche Strategien?

Wie ist die Vernetzung mit den anderen Bauernbetrieben in Zürich? Gibt es Dinge die gemeinsam organisiert werden? Wird einander auf den Höfen ausgeholfen? Werden Maschinen ausgeliehen? Haben Sie schon einmal miteinander diskutiert, die Produkte gemeinsam abzusetzen?

Sind Ihnen die Beziehungen zu den Leuten wichtig, die Ihre Produkte konsumieren? Schätzen Sie es, diese zu kennen?

Inwiefern sind sie in Seebach vernetzt? Persönlicher Kontakt ausserhalb der geschäftlichen Beziehungen mit Menschen? Wie ist ihr Bezug zu Seebach?

Aussenwirkung des Betriebes

Sehen Sie für sich aufgrund der Stadtnähe andere Verpflichtungen als Landwirt als ein Landwirt in ländlicherem Gebiet?

Was sind in Ihren Augen die Bedürfnisse der städtischen Bevölkerung? Was denken Sie, was die Bevölkerung von Ihnen als stadtnaher Landwirt erwartet, was sie sich wünscht?

Bei den Kurzinterviews haben einige KundInnen erwähnt, dass sie den Rütihof sehr schätzen (Beeren ernten, Wasserbüffel, Stall besichtigen etc.). Ein paar bedauern jedoch, dass die Betriebsleiter selten anzutreffen seien oder keine Zeit hätten, um Fragen zu beantworten, etc. Was sagen Sie dazu?

Bildung und soziale Dienstleistungen

Warum ist Ihnen Umweltbildung ein Anliegen? Was sind die Beweggründe für das grosse Engagement? Sehen Sie die Umweltbildung als Teil Ihrer Arbeit als Landwirt an?

Sie haben im ersten Interview davon gesprochen, dass die Zeit etwas knapp ist für manche Umweltbildungsangebote (Schule auf dem Bauernhof). Was ist Ihnen wichtig zu vermitteln, ist dies momentan so möglich? Gibt es Verbesserungsvorschläge bezüglich der Umweltbildungsangebote?

Der Rütihof engagiert sich stark im Bereich der Umweltbildung (SchuB, Naturschule Zürich). Die Nachfrage ist gross, das Angebot an landwirtschaftlicher Umweltbildung könnte ausgebaut werden. Es scheint jedoch, dass die Führungen für die Schulklassen zeitlich oft mit der restlichen Arbeit konkurrieren. Was halten Sie bspw. von der Möglichkeit, jemanden anzustellen, der insbesondere im Umweltbildungsbereich mitarbeiten und diesen ausbauen würde?

Werthaltungen

Haben Sie den Pachtbetrieb hier im urbanen Raum zufällig oder bewusst gewählt? Gab es Alternativen? Was wäre ihr Lieblingssort, wo würden Sie am liebsten Landwirtschaft betreiben?

Ökologie und agrarpolitische Rahmenbedingungen

Wie wird sich die Schweizer Landwirtschaft in Zukunft entwickeln?

Hat Landwirtschaft soziale Aufgaben, die sie wahrnehmen sollte? Wenn ja, welche? Wenn nein, warum nicht?

Wie werden sich soziale Aspekte der Landwirtschaft in Zukunft entwickeln? Welche, warum?

Was erwarten Sie von der Agrarpolitik in Zukunft? In welche Richtung soll sie sich entwickeln? Was ist ihr Idealbild / Wunschvorstellung der Agrarpolitik oder allgemeiner der öffentlichen Unterstützung und Förderung der Landwirtschaft?

Inwieweit nimmt der Betrieb Einfluss auf die Umgebung, prägt das Quartier, die Region, die Landschaft?

Sind Sie ein Urban Farmer? Was macht einen „guten Urban Farmer“ aus? Welche Fähigkeiten muss sie/er mitbringen?

MEIERHOF

Betriebsstrategie

Der Meierhof ist ein Familienbetrieb. Wie fest ist der Betrieb um die Familienstrukturen herum gebaut (Bsp. Catering)? Wie wichtig ist die Familie für die Betriebsstrategie, für die Betriebsentwicklung?

Wie ist die Rollenverteilung unter den Geschwistern, welche im Betrieb beteiligt sind? Zwischen Michael, Matthias und Lukas? Kommt es da zu Konflikten? Was ist die Rolle der Ehefrauen / Partnerinnen?

Seit wann leitest du / leitet ihr den Betrieb?

Der Betrieb scheint sich in den letzten Jahren stark entwickelt zu haben: neue Betriebszweige wie das Orchideenhaus sind entstanden. Wie bewusst wurde dies von dir oder von euch als Betriebsleitung gesteuert? Wie wichtig ist dir das quantitative Betriebswachstum?

Wie fest hast du den Betrieb geprägt, prägst ihn immer noch? Wie würde der Betrieb ohne dich aussehen?

Der Meierhof scheint ähnlich wie ein nichtlandwirtschaftliches Unternehmen organisiert zu sein (Kadersitzungen, etc.). Warum diese Struktur, warum so hierarchisch? Wie sieht es aus mit der Mitsprache von Mitarbeitenden, flacheren Entscheidungsstrukturen? Gibt es Aufstiegsmöglichkeiten? Was wären mögliche Vor- und Nachteile?

Bei verschiedenen interviewten Betrieben ist das Thema Offenheit und Geschlossenheit des Betriebes ein Thema. Wie definiert ihr öffentliche / zugängliche Betriebsteile und private / geschlossene Bereiche? Was sind eure Überlegungen dahinter?

Ist die Hofnachfolge des Betriebes geklärt? Wann wird sie aktuell, wie wird sie thematisiert?

Wie sieht dieser Betrieb in 20 Jahren aus?

Sozialkapital

Wie stark identifizieren sich die Mitarbeitenden mit dem Betrieb? Gibt es Unterschiede zwischen den Saisoniers und fest angestellten Mitarbeitenden?

Wie steht es um die Arbeitsbedingungen und Angestelltenverhältnisse der verschiedenen Mitarbeitenden? Insbesondere der ausländischen Arbeitskräfte: Arbeitsverträge, Integrationsmöglichkeiten (Deutschkurs, etc.)

Von Mirjam habe ich erfahren, dass es zwischen den portugiesischen und den ungarischen / rumänischen Arbeitskräften immer wieder zu Spannungen kommt. Wie erlebst du das? Stellt das ein grosses Problem für den Betrieb dar? Wie wirkt ihr dem entgegen?

Aussenwirkung des Betriebes

Inwieweit nimmt der Betrieb Einfluss auf die Umgebung, prägt das Quartier, die Region, die Landschaft?

Die paar wenigen KundInnen, die wir im Hofladen befragt haben, scheinen gar nicht oder nur wenig Bescheid zu wissen über das soziale Engagement des Betriebes mit den handicapierten Jugendlichen. Ist es dir wichtig, dass die Kundschaft Bescheid weiss? Wird es als Verkaufsargument genutzt?

Werden Anregungen aus der Umgebung des Betriebes, von der Kundschaft aufgenommen?
Wie, Beispiele?

Bildung und soziale Dienstleistungen

Was sind die Beweggründe für die soziale Arbeit mit den Jugendlichen? Ist es Teil der Unternehmensstrategie?

Gemäss verschiedenen Aussagen kam es auch schon zu Konflikten zwischen handycapierten Jugendlichen und den landwirtschaftlichen Mitarbeitern. Wie ernst sind diese Probleme? Wie wird damit umgegangen, was kann daraus gelernt werden?

Werthaltungen

Der christliche Glaube scheint ein wichtiges Fundament des Betriebes zu sein. Inwieweit bringt der christliche Glaube dem Betrieb Vorteile? Wie prägt er den Betrieb?

Rahmenbedingungen

Wie wird sich die Schweizer Landwirtschaft in Zukunft entwickeln?

Was erwartest du von der Agrarpolitik in Zukunft? In welche Richtung soll sie sich entwickeln?
Was ist dein Idealbild / Wunschvorstellung der Agrarpolitik oder allgemeiner der öffentlichen Unterstützung und Förderung der Landwirtschaft?

Hat Landwirtschaft soziale Aufgaben, die sie wahrnehmen sollte? Wenn ja, welche? Wenn nein, warum nicht?

Wie werden sich soziale Aspekte der Landwirtschaft in Zukunft entwickeln? Welche, warum?

Abschlussfragen

Bist du ein Urban Farmer? Was macht einen „guten Urban Farmer“ aus? Welche Fähigkeiten muss sie/er mitbringen?

ORTOLOCO

Betriebsstrategie

ortoloco strebt ein **qualitatives Wachstum**, sprich eine Verbreiterung der CSA-Idee an. Ist das so? Was kann mittelfristig und langfristig erreicht werden? Setzt sich ortoloco Ziele?

Kann CSA mehr werden als ein Nischenangebot?

Ist die erweiterte Nutzung des **vorhandenen Vertriebssystems** für verschiedene Konsumgüter (Gemüse, Milchprodukte, etc.) eine Strategie von ortoloco, die sinnvoll, machbar und nachhaltig ist? Wo werden die Grenzen der Expansion gesetzt? Ist eine solche integrative Expansionsstrategie ein möglicher Weg? Wird die obligatorische Mitarbeit für eine solche Strategie aufgegeben? Bedeutet das eine Veränderung, Aufweichung der Idee von ortoloco?

Funktioniert eine **Versorgung mit CSA im grösseren Rahmen**? Können die Bedürfnisse nach Nahrungsmitteln einer ganzen Stadt mit dem CSA-Modell gedeckt werden?

Was haltet ihr von der Interpretation, das ortoloco eine **soziale Bewegung** darstellt? Dass möglicherweise das Politische und Soziale wichtiger sind als die Produktion von Nahrungsmitteln? Würde eine solche Interpretation auch beinhalten, dass z.B. ortoloco künftig eine etwas **veränderte Strategie** fährt, die eben das Soziale, Politische und Kulturelle stärker in den Vordergrund stellt?

Welche Risiken einer **Kommerzialisierung** von CSA bestehen? Gibt es bereits existierende Beispiele dieser Kommerzialisierung? Wie zentral ist die Mitarbeit der Genossenschafter?

Wird es immer so viel **ehrenamtliche Arbeit** für die Organisation von ortoloco brauchen? Gibt es genügend Leute, die dieses Ehrenamt übernehmen? Ist die Bezahlung aller Verwaltungstätigkeiten ein Thema?

Gibt es in ortoloco **verdeckte Hierarchien**? Wird die implizite Vormachtstellung der Betriebsgruppe (z.B. was die Intensität der Auseinandersetzung betrifft) thematisiert und diskutiert? Werden in diesem Bereich Konflikte erwartet? Wie kann eine offene und gleichberechtigte Struktur in der Zukunft gesichert werden? Trennen sich künftig die CSA-Professionals und das CSA-Fussvolk?

Sozialkapital

Welche Motive stehen bei den GenossenschafterInnen im Vordergrund für das Mitmachen bei ortoloco?

Welche Rolle spielen Netzwerke und soziale Beziehungen (formelle oder informelle) eine Rolle für die Weiterentwicklung / Verbreiterung der Idee von OL

Hat ortoloco eine relative homogene Mitgliedschaft oder ist das breit durch verschiedene Milieus?

Wie sind die Genossenschafter von ortoloco mit der **CSA-Kooperationsstelle** verbunden? Inwieweit tragen die Genossenschafter diesen Netzwerkgedanken mit? Ist diese Verbreiterungsstrategie von den Genossenschaffern mitgetragen? Sind die Genossenschafter in die Aktivitäten einbezogen, wenn ja, wie? Welche Ressourcen stellen sie zur Verfügung, wie engagieren sie sich selber?

Aussenwirkung des Betriebes

Viele Mitglieder von ortoloco kommen aus Zürich, wenige aus der näheren Umgebung. Ist es ortoloco ein Anliegen, in der **unmittelbaren Nachbarschaft** vernetzt zu sein? Will ortoloco auch ein Treffpunkt für's Quartier sein, Nichtmitglieder auf dem Betrieb willkommen heissen?

Inwieweit ist das Gelände von ortoloco offen? Welche Interaktionen (freiwillige und unfreiwillige) gibt es, mit QuartierbewohnerInnen oder Behörden.

Ist ein Austausch mit *dem Umfeld des Betriebes* /erwünscht/unerwünscht und wie soll dies *in Zukunft* gehandhabt werden?

(Garten wird nach ökologischen Kriterien gestaltet). Gibt es auch **ästhetische Überlegungen** in der Gestaltung des Gartens? Welche? Sind diese verbunden mit sozialen Zielen?

Überlegungen bezüglich Planung/Gestaltung/Weiterentwicklung des Geländes?

Bildung und soziale Dienstleistungen

Ist eine **Diversifikation der Leistungen von ortoloco** eine Strategie, um die Nachhaltigkeitsbilanz noch weiter zu verbessern. Ist z.B. Umweltbildung eine solche Angebotserweiterung? Wer entscheidet? Wer macht diese?

Welche Absichten und Ziele hat ortoloco in Bezug auf **Umweltbildung**? Werden die Initiativen der Genossenschafter aufgegriffen und kanalisiert? Welche Diskussionen werden in Bezug auf Umweltbildung geführt? Kann Umweltbildung auch finanzielle Mittel generieren? Ist ortoloco an einer solchen Strategie interessiert? Gibt es hier Widersprüche zwischen Betriebsgruppe und den Genossenschaffern?

Werthaltungen

Gibt es **Differenzen in Interessen**, Engagement, Werte und Involvement zwischen den Mitgliedern der Betriebsgruppe und den Genossenschaffern? Welche? Werden solche antizipiert und diskutiert?

Was ist der **Hintergrund der Mitglieder** von ortoloco? Inwieweit spricht ortoloco eher bereits umweltbewusste, kritische und gebildete Menschen an und weniger z.B. Personen mit Migrationshintergrund, die sich bezüglich der Organisation von ortoloco nur schlecht einen Reim machen können?

Kann/Wird CSA auch **politischer** definiert? Inklusive Strategien, Integration und Teilhabe von Migrationsbevölkerung? Strategien von Gerechtigkeit und gerechter Verteilung?

Ökologie und agrarpolitische Rahmenbedingungen

ortoloco hat einen langfristigen Pachtvertrag?

Inwieweit ist der Boden, auf dem angebaut wird, für die Expansion der Idee von ortoloco/ CSA entscheidend? Kann dieser auch näher in der Stadt gefunden werden? Kann **Grün-Stadt-Zürich** für diese Idee gewonnen werden und z.B. auf Landwirtschaftsland der Stadt umgesetzt werden? Möchte ortoloco ein solches Zusammengehen mit der Stadt überhaupt? Wäre das auch eine teilweise Aufgabe der Eigenständigkeit und Unabhängigkeit? Auch eine Veränderung des Kerns von ortoloco, nämlich eine soziale Bewegung zu sein?

Setzt sich ortoloco dafür ein, dass CSA von **landwirtschaftlichen Organisationen und der öffentlichen Hand** als zukunftsfähige Landwirtschaftsform wahrgenommen und dementsprechend gefördert wird?

Inwiefern stehen **ökologische Anliegen** bei ortoloco und allgemeiner bei CSA im Vordergrund? Werden diese weiterentwickelt?

Stellt ortoloco einem Beitrag zur Ernährungssicherheit dar?

Ist CSA eine Alternative zur traditionellen Landwirtschaft?

Allgemeiner Fragenkatalog für zweite Runde

- Kann/soll der Bund oder die Kantone **CSA** unterstützen? Andere **Formen alternativer Landwirtschaft?**/Welche?
- Wie wird sich die Schweizer Landwirtschaft in Zukunft entwickeln?
- Was erwarten Sie von der Agrarpolitik in Zukunft? In welche Richtung soll sie sich entwickeln?
- Was ist ihr Idealbild / Wunschvorstellung der Agrarpolitik oder allgemeiner der öffentlichen Unterstützung und Förderung der Landwirtschaft?
- Hat Landwirtschaft soziale Aufgaben, die sie wahrnehmen sollte? Wenn ja, welche? Wenn nein, warum nicht?
- Wie werden sich soziale Aspekte der Landwirtschaft in Zukunft entwickeln? Welche, warum?
- Wie sieht dieser Betrieb in 20 Jahren aus?
- Sind Sie ein Urban Farmer?

URBANFARMERS

Betriebsstrategie

Auf welche Märkte richten sich die UrbanFarmers aus? Schweiz, Europa, etc.?

An welchen Projekten / Aufträgen wird zurzeit gearbeitet? (Den Haag, neues KTI in der Schweiz, Projekt mit Migros Dreispitz)

Wie sind die UrbanFarmers in diesen Projekten involviert? Bringen sie das Know-how oder werden sie (Mit-)besitzer der Anlagen?

Wer investiert in diese Projekte, die UrbanFarmers selber oder Projektpartner? Wer trägt das finanzielle Risiko dieser Projekte?

Welche Zielgruppen möchten die UrbanFarmers mit welchen Produkten ansprechen?

Die Produkte der UrbanFarmers sind teilweise teurer als vergleichbare Produkte auf dem Markt. Auf welchen Aspekten beruht die Zahlungsbereitschaft?

Kann Aquaponic ökonomisch erfolgreich sein (inkl. Investitionskosten)? Wenn ja, wie?

In welchen Ländern und Bereichen liegen die Marktchancen von Aquaponic/UrbanFarmers allgemein?

Ist Aquaponic ausserhalb der reichen Länder zu realisieren? Ist Aquaponic ein System, dass z.B. in Afrika eingesetzt werden kann (bezüglich technischer und wirtschaftlicher Anforderung der Systeme)?

Sozialkapital

Wie ist die Unternehmensstruktur der UrbanFarmers? Wer entscheidet wie über die betriebliche Ausrichtung?

Welche Aufgaben übernimmt der Verwaltungsrat (Board of Directors)?

Wie würdest du die Arbeitsbedingungen der UrbanFarmers beschreiben punkto Mitbestimmung, Transparenz, Langfristigkeit?

Was ist die Rolle der PraktikantInnen?

Aussenwirkung des Betriebes

Welche Auswirkungen und Zusammenhänge zeigen sich in Basel mit dem Quartier und der Stadt? Wie und von wem werden die UrbanFarmers wahrgenommen? Welchen Beitrag leistet die UF001 für die Quartiersentwicklung?

Inwieweit nimmt der Betrieb Einfluss auf die Umgebung, prägt das Quartier, die Region, die Landschaft?

Allgemeiner: Welche Aussenwirkung können Aquaponic-Betriebe haben? (Quartiersentwicklung, Einbeziehen von Leuten, etc.)

Bildung und soziale Dienstleistungen

Welche sozialen und gesellschaftlichen Zielsetzungen werden verfolgt? Welche Bedeutung haben diese?

Sind die sozialen Ziele mit den ökologischen und ökonomischen Zielen verbunden? Auf welche Weise?

Werden diese Zielsetzungen von allen UrbanFarmers mitgetragen oder dienen sie eher dem Marketing („we all want fresh food“)?

Welche gesellschaftlichen und sozialen Ziele haben die UrbanFarmers in 20 Jahren erreicht?

Werthaltungen

Warum sind die UrbanFarmers in deinen Augen eine nachhaltige Unternehmung? Welche langfristigen Nachhaltigkeitsziele gibt es?

Sind die Aquaponic-Produkte nachhaltig?

Wie tragen die UrbanFarmers zu einer nachhaltigen Entwicklung bei? Welche Ansatzpunkte, in welchen Ländern?

So wie ich das verstanden habe, verkaufen die UrbanFarmers „Wissen“ in Form von Beratung, einer Software, etc. Ist es nachhaltig, Wissen zu verkaufen und nicht opensource zur Verfügung zu stellen?

Ökologie und agrarpolitische Rahmenbedingungen

Einstiegsfrage: Siehst du die UrbanFarmers und Aquaponic als Teil der Schweizer Landwirtschaft an? Wenn nein, soll das ein Ziel sein?

Wie wird sich die Schweizer Landwirtschaft in Zukunft entwickeln?

Hat Landwirtschaft soziale Aufgaben, die sie wahrnehmen sollte? Wenn ja, welche? Wie nimmt sie sie wahr? Wenn nein, warum nicht?

Wie werden sich soziale Aspekte der Landwirtschaft in Zukunft entwickeln? Welche, warum?

Gibt es Einstellungen und Meinungen zur Schweizer Landwirtschaftspolitik? Zu Direktzahlungen?

Was erwartest du von der Agrarpolitik in Zukunft? In welche Richtung soll sie sich entwickeln? Was ist dein Idealbild / Wunschvorstellung der Agrarpolitik oder allgemeiner der öffentlichen Unterstützung und Förderung der Landwirtschaft?

Was macht einen „guten Urban Farmer“ aus? Welche Fähigkeiten muss sie/er mitbringen?

Zukunftsblick

Wie sieht die Pilotfarm in Basel in 20 Jahren aus? Was hat der Betrieb erreicht? Betriebsgrösse? Absatz? Produkte? Gewinn?

Wie sieht die wirtschaftliche Situation von UrbanFarmers in 20 Jahren aus?

Welche Herausforderungen kommen in den nächsten Jahren auf die UrbanFarmers zu? Welche Widersprüche siehst du? Wo siehst du den Schwerpunkt? Zeichnet es sich ab, dass die UrbanFarmers-Unternehmung ökonomisch selbsttragend wird?