

# Community Supported Agriculture (CSA): eine vergleichende Analyse für Deutschland und Österreich

Community Supported Agriculture (CSA): a comparative analysis of Germany and Austria

Marie WELLNER and Ludwig THEUVSEN

## Zusammenfassung

Community Supported Agriculture (CSA) gewinnt als gesellschaftliche Gegenbewegung zu den konventionellen Wertschöpfungsketten der Agrar- und Ernährungsbranche seit mehreren Jahren an Popularität. In einer CSA schließen sich KonsumentInnen und ProduzentInnen zu einer solidarischen Gemeinschaft zusammen, deren Mitglieder die Kosten, Risiken und Erträge der landwirtschaftlichen Produktion untereinander teilen. Während das CSA-Konzept in den USA bereits seit den 1980er Jahren im wissenschaftlichen Fokus steht, ist der Forschungsstand in Deutschland und Österreich bisher gering. Dieser Beitrag gibt anhand einer Literaturanalyse einen Überblick über die gegenwärtige Verbreitung von CSA in Deutschland und Österreich und zeigt unterschiedliche Einflüsse auf die Entwicklung des Konzeptes auf. Ein Ausblick auf zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sowie den weiteren Forschungsbedarf schließt die Analyse ab.

**Schlagnorte:** Alternative Lebensmittelnetzwerke, Nischenstrategie, KonsumentInnen-ProduzentInnen-Gemeinschaft, kleinbäuerliche Betriebe

## Summary

Community Supported Agriculture (CSA) has gained popularity as a social counter-movement to the conventional value chains in the agricultural and food industry in the past decade. Consumers and produc-

---

Erschienen im *Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie*, Band 25: 65-74, Jahr 2016. On-line verfügbar: <http://oega.boku.ac.at>.

ers connect in a mutually supportive community, which shares the costs, risks and produce of a farm. While CSA has been in the scientific focus since the 1980s in the USA, the state of knowledge in Germany and Austria is quiet low. This article provides an overview of the current distribution of CSA in Germany and Austria based on a literature review and highlights the various impacts on the development of CSA. An outlook on future development opportunities and the need for further research concludes the analysis.

**Keywords:** Alternative Food Networks, niche strategy, Consumer-Producer-Community, peasant-farming

## 1. Einleitung

Die globalisierten und industrialisierten Wertschöpfungsketten der Agrar- und Ernährungsbranche sehen sich der zunehmenden Kritik einer wachsenden Bevölkerungsgruppe, die negative ökologische und soziale Auswirkungen der konventionellen Lebensmittelproduktion befürchtet, ausgesetzt. Die daraus resultierende Forderung nach einer alternativen, qualitativ hochwertigen und ethisch vertretbaren Nahrungsmittelproduktion wird in der steigenden Verbreitung Alternativer Lebensmittelnetzwerke (ALN) deutlich. ALN stellen eine direkte Verbindung zwischen VerbraucherInnen und LandwirtInnen her und versprechen frische Lebensmittel, faire Preise sowie transparente Produktionsprozesse (GILG und BATTERSHILL, 1998, 25ff; SAGE, 2014, 255; TAVERNIER, 2012, 896). Community Supported Agriculture (CSA), die oft als „solidarische Landwirtschaft“ übersetzt wird (vgl. KRAIß und VAN ELSSEN, 2008, 184), zählt zu den ALN, die in den vergangenen Jahren zahlreiche InteressentInnen gewinnen konnten (BIETAU, 2013, 189). Innerhalb einer CSA teilt eine solidarische Gemeinschaft aus ProduzentInnen und KonsumentInnen die Kosten und die Erzeugnisse sowie das Risiko, die aus der Bewirtschaftung eines landwirtschaftlichen Betriebes entstehen (KATO, 2013, 371; THOMPSON und COSKUNERBALLI, 2007, 276; SPROUL und KROPP, 2015, 1345). CSA entwickelte sich ab etwa 1980 zeitgleich, jedoch unabhängig voneinander in Deutschland und den USA. In Österreich setzte die Entwicklung erst drei Jahrzehnte später ein. Während CSA in den USA bereits seit der Anfangsphase großes wissenschaftliches Interesse erfährt (vgl. BROWN und MILLER, 2008, 1286; CHURCH et al., 2015, 71), ist das Konzept in

Deutschland und Österreich vergleichsweise wenig erforscht. In den vergangenen fünf Jahren hat CSA in beiden Ländern rasch an Bedeutung gewonnen (vgl. SCHLICHT et al., 2012). Dieser Beitrag untersucht anhand einer Literaturanalyse die unterschiedliche Verbreitung von CSA in Deutschland und Österreich sowie die Einflussfaktoren auf die Entwicklung des Konzeptes und gibt einen Ausblick auf die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten. Ein Blick auf den weiteren Forschungsbedarf schließt den Beitrag ab.

## 2. Das Konzept der CSA

CSA-Gemeinschaften definieren sich über gemeinsame Werte hinsichtlich einer sozial verantwortlichen sowie ökologisch und ökonomisch vertretbaren Lebensmittelproduktion, die die Grundlage für betriebliche Entscheidungen bilden. Durch monatliche Beiträge finanzieren die CSA-Mitglieder die landwirtschaftliche Produktion und erhalten im Gegenzug einen entsprechenden prozentualen Anteil der erzeugten Nahrungsmittel. Den einzelnen Produkten wird dabei kein Preis zugeordnet. Die Finanzierung des gesamten Betriebes unterscheidet CSA, in der das wirtschaftliche Risiko von LandwirtInnen und CSA-Mitgliedern gemeinsam getragen wird, von anderen Formen der Direktvermarktung. CSA-Mitglieder können sich durch die Mitarbeit auf dem Hof einen Einblick in die landwirtschaftliche Produktion und Wissen über ihre Nahrungsmittel verschaffen. Die lokalen Partnerschaften reduzieren bestehende Unsicherheiten bezüglich der Lebensmittelqualität und -sicherheit. Produktionsentscheidungen werden direkt an der Nachfrage der KonsumentInnen ausgerichtet. Das CSA-Konzept strebt die Unabhängigkeit der Betriebe von den globalen Märkten an (FIELDHOUSE, 1996, 44; LAMINE, 2005, 324; SCHLICHT et al., 2012, 24ff; SPROUL und KROPP, 2015, 1346), ein Ziel, dem das Konzept jedoch häufig nicht in vollem Umfang gerecht werden kann (vgl. GALT et al., 2015, 3). Für Betriebe mit geringer Produktionsfaktorenausstattung kann CSA eine geeignete Nischenstrategie darstellen. Durch die Sicherung eines festen, kalkulierbaren Einkommens kann CSA einen Ausweg aus dem Dilemma des „Wachsen oder Weichen“ bieten (CONNOLLY und KLAIBER, 2014, 1102; NAGY, 2013, 86). Wenngleich einige Forschungsarbeiten CSA als funktionales Modell zur Einkommenssicherung ansehen (vgl. BOUGHERARA et al., 2009, 1489), kritisieren andere Untersu-

chungen die oftmals schlechte finanzielle Situation von CSA-Betrieben (vgl. GALT et al., 2015, 3). Die räumliche Nähe zu Teilnehmern, die überwiegend im urbanen Raum leben, ist essentiell für die Etablierung eines CSA-Netzwerks. Personen, die sich für das CSA-Konzept interessieren, bevorzugen biologische Produktionsweisen und berücksichtigen soziale, politische und ökologische Aspekte bei ihren Kaufentscheidungen (SIMON, 2012, 30; SANNEH et al., 2001, 419).

### 3. Verbreitung von CSA in Deutschland und Österreich

In Deutschland wurden CSA-Pionierbetriebe in der Entstehungsphase der Bewegung während der 1980er Jahre gegründet. Bis 2010 stieg die Zahl der bekannten CSA-Initiativen auf zehn an, während die Internetplattform „*ernte-teilen.org*“ 2015 bereits 117 CSA-Initiativen verzeichnete (ERNTE TEILEN, 2015). In Österreich wurde 2011 der erste CSA-Betrieb gegründet. Bis 2015 ist die Anzahl auf ca. 20 Initiativen angestiegen (PABST, 2015, 15). Alle bekannten deutschen und österreichischen CSA-Initiativen wirtschaften biologisch und befinden sich im Einzugsgebiet eines Ballungsraums. Die Konzentration der CSAs ist im östlichen Teil Österreichs höher, was auf die dort liegenden Städte Wien, Linz und Graz sowie das höhere Interesse der urbanen Bevölkerung an alternativen Versorgungssystemen zurückzuführen ist (BAYER ET AL., 2012, 45; NAGY, 2013, 16). Mögliche Einflussfaktoren auf die unterschiedliche Entwicklung von CSA in Österreich und Deutschland werden im folgenden Abschnitt betrachtet.

### 4. Einflussfaktoren auf die Entwicklung von CSA

Landwirtschaftliche Betriebe in entlegenen Alpinregionen, die eine extensive Landbewirtschaftung erfordern, sind ein fester Bestandteil der österreichischen Agrarstruktur. Die extensive Bewirtschaftung begünstigt die Ausrichtung der Betriebe auf die Erzeugung qualitativ hochwertiger Lebensmittel, die sich u.a. in der Vermarktungsstrategie Österreichs als „*Feinkostladen Europas*“ widerspiegelt (SCHERMER, 2003, 6). Initiativen wie die ErzeugerInnen-VerbraucherInnen-Gemeinschaft „*BerSta*“ setzten die Idee eines regionalen Lebensmittelnetzwerkes, ähnlich dem CSA-Konzept, bereits in den 1970er Jahren in Österreich um. Durch die Zusammenarbeit von Politik, Verbänden und Landwirt-

schaft entstanden seitdem zahlreiche alternative Lebensmittelnetzwerke, die die Vermarktung regionaler Produkte aus benachteiligten Regionen, die Bereitstellung erschwinglicher, qualitativ hochwertiger Nahrungsmittel sowie eine direkte Verbindung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen anstreben (LUTZ und SCHACHINGER, 2012, 1; PABST, 2015, 14). Anders als in Österreich war die deutsche Agrarbranche in der Vergangenheit vornehmlich auf Quantität und intensive landwirtschaftliche Produktionsprozesse ausgelegt (SIMON, 2012, 10). Eine hohe Wettbewerbsintensität, preissensible VerbraucherInnen und eine starke Verbreitung von Discountern prägen den Lebensmittelmarkt in Deutschland, der aufgrund der hohen Wettbewerbsintensität als einer der schwierigsten weltweit gilt (vgl. ZÜHLSDORF und SPILLER, 2012, 11). Die konventionelle Landwirtschaft, insbesondere die Tierhaltung, steht jedoch seit einigen Jahren in der gesellschaftlichen Kritik. Die Bedenken der deutschen VerbraucherInnen hinsichtlich der sozialen und ökologischen Auswirkungen der intensiven Agrarproduktion nehmen weiterhin zu und steigern die Nachfrage nach regionalen und ökologischen Lebensmitteln (GILG und BATTERSHILL, 1998, 26).

Aufgrund der ähnlichen ökologischen, sozialen und ethischen Prozessmerkmale, die dem VerbraucherInneninteresse an CSA und biologischen Produkten zugrunde liegt, bietet die Struktur der Biobranche wichtige Anhaltspunkte für die Entwicklung von CSA (KRATOCHVIL et al., 2005, 415). Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) Österreichs hat sich 2014 mit einem Anteil von 70% zum größten Inlandsabnehmer biologischer Produkte entwickelt (BMLFUW, 2014, 61). In Deutschland wurden 2013 50% der Bio-Produkte über den LEH vertrieben (ENZLER und SCHIEBEL, 2013, 291). Im Vergleich zu Österreich sind regionale sowie biologische Lebensmittel im deutschen LEH weniger präsent (BÖHM und SPILLER, 2010, 603). Der umfangreiche Vertrieb von Bioprodukten im LEH Österreichs fördert die Standardisierung der biologischen Produktion und ihre Eingliederung in konventionelle Wertschöpfungsketten. Während sich das Lebensmittelangebot entsprechend der KundInnenwünsche an einer regionalen und biologischen Produktion orientiert, ist im Bio-Segment eine Professionalisierung durch den LEH beobachtbar (PABST, 2015, 15). Die Professionalisierung des Marktes für regionale und biologische Produkte verdrängt die landwirtschaftliche Direktvermarktung (KARNER und DOWER, 2010, 11). In Deutschland nahm der LEH später als in Österreich regionale und biologische Pro-

dukte in das Sortiment auf (ZÜHLSDORF und SPILLER, 2012, 22). Die Nachfrage der deutschen VerbraucherInnen nach Bio-Produkten stieg erst mit deren Etablierung im preisgünstigen Discountsortiment deutlich an (SIMON, 2012, 28).

Weiterhin kann der Lebensraum der VerbraucherInnen ihr Interesse an einer CSA-Mitgliedschaft beeinflussen. Im urbanen Raum ist es für VerbraucherInnen, verglichen mit dem ruralen Raum, schwieriger, mit der Lebensmittelproduktion in Kontakt zu kommen (LUTZ und SCHACHINGER, 2012, 3). Während 2012 in Deutschland 51% der Bevölkerung im urbanen Raum lebten, ist der Wert in Österreich mit 24% deutlich geringer (OECD, 2016). Dieser Aspekt kann eine Erklärung für die unterschiedliche Entwicklung von CSA bieten.

Die vergleichsweise frühe Verbreitung von CSA in Deutschland kann durch die starke Ablehnung der intensiven landwirtschaftlichen Produktion durch eine kleine Bevölkerungsgruppe, die geringe Verfügbarkeit der gewünschten Produktqualitäten im LEH sowie den Wunsch, biologisch wirtschaftende Betriebe zu unterstützen, entstanden sein. Mit der Verbreitung der kritischen Haltung gegenüber der konventionellen Landwirtschaft in der Gesellschaft, die durch zahlreiche Lebensmittelskandale gefördert wurde, stieg die Zahl der CSA-Betriebe. Zudem lebt in Deutschland ein hoher Bevölkerungsanteil im städtischen Raum und stellt für das CSA-Konzept somit eine große Zielgruppe dar (vgl. GILG und BATTERSHILL, 1998, 25ff; GALT et al., 2015, 18).

In Österreich hingegen war der Anreiz für Verbraucher, sich an einer CSA zu beteiligen, zunächst gering. Die von den KonsumentInnen gewünschten Produktqualitäten wurden im LEH oder durch Initiativen wie „BerSta“ angeboten (JAKLIN, 2013, 52; STÖWER, 2010, 72). Mit der zunehmenden Professionalisierung des Bio-Marktes durch den LEH stieg jedoch die Anonymität der Produkte und die von den KonsumentInnen honorierten Produktmerkmale, wie Transparenz und Ursprünglichkeit, gingen zunehmend verloren (JAKLIN, 2013, 98). Die Suche der VerbraucherInnen nach alternativen Versorgungssystemen begünstigte die Verbreitung von CSA (SCHERMER, 2014, 13).

## 5. Ausblick auf weitere Entwicklungsmöglichkeiten von CSA

Sowohl in Österreich als auch in Deutschland ist ein weiteres Entwicklungspotenzial für CSA gegeben. Die Bindung der VerbraucherInnen an einen landwirtschaftlichen Betrieb durch eine CSA-Mitgliedschaft bietet einen innovativen Ansatz der landwirtschaftlichen Direktvermarktung. Insbesondere Betriebe, die aufgrund der verfügbaren Produktionsfaktoren weniger wettbewerbsfähig sind, können von CSA als Nischenstrategie profitieren. Entscheidend für die erfolgreiche Etablierung einer CSA ist die Zufriedenheit der Mitglieder mit der Umsetzung des Konzepts. Durch den Zusammenschluss verschiedener Betriebe zu einer gemeinsamen CSA können die Produktionskosten – und somit die Mitgliedsbeiträge – durch Spezialisierungs- und Größeneffekte gesenkt werden und die Produktvielfalt erhöht werden, was sich positiv auf die Mitgliederzufriedenheit auswirkt. Eine hohe Transparenz, der direkte Kontakt zur Landwirtschaft und der Erhalt kleinbäuerlicher Strukturen können Ansatzpunkte für die Kundenbindung sein. Durch die Einrichtung von Abholstellen im urbanen Raum können auch Betriebe aus entlegeneren Regionen die erforderliche räumliche Nähe zu den KonsumentInnen herstellen (HENDERSON und VAN EN, 2007, 221; JAKLIN, 2013, 108f; WOLFSTEINER, 2014, 97; CONNOLLY und KLAIBER, 2014, 1115).

## 6. Fazit

CSA stellt für landwirtschaftliche Betriebe in Österreich und Deutschland eine gesellschaftlich interessante alternative Bewirtschaftungsform dar. Die aufkeimende CSA-Bewegung in Österreich markiert den Anfang einer neuen VerbraucherInnen-ProduzentInnen-Gemeinschaft, die mit der österreichischen Förderung einer qualitativ hochwertigen Lebensmittelproduktion harmoniert. Weiterer Forschungsbedarf besteht vor allem hinsichtlich der Analyse unterschiedlicher Organisationsformen innerhalb des CSA-Konzeptes sowie deren Managementformen. Durch die Untersuchung der Teilnahmebereitschaft von VerbraucherInnen und LandwirtInnen kann zudem das Potenzial von CSA näher beleuchtet werden. Die Bewertung der ökonomischen Nachhaltigkeit von CSA im Vergleich zu anderen Bewirtschaftungsformen verdient ebenfalls mehr Aufmerksamkeit.

### Danksagung

Der Beitrag wurde im Rahmen des Projektes „Community Supported Agriculture: Entwicklung von innovativen Konzepten zur Verbesserung der gesellschaftlichen Verankerung der modernen Tierproduktion“ verfasst. Die Förderung des Projektes erfolgt aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages. Die Projektträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung.

### Literatur

- BAYER, D., EICHINGER, W., GADERMAIER, J., HOLZER, L., KUBINGER, M., PLODER, D. und THANHEISER, J. (2012): Community Supported Agriculture (CSA) in Österreich im Kontext der ökologischen Landwirtschaft. Projektarbeit. BOKU Wien.
- BIETAU, P., BODDENBERG, M., DIETZE, F., FRAUENLOB, M., GUNKEL, L., KRÄGEL, K., LEIDERSIEDER, S., MUNZ, J., SCHMITZ, S., SERGAN, N. und F. VAESSEN (2013): Solidarische Landwirtschaft - eine soziale Innovation? Empirische Studie aus soziologischer Perspektive. Forschungsprojekt. Frankfurt am Main.
- BÖHM, J. und SPILLER, A. (2010): Die (neue) Lust am Discount? Einkaufsmotive und Kaufbarrieren. Ernährungsumschau, 11, 598-604.
- BOUGHERARA, D., GROLLEAU, G. und MZOUGH, N. (2009): Buy local, pollute less: What drives households to join a community supported farm? *Ecological Economics* 68, 5, 1488-1495.
- BROWN, C. und MILLER, S. (2008): The Impacts of Local Markets: A Review of Research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA). *American Journal of Agricultural Economics* 90, 5, 1296-1302.
- BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft) (2014): Grüner Bericht 2014: Bericht über die Situation der österreichischen Land- und Forstwirtschaft, 55. Auflage, Wien.
- CHURCH, A., MITCHELL, R., RAVENSCROFT, N. und STAPLETON L.M. (2015): 'Growing your own': A multi-level modelling approach to understanding personal food growing trends and motivations in Europe. *Ecological Economics* 110, 71-80.
- CONNOLLY, C. und KLAIBER, H.A (2014): Does Organic Command a Premium When the Food is Already Local? *American Journal of Agricultural Economics* 96, 4, 1102-1116.
- ENZLER, J. und SCHIEBEL, A. (2013): Bio-/Ökoprodukte. In: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (Hrsg.): *Agrarmärkte 2013*, 291-322.
- ERNTTE TEILEN. URL: [www.ernte-teilen.org/map](http://www.ernte-teilen.org/map) (01.10.2015).
- FIELDHOUSE, P. (1996): Community Shared Agriculture. *Agriculture and Human Values*, 13, 3, 43-48.



- GALT, E., BRADLEY, K., CHRISTENSEN, L., VAN SOELEM KIM, J. und LOBO, R. (2015): Eroding the Community in Community Supported Agriculture (CSA): Competition's Effects in Alternative Food Networks in California. *Sociologia Ruralis*, 56, 4, 491-512.
- GILG, A. und BATTERSHILL, M. (1998): Quality farm food in Europe: a possible alternative to the industrialised food market and to current agri-environmental policies: lessons from France. *Food Policy*, 23, 1, 25-40.
- HENDERSON und VAN EN (2007): *Sharing the harvest: A citizen's guide to Community Supported Agriculture*. Rev. and expanded ed. White River Junction, Vt.: Chelsea Green.
- HEMMERLING, U., PASCHER, P. und RUKWIED, J. (Hrsg.) (2014): *Situationsbericht 2014/15: Trends und Fakten zur Landwirtschaft*. Berlin: Deutscher Bauernverband.
- JAKLIN, U. (2013): *KleinbäuerInnen und die Foodcoop D'Speis (Wien): Gründe für die Teilnahme an einem alternativen Lebensmittelnetzwerk*. Diplomarbeit. Universität Wien.
- KARNER, S. und DOWER, M. (2010): *Local food systems in Europe: Case studies from five countries and what they imply for policy and practice*. Graz: IFZ.
- KATO, Y. (2013): Not Just the Price of Food: Challenges of an Urban Agriculture Organization in Engaging Local Residents. *Sociological Inquiry*, 83, 3, 369-391.
- KRAIB, K. und VAN ELSEN, T. (2008): *Landwirtschaftliche Wirtschaftsgemeinschaften (Community Supported Agriculture, CSA) - ein Weg zur Revitalisierung des ländlichen Raumes?* In FRIEDEL, R. und SPINDLER, E.A. (Hrsg.): *Nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume*. Wiesbaden: VS Verlag, 183-194.
- KRATOCHVIL, R., LINDENTHAL, T. und VOGL, C.R. (2005): *Prozessqualitäten im Wandel: Beobachtungen am Beispiel der Bio-Wertschöpfungskette in Österreich*. In: HEß, J. und RATHMANN, G. (Hrsg.): *Ende der Nische: Beiträge zur 8. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau*. Kassel: kassel university press, 415-419.
- LAMINE, C. (2005): *Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers*. *Sociologia Ruralis*, 45, 4, 324-346.
- LUTZ, J. und SCHACHINGER, J. (2012): *Consumer-Initiated Alternative Food Networks - Speiselokal!: An Austrian Case Study*. Paper presented at the 10th IFSA-Symposium, 1-4 July 2012, Aarhus, Dänemark.
- NAGY, N. (2013): *Das Potenzial der Etablierung und weiteren Verbreitung von Community Supported Agriculture (CSA) in Österreich*. Diplomarbeit. Universität Wien.
- OECD (2016): *National population distribution (indicator)*. doi: 10.1787/7314f74f-en (14. 03. 2016).
- PABST, S. (2015): *Transdisziplinäre Aktionsforschung zur Verbreitung von Community Supported Agriculture (CSA) in Österreich*. Masterarbeit. BOKU Wien.
- SAGE, C. (2014): *The transition movement and food sovereignty: From local resilience to global engagement in food system transformation*. *Journal of Consumer Culture*, 14, 2, 254-275.

- SANNEH, N., MOFFITT, L. und LASS, D. (2001): Stochastic Efficiency Analysis of Community-Supported Agriculture Core Management Options. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 26, 2, 417–430.
- SCHERMER, M. (2003): Bauer – Power – Bioregion: Das Potenzial des Biologischen Landbaues für die ländliche Regionalentwicklung in Österreich. Dissertation. Universität Innsbruck.
- SCHERMER, M. (2014): From "Food from Nowhere" to "Food from Here": Changing Producer-Consumer Relations in Austria. *Agriculture and Human Values*, 32, 1, 121–132.
- SCHLICHT, S., VOLZ, P., WECKENBROCK, P. und LE GALLIC, T. (2012): Community Supported Agriculture: An overview of characteristics diffusion and political interaction in France, Germany, Belgium and Switzerland. ACTeon und Die Agronauten. Freiburg.
- SIMON, M. (2012): Auch in Deutschland 20% Ökolandbau? Welche Faktoren waren hinderlich? Ein Blick aus Österreich nach Bayern. Masterarbeit. BOKU Wien.
- SPROUL, T.W. und KROPP, J.D. (2015): A General Equilibrium Theory of Contracts in Community Supported Agriculture. *American Journal of Agricultural Economics*, 97, 5, 1345–1359.
- STÖWER, L. (2010): Vernetzung von Erzeugern biologischer Lebensmittel und Verbrauchern am Beispiel einer internetbasierten Plattform. Masterarbeit. Universität Münster.
- TAVERNIER, J. (2012): Food Citizenship: Is There a Duty for Responsible Consumption? *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 25, 6, 895–907.
- THOMPSON, C. und COSKUNER-BALLI, G. (2007): Enchanting Ethical Consumerism: The Case of Community Supported Agriculture. *Journal of Consumer Culture*, 7, 3, 275–303.
- WOLFSTEINER, M.M. (2014): Eine externe Analyse des CSA Marktes in Österreich aus Sicht der klein- und mittelständischen Landwirtschaftsbetriebe. Diplomarbeit. Universität Linz.
- ZÜHLSDORF, A. und SPILLER, A. (2012): Trends in der Lebensmittelvermarktung: Begleitforschung zum Internetportal lebensmittelklarheit.de: Marketingtheoretische Einordnung praktischer Erscheinungsformen und verbraucherpolitische Bewertung. Göttingen.

#### **Anschrift der VerfasserInnen**

*M. Sc. Marie Wellner, Prof. Dr. Ludwig Theuvsen  
Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung  
Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen, Deutschland  
Tel.: +49 551 39-12166  
eMail: Marie.Wellner@agr.uni-goettingen.de*