

## **Von der Vision zum gelungenen Projekt.**

***Über das Potential von Kooperation und den Nutzen im  
Netzwerk von Green Care Initiativen in der Sozialen  
Landwirtschaft.***

# **MASTERTHESE**

aus dem Studienfachbereich

Green Care - Pädagogische, beraterische und therapeutische Interventionen mit  
Tieren und Pflanzen

zur Erlangung des akademischen Grades Master of Science (MSc)

an der

Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien

eingereicht bei

**Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Dorit Haubehofer (verh. Van Meel)**

vorgelegt von

**DSA<sup>in</sup> Anita Wernisch**

Matrikelnummer 1284939

Wien, April 2015



## **Kurzfassung**

Diese Green Care Studie beschäftigt sich mit den Nutzendimensionen von Sozialen Landwirtschaften in Österreich, die sich im Zuge der Sozialen Innovation zwischen den Beteiligten entwickeln. Die PionierInnen sind gefordert, Kooperationen mit PartnerInnen aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Gesellschaft herzustellen, um Ziele zu erreichen. Ein Mehrwert für alle entsteht durch gelungene Austauschbeziehungen in den Netzwerken. Die Untersuchung geht den Fragen nach, wer die relevanten AkteurInnen sind, und welches ökonomische, soziale, kulturelle und symbolische Kapital sie einbringen. Mit welchen Erwartungen ist dieser Einsatz verbunden, inwiefern liegt ihr Profit auch in einem Sinngewinn? Mit Hilfe interdisziplinärer Ansätze, Bourdieus Kapitaltheorie, Konzepten der Netzwerk- und Sinnforschung wurde ein Forschungsdesign entwickelt, das die Perspektiven und den Nutzen von PionierInnen und ihren Kooperationen beleuchtet. Siebzehn Interviewstudien wurden unter Einsatz qualitativer Netzwerkanalysen und Leitfadenterviews erstellt. Die Ergebnisse zeigen die Kooperationslandschaft der Initiativen mit ihren SchlüsselakteurInnen und gegenseitige Gewinnaspekte. Sie verdeutlichen die Herausforderungen der stetigen Beziehungspflege und Balance von Geben und Nehmen. Zudem dienen Soziale Landwirtschaften als Quelle für Sinn und der Erfüllung von Sinnbedürfnissen. Neben Beiträgen weiterer wichtiger PartnerInnen stellten sich der Rückhalt aus dem Familien- und Freundeskreis und das kulturelle und soziale Kapital von Interessensvertretungen als unentbehrlich dar.

## **Abstract**

This Green Care study deals with the benefit dimensions of social agriculture in Austria, which are being developed by participants through social innovation. The pioneers are required to establish collaborations with partners from the fields of politics, civil service, business and society, in order to achieve their goals. Added value is created for everyone through successful exchanges in networks. This study will address the questions of who are the relevant participants and which economic, social, cultural and symbolic capital do they bring with them. Which expectations are attached to this effort and to what extent is their profit in adding meaning? Using interdisciplinary approaches, Bourdieu's capital theory, network and meaningful research concepts, a research design examining the perspectives and beneficial effects of the pioneers and their collaborations was developed. Seventeen interview studies were compiled on the basis of qualitative network analyses and semi-structured interviews. The results reveal the extent of the initiatives' collaboration, including the key participants and mutual benefits. They illustrate the challenges faced in on-going relationship management and in balancing reciprocity. Furthermore, social agriculture serves as a source of and satisfies the needs for meaning. In addition to contributions by other important partners, support from family and friends and the cultural and social capital provided by interest groups are indispensable.

„Nenn es einen Clan, nenn es ein Netzwerk, nenn es Stamm, Sippe oder Familie. Wie immer du es auch nennst, wer immer du auch bist, du brauchst so etwas.“ (Jane Howard)

>>Weil ohne dem geht gar nichts! <<, war wohl einer der häufigsten Sätze, die in den vielen Gesprächen mit den PionierInnen gefallen sind. „Es geht nicht ohne meine Familie, ohne die KlientInnen, ohne meine MitarbeiterInnen, ohne die Gemeinde, ohne Bank, ohne die FördergeberIn, ohne meinen Schlaf, ohne meinen Glauben und ohne meine Tiere!“

Es geht nicht ohne euch, liebe WegbereiterInnen, ohne eure Visionen, ohne eure Tatkraft und ohne euren unermüdlichen Einsatz für Green Care, für eine soziale Landwirtschaft, für sinnvolle Produkte und Dienstleistungen und ein mehr an Lebensqualität und Nachhaltigkeit in euren Netzwerken!

Deshalb ein herzliches Danke an euch und an alle jene, die eure Visionen mittragen und zum Leben bringen!

Danke an alle für die wertvolle Hilfe und Unterstützung bei dieser Arbeit!

Wien, im April 2015

Anita Wernisch

## Inhalt

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG - GREEN CARE UND SOZIALE LANDWIRTSCHAFT .....</b>	<b>14</b>
1.1	Zur Bearbeitung des Themas .....	14
1.2	Aktuelle Studien mit Relevanz für das Thema .....	15
1.3	Definition von Green Care und Zusammenwirken mit Sozialer Landwirtschaft.....	18
1.4	Aspekte von Innovation und Kooperation in der Sozialen Landwirtschaft.....	20
1.4.1	<i>Kooperationsmodelle in der Sozialen Landwirtschaft.....</i>	21
1.4.2	<i>Strategische Partnerschaften und selbststeuernde Netzwerke.....</i>	23
1.4.3	<i>Nutzenaspekte im Kontext Sozialer Landwirtschaft .....</i>	24
<b>2</b>	<b>THEORETISCHER HINTERGRUND .....</b>	<b>26</b>
2.1	Zum Kapitalbegriff und Bourdieus Kapitaltheorie .....	26
2.1.1	<i>Ökonomisches Kapital .....</i>	28
2.1.2	<i>Kulturelles Kapital .....</i>	28
2.1.3	<i>Soziales Kapital .....</i>	29
2.1.4	<i>Symbolisches Kapital.....</i>	30
2.2	Vom Netzwerk zur Kooperation.....	31
2.2.1	<i>Definition Netzwerk.....</i>	31
2.2.2	<i>Kooperation.....</i>	34
2.2.3	<i>StakeholderInnenanalyse.....</i>	37
2.3	Green Care als eine Quelle von Sinn – Konzepte aus der Sinnforschung.....	39
2.3.1	<i>Der Kohärenzsinn von Aaron Antonovsky.....</i>	39
2.3.2	<i>Die Existenzanalyse und die Logotherapie von Viktor Frankl .....</i>	40
2.3.3	<i>Sinnbedürfnisse nach Sommer und Baumeister .....</i>	42

---

<b>3</b>	<b>PROBLEMSTELLUNG, ZIELE UND FORSCHUNGSFRAGEN DIESER STUDIE .....</b>	<b>44</b>
3.1	<b>Problemstellung und Ziele .....</b>	<b>44</b>
3.2	<b>Forschungsfragen und Hypothesen .....</b>	<b>46</b>
<b>4</b>	<b>DAS METHODISCHE VORGEHEN.....</b>	<b>48</b>
4.1	<b>Fallauswahl .....</b>	<b>48</b>
4.1.1	<i>Qualitative Netzwerkinterviews mit PionierInnen .....</i>	<i>48</i>
4.1.2	<i>Offene Leitfadeninterviews mit AkteurInnen aus dem Netzwerk .....</i>	<i>52</i>
4.2	<b>Datenerhebung .....</b>	<b>53</b>
4.2.1	<i>StakeholderInnenanalyse und Netzwerkerstellung .....</i>	<i>53</i>
4.2.2	<i>Zum Leitfadeninterview .....</i>	<i>57</i>
4.3	<b>Datenanalyse .....</b>	<b>59</b>
4.3.1	<i>Allgemeine Bearbeitung und computerunterstützte Auswertung.....</i>	<i>59</i>
4.3.2	<i>Wahl und Entwicklung der Methoden zur Datenanalyse .....</i>	<i>60</i>
4.4	<b>Übersicht Erhebungsphasen mit Datenanalyse .....</b>	<b>65</b>
<b>5</b>	<b>ERGEBNISDARSTELLUNG .....</b>	<b>66</b>
5.1	<b>Überblick Verteilung der AkteurInnen in Kapitalfeldern .....</b>	<b>66</b>
5.2	<b>Über die relevanten AkteurInnen im Netzwerk.....</b>	<b>68</b>
5.2.1	<i>Übersicht interne StakeholderInnen.....</i>	<i>69</i>
5.2.2	<i>Übersicht externe StakeholderInnen.....</i>	<i>70</i>
5.2.3	<i>Nutzenbeitrag Familie/FreundInnen.....</i>	<i>73</i>
5.2.3.1	<i>Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....</i>	<i>75</i>
5.2.3.2	<i>Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen .....</i>	<i>76</i>
5.2.4	<i>Nutzenbeitrag Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften, Verbände .....</i>	<i>77</i>
5.2.4.1	<i>Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....</i>	<i>79</i>
5.2.4.2	<i>Nutzen für AkteurIn aus Sicht der PionierInnen .....</i>	<i>80</i>

<b>5.3</b>	<b>Relevante AkteurInnen kulturelles Kapital .....</b>	<b>81</b>
5.3.1	<i>Nutzenbeitrag Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung, SchulungsträgerInnen.....</i>	82
5.3.1.1	Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....	85
5.3.1.2	Nutzen für AkteurIn.....	85
5.3.2	<i>Nutzenbeitrag MitarbeiterInnen.....</i>	86
5.3.2.1	Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....	87
5.3.2.2	Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen .....	89
5.3.2.3	Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht einer hauptamtlichen MitarbeiterIn .....	89
<b>5.4</b>	<b>Relevante AkteurInnen symbolisches Kapital .....</b>	<b>90</b>
5.4.1	<i>Nutzenbeitrag Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen. ....</i>	91
5.4.1.1	Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....	93
5.4.1.2	Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen .....	95
5.4.1.3	Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht BürgermeisterIn .....	95
5.4.2	<i>Nutzenbeitrag Medien.....</i>	96
5.4.2.1	Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....	98
5.4.2.2	Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen .....	99
<b>5.5</b>	<b>Relevante AkteurInnen soziales Kapital .....</b>	<b>99</b>
5.5.1	<i>Nutzenbeitrag KundInnen/KlientInnen.....</i>	101
5.5.1.1	Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....	102
5.5.1.2	Nutzen für AkteurIn aus Sicht der PionierInnen .....	104
5.5.1.3	Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht einer KlientIn.....	105
<b>5.6</b>	<b>Relevante AkteurInnen ökonomisches Kapital .....</b>	<b>105</b>
5.6.1	<i>Nutzenbeitrag Wirtschaftliche PartnerInnen.....</i>	107
5.6.1.1	Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....	108
5.6.1.2	Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen .....	110

---

5.6.1.3	Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht wirtschaftliche PartnerIn . .....	110
5.6.2	<i>Nutzenbeitrag FördergeberInnen/SponsorInnen</i> .....	112
5.6.2.1	Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern.....	114
5.6.2.2	Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen .....	115
5.6.2.3	Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht FördergeberIn.....	115
<b>5.7</b>	<b>Sichtweisen der PionierInnen zum Thema Win-win .....</b>	<b>117</b>
<b>5.8</b>	<b>Nutzen durch Sinnfindung.....</b>	<b>118</b>
5.8.1	<i>Sinn der Unternehmensidee .....</i>	119
5.8.2	<i>Sinnstiftende Produkte und Dienstleistungen.....</i>	121
5.8.3	<i>„Etwas bewirken können“ .....</i>	122
5.8.4	<i>„Etwas Gutes tun“ .....</i>	123
5.8.5	<i>Anerkennung und Wertschätzung.....</i>	124
5.8.6	<i>Sinnverlust aus Sicht der AkteurInnen .....</i>	125
<b>5.9</b>	<b>Potential von Kooperation und Vernetzung aus Sicht der PionierInnen .....</b>	<b>126</b>
5.9.1	<i>Bewertung der Methode zur Datenerhebung.....</i>	127
5.9.2	<i>Ergebnisse StakeholderInnenauswahl.....</i>	128
<b>6</b>	<b>DISKUSSION.....</b>	<b>129</b>
6.1	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse Hypothese 1 .....</b>	<b>129</b>
6.2	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse Hypothese 2.....</b>	<b>136</b>
6.3	<b>Schlussbetrachtungen .....</b>	<b>137</b>
6.4	<b>Kritische Würdigung und Ausblick.....</b>	<b>142</b>
	<b>QUELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>145</b>
	<b>ANHANG.....</b>	<b>152</b>
A.1	<b>Leitfaden Erhebungsphase I – Netzwerkanalyse .....</b>	<b>152</b>

---

<b>A.2 Netzwerkkarte .....</b>	<b>156</b>
<b>A.3 Einverständniserklärung Erhebungsphase I.....</b>	<b>157</b>
<b>A.4 Leitfaden Erhebungsphase II – Befragung AkteurInnen .....</b>	<b>158</b>
<b>A.5 Einverständniserklärung Erhebungsphase II.....</b>	<b>160</b>
<b>A.6 Rahmendaten zu den Interviews .....</b>	<b>161</b>
<b>EHRENERKLÄRUNG .....</b>	<b>163</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kooperation ist Teamarbeit. (Quelle: Peseschkian 2002, S.152) ....	21
Abbildung 2: Bedingungen für Kooperation. (Quelle: Netzwerkservicestelle 2011, S.15).....	37
Abbildung 3: Netzwerkkarte mit Kapitalfelder .....	55
Abbildung 4: Verdichtung zu StakeholderInnengruppe .....	63
Abbildung 5: Erhebungsphasen .....	65
Abbildung 6: Verteilung in einzelnen Kapitalfeldern .....	67
Abbildung 7: Gewichtung nach Kapitalfeldern .....	67
Abbildung 8: Übersicht relevante AkteurInnen im Netzwerk.....	68
Abbildung 9: Übersicht interne StakeholderInnen .....	69
Abbildung 10: Übersicht externe StakeholderInnen .....	71
Abbildung 11: Verteilung interne und externe StakeholderInnen im Netzwerk.....	73
Abbildung 12: Kapitalvolumen Familie-, Freundeskreis.....	75
Abbildung 13: Kapitalvolumen Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften, Verbände .....	79
Abbildung 14: Verteilung interne und externe StakeholderInnen kulturelles Kapital .....	81
Abbildung 15: Übersicht relevante AkteurInnen im kulturellen Kapitalfeld.....	82
Abbildung 16: Kapitalvolumen Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung, SchulungsträgerInnen .....	84
Abbildung 17: Kapitalvolumen MitarbeiterInnen .....	87
Abbildung 18: Verteilung interne und externe StakeholderInnen symbolisches Kapital .....	90
Abbildung 19: Übersicht relevante AkteurInnen im symbolisches Kapitalfeld .....	91
Abbildung 20: Kapitalvolumen Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen.....	93
Abbildung 21: Kapitalvolumen Medien .....	98
Abbildung 22: Verteilung interne und externe StakeholderInnen soziales Kapital	99
Abbildung 23: Übersicht relevante AkteurInnen soziales Kapitalfeld.....	100
Abbildung 24: Kapitalvolumen KundInnen/KlientInnen.....	102

Abbildung 25: Verteilung interne und externe StakeholderInnen ökonomisches Kapital .....	105
Abbildung 26: Übersicht relevante AkteurInnen ökonomisches Kapitalfeld .....	106
Abbildung 27: Kapitalvolumen wirtschaftliche PartnerInnen .....	108
Abbildung 28: Kapitalvolumen FördergeberInnen/SponsorInnen .....	113

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Auszug von Kriterien zur Fallauswahl.....	50
Tabelle 2: Beschreibung Kapitalressourcen .....	56
Tabelle 3: Übersicht Datenmaterial .....	59
Tabelle 4: Nutzenanalyse Green Care Initiative. (Quelle: modifiziert übernommen aus Helmcke 2008, S.60 und Budde, Früchtel 2007, 1.5.) .....	62
Tabelle 5: Allgemeiner Fragenblock Erhebungsphase I .....	153
Tabelle 6: Fragenblock Netzwerkanalyse.....	154
Tabelle 7: Fragenblock Erhebungsphase II .....	159
Tabelle 8: Rahmendaten zu Interviews mit PionierInnen .....	161
Tabelle 9: Rahmendaten zu Interviews mit StakeholderInnen .....	162

## 1 EINLEITUNG - GREEN CARE UND SOZIALE LANDWIRTSCHAFT

Ziel dieser Einführung ist zunächst, ein Verständnis für das Forschungsinteresse und diese These zu schaffen. Dabei wird der Fokus zuerst auf aktuelle, wissenschaftlich bereits beleuchtete, Thematiken im Feld der Sozialen Landwirtschaft in Österreich gelegt. Ausgehend von dieser Perspektive werden Definitionen mit Bezug zu Green Care und aktuelle Konzepte von Sozialer Landwirtschaft vorgestellt und bestimmte Aspekte von Nutzen, bereits vorhandene Wirkungsannahmen und Kooperationsmöglichkeiten in einem vielfältigen Forschungsfeld erläutert.

### 1.1 Zur Bearbeitung des Themas

Dieses **einleitende Kapitel** führt durch das Forschungsfeld und vertieft sich in wesentliche Aspekte zum Thema Kooperation und Nutzen in der Verbindung von Green Care und Sozialer Landwirtschaft in Österreich. Dabei wurde mit Hilfe von Recherchen, dem Studium offizieller Publikationen und von Berichten, durch die Teilnahme an einschlägigen Veranstaltungen und einer erweiterten Feldpraxis, Erfahrungen im Forschungsfeld und im Netzwerk von Green Care Initiativen gesammelt. Aus dieser Perspektive heraus wurden notwendige Definitionen und Begriffsbestimmungen beleuchtet und auf den aktuellen Forschungsstand zu Sozialer Landwirtschaft in Österreich Bezug genommen, um jene Theorien auszuwählen, die im **Kapitel zwei** den spezifischeren theoretischen Hintergrund liefern. Darin wird erklärend der Fokus auf die ausgewählte Kapitaltheorie von Pierre Bourdieu gelenkt und seiner Differenzierung von ökonomischem, kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital gefolgt. Wesentliche Begriffe, wie Netzwerk, Kooperation und StakeholderInnen werden beleuchtet und mit entsprechenden Konzepten aus der Sinnforschung ergänzt, um die für den empirischen Teil notwendigen Grundlagen zu schaffen. Im **Kapitel drei** werden die Problemstellung und Ziele der Arbeit verdichtet, und die forschungsleitenden Fragen in Verbindung mit den Hypothesen konkretisiert.

**Kapitel vier** umfasst den empirischen Teil der Arbeit. Es werden die methodische Vorgangsweise, verwendete Techniken und Instrumente und die Fallauswahl erläutert. Über die Verbindung der Kapitaltheorie von Pierre Bourdieu mit der systemtheoretischen Perspektive auf Netzwerke, Kooperation und die Verknüpfung mit dem StakeholderInnen Ansatz wurde ein Forschungsdesign entwickelt, dass sowohl die Perspektiven der PionierInnen als auch ihrer StakeholderInnen berücksichtigte und diese gegenseitigen Nutzenaspekte beleuchtete. Es wurden insgesamt 17 qualitative Interviewstudien mit PionierInnen der Sozialen Landwirtschaft und ihren StakeholderInnen durchgeführt. Bei der Erhebung der relevanten Akteu-

rInnen wurde eine qualitative Netzwerkanalyse angewendet und jene StakeholderInnen identifiziert, die im Feld von Green Care Initiativen wichtig für den Erfolg der PionierInnen und ihrer Initiativen waren. **Kapitel fünf** präsentiert diese sehr umfassenden Ergebnisse. Die Resultate wurden nach dem Nutzenbeitrag der relevanten StakeholderInnen, dem subjektiven und objektiven Nutzengewinn aufgeschlüsselt und nach einem spezifischen Nutzen durch Sinnfindung beleuchtet. Die gesamten Ergebnisse wurden im **Kapitel sechs** zusammengefasst und mit einer kritischen Schlussbetrachtung die vorliegende Arbeit gewürdigt. Das nachfolgende **Verzeichnis** enthält die in der Arbeit genutzten Literaturquellen. **Im Anhang** wurden die für die Erhebung entwickelten Instrumente, verwendeten Hilfsmittel und ergänzende Materialien beigefügt.

Beide Geschlechter wurden in den Formulierungen der vorliegenden These mitbedacht. Die sprachliche Gleichstellung von Frauen und Männern wurde durch die Verwendung geschlechtsneutraler Personenbezeichnungen, unter Berücksichtigung des generischen Femininums, umgesetzt. Dort, wo es sich um eine eindeutig weibliche Akteurin oder eindeutig männlichen Akteur handelte, wurde die vollständige, dem Geschlecht gerechte, Form verwendet (vgl. Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur 2012).

## 1.2 Aktuelle Studien mit Relevanz für das Thema

2012 wurde unter dem Titel „Soziale Landwirtschaft – Situation und Potentiale einer Form der Diversifizierung land- und forstwirtschaftlicher Betriebe in Österreich, Südtirol und Trentino“ eine wissenschaftliche Studie durchgeführt, die den sich zunehmend dynamisch entwickelnden Bereich der Sozialen Landwirtschaft intensiv beleuchtete. Die Studie bot ein interessantes Konzept zur begrifflichen Abgrenzung und lieferte Angaben zur Anzahl, Tätigkeitsbereichen und Lage von Betrieben. So konnten österreichweit 621 land- und forstwirtschaftliche, sowie gartenbauliche Betriebe identifiziert werden, die die Kriterien für eine Soziale Landwirtschaft erfüllten. Als ein Hauptmotiv für den Einstieg in die Soziale Landwirtschaft wurde, neben einer Reihe weiterer Motive, das Einkommensmotiv genannt (vgl. Wiesinger 2013b, S. 130f).

„Der Bildungsauftrag ist das Hauptmotiv der pädagogischen Einrichtungen, v.a. bei Schule am Bauernhof. SchülerInnen und LehrerInnen soll ein Zugang zur Natur und gesunden Nahrungsmitteln vermittelt werden. Eine große Rolle spielen auch soziale Motive, wie eine altruistische und karitative Einstellung sowie die Absicht, sich sinnvoll für die Gesellschaft engagieren zu wollen. Gelegentlich ist es auch eine persönliche Betroffenheit, die zum Einstieg in die Soziale Landwirtschaft führt, z.B. wenn

nahe Angehörige einen besonderen Betreuungsbedarf haben und in der Folge gleich noch weitere Menschen von außerhalb der Familie integriert werden. Viele können auch die eigene berufliche Ausbildung als PädagogIn, TherapeutIn oder Pflegeperson usw. ideal mit der Sozialen Landwirtschaft verbinden. Sie können ihre berufliche Erfahrung im Sozialbereich einbringen und das Leben am Bauernhof mit einem Arbeitsplatz vor Ort kombinieren.“ (Wiesinger 2013b, S. 131)

Mit dem Potential, soziale Netzwerke im Umfeld von Sozialer Landwirtschaft zu entfalten, beschäftigte sich Wiesinger auch in einem aktuellen Forschungsprojekt, das er im Zuge seiner Referententätigkeit im Rahmen des Internationalen Forschungsdialoges Green Care 2014 an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik vorgestellt hatte. Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit der Bundesanstalt für Bergbauernfragen, der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und EURAC Bozen, dem Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement in Südtirol durchgeführt. Es handelte sich dabei um eine länderübergreifende Vergleichsstudie zwischen Österreich und Südtirol, die die vielfältigen Wirkungen von sozialen Dienstleistungen in der Landwirtschaft auf die lokale Ökonomie in peripheren ländlichen Räumen untersuchte. Diese Studie konzentrierte sich auf die Untersuchung des Sozialkapitals, das durch „Green Care Agriculture“ entsteht.

„Nutzende können auf unterschiedliche Weise ihr Sozialkapital durch Green Care-Aktivitäten erhöhen: Care Farming ermöglicht eine Teilhabe in Familie, Arbeit und Wohnen. Das soziale Kapital der betreuenden Familie kann für weitere Schritte zur sozialen Teilhabe genutzt werden: Nicht selten werden Arbeitsstellen und Wohnmöglichkeiten durch die betreuende Familie vermittelt.“ (Wiesinger 2013a)

Die Studie wurde inzwischen abgeschlossen und sollte auch Ergebnisse zu regionalpolitischen und ökonomischen Wirkungen auf einzelne Betriebe und auf die lokale Bevölkerung abbilden, sowie:

„Schnittstellen zwischen Sozialer Landwirtschaft und dem lokalen Sozialkapital in Hinblick auf das Entstehen neuer Netzwerke und sozialer Strukturen sowie den Einfluss auf die Zivilgesellschaft (Vertrauen, Akzeptanz, Toleranz).“ (Wiesinger 2014).

Aufgrund der Dynamik des Forschungsfeldes und der Komplexität wurde eine Vertiefung von einzelnen Teilbereichen in einem neuen Projekt der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft weitergeführt (vgl. Wiesinger 2015).

Der pädagogische Nutzen von Angeboten für die KlientInnen steht oft im Mittelpunkt des Interesses von Forschungen, der Nutzen für die Anbieterinnen oder die Wirkung der Angebote auf eine nachhaltige Regionalentwicklung ist meist noch nicht sehr deutlich beleuchtet.

Besonderes dazu bietet der Blick auf eine Studie im Rahmen des Institutes für Internationale Gebirgsforschung zur „Schule am Bauernhof“ in Tirol von Mathilde

Schmitt, die im Zeitraum 2010-2012 aktive und ehemals aktive AnbieterInnen untersucht hatte und aufzeigte, dass Landwirtschaft nicht nur durch ein zusätzliches Einkommen profitierte sondern sich bei den Landwirten, bei den Kindern, im Umfeld und der Region vielfältiges soziales, kulturelles und symbolisches Potential entwickelte.

„Ich möchte in diesem Zusammenhang von sozialem Kapital sprechen, denn es wird die soziale Nachhaltigkeit gestützt, was langfristig zu einer Stabilisierung ländlicher Räume beiträgt. Der Lernort Bauernhof ist somit nicht nur eine Ressource nachhaltiger Bildung, sondern eine Ressource nachhaltiger Entwicklung.

Es wird offensichtlich: Mit paralandwirtschaftlichen Aktivitäten lässt sich nicht nur zusätzliches Einkommen erwirtschaften. Vielmehr charakterisiert sich derlei Einkommen durch eine gewisse Polyvalenz, eine Mehrwertigkeit: es lässt sich mit Schule am Bauernhof soziales, kulturelles und symbolisches Kapital aktivieren.“ (Schmitt 2012, S. 21)

Hervorzuheben ist die Studie „How do networks matter? Implementation of the innovative practice of care farming in Austria and the Netherlands“ von Renate Renner (2010), die die Unterstützungsnetzwerke von Care Farmern in Österreich und den Niederlanden erforscht hatte, um die Bedeutung von Sozialkapital für die innovative Praxis Sozialer Landwirtschaft aufzuzeigen.

Sie griff für ihren Forschungsansatz auf drei Theorien zurück: die Sozialkapitaltheorie, Innovationstheorie und Netzwerktheorie. Der Innovationsprozess wurde in drei Perioden (Entwicklungs-, Implementations- und Umsetzungsperiode) unterteilt und das jeweilige Unterstützungsnetzwerk dazu erhoben. Für die Erhebung der Daten hatte sie die qualitative Netzwerkanalyse angewandt, eine Triangulation verbaler und visueller Daten durchgeführt und Interviews mit ExpertInnen und „Care-Farmer“ geführt. Die Ergebnisse der Studie waren vielfältig, da sie auch Vergleiche zwischen der Praxis von Care Farming in Österreich und den Niederlanden zog. Der Fokus lag aber stark auf dem funktionalem Aspekt von Sozialem Kapital, wobei Renner hier dem Ansatz von Coleman folgte.

„To put the focus on the function of social capital but also to follow the idea, that it is a resource that facilitates individual action, the theoretical perspective of Coleman is most appropriate and is therefore applied in this research.“ (Renner 2010, S. 63)

Ihre Ergebnisse zeigten, dass bestimmte Formen der Unterstützung unverzichtbar waren und auch zur Stabilisierung von Projekten beitrugen. So war die Unterstützung von Familienmitgliedern während des gesamten Innovationsprozesses unverzichtbar. Aufgaben, die für den Care-Farmer mit Stress verbunden waren, konnten besser bewältigt werden, wenn ein Kontakt und Austausch mit KollegInnen möglich war. Herausforderungen im Umgang mit KlientInnen erforderten eine

kontinuierliche professionelle Unterstützung durch deren Schlüsselpflegekräfte, um das Projekt zu stabilisieren (vgl. Renner 2010, S. 193ff).

### **1.3 Definition von Green Care und Zusammenwirken mit Sozialer Landwirtschaft**

Der Begriff Green Care, wie man ihn heute kennt, wurde im Rahmen eines europäischen Programmes, der sogenannten COST (European Cooperation in Science and Technology) Action 866, Green Care in Agriculture, von verschiedenen ForscherInnen entwickelt und 2010 mit einem wissenschaftlichen Rahmenkonzept in Berichtsform hinterlegt (vgl. Sempik, Hine, Wilcox 2010). Green Care gilt als Sammelbegriff, dessen Nutzen sehr breit gefächert ist, der sich unterschiedlich durchsetzt und insbesondere als ein ganzheitlicher Ansatz in der Gesundheitsförderung dargestellt wird. Positive und die Gesundheit von Menschen aktivierende Effekte entstehen durch den zielgerichteten Kontakt mit der Natur und den Einsatz von Tieren, Pflanzen und anderen Naturelementen in Pädagogik, Therapie und Beratung (vgl. Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik 2014).

„Green Care ist ein Sammelbegriff, der die Arbeit mit und für Menschen in der Natur und im landwirtschaftlichen Umfeld beschreibt: Die Landwirte, die Pflanzen und die Tiere sind dabei nicht nur Kulisse, sondern wichtiger und substantieller Teil des Unterstützungs- und Heilungsprozesses. Tiergestützte Arbeit am Bauernhof, Garten-therapie, Wohnen, Leben und Arbeiten an einem bäuerlichen Betrieb sind damit ebenso gemeint, wie pädagogische Projekte, die Lernen und Lehren in der Welt bäuerlicher Erwerbstätigkeit anbieten. Alle Initiativen verbindet die Überzeugung, dass das natürliche Umfeld, die direkte Beschäftigung mit den grundlegenden menschlichen Bedürfnissen für unterschiedliche Zielgruppen förderlich und heilsam ist.“ (Haubehofer, Demattio, Geber 2012, S. 11f)

Ähnlich steht es also um den Begriff der Sozialen Landwirtschaft, der sich vorwiegend im deutschsprachigen Raum adaptiert, aber auch hier gibt es keine einheitliche Bezeichnung für landwirtschaftliche Betriebe, die sich sozial ausrichten neben klassischen Aufgaben, wie der Tier- oder Pflanzenproduktion.

„»Soziale Landwirtschaft« umfasst landwirtschaftliche Betriebe und Gärtnereien, die Menschen mit körperlichen, geistigen oder seelischen Beeinträchtigungen integrieren, Höfe, die eine Perspektive bieten für sozial schwache Menschen, für straffällige oder lernschwache Jugendliche, Drogenkranke, Langzeitarbeitslose aber auch aktive Senioren. Auch Schul- und Kindergartenbauernhöfe gehören dazu. Vorsorge, Inklusion und mehr Lebensqualität sind Aspekte »Sozialer Landwirtschaft«.“ (Van Elsen 2011, S. 9)

Neben verschiedenen Begrifflichkeiten, wie Farming für Health, Green Care Initiativen in der Landwirtschaft, Green Care Farms oder Social Farming finden sich auch unterschiedliche Ansichten zum Thema ihrer Entstehungsgeschichte. Gerade im anthroposophischen Kontext sammeln sich viele WegbereiterInnen, die soziale Aufgaben bereits seit vielen Jahren auf ihren Höfen wahrnehmen.

„Alle genannten Beispiele sind anthroposophische Initiativen. Dass biologisch-dynamisch wirtschaftende Betriebe eine Vorreiterrolle in der »Sozialen Landwirtschaft« einnehmen, ist nicht verwunderlich. Der Heilpädagogische [sic] und der Landwirtschaftliche [sic] Kurs Rudolf Steiners fanden in enger Folge statt, und viele biologisch-dynamische Hofgemeinschaften engagieren sich seit Jahrzehnten in der Integration von Menschen mit Behinderungen.“ (Van Elsen 2011, S. 10)

Allerdings wird die Bewusstheit über das Potential und die Effekte eines zielgerichtete Einsatzes, um Verbesserungen für die jeweiligen NutzerInnen zu erreichen, in letzter Zeit vor allem durch eine zunehmende Wahrnehmung im öffentlichen Interesse, dem wachsenden wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn und durch das Lobbying von Interessensgemeinschaften geschaffen.

„In diesem Sinne ist die soziale Landwirtschaft eine innovative Herangehensweise, die zwei Konzepte miteinander verknüpft: die multifunktionale Landwirtschaft und die Sozial- bzw. Gesundheitsdienstleistungen auf lokaler Ebene. Einerseits ist sie eng mit dem multifunktionalen Charakter der Landwirtschaft verbunden und passt nahtlos zum Konzept der ländlichen Entwicklung, da sie den Landwirten die Möglichkeit zur Diversifizierung ihrer Einkommen bietet. Andererseits ist sie der Gesellschaft dienlich, da sie Sozialdienstleistungen erbringt und die bestehenden Dienste zugunsten der Landbewohner verbessert, indem sie die Ressourcen der Landwirtschaft und des ländlichen Raums im weitesten Sinne nutzt.“ (Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss 2012, S. 3, 2.1)

Green Care in der Sozialen Landwirtschaft erfordert durch diese Verbindung zweier Konzepte, Gesundheit und Soziales mit Landwirtschaft, den Aufbau von kooperativen Strukturen auf mehreren Ebenen. Diese Verbindungen bewegen sich von der Basis bis hin zur Politik.

„Angesichts ihres Beitrags zur Erzeugung öffentlicher Güter und zur nachhaltigen Entwicklung sollte die soziale Landwirtschaft gefördert und von den europäischen Instanzen und den Regierungen unterstützt werden. Dazu gehört die Aufstellung eines angemessenen und förderlichen Rechtsrahmens auf den einzelnen Ebenen, die Anerkennung des durch die soziale Landwirtschaft erzeugten Mehrwerts, eine bessere Steuerung der sozialen Landwirtschaft ebenso wie ein günstiges Umfeld und eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Politikbereichen und Verwaltungen (Gesundheit, Soziales, Landwirtschaft, Beschäftigung) auf europäi-

scher, nationaler, regionaler und lokaler Ebene.“ (Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss 2012, S. 7, 5.1.1)

Das zeigt, dass an Green Care Initiativen im Bereich der Sozialen Landwirtschaft eine Vielzahl von KooperationspartnerInnen beteiligt sind und diese letztlich auch in ihrer Gesamtheit zu den Effekten und zur Zielerreichung von Maßnahmen und Projekten beitragen. Durch Kooperation im Projekt entsteht einen Wirkungszusammenhang mit laufendem Mehrwert, eine Win-win-Situation<sup>1</sup> für alle.

„Damit schafft Green Care eine „Win-Win“ Situation für LandwirtInnen, die angesprochenen Zielgruppen, KooperationspartnerInnen und Stakeholder.“ (Landwirtschaftskammer Wien 2013)

#### **1.4 Aspekte von Innovation und Kooperation in der Sozialen Landwirtschaft**

Konzepte, die Landwirtschaften mit sozialen Dienstleistungen verknüpfen gelten heute als Soziale Innovationen, da sie neue Lösungen für gesellschaftliche Probleme anbieten, indem sie neben innovativen Dienstleistungen und Produkten, neue Geschäftsmodelle und Kooperationen, sowohl im regionalen Umfeld als auch in Verwaltung und Staat erwirken.

„Die Antriebskräfte dafür sind vielfältig: die Unzufriedenheit mit institutionellen Arrangements, verstärkter Wettbewerb, die Unterversorgung mit bestimmten Gütern und Dienstleistungen durch den Markt oder die thematische und finanzielle Vernachlässigung durch Politik und Staat.“ (Millner, Vandor, Schneider 2013, S. 431)

In der Sozialen Landwirtschaft treffen wir auf sehr unterschiedliche organisationsübergreifende Kooperationsformen. Abseits von ideellen Motiven sind Landwirte letztendlich gefordert ihren Betrieb zu diversifizieren und ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein zu schaffen. Soziale Initiativen dehnen ihr Dienstleistungsangebot zunehmend auf den landwirtschaftlichen Sektor aus, um adäquate und innovative Angebote für die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen zu entwickeln.

---

<sup>1</sup> Anmerkung: Die Schreibweise von Win-win-Situation in dieser Arbeit folgt der Empfehlung des Bibliographischen Institutes (2013) der Dudenredaktion, vgl. dazu [http://www.duden.de/rechtschreibung/Win\\_win\\_Situation](http://www.duden.de/rechtschreibung/Win_win_Situation), Download am [11.04.2015]. Die Schreibweise in Zitaten wurde nicht verändert.

### 1.4.1 Kooperationsmodelle in der Sozialen Landwirtschaft



Abbildung 1: Kooperation ist Teamarbeit. (Quelle: Peseschkian 2002, S.152)

Wie obige Grafik (siehe Abbildung 1) illustriert, gibt es in der sozialen Landwirtschaft verschiedene kooperative Angebotsformen, die sie die österreichische Green Care Koordinationsstelle zusammenfasst:

**„1. Infrastruktur + landwirtschaftliche Dienstleistung (klassische Nebentätigkeit)**

Die Landwirtin/der Landwirt stellt ihre/seine Infrastruktur zur Verfügung (Benützung, Vermietung/Verpachtung) und erbringt eine landwirtschaftliche Dienstleistung

**2. Infrastruktur + spezifische Green Care-Angebote (päd. Nebentätigkeit)**

Die Landwirtin/der Landwirt bietet, nach entsprechender Ausbildung, spezifische Green Care-Angebote für unterschiedliche Zielgruppen am Hof an: Schule am Bauernhof, Gartenpädagogik am Bauernhof, tiergestützte Interventionen, Waldpädagogik etc..

**3. Infrastruktur + spezifische soziale Dienstleistungen**

Die Landwirtin/der Landwirt verfügt über eine Aus- oder Weiterbildung aus den Bereichen Bildung/Gesundheit/Soziales und übernimmt z.B. Aufgaben der Betreuung und Pflege.“ (Prop 2014, Folie 23)

Die vielfältigen Leistungen stellen je nach Angebotsform unterschiedliche Anforderungen an die PionierInnen und ihre Initiativen. Neben landwirtschaftlichem und betriebswirtschaftlichem Know-how, Wissen im Bereich von Vermarktung und Marketing, bedarf es auch einer Fülle an Qualifikationen im sozialen Bereich und einer Legitimation von Wissen, um mit den jeweiligen Zielgruppen im Bereich von Gesundheit, Bildung, Pädagogik oder Beschäftigung arbeiten zu können.

Dafür wurden neben den klassischen Ausbildungen im Sozialbereich auch zahlreiche Bildungsprodukte entwickelt, die sich spezifisch am Bedarf der Sozialen Landwirtschaft orientieren oder den Bereich Green Care umfassen. Hier gilt es auf Ausbildungen zu verweisen, die sich speziell auf den Bereich der tiergestützten Arbeit mit Nutz- und Haustieren konzentrieren, im gartentherapeutischen Kontext Bildungsangebote setzen oder verschiedene Green Care Bildungsprogramme anbieten. Allen gemeinsam ist der sichtbare Bedarf und Nachfrage nach qualifizierten Ausbildungsmöglichkeiten, die als Legitimation und Qualitätsnachweis in der Arbeit mit unterschiedlichsten Kooperations- und SystempartnerInnen dienen.

„Insofern ist Soziale Landwirtschaft interdisziplinär: Beteiligt sind nicht nur die Pädagogik (z.B. Natur- und Umweltpädagogik) und der Bereich der sozialen Arbeit (z.B. Bereich Beschäftigung und Rehabilitation), sondern auch die Bereiche Medizin, Gesundheit und Heilung (*green care*, verschiedene Therapieformen: Garten-, Ergo- und Tiergestützte Therapie). Und Soziale Landwirtschaft umfasst auch andere „grüne Bereiche“, wie Garten- und Landschaftsbau, Obstbau, etc.. Die Zusammenarbeit, die Nutzung der Synergien zwischen diesen Disziplinen stellt vor Ort (Organisations- und Kommunikationsstruktur, Verteilung der Kompetenzen und Gewichtung der Aufgabenbereiche) als auch auf Ebene der Administration und Politik eine Herausforderung dar (Vergabe von Fördermitteln, Auslegung der Rechtsgrundlagen).“ (Kalisch, van Elsen 2008, S. 197)

PionierInnen sind also auch hinsichtlich ihrer Führungskompetenzen stark gefordert, um ein Zusammenwirken im Sinne ihrer Visionen zu ermöglichen und funktionale Netzwerke aufzubauen. Eine netzwerkoffene Haltung, ein bewusstes Netzwerkmanagement sind deshalb wichtig, um die Kommunikation innerhalb von Kooperationen zu fördern und im interdisziplinären Beziehungsgeflecht zu bestehen.

Vernetzung im Interesse einer Sozialen Landwirtschaft beinhaltet also immer auch eine Arbeit an deren Rahmenbedingungen. In Österreich wird diese Vernetzung sehr stark von der Green Care Koordinationsstelle der Landwirtschaftskammer vorangetragen. Gerade für junge Initiativen leistet diese eine nicht zu unterschätzende Vernetzungs- und Beratungsarbeit, und sie ist mittlerweile auch durch ihre Präsenz in den Bundesländern durchaus meinungsbildend für Green Care Initiativen in diesem Bereich. Pionierprojekte der älteren Generation leisten zu diesem Erfolg einen wesentlichen Beitrag, indem sie ihre Erfahrungen zur Verfügung stellen und an einer gemeinsamen Strategie arbeiten. Inwiefern sich die Vielfalt der Initiativen insgesamt dadurch erreichen lässt bleibt offen.

„Akteure der Sozialen Landwirtschaft verbinden mit Sozialer Landwirtschaft mehr als die Entwicklung spezialisierter Nischenbetriebe. Sie verstehen ihre Initiativen darüber hinaus als möglichen Baustein für eine sozialere Zukunft der Landbewirtschaftung. Ihre Förderung ist ein Schritt hin zu einer Gesellschaft, in der sich viele Einzel-

ne verbinden und soziale Werte wie gerechte Preise, einen nachhaltigen Umgang mit der bewirtschafteten Natur und ein soziales Miteinander anstreben und unterstützen. Soziale Landwirtschaft zeigt im Kleinen Alternativen zu fortschreitender Rationalisierung, Konkurrenz und Preiskampf auf und eröffnet Perspektiven für einen möglichen Paradigmenwechsel.“ (Kalisch, van Elsen 2008, S. 207)

#### 1.4.2 Strategische Partnerschaften und selbststeuernde Netzwerke

Als Beispiel für eine gelungene strategische Verbindung kann die Plattform Sozial Produziert (SoPro) angeführt werden. Im Rahmen einer Vernetzung erfolgte auch deren Teilnahme an der zweiten Green Care Tagung in Wien, im Juni 2013, wo über verschiedene Kooperationsmöglichkeiten mit Sozialbetrieben berichtet wurde, insbesondere über die Kooperation mit dem ÖKO Landgut Sonnenfeld (vgl. GreenCareOe 2013, Beitrag 08).

Im Rahmen der Plattform Soziale Produktion (SoPro) wird an der besseren Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen Sozialbetrieben, Unternehmen und öffentlichen AuftraggeberInnen gearbeitet, um nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und zu vermitteln.

Sozial Produziert spricht vom Prinzip des sozialen Mehrwerts, der daraus generiert werden kann:

„Die oft unterbelichtete soziale Dimension der Nachhaltigkeit spielt in der **Sozialen Produktion** eine zentrale Rolle, und das auf mehreren Ebenen. **Soziale Produktion** stärkt, durch die Vermittlung und Unterstützung von passenden Aufträgen, soziale Beschäftigungsbetriebe in ihrer Aufgabe der Integration benachteiligter Menschen in den Arbeitsmarkt, bzw. der Teilhabe derselben am Arbeitsleben. **Soziale Produktion** möchte benachteiligten Personen zu wertschätzenden und sinnvollen Tätigkeiten verhelfen. Sie leistet dadurch indirekt einen Beitrag zu sozialem Ausgleich und größerer Chancengleichheit in der Gesellschaft.

**Soziale Produktion** ermöglicht an der Schnittstelle zwischen sozialer und ökonomischer Nachhaltigkeit Wirtschafts-Unternehmen aktiv soziale Verantwortung zu übernehmen und bewusst mit Sozialbetrieben zusammenzuarbeiten.“ (Sozial Produziert 2012, Absatz 2)

Das deutsche Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) hat in einem ebenfalls beispielhaften Modellvorhaben, zur Stärkung des ländlichen Raumes, eine Methode für den Aufbau eines regionalen Netzwerks zwischen landwirtschaftlichen Betrieben sowie DienstleisterInnen aus dem Bereich Handwerk, Tourismus und Werkstätten für behinderte Menschen entwickelt.

„Durch eine gezielte Vernetzung dieser Einrichtungen in der Region mit landwirtschaftlichen Unternehmen, Einzelhandelsgeschäften, sozial-pflegerischen und kultu-

rellen Einrichtungen können vielfältige Synergieeffekte erreicht und neue wirtschaftliche Impulse ausgelöst werden.“ (Hermanowski 2012, S. 4)

Die Angebotsmodelle in der Sozialen Landwirtschaft stellen im Zeitalter von Netzwerken schlussendlich eine zeitgemäße Kooperationsform dar und dienen als Antwort auf einige strukturelle Probleme unserer Gesellschaft. Über die Verbindung von gemeinsamen Ressourcen und die Vergrößerung des sozialen Netzes werden verschiedene AkteurInnen vereint.

#### 1.4.3 Nutzenaspekte im Kontext Sozialer Landwirtschaft

„Die Neuerung muss Nutzen stiften und gegenwärtigen Lösungen überlegen sein.“ (Millner, Vandor, Schneider 2013, S. 431)

Die Leistungen von Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft sind vielfältig. Neben Vorteilen für die betreuten Zielgruppen, werden auch eine regionale und lokale Wirksamkeit im Umfeld der Höfe hervorgehoben.

Dieser „Nutzen für alle“ wurde von Nicole Prop (Projektleiterin Green Care Österreich) von der Landwirtschaftskammer in Wien auf der 3. Green Care Tagung „Willkommen am Hof“ zusammengefasst. Soziale Landwirtschaftsbetriebe bewirkten demnach verschiedenste positive interne und externe Effekte und Synergien. Neben Inklusionsleistungen, dem speziellen Produkt- und Dienstleistungsnutzen wurden ökologische Wirkungen, die Förderung der kommunalen Wirtschaft und der regionalen Entwicklung angesprochen. Dazu zählte das Schaffen von Arbeits-, Ausbildungs-, und Praktikumsplätzen in ländlichen Regionen, die Eindämmung des Strukturwandels durch den Erhalt regionaler Versorgungs- und Wertschöpfungskreisläufe und die Pflege der Kulturlandschaft (vgl. Prop 2014, Folie 8).

Green Care PionierInnen sind stark gefordert diesen Nutzen der eigenen Initiativen sichtbar zu machen und zu kommunizieren, den „Outcome“, die Wirkung innerhalb des eigenen sozialen Netzes zu erkennen, um „nützliche“ Kooperationsbeziehungen zu pflegen und die „richtigen“ AkteurInnen dabei zu halten. Letztendlich geschieht eine Diversifizierung auch im eigenen Interesse, um den ökonomischen Druck auszugleichen. Finanzielle Mittel sind knapp und das gilt sowohl für den landwirtschaftlichen als auch den sozialen Bereich.

„Von enormer Wichtigkeit sind die soziale Einbindung, Anerkennung und das soziale Netzwerk, die sich mit dem Angebot von sozialen Leistungen auf den Höfen einstellen. Und zwar nicht nur für die integrierte Zielgruppe, deren Lebensbedingungen die sozialen Betriebe verbessern wollen, sondern auch für die Landwirte selbst, die eine „Bereicherung des Lebens auf dem Hof“ und sozialen Rückhalt in einer Gemeinschaft erleben. Durch die Ausrichtung auf mehr Handarbeit und durch die Integrati-

on zusätzlicher Arbeitskräfte können alternative Betätigungsbereiche erschlossen werden. Dem Wunsch nach „Vielfalt“ und der Möglichkeit, z.B. eigene Produkte selbst zu verarbeiten und direkt an den Markt zu bringen, können so entsprochen werden. Gekoppelt damit ist das Motiv der Erschließung alternativer Einkommensquellen, der Nutzung vorhandener Infrastruktur oder des Zugewinns einer gewissen „Unabhängigkeit vom Markt“. (Kalisch, van Elsen 2008, S. 200)

Den Wert landwirtschaftlicher Tätigkeiten für behinderte Menschen hat Hermanowski (2006) nach einer Untersuchung der Arbeitsgemeinschaft für Ökologischen Landbau zusammengefasst. Die Vorteile liegen neben einer natürlichen Regelmäßigkeit anfallender Tätigkeiten, in den Möglichkeiten zur Einsicht in Sinn und Zweck der Arbeiten, der Förderung von Selbstständigkeit in vielfältigen Arbeitsprozessen, die auch bedürfnisorientiert angepasst werden können. Zusätzlich können die Identifikation mit der Arbeit und die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft einen hilfreichen Gewinn darstellen (vgl. Hermanowski 2006, S.15).

An dieser Stelle sei für alle KritikerInnen von Sozialen Landwirtschaften als Arbeits- und Beschäftigungsorte für KlientInnen auch im Kontext früherer schlechter Erfahrungen angemerkt, dass eine Integration am Hof zwar eine helfende Hand bringen kann und dadurch eine Hilfe darstellen, oft aber gleichzeitig ein zusätzlicher Aufwand in der Betreuung entsteht und ein Missbrauch von KlientInnen als Arbeitskraft von den Initiativen abgelehnt wird.

## 2 THEORETISCHER HINTERGRUND

„Unsere Theorien sind unsere Erfindungen. Sie sind nie mehr als kühne Vermutungen, Hypothesen; von uns gemachte Netze, mit denen wir die wirkliche Welt einzufangen versuchen.“ (Popper o.J., zitiert nach Drosdowski 1993, S. 746)

Das Theorienetz zum Nutzen von Sozialer Landwirtschaft beginnt mit einer Einführung in die Kapitaltheorie des französischen Soziologen Pierre Bourdieu und seiner Differenzierung von verschiedenen Kapitalarten, die zwischen AkteurInnen im Netzwerk getauscht werden. Die Diskussion von Fachbegriffen, wie Netzwerk oder Kooperation soll das Verstehen von vernetzten Systemen und die Motive für das Zusammenwirken von AkteurInnen in Netzwerken mit Bezug auf Green Care verdichten. Die Hypothese von Sozialer Landwirtschaft als „Quelle von Sinn“ erfordert abschließend einen Fokus auf jene Theorien und Konzepte, die im Zusammenhang mit Green Care einen perspektivischen Blickwinkel eröffnen, der es ermöglicht, den möglichen Nutzen durch Singewinn herauszuarbeiten.

### 2.1 Zum Kapitalbegriff und Bourdieus Kapitaltheorie

Da Green Care in der Sozialen Landwirtschaft eine sehr breit gefächerte Nutzenstruktur aufweist, wurde die Kapitaltheorie von Pierre Bourdieu gewählt, die dieser Multifunktionalität gerecht wird und einen differenzierten Blick auf unterschiedliche Kapitalformen ermöglicht.

Der Begriff des Kapitals ist in seinem Ursprung stark wirtschaftlich dominiert und bezieht sich in seinem Kern auf einen Vorrat, der sich vermehrt. Der Kapitalbegriff, wie allgemein bekannt, wurde stark auch von Karl Marx geprägt. Seine Kritik am Kapitalismus beeinflusste zum Beispiel die Arbeiterbewegung sowie weitere ökonomische Entwicklungen. Bei Marx standen noch die ökonomischen Aspekte des Kapitalbegriffs im Vordergrund (vgl. Fröhlich, Rehbein 2014, S. 134).

Der Kapitalbegriff im Allgemeinen wurde in den Wirtschaftswissenschaften vielfach verändert, modifiziert und kritisch erweitert:

„Es lassen sich mindestens folgende Definitionen des Kapitalbegriffs unterscheiden: sich vermehrendes Vermögen, Volksvermögen, das in Geld dargestellte Volksvermögen, Produktionsmittel, Produktionsmittel zur Akkumulation, zum Gütererwerb eingesetzte Produkte, Kaufkraft, akkumulierte Arbeit, akkumulierte Arbeitszeit, abstrakte Produktivität, Voraussetzungen der Produktion.“ (Fröhlich, Rehbein 2014, S. 134)

Pierre Bourdieu prägte den Kapitalbegriff für die Soziologie und definierte ihn neu, indem er ihn erweiterte. Er bezeichnet Kapital als „akkumulierte Arbeit“ und fordert

eine ganzheitliche Sicht auf gesellschaftliche Austauschverhältnisse, da nicht immer ein ökonomischer Nutzen im Vordergrund des sozialen Handelns steht (vgl. Bourdieu 1992b, S.49f).

„Eine allgemeine ökonomische Praxiswissenschaft muss sich deshalb bemühen , das Kapital und den Profit in allen ihren Erscheinungsformen zu erfassen und die Gesetze zu bestimmen, nach denen die verschiedenen Arten von Kapital (oder, was auf dasselbe herauskommt, die verschiedenen Arten von Macht) gegenseitig ineinander transformiert werden.“ (Bourdieu 1992b, S. 52)

Bourdieu's Soziologie wird auch als Versuch gedeutet, die gesellschaftliche Kapitalverteilung zu ergründen, da unterschiedliche Kapitalformen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen von Bedeutung sind. Bourdieu ist es wichtig die Macht der sozialen Beziehung hervorzuheben. So kann jede Form der Tätigkeit als Kapitalakkumulation dienen. Soziales Handeln von Akteuren hat zum Ziel Kapital anzuhäufen. Grundlage für das soziale Handeln ist das Kapital als Ressource (vgl. Fröhlich, Rehbein 2014, S. 135f).

„Soziales Handeln ist für Bourdieu ein Kampf um die Erhaltung oder Verbesserung von sozialen Positionen. In diesem Kampf wird Kapital eingesetzt. Die Anwendung von Kapital geschieht immer in einem \*Feld, also in einem Netz von sozialen Positionen, Machtverhältnissen und Handlungsregeln. Das Feld bildet den Stand der Konkurrenz ab.“ (Fröhlich, Rehbein 2014, S. 135)

Demnach wird die soziale Struktur einer Gesellschaft stark durch die Verteilungsstruktur von Kapital bestimmt und gesellschaftliche „Klassen“ verfügen über eine unterschiedliche Ausstattung mit Kapitalarten. Kapital kann teilweise vererbt aber vorwiegend akkumuliert werden und es lässt sich auch ineinander umwandeln. Dafür braucht es Zeit (vgl. Bourdieu 1992b, S. 49ff)

„Auf das Kapital ist es zurückzuführen, daß [sic] die Wechselspiele des gesellschaftlichen Lebens, insbesondere des Wirtschaftslebens, nicht wie einfache Glücksspiele verlaufen, in denen jederzeit eine Überraschung möglich ist: Beim Roulette z.B. kann in kürzester Zeit ein ganzes Vermögen gewonnen und damit gewissermaßen in einem einzigen Augenblick ein neuer sozialer Status erlangt werden; im nächsten Augenblick kann dieser Gewinn aber bereits wieder aufs Spiel gesetzt und vernichtet werden. Das Roulette entspricht ziemlich genau dem Bild eines Universums vollkommener Konkurrenz und Chancengleichheit, einer Welt ohne Trägheit, ohne Akkumulation und ohne Vererbung von erworbenen Besitztümern und Eigenschaften.“ (Bourdieu 1992b, S. 49f)

Bourdieu unterscheidet vier wesentliche Kapitalformen – das ökonomische Kapital, das kulturelle Kapital, das soziale Kapital und das symbolische Kapital.

### 2.1.1 Ökonomisches Kapital

„Das *ökonomische Kapital* ist unmittelbar und direkt in Geld konvertierbar und eignet sich besonders zur Institutionalisierung in der Form des Eigentumsrechts.“ (Bourdieu 1992b, S. 52)

Das ökonomische Kapital bezieht sich also rein auf materielle Ressourcen und umfasst Eigentumswerte, Geld, Produktionsmittel und den Bereich des Warentausches. Diesem materiellen Ansatz in der ökonomischen Praxis steht Bourdieu, wie einleitend erwähnt, sehr kritisch gegenüber, da der Warentausch als einzige Form des sozialen Austausches gewertet wird und nichtquantifizierbare „Güter“ keine Berücksichtigung finden.

„Dieser wirtschaftswissenschaftliche Kapitalbegriff reduziert die Gesamtheit der gesellschaftlichen Austauschverhältnisse auf den bloßen Warenaustausch, der objektiv und subjektiv auf Profitmaximierung ausgerichtet und vom (ökonomischen) *Eigennutz* geleitet ist.“ (Bourdieu 1992b, S. 50)

### 2.1.2 Kulturelles Kapital

Kulturelles Kapital tritt nach Bourdieu in drei Formen auf:

„(1.) In verinnerlichtem, *inkorporiertem Zustand*, in Form von dauerhaften Dispositionen des Organismus, (2.) in *objektiviertem Zustand*, in Form von kulturellen Gütern, Bildern, Büchern, Lexika, Instrumenten oder Maschinen, in denen bestimmte Theorien und deren Kritiken, Problematiken usw. Spuren hinterlassen oder sich verwirklicht haben, und schließlich (3.) in *institutionalisiertem Zustand*, einer Form von Objektivierung, die deswegen gesondert behandelt werden muß [sic], weil sie - wie man beim schulischen Titel sieht - dem kulturellen Kapital, das sie ja garantieren soll, ganz einmalige Eigenschaften verleiht.“ (Bourdieu 1992b, S.53)

Inkorporiertes kulturelles Kapital erwirbt man, wenn man etwas lernt, und es ist nicht direkt übertragbar. Es entspricht der Bildung, die man durch die Investition von Arbeit und Lebenszeit erworben hat. Es geht um Bildung, Fähigkeiten und Fertigkeiten, eine Kapitalform, die eng an die Person „körpergebunden“ ist. Insofern spielen beim Erwerb von kulturellem Kapital auch ökonomische Aspekte eine Rolle, da die Zeit für die Schulbildung wesentlich davon abhängt, wie lange eine Familie die Notwendigkeit von Erwerbsarbeit erspart und welche Fähigkeiten (Traditionen) auch innerhalb der Familie weitergegeben wurden (vgl. Bourdieu 1992b, S.55ff).

Objektiviertes Kulturkapital lässt sich übertragen in Form von Kunstgegenständen, Büchern, Instrumenten, Maschinen. Kulturgüter können innerhalb der Familie vererbt, von ihren BesitzerInnen verschenkt oder auch mit entsprechendem ökonomi-

schem Kapital erworben werden. Der reine Besitz dieser Objekte hat auch einen symbolischen Wert innerhalb bestimmter gesellschaftlicher Kreise, aber es bedarf des notwendigen Wissens, um beispielsweise eine Maschine zu benutzen oder die „richtige“ Sichtweise auf ein Gemälde zu entwickeln. Dazu braucht es inkorporiertes kulturelles Kapital, das entweder selbst erworben wurde oder von anderen in Anspruch genommen werden muss (vgl. Bourdieu 1992b, S. 59ff).

Beim institutionalisierten Kulturkapital handelt es sich um ein Kapital, das in bestimmten Feldern einen sehr hohen Wert hinterlässt.

„Der schulische Titel ist ein Zeugnis für kulturelle Kompetenz, das seinem Inhaber einen dauerhaften und rechtlich garantierten konventionellen Wert überträgt.“ (Bourdieu 1992b, S. 61)

Die Anerkennung des erworbenen Kulturkapitals in Form eines Bildungstitels muss von den TrägerInnen nicht mehr gerechtfertigt werden und ist unabhängig von dem tatsächlich inkorporierten Kulturkapital.

„Wer den Titel eines Doktors trägt, wird nie wieder darauf geprüft, ob er den Titel mit Recht trägt.“ (Fröhlich, Rehbein 2014, S. 137)

Titel lassen sich ökonomisch verwerten. Faktoren, die diese Konvertierung von kulturellem Kapital in ökonomisches Kapital beeinflussen sind die Höhe der Investitionen an Zeit und Arbeit für die Erlangung und die Seltenheit des Titels (vgl. Bourdieu 1992b, S. 62f).

### 2.1.3 Soziales Kapital

„Das Sozialkapital ist die Gesamtheit der aktuellen und 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.“ (Bourdieu 1992b, S. 63)

Zu diesem Beziehungsnetz gehören neben der Familie auch andere Gruppen, wie beispielsweise Vereine oder Parteien. Der Umfang des Sozialkapitals hängt von der Größe des eigenen Personennetzwerks und von den Kapitalressourcen der anderen ab.

„Der Umfang des Sozialkapitals, das der einzelne besitzt, hängt demnach sowohl von der Ausdehnung des Netzes von Beziehungen ab, die er tatsächlich mobilisieren kann, als auch von dem Umfang des (ökonomischen, kulturellen oder symbolischen) Kapitals, das diejenigen besitzen, mit denen er in Beziehung steht.“ (Bourdieu 1992b, S. 64)

Die Grundlage bilden materielle und symbolische Tauschbeziehungen, die so erhalten oder verstärkt werden können. Das Gesamtkapital stellt eine Sicherheit für alle Beteiligten dar und die Zugehörigkeit zu einer Gruppe stiftet Solidarität über die möglichen Profite, die sich daraus erzielen lassen. Diese Beziehungen müssen aber ständig erneuert werden mit dem Ziel, dass sie früher oder später einen Nutzen erwirken. Es ist also ein stetiger Prozess und „eine unaufhörliche Beziehungsarbeit in Form von ständigen Austauschakten erforderlich“ (Bourdieu 1992b, S. 67).

„Bei der Beziehungsarbeit wird Zeit und Geld und damit, direkt oder indirekt, auch ökonomisches Kapital verausgabt.“ (Bourdieu 1992b, S. 67)

#### 2.1.4 Symbolisches Kapital

„Wenn man weiß, daß [sic] symbolisches Kapital Kredit ist, und dies im weitesten Sinne des Worts, d.h. eine Art Vorschuß [sic], Diskont, Akkreditiv, allein vom Glauben der Gruppe jenen eingeräumt, die die meisten materiellen und symbolischen Garantien bieten, wird ersichtlich, daß [sic] die (ökonomisch stets aufwendige) Zurschaustellung des symbolischen Kapitals einer der Mechanismen ist, die (sicher überall) dafür sorgen, dass Kapital zu Kapital kommt.“ (Bourdieu 1993, S.218)

Die vierte Kapitalform lässt sich also in allen Kapitalformen finden, geht aber auch über diese hinaus, weil sie den TrägerInnen etwas zuschreibt, das nicht unter Beweis gestellt werden muss und mit einer besonderen Form der Anerkennung verbunden ist, die einen Vertrauenskredit erwirkt.

„Wertschätzung, Status, Hervorhebung und eben Anerkennung sind *symbolisches Kapital*.“ (Fröhlich, Rehbein 2014, S. 138)

Es ist also eine symbolische Macht, die RepräsentantInnen dieser Kapitalform zugesprochen wird, in Form von Ehrenkapital, Renommee und Prestige, aufgrund von Ruhm und Rang den diese gesellschaftlich besitzen.

„Die Symbolische Macht ist eine Macht, die in dem Maße existiert, wie es ihr gelingt, sich anerkennen zu lassen, sich Anerkennung zu verschaffen; d.h. eine (ökonomische, politische, kulturelle oder andere) Macht, die die Macht hat, sich in ihrer Wahrheit als Macht, als Gewalt, als Willkür verkennen zu lassen.“ (Bourdieu 1992a, S.82)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass alle Kapitalsorten zusammen das Gesamtkapital einer Person ausmachen, der Nutzen allerdings von der Struktur des Kapitals abhängt und den Dimensionen, die die einzelnen Kapitalsorten einnehmen. Die verschiedenen Kapitalarten lassen sich unterschiedlich gut ineinander umwandeln. Mit Hilfe von ökonomischem Kapital können alle anderen erwor-

ben werden, aber nicht umgekehrt. Das geschieht direkt oder indirekt und über Umwandlungskosten, die möglichst gering gehalten werden sollten. Das kann Arbeit oder Zeit bedeuten und ist mit einem Risiko verbunden. Ein Beispiel dafür ist die für den Erwerb von kulturellem Kapital benötigte Zeit, die unterschiedlich hohe ökonomische Ressourcen beanspruchen kann und wo ein Ertrag auf lange Sicht nicht garantiert ist. Für das Sozialkapital wesentlich ist auch die Ausdehnung des Netzes an Beziehungen, die aktivierbar sind (vgl. Bourdieu 1992b, 70ff).

## 2.2 Vom Netzwerk zur Kooperation

Es gibt verschiedene Intensitätsstufen von Vernetzung und Zusammenarbeit und auch ihre inhaltliche Ausrichtung und Form ist different.

„Wissenschaftlich gesehen müssen Kooperation und Vernetzung aber als zwei unterschiedliche Arten der Beziehungspflege und Zusammenarbeit gesehen werden. Eine Kooperation bedeutet sehr viel mehr Verbindlichkeit.“ (Morgner 2012, S. 6)

### 2.2.1 Definition Netzwerk

Der Netzwerkbegriff boomt und ebenso vielfältig sind die Definitionen und Deutungsweisen. Netzwerke sind soziale Strukturen in der Gesellschaft und in allen Lebensbereichen anzutreffen. Ein soziales Netzwerk kann vereinfacht als ein bestimmtes Beziehungsgeflecht zwischen Personen oder Organisationen bezeichnet werden.

„Der Begriff Netzwerk legt zwar eine Stabilität bzw. Erfassbarkeit nahe, ist aber eigentlich ein virtueller Begriff. Wer zu einem „Netzwerk“ gehört und woraus ein „ganzes“ Netzwerk besteht, ist stets eine Frage der Definition.“ (Hollstein 2006, S. 14)

Die Grenzen von Netzwerken werden als unscharf, variabel oder diffus beschrieben und haben „keinen Ort“ im Gegensatz zu verbindlich abgegrenzten Sozialsystemen, wie Familien oder Organisationen (vgl. Schlippe, Schweitzer 2013, 2012, S. 141).

Der Netzwerkbegriff wird je nach Forschungskontext unterschiedlich benutzt. Die soziologische Netzwerkanalyse definiert Netzwerk als eine abgegrenzte Menge von Knoten oder Elementen und der Menge der zwischen ihnen verlaufenden sogenannten Kanten. Als Knoten oder Elemente werden die AkteurInnen bezeichnet, also Personen, Unternehmen, Ministerien oder auch Länder. Kanten sind die zwischen ihnen verlaufenden Beziehungen oder Relationen. Diese Relationen lassen sich unterscheiden hinsichtlich ihres Inhalts, ihrer Form oder Intensität. So stellen

Transaktionen, bei denen Ressourcen ausgetauscht werden, wie Kauf und Geschenke oder das Weitergeben von Informationen, inhaltliche Interaktionsmerkmale dar. Die Beziehungsintensität wird beispielsweise bestimmt von der Häufigkeit, der Dauer oder der Wichtigkeit. Die Form der Relation beschreibt die Richtung der Beziehung, wie Gegenseitigkeit oder auch die Ausprägung (vgl. Jansen 2003, S. 58f).

Der Begriff „Vernetzung“ beschreibt die Verbindung der Knoten über diese Beziehungen (vgl. Schubert 2008, S.35). Dabei unterscheidet die Netzwerktheorie auch zwischen starken und schwachen Beziehungen.

„Starke Verbindungen sind durch häufige Kontakte und große Nähe gekennzeichnet, es muss nichts mehr >>ausgehandelt<< werden, man fühlt sich gut >>aufgehoben<<. Aber man erfährt auch wenig Neues, weil diese Partner oft dieselben Informationen haben wie man selbst. Wenn man zum Beispiel auf Jobsuche ist, nützen schwache Verbindungen (>>weak ties<<) oft mehr. Sie bieten als Knotenpunkte mit >>Brückenfunktion<< eher die Chance, dass der eine einen kennt, der einen kennt, der eventuell weiß, wo gerade eine Stelle frei ist. Die Stärke schwacher Verbindungen, an wichtige fehlende Informationen zu kommen, wird oft unterschätzt. Starke Beziehungen bieten Schutz und Geborgenheit, schwache Beziehungen erleichtern das Auffinden von Neuem.“ (Schlippe, Schweitzer 2013, 2012 S. 143).

Weitere Strukturmerkmale, die in Netzwerkanalysen beforscht werden, sind zum Beispiel die Dichte eines Netzwerks, als Indikator für die gesamte Aktivität oder die Zentralität und das Prestige von einzelnen AkteurInnen. Zentrale AkteurInnen sind dabei an vielen Beziehungen im Netzwerk beteiligt und deshalb auffällig. Das Konzept nimmt an, dass diese besonderen Zugang zu Ressourcen, Informationen und Kontrollmöglichkeiten haben. AkteurInnen mit „Prestige“ hingegen werden von anderen „gewählt“. Ein hohes Prestige setzt voraus, dass es im Netzwerk eine hohe Übereinstimmung dazu gibt (vgl. Jansen 2003, S. 127f).

Die Netzwerkanalyse zählt mittlerweile zu einer modernen Methode, den Netzwerkstatus von Personen oder Organisationen zu erheben. Sie wird quantitativ aber zunehmend auch qualitativ eingesetzt, um zum Beispiel die sozialen Beziehungen von einer bestimmten Person (Ego) oder auch Gesamtnetzwerke von Organisationen zu erfassen und zu analysieren. Sie kann also relational, auf die Art der Verbundenheit der AkteurInnen oder strukturell, auf bestimmte Muster von Beziehungen ausgerichtet werden und interessiert sich für bestimmte individuelle oder kollektive Merkmale. Sehr oft findet man sie im Zusammenhang mit Untersuchungen zum Sozialen Kapital, da sich mit dem Instrument soziale Ressourcen gut beforschen lassen.

„Soziales Kapital hat im Vergleich zu ökonomischen und Humankapital die Eigenart, nicht völlig im Besitz eines einzelnen Akteurs zu sein: es ist abhängig von den direkten und indirekten Beziehungen, die ein Akteur zu anderen Akteuren in einem Netzwerk unterhält. Diese anderen Akteure, die gar nicht direkt mit dem Akteur verbunden sein müssen, haben ebenfalls Einfluss auf dessen soziales Kapital. Nichtsdestotrotz können Akteure versuchen, strategisch ihr soziales Kapital zu optimieren.“ (Jansen 2003, S. 27)

Die Analyse kann sich dabei auf einzelne AkteurInnen im Netzwerk, ego-zentriert, auf Gruppen in Netzwerken und auf gesamte Netzwerke oder Gesellschaften konzentrieren (vgl. Jansen 2003, S. 32f). Die Netzwerkforschung kennt und hat verschiedene Verfahren entwickelt, um komplexe soziale Strukturen zu erfassen und sie zu vereinfachen, auch mit Hilfe von spezieller Software, oder durch Triangulation quantitativer und qualitativer Verfahren. Mit Hilfe quantitativer Verfahren lassen sich vor allem strukturelle Zusammenhänge in Unternehmen abbilden. Kritisiert wird in diesem Zusammenhang, dass zum einen qualitative Informationen über die Qualität von Beziehungen und eine direkte Zuweisung von Attributen zu einzelnen sozialen Beziehungen innerhalb des Unternehmens fehlen (vgl. Ricken, Seidl 2010, S. 248).

„So könnte zum Beispiel von Interesse sein, inwieweit die Befragten bestimmte soziale Beziehungen als nützlich für ihre Aufgabenerledigung bewerten.“ (Ricken, Seidl 2010, S. 248)

Qualitative Verfahren könnten diese Schwierigkeiten sinnvoll ergänzen und bieten dafür eine entsprechende Methodenvielfalt, um verstehen zu helfen, in welches soziale Umfeld wir eingebettet sind.

„Insgesamt können sehr unterschiedliche qualitative *Erhebungs- und Auswertungsverfahren* im Rahmen von qualitativen Netzwerkanalysen eingesetzt werden. Dazu zählen unterschiedliche Typen von Namensgeneratoren und Netzwerkkarten oder unterschiedliche Formen offener Interviews (Expertengespräche, halbstrukturierte und narrative Interviews). Für die Untersuchung von Netzwerken eignen sich aber auch Dokumentenanalysen (z.B. Zeitungsauswertungen) oder Beobachtungsmethoden.“ (Hollstein 2006, S. 23)

Um im Netzwerk ein aktiv gelebtes Miteinander zum Vorteil aller Beteiligten (vgl. Teller, Longmuß 2007, S.18) zu erreichen, braucht es auch eine bestimmte Form der Netzwerkpflege.

Diese Pflege der Beziehung gestaltet sich aber abhängig vom Netzwerk in dem man sich gerade bewegt. Hier unterscheidet die Literatur unterschiedliche Netzwerkformen. Eine erste Unterteilung findet dabei in primäre und sekundäre Netz-

werke, die zu den natürlichen Netzen zählen, oder tertiäre Netzwerktypen statt, die den künstlichen Netzwerken zugeordnet werden.

Innerhalb der natürlichen Netze werden vorwiegend soziale Ressourcen gebündelt. Hier finden sich primäre nicht organisierte Beziehungen, die informellen Charakter aufweisen, wie zu Familie, Freundeskreis, vertrauten KollegInnen. Funktionen, wie der Austausch von Gefühlen, Aufbau von Vertrauen, Hilfe und Unterstützung spielen hier eine Rolle. Sie haben eine relativ hohe Stabilität und sind von starken Bindungen geprägt.

Sekundäre Netze sind eher bindungsschwach aber flexibler im Beziehungsverhalten, basieren auf Zugehörigkeit oder Mitgliedschaft und ermöglichen einen vielfältigen Zugang zum sozialen Umfeld und zu Sozialkapital. Dabei lassen sich informellere Netze, zum Beispiel Nachbarschaftsnetze, von formelleren Netzen, wie Vereine oder Initiativen, differenzieren.

Innerhalb der künstlichen Netzwerke sammeln sich überwiegend professionelle Ressourcen. Es geht um Kooperationen am Markt, wie Produktions- und Unternehmensnetze oder um Vernetzungen mit öffentlichen, sozialwirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen AkteurInnen vom „Dritten Sektor“. Stabilität spielt hier eine wichtige Rolle. Die Organisationen haben einen starken Umweltbezug. Hier gilt es sowohl Beziehungen nach innen als auch über die Organisationsgrenzen hinaus zu gestalten (vgl. Schubert 2008, S. 37ff).

Netzwerkmanagement bewegt sich aus systemischer Sicht dadurch immer im Spannungsfeld mit verschiedensten AkteurInnen, die sich gegenseitig beeinflussen. Der Netzwerknutzen wird wesentlich von den Zielen der einzelnen PartnerInnen mitbestimmt, hängt aber auch von den Regeln der Kooperation, der Gestaltung von Beziehungen, von äußeren Rahmenbedingungen, einer kombinierten Nutzung von Ressourcen, dem Wettbewerb und der Strategie ab.

„Ein **Netzwerk** definieren wir als komplex-gegenseitige, eher kooperative denn wettbewerbliche und relativ stabile Beziehung zwischen rechtlich selbstständigen, wirtschaftlich zumeist unabhängigen Organisationen und/oder Individuen. Generelles Ziel der Beziehungen im Netzwerk ist es, durch eine Abstimmung der komplementären Fähigkeiten der am Netzwerk Beteiligten Synergieeffekte zu erreichen, die den Nutzen aller Beteiligten mehren.“ (Teller, Longmuß 2007, S.17)

### 2.2.2 Kooperation

Kooperationen können dem Erfahrungsaustausch, dem Informationsgewinn, einer Gütergemeinschaft dienen, Gemeinschaftsinteressen verfolgen oder die Wettbewerbsfähigkeit stärken und darüber formellere Strukturen entwickeln. Eine Zusammenarbeit kann kurz-, mittel- oder langfristig erfolgen.

„Immer dann, wenn einzelne Mitglieder eines Netzwerkes sich fester, oft vertraglich verbinden, um bestimmte Zwecke miteinander zu verwirklichen, entstehen daraus *Kooperationen* (wörtlich Zusammenarbeiten). Diese sind häufig zeitlich befristet, weisen aber relativ klare Grenzen des Dazugehörens auf, sind oft vertraglich geregelt und haben meist ein explizit beschriebenes Ziel, zuweilen auch ein gemeinsames Budget oder Büro.“ (Schlippe, Schweitzer 2013, 2012, S. 141)

Kooperation wird als einer der Erfolgsfaktoren im Netzwerkprozess bezeichnet und bedeutet, dass eine gemeinsame Aufgabe unter Berücksichtigung eigener Interessen durch ein zweckgerichtetes Zusammenwirken bewältigt wird (vgl. Netzwerkservicestelle 2011, S.15).

„Ich kooperiere dann, wenn ich (als Person/Organisation) das, was ich will, nicht allein erreichen kann. Es entsteht ein individueller und/organisationsbezogener Nutzen, aber auch eine Abhängigkeit von anderen Akteurinnen und Akteuren bzw. Institutionen.“ (Netzwerkservicestelle 2011, S. 15)

Es werden interne und externe Kooperationsebenen unterschieden. Je nach Perspektive ist die Zusammenarbeit demnach mehr nach innen gerichtet, wie zum Beispiel bei einer innerbetrieblichen Kooperation durch Arbeitsteilung, oder geht nach außen über die eigene Organisation hinaus. Dabei kann es um verwertbare Leistungen, wie dem Erstellen von Produkten oder Dienstleistungen gehen, oder um das Bündeln von Interessen und Absprachen zur Koordination von Zielen, die keine verwertbaren Leistungen darstellen. Ebenfalls unterscheiden kann sich die Richtung der Kooperation, die zum anderen horizontal auf gleicher Ebene, innerhalb eines Funktionsbereiches, zwischen PartnerInnen der gleichen Wirtschaftsstufe verlaufen kann. Sie kann diagonal über Funktionsbereiche hinweg oder vertikal über Hierarchiestufen und zwischen Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsstufen stattfinden (vgl. Schubert 2008, S. 34).

Badura (2010) bezeichnet Menschen als „kooperationsbedürftige Kooperationsvirtuosen“ und verweist auf sozial- und naturwissenschaftliche Forschungen, die die zentrale Bedeutung von gelingender Kooperation herausstreichen und betonen, dass der Mensch nicht nur ein ausgeprägtes Bedürfnis danach hat, sondern auch über eine besondere Kooperationskompetenz verfügt, die eine zentrale Voraussetzung für wirtschaftlichen und privaten Erfolg ist und sich positiv auf die Gesundheit auswirkt (vgl. Badura 2010, S. 60ff).

Die Neurobiologie bestätigt in verschiedenen Forschungen, dass gelingende soziale Beziehungen und Anerkennung unser Motivationssystem positiv beeinflussen. Dabei geht es um vom Mittelhirn ausgesendete Botenstoffe, die Wohlbefindenseffekte hervorrufen, insbesondere Oxytocin, wenn diese ausgeschüttet werden. Das wiederum geschieht, wenn eine positive Aussicht auf soziale Gemeinschaft und

Zuwendung besteht. Menschen streben also bewusst und unbewusst danach, dass es zur Ausschüttung dieser Substanz kommt. Sozialer Entzug bewirkt demnach das Gegenteil und führt zur Aktivierung des Stresssystems (vgl. Walter 2010, S. 78ff).

„Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Mensch mit dem Motivationssystem offenbar ein neuronales Substrat besitzt, das ihn, vermittelt über verschiedene chemische Botenstoffe und deren Effekte, zu einem von Natur aus sozialen Wesen macht, das nach Kooperation und Zuwendung strebt.“ (Walter 2010, S. 81)

Es gibt also im Gehirn verankerte Strukturen, die uns dazu bringen mit anderen zu kooperieren und soziale Beziehungen aufzubauen. Badura (2010) sieht hohe Kooperationsfähigkeit als eine Voraussetzung für wirtschaftlichen und privaten Erfolg und macht das an bestimmten Merkmalen fest, die soziale Netzwerke zu tragfähigen Verbindungen machen.

„Das Leitbild der Produktionsgemeinschaft definiert Unternehmen als Institutionen, in denen Menschen zusammenarbeiten, um gemeinsam etwas zu leisten, zu dem sie alleine nicht in der Lage wären. Zielerreichung im Kollektiv hängt nicht nur von der eingesetzten Technik und von dem Wissen und der Qualifikation einzelner Mitglieder ab, sondern insbesondere von Qualität und Umfang ihrer Kooperation. Der hier gemachte Vorschlag lautet, die Qualität kooperativer Systeme an Gemeinsinn und Solidarität erzeugenden Merkmalen festzumachen:

- dem vertrauensvollen Umgang der Mitglieder untereinander
- der gegenseitigen Wertschätzung
- dem Vorrat gemeinsamer Überzeugungen, Werte und Regeln.

Sie bilden das soziale Vermögen einer Organisation als der neben finanziellen Anreizen wichtigsten Bedingung für die Förderung und Mobilisierung ihres Humanvermögens.“ (Badura 2010, S. 61f)

Vertrauen, ein wertschätzender Umgang, gemeinsame Überzeugungen, Werte und Regeln, sind also tragende Elemente erfolgreicher kooperativer Systeme und bestimmen die Kommunikation, Aktivitäten und Verfahren und die Qualität der Kontakte (siehe Abbildung 2 Seite 37). Ein kooperatives Verhalten stärkt demnach die eigenen Interessen und die der anderen.

„Homo sapiens ist in erster Linie ein zwischenmenschlicher Maximierer kollektiven Nutzens und erst in zweiter Linie rationaler Egoist.“ (Badura 2010, S. 62)

Dieser wechselseitige Nutzen aus einer Zusammenarbeit wird auch als Win-win-Situation beschrieben, wo beide PartnerInnen für sich einen Mehrwert generieren. Das Fördern von Gegenseitigkeit bedeutet, dass Investitionen in die Kooperation oder das Netzwerk und der Nutzen sich über kurz oder lang ausbalancieren müssen oder ein spezieller Nutzen sich daraus abzeichnet (vgl. Teller, Longmuß 2007,

S. 42). Wie nachfolgende Grafik (siehe Abbildung 2) zeigt, gibt es verschiedene Bedingungsfaktoren, die eine erfolgreiche Zusammenarbeit begünstigen.

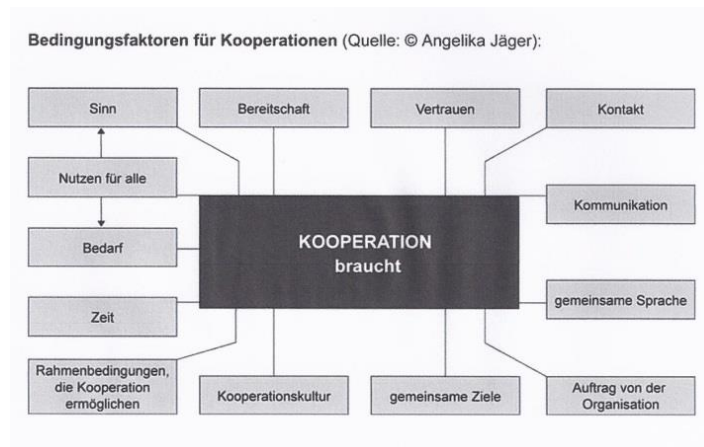


Abbildung 2: Bedingungen für Kooperation. (Quelle: Netzwerkservicestelle 2011, S.15)

### 2.2.3 StakeholderInnenanalyse

„Erfahrungsgemäß handelt es sich bei Stakeholdern um eine unübersichtliche Zahl von Personen bzw. Institutionen und Organisationen, die im Bezugssystem des Bezugsraums oder des jeweiligen (fachlichen) Handlungsfeldes unterschiedliche und teilweise widersprüchliche Interessen verfolgen.“ (Schubert 2008, S. 64)

Die relevanten AkteurInnen zu managen und Strategien einer gelingenden Zusammenarbeit zu entwickeln bedeutet, dass es notwendig ist, die am Projekt oder Unternehmen aktiv oder passiv Beteiligten zu kennen.

„Stakeholder sind im Sinne des Qualitätsmanagement zum einen alle an einem Projekt beteiligten Personen und zum anderen solche, die von dem Netzwerk mittelbar und unmittelbar betroffen sind, ohne aktives Mitglied im Netzwerk zu sein.“ (Quilling, Nicolini, Graf & Starke 2013, S. 35)

Gemeint sind damit unter anderem verschiedene Anspruchs- und Interessengruppen, die direkt oder indirekt an Unternehmen, Initiativen oder Projekten beteiligt oder von den Auswirkungen betroffen sind. Dazu zählen Zielgruppen der Leistungen, interne StakeholderInnen wie Leitung, haupt- und ehrenamtliche MitarbeiterInnen, externe StakeholderInnen wie Personen aus dem gesellschaftlichen oder politischen Umfeld, Personen, die Ressourcen bereitstellen, wie MittelgeberInnen, KooperationspartnerInnen (vgl. Quilling, Nicolini, Graf & Starke 2013, S. 35).

Verfahren, die sich mit relevanten AkteurInnen im Umfeld von Unternehmen beschäftigen werden im wirtschaftswissenschaftlichen Kontext auch als StakeholderInnen-Ansatz bezeichnet und oft im Zusammenhang mit Qualitätsmanagement oder Evaluation und Wirkungsanalysen genannt. Als Teil der strategischen Pla-

nung von Unternehmen soll durch StakeholderInnenmanagement mehr Verständnis für Anspruchsgruppen erreicht werden, da sie auf deren Zielerreichungen beeinflussend wirken. Ihre Ziele und Erwartungshaltungen können sich rasch verändern und die Haltung und Einstellung zur Organisation schwanken. StakeholderInnen dürfen nicht isoliert betrachtet werden, sondern vernetzt mit anderen Anspruchsgruppen stehen sie in einem dichten Beziehungsgeflecht, das dynamisch auf ein Unternehmen einwirken kann (vgl. Horak, Speckbacher 2013, S. 173f).

„Je abhängiger die eigene Organisation von der Anspruchsgruppe im Hinblick auf die angestrebte Vernetzung ist und je größer die Einflussmöglichkeiten eines Stakeholders auf die Erfolgswahrscheinlichkeit der Vernetzung sind, desto höher ist seine Relevanz für das Netzwerkmanagement. Einfluss auf den Erfolg haben Stakeholder, wenn sich im Rahmen einer Kooperation mit ihnen (a) die eigenen Ziele erfolgreicher umsetzen lassen, (b) die eigenen Innovationsprozesse unterstützt werden und (c) zu Kompetenzen und Ressourcen, die in der eigenen Organisation nicht vorhanden sind, ein effizienter Zugang gewonnen wird – also insgesamt Leistungen erbracht werden können, zu denen die eigene Organisation allein aus eigener Kraft nicht imstande wäre. Auf dieser Grundlage werden die Akteure bestimmt, die in die Vernetzung einzubeziehen sind, und die Grenze zu anderen Akteuren gezogen, die nicht berücksichtigt werden müssen.“ (Schubert 2008, S.67)

Bei der StakeholderInnenanalyse geht es also in einem ersten Schritt immer um das Identifizieren der internen und externen StakeholderInnen im Netzwerk und deren Gliederung in Gruppen oder, interessegeleitet in Kategorien, zum Beispiel nach strategischen Ansprüchen, Aktivitäten, Machtfaktoren oder Unterstützungspotential. Dann folgen die Analyse und Bewertung von Einfluss und Interessen und die Ableitung von Strategien und Maßnahmen zur Aktivierung und Vernetzung des vorhandenen Potentials.

„Während Stakeholder mit hohem inhaltlichem Interesse und vergleichsweise wenig Einfluss als wichtige Verbünde leicht zu gewinnen sind, liegt der Schwerpunkt der Netzwerkarbeit auf den einflussstarken Akteuren. Die einflussreichen Akteure, die ebenfalls ein starkes inhaltliches Interesse haben, bilden den Kern der Vernetzung und sollten bereits frühzeitig aktiviert werden. Aufgrund des formulierten inhaltlichen Interesses stellt es kein großes Problem dar, diese Stakeholder für das Thema oder Projekt zu gewinnen. Ein Hauptaugenmerk stellen die einflussreichen Akteure dar, deren Interesse eher niedrig ist bzw. deren Interesse unklar ist. Hier müssen Netzwerk- und Kommunikationsstrategien entwickelt werden, wie dieser Akteurskreis angesprochen werden kann und welchen Nutzen für [sic.] diese Personen haben, sich für das Projekt zu engagieren.“ (Schubert, Spieckermann 2009, S. 50)

Aufgrund der besonderen Rolle und des damit verbundenen Nutzenpotentials der StakeholderInnen ist es wichtig, wenn Unternehmen sich fragen für welche Akteu-

---

rInnen sie arbeiten, welche StakeholderInnen wichtig sind, und wie sie mit ihren NetzwerkpartnerInnen umgehen.

## 2.3 Green Care als eine Quelle von Sinn – Konzepte aus der Sinnforschung

In der Auseinandersetzung mit der Sinnthematik scheint es eine Fülle an Konzepten und Auffassungen aus unterschiedlichen Gebieten zu geben, die aber vor allem in der klinischen- und Gesundheitspsychologie näher untersucht wurden.

In den verschiedenen Konzepten rund um Green Care findet sich der Sinnbegriff als theoretisches Grundlagenmodell zur Erklärung und Beschreibung einer davon abgeleiteten erfolgreichen Green Care Praxis. In diesem Kontext werden beispielsweise im Rahmen eines Berichtes zum gesundheitlichen Nutzen von Green Care, der im Rahmen der Cost Action 866 entstand, Viktor Frankl und die Logotherapie als Sinnlehre gegen die Sinnleere und das ressourcenorientierte Salutogenesekonzept von Aron Antonovsky und sein „sense of coherence“ vorgestellt (vgl. Sempik, Hine, Wilcox 2010, S.79ff).

### 2.3.1 Der Kohärenzsinn von Aaron Antonovsky

Antonovsky und seine salutogene Perspektive, weg von den Faktoren die krank machen, hin zur Frage, was Menschen gesund erhält, hat ein beachtenswertes psychologisches Sinnkonzept hervorgebracht, dass gut empirisch belegt ist und sich auch in der vielzitierten Ottawa Charta for Health Promotion 1986 widerspiegelt.<sup>2</sup> Seine Erkenntnisse werden heute vielfach auch in der Resilienzforschung zitiert, denn er wollte in seinen Untersuchungen herausfinden, wieso es Menschen gelingt, auch unter besonders schwierigen Bedingungen gesund zu bleiben.

„Die Erkenntnis, dass die Sinnhaftigkeit dazu beiträgt, dass Menschen auch unter schwierigen (Arbeits-)Bedingungen gesund bleiben können, geht auf den amerikanisch-israelischen Medizinsoziologen Aaron Antonovsky (1923-1994) zurück. Voraussetzungen für den >>Sense of Coherence<< sind Verstehbarkeit, Bewältigbarkeit und Sinnhaftigkeit im engeren Sinne.“ (Bauer 2013, S. 50)

Das Kohärenzgefühl ist also eine Widerstandsressource und leistet einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit. In Bezug auf Green Care lassen sich daraus Rück-

---

<sup>2</sup> Siehe dazu auch Ottawa Charter for Health Promotion, 1986: <http://www.euro.who.int/de/publications/policy-documents/ottawa-charter-for-health-promotion,-1986>, Download am [15.04.2015]

schlüsse auf den Wert von sozialen Systemen ziehen, die es ihren Mitgliedern ermöglichen Ereignisse und Abläufe zu verstehen, sie vielleicht sogar an Entscheidungen zu beteiligen.

„Das Kohärenzgefühl setzt sich zusammen aus Verstehbarkeit (comprehensibility), Bewältigbarkeit (manageability) und Sinnhaftigkeit (meaningfulness). Übertragen auf den betrieblichen Kontext kann dies bedeuten: **Verstehbarkeit**: verlässliche Unternehmenspolitik, Transparenz von Entscheidungen, Klarheit in der Verteilung von Kompetenz und Verantwortung, Einbindung der Mitarbeiter. **Bewältigbarkeit**: Ressourcen, Soziale Unterstützung, Gesundheitsorientiertes Führungsverhalten, Anerkennung und Wertschätzung, Kollegialität, Möglichkeit von Qualifikation, Gefühl, dass Schwierigkeiten gemeistert werden können. **Sinnhaftigkeit**: Eigenverantwortlichkeit und Partizipation, Vermittlung des Gefühls, dass es Sinn macht, sich aktiv zu engagieren, Vermittlung, was das Ziel der Herausforderung ist.“ (Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2013, S. 22)

Salutogene Potentiale von sozialen Systemen stellen vertrauensvolle Verbindungen zu anderen Menschen oder Gruppen dar, schaffen ein anerkenndes unterstützendes Umfeld und eine Umgebung sinnstiftender Überzeugungen und Werte. Diese Grundelemente bilden auch betriebliches Sozialkapital.

„Als soziale Wesen sind Menschen stets zugleich auch Pläne schmiedende und zielorientiert handelnde Akteure – in Entwicklung und Pflege sozialer Beziehungen ebenso, wie in der Bearbeitung von Aufgaben und Projekten zur Verfolgung ausgewählter Ziele. Ziele, Aufgaben und Projekte können dabei als mehr oder weniger sinnvoll empfunden werden. Und die Umstände der Zielverfolgung und Aufgabenerledigung können als mehr oder weniger verstehbar, miteinander vereinbar, berechenbar und beeinflussbar erlebt werden.“ (Badura, Walter, Hehlmann 2010, S. 38)

### 2.3.2 Die Existenzanalyse und die Logotherapie von Viktor Frankl

Der Begründer der Logotherapie, Viktor Frankl, ist einer der bedeutendsten Wissenschaftler in Bezug auf die Sinnfrage. Wesentlich beeinflusst wurden seine Theorien von seinen Erlebnissen im Konzentrationslager. Sein Buch „Trotzdem ja zum Leben sagen“ zeigt auf, dass Frankl gelebt hat, was er lehrt. Die Auseinandersetzung mit seinem Leben erschließt sich in Sinn-Zusammenhängen und seinem unerschütterlichen Glauben daran, dass das Leben unter allen Bedingungen und Umständen einen Sinn hat:

„Kein Psychiater, kein Psychotherapeut – auch kein Logotherapeut - kann einem Kranken sagen, was der Sinn ist, sehr wohl aber, daß [sic] das Leben einen Sinn hat, ja – mehr als dies: daß [sic] es diesen Sinn auch behält, unter allen Bedingungen und Umständen, und zwar dank der Möglichkeit, noch im Leiden einen Sinn zu finden. Eine phänomenologische Analyse des unmittelbaren, unverfälschten Erle-

bens, wie wir es vom schlichten und einfachen >>Mann auf der Straße<< erfahren können und nur noch in die wissenschaftliche Terminologie zu übersetzen brauchen, würde nämlich enthüllen, daß [sic] der Mensch nicht nur – kraft seines Willens zum Sinn – nach einem Sinn sucht, sondern daß [sic] er ihn auch findet, und zwar auf drei Wegen. Zunächst einmal sieht er einen Sinn darin, etwas zu tun oder zu schaffen. Darüber hinaus sieht er einen Sinn darin, etwas zu erleben, jemanden zu lieben; aber auch noch in einer hoffnungslosen Situation, der er hilflos gegenübersteht, sieht er unter Umständen einen Sinn.“ (Frankl 1979, S. 158)

Dieser „Wille zum Sinn“ impliziert, dass jeder Mensch danach trachtet sein Leben sinnvoll zu gestalten; wird dieser Sinn frustriert, dann kann der Mensch erkranken. Frankl bezeichnet das Sinnlosigkeitsgefühl als Massenneurose der heutigen Zeit und die daran gekoppelte Sinnleere als sogenanntes „existentielles Vakuum“.

„Heute aber ist es so, daß [sic] der Mensch vielfach seinem Leben eben keinen Sinn mehr abzugewinnen vermag. Er ist also nicht nur - wie zu den Zeiten von Sigmund Freud – sexuell frustriert, sondern in erster Linie existentiell frustriert. Und er leidet weniger – wie zur Zeit von Alfred Adler – an Minderwertigkeitsgefühlen, als vielmehr an einem Sinnlosigkeitsgefühl – an dem, was ich als das >>existentielle Vakuum<< bezeichne.“ (Frankl 1979, S. 88)

Sinn ist für Frankl immer an eine einmalige und einzigartige Situation im Leben gebunden, und es liegt an der Person, diesen individuellen Sinn zu erkennen. Da Sinn nicht gegeben werden kann, muss er gefunden werden. Dabei helfen Werte, nach Frankl sind es sogenannte Sinn-Universalien, die dem Menschen Sinnmöglichkeiten eröffnen. Er unterscheidet drei Arten, deren Verwirklichung ein Leben sinnvoll machen. Schöpferische Werte erschaffen Sinn im Handeln und im Tun. Erlebniswerte ermöglichen einen Sinnengewinn durch das Erleben besonderer Augenblicke, wie die Hingabe an die Schönheit von Kunst und Natur. Eine weitere wichtige Hauptgruppe sind die sogenannten Einstellungswerte. Sie beschreiben die Haltung, mit der wir dem Leben begegnen, in ausweglosen Situationen uns verhalten und mit unserem Schicksal umgehen. Werte zu verwirklichen sieht Frankl als Verpflichtung des Menschen (vgl. Frankl 2007a, S. 88ff).

„Sobald wir aber die Einstellungswerte in den Bereich möglicher Wertkategorien einbezogen haben, zeigt es sich, daß [sic] die menschliche Existenz eigentlich niemals wirklich sinnlos werden kann: *das Leben des Menschen behält seinen Sinn* bis >>in ultimis<< - demnach *solange er atmet*, solange er bei Bewußtsein [sic] ist, trägt er Verantwortung gegenüber Werten und seien es auch nur Einstellungswerte. Solange er Bewußt-sein [sic] hat, hat er Verantwortlich-sein. Seine Verpflichtung, Werte zu verwirklichen, läßt [sic] ihn bis zum letzten Augenblick seines Daseins nicht los.“ (Frankl 2007a, S. 93)

Der Sinn ist also nicht für alle gleich, und er erschließt sich auch nicht immer sofort, aber er will gefunden werden. Die von der Logotherapie gestützte Suche nach dem Nutzen von Sozialer Landwirtschaft als Quelle von Sinn erfordert zusätzlich die Auseinandersetzung mit dem Begriff der Selbst-Transzendenz.

„Mensch-Sein ist immer auf etwas gerichtet, das nicht wieder es selbst ist – auf etwas oder auf jemanden, auf einen Sinn, den da ein Mensch erfüllt, oder auf anderes menschliches Sein, dem er da begegnet.“ (Frankl 1979, S.183)

Frankl erklärt das als „selbstvergessene Hingabe“ am Beispiel des menschlichen Auges, das sich selbst nur wahrnimmt, wenn es erkrankt und der Blick getrübt ist.

„Das Auge muss sich selbst übersehen können. Und genauso verhält es sich mit dem Menschen. Je mehr er sich selbst übersieht, je mehr er sich selbst vergißt [sic], indem er sich hingibt einer Sache oder anderen Menschen, desto mehr ist er Mensch, desto mehr verwirklicht er sich selbst. (...) Auf Grund seiner Selbst-Transzendenz ist der Mensch ein Wesen auf der Suche nach Sinn. Im Grunde ist er beherrscht von einem Willen zum Sinn.“ (Frankl 1979, S. 184)

Das würde bedeuten, dass alle an Systemen oder Unternehmen Beteiligten in ihrer Grundmotivation von diesem „Willen zum Sinn“ bestimmt sind und auf der Suche nach Sinnerfahrung und Sinnerleben. Mit Blick auf Green Care können Unternehmen gelingen, wenn sie es schaffen, auf diese Bedürfnisse sinnstiftende Antworten zu finden.

### 2.3.3 Sinnbedürfnisse nach Sommer und Baumeister

Diese Suche nach Lebenssinn ist von vier Bedürfnissen geprägt. Die Psychologen Sommer und Baumeister (1998) sind der Ansicht, dass es verschiedene „Sinn-Bedürfnisse“ gibt.

„First, people need a sense of purpose in life. That is, people want to perceive their current activities as relating to future outcomes, and so current events draw meaning from possible future circumstances. Purposiveness includes meeting objective goals and reaching a state of subjective fulfillment. Second, people desire feelings of efficacy. That is, they seek to interpret events in ways that support the belief that they have control over their outcomes and that they can make a difference in some important way. Third, people want to view their actions as having positive value or as being morally justified. Fourth, people want a sense of positive self-worth. They seek ways of establishing that they are good, admirable, worthy individuals with desirable traits.“ (Sommer, Baumeister, Stillman 1998, S. 3)

Zusammengefasst haben Menschen erstens ein Bedürfnis nach Bestimmung in ihrem Leben. Sie wollen glauben, dass ihre aktuellen Aktivitäten mit zukünftigen Ereignissen in Verbindung stehen. Gegenwärtige Ereignisse erhalten Sinn

dadurch, dass es eine Zukunft gibt. Sie möchten ihre gesetzten Ziele erreichen und dadurch einen Zustand der subjektiven Erfüllung erlangen. Zweitens wünschen sich Menschen Gefühle der Wirksamkeit. Sie möchten darauf vertrauen, dass sie Kontrolle haben über Geschehnisse und Einfluss nehmen können. Drittens gibt es ein Bedürfnis nach Wert und Gerechtigkeit. Menschen wollen also, dass ihr Tun einen positiven Wert hat und moralisch richtig ist. Viertens suchen sie nach einem Weg, sich selbst als wertvoll zu erleben, dass sie gut sind und aner kennenswerte Individuen mit begehrenswerten Fähigkeiten.

Demnach haben Menschen bestimmte Sinnvorstellungen, die sie zu Handlungen motivieren, um wiederum Sinnerfahrungen zu machen. Dabei spielen zwei Ebenen eine wesentliche Rolle. Die inhaltliche Ebene und die Beziehungsebene. Die Beziehungsebene betrifft zum Beispiel die Anerkennung und Wertschätzung von anderen Menschen, oder die Erfahrung, dass ihren Sinnvorstellungen entsprochen wird. Die Inhaltsebene könnte sich auf einen sinnvollen Unternehmenszweck, die Produkte und Dienstleistungen beziehen, die einen gesellschaftlichen Mehrwert oder Sinn ergeben, indem sie als gesellschaftlich wertvoll erlebt werden.

### **3 PROBLEMSTELLUNG, ZIELE UND FORSCHUNGSFRAGEN DIESER STUDIE**

Auf Basis der bereits erarbeiteten Perspektiven im Forschungsfeld, zum Nutzen im Kontext von Green Care in der Sozialen Landwirtschaft und den gewählten theoretischen Zugängen, werden in diesem Kapitel die Zielsetzungen mit den die Forschung begleitenden Fragestellungen vorgestellt.

#### **3.1 Problemstellung und Ziele**

Am Anfang eines Projektes steht meist eine Vision, eine Idee von der Zukunft und wie diese sein soll. Visionen bringen Neues und bedeuten Veränderung und ähnlich wie Pionierpflanzen besiedeln sie noch unbelebtes Gebiet und das oft unter erschwerten Bedingungen. So ergeht es auch vielen Green Care Initiativen und ihren WegbereiterInnen, die mit viel visionärer Kraft ihre Ideen vorantragen, um den Mehrwert von Sozialer Landwirtschaft, einem Leben und Arbeiten mit und in der Natur als wirksames Programm für unterschiedlichste Menschen und ihre Bedürfnisse zugänglich zu machen und als alternatives Konzept entwickeln, um ihre Landwirtschaften langfristig wertschöpfend zu erhalten.

„Die Macht einer Vision liegt darin, das Interesse innerhalb und außerhalb der Organisation auf sich zu ziehen und Menschen für ein gültiges Ziel zu gewinnen, das Sinn macht und Sicherheit gibt. Visionen vermitteln zwischen den Möglichkeiten von heute und den Erfordernissen von morgen.“ (Harms, Kühnapfel, Krehbiel 1999, S. 81)

Diesen Weg zum gelungenen Projekt beschreiten Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft nicht alleine. Wie unterschiedliche Angebotsmodelle zeigen bedingt eine erfolgreiche Verbindung von Landwirtschaft mit Dienstleistungen im Bereich von Gesundheit und Soziales die Kooperation verschiedenster AkteurInnen und das Bündeln von gemeinsamen Ressourcen.

Green Care findet also nicht im stillen Kämmerlein statt, sondern bewegt sich immer im regen Austausch mit Lebendigem, mit der Natur und mit Menschen.

Green Care funktioniert nur, wenn sich Menschen zusammenfinden und Angebote schaffen, die die Natur und den Menschen so verbinden, dass „Wertvolles“ für alle Beteiligten entsteht und sich ein Nutzen einfindet, der nicht nur einseitige ökonomische Aspekte ausweist.

„Nur vom Nutzen wird die Welt regiert“, meint Friedrich Schiller (o.J.) in Wallensteins Tod (zitiert nach Drosdowski 1993, S.692) und wohl ist es wahr, dass gerade und nicht nur in der Sozialen Arbeit mit Menschen in den letzten Jahren ver-

stärkt die Anforderung gestiegen ist, die Effektivität des eigenen Handelns nachzuweisen und sich für das Verhältnis von Aufwand und erzielter Wirkung zu rechtfertigen.

Soziale Landwirtschaften bewegen sich in einem sich dynamisch entwickelnden Umfeld von Green Care, deren gesundheitsförderndes Potential und positive Wirkungen für verschiedenste Zielgruppen mittlerweile auch innerhalb der Landwirtschaftskammer erkannt wurde und seit 2012 als Projekt „Green Care – Wo Menschen aufblühen“ österreichweit arbeitet (vgl. [www.lk-wien.at](http://www.lk-wien.at) 2015). Wissenschaft kann hier für den Bereich wertbestimmend wirken und aufklären helfen. Zudem gibt es ein steigendes öffentliches Interesse an Forschungsprojekten im Nonprofitbereich, wie beispielsweise an sogenannten Social Return on Investment Analysen, die den gesellschaftlichen Mehrwert, der von sozialen Organisationen geschaffen wird, bewerten sollen um im Wettbewerb um öffentliche oder private Gelder bestehen zu können.

Evaluationen und Wirkungsmessungen werden zunehmend zur Bewertung von Organisationen, Projekten oder Programmen eingesetzt, um einen sichtbaren Nachweis von deren Erfolgen und Leistungen zu erbringen. Dabei spielen nichtfinanzielle Kriterien und die wahrgenommenen Wirkungen bei den relevanten AkteurInnen, StakeholderInnen eine zunehmende Rolle.

„Ein Netzwerk lebt vom Nutzen den es stiftet. Dieser Nutzen des Netzwerkes ist im zweifachen Sinne zu verstehen. Einmal geht es um den Nutzen, den das Netzwerk nach außen - gegenüber den Kunden - stiftet. Zum Zweiten stiftet das Netzwerk zusätzlich nach innen Nutzen – der oft als zweitrangig angesehen wird, was aber ein wichtiges Potential vernachlässigt.“ (Teller, Longmuß 2007, S. 22)

Der Blick auf Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft und ihre Netzwerke geht also davon aus, dass zwischen den einzelnen unterschiedlichen AkteurInnen (einzelnen Personen, Gruppen, Organisationen, Netzwerken) eine Vielzahl an Verbindungen bestehen, die ein erfolgreiches Handeln begünstigen, die das Erreichen von Zielen anstreben und darüber ein Umsetzen der jeweiligen Betriebsvision ermöglichen.

Je nach Initiative kann es daher verschiedenste Interessensgruppen (StakeholderInnen) im Umfeld geben, die aktiv oder passiv zum Gelingen beitragen und im Ressourcentausch, von ökonomischem, kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital, zurückgehend auf den Ansatz von Pierre Bourdieu, sich wechselseitig beeinflussen, um schlussendlich einen Win-win für die Beteiligten zu ermöglichen.

Dieser Nutzen kann strategisch, marktbezogen, organisatorisch, technisch und sozial sein oder, als sogenannter Entwicklungsnutzen, einen Lerneffekt hervorruufen und Innovationen vorantreiben (vgl. Teller, Longmuß 2007, S. 22ff).

Gemäß der Aussage „Meaning is the new money“ (Erickson 2014), kann dieser Nutzen auch in Form von Sinn, durch Sinnerfüllung, bestehen.

Nach Viktor Frankl kann Sinn nicht gegeben, sondern muss gefunden werden (vgl. Frankl 2007b, S.19). In diesem Sinne brauchen PionierInnen und ihre Visionen auch Menschen, die die Idee mittragen und von dieser Anbindung an einen höheren Sinn profitieren.

KlientInnen profitieren durch das Angebot sinnvoller Tätigkeiten und finden zu einem neuen Lebenssinn, KundInnen profitieren von Produkten, die nicht nur einen ökologischen, sondern auch einen sozialen Sinn erfüllen (Stichwort Soziale Produktion), MitarbeiterInnen finden eine sinnvolle Aufgabe, LandwirtInnen erfahren über die Diversifizierung ihrer Betriebe einen Sinngewinn, die Region wird belebt, die Gesellschaft spart an Sozialkosten und vieles mehr.

Sinnvoll und wissenschaftlich wertvoll jedenfalls erscheint es, wenn es gelingen kann, in der vorliegenden Arbeit diesen Nutzen abzubilden, der von den PionierInnen mit ihren Initiativen durch das Umsetzen der Visionen im Feld der Sozialen Landwirtschaft erreicht wird und der auf alle Beteiligten zurückwirkt.

### **3.2 Forschungsfragen und Hypothesen**

Basierend auf diesen Überlegungen sollen folgende Hypothesen diskutiert und Fragestellungen beantwortet werden.

#### Hypothese 1:

Green Care im Kontext der Sozialen Landwirtschaft wird häufig als eine Win-win-Situation beschrieben, die auf allen Ebenen und bei allen NetzwerkpartnerInnen einen positiven Wirkungszusammenhang hervorruft und alle profitieren. Die Kooperation von Green Care Initiativen mit unterschiedlichen AkteurInnen (einzelnen Personen, Gruppen, Organisationen, Netzwerken, sogenannten StakeholderInnen), erleichtert den Zugriff auf materielle und immaterielle Ressourcen, stärkt das Kapitalvolumen, erschließt Handlungsoptionen und begünstigt ein erfolgreiches Umsetzen von Zielen und Visionen.

#### Daraus abgeleitete Forschungsfragen:

1. Wer sind die für die Zielsetzung von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft relevanten AkteurInnen?

2. Welchen Beitrag leisten diese einzelnen AkteurInnen (ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital)? Sprich, wie ist ihre Qualität (Form) des Netzwerkkontaktes - z. B: Geld, Produkte, Image, Lösung relevanter Probleme, Arbeitsstelle, Information, Kontakte, zusätzliche Ressourcen?

3. Welchen Nutzen haben die einzelnen KooperationspartnerInnen, AkteurInnen?

Hypothese 2:

Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft arbeiten erfolgreich durch den Austausch von ökonomischem, sozialem, kulturellem und symbolischem Kapital. Letztlich tragen die sozialen Verbindungen und Ressourcen im Kontaktnetz in ihrer Gesamtheit zu den Effekten und zur Zielerreichung von Maßnahmen bei. Gleichzeitig dienen sie als eine Quelle von Sinn für die Beteiligten (AkteurInnen, StakeholderInnen), nach dem Motto: "Wer Sinn bietet, wird Kapital (im Sinne von Bourdieu) ernten!"

Daraus abgeleitete Forschungsfrage:

1. Wieso unterstützen und fördern sie, engagieren sich? Gibt es einen persönlichen Zusatznutzen? Inwiefern dienen Green Care Initiativen auch als eine Quelle von Sinn und generieren für einzelne AkteurInnen einen Nutzen durch Sinnfindung?

## 4 DAS METHODISCHE VORGEHEN

Die Daten für diese Erhebung wurden durch eine überwiegend qualitative Evaluation mit WegbereiterInnen der Sozialen Landwirtschaft und ihren NetzwerkpartnerInnen gewonnen. Auswahl und Kriterien, die an jene Menschen herangetragen wurden, die die Erhebung mit ihren Erfahrungen und ihrem Wissen bereicherten, werden überwiegend in den Kapiteln zur Fallauswahl festgehalten. In den darauf folgenden Kapiteln werden die Methoden zusammengefasst, die bei der Erhebung und Analyse der Daten zum Einsatz kamen. Die Erhebung der Daten von Green Care Initiativen erfolgte mit Hilfe von qualitativen Netzwerkinterviews und durch die Befragung ihrer StakeholderInnen. Vorgangsweise und Interviewkonzepte wurden im Anschluss erläutert. Die Methodik zur inhaltlichen Be- und Verarbeitung der daraus gewonnenen Daten und Einsichten schließt dieses Kapitel ab und versucht die Reduzierung der Rohdaten auf einen sinnvollen Gehalt und die einzelnen Schritte der Untersuchung darzustellen.

### 4.1 Fallauswahl

Für die Arbeit im Feld mussten geeignete PionierInnen definiert, TeilnehmerInnen eingeladen und PartnerInnen interviewt werden. Dafür wurden insgesamt sieben Einzelinterviews, davon zwölf Erhebungen mit PionierInnen der Sozialen Landwirtschaft und fünf Befragungen mit StakeholderInnen, durchgeführt

#### 4.1.1 Qualitative Netzwerkinterviews mit PionierInnen

Ein grundlegendes Kriterium für die Auswahl der InterviewpartnerInnen dieser Erhebung war die Zugehörigkeit zum Personenkreis der PionierInnen von Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft. Daher wurden jene Personen angesprochen, die maßgeblich an der Entwicklung der Betriebe beteiligt waren und sind.

Eine minimale Größe der zu befragenden TeilnehmerInnen für die Erhebung des Netzwerkes wurde im Vorfeld festgelegt. So sollte mit mindestens acht qualitativen Netzwerkinterviews die gewünschte Bandbreite an Vielfalt von PionierInnen der Sozialen Landwirtschaft abgedeckt werden, um die wichtigen AkteurInnen im Umfeld von Green Care Initiativen möglichst in ihrer Gesamtheit zu erfassen und abzubilden. Letztlich wurde dies mit einer Befragungsintensität von zwölf Interviews erreicht.

Bei der Auswahl der ProbandInnen in der Clearingphase vor der Erhebung wurde auf eine sehr heterogene Zusammenstellung der Stichprobe geachtet, um einen inhaltlich repräsentativen Querschnitt im Untersuchungsfeld zu erreichen und ein

möglichst breites Spektrum an StakeholderInnengruppen abbilden zu können. Als relevant für die Entscheidung dieser Auswahlstrategie galt die Untersuchung von Renate Renner, die für ihre qualitativen Netzwerkinterviews einen heterogenen Zugang gewählt hatte, um eine entsprechende Informationsfülle zu erreichen.

„In addition to the selection of relevant experts, it was necessary to apply a different strategy to find information rich care farming projects. To reach that aim, cases were selected after heterogeneity according to the central thesis of this research: *Networks matter.*“ (Renner 2010, S. 80)

Es wurden gezielt PionierInnen eingeladen, an der Forschung mitzuwirken, die unterschiedliche Kooperationsmodelle und Angebotsformen in der Sozialen Landwirtschaft vertreten. Darunter fanden sich PionierInnen, deren Aktivitäten in der sozialen Landwirtschaft ein Haupt- oder Nebeneinkommen darstellen. Bewusst wurden auch einzelne Betriebe befragt, die zum überwiegenden Teil nicht mehr von der LandwirtIn selbst, sondern in Kooperation mit SozialpartnerInnen bewirtschaftet werden oder in denen sich LandwirtInnen sehr gezielt und punktuell einbringen und das überwiegende kooperationsbestimmende Merkmal, eine werterhaltende Vermietung und Verpachtung der Infrastruktur, darstellt. Ein weiteres relevantes Merkmal für die Fallauswahl war die Art und Weise der Bewirtschaftung der Landwirtschaften. Hier wurden gezielt Betriebe eingebunden, die sich in ihren Produkten unterschieden, wie Tier- und/oder Pflanzenproduktion und entweder mischwirtschaftliche Produktionsformen aufwiesen, auf Marktversorgung ausgerichtet waren oder eine auf Selbstversorgung ausgelegte Bewirtschaftung führten. Ebenso wichtig erschien in der Zusammenstellung der Fälle die Differenzierung der Initiativen hinsichtlich der angesprochenen Zielgruppen in Bezug auf deren soziale Dienstleistungen, da dadurch weitere wertvolle Informationen zu den Fragestellungen zu erwarten waren. Es wurde darauf geachtet, dass die PionierInnen Zielgruppen aus unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern bedienen, wie Gesundheit, Bildung, Arbeit und/oder Soziale Landwirtschaften als Lebensorte für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen. Auf der Suche nach möglichst unterschiedlichen Erfahrungen wurden zusätzlich PionierInnen ausgewählt, die mit ihren Initiativen als noch sehr jung im Feld der Sozialen Landwirtschaft galten und sich teilweise noch in der Gründungsphase befanden. Zwei Betriebe befanden sich beispielsweise gerade in der Umbauphase, um die Räumlichkeiten für ein zukünftiges Green Care - Angebot am Hof zu adaptieren, eine Initiative war noch immer auf der Suche nach einer geeigneten KooperationspartnerIn im landwirtschaftlichen Bereich. Ergänzend dazu wurden Betriebe gesucht, die bereits einige Jahre erfolgreich arbeiteten und PionierInnen angesprochen, die als erfahren und routiniert gelten und in vielen Bereichen eine VorreiterInnenrolle einnehmen. Um auch ein

regional heterogenes Sample zu erreichen wurden geeignete TeilnehmerInnen aus vier unterschiedlichen Bundesländern befragt: Niederösterreich, Steiermark, Oberösterreich und Tirol. Letztlich wurden gezielt auch PionierInnen gesucht, die sich im Spektrum von Green Care affin bis Green Care skeptisch bewegen, beziehungsweise ein mehr oder weniger großes Naheverhältnis zum Bereich Green Care in Österreich zeigten (siehe Tabelle 1).

**Tabelle 1:** Auszug von Kriterien zur Fallauswahl

Fallauswahl Initiativen		Projektstatus	Ort	Bezug zu Green Care	Zielgruppe Ausrichtung	Landwirtschaftliche Perspektiven Schwerpunkte
1	A-Hof	Implementierung/ Laufender Betrieb	NÖ	ja	Gesundheit, Bildung	Konventionelle Landwirtschaft + Nebenerwerb (Pferde, verschiedene Tierarten)
2	B-Hof	Laufender Betrieb	NÖ	ja	Leben, Arbeiten	Biologische-dynamische Landwirtschaft + Selbstversorgung
3	C-Hof	Implementierung	T	ja	Bildung, Gesundheit, Leben, Arbeiten	Milchwirtschaft + Umstellung auf neues Nutzungskonzept
4	D-Hof	Laufender Betrieb	OÖ	ja	Bildung, Gesundheit	Schafwirtschaft + Ackerbau, verschiedene Tierarten
5	E-Hof	Laufender Betrieb	NÖ	nein	Arbeit, Gesundheit, Bildung	Biologische Landwirtschaft (Getreide, Kräuter), Direktvermarktung
6	F-Hof	Laufender Betrieb	NÖ	ja	Arbeit, Gesundheit, Bildung	Biologische Pflanzenproduktion, Direktvermarktung
7	G-Hof	Laufender Betrieb	St	ja	Leben, Gesundheit	Konventionelle Landwirtschaft (Grünland, Wald), verschiedene Tierarten
8	H-Hof	Laufender Betrieb	OÖ	nein	Bildung, Arbeit, Gesundheit	Biologische - dynamische Landwirtschaft + Selbstversorgung
9	I-Hof	Implementierung/ laufender Betrieb	NÖ	ja	Gesundheit, Bildung, Arbeit	Klassischer landwirtschaftlicher Familienbetrieb, Biologische Landwirtschaft, Direktvermarktung, (Pferde, Schafe, Hühner)

10	J-Hof	Implementierung	NÖ	ja	Leben, Gesundheit, Bildung, Arbeit	Biologische, solidarische Landwirtschaft
11	K-Hof	Laufender Betrieb	NÖ	ja	Leben, Bildung	Tierpflegebetrieb, verschiedene Tierarten
12	L-Hof	Konzeption	NÖ	nein	Leben, Arbeit, Gesundheit, Bildung	Integrative Landwirtschaft (Permakultur, Kräuterproduktion)
NÖ=Niederösterreich, OÖ=Oberösterreich, St=Steiermark, T=Tirol						

Es wurde erwartet, dass der mit dieser Strategie der Fallauswahl verbundene höhere Aufwand, ein möglichst vollständiges Bild über die Diversität von Netzwerken in der Sozialen Landwirtschaft liefert und das innerhalb der PionierInnen vorhandene Spektrum an Unterschieden abdeckt.

Insgesamt wurden vierzehn PionierInnen als Quelle für die Studie persönlich kontaktiert und zur Teilnahme an der Erhebung eingeladen. Neben der Einbeziehung einzelner Betriebe, die bereits im Laufe des Masterstudiums vorgestellt und kennengelernt wurden, waren eine intensive Recherche im Internet, die Teilnahme an einschlägigen Netzwerkveranstaltungen und der Zugriff auf persönliche private Verbindungen notwendig, um einen Feldzugang zu den interessanten Schlüsselpersonen zu erhalten. Es wurde in unterschiedlichen Umfeldern und Settings gesucht und dabei auch flexible Gelegenheiten genutzt, um PionierInnen und Konzepte mit unterschiedlichen Erfahrungen zu identifizieren. Die Auswahl wurde im gesamten Untersuchungsverlauf den theoretischen Bedürfnissen folgend angepasst und war stark vom Kriterium geleitet, einen möglichst breiten Variationsbereich abzudecken. Zudem waren Empfehlungen über weitere informationsreiche ProbandInnen hilfreich bei der Selektion der Auswahlmenge. Für die Fallauswahl und letztlich entscheidend für das Ergebnis war aber die für die Untersuchung wichtige Bereitschaft zur Teilnahme zu erreichen.

„Das heißt, die Aushandlung des Zugangs zu Institutionen ist weniger ein Informationsproblem als die Herstellung einer Beziehung, in der so viel Vertrauen in die Personen der Forscher und ihre Anliegen entsteht, dass sich die Institution – trotz allem, was dagegen sprechen könnte – auf die Forschung einlässt.“ (Flick 2012, S. 147)

Zwölf PionierInnen konnten per Mail, Telefon und im direkten persönlichen Gespräch für eine Mitarbeit gewonnen werden. Eine schriftliche Darstellung des Forschungsanliegens wurde an alle versandt. Ein Betrieb konnte während der Erhebungsphase leider keine zeitlichen Ressourcen freimachen. Eine einzige schriftliche Kontaktaufnahme mit einem Betrieb blieb bis dato unbeantwortet. Die Erhe-

bungsphase mit den Netzwerkinderviews wurde mit einem Pretest im September 2014 eingeleitet und im Dezember 2014 abgeschlossen. Alle Interviews wurden im Umfeld der zu Interviewenden durchgeführt, „um eine möglichst natürliche Situation herzustellen und authentische Informationen zu erhalten“ (Lamnek 2010, S. 325).

#### 4.1.2 Offene Leitfadeninterviews mit AkteurInnen aus dem Netzwerk

Die Auswahl der zu Befragenden für den nächsten Interviewreigen erfolgte mit dem theoretischen Vorverständnis, das über die Auswertung der Interviews mit den PionierInnen entwickelt wurde. Die gewonnenen Daten in der Analysephase ermöglichten die Identifizierung der StakeholderInnen und die Zuordnung der relevanten AkteurInnen zu den einzelnen Kapitalressourcen. Die Differenzierung der ProbandInnen für die weiteren Interviews wurde auch von der Auswahlentscheidung der PionierInnen beeinflusst, die während der Netzwerkerhebung dazu befragt wurden, welche AkteurInnen sie für eine vertiefende Befragung aus ihrem Netzwerk empfehlen beziehungsweise an welcher StakeholderInnenmeinung ein spezielles Interesse besteht. Es wurden also selektiv und interessegeleitet RepräsentantInnen aus einzelnen Kapitalfeldern gesucht, um eine Tiefenstruktur für die jeweilige Nutzendimension zu erreichen und die für die Forschungsfrage zwei und drei relevanten Faktoren zu plakatieren.

Die Kontaktaufnahme zu den so ausgewählten AkteurInnen erfolgte im Einverständnis mit den PionierInnen. Diese fungierten als „Türöffner“ (vgl. Lamnek 2010, S. 351, S. 552, S. 651). So konnten interessante ProbandInnen für weitere Interviews gesammelt und über die Vorabinformationen an die StakeholderInnen von den PionierInnen die Vertrauensbasis in Sinn und Zweck der Erhebung leichter hergestellt werden.

Bei diesen Interviews galt es insbesondere auf die Vertraulichkeit im Umgang mit den gesammelten Daten zu achten, um keine Irritationen in der Netzwerkbeziehung zwischen PionierIn und befragter AkteurIn hervorzurufen.

Es wurden gezielt fünf vertiefende Interviews mit VertreterInnen interner und externer StakeholderInnengruppen geführt, die von den PionierInnen in einzelnen Kapitalfeldern als sehr bedeutsam für die eigene Arbeit hervorgehoben wurden beziehungsweise deren Nutzenbeitrag in allen Kapitalfeldern mit unterschiedlicher Intensität als sehr wichtig eingeschätzt wurde. Auch hier wurde ein Pretest durchgeführt und in den weiteren Interviews eine Anpassung an die Heterogenität und Spezifika der Befragten vorgenommen. Inhaltlich wurde eine Erklärung zum Hintergrund der Auswahl der InterviewpartnerInnen im einleitenden Teil der Gespräche betont und diese als zusätzliche Erzählaufforderung genutzt.

Die StakeholderInnenbefragung erfolgte im Zeitraum von Jänner bis Februar 2015. Im Bereich der internen Interessens- und Anspruchsgruppen wurde als VertreterIn der entsprechenden StakeholderInnengruppe „MitarbeiterInnen“ eine hauptamtliche Mitarbeiterin als Probandin ausgewählt. Alle weiteren Interviews erfolgten mit RepräsentantInnen externer StakeholderInnengruppen. Dazu zählten der Direktor eines Bankinstitutes, als Finanzierungspartner, und wichtige wirtschaftliche PartnerIn von Initiativen, ein Vertreter der FördergeberInnenseite mit leitender Funktion in einem Dienstleistungsunternehmen mit öffentlichem Recht, ein Bürgermeister als Gemeindeverantwortlicher und Repräsentant im Bereich der StakeholderInnengruppe „Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen“ und ein Klient, als Adressat der Dienstleistung von Angeboten in der Sozialen Landwirtschaft aus dem Bereich Soziale Landwirtschaft als Arbeitsort und VertreterIn der AkteurInnengruppe „KundInnen/KlientInnen“. Die Interviews wurden mit NetzwerkpartnerInnen aus unterschiedlichen Betrieben durchgeführt.

## **4.2 Datenerhebung**

Für die ganzheitliche Erfassung der Thematik und um eine Tiefenstruktur für die Ziele der Untersuchung zu erreichen erschien es sinnvoll überwiegend qualitative Verfahren einzusetzen. Bei der Datengewinnung wurde zusätzlich auf ein strukturiertes und standardisiertes Erhebungsverfahren aus der Netzwerkforschung zugegriffen, um die Erhebung zu erleichtern und die Aussagekraft der Daten in der Analyse zu unterstützen. Dabei war es erforderlich, ein Instrument zu wählen, das zwar die Themen im Wesentlichen strukturierte, aber die nötige Offenheit für die individuellen Sichtweisen der Befragten und ihr Relevanzsystem zuließ. Diese möglichst „offene Haltung“ im gesamten Untersuchungsverlauf forderte beispielsweise Mayring als Standard von qualitativ Forschenden:

„Der Forschungsprozess muss so offen dem Gegenstand gegenüber gehalten werden, dass Neufassungen, Ergänzungen und Revisionen sowohl der theoretischen Strukturierungen und Hypothesen als auch der Methoden möglich sind, wenn der Gegenstand dies erfordert.“ (Mayring 2002, S. 28)

### **4.2.1 StakeholderInnenanalyse und Netzwerkerstellung**

Die qualitative Erhebung der Daten erfolgte demnach über die Verknüpfung eines Leitfadeninterviews mit einem bildgebenden Verfahren der Netzwerkanalyse (siehe Tabelle 5 und 6 im Anhang). Der Entschluss, diese Methoden zu kombinieren, lag in den Forschungsfragen und der damit verbundenen Zielsetzung selbst begründet. Da angenommen wurde, dass die Netzwerke der PionierInnen sich als eher komplex und umfangreich an Beziehungen darstellen würden, sollte eine vi-

suelle Hilfe das Sammeln, Ordnen und Beschreiben der AkteurInnen kognitiv erleichtern, lustvoller gestalten und die Genauigkeit erhöhen. Aus persönlichen Erfahrungen im Einsatz von Netzwerkkarten, als diagnostisches Instrument im Rahmen der sozialarbeiterischen Beratung und Praxis, konnte damit für beide Seiten, sowohl für BeraterIn als auch KlientIn, ein guter Überblick über die vorhandenen Beziehungen geschaffen und im Gespräch gehalten werden. Außerdem wurde der Erzählfluss intensiviert und das Ergebnis der Beratung war am Ende sichtbar und dokumentiert. Der Einsatz eines Gesprächleitfadens sollte das Niveau der Befragung für alle Interviews gleichmäßig halten, Nachvollziehbarkeit und Qualität der Daten erhöhen und eine Abweichung von den Zielen verhindern. Beide Instrumente sollten die Auswertung der Daten erleichtern helfen, indem Karten- und Textanalyse verbunden oder die Netzwerkkarten, sofern erforderlich, auch für interpersonelle Vergleichsmöglichkeiten zwischen einzelnen PionierInnen verwendet werden. Aus der Komplexität des Forschungsthemas ergab sich die Notwendigkeit eines strukturierten Vorgehens, um inhaltliche Lücken zu reduzieren und den Interpretationsspielraum aller am Interview Beteiligten zu minimieren.

Um die soziale Landkarte der internen und externen StakeholderInnen von PionierInnen der Sozialen Landwirtschaft zu erfassen, wurde mit einer zweidimensionalen Netzwerkkarte gearbeitet, um die gewünschte Visualisierung des sozialen Netzes und der einzelnen AkteurInnen zu erreichen.

„Qualitative Verfahren sind Verfahren, die besonders „dicht“ an den individuellen Akteuren, ihren Wahrnehmungen, Deutungen und Relevanzsetzungen ansetzen. Demgegenüber zeichnet sich die Netzwerkanalyse dadurch aus, dass sie als relationaler Ansatz gerade über die individuellen Akteure, singuläre Deutungen und einzelne Beziehungen hinausgeht – und die Struktur der Beziehungen zwischen mehreren Akteuren zu ihrem Gegenstand macht.“ (Hollstein 2006, S. 13)

Da die Auswertungskategorien sich als übersichtlich erwiesen, fiel die Entscheidung, eine klassische Netzwerkkarte in einfacher Papierform zu verwenden.

Die Paper and Pencil-Variante eignet sich dann, wenn keine Überladung der Karte mit zu vielen Auswertungskategorien erfolgte. Sie war mobil und ließ sich flexibel handhaben, außerdem wurde der Visualisierungsprozess per Hand von Interviewten in der Literatur als positiv beschrieben (vgl. Straus 2013, S. 50ff).

Um die Wichtigkeit der einzelnen AkteurInnen in Bezug auf ihren Nutzenbeitrag herauszuarbeiten, wurde eine sogenannte egozentrierte Netzwerkkarte in Form eines Kreismodells entwickelt.

„Die „Paper and Pencil“-Methode ist der verbreitetste Netzwerkkartentyp. In Ihrer bekanntesten Form rekurriert sie auf das egozentrierte Kreismodell von Kahn/Antonucci (1980), (...). Ego ist dabei mittig plziert und die Interaktionspartner

werden je nach emotionaler Wichtigkeit innerhalb konzentrischer Kreise um Ego herum gesetzt.“ (Schönhuth 2013, S. 62)

Diese Form der egozentrierten Netzwerkanalyse ermöglichte die individuelle Befragung der PionierInnen, um herauszufinden welche StakeholderInnen sich im sozialen Netz ihrer Initiative bewegten und welche persönlich wichtig waren, wenn es um den Beitrag, die Unterstützung, den Nutzen ging.

Zusätzlich wurde die Netzwerkkarte (siehe Abbildung 3, eigene Darstellung) in einzelne Sektoren unterteilt, um eine Zuordnung der AkteurInnen zu den einzelnen Kapitalressourcen (nach Bourdieu) zu ermöglichen und darüber ein Abbild der spezifischen Art der Unterstützung, dem Nutzenbeitrag, zu erhalten.

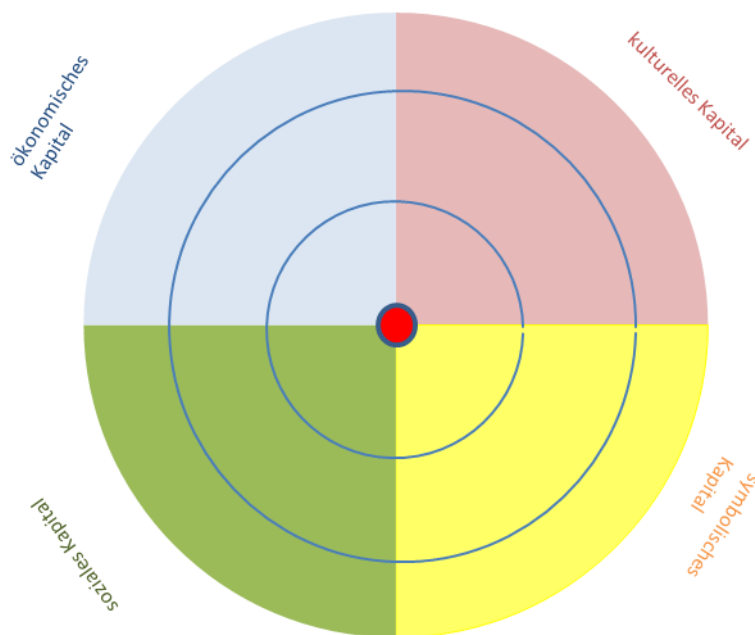


Abbildung 3: Netzwerkkarte mit Kapitalfelder

Ego (roter Kreis) bildete den Bezugspunkt im Netzwerk.

Die drei konzentrischen Kreise kennzeichneten die Wichtigkeit der Beziehung zu Personen oder Organisationen für den Erfolg des Unternehmens.





Innerer Kreis: +++ (sehr hoch)

Mittlerer Kreis: ++ (mittel)

Äußerer Kreis : + (gering)

Die farblich unterschiedlichen Sektoren auf der Karte kennzeichneten die Form des Nutzenbeitrages, der jeweiligen Kapitalressourcen nach Bourdieu, die zusätzlich als Hilfskarten und kognitive Stütze aufgelegt wurden (siehe Tabelle 2).

**Tabelle 2:** Beschreibung Kapitalressourcen

Kapitalressource	Beschreibung
 ökonomisch	Unterstützung durch ökonomischen Support: Finanzielle Unterstützung, materielle Dinge und Mittel, Geld, Zeit, Sponsoring, Sachspenden, Landbesitz
 kulturell	Unterstützung durch Bildung und Handlungswissen, Einbringen persönlicher Fähigkeiten und Fertigkeiten, kognitive Kompetenzen, Wissen aufgrund vorhandener Bildung, schulische, akademische Titel, Diplome, Zeugnisse oder durch übertragbares Kulturkapital: Kunst, Instrumente, Bücher, PC, Häuser
 sozial	Unterstützung durch Beziehungen, Zugang zu bestimmten Ressourcen aufgrund Zugehörigkeit zu einer Gruppe, „Vitamin B“, emotionale Unterstützung
 symbolisch	Unterstützung durch Prestige, Ruhm und Rang in der Gesellschaft, positiver Einfluss aufgrund Ansehens der Person in der Gemeinschaft, „Ehrenkapital“- Image, Status, Reputation hilft weiter.

Die Interviewten nannten die bedeutsamen AkteurInnen und die Unterstützung, die sie durch die Beziehung zum Zeitpunkt der Befragung erhielten.

AkteurInnen, die mehr als eine Form des Nutzenbeitrages leisteten, konnten wiederholt genannt und in mehrere Sektoren und unterschiedliche Kreise eingetragen werden.

Verbindungen der AkteurInnen untereinander, oder ihre Beziehung zueinander, sowie die Häufigkeit des Kontaktes waren nicht Gegenstand dieser Untersuchung. Die Erstellung der Netzwerkkarte von den einzelnen PionierInnen wurde dialogisch begleitet und hatte deshalb einen starken partizipativen Charakter.

„Eine besondere Qualität der visualisierenden Netzwerkanalyse ist, dass sie dem/der Interviewten hilft, sich selbst sein/ihr Netzwerk überhaupt vorstellen zu können. Anders als durch einen Fragebogen oder die durch Namensgeneratoren erzeugten Listen entsteht mit der Netzwerkkarte ein gemeinsames visuelles Gegenüber. Im Akt des qualitativen Netzwerkinterviews kommt es damit zu einem besonderen partizipativen Akt zwischen Interviewten und Interviewer/in. Die Interviewer werden zu Assistenten, welche die Interviewten bei der Erstellung des Netzwerks unterstützen. Im Unterschied zum schriftlichen Fragebogen und auch zum normalen qualitativen Interview entsteht etwas Neues aus gemeinsamer Tätigkeit, das im

nächsten Schritt wieder zum Ausgangspunkt reflexiver Akte werden kann.“ (Straus 2013, S. 53)

Die Netzwerkkarte, so wie sie strukturiert wurde, wurde einem Pretest unterzogen, um die Funktionalität des Instrumentes zu überprüfen, die Anwendung des Instrumentes auch als Interviewende zu hinterfragen und um Forschungspraxis zu gewinnen.

Die Ergebnisse des Pretests verdeutlichten, dass die Komplexität des Instrumentes besonders in der Anforderung, die AkteurInnen richtig zuzuordnen lag. Die vorhandene Multifunktionalität von Beziehungen musste auch in den späteren Interviews häufig reflektiert werden und führte in Einzelfällen zu einer Verunsicherung der Befragten. Als hilfreich wurden die Hilfskarten zu den Kapitalsorten und die Möglichkeit der Mehrfachnennung eingeschätzt. Ebenso wesentlich waren eine gute und genaue Einführung in die Handhabung des Instrumentes und eine assistierende Hilfe ohne das Relevanzsystem der Befragten zu beeinflussen. Der Zeitrahmen für die Interviews wurde dadurch deutlich nach oben korrigiert und mit einer durchschnittlichen Dauer von eineinhalb Stunden angesetzt.

#### 4.2.2 Zum Leitfadeninterview

Die begleitenden Fragestellungen zur Erhebung des Netzwerks und die Interviews mit den einzelnen AkteurInnen/StakeholderInnen wurden, aus den bereits genannten Gründen (Strukturierungshilfe, Datenqualität, Zielerreichung, Nachvollziehbarkeit) leitfadenunterstützt durchgeführt und mit einem digitalen Aufnahmegerät festgehalten.

Im Bewusstsein, dass bei der Befragung zum sozialen Netzwerk private und sensible Daten generiert werden könnten wurde im Vorfeld, unter Beachtung der ethischen Richtlinien, das Einverständnis dafür von den Befragten eingeholt.

„Solche Ethikkodices verlangen, dass Forschung unter der Voraussetzung einer auf Aufklärung basierenden Einwilligung (<<informed consent>>) durchgeführt wird, wobei die Teilnehmer einer Mitwirkung nach ausreichender Information seitens des Forschers zugestimmt haben. Sie schreiben weiterhin vor, dass die Forschung die Teilnehmer nicht schädigt, was einschließt, dass sie nicht ungerechtfertigterweise in deren Privatsphäre eindringt und dass die einbezogenen Personen nicht über die Forschungsziele getäuscht werden.“ (Flick 2007, S. 58)

Falls eine Einigung darüber nicht gefunden oder das Einverständnis dazu nicht gegeben werden sollte, dann wären die Aussagen handschriftlich festgehalten worden oder gegebenenfalls eine weitere Befragung nicht zielführend gewesen.

Auf die Befragung von Personen, die nicht zur Einwilligung fähig waren, wie das teilweise für Interviews mit der von den Initiativen betreuten Gruppe der KlientInnen angenommen werden konnte, wurde verzichtet .

Für die Erstellung eines möglichst offenen und flexiblen Leitfadens, der auf die Unterschiede der befragten Personen einging und den Fokus auf deren Motive und Annahmen setzte, wurde die SPSS-Methode nach Helfferich herangezogen. Hier wird ein Vorgehen in vier Schritten präferiert, nämlich dem Sammeln möglichst vieler Fragen, dem Prüfen der Fragen und der nachfolgenden Reduzierung nach Aspekten von Vorwissen und Offenheit, dem Sortieren der Fragen nach zeitlichen und inhaltlichen Aspekten und schlussendlich das Subsumieren von Einzelaspekten als einfache Erzählaufforderung (vgl. Helfferich 2005, S.161f, zitiert nach Lamnek 2010, S. 321f).

Wichtig waren vor allem die Anwendung des Leitfadens und die Handhabung in der konkreten Interviewsituation. Dabei galt es die sogenannte „Leitfadenbürokratie“ zu vermeiden, um eine möglichst „natürliche“ Gesprächssituation herzustellen und die nötige Offenheit zu bewahren (vgl. Hopf 1978, S.97).

C. Otto Scharmer verwendet in seinen Dialoginterviews mit StakeholderInnen eine neue soziale Technik, die er in seinem Buch „Theorie U“ beschreibt und als „Presencing“ – aus „presence“ (Anwesenheit) und „sensing“ (spüren) bezeichnet. Mit der Öffnung des Kopfdenkens, der Öffnung des Herzdenkens und der Öffnung des Willens soll das gesamte Potential der Aufmerksamkeit erschlossen und eine höhere Bewusstheit, Achtsamkeit und Offenheit im Gespräch erreicht werden. Im gesamten U-Prozess sollen tiefere und verborgene Schichten des Wissens zugänglich gemacht werden, um sie dann für Entwicklungs-, Veränderungs- und Innovationsprozesse in Firmen und Organisationen oder andere Prozesse zu nutzen (vgl. Scharmer 2009, 2011, S. 65ff). Er beschreibt Zuhören als wesentliche Grundvoraussetzung von Interviews und unterscheidet vier Grundtypen:

1. Zuhören im Downloading – Modus, wo sich die eigenen Denkgewohnheiten bestätigen.
2. Objektivfokussiertes oder faktenbezogenes Zuhören, das als der Grundmodus guter Wissenschaft gilt und wo die Aufmerksamkeit auf Fakten und auf neue und unerwartete Daten gerichtet ist.
3. Empathisches Zuhören erfordert die Fähigkeit sich in das Gegenüber hineinzuversetzen und die Welt aus der Sicht des anderen wahrzunehmen.
4. Schöpferisches Zuhören gilt als ein Zustand gesteigerter Aufmerksamkeit, die das Erschließen neuer Quellen ermöglicht und mit der „höchsten Zukunftsfähigkeit“ verbindet (vgl. Scharmer 2009, 2011, S. 39ff).

*„Zuhören und Dialog: Öffne dein Denken, dein Herz und deinen Willen, wenn du mit anderen kommunizierst. Wenn du dich mit anderen Leuten und Kontexten verbin-*

dest, aktiviere und öffne alle >>Kanäle<< des Hinhörens: Zuhören aus dem heraus, was du weißt (Zuhören 1), aus dem, was dich überrascht (Zuhören 2), aus einem Mitfühlen mit dem Befragten (Zuhören 3) und aus der tiefsten Quelle heraus (Zuhören 4).“ (Scharmer 2009, 2011, S. 402)

Scharmer empfiehlt, während des Interviews dauerhaft präsent zu sein und vor allem auch Momente der Stille im Gespräch auszuhalten und sie nicht voreilig zu unterbrechen, um das innere Wissen entstehen zu lassen (vgl. Scharmer 2009, 2011, S. 406ff).

In Bezug auf die Handhabung der Leitfäden bedeutete das, dass diese vorwiegend als Orientierung dienen sollten und die nachfolgende Datenauswertung (Analysephase eins und zwei) erleichterten (siehe Kapitel 5). Die Leitfäden wurden an die jeweiligen Fragestellungen in den zwei geplanten Erhebungsphasen angepasst, Erzählaufforderungen und Erkenntnisinteressen orientierten sich dabei an der Heterogenität der Initiativen und TeilnehmerInnen (siehe Tabellen 5, 6 und 7 im Anhang).

### 4.3 Datenanalyse

Das in der Übersicht (siehe Tabelle 3) erhobene Datenmaterial wurde mit entsprechenden Techniken organisiert und aufbereitet.

**Tabelle 3:** Übersicht Datenmaterial

Vorhandenes Datenmaterial nach Abschluss der Erhebung	Netzwerkkarte der einzelnen PionierInnen	Qualitative Netzwerkin-terviews	Leitfadeninter-views StakeholderInnen
Anzahl	12	12	5
Form	Schriftliche Dokumentation (Paper- und Pencil- Variante)	Audioaufnahme und Transkript	Audioaufnahme und Transkript
Datenmenge (hh: mm: ss)	-	18:33:55	03:49:31

#### 4.3.1 Allgemeine Bearbeitung und computerunterstützte Auswertung

Im Anschluss an die Audioaufzeichnung wurden die Interviews wörtlich transkribiert und unter Anwendung eines einfachen Transkriptionssystems, orientiert an

Dresing und Pehl (2013, S. 20ff) und mithilfe des Transkriptionsprogrammes F4 schriftlich erfasst. Es wurden Volltranskripte erstellt und zusätzlich ein synchrones Arbeiten des transkribierten Textes mit der Audioaufnahme gesichert.

Eine Anonymisierung der sensiblen Informationen, um Rückschlüsse auf Forschungsteilnehmende zu verhindern, war zwingend notwendig, da sich sowohl in den Netzwerkkarten als auch in den Transkripten sehr viele Daten fanden, wie beispielsweise Personennamen, Ortsnamen, kalendarische Daten oder andere beschreibende Details. Ebenso wurde in der Auswertung der Daten auf Perspektiven und Beschreibungen verzichtet, die eine mögliche Verbindung zu konkreten Personen herstellen könnten, beziehungsweise aus deren Kontext feldaffine LeserInnen Rückschlüsse auf die an der Erhebung beteiligten PionierInnen oder StakeholderInnen ziehen könnten. Insbesondere galt es dieses Prinzip auf die Beschreibung der Stichprobe (→siehe Kapitel 4.1.) anzuwenden. Von einer Aufnahme der Transkripte in den Anhang dieser Arbeit wurde aus eben diesen Vertraulichkeitsgründen Abstand genommen. Eine anonymisierte Zusammenstellung aller Rahmendaten zu den Interviews wurde dem Anhang beigelegt (→siehe Kapitel A.6).

Die anschließende inhaltsanalytische Auswertung der insgesamt 17 Interviewstudien wurde computerunterstützt mit F4 Analyse, einer qualitativen Auswertungssoftware, durchgeführt, um vorwiegend die strukturierende Textarbeit mit dem umfassenden Datenmaterial zu erleichtern.

#### 4.3.2 Wahl und Entwicklung der Methoden zur Datenanalyse

Für die inhaltsanalytische Auswertung der qualitativen Daten wurde daher eine Vorgangsweise gewählt, die sich auf eine kategorienbasierte Methode, mit vorrangig deskriptiver Zielsetzung stützte, wobei die Ergebnisse zusammengefasst aber auch vereinzelt in Zahlen berichtet werden sollten, um Informationen zu relativieren und die Darstellung zu erleichtern. Die Analyse der qualitativen Interviews erforderte in Bezug auf das vorliegende Datenmaterial in Form von Netzwerkkarten eine sinnvolle Ergänzung von methodischen Zugängen, da hier nicht ausschließlich mit sprachlich vermittelten Daten gearbeitet wurde, sondern relevante Daten auch in visualisierter Form zur Verfügung standen. Qualitative und quantitative Analyseschritte konnten so für mehrere Analysegänge genutzt werden.

Entsprechende Techniken und Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse fanden sich bei Philipp Mayring. Ihm zu Folge sind die Vorteile dieses Verfahrens:

„Die Stärke der Inhaltsanalyse ist, dass sie streng methodisch kontrolliert das Material schrittweise analysiert. Sie zerlegt ihr Material in Einheiten, die sie nacheinander bearbeitet. Im Zentrum steht dabei ein theoriegeleitet am Material entwickeltes Kategoriensystem; durch dieses Kategoriensystem werden diejenigen Aspekte festgelegt, die aus dem Material herausgefiltert werden sollen.“ (Mayring 2002, S. 114)

Bereits bei der Datenerhebung waren thematische Kategorien vorgegeben, die sich aus theoretischen Vorüberlegungen zum Aufbau von Leitfäden und Netzwerkkarte entwickelten oder bereits vorab beispielsweise aus den Hypothesen abgeleitet werden konnten. Eine erste Zuordnung des vorhandenen Datenmaterials fand also entlang dieser Hauptkategorien statt und wurde in weiteren Durchgängen ausdifferenziert und das Kategoriensystem partiell auch induktiv erweitert.

Zusätzlich wurde für die Auswertung (primär Forschungsfrage eins und zwei) ein laufender Abgleich der beiden Datenquellen durchgeführt und alle in den einzelnen Netzwerkkarten gelisteten AkteurInnen in einer Liste, in der sich bereits die Leitfäden zu den Interviews orientierten, einer sogenannten Nutzenmatrix für den jeweiligen Hof erfasst und zwar in der Reihenfolge der Nennung durch die PionierInnen während der Interviews (vgl. Tabelle 4, Seite 62). .

Dadurch wurden alle beteiligten AkteurInnen und Personengruppen noch einmal gezielt einzeln definiert und mit einem Stichwort zum Nutzenbeitrag sowie mit Kennzeichnung der Wichtigkeit den entsprechenden Kapitalfeldern zugeordnet und in eine bearbeitbare Form gebracht.

**Tabelle 4:** Nutzenanalyse Green Care Initiative. (Quelle: modifiziert übernommen aus Helmcke 2008, S.60 und Budde, Früchtel 2007, 1.5.)

Nutzenanalyse Green Care Initiative Soziale Landwirtschaft:							
			Art der Unterstützung, Nutzenbeitrag (Kapitalressourcenmatrix nach Bourdieu)				Nutzen für AkteurIn
			Kulturelles Kapital	Soziales Kapital	Symbolisches Kapital	Ökonomisches Kapital	
Netzwerk-KooperationspartnerIn, AkteurIn:	Funktion /Rolle: z.B. NachbarIn, KlientIn, BürgermeisterIn, MitarbeiterIn	Bereiche der Unterstützung, Beitrag AkteurIn : z.B. Geld, Informationen, Lobbying, Mitarbeit, Duldung	Unterstützung durch Mitarbeit, Einbringen von persönlichen Fähigkeiten, Fertigkeiten, Wissen aufgrund vorhandener Bildung 0,+,++,+++	Unterstützung durch Beziehungen, Connections, Vitamin B, Zugang zu bestimmten Ressourcen und/oder weiterführender Hilfe, Dienstleistungen, Informationen, Unterstützung durch emotionale Hilfestellung 0,+,++,+++	Unterstützung durch Reputation, Präsenz, aufgrund symbolischer Macht, Position in Gesellschaft, Status, Prestige z.B. positiver Einfluss aufgrund z.B. Lobbying 0,+,++,+++	Unterstützung durch ökonomischen Support, Finanzielle, Sachspenden, Sponsoring, Fördergelder 0,+,++,+++	Motivation (vermutet), Wieso wird unterstützt?
z.B. = zum Beispiel							

Systematisch wurden im Anschluss alle genannten NetzwerkpartnerInnen nach dem Rollenverständnis und ihrer vordergründigen Funktion im Netzwerk beleuchtet, um eine generelle Übersicht über die verschiedenen beteiligten AkteurInnen zu erreichen und eine Kategorienzuordnung zu einer StakeholderInnengruppe zu ermöglichen.

Dabei wurden parallel zu den Aussagen über die Rollenzuordnung der PionierInnen, vorwiegend im Zweifelsfall oder bei fehlender verbaler Beschreibung, zusätzlich noch Selbstverständnis von Aufgabe und Funktion der jeweiligen Organisationen, Verbände oder Gruppen recherchiert.

In mehreren Durchläufen durch das Material wurden nach diesem Verfahren die genannten NetzwerkpartnerInnen zu einzelnen AkteurInnengruppen zusammengefasst und gleichzeitig eine passende Kategorienbeschreibung zu den identifizierten StakeholderInnengruppen entwickelt.

Die Vielfalt der beteiligten Personen und Personengruppen ließ sich so auf insgesamt siebzehn StakeholderInnengruppen reduzieren.

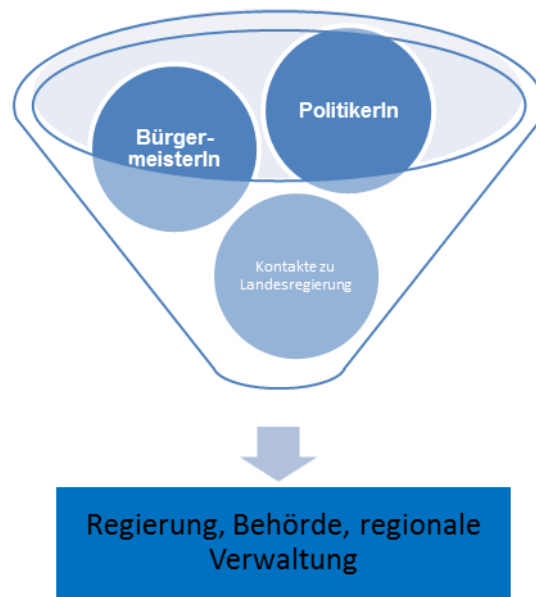


Abbildung 4: Verdichtung zu StakeholderInnengruppe

Eine weitere Unterteilung in interne und externe AkteurInnen erschien ebenfalls nützlich, um StakeholderInnen, die in einem besonderen Naheverhältnis zu den PionierInnen stehen und die Initiativen von innen her beeinflussen und jenen, die von außen auf die Arbeit einwirkten, zu unterscheiden.

Nachdem diese Verdichtung zu den einzelnen Gruppen inklusive deren Ausdifferenzierung abgeschlossen war, wurde in einem nächsten Schritt der Fokus auf die relevanten AkteurInnen im Netzwerk unter Berücksichtigung der von den PionierInnen vorgenommenen Zuteilung zu den einzelnen Kapitalsorten gelegt und gleichzeitig der Fokus auf die Beantwortung von Forschungsfrage drei erweitert.

Dabei wurden jeweils die Häufigkeit der Nennung und die Gewichtung der StakeholderInnen durch die PionierInnen innerhalb der einzelnen Kapitalbereiche als ordnungsstiftende Merkmale herangezogen. Je näher zur Mitte (Ego) die StakeholderInnen gereiht wurden desto höher auch deren Wertigkeit für die PionierInnen. Die einzelnen StakeholderInnen wurden mithilfe eines Farbschemas unterlegt, um die Zuordnung auch visuell zu erleichtern und die grafische Aufbereitung vorzubereiten.

Mit diesem Analyseschritt wurden die relevanten AkteurInnen für den jeweiligen Kapitalbereich identifiziert und sichtbar gemacht und sowohl deren Nutzenbeitrag, als auch Gewinn, beleuchtet. Es wurde jedes Kapitalfeld ausgewertet und abschließend zusammengeführt. Damit wurde Forschungsfrage eins beantwortet

und das Ausmaß der Analyse für Forschungsfragen zwei und drei festgelegt. Da das Interesse sich dort um den Nutzenbeitrag der relevanten AkteurInnen, den sogenannten KeystakeholderInnen drehte, konnten in der Gesamtauswertung und für die einzelnen Kapitalbereiche Stakeholdergruppen inkludiert und exkludiert werden.

Den dabei entwickelten Kategorien wurden dann in einem weiteren Codierungsprozess anhand der Beschreibung weitere Aussagen und Textstellen zugewiesen. Textstellen konnten themenbezogen mit Blick auf alle zu beantwortenden Forschungsfragen auch mehreren Kategorien zugeordnet werden.

Im Anschluss wurden daraus thematische Zusammenfassungen der gesammelten Originalaussagen erstellt, immer in Relevanz zur Fragestellung.

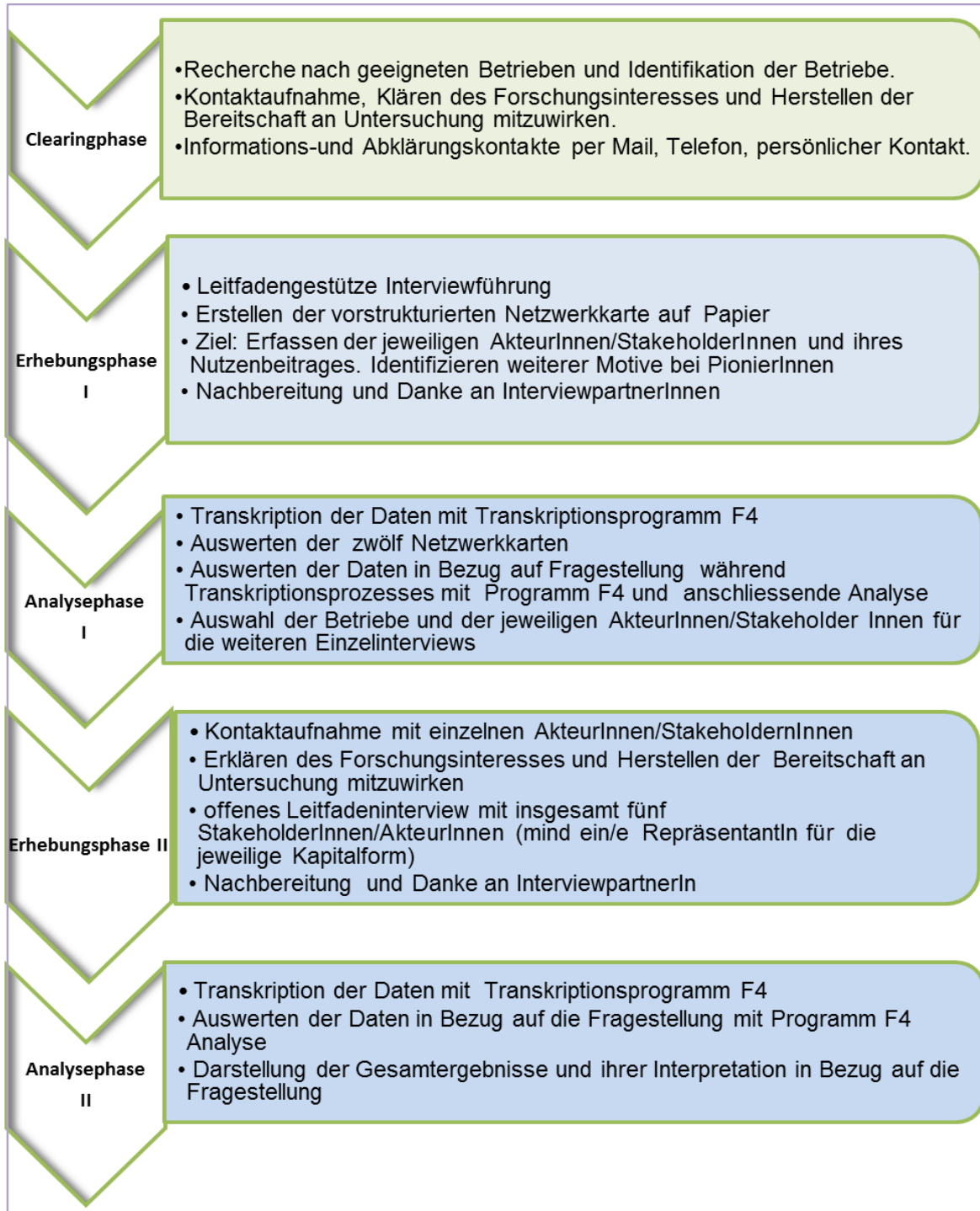
„Ziel der Analyse ist es, das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion ein überschaubares Korpus zu schaffen, das immer noch ein Abbild des Grundmaterials ist.“ (Mayring 2002, S.115)

Die systematische Verdichtung des Materials wurde mit einzelnen Ankerbeispielen während des Reduktionsvorgangs belegt, um die Analyseergebnisse zu verifizieren. Die Resultate und Ergebnisse wurden anschließend mit Hilfe grafischer und tabellarischer Darstellungen veranschaulicht und zur besseren Übersicht farblich illustriert.

#### 4.4 Übersicht Erhebungsphasen mit Datenanalyse

Nachfolgende Abbildung zeigt die verschiedenen Phasen der Erhebungs-, und Analyseprozesse.

**Abbildung 5: Erhebungsphasen**



## 5 ERGEBNISDARSTELLUNG

„Wir haben verlernt, die Augen auf etwas ruhen zu lassen. Deshalb erkennen wir so wenig.“ (Giono o.J., zitiert nach Drosdowski 1993, S. 591)

In diesem Sinne wurden in diesem Kapitel die Ergebnisse aus den Interviews deskriptiv zusammengefasst, mit Ankerbeispielen unterlegt und für das „ruhende Auge“ teilweise mit grafischer und farblicher Hilfe illustriert. Es wurde, um eine bessere Übersicht der Ergebnisse zu erreichen, ein allgemeiner Überblick zu den insgesamt erfassten relevanten AkteurInnen in den jeweiligen Kapitalfeldern vorangestellt. Dann wurden alle die Forschungsfragen betreffenden Erkenntnisse in sich geschlossen beantwortet. Das heißt, dass zuerst die relevanten AkteurInnen im Gesamtnetz identifiziert und beschrieben wurden und ihr jeweiliger Beitrag und Nutzen, nach einzelnen Kapitalfeldern aufgeschlüsselt, präsentiert wurden. Im Anschluss wurden die relevanten AkteurInnen in den einzelnen Kapitalfeldern analysiert und ihr Nutzenbeitrag wiederum in allen Kapitalfeldern dargestellt. Dort, wo eine vertiefende Analyse durch die Befragung von StakeholderInnen stattgefunden hatte, wurden die Sichtweisen um jene des persönlichen Nutzens von einzelnen AkteurInnen ergänzt. Die Antworten auf die Fragen nach dem wechselseitigen Nutzen wurden zum besseren Verständnis gesondert aufgeschlüsselt (siehe Kapitel 5.7). Die letzte Frage, inwiefern Green Care Initiativen auch als eine Quelle von Sinn für die Beteiligten dienen, wurde in einem eigenen Kapitel zum „Nutzen durch Sinnfindung“ (siehe Kapitel 5.8) beantwortet. Die Ergebnisdarstellung schließt mit dem Beitrag über die Sichtweise der PionierInnen zum Potential von Kooperation und Vernetzung und deren Reflexion zu den Erhebungsmethoden ab.

### 5.1 Überblick Verteilung der AkteurInnen in Kapitalfeldern

Insgesamt wurden 351 verschiedene AkteurInnen identifiziert. Dazu zählten sowohl die Nennung einzelner Personen als auch von Personenverbänden, darunter verschiedenste Gruppen von StakeholderInnen und NetzwerkpartnerInnen.

In den Netzwerkkarten wurden im Bereich des kulturellen Kapitals 155 unterschiedlichste AkteurInnen und Gruppen erfasst. Diesem Kapitalbereich wurden insgesamt die meisten Personen und Personengruppen zugeordnet.

Es folgten das Soziale Kapital mit 152 Nennungen, das Ökonomische Kapital mit 145 genannten AkteurInnen und mit Abstand das Symbolische Kapital mit 107 aktiven Beteiligten (vgl. Abbildung 6).

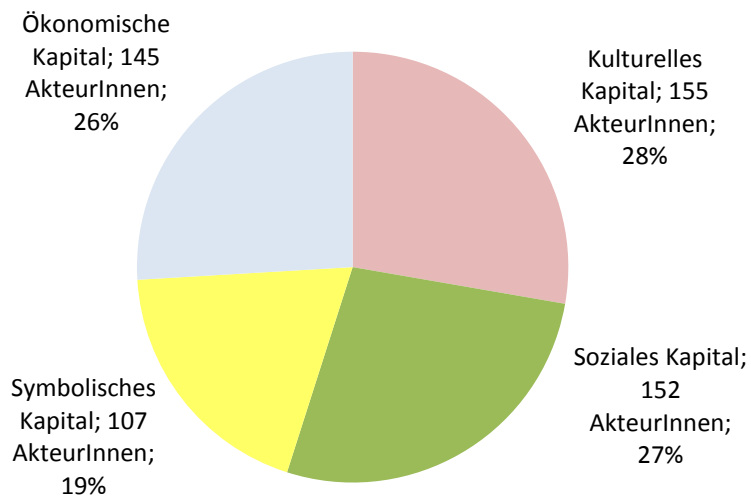


Abbildung 6: Verteilung in einzelnen Kapitalfeldern

Die AkteurInnen im sozialen Kapitalfeld wurden mit insgesamt 29% Anteil nach der Auswertung ihrer Wichtigkeit, als die bedeutsamsten AkteurInnen für ein gelingendes Arbeiten von den PionierInnen genannt. Hier gilt es anzumerken, dass sowohl die AkteurInnen im kulturellen Kapitalfeld mit 27%, als auch die Beteiligten im ökonomischen Kapitalfeld mit 26%, bis auf kleine prozentuale Unterschiede in der Gewichtung, als ähnlich bedeutsam eingeschätzt wurden. Bei 18% Wichtigkeit lagen die AkteurInnen des symbolischen Kapitalbereichs, indem, wie bereits erwähnt, gleichzeitig auch die zahlenmäßig geringsten Nennungen von AkteurInnen (107) gezählt wurden (vgl. Abbildung 7).

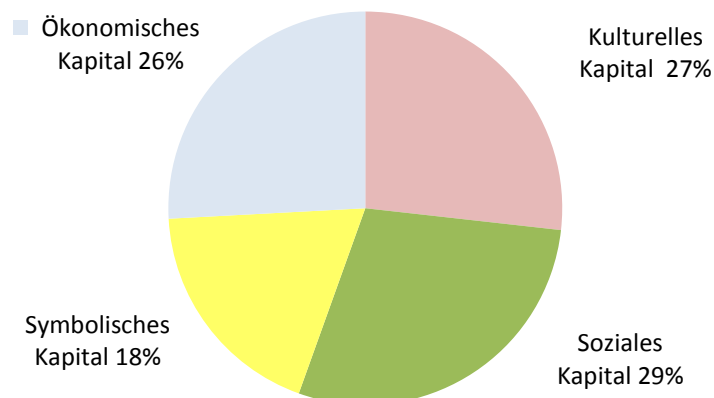


Abbildung 7: Gewichtung nach Kapitalfeldern

## 5.2 Über die relevanten AkteurInnen im Netzwerk

Den 351 verschiedenen AkteurInnen wurden siebzehn verschiedene Stakeholder-Innengruppen zugeordnet, die sich je nach Naheverhältnis zu den PionierInnen darin differenzierten, dass sie die Initiativen stärker von innen oder außen her beeinflussten (vgl. Abbildung 8).

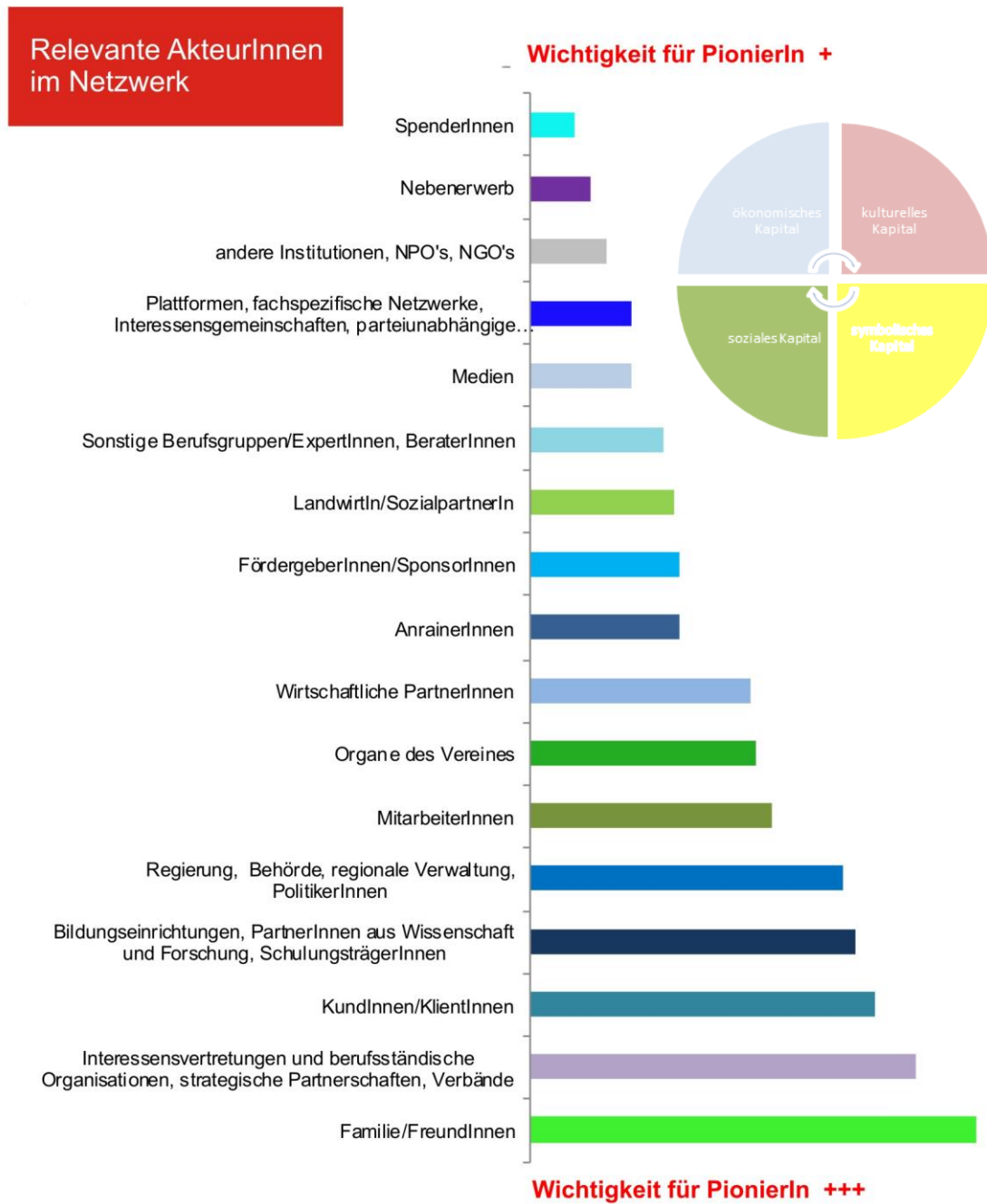


Abbildung 8: Übersicht relevante AkteurInnen im Netzwerk

### 5.2.1 Übersicht interne StakeholderInnen

AkteurInnen, deren Einfluss auf die Initiativen aufgrund ihrer Ansprüche und Erwartungen, ihrer Leistungen und Beiträge oder aufgrund des persönlichen Naheverhältnisses sich als wesentlich von innen her darstellten, konnten zu den vier folgenden internen StakeholderInnengruppen zusammengefasst werden (vgl. Abbildung 9). Als besonders wichtig im gesamten Netzwerk wurde von den PionierInnen der Einfluss auf ihre Initiativen von AkteurInnen aus dem Familien- und Freundeskreis bewertet. Diese stellten sich auch als einflussstärkste Gruppe im ökonomischen und sozialen Kapitalfeld dar. Wesentlich waren auch Beiträge von ehrenamtlichen und hauptamtlichen MitarbeiterInnen, die noch vor den PartnerInnen aus der Gruppe Organe des Vereins im Bereich des kulturellen Kapitalfeldes eingereiht wurden.

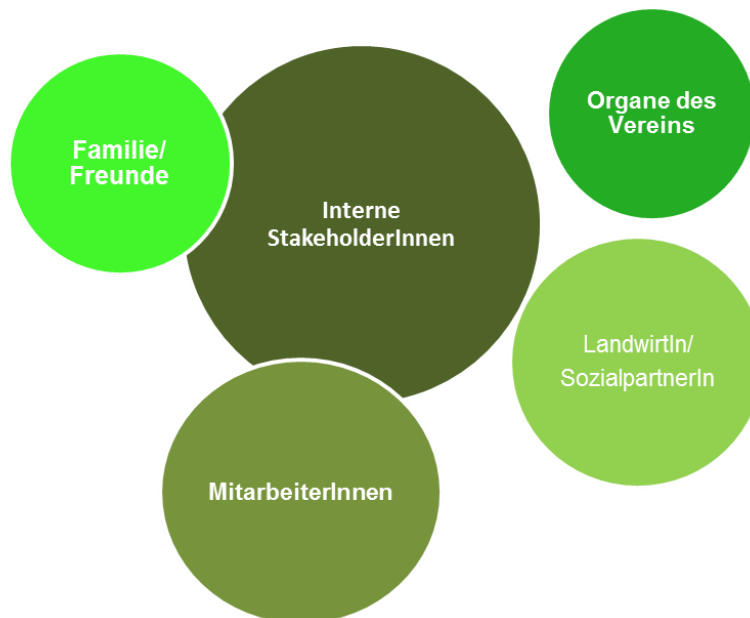


Abbildung 9: Übersicht interne StakeholderInnen

Familie/ FreundInnen: In diese Anspruchsgruppe fielen Personen aus dem natürlichen privaten Beziehungsumfeld. Neben Familie und Freundeskreis wurden besonders vertraute KollegInnen und MentorInnen genannt.

MitarbeiterInnen: Hier galt es hauptamtliche und ehrenamtliche MitarbeiterInnen zu unterscheiden. Zu den hauptamtlichen MitarbeiterInnen wurden AkteurInnen gezählt, die für ihre Leistungen ein Entgelt erhielten und dafür bestimmte Qualifikationen einbrachten. Ehrenamtliche MitarbeiterInnen hingegen verrichteten unterschiedlichste unbezahlte Leistungen und brachten sich freiwillig mit Zeit und Fähigkeiten in den Initiativen ein (exclusive jener AkteurInnen, die in der Kategorie Organe des Vereins gelistet wurden)

Organe des Vereins: Darunter fielen bei einigen, die diese Rechtsform gewählt hatten, Mitglieder und Vorstand, insbesondere Gründungsmitglieder und TrägerInnenverein.

LandwirtIn/SozialpartnerIn: Abhängig vom Kooperationsmodell, vorwiegend bei landwirtschaftlicher oder pädagogischer Nebentätigkeit, spielten die AkteurInnen eine wesentliche Rolle.

### 5.2.2 Übersicht externe StakeholderInnen

Die Analyse der wesentlichen StakeholderInnenbeziehungen zu externen PartnerInnen (vgl. Abbildung 10, Seite 71) und ihrem jeweiligen Nutzenbeitrag (vgl. Abbildung 11, Seite 73) machte einen deutlichen Einfluss von AkteurInnen aus dem Bereich Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften und Verbände sichtbar.

Bezogen auf das gesamte Netzwerk stellten sich diese Verbindungen als die wichtigsten aus dieser Gruppe dar. Ebenso sehr bedeutsam waren ihr kultureller Beitrag und das eingebrachte soziale Kapital.

In der Gesamteinschätzung von den PionierInnen spielte auch die Gruppe der KundInnen und KlientInnen eine wichtige Rolle, deren symbolischer Kapitalwert noch vor bedeutsamen Leistungen im sozialen und ökonomischen Kapitalfeld lag.

Einen besonders wichtigen symbolischen Nutzen für die PionierInnen stellten StakeholderInnen aus der Gruppe Regierung, Behörde, regionale Verwaltung und PolitikerInnen dar, wichtig waren hier auch die Medien.

Wie zu erwarten war der Beitrag von Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung und von SchulungsträgerInnen im kulturellen Kapitalfeld als besonders wichtig eingeschätzt, durchaus relevant aber war auch ihre Präsenz im symbolischen und sozialen Kapitalfeld.

Wirtschaftliche PartnerInnen und AkteurInnen aus der Gruppe FördergeberInnen/SponsorInnen leisteten ihren wichtigen Beitrag für die PionierInnen vor allem im ökonomischen Kapitalfeld.



Abbildung 10: Übersicht externe StakeholderInnen

KundInnen/KlientInnen: Dazu zählten alle Zielgruppen oder AdressatInnen der Dienstleistung oder von Produkten, insbesondere KlientInnen, die wesentlich von den Aktivitäten der Initiativen profitierten, indirekt auch Angehörige.

Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften, Verbände: Darunter wurden eingeordnet - Wirtschaftskammer, Bauernkammer, Arbeiterkammer, Landwirtschaftskammer und verschiedene Abteilungen, wie Green Care Österreich, Dachverbände, Bio-Verbände (Demeter), Bio-Netzwerke (BIO Austria), Agrarmarkt Austria, EU geförderte Initiativen - LEADER Regionalmanagement, Gemeindeinitiativen, lokale Aktionsgruppen, trilaterale kommunale Verbände, wie EUREGIO.

Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen: Hier wurden politische AkteurInnen, AnsprechpartnerInnen der Regierung, von Behörden und in der Verwaltung, regional, sowie auf Landes- und Bundesebene genannt, insbesondere BürgermeisterInnen, Bezirkshauptmann/-frau, politische RepräsentantInnen.

Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung, SchulungsträgerInnen: Dazu zählten: SchülerInnen, StudentInnen, LehrerInnen, Auszubildende und PraktikantInnen verschiedener Bildungseinrichtungen, wissenschaftliche MitarbeiterInnen, Schulen, Universitäten, außeruniversitäre Bildungs-

einrichtungen, Fach- und pädagogische Hochschulen, Akademien, insbesondere Ausbildungseinrichtungen für Gesundheitsberufe, Sozialberufe, pädagogische Berufe, Ausbildungsunternehmen, Erwachsenenbildungseinrichtungen, einzelne Personen und dazugehörige Netzwerke, AbsolventInnenvereine, z.B. HBLFA Schönbrunn, Höhere Bundeslehr- und/ oder Forschungsanstalten, Ländliches Fortbildungsinstitut LFI, Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, Universität für Bodenkultur, Veterinärmedizinische Universität, Institut für Kultur- und Sozialanthropologie, FIBL - Forschungsinstitut für biologischen Landbau, ÖKL - Österreichisches Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung insbesondere Projekt Tiergestützte Pädagogik, Therapie, Soziale Arbeit am Bauernhof, Niederösterreichische Landesakademie, Schwesternschulen, Soziokratiezentren, Waldorfpädagogik.

Wirtschaftliche PartnerInnen: Wirtschaftsnahe Unternehmen und Berufsgruppen, gewerbliche und kaufmännische PartnerInnen, Dienstleistungsunternehmen und LieferantInnen wurden in diese Gruppe geordnet, beispielsweise verschiedene Gewerke, Geldinstitute, Maschinenring, SteuerberaterInnen.

FördergeberInnen/SponsorInnen: Die AkteurInnen in diesem Feld brachten verschiedene Finanz-, Sach- und Dienstleistungen ein. Es handelte sich dabei um verschiedene FörderpartnerInnen aus dem sozialen und landwirtschaftlichen Bereich, private Personen und Unternehmen. An ihre Leistungen waren bestimmte Erwartungen geknüpft. Darunter fielen PartnerInnen der öffentlichen Hand, wie Dienstleistungsunternehmen öffentlichen Rechts, staatsnahe SubventionsgeberInnen, öffentliche GelgeberInnen, beispielsweise Sozialministeriumservice, Arbeitsmarktservice, Bund, Länder, Gemeinden.

Medien: Die PionierInnen benannten eine Vielzahl an unterschiedlichen Kontakten zu JournalistInnen und Redaktionen, insbesondere zu regionalen Printmedien und Fernsehmagazinen, beispielsweise Zeitungen und Fachzeitschriften, Magazinen, Regionalzeitungen, Firmenzeitungen, Österreichischer Rundfunk und Fernsehen, regionalen Fernseh- und Radiomagazinen.

Plattformen, fachspezifische Netzwerke, Interessensgemeinschaften, parteiunabhängige Vereinigungen, Freiwilligenorganisationen: Darunter gelistet wurden beispielsweise SozialarbeiterInnennetzwerke, Netzwerke im arbeitsmarktpolitischen Bereich, Mitgliedschaften in Kinder- und Jugendhilfsnetzen, die Teilnahme an verschiedenen themenorientierten Arbeitskreisen, aber auch Konsumentenvereinigungen, Werbegemeinschaften, alternative Wirtschaftsnetzwerke oder Mitgliedschaften bei Freiwilligenorganisationen wie z.B. WWOOF- World Wide Opportunities on Organic Farms, Verbindungen zu Musik, Kunst und Schauspiel.

Sonstige Berufsgruppen/ExpertInnen, BeraterInnen: Diese Gruppe umfasste AkteurInnen aus den Bereichen Therapie, Beratung, Medizin "für Menschen und Tiere". Dazu zählten Personen, die im therapeutischen, beratenden, pädagogischen, psychosozialen oder medizinischen Feld tätig waren, beispielsweise PsychotherapeutInnen, LebensberaterInnen, ÄrztInnen, TierärztInnen, SupervisorInnen.

AnrainerInnen: Hier fanden sich AkteurInnen aus informellen und formellen kleineren oder größeren Netzwerken, wie Nachbarschaftsnetzen, Vereine aus dörflichem Umfeld, VertreterInnen ansässiger Religionsgemeinschaften, Umlandgemeinden, GemeindegliederInnen.

SpenderInnen: Die AkteurInnen aus dieser StakeholderInnengruppe stellten freiwillig Geld, Güter und Dienstleistungen bereit und erwarteten dafür keine Gegenleistung, darunter Stiftungen, Privat- und UnternehmensspenderInnen.

Andere Institutionen, NPO's, NGO's: In diese Gruppe fielen andere soziale Einrichtungen, Nonprofit-, Non-Governmental Organisationen, also nicht gewinnorientierte Organisationen, zivilgesellschaftliche auf Gemeinnützigkeit basierende Organisationen und Vereine, die Schnittstellen zu den Zielgruppen hatten.

Nebenerwerb: Explizit genannt wurden von den PionierInnen auch diverse DienstgeberInnen, die den Initiativen ein zusätzliches Einkommen sicherten.

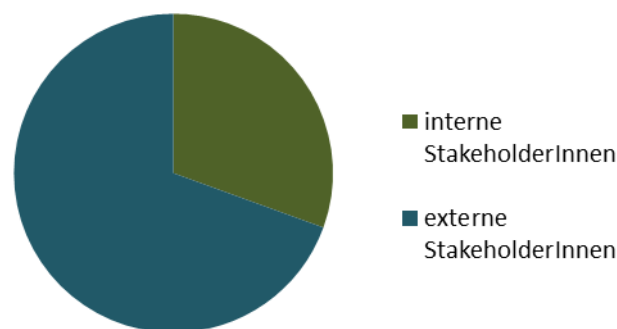


Abbildung 11: Verteilung interne und externe StakeholderInnen im Netzwerk

### 5.2.3 Nutzenbeitrag Familie/FreundInnen

„BB: Na ja, natürlich ist bei uns die Familie total wichtig, weil ja sonst würde das ja jetzt nicht so laufen, wie es läuft.“ (Transkript B-Hof\_1 2014.09.24\_10.49\_01, Absatz 28)

Der Einfluss vom Familiensystem oder einzelner seiner Mitglieder auf Visionen und deren Umsetzung wurde von den meisten PionierInnen als enorm wichtig für den Erfolg der eigenen Arbeit beschrieben. Familie zählte zum inneren Unterstüt-

zerInnenkreis, ohne die ein Projekt im überwiegenden Fall auch gar nicht machbar wäre. Der Beitrag der Familie (vgl. Abbildung 12, Seite 75) wurde in Bezug auf die Entwicklung der Initiativen zu unterschiedlichen Zeiten als unterschiedlich bedeutsam eingeschätzt, besonders in den Anfängen mussten Familienmitglieder, je nach Kooperationsmodell, unterschiedlich stark eingebunden werden. Familie war oft mit Grund, warum sich alles so entwickelt hatte, warum der Hof da war und welche Entwicklungen der Hof nahm. Als besonders hervorgehoben wurden die Bedeutung von Familie als stabile Basis in Zeiten der Veränderung und damit verbunden Aspekte von Sicherheit und Vertrauen. Auffallend oft wurde in diesem Zusammenhang die tragende Unterstützung von LebenspartnerInnen betont. Einzelne Familienmitglieder boten eine Fülle an flexibel und schnell abrufbaren Unterstützungsleistungen, auf die jederzeit und vor allem auch in schwierigen Situationen zurückgegriffen werden konnte. Bei zwei Höfen lag der Nutzenbeitrag von Familie in allen vier Kapitalfeldern. In der Gesamtauswertung der relevanten AkteurInnen im Netzwerk wurde Familie an vorderste Stelle gereiht, genauso bei der Bewertung von Ökonomischem und Sozialem Kapital. Im kulturellen Kapitalfeld lag sie an dritter Stelle und im symbolischen Kapitalfeld in den mittleren Reihen.

Der Freundeskreis wurde oft gemeinsam mit Familie als wichtig für ein gelingendes Arbeiten beschrieben, auch weil harmonische Beziehungen generell die Arbeit positiv beeinflussen. Freundschaftskontakte, die angesprochen wurden reichen von der jahrelangen Bekanntschaft bis hin zu neueren beruflichen oder geschäftlichen Kontakten, wo neben einer aktiven Geschäftsbeziehung auch eine freundschaftliche Ebene gefunden wurde. Generell wurden FreundInnen als hilfreiche NetzwerkpartnerInnen beschrieben, die man in neue Aufgaben mitnehmen kann. Diese Kontakte wurden als schnell und unbürokratisch mobilisierbar hervorgehoben. Sie gezielt zu nutzen half einigen PionierInnen besonders in arbeitsintensiven Zeiten und durch arbeitsintensive Projektphasen. Ein großes Potential sahen einige PionierInnen auch im dahinterliegenden Netzwerk, das darüber aktiviert werden konnte. Neben vielfältigen emotionalen Ressourcen bringen FreundInnen ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten mit ein und schenken Zeit.

„BA: Dann kulturelles Kapital unterstützt mich auch noch meine beste Freundin, die [Name anonymisiert], die ist Juristin. (...) und im sozialen Kapital - emotionale Unterstützung; das ist eine Persönlichkeit mit der ich jeden Tag telefoniere, die mich aufbaut, aber auch Sorgen begleitet, also die einfach täglich an meiner Seite ist. Mein erster Anruf in der Früh ist mein Mann, mein zweiter die [Name anonymisiert]. Das ist seit neun Jahren so (lacht) und man tauscht halt alles so aus, und sie erinnert mich immer wieder daran: „Was hast du schon alles geschafft?“ und „Sei stolz auf dich!“ und „Schau dich um!“ Also emotionale Unterstützung im Reinsten.“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 108)

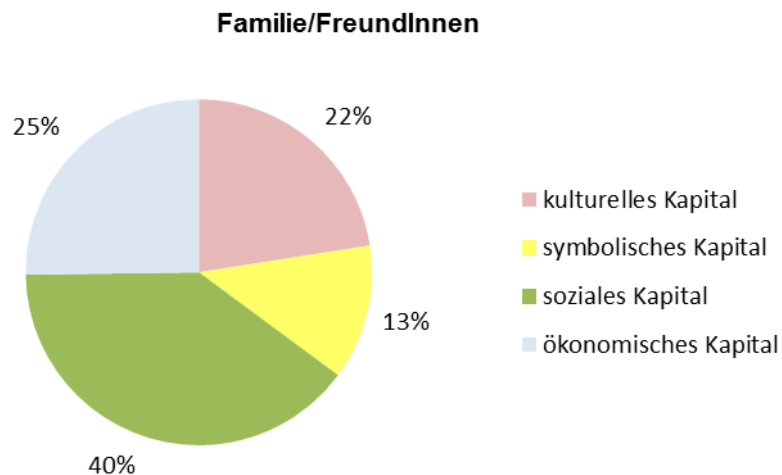


Abbildung 12: Kapitalvolumen Familie-, Freundeskreis

### 5.2.3.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

**Kulturelles Kapital:** Familienmitglieder brachten Wissen, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in die gemeinsame Arbeit mit ein, halfen die Visionen und Ideen auch praktisch umzusetzen. Sie ergänzten das eigene Fachwissen und ihre Kompetenzen konnten mit einem großen Vertrauen auch in Bezug auf deren Werthaltung genutzt werden. Familie wurde auch als Filter für Ideen bezeichnet.

FreundInnen unterstützten mit Knowhow und fachlicher Expertise, aber auch mit handwerklichen Fertigkeiten, halfen bei verschiedensten unternehmerischen Fragestellungen oder in der konkreten Arbeitspraxis.

**Symbolisches Kapital:** Als hilfreich wurde familiäres Ansehen in Bezug auf die regionale Verankerung von Initiativen beschrieben. Hier verhalf gesellschaftliche Anerkennung von Familienmitgliedern auch zu einem Vertrauensvorschuss, wo Ängste, zum Beispiel in der Gründungsphase, leichter abgebaut werden konnten. Langjährige PionierInnen im Feld beschrieben die erarbeitete Reputation von einzelnen Familienmitgliedern als positiv beeinflussend und als guter „Türöffner“, der die Arbeit erleichtern konnte, weil ein Interesse an Kooperation auch von außen herangetragen wurde.

Aufgrund der Anerkennung, die FreundInnen in ihrem eigenen Umfeld hatten, ließen sich auch Ressourcen für die Initiativen der PionierInnen aktivieren.

**Soziales Kapital:** Familie half wo sie gebraucht wurde und trug mit ihrem Wohlwollen und Einverständnis wesentlich zum emotionalen Rückhalt von PionierInnen bei. Das Mittragen der Vision, das zur Seite stehen in Zeiten erhöhter Belastung, die Anerkennung der Leistung und ein offenes Ohr wurden hier als wichtige Motive von den PionierInnen genannt. Über einzelne Familienmitglieder konnte der Zu-

gang zu anderen Gruppen erleichtert werden, da sie auch als VermittlerInnen von Anliegen fungieren oder Kontakte und nützliche Zugänge zum Umfeld erschlossen.

FreundInnen trugen die eigene Arbeit in ihren jeweiligen Netzwerken weiter und schafften so Verbindungen zu wichtigen Ressourcen. Sie boten Rückhalt und ermöglichten emotionalen Ausgleich indem sie auch in sorgenvolle Zeiten begleiteten. Sie boten aus Sicht der PionierInnen Gespräche und Möglichkeiten, die einen Abstand zum beruflichen Dasein erlaubten und das Gefühl verstanden zu werden ohne viel zu reden.

Ökonomisches Kapital: Familie half oft unbürokratisch mit und investierte sehr viel Zeit und leistete vielfach unentgeltliche Arbeit. Gerade in der Gründungszeit wurde der ökonomische Support durch die Familie als sehr wertvoll hervorgehoben, zum Beispiel durch das Einbringen des eigenen Hofes und damit verbundenen Landbesitzes als Grundlage für die Arbeit. Familie unterstützte aber auch in verschiedenen Situationen mit materiellen Hilfen, wie Geld oder mit dem Kauf von Produkten.

Der Faktor Zeit, den FreundInnen zur Verfügung stellten, wurde von den PionierInnen des Öfteren als wichtige Ressource im ökonomischen Kapitalfeld angesprochen. Es wurden auch die Einsparungen gesehen, die durch das Einbringen von Fähigkeiten und Fertigkeiten, zum Beispiel von unentgeltlicher fachlicher Expertise oder handwerklicher Tatkraft gemacht wurden. Einzelne PionierInnen sprachen auch den wechselseitigen Profit der freundschaftlichen Geschäftsbeziehung an.

### 5.2.3.2 Nutzen für Akteurln aus Sicht PionierInnen

Nutzen für Familie: Insgesamt wurden nur wenige Motive von den PionierInnen explizit genannt, die erklären, warum einzelne Familienmitglieder diesen Beitrag leisteten. Für LebenspartnerInnen oder die Familie der PionierInnen stellten die Initiativen oft auch eine wirtschaftliche Existenzgrundlage dar. Der Hof konnte werterhaltend weitergeführt werden, berufliche Interessen und der eigene Arbeitsplatz wurden geschaffen oder blieben erhalten. Neben beruflichen Interessen spielte aber auch das Mittragen der Vision eine wichtige Rolle, nicht zuletzt, weil einzelne Initiativen aus einer persönlichen und familiären Betroffenheit heraus initiiert wurden, oder sich eigene Motive in deren Zielen widerspiegelten.

„BL: Ja weil sie sehen, dass es mir gut geht und dass ich glücklich bin mit dem was ich tue, weil das meines ist!“ (Transkript L Hof 2014.12.09\_15.42\_01, Absatz 116)

Nutzen für Freundeskreis: Explizit von den PionierInnen angesprochen wurde der wechselseitige Nutzen in Freundschaftsbeziehungen, die auch eine geschäftliche Komponente aufwiesen. Die Art und Weise, in der PionierInnen über Freundschaftsdienste in ihren Initiativen berichteten, lässt überwiegend darauf schließen, dass diese auch mit Wertschätzung und Anerkennung verbunden waren und von den PionierInnen auch gerne angenommen und sehr geschätzt wurden.

„BA: Der Dorfwirt, der hat seit eineinhalb Jahren geöffnet, (...) und die sind mittlerweile zu ganz guten Freunden geworden und zu denen gehe ich auch mit meinen, ob das jetzt ein Seminar ist, ein Workshop oder Kindergruppen, dort essen wir immer; das heißt wir profitieren voneinander. Ich komme mit meinen ganzen Gruppen hin, und er lässt mich aber auch aushängen oder schickt Leute zu uns. Das heißt, wir profitieren von einander!“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 118)

#### 5.2.4 Nutzenbeitrag Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften, Verbände

AkteurInnen, die sich innerhalb dieser StakeholderInnengruppe bewegten, wurden in der Gesamtbewertung ihrer Wichtigkeit von den PionierInnen direkt nach Familie und FreundInnen gereiht. Sie wurden im kulturellen Kapitalfeld als wichtigste Ressource für die Vermittlung von Wissen und Informationen für die eigene Arbeit identifiziert.

„BC: Wissen, ja die haben das, weil ich kann das nicht! (...) Also ich hole mir da wahnsinnig viele Hinweise aus der Landwirtschaftskammer, da bin ich sehr viel drüben.“ (Transkript C- Hof 2014.10.20\_14.51\_01, Absatz 86)

Im sozialen Kapitalfeld lag ihr größtes Potential in der Aktivierung hilfreicher Kontakte und der Vernetzung unterschiedlichster Interessensgruppen (vgl. Abbildung 13, Seite 79). Besonders in den Anfängen der Initiativen wurde ein erhöhter Informationsbedarf benannt, insbesondere in Bezug auf Wissen um Genehmigungen und Auflagen oder den Zugang zu bestimmten Förderungen, um den Betrieb als Soziale Landwirtschaft zu etablieren.

„BE :Ja die Bauernkammer könnten wir da, weil die löchern wir mitunter schon, also und so der Biokontrolleur, die Biokontrollstelle, weil die hat uns jetzt einen Kontakt aufgemacht zu österreichischen Biohaselnüssen, wo wir jetzt nicht, also wir haben jetzt nicht gegoogelt und recherchiert. Es ist unmöglich österreichische Sachen zum Auftreiben, und er hat uns, einen kleinen Betrieb hat er uns in Oberösterreich verraten, wo wir jetzt wahrscheinlich Biohaselnüsse herbekommen. Ja, das gehört schon dazu für den E-Hof ist das schon wichtig! Da schreiben wir her die Bauernkammer und die Biokontrollstelle.“ (Transkript E-Hof 2014.11.03\_12.07\_01, Absatz 302)

Neben Wirtschaftskammer und Arbeiterkammer wurden häufig die Kooperationsvorteile mit verschiedensten Fachabteilungen der Landwirtschaftskammer, insbesondere mit der Koordinationstelle Green Care betont. Besonders einige junge PionierInnen benannten die in vielerlei Hinsicht gute Unterstützung der sozialen Innovation.

„BC: Dann Green Care, [Name anonymisiert], schreibe ich da dazu, weil (...), dadurch wurde meine Projektbeschreibung von der Beschreibung einer Vision zu einem wirklichen Projekt, zu einem Green Care Projekt!“ (Transkript C- Hof 2014.10.20\_14.51\_01, Absatz 94)

Erfahrene PionierInnen sahen sich größtenteils eher als VorreiterInnen im Green Care Bereich und schätzten die Möglichkeit, an der Entwicklung von Green Care beteiligt zu werden, beziehungsweise profitierten von der Bewerbung als Vorzeigebetrieb.

Vereinzelt wurde ein mangelndes Vertrauen in Bezug auf die dynamische Entwicklung von Green Care in der Landwirtschaft angemerkt und ein Zweifel an einer ausgewogenen Interessensvertretung im Sinne eines Nutzens für die Soziale Landwirtschaft geäußert.

„BH: Also zu mindestens bei uns ist das sehr sporadisch, das ist leider so, man merkt jetzt gerade jetzt ist keine Förderperiode, also kein Geld flüssig, sagen wir einmal so und die Menschen stehen, niemand tut etwas, es ist echt traurig, ganz wenige, jeder sagt: „Warten wir einmal, was kommt, weil dann sehe ich in welche Richtung, dass ich mich weiterentwickle!“ Ich meine, das ist der falsche Zugang für uns ja. Ich denke mir da, mit dem kann ich nichts anfangen, aber es ist leider so, statt dass sie sich zum Beispiel beim Strategieentwicklungsprozess oder irgendwo einbringen, dass es in die Richtung geht, in die man selber gerne sich weiterentwickeln möchte, ja, weil entschieden wird das nicht da, das wird in Brüssel entschieden und wenn das in Brüssel nicht ankommt, was wir wollen, dann werden die halt das entscheiden, was unsere konventionellen Schweinezüchter ausverhandeln, die die Viecher dreistöckig in ihre tollen Wohnungen (...), ich denke mir, da ist die gesellschaftliche Reife noch nicht da, also, wo es eigentlich hingehen sollte, eben auch mit Green Care, was man jetzt bei uns in Bundesland nicht wirklich spürt, man wird halt wieder eingeladen, dass man dort und da hingehet, und es gibt wieder irgendwelche Tagungen, es wird informiert, das schon, das kann man jetzt nicht sagen, dass es da keine Information gibt, aber ich denke mir, es ist nicht so ausgereift, dass das jetzt wirklich auch, dass sich Menschen auf das einlassen wollen, also das ist noch zu unsicher, eben. „Wie verdiene ich damit mein Geld?“, ist immer so die erste Frage oder die zweite „Was bringt es mir finanziell?“ Und das ist einfach für mich der falsche Zugang.“ (Transkript H-Hof 2014.11.17\_15.31\_01, Absatz 252)

Ein großes Potential für neue regionale Ideen und dem Austausch von guter Praxis mit deutlichem wirtschaftlichem Nutzen wurden in den LEADER-Projekten gesehen. Im Bereich der Dachverbände waren neben der Unterstützung durch Information vor allem der Austausch und die Vernetzung der Mitglieder untereinander wesentlich. Der Nutzen von Bioverbänden wurde von einzelnen PionierInnen, vor allem im Bereich der Vermarktungsmöglichkeiten erwähnt. Einzelne Meinungen sahen in der Übernahme von Funktionen und einer aktiven Beteiligung an Kooperationen eine Chance zur Mitgestaltung und Bestimmung, sowie die Möglichkeit über aktuelle Entwicklungen Bescheid zu wissen.

„BA: Man wird eingeladen und man kann sich da austauschen und da sind Experten und die helfen einem da weiter. Das finde ich ganz wichtig, dass es das gibt, weil die Zeit oft nicht reicht und wenn man da überall arbeitet wird man aber trotzdem immer wieder angeschrieben und immer wieder erinnert: Hallo, wir haben das und das und das und passt nicht gerade etwas, was du brauchst?“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 97)

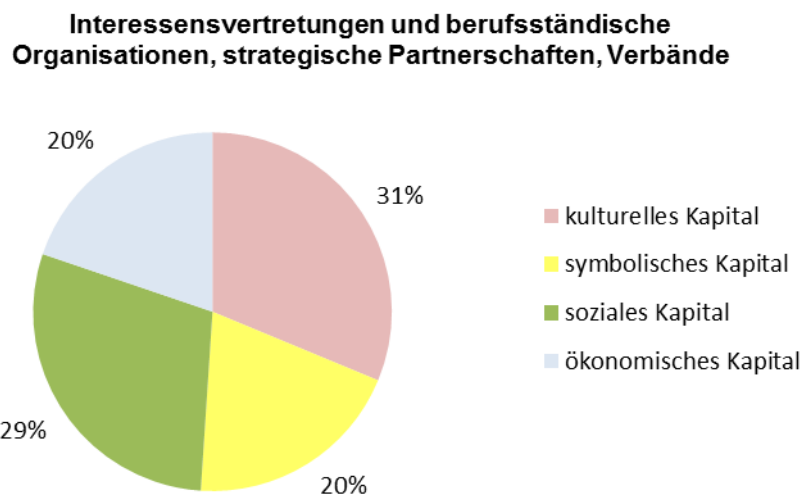


Abbildung 13: Kapitalvolumen Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften, Verbände

#### 5.2.4.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

**Kulturelles Kapital:** An den Beratungsleistungen wurden das ExpertInnenwissen und der zeitnahe und einfache Zugang sehr geschätzt. Informationsleistungen wurden auch an die PionierInnen herangetragen und mussten nicht immer aktiv nachgefragt werden. Einige PionierInnen erwähnten die Möglichkeit Zugang zu Wissen zu erhalten, der ihnen in anderen Zusammenhängen nicht möglich wäre. Auch KlientInnen und KundInnen profitierten direkt oder indirekt von dem eingebrachten Fachwissen. Die Initiativen konnten dadurch unter anderem ihre Produktentwicklung verbessern, Zugang zu Förderungen erreichen, betriebswirt-

schaftliche, sozialrechtliche, landwirtschaftliche und arbeitsrechtliche Fragestellungen klären.

Symbolisches Kapital: Als Vorzeigebetrieb und Best Practice dargestellt zu werden stärkte das Image und den Bekanntheitsgrad. Auszeichnungen, zur Verfügung gestellte Logos und Gütesiegel waren hilfreich, um bestimmte Interessens- und Anspruchsgruppen zu erreichen und KundInnen zu überzeugen. StakeholderInnen stellten eigene Werbepattformen und Werbeflächen zur Verfügung. Unterstützerschreiben halfen einzelnen PionierInnen ihre Ansprüche durchzusetzen und Vertrauen aufzubauen. Das Lobbying für die Initiativen und für landwirtschaftliche und soziale Themen wurde von einigen PionierInnen als bedeutsam hervorgehoben. Durch die Übernahme einer MultiplikatorInnenfunktion wurde die Arbeit der Initiativen in andere Kontexte weitergetragen.

Soziales Kapital: Bei der Vermittlung von hilfreichen Kontakten und FürsprecherInnen wurde die Green Care Koordinationsstelle, insbesondere die Vernetzungskraft der Projektleiterin, von einigen der jungen PionierInnen herausgestrichen. Das Engagement umfasste aber auch einen persönlichen Rückhalt durch das aktive Angebot von Hilfe und Unterstützung. Die Drehscheibenfunktion der StakeholderInnengruppe und das Potential Interessen zu vernetzen und Beziehungen zwischen Interessensgruppen zu fördern oder zu anderen aufzubauen wurde von den PionierInnen genutzt, um Zugang zu unterschiedlichen Interessens- und Anspruchsgruppen zu erreichen.

Ökonomisches Kapital: Das Wissen um und der Zugang zu Förderungen und das Knüpfen von Kontakten im ökonomischen Bereich stellte für einige PionierInnen eine wirtschaftliche Hilfe dar. PionierInnen wurden für ihre ReferentInnentätigkeiten bezahlt. Werbepattformen und Informationsmaterialien wurden kostenfrei zur Verfügung gestellt. Die PionierInnen wurden als Leaderprojekte gefördert, einzelne konnten über die Beteiligung an strategischen Partnerschaften auf EU Mittel und Fördertöpfe zugreifen. Beratungsleistungen konnten kostenfrei in Anspruch genommen werden.

#### 5.2.4.2 Nutzen für AkteurIn aus Sicht der PionierInnen

Einzelne NetzwerkpartnerInnen innerhalb des AkteurInnenfeldes profitierten vom Vorzeigecharakter, den die Initiativen als Best Practice Beispiele und aufgrund ihrer Besonderheit und Einzigartigkeit in unterschiedlichen Regionen bieten konnten. Die Initiativen halfen den eigenen Selbstzweck von Organisationen zu rechtfertigen und verhalfen zur Anerkennung der eigenen Arbeit, die vielfach auch über Mitgliedsbeiträge der PionierInnen mitfinanziert wurde. Einzelne PionierInnen

brachten ihre Erfahrung und Fachwissen in verschiedenen Gremien ein und standen als ReferentInnen für unterschiedliche Anlässe zur Verfügung. Green Care profitierte vom Zuwachs an erfolgreichen Initiativen und Leuchtturmprojekten und von der Erfahrung erfolgreicher PionierInnen.

„BB: Vitamin B? (...) Ich glaube schon dass jetzt, wenn ich jetzt Green Care nehme, dass die sehr von uns profitieren. Das heißt, die sollte ich eigentlich auch da hineinschreiben.“ (Transkript B-Hof\_1 2014.09.24\_10.49\_01, Absatz 182)

### 5.3 Relevante AkteurInnen kulturelles Kapital

Die nachfolgende Grafik zeigt die Verteilung nach Kapitalvolumen von internen und externen StakeholderInnen im kulturellen Kapitalfeld.

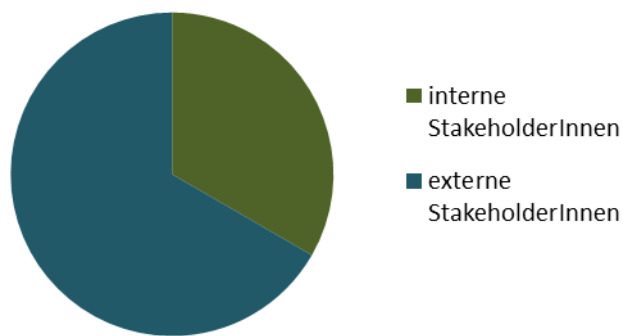


Abbildung 14: Verteilung interne und externe StakeholderInnen kulturelles Kapital

Im kulturellen Kapitalfeld zählten neben den AkteurInnen aus der StakeholderInnengruppe Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften und Verbände, besonders die Anspruchs- und Interessensgruppen aus dem Bereich von Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung, sowie SchulungsträgerInnen zu den wichtigsten externen PartnerInnen für die PionierInnen.

Als wesentlich bedeutsam wurden auch die Nutzenbeiträge von internen StakeholderInnen wie Familien- und Freundeskreis und von den haupt- und ehrenamtlich arbeitenden MitarbeiterInnen in den Initiativen bewertet (vgl. Abbildung 15).

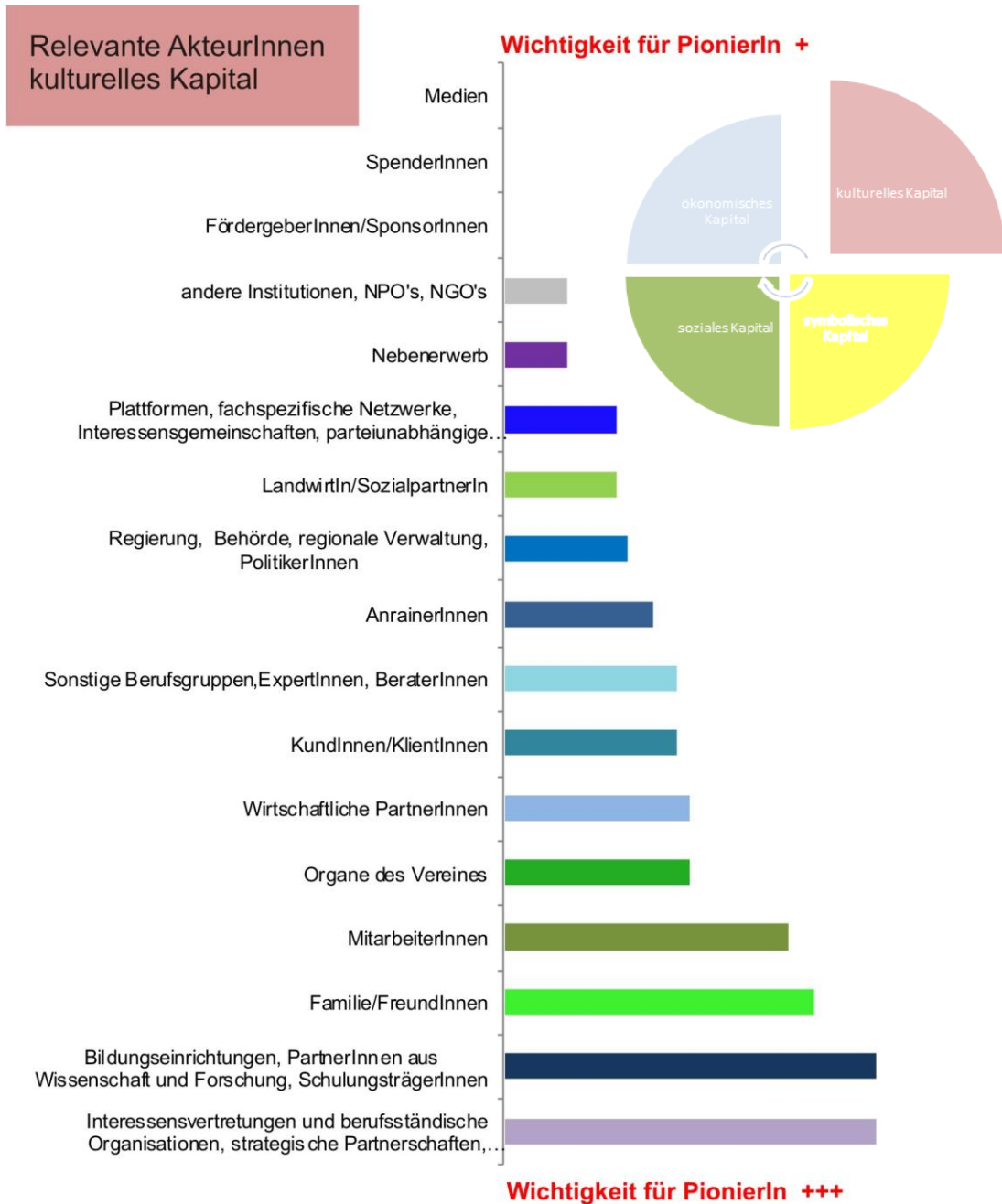


Abbildung 15: Übersicht relevante AkteurInnen im kulturellen Kapitalfeld

### 5.3.1 Nutzenbeitrag Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung, SchulungsträgerInnen

Die Ressourcen von NetzwerkpartnerInnen aus dem Bildungsbereich, sowie von Wissenschaft und Forschung, wurden vor allem im kulturellen Kapitalfeld als sehr wichtig eingestuft, nur im ökonomischen Bereich hatten sie für die PionierInnen eine mittlere Bedeutung (vgl. Abbildung 16, Seite 84). Der Bildungsanspruch ließ sich anhand der Aussagen bei allen PionierInnen als generell hoch einstufen.

„BA: Ja, dann gibt es etwas ganz, ganz Wichtiges, das ist unsere Ausbildung.“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 78)

Alle befragten PionierInnen verfügten über eine oder mehrere abgeschlossene Berufsausbildungen, oder einschlägige berufliche Qualifikationen für den landwirtschaftlichen und sozialen Bereich, oder weiteren Zusatzausbildungen, die zur Ausübung bestimmter Tätigkeiten im Kontext von sozialer Landwirtschaft legiti- mierten.

„BD: Also man braucht schon ein gewisses fundiertes Grundwissen und eine aus- gebaute Ausbildung, damit eben die Sachen auch entstehen können, weil sonst tust du dir sicher noch schwerer. Somit habe ich halt auch mit meiner Diplomarbeit et- was vorweisen können, warum und wieso ich das machen will.“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 39)

Einige der Befragten befanden sich gerade in einem Ausbildungsprozess, andere verwiesen auf den Bedarf an laufender Fort- und Weiterbildung bei der Entwick- lung ihrer Initiativen, sowie den Einsatz von qualifiziertem Fachpersonal am Hof. Aus-, Fort- und Weiterbildungsangebote wurden dabei sowohl bei Bildungsträge- rInnen im landwirtschaftlichen Sektor als auch in den Feldern Gesundheit/Soziales und Pädagogik konsumiert. Einzelne PionierInnen realisierten auch innerhalb ihrer Initiativen verschiedene Bildungsangebote, beispielsweise für KlientInnen. Manche der PionierInnen berichteten über wichtige Vorteile einer fundierten Ausbildung mit entsprechend nachweisbaren Abschlüssen und Zertifikaten, die den Zugang zu Ressourcen und die Legitimation der eigenen Arbeit ermöglichten.

„BH: Und dann haben wir 2009, zusätzlich, habe ich dann angefangen reitpädagogi- sche Betreuung als Ausbildung zu machen, eben weil es dann ganz viel in Richtung Pferd gegangen ist, (...) und haben dann auch die Ausbildung "Schule am Bauern- hof" gemacht, waren dann so ziemlich die ersten in unserer Region, die da mit dem angefangen haben, weil es einfach schon so intensiv war und das war irgendwie dann auch so etwas, was dich dann schon ein Stück weiter professionell auch nach außen hin macht. Für uns hat sich ja an der Arbeit nichts geändert, aber das ist so die Geschichte, das man nach außen hin dann irgendetwas hat, wo man dann überprüft wird (...) und du bist auch abgesichert, also das muss man schon sagen. Du kannst sagen: „Ich habe die Ausbildung gemacht, ich habe diese Voraussetzun- gen!“ (...) aber halt einfach diese Zugänge, da besser anleiten zu können oder wie auch immer. So wäre es von der Ausbildung her gedacht, aber wie gesagt, von un- serer Arbeit her hat sich nichts geändert, aber nach außen hin einfach diese profes- sionellere Schiene.“ (Transkript H-Hof 2014.11.17\_15.31\_01, Absatz 18)

Neben pädagogischen Programmen für Schulen wurden Praxisprojekte von Schü- lerInnen und StudentInnen, Exkursionen, facheinschlägige Praktika und For- schungsprojekte auf den Höfen einiger PionierInnen realisiert.

„BL: Ja. Ja, natürlich. Gerade in diesem Wissenschaftssektor und bildungspolitischen Bereich, den wir ja auch mit drinnen haben vom Konzept her, ist es extrem gewünscht, dass wenn das Projekt am Laufen ist, Studierende von der BOKU, von der Sozialen Arbeit von der KSA, also Kultur- und Sozialanthropologie oder von anderen Studienrichtungen kommen, Praktikum Feldforschung, was auch immer am Hof machen. Natürlich so in einer Form, dass es für niemanden, der dort ist, störend ist, das muss natürlich gut geregelt sein und gut ausgeglichen werden und begleitet werden.“ (Transkript L Hof 2014.12.09\_15.42\_01, Absatz 40)

Vereinzelt wurden PionierInnen als ReferentInnen bei Veranstaltungen und Tagungen tätig. Praktika und Informationsbesuche bei anderen Pionierbetrieben ermöglichten vereinzelt ein Lernen am Modell.

„BD: Na ja, es ist nicht so dass ich mein Überleben damit absichern kann, sage ich einmal so. Es ist ein Gutes für mich, ein schönes Taschengeld (...) Außer es wird natürlich so viel mehr, das kann sich ja ändern. Es hat zu mir schon einmal wer gesagt, er glaubt, dass meine referierende Tätigkeit in den nächsten Jahren mehr werden wird.(...) Ich bin auch heuer wieder draußen gewesen in [Stadtname anonymisiert] zu der Bundestagung, weil dort Leute eingeladen werden, die in diesem Bereich tätig sind, die Landwirtschaft und soziale Einrichtungen verbinden und ich dort auch im deutschsprachigen Raum eine extreme Vorreiterin bin.“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 228)

Als wichtig benannt wurden generell Möglichkeiten zum fachlichen Austausch mit SchülerInnen, StudentInnen, LehrerInnen, wissenschaftlichen MitarbeiterInnen oder KollegInnen aus dem jeweiligen Ausbildungskontext, oder mit ähnlichem fachlichen Hintergrund sowie das dahinterliegende Potential von MultiplikatorInnen für die eigene Arbeit.

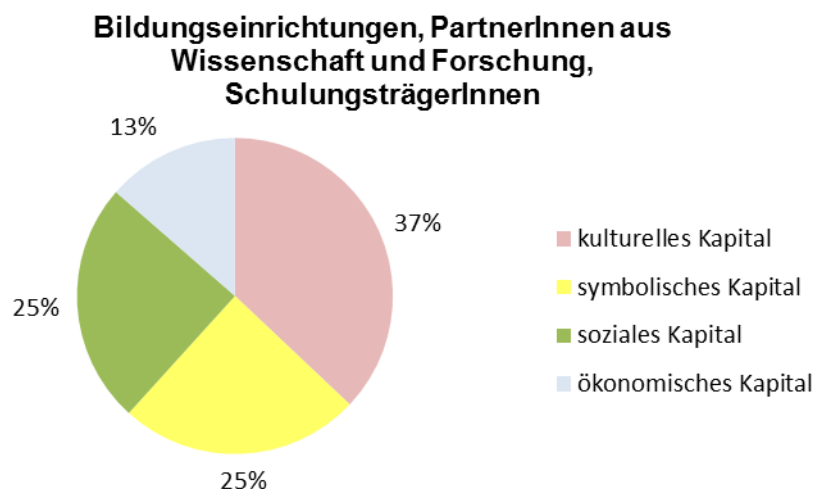


Abbildung 16: Kapitalvolumen Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung, SchulungsträgerInnen

### 5.3.1.1 *Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern*

Kulturelles Kapital: Einige PionierInnen absolvierten erfolgreich ihre Aus- und Weiterbildung. Das in den Ausbildungen generierte Wissen wurde in den Initiativen umgesetzt. BildungspartnerInnen unterstützten in Einzelfällen mit Fachwissen bei der Entwicklung von Konzepten. SchülerInnen und StudentInnen brachten im Rahmen von Praktikas oder Praxisprojekten in einigen der Initiativen ihre vorhandenen Kompetenzen ein. Ein wissenschaftlicher Austausch sorgte für die Entwicklung der eigenen Projekte. Praktikumsbetriebe ermöglichten ein Lernen am Modell. Forschungsprojekte wurden mit Beteiligung der Initiativen entwickelt.

Symbolisches Kapital: Zeugnisse, Diplome, Zertifikate wurden als wichtige Grundlage für die Legitimation der eigenen Arbeit beschrieben. Sie brachten Reputation im allgemeinen Kontakt und gegenüber verschiedenen Institutionen oder EntscheidungsträgerInnen, die die Arbeit der PionierInnen erleichterte. Die Einladung als ReferentIn tätig zu werden und in bestimmten Fachkreisen zu referieren wurde ebenfalls mit einem Imagezuwachs bewertet. Ebenso halfen Empfehlungen der BildungspartnerInnen die Bekanntheit der Initiativen zu erhöhen.

Soziales Kapital: Der Kontakt mit Bildungsinitiativen, insbesondere die Teilnahme an Aus-, Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen, wurde als Vernetzungsmöglichkeit zu unterschiedlichen, aber auch wichtigen PartnerInnen beschrieben, die weiterführende Ressourcen zugänglich machten, KlientInnen vermittelten oder auch den Kontakt zu FörderInnen und FürsprecherInnen herstellten. NetzwerkpartnerInnen die auf den Hof kamen, trugen die Idee hinaus und dienten als MultiplikatorInnen. Ein positives Feedback stärkte einzelnen PionierInnen den Rücken.

Ökonomisches Kapital: PionierInnen wurden für ihre ReferentInnentätigkeit entlohnt. Bei der Ausbildung von PraktikantInnen spielte die meist eher geringe bis gar nicht vorhandene Aufwandsentschädigungen eine eher untergeordnete Rolle. In Einzelfällen wurden kostenlos Räume zur Verfügung gestellt. Leistungen im Rahmen von Schule am Bauernhof wurden finanziell abgegolten. Es wurden wenige verwertbare Aussagen über einen weiteren direkten ökonomischen Profit gefunden.

### 5.3.1.2 *Nutzen für AkteurIn*

Die Bildungseinrichtungen konnten ihre eigenen Aufgaben und Zielsetzungen erfüllen. Es wurden Lernfelder für Kinder und auf einigen Höfen eine adäquate Ausbildungspraxis für SchülerInnen und StudentInnen zur Verfügung gestellt. PionierInnen brachten ihre Erfahrung in einschlägigen Netzwerken oder im Rahmen von Exkursionen und Vorträgen ein. Die Bildungskosten wurden von den PionierInnen

übernommen. NetzwerkpartnerInnen profitierten vom fachlichen Austausch. Forschungsinteressen wurden unterstützt.

„BI: Ja und da muss ich die Uni jetzt und ÖKI auch hineinschreiben, weil die sind auch so, ÖKL, LFI, sind auch Auftraggeber, sind auch meine Kunden für Praxismodule (...) also das sind so die Schwerpunkte, die ich auch machen möchte, das ist eben gerade diesen Gruppen auch eine Möglichkeit geben einen adäquaten Praxisunterricht zu haben was glaube ich, auch sehr wesentlich ist!“ (Transkript I-Hof 2014.11.18\_11.40\_01, Absatz 198)

### 5.3.2 Nutzenbeitrag MitarbeiterInnen

Die interne StakeholderInnengruppe „MitarbeiterInnen“ wurde von den PionierInnen vor allem im kulturellen Kapitalfeld als sehr bedeutsam für die eigene Arbeit eingereicht (vgl. Abbildung 17, Seite 87).

„BD: Nein das ist ganz wichtig, weil ohne gutes Team funktioniert es gar nicht!“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 157)

Während in den über Jahren gewachsenen Betrieben bereits von Teams aus hauptamtlich angestellten MitarbeiterInnen und von bewährter Zusammenarbeit mit ehrenamtlichen MitarbeiterInnen gesprochen wurde, erwähnten die jüngeren PionierInnen vermehrt die Bedeutung von freiwilligen HelferInnen in ihren Initiativen.

„BL: Nein, weil wir einfach aktuell nicht in der Situation sind, dass wir sagen: „Ok, mach das und das!“ Wir können keine Aufträge delegieren, weil das was zu tun ist, müssen wir selber machen. Das kommt sicher zu tragen, wenn das Radl am Laufen ist und da gibt es natürlich Menschen, die uns unterstützen. Also es fängt beim Psychotherapeuten an und hört bei der Schwiegermutter auf, die sich, die im Stall mithelfen könnte. Also da gibt es natürlich dann ein großes Netzwerk, die sehr wohl zumindest einmal mündlich zugesichert haben, sie würden mithelfen!“ (Transkript L Hof 2014.12.09\_15.42\_01, Absatz 80)

Im Bereich des ehrenamtlichen Engagements wurden sowohl Zeit als auch Talente und Fähigkeiten punktuell oder regelmäßig in die Initiativen eingebracht.

Die HelferInnen kamen beispielsweise aus dem näheren Umfeld, aus dörflichen Vereinen, der Pfarrgemeinschaft, von Freiwilligenorganisationen oder aus dem Pool ehemaliger MitarbeiterInnen und deren Netzwerken.

„BG: Dann würde ich auch als wichtig empfinden, Vereine, Pfarre, das würde man da auch, glaube ich, hereingeben oder, bin ich da richtig?

I:Vereine, wer wäre das zum Beispiel?

BG: Das wäre zum Beispiel der Chor, zum Beispiel, der dann zu uns kommt, oder Musikgruppen, die zu uns kommen und da dann ehrenamtlich spielen für die Leute!“ (Transkript G-Hof 2014.11.11\_15.01\_01, Absatz 74 -76)

Qualifikation und Ausbildung wurden von einigen PionierInnen als wichtige Kriterien für die Qualitätssicherung in der Betreuung von KlientInnen genannt, da auch Vorgaben und Standards erfüllt werden müssten. Neben fachlichem Wissen aktivierten MitarbeiterInnen auch ihre Netzwerkkontakte, um die Arbeit der Initiativen zu unterstützen, halfen Ressourcen sparen oder hatten fallweise auch eine entlastende Funktion. Eine gute Zusammenarbeit mit den eigenen MitarbeiterInnen, die auch Werte und Ideen der Initiativen nach außen mitbrachten, wurde von einigen PionierInnen hervorgehoben.

„BD: Team, das gehört für mich zum Team dazu. Das ist für mich Team, wo ich sage bei mir arbeiten nur Leute (...) mit denen ich auch so gut zusammenkomme, das harmoniert, weil für mich das einfach ganz wichtig ist, dass man miteinander kann und dass man so arbeitet.“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 259)

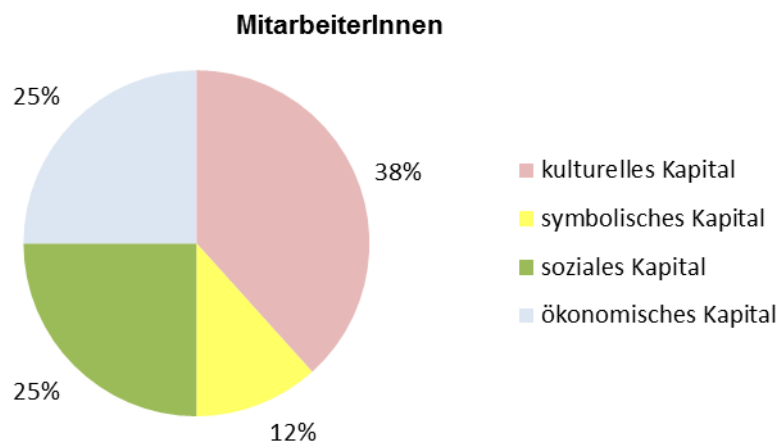


Abbildung 17: Kapitalvolumen MitarbeiterInnen

### 5.3.2.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

Nutzenbeitrag aus Sicht einer hauptamtlichen Mitarbeiterin:

Qualifikation, Berufserfahrung und Ausbildung waren ausschlaggebend für die Anstellung in der Initiative. Jahrelange Berufserfahrung im landwirtschaftlichen Bereich und durch Ausbildungen erworbenes Wissen für die Arbeit mit KlientInnen war notwendig, um die tägliche Betreuung und Begleitung der KlientInnen am Hof, neben vielfältigen Produktionsaufgaben, zu meistern. Zusätzlich wurden innovative Ideen, Produktideen und eine kollegiale, motivierende Haltung in das Hofteam eingebracht.

„BM:(...) Mein Beitrag? Also zum einen, denke ich jetzt rein vom ökonomischen Part her, dass ich denke, dass ich doch auch Ideen einbringen kann, die neu sind, weil gerade in so einer Position, man muss sich immer wieder neu erfinden und immer wieder neue Sachen auf den Markt bringen, neue Angebote und ich auch eben in Zusammenarbeit mit den Kollegen und Kolleginnen merke, dass ich doch auch noch ja einfach Ideen einbringen kann, von denen die dann doch recht begeistert sind.“ (Transkript MitarbeiterIn2015.01.06\_17.26\_01, Absatz 71)

„BM: (...) das merke ich schon auch, dass ein bisschen so eine Erschöpfungsphase zum Teil war unter den Kollegen und Kolleginnen und die mir das dann auch sagen, dass es eigentlich schon gut ist, wenn wieder wer Neuer reinkommt und ein bisschen frischen Wind reinbringt und die quasi wieder mitaufleben und der sagt: So, es geht weiter!

I: Das heißt, du bringst frischen Wind, Ideen, neue Ideen vor allem?

BM: Und bisschen vielleicht auch wieder Motivation, doch dran zu bleiben.“ (Transkript MitarbeiterIn 2015.01.06\_17.26\_01, Absatz 79 – 81)

**Kulturelles Kapital:** Um entsprechende Auflagen von Förderstellen, wie bestimmte Qualifikationen in der KlientInnenbetreuung, zu erfüllen wurde der Einsatz von qualifiziertem Personal, als bedeutsam angesprochen. MitarbeiterInnen brachten neben Ausbildung und Fachwissen auch zusätzliche Kompetenzen ein, zum Beispiel praktische Fertigkeiten, deren Einsatz auch Einsparungen ermöglichten im ökonomischen Bereich. Ehrenamtliche MitarbeiterInnen nutzen ihre Talente, um besondere Anlässe, Feste und Veranstaltungen der Initiativen mitzugestalten und für die Arbeit mit den KlientInnen.

**Symbolisches Kapital:** MitarbeiterInnen wurden von einigen Betrieben als wichtige RepräsentantInnen der eigenen Arbeit gesehen, die Werte und Ideen nach außen trugen. Hier wurde auch Mithilfe bei der Repräsentation der Initiativen selbst angesprochen im Rahmen von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, zum Beispiel bei Veranstaltungen.

**Soziales Kapital:** Hier wurden vielfältigste Beziehungen genannt, die über die Netzwerke der MitarbeiterInnen für die Initiativen aktiviert wurden. Freiwillige HelferInnen aus dem dörflichen Umfeld halfen in einzelnen Initiativen regionale Beziehungen zu stärken und aufzubauen. Angesprochen wurde auch, dass andere StakeholderInnen im Netzwerk vom zusätzlichen Engagement der MitarbeiterInnen profitieren, zum Beispiel KundInnen und KlientInnen. Einzelne PionierInnen entwickelten zu einigen MitarbeiterInnen ein besonderes Naheverhältnis und pflegten auch außerhalb der Arbeitsbeziehung einen freundschaftlichen Kontakt.

**Ökonomisches Kapital:** Durch den vielfach angesprochenen engagierten Einsatz über die tatsächlich bezahlte Arbeitszeit hinaus und durch das Einbringen unbe-

zahlter Leistungen von freiwilligen HelferInnen halfen MitarbeiterInnen auch Kosten in den Initiativen zu reduzieren, Geld zu sparen, oder sorgten für einen ressourcenschonenden Einsatz von Mitteln.

### 5.3.2.2 *Nutzen für Akteurln aus Sicht PionierInnen*

„BD: (...) also sieben Arbeitsplätze zu schaffen ist auch nicht so wenig! Und ja ich leite das Ganze und bei uns kommt alles zusammen und mein Mann und ich führen halt die Landwirtschaft dann noch nebenbei! Unter Anführungszeichen "nebenbei", haben wir einen landwirtschaftlichen Gehilfen auch noch, weil das sonst nicht mehr zu machen wäre und unsere Schwiegermutter arbeitet dann noch mit.“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 35)

Hauptamtliche MitarbeiterInnen erhielten ein Entgelt und profitieren von einem Arbeitsplatz in der Region. Sie konnten sich beruflich verwirklichen. Über die Motive von ehrenamtlichen MitarbeiterInnen wurden wenige Aussagen getroffen. In diesem Zusammenhang wurde die Möglichkeit etwas Sinnvolles zu tun, seine Talente einzubringen, die Motivation „Anderen zu helfen“ und in der Pension eine Beschäftigung zu haben von verschiedenen PionierInnen als vermutete Motive angeführt. Im Falle von kurzzeitigen MitarbeiterInnen, wie PraktikantInnen, standen eigene Bildungsinteressen und das Sammeln von Praxiserfahrung im Vordergrund. Einzelne jüngere PionierInnen wollten ihre MitarbeiterInnen auch gezielt fördern durch Ausbildungsmöglichkeiten und über zukünftige Arbeitsperspektiven.

„BB: Ich meine das ist schwierig, kommt da auch das rein, wer von uns Nutzen zieht? Also ich meine dann würden da natürlich auch die Mitarbeiter da auch reinfallen.“ (Transkript B-Hof\_1 2014.09.24\_10.49\_01, Absatz 126)

### 5.3.2.3 *Persönlicher Nutzen für Akteurln aus Sicht einer hauptamtlichen MitarbeiterIn*

Der Arbeitsplatz passte optimal zu persönlichen Ausbildungsplänen und beruflichen Interessen, insbesondere der Möglichkeit den gelernten landwirtschaftlichen Beruf mit einem sozialen Aspekt zu verknüpfen. Ein weiterer Vorteil lag in der Nähe des Arbeitsplatzes zum eigenen Wohnort. Neben der Möglichkeit Erfahrungen zu sammeln war es motivierend wenn KlientInnen erfolgreiche Schritte setzten.

„BM: Ja vielleicht auch, dass ich das Gefühl habe, zum einen, was mir ganz wichtig ist, weil das in meinem vorigen Job nicht der Fall war, dass ich weniger bis gar keinen Druck verspüre. Das motiviert sehr stark, dass ich sage, ich habe jetzt nicht total viel Verantwortung und bin so überlastet. Es hält sich in Grenzen. Also das ist eine Motivation, dass ich gerne hingehel(...). Also natürlich, schon immer wieder das Vorhaben die Menschen doch ein Stück weiter zubringen oder ein Stück zu begleiten, anzuleiten und dann eben doch auch ab und zu auch "Ernten" zu können, im

übertragenen Sinne! Und ja und vor allem wenn die Menschen dann, wenn man sieht, dass sie wieder ein bisschen Fuß fassen oder wieder Boden unter den Füßen bekommen, also das motiviert schon sehr.“ (Transkript MitarbeiterIn2015.01.06\_17.26\_01, Absatz 45.)

#### 5.4 Relevante AkteurInnen symbolisches Kapital

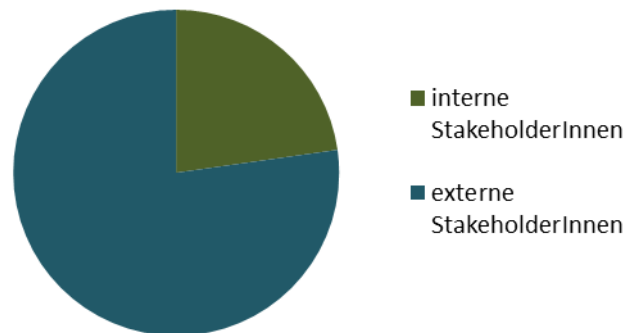


Abbildung 18: Verteilung interne und externe StakeholderInnen symbolisches Kapital

Die Stärken von AkteurInnen aus externen StakeholderInnengruppen wurden im Vergleich zu internen PartnerInnen als wesentlich gewichtiger für den eigenen Erfolg bewertet (vgl. Abbildung 18). Besonders wichtig war hier der Nutzenbeitrag von AkteurInnen aus der Gruppe Regierung, Behörde, regionale Verwaltung und PolitikerInnen zu nennen.

Neben KundInnen und KlientInnen wurde der Einfluß von Medien und AkteurInnen aus dem Bildungskontext ebenfalls als sehr relevant für den Erfolg von Initiativen (vgl. nachfolgende Abbildung 19) erkannt.

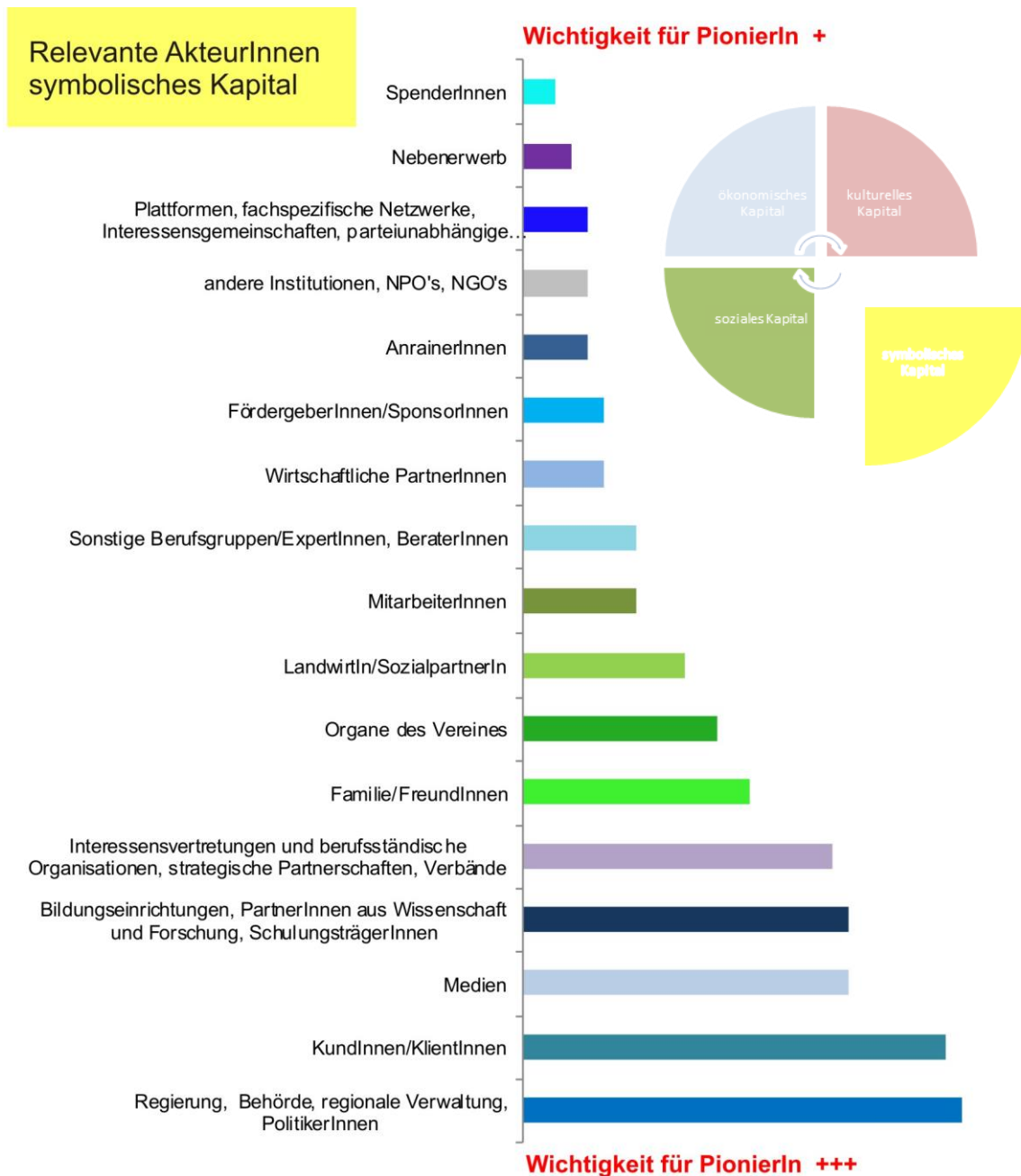


Abbildung 19: Übersicht relevante AkteurInnen im symbolisches Kapitalfeld

#### 5.4.1 Nutzenbeitrag Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen

Unbestritten war in den Meinungen der Befragten die Notwendigkeit einer intensiven Kontaktpflege zu Bewilligungsstellen, EntscheidungsträgerInnen, politischen VerantwortungsträgerInnen und AnsprechpartnerInnen der Regierung, von Behörden und in der Verwaltung, regional sowie auf Landes- und Bundesebene. Der symbolische Nutzenbeitrag wurde für diese Gruppe sehr hoch bewertet. Neben

einer weiteren wichtigen Partnerschaft im sozialen Kapitalfeld und deutlichem Einfluss im Ökonomischen Kapital wurde ihr kultureller Nutzen hingegen eher durchschnittlich eingeschätzt (vgl. Abbildung 20, Seite 93). Die Gemeinde, insbesondere die BürgermeisterInnen, wurden in den Interviews häufig als die bedeutsamsten Protagonisten auf kommunaler Ebene genannt.

„BA: (...) Das ist in unserem Fall ganz klar, das ist der Bürgermeister, wenn der dafür ist, dann schaut die Welt ganz anders aus, als wenn der dagegen ist. Also das ist schon ein wichtiger Punkt.“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 48)

Die Intensität des Kontaktes wurde besonders am Beginn und in den Anfängen der Initiativen gesehen, wobei ein guter Support auf Gemeindeebene generell als wünschenswert für die eigene Projektentwicklung beschrieben wurde. Die BürgermeisterInnen brachten sich laut PionierInnen sehr unterschiedlich in die Initiativen ein. Ihre Unterstützung wurde mehrheitlich mit einem sehr hohen Engagement für die jeweilige Initiative beschrieben und mit einem großen Mehrwert bei der Durchsetzung von Interessen auch gegenüber anderen PartnerInnen, zum Beispiel im Bereich von Bewilligungen oder Förderungen, sowie deren positiver Einfluss als Prestigetragende auf regionaler Ebene benannt.

„BC: Also das ist der Bürgermeister von der Gemeinde, der Hof liegt in der Gemeinde. Ich mache alles was ich mache immer zuerst mit der Gemeinde.“ (Transkript C-Hof 2014.10.20\_14.51\_01, Absatz 40)

Neben dieser deutlichen Relevanz von kommunalpolitischen FürsprecherInnen wurden die Bedeutung und die Notwendigkeit eines positiven Kontaktes zu politischen UnterstützerInnen und FördererInnen auf Landes- und Bundesebene betont. Als hilfreich wurden die öffentliche Wertschätzung der Arbeit im Rahmen von Veranstaltungen oder Auszeichnungen, der Kontaktaufbau zu EntscheidungsträgerInnen und ein Vertreten der Interessen der PionierInnen gegenüber Öffentlichkeit und in den eigenen Reihen beschrieben. Beständige Information und Aufklärung über die eigene Arbeit und die aktive Präsentation von Initiative und Vorhaben wurden generell als wichtige Elemente für den Aufbau einer guten Beziehung genannt.

„BD: (...) Und ich brauche halt auch ihn als Befürworter, weil sicher viele Punkte sein werden wo es sicher ein „Nein“ geben könnte, aber auch ein „Ja“, wenn man will. Und das Wollen das braucht Befürworter, die hinter dem Projekt stehen, und die kann ich nur haben, wenn sie einmal da gewesen sind!“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 55)

Sich diesen guten Ruf zu erarbeiten bedeutete für viele der Befragten einiges an Beziehungsarbeit, weil politische NetzwerkpartnerInnen häufig wechselten oder politische Abteilungen vernetzt werden mussten, die oft wenig miteinander zu tun

hatten. Eine positive Resonanz auf Landesebene bei Kontaktstellen für landwirtschaftliche Fördermaßnahmen und den Sozialabteilungen mit Zielgruppenrelevanz zu erreichen oder zu erhalten, wurde von einigen PionierInnen als wichtige Aufgabe herausgestrichen. Im Umgang mit politischen FürsprecherInnen wurde in einigen der Interviews auch ein kritischer Umgang in Bezug auf deren Werthaltung erwähnt, die bei der Vertretung von Interessen gegenüber anderen oder in der Öffentlichkeit im Sinne des Hofes sein sollte.

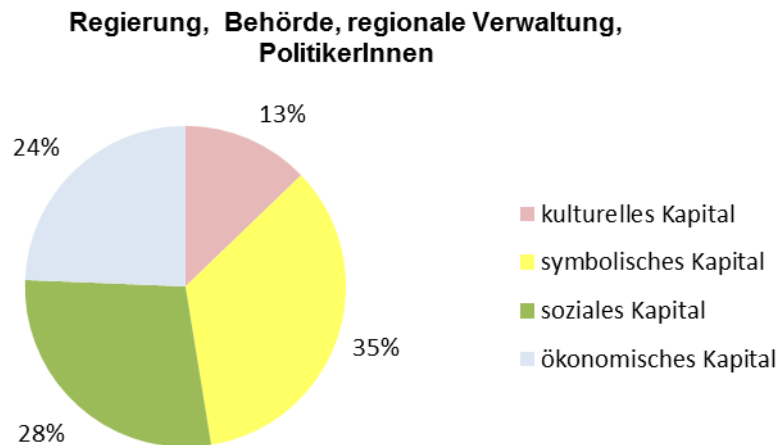


Abbildung 20: Kapitalvolumen Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen

#### 5.4.1.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

Beispiel für Nutzenbeitrag aus Sicht eines Kommunalpolitikers:

Als Hof in einer kleinen Gemeinde konnte der Pionier nicht mit einer großartigen finanziellen Unterstützung rechnen. Die Gemeinde stand aber hinter dem Projekt und unterstützte die Initiative in jeder Hinsicht ideell. Es wurden Verbindungen und Netzwerkkontakte zur Verfügung gestellt, eine positive öffentliche Meinungsbildung unterstützt und die Projektentwicklung mit Maßnahmen im Bereich der Raumordnung gefördert bzw. laufend versucht weitere finanzielle Mittel aus der Region zu lukrieren. Dabei lag eine Aufgabe auch darin, bei bürokratischen Hürden Hilfestellungen zu leisten, den nötigen Druck aufzubauen und bei Bedarf den Wert der Initiative auch an einflussreiche politische AkteurInnen heranzutragen. Eine Mitverantwortung am Gelingen des Projektes wurde auch darin erkannt, in Gesprächen realitätsnahe Erfahrungen einzubringen, ohne das visionäre Engagement für die Entwicklung des Projektes zu bremsen.

„BP: Das war jetzt eigentlich also dieser Beweggrund, warum ich gesagt habe, wie der Pionier C das das erste Mal vorgestellt hat: „Ja, das kann ich mir vorstellen!“ Und ja er hat also von mir, als Bürgermeister, und dann auch im weiteren, nach sei-

nen Vorstellungen im Sozialausschuss, auch vom Sozialausschuss und vom Gemeinderat, also jede und da muss ich jetzt auf unsere Gemeinde zu sprechen kommen, jede ideelle Unterstützung. Also bei der finanziellen Unterstützung da schaut es bei uns relativ schlecht aus. Wir sind also eine kleine Gemeinde und müssen einfach schauen, dass wir einfach über die Runden kommen. (...) Man schaut als Gemeinde und unterstützt da, dass man durch raumordnerische Maßnahmen (...) unterstützt. (...) Aber da kann man jetzt aber durch Widmungen und solche Geschichten etwas helfen und was noch dazukommt das ist, dass man vielleicht auch schaut, dass man aus der Region heraus eben Mittel lukrieren kann (...), was ich aber auch sehr wichtig finde, eine ideelle Unterstützung, weil es nutzt das ganze Geld nichts, wenn also die Gemeinde abblocken würde.“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 9)

**Kulturelles Kapital:** Kontakte halfen ein politisch strategisches Wissen zu bekommen und verhalfen zu wichtigen Informationen, die in Gesprächen einen Argumentationsrückhalt sicherten. Das Wissen um die Förderpraxis und Bewilligungsverfahren wurde weitergegeben. Es wurden Ideen und Vorschläge von den PionierInnen in ihren Initiativen bearbeitet.

**Symbolisches Kapital:** Einige PionierInnen wurden für die Arbeit ihrer Initiativen ausgezeichnet. Politische RepräsentantInnen kamen zu Veranstaltungen und sprachen wertschätzend in der Öffentlichkeit über die Arbeit der Höfe. PionierInnen konnten mit Hilfe von UnterstützerInnenschreibern den Wert ihrer Arbeit gegenüber Dritten hervorheben und Interessen durchsetzen. BürgermeisterInnen wurden als Prestigepersonen gesehen, die innerhalb ihrer Regionen einen positiven Einfluss im Sinne der PionierInnen erwirkten. Gemeinden stellten fallweise Werbeflächen für die Bewerbung einzelner Höfe zur Verfügung. Es wurde in der Gemeindezeitung positiv berichtet.

**Soziales Kapital:** Einzelne BürgermeisterInnen nutzten ihre Funktionen, um die Interessen des Hofes gegenüber unterschiedlichsten StakeholderInnen zu vertreten. Es wurden fallweise Kontakte zu EntscheidungsträgerInnen oder zu kommunalen Verbänden initiiert, es wurden Verbindungen zu hilfreichen PartnerInnen zur Verfügung gestellt. Einzelne PionierInnen wurden zu Veranstaltungen eingeladen. Eine wohlwollende Haltung, ein offenes Ohr zu finden und die Sicherheit auf die Unterstützung der Gemeinde oder von wichtigen PolitikerInnen zurückgreifen zu können wurde von einigen Befragten als wichtiger emotionaler Rückhalt bewertet.

**Ökonomisches Kapital:** Es wurden Dienstleistungsaufträge an einige Höfe vergeben. Es wurden unter anderem Fördergelder ausgezahlt. Es wurden im Einzelfall PionierInnen für ihre Arbeit ausgezeichnet, die auch einen ökonomischen Mehrwert implizierte. Es wurde Pachtgrund zur Verfügung gestellt. Es wurden im Ein-

zelffall Hilfen zur Schuldenregulierung angeboten. Es wurden Gemeinderäumlichkeiten für einzelne Veranstaltungen kostenlos geöffnet.

#### 5.4.1.2 *Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen*

Einzelne Initiativen dienten als Vorzeigeprojekte und brachten soziale Innovation. Von einzelnen Betrieben wurden Arbeitsplätze in der Region geschaffen. Es wurden landwirtschaftliche Betriebe am Leben erhalten. Es konnten soziale Angebote für unterschiedliche Zielgruppen in einzelnen Regionen verankert werden. Es wurde die regionale Wirtschaft belebt. Förderprogramme konnten umgesetzt werden und Initiativen halfen die öffentlichen Aufgaben zu erfüllen. Initiativen boten Platz für soziales und grünes Engagement.

#### 5.4.1.3 *Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht BürgermeisterIn*

„BP: Auf der einen Seite sieht man, dass die Landwirtschaft immer größere Probleme hat, das heißt, um also um als landwirtschaftlicher Betrieb überleben zu können, braucht man generell ein zweites oder drittes Standbein zumindest also bei uns in [Bundesland, anonymisiert], weil ja die Betriebe ja eher kleinerer Art sind. Und da ist eben dieses Standbein Green Care also sicher eine, ja Zukunftshoffnung, dass sich also engagierte Besitzer von landwirtschaftlichen Liegenschaften, ich tue es einmal ein bisschen weiter fassen, also nicht Landwirte oder Bauern sagen, sondern Besitzer von landwirtschaftlichen Liegenschaften für also solche Sozialprojekte interessieren und ihre Liegenschaft zur Verfügung stellen, das ist das eine, das andere ist, dass also wir in unserer Zeit, glaube ich, eine Vielfalt an sozialen Projekten, an sozialen Einrichtungen anbieten sollen, anbieten müssen, um den verschiedensten Menschen gerecht zu werden.“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 5)

Der Interviewpartner beschrieb sich aufgrund seines Zivilberufes im pädagogischen Bereich generell sehr offen sozialen Projekten gegenüber. Es wurde darüber hinaus aber auch eine große Chance für die kleinstrukturierte Landwirtschaft, gesehen, die mit einem sozialen Standbein ihr Überleben sichern könnte. Aus Sicht des Befragten bräuchte es eine Vielzahl an sozialen Projekten, um adäquate Angebote für betroffene Menschen zu schaffen. Green Care Angebote offerierten durch den Kontakt mit Tieren und der Natur einen spezifischen therapeutischen Nutzen.

„BP: Der C-Hof der wird, denke ich, zwei Sachen bringen. Das eine das ist also eine gesicherte Zukunft für die Familie [Name anonymisiert] und das zweite was er also für die Gemeinde bringt, das ist eine weitere Stärkung des sozialen Zusammenlebens, weil er ist also schon fest dabei (...) auch die Vereine zu kontaktieren, die sollen (...) da mittun und Verständnis für Mitbürgerinnen und Mitbürger mit Handicap,

glaube ich, das gerade durch solche Einrichtungen sehr gefördert wird.“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 23)

Die Implementierung der Sozialen Landwirtschaft könnte das Überleben des Hofes sichern helfen, den sozialen Zusammenhalt in der Gemeinde stärken und den positiven Kontakt im Umgang mit Menschen fördern, die besondere Bedürfnisse hätten. Durch eine überregionale Zusammenarbeit wäre eine wirtschaftliche Führung des Hofes gesichert, dabei entstehende Synergieeffekte würden Kosten von mehreren Gemeinden und der SozialpartnerInnen reduzieren. Die Gemeinde unterstützte das Projekt nicht weil sie sich einen finanziellen Nutzen erwartete, sondern sah den Nutzen vor allem in der sozialen Struktur und im ideellen Wert, den das Projekt für die Gemeinde bringen würde. Insbesondere durch das Einbinden der örtlichen Vereine und Bevölkerung wurden Herzensbildung und Zusammenhalt gestärkt. Eigene Erfolgserlebnisse könnten im Kontakt mit betroffenen Menschen entstehen.

„BP: Ja, ich glaube, (...) das Projekt, das der Pionier vorhat, wenn das so funktioniert, wie er sich das gedacht hat, dann ist, (...) dann ist mir das schon genug. Also es muss funktionieren und es muss leben! Das heißt also, so ein Konzept, einmal erstellt, das wird, denke ich, immer wieder sich weiterentwickeln durch Ideen und immer wieder hinterfragt. Also ich erwarte mir jetzt nicht irgendwie so einen zählbaren Erfolg für die Gemeinde, sondern ich erwarte mir etwas für die soziale Struktur, das ist also ein Geben und ein Nehmen, aber jetzt, (...), so einen zählbaren Erfolg wird es da nicht geben, das gibt es also bei solchen Sachen nicht, dass die Gemeinde zum Beispiel (...) finanzielle Vorteile hat daraus oder so, das ist also da gar nicht der Hintergrund der Unterstützung, sondern man will einfach, dass das funktioniert, weil es, glaube ich, eine tolle Sache ist!“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 37)

#### 5.4.2 Nutzenbeitrag Medien

„BD: Medien sind gut, wenn man sie so nutzen kann wie man sie braucht, und das funktioniert bei uns ganz gut!“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 153)

In der Gesamtbewertung aller Kapitalsorten spielen Medien eine eher nachrangige Rolle. Im symbolischen Kapitalfeld hingegen wurden sie von den PionierInnen als sehr bedeutsam für die eigene Arbeit eingeschätzt (vgl. Abbildung 21, Seite 98). Die PionierInnen benannten eine Vielzahl an unterschiedlichen Kontakten zu JournalistInnen und Redaktionen, insbesondere zu regionalen Printmedien und Fernsehmagazinen.

„BB: Ja eigentlich nur in der Gemeinde (...), wo wir wirklich wen kennen. (...), also da kriegt man schon einen Bekanntheitsgrad halt.“ (Transkript B-Hof\_1 2014.09.24\_10.49\_01, Absatz 192)

Medienarbeit bedeutete für einige der PionierInnen auch einiges an Mehrarbeit und konnte nicht immer in der gewünschten Intensität und Qualität erfolgen. Sie spielten aber eine nicht unwesentliche Rolle in den Anfängen der Initiativen, wobei hier auch der richtige Zeitpunkt sich über diese in der Öffentlichkeit zu präsentieren, bedacht wurde. Der Aufwand für die Kontaktpflege wurde in den Anfängen als wesentlich höher beschrieben, mit Zuwachs an Vertrauen und Bekanntheit der Initiativen stieg aber das Interesse an einer Berichterstattung. Als hilfreich wurden Artikel und Berichte beschrieben, die bereits von den PionierInnen selbst aufbereitet wurden. Wichtig war einzelnen PionierInnen auch die Art und Weise, wie berichtet wurde und mit welcher Werthaltung agiert wurde.

„BJ: Ja, wir waren bei den Medien, regionale Zeitung, Bezirksblätter, einzelne Artikel hat es auch gegeben, Salzburger Nachrichten, Profil, Trend, ich habe bestimmt wen vergessen, in der österreichweiten Bankzeitung, ja das gehört dann einfach dazu und das ist aber das Schöne, das zu erleben, das gehört dazu, und es ist ok, weil wir wissen, wie begeistert sie lokal sind. Weil das auch klar immer wieder so ein Werte-Matching war bei uns, sozusagen unter Anführungszeichen: „Wie verkaufen wir den Hof und wie verkaufen wir ihn nicht?““ (Transkript J-Hof 2014.12.03\_15.55\_01, Absatz 106)

Medien waren aber nicht nur in Bezug auf die Bekanntheit der Initiativen wichtig, sondern halfen auch aufgrund ihrer Breitenwirkung, Interessen gegenüber anderen Anspruchsgruppen zu wahren oder durchzusetzen.

„BD: Medien sind sehr wichtig, auch gerade wenn man am Anfang ist. Ich meine jetzt ist es nett und höflich, aber es ist nicht mehr zum Überleben wichtig, außer es wäre der Punkt, dass es wieder um etwas geht, dann würde ich es wieder nutzen. Also dann würde ich das wieder ausspielen. Da habe ich auch ganz konkret gesagt, sage ich, sie können uns ja nicht mehr sterben lassen, weil wir, glaube ich, medial sonst so einen Aufruhr machen würden und uns so viele Leute schon kennen, das das glaube ich gar nicht mehr ginge.“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 149)

Eine gute Strategie im Umgang mit Medien, die Pflege zu regionalen AnsprechpartnerInnen und das Nutzen von Gelegenheiten, die ein Interesse hervorrufen könnten, wurden von den PionierInnen als erfolgreich in der Zusammenarbeit hervorgehoben. Oft wurde in diesem Zusammenhang von einer wechselseitigen Bereicherung gesprochen. Mit der Bekanntheit umgehen lernen war für einige PionierInnen ein wichtiges Thema.

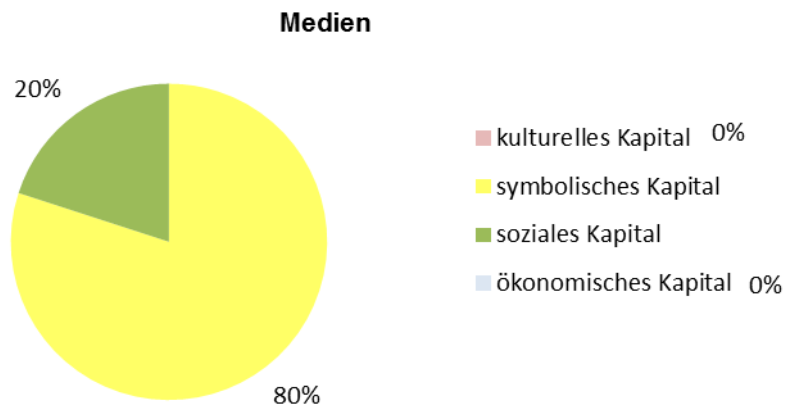


Abbildung 21: Kapitalvolumen Medien

#### 5.4.2.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

**Kulturelles Kapital:** Es konnten vereinzelt Aussagen zu Leistungen im Bereich des kulturellen Kapitalfeldes gefunden werden, allerdings wurden keine AkteurInnen explizit diesem Kapitalfeld zugeordnet.

Hier wurde von den PionierInnen im Einzelfall die Qualität der Berichterstattung als wichtig benannt.

**Symbolisches Kapital:** Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, das Erhöhen der Bekanntheit von Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft und die Positionierung bei sehr unterschiedlichen Personengruppen wurde durch die Berichterstattung unterschiedlichster MedienpartnerInnen erreicht. Sie stärken das Image der Initiativen. Politik und Medien wurden in diesem Zusammenhang als eine gute Kombination bezeichnet. FürsprecherInnen konnten über Berichte dazugewonnen werden und waren durch die positive Reputation motiviert, sich aktiv einzubringen.

**Soziales Kapital:** Medien stärkten den Rücken, wenn eine positive Berichterstattung erfolgte und sie boten Rückhalt, in schwierigen Zeiten. Sie erreichten Zugang zu unterschiedlichsten Leserschaften, ZuschauerInnen und ZuhörerInnen und darüber eine positive Resonanz, die für weiterführende Kontakte genutzt werden konnte und stellten Beziehungen zu Menschen her, die eine hilfreiche Funktion im Hintergrund darstellten. Einzelne PionierInnen würden in krisenhaften Situationen auf ihre Medienkontakte zurückgreifen, um ein Überleben zu sichern.

**Ökonomisches Kapital:** Es konnten vereinzelt Aussagen zu Leistungen im Bereich des ökonomischen Kapitalfeldes gefunden werden, allerdings wurden keine AkteurInnen explizit diesem Kapitalfeld zugeordnet.

Medien stärkten den ökonomischen Bereich überwiegend indirekt, indem sie Kosten für Eigenwerbung und Öffentlichkeitsarbeit einsparen halfen. Direkte Hilfe stellten für einzelne PionierInnen kostenlose Einschaltungen und Werbeflächen in Printmedien dar.

#### 5.4.2.2 Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen

Der wechselseitige Nutzen wurde von einzelnen PionierInnen öfters hervorgehoben. Initiativen und Höfe boten eine Vielfalt an interessanten Geschichten und lieferten aufgrund ihrer Einzigartigkeit eine Möglichkeit diese in Beiträgen erfolgreich zu verarbeiten. Für einzelne RedakteurInnen oder JournalistInnen bedeutete dies auch Anerkennung im eigenen Berufsfeld, sowie nennenswerte ZuschauerInnenquoten und erhöhtes LeserInneninteresse zu lukrieren.

„BG: Und die kommen ja zu uns, weil sie eben auch, (...) die Printmedien, die natürlich einen Beitrag schreiben wollen, etwas berichten wollen und froh sind, wenn sie irgendetwas Interessantes berichten können. Und das ist natürlich auch gegenseitige Bereicherung von der Arbeit her. Wo er profitiert, dass er so etwas abgeliefert hat, und wo wir profitieren, dass wir bekannt werden und vor allem gewaltig viele motivierende Rückmeldungen aus der Bevölkerung bekommen haben. Also das, super war das! Also wir haben keine negativen Rückmeldungen bekommen (lacht).“  
(Transkript G-Hof 2014.11.11\_15.01\_01, Absatz 216)

## 5.5 Relevante AkteurInnen soziales Kapital

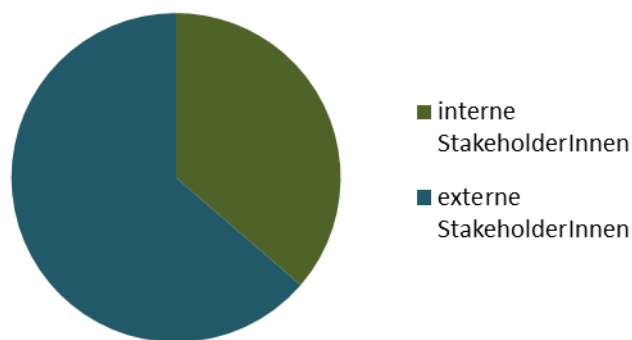


Abbildung 22: Verteilung interne und externe StakeholderInnen soziales Kapital

Das soziale Kapitalfeld wird mit Abstand vom Familien und Freundeskreis dominiert. Ein wesentlicher Einfluss ist allerdings von externen StakeholderInnen wie PartnerInnen aus dem Bereich der Interessensvertretungen und berufsständischen Organisationen, strategischen Partnerschaften und von Verbänden gegeben (vgl. Abbildung 22.). Gewichtiges Sozialkapital bringen aber auch politische

Anspruchsgruppen und EntscheidungsträgerInnen ein und stehen damit fast auf Augenhöhe mit dem Nutzenbeitrag von AkteurInnen der StakeholderInnengruppe KundInnen und KlientInnen (vgl. Abbildung 23).

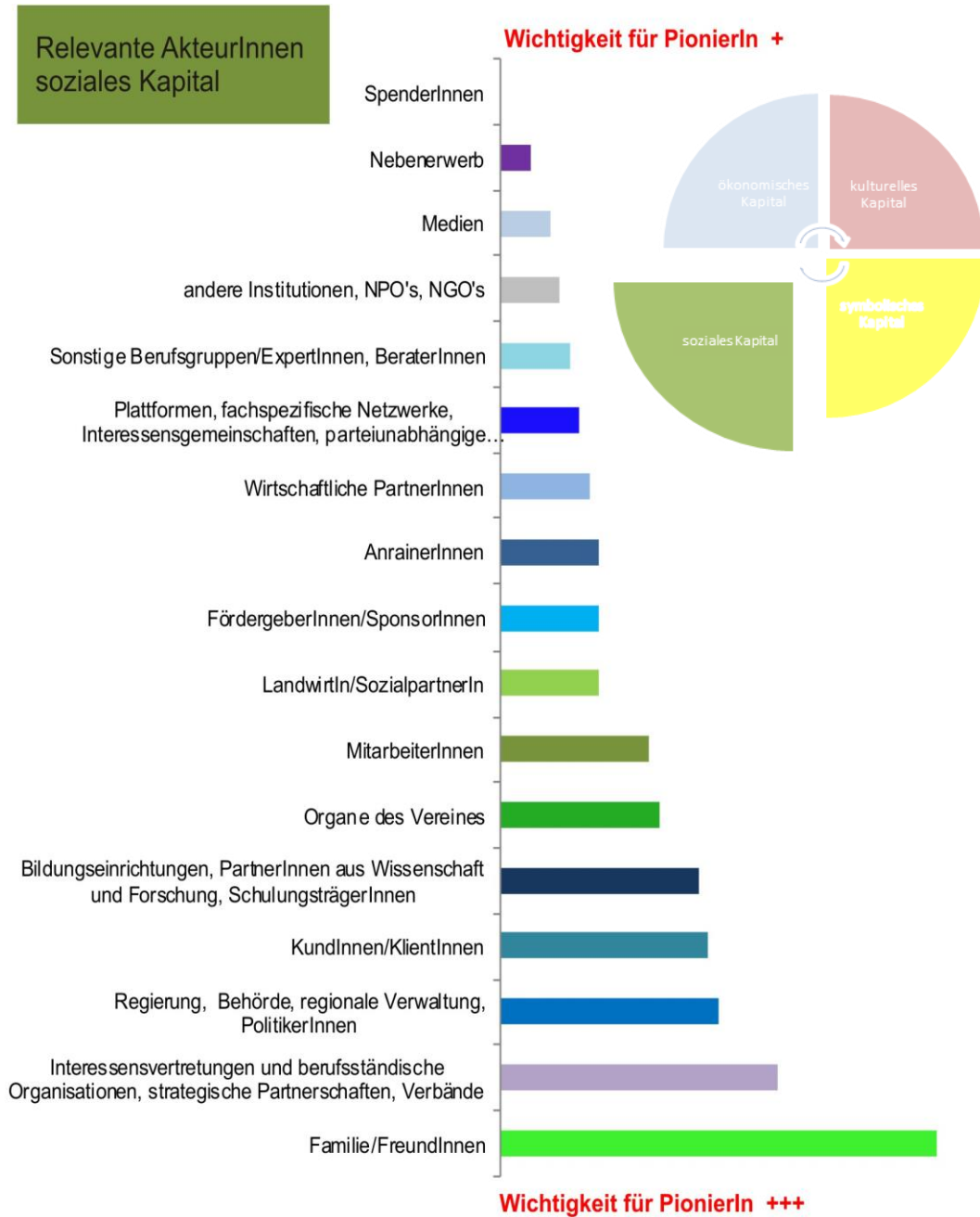


Abbildung 23: Übersicht relevante AkteurInnen soziales Kapitalfeld

### 5.5.1 Nutzenbeitrag KundInnen/KlientInnen

KundInnen und KlientInnen wurden insgesamt als eine wichtige Stakeholder-Gruppe von den PionierInnen genannt, deren größte Beiträge im symbolischen und ökonomischen Kapital liegen (vgl. Abbildung 24, Seite 102). Das Feld an KundInnengruppen in der Sozialen Landwirtschaft, lässt sich grob in Produkt- und DienstleistungskundInnen unterteilen. Zu den ProduktkundInnen wurden jene AkteurInnen gezählt, die vorwiegend die agrarischen Urprodukte kaufen aber auch KonsumentInnen von sozialen Produkten, die mit Hilfe der zu betreuenden Personengruppen entstanden.

„BE: Wir liefern den Dinkel in 25 kg Säcken und die haben dort eine Mühle, die haben dort so ein kleines Verkaufslokal angemietet, wo sie jeden Freitag Marktplatz haben und da kommen die Familien dort einkaufen und da liefern wir Nudeln und Erdäpfel und so große Mengen.“ (Transkript E-Hof 2014.11.03\_12.07\_01, Absatz 112)

Im Bereich der DienstleistungskundInnen wurden KundInnen agrarischer Dienstleistungen von KundInnen der sozialen Dienstleistung unterschieden. Unter letzteres wurden benachteiligte KundInnengruppen, wie KlientInnen, gereiht, die durch das Angebot pflegerischer, therapeutischer, pädagogischer oder sozial integrativer Leistungen wesentlich von den Aktivitäten der Initiativen profitieren.

„BE: Ja ohne die geht überhaupt nichts! (...) Ja die gehören da her, weil die bringen ja Arbeitsfähigkeiten mit!“ (Transkript E-Hof 2014.11.03\_12.07\_01, Absatz 176)

Dazu zählen aber auch NGO's, andere SozialträgerInnen, Angehörige von KlientInnen und privatwirtschaftliche Unternehmen, Bildungseinrichtungen, sowie Einzelpersonen.

Die Zufriedenheit von KundInnen und KlientInnen wurde von den meisten PionierInnen als wesentliches Kriterium für den Erfolg der eigenen Arbeit genannt. Als wichtig in diesem Zusammenhang wurden eine biologische Produktion und ressourcenschonende Bewirtschaftung, sowie das Angebot hochwertiger sozialer Dienstleistungen in den Initiativen selbst erkannt. KlientInnen beeinflussen die soziale Motivation der PionierInnen und bestimmen wesentlich Hauptzweck und Zielsetzungen von Initiativen.

„BG: Schon auch, also wenn ich jetzt emotionale Unterstützung sehe, dann ist das schon sehr oft auch, dass das es für uns eine emotionale Unterstützung ist, wenn sie zufrieden sind, wenn sie sich da wohlfühlen und wenn sie einmal sagen, ich fühle mich da zuhause. Ist eigentlich eine große Motivation, würde ich einmal sagen. Ökonomisch natürlich, als Kunden, weil sie ja auch das Geld bringen. Kulturell, wir lernen viel von unseren Bewohnern aus dem Leben, aus deren Berufen, aus deren Lebenseinstellung, das ist, also da haben wir schon sehr viel gelernt, würde ich

einmal sagen, auch Negatives (lacht).“ (Transkript G-Hof 2014.11.11\_15.01\_01, Absatz 130)

Wichtig für einige der PionierInnen in der Beziehung zu KundInnen und KlientInnen war, dass es einen gegenseitigen Nutzen gibt, der nicht immer in einem finanziellen Mehrwert liegt, zum Beispiel im Geben und Erhalten von Aufträgen, einer Weiterempfehlung der Dienstleistungen oder einer positiven Berichterstattung.

„BF: Genau und dann sie unterstützen das Unternehmen. Ja jetzt habe ich gerade wieder eine Mail bekommen, die hat Nützlingshotels gekauft und die findet das so toll, und sie wird das allen weitersagen und dann denke ich mir ja das ist auch ökonomisch weil ohne Mundpropaganda geht es nicht weiter.“(Transkript F-Hof 2014.11.06\_15.06\_01, Absatz 42)

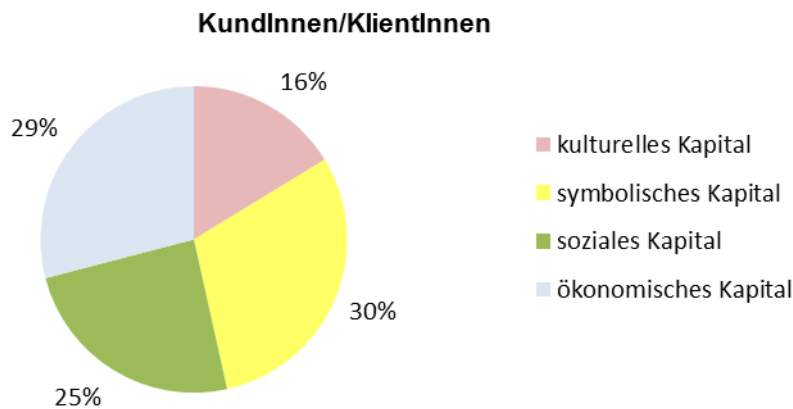


Abbildung 24: Kapitalvolumen KundInnen/KlientInnen

#### 5.5.1.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

Beispiel für Nutzenbeitrag aus Sicht eines Klienten:

„BK: Ja sicher, das muss halt gewissenhaft gemacht werden. Man muss genau arbeiten und ich glaube, das ist so mein Beitrag, dass ich da sehr genau bin und das auch mit gutem Gewissen mache.“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 33)

Neben den Hauptaufgaben Dinkel, Kräuter und Blüten als Endprodukt zu fertigen, fielen auch manchmal Arbeiten auf dem Feld an. Die eigene Berufsausbildung war wertvoll beim Verkauf der Produkte, wo auch die Stärken und Interessen lagen. Der Klient sah seinen größten Beitrag für den Hof darin, dass er seine Aufgaben besonders gewissenhaft machte. Insbesondere bei der Veredelung der Produkte musste sehr genau gearbeitet werden.

Kulturelles Kapital: Im diesem Kapitalfeld fanden sich durchwegs Aussagen über KundInnen der sozialen Dienstleistungsangebote. Die PionierInnen empfanden die Erfahrung und Lebenskunst ihrer KlientInnen als bereichernd, sowie die bei einigen vorhandene Fähigkeit, aus wenig viel zu machen. Die vorhandenen Arbeitsfähigkeiten von KlientInnen aus benachteiligten Personengruppen wurden als ambivalent bezogen auf ihre Leistungsfähigkeit und stark von der jeweiligen Tagesverfassung abhängig beschrieben. Anders gesehen wurde das Potential von KundInnen aus dem Bereich der Bildungseinrichtungen, vor allem das eingebrachte Fachwissen.

Symbolisches Kapital: Vor allem zufriedene KundInnen aus der Privatwirtschaft oder von Unternehmen wurden als Aushängeschild für die eigene Arbeit beschrieben und als Möglichkeit von positiver Werbung für die eigenen Initiativen hervorgehoben. Zufriedene KooperationspartnerInnen von zuweisenden oder vermittelnden Stellen und Einrichtungen leisteten ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit, laut einigen Initiativen. Erzählungen von positiven Erlebnissen und Erfahrungen, durch die betreuten KlientInnen auf den Höfen und in den Initiativen, brachten den PionierInnen einen nicht zu unterschätzenden Mehrwert einer positiven Mundpropaganda. Ebenso wichtig für die PionierInnen waren Empfehlungen als Best Practice in unterschiedlichen Kontexten und die Präsentation als Vorzeigebetrieb.

Soziales Kapital: Sowohl KundInnen als auch KlientInnen wurden als wichtige MultiplikatorInnen gesehen, die die Idee in ihrem sozialen Umfeld weitertrugen. Das brachte unter anderem Kontakte zu neuen KundInnenkreisen oder externen AuftraggeberInnen, die ebenfalls die Zielgruppe betreuten und schaffte Kontakte zu ungewöhnlichen Netzwerken. Diese Kontakte wurden auch genutzt, um Einsparungen im ökonomischen Bereich zu erwirken und zum Zwecke eines ressourcenschonenden Umgangs mit Mitteln.

Wohlfühlen und Zufriedenheit der NutzerInnen waren generell ein wichtiges Kriterium, das sich auch positiv auf das eigene emotionale Befinden auswirkt.

Ökonomisches Kapital: Durch den Kauf von Produkten und das Nutzen der Dienstleistungen konnten die meisten unter den befragten PionierInnen ihr Einkommen sichern und ihre Eigenerwirtschaftung verbessern. Die Bezahlung im Bereich des sozialen Dienstleistungsangebotes für KlientInnen wurde als differenzial beschrieben, da sie zwar die Dienstleistungen konsumierten, oft aber nicht selbst bezahlten. Im Hintergrund dazu wurden die entstandenen Kosten, zum Beispiel über Leistungsverträge mit Förderstellen, abgewickelt, als Lohnzahlung im Rahmen einer stundenweisen Anstellung bei SozialträgerInnen, über Geldspenden

wohltätiger Organisationen und Stiftungen oder über Beiträge von Angehörigen. Dabei kam es auch zu kreativen Lösungen, die nicht unbedingt einem direkten finanziellen Mehrwert in Form von Geld entsprachen. Einige Betriebe äußerten eine partielle Unzufriedenheit mit der Honorierung ihres Aufwandes, da diese in einigen Betreuungssituationen die Kosten gar nicht oder nur zum Teil deckte oder auch einen erheblichen bürokratischen Aufwand verursachte und im Bereich der Förderungen, im Zusammenhang mit staatlichen Geldleistungen oft viele Auflagen daran geknüpft wurden. Erwähnt wurden unter anderem AuftraggeberInnen im Non-Profit Bereich, die nach günstigen Lösungen für ihre KundInnen suchten. Um vorhandene Defizite zu kompensieren wurde im Einzelfall manchmal sogar gänzlich auf eine Honorierung verzichtet und versucht im eigenen Betrieb einzusparen.

#### 5.5.1.2 Nutzen für AkteurIn aus Sicht der PionierInnen

Für die Betriebe deutlich wichtig war, dass die KlientInnen als Adressaten ihrer sozialen Dienstleistungen von einem sinnvollen Angebot und den Zielsetzungen profitierten. KlientInnen sollten beispielsweise etwas tun können, was für sie wertvoll ist und sich am Hof verwirklichen. Hervorgehoben wurde auch, dass sie durch die verschiedenen Beschäftigungsmöglichkeiten auf den Höfen lernen und sich ausprobieren konnten.

Dafür verzichteten PionierInnen in Einzelfällen sogar auf eine finanzielle Entschädigung von Betreuungsleistungen, setzten sich individuell für die Interessen von Schützlingen ein und arbeiteten laufend an der Verbesserung ihrer Initiativen.

„BG: Und zum Verbessern gibt es immer was, das ist gar kein Ding. Es wäre schon sehr vermessen, wenn man sagt, man arbeitet perfekt, und es gibt nichts zu verbessern, das wäre nicht wirklich angebracht. (lacht). Ja, wir sind immer dran, dass wir möglichst gut arbeiten, aber zum Verbessern gibt es immer etwas, ja!“ (Transkript G-Hof 2014.11.11\_15.01\_01, Absatz 220)

Der Profit für manche AuftraggeberInnen wurde neben einem oft finanziell günstigen Angebot auch im allgemeinen Mehrwert der durch eine erfolgreiche Betreuung von KlientInnen erfolgt, gesehen.

„BH: (...) also die Sozialeinrichtung spart sich da jede Menge, trotzdem an Geld und hat auch noch die, einerseits einmal die finanzielle Geschichte und andererseits profitieren, die auch von dem, dass die Klienten, ruhig und entspannt zurückkommen und einfach ein feineres Arbeiten ist.“ (Transkript H-Hof 2014.11.17\_15.31\_01, Absatz 44)

Neben den KundInnen profitierten auch die KlientInnen im Rahmen der Selbstversorgung von der hohen Qualität der biologisch kontrollierten Produkte.

### 5.5.1.3 Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht einer KlientIn

Der Befragte war lange Zeit aufgrund von Schicksalsschlägen arbeitslos und wurde über das Arbeitsmarktservice auf den Hof vermittelt. Die Entscheidung den Hof als Sprungbrett zurück in die Arbeitswelt zu nutzen wurde freiwillig getroffen und war beeinflusst durch die Möglichkeiten bei der Produktveredelung und im Verkauf mitzuarbeiten. Wichtig für die Entscheidung war noch die Nähe des Hofes zum eigenen Wohnort.

„BK: Erstens einmal, dass ich wieder eine Arbeit gefunden habe, dass ich wieder etwas zum Tun habe und ja ich werde auch super betreut da. Also ich kann mit allen Problemen kommen und mir wird geholfen, sofern es funktioniert, sofern es die Möglichkeit gibt dazu und das ist schon sehr toll.“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 45)

Am Hof gefiel, dass es sehr familiär zugeht, dass alle zusammenhalten und dass es eine Gemeinschaft gab. Es motivierte besonders zu wissen, dass Produkte hergestellt wurden, über die sich andere Leute dann freuen.

Der Hof habe geholfen, Veränderungen, die bemerkt wurden waren eine deutliche Motivationssteigerung und eine Verbesserung der eigenen Stimmungslage. Diese Fröhlichkeit könnte auch das Umfeld wahrnehmen. Sogar Zukunftspläne wurden angesprochen. Der Befragte war sehr dankbar für die Unterstützung und betonte, dass er hoffte, dass der Hof noch lange gefördert werden würde, damit er noch vielen Leuten in ähnlichen Situationen helfen könnte.

„BK: Dass er noch lange gefördert wird, dass er noch vielen Leuten helfen kann, und dass es weiterhin so gut funktioniert, wie es bis jetzt funktioniert hat!“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 169)

## 5.6 Relevante AkteurInnen ökonomisches Kapital

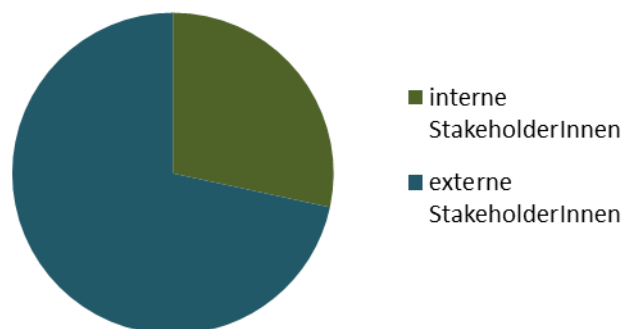


Abbildung 25: Verteilung interne und externe StakeholderInnen ökonomisches Kapital

Interne StakeholderInnen wie aus dem Familien- und Freundeskreis wurden auch in diesem Kapitalfeld mit einem sehr großen Einfluss auf den eigenen Erfolg bewertet. Das ökonomische Nutzenpotential von externen PartnerInnen aus der Wirtschaft, sowie vom KundInnen- und KlientInnenkreis mit dem ökonomischen Mehrwert, der von FördergeberInnen und SponsorInnen eingebracht wurde sicherte ein finanzielles Überleben von PionierInnen (vgl. Abbildung 25, Seite 105 und Abbildung 26).

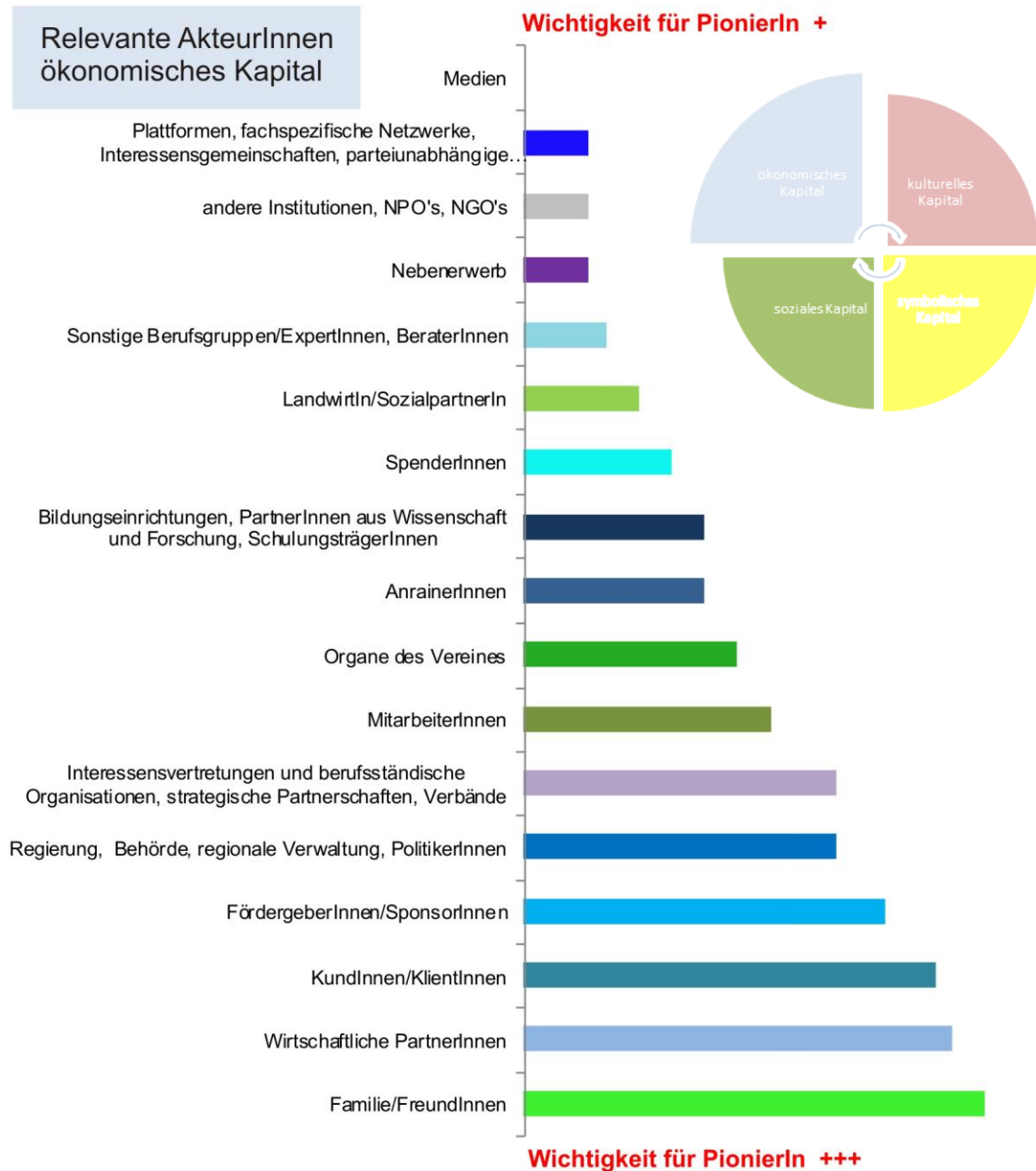


Abbildung 26: Übersicht relevante AkteurInnen ökonomisches Kapitalfeld

### 5.6.1 Nutzenbeitrag Wirtschaftliche PartnerInnen

Wirtschaftsnahe Unternehmen und Berufsgruppen, gewerbliche und kaufmännische PartnerInnen, Dienstleistungsunternehmen und LieferantInnen stellten in der Bewertung von den PionierInnen besonders im ökonomischen Kapitalfeld eine starke Ressource dar und wurden an die zweite Stelle hinter Familie und FreundInnen gereiht (vgl. Abbildung 27, Seite 108).

Die PionierInnen unterhielten überwiegend Geschäftsbeziehungen zu wirtschaftlichen PartnerInnen mit lokalem Bezug und wollten bewusst Leistungen aus der Region in Anspruch nehmen. Besonders oft wurde die Notwendigkeit einer guten Zusammenarbeit mit Bankinstituten hervorgehoben, mit deren Einverständnis und Wohlwollen eine gute Finanzierungsbasis geschaffen und ein finanzieller Handlungsspielraum in den meisten Initiativen gesichert werden konnte.

„BA: Wir haben die Bank, die unser Projekt ganz toll findet und mir dadurch flexiblere Rahmen gibt, wenn ich einmal mehr Ausgaben habe mit dem Futter (...) Ökonomisches Kapital? Sie hat uns natürlich den ganzen Grund und Boden mitfinanziert, das heißt, das gehört schon auch dazu.“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 112)

Für jüngere PionierInnen waren eine gute Startfinanzierung, eine proaktive und partnerschaftliche Haltung in der Zusammenarbeit besonders wichtig. Banken, die die Höfe bereits länger kannten oder sich von den Initiativen begeistert zeigten, brachten vereinzelt betriebswirtschaftliche Beratungsleistungen mit ein, boten interessante Finanzierungsmodelle, gute Konditionen und flexiblere Rahmenbedingungen, stellten Kontakte aus ihrem Netzwerk zur Verfügung oder unterstützten in der Öffentlichkeit.

Die Leistung von SteuerberaterInnen war unter den wirtschaftsnahen und freien Berufen bei mehr als der Hälfte der PionierInnen besonders wichtig, insbesondere, dass diese rechtliche und steuerliche Fragen mit Bezug auf das besondere Gefüge der Initiativen verständlich erklären konnten.

„BD: Na ja, (...), also ein guter Steuerberater mit dem fliegt und fällt alles. Also der gehört eher da herein, also da muss man sich halt Leute suchen, die einem die Sachen, die man selber nicht kann, die das gut für dich übernehmen. Da ist ein Steuerberater sicher ein ganz ein Guter, weil wichtig, weil da auch immer unser Bereich so schwierig war, wo fällst du hinein und wo nicht und sich wer hineinarbeiten hat müssen.“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 273)

Auch die Qualität der angebotenen Leistungen spielte für einige der PionierInnen eine wichtige Rolle, besonders im Zusammenspiel mit handwerklichen PartnerInnen und Gewerken, oder mit ProduktionspartnerInnen.

In einigen Interviews wurden die Beteiligung und der Zugriff auf Leistungen des Maschinenrings angesprochen, wichtig als Hilfe zur Bewältigung von saisonalen Anforderungen in der Landwirtschaft oder für den Zugriff auf Maschinen und Gerätschaften.

„BE: Er ist Bauer und bietet über den Maschinenring einfach seine Leistungen an. Also Dinkel und alles was so Feldarbeit ist, mit Traktor und so, das macht er uns alles, der [Name anonymisiert], der gehört da hinein und der ist schon wichtig, weil wie gesagt, er fährt auch am Samstag und Sonntag auf das Feld und schaut, ob gedroschen gehört. (...) Ja der ist schon wichtig, weil ohne ihn können wir nichts verkaufen, wenn wir nichts ernten.“ (Transkript E-Hof 2014.11.03\_12.07\_01, Absatz 314)

Einzelne PionierInnen profitierten vom Image ihrer WirtschaftspartnerInnen und konnten es für die Bewerbung ihrer Initiativen, zum Vertrauensaufbau in Kontakten und im Vertrieb ihrer Produkte nutzen. Wirtschaftliche PartnerInnen brachten sich in den Initiativen mit besonders fairen Preisen ein, stellten vereinzelt Arbeitskraft und Materialien zur Verfügung, machten Aktionstage mit KlientInnen oder überlegten sich Spendenaktionen.

Vereinzelt berichteten PionierInnen von der Möglichkeit für KlientInnen in den Unternehmen ein Praktikum zu absolvieren und die PartnerInnen als Lernfeld zu nutzen.

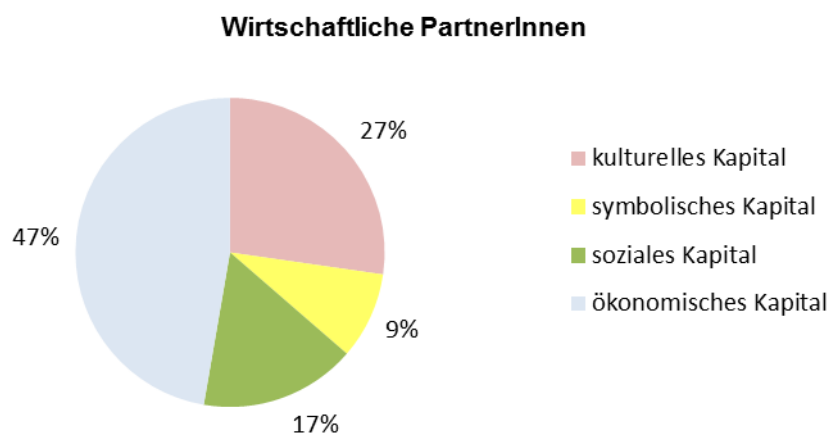


Abbildung 27: Kapitalvolumen wirtschaftliche PartnerInnen

#### 5.6.1.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

Beispiel für Nutzenbeitrag aus Sicht einer FinanzierungspartnerIn:

„BW: Nein, ich glaube das war gar nicht so der Hauptgrund, sondern für uns war einfach die erste Präsentation, beziehungsweise ja die Vorstellung dieses Projektes,

die uns direkt dann am Hof [Name anonymisiert] geboten worden ist, die war für uns an und für sich sehr, ich sage einmal, sehr bestimmend und sehr zielführend und es war eine sehr interessante Sache und wir haben einfach gesagt, ok wir wollen da auch dabei sein und wir wollen helfen, um eben in dieser kurzen Zeit damals, wo also wirklich diese Finanzierung auf die Beine gestellt hat werden müssen, diese Kauffinanzierung. Wir wollen da einmal helfen diese Chance zumindest zu wahren, weil wenn das weg gewesen wäre, es hat ja andere Interessenten auch gegeben, dann wäre wahrscheinlich für das Hofteam, oder für den Verein eine Startmöglichkeit wahrscheinlich verschoben worden bis es wieder einmal so eine Chance gibt, und ich glaube nicht, dass es viele Objekte gibt, die so eine Möglichkeit bieten, wo man wirklich diese Säulen, die der Verein sich da zum Ziel gesetzt hat, die das tragen sollen, auch alle abbilden kann. Also von den Räumlichkeiten her war das natürlich optimal.“ (Interview FinanzierungspartnerIn 2015.02.04\_09.55\_01, Absatz 11)

Neben der eigentlichen Finanzierung wurde auch ein Netzwerk an Kontakten und Verbindungen eingebracht mit einer starken Überzeugungshaltung für die innovative Idee und ihren Modellcharakter auch für andere Regionen, Orte, Städte und Gemeinden.

„BW: Das ist auf alle Fälle richtig. Wir bringen einmal sicher (lachend) unsere Überzeugung mit ein, dass diese Gedanken oder diese Idee, oder dieses Projekt an und für sich eine Chance ist, gerade in Zeiten wie diesen.“ (Interview FinanzierungspartnerIn 2015.02.04\_09.55\_01, Absatz 17)

Besonders wichtig dabei waren eine professionelle Zusammenarbeit und Präsentation der PionierInnen und eine transparente partnerschaftliche Projektarbeit. Wichtig waren neben Knowhow und strategischem Wissen, quasi als „MahnerIn“, realistische Perspektiven und Ansätze in visionäre Zielvorstellungen einzubringen, um die tatsächliche Umsetzung zu gewährleisten.

**Kulturelles Kapital:** Besonders hervorgehoben wurden Beratungsleistungen die von einigen wirtschaftlichen PartnerInnen erbracht wurden in Bezug auf handwerkliche und bautechnische Fragestellungen, sowie zu rechtlichen und steuerrechtlichen Themen und in Bezug auf die Finanzierung der Initiativen. PionierInnen erwähnten aber auch den Bedarf an Kompetenzen, hinsichtlich der praktischen Fähigkeiten und Fertigkeiten, ihrer PartnerInnen. Es wurden Praktika für KlientInnen im Unternehmen ermöglicht.

**Symbolisches Kapital:** Wirtschaftliche PartnerInnen unterstützten in einigen Fällen durch Werbung und Verkauf von Produkten im eigenen Unternehmen. Sie stellten fallweise Werbeflächen und Werbemittel zur Verfügung, gaben Empfehlungen. Einzelne Geschäftsbeziehungen zu erfolgreichen und bekannten Unternehmen halfen den eigenen Wert zu steigern oder beim Vertrauensaufbau mit SpenderInnen und SponsorInnen. Vereinzelt wurden Aktionstage veranstaltet.

Soziales Kapital: Wirtschaftliche Kontakte stellten ihre einschlägigen Netzwerke zur Verfügung und konnten beispielsweise die Produkte einzelner Initiativen neuen KäuferInnenschichten zugänglich machen, unentgeltliche Hilfs- und Beratungsleistungen für die Höfe organisieren, halfen im Dickicht von Behörden die richtigen AnsprechpartnerInnen zu finden und unterstützten mit Kontakten in der Region.

Ökonomisches Kapital: Es wurden unter anderem Produkte und Dienstleistungen der Höfe gekauft und weitere Aufträge vergeben. Es wurden fallweise Vergünstigungen, faire Preise und bessere Konditionen eingeräumt. Es wurden im Einzelfall Konditionen auch an andere VertragspartnerInnen der Höfe weitergegeben. Es wurden einige günstige Finanzierungslösungen angeboten. Es wurden fallweise Arbeitsleistungen und Waren kostenfrei zur Verfügung gestellt. Es wurde in Einzelfällen gespendet.

#### 5.6.1.2 *Nutzen für Akteurln aus Sicht PionierInnen*

„BI: Versicherungen natürlich ja, die gehören dann aber auch eher daher. Ja ansonsten, ich meine da für das Projekt habe ich jetzt Brandschutzexperten gebraucht, also, da brauche ich überhaupt verschiedenste Handwerker, also die Wirtschaft im allgemeinen, würde ich sagen. Ich weiß nicht, weil ansonsten (...) geht sich das da nicht aus. Ich schreibe in Klammer (Handwerk, diverse Experten), weil wir können das nicht alleine bauen. Wir brauchen einen Installateur dazu, wir brauchen einen Maurer dazu, wir brauchen Trockenbauer, wir brauchen einen Elektriker.

I:Wo ich einfach heraushöre, dass die Wirtschaft belebt wird durch euch?

BI: Ja auf jeden Fall, auf jeden Fall durch diese Bauprojekt wird gerade auch die lokale Wirtschaft wieder belebt, weil wir versuchen möglichst lokal das zu vergeben, also ja!“ (Transkript I-Hof 2014.11.18\_11.40\_01, Absatz 154 – 156)

Aus mehrheitlicher Sicht der PionierInnen wurden über die Initiativen die regionale Wirtschaft belebt und die lokalen PartnerInnen gestärkt. Die eingebrachten Leistungen wurden finanziell abgegolten. Vielfach wurde ein wechselseitiger Nutzen beschrieben, der auf Geschäftsbeziehungen beruht, die sich auch gegenseitig helfen.

„BI: Ja, ich meine natürlich muss die Bank einverstanden sein, wobei sie gibt mir nichts in dem Sinne, ich meine sie nimmt sich auch etwas, für das was sie mir gibt.“ (Transkript I-Hof 2014.11.18\_11.40\_01, Absatz 86)

#### 5.6.1.3 *Persönlicher Nutzen für Akteurln aus Sicht wirtschaftliche PartnerIn*

In der eigenen Firmenphilosophie fanden sich Zielsetzungen, die Initiativen und Menschen in der Region speziell fördern und durch eine gemeinschaftliche Zusammenarbeit etwas bewegen wollten. Diese Ansätze spiegelten sich auch in der

Initiative wieder und waren aus Sicht des Befragten richtungsweisend für die eigene Zukunft, mit Blick auf regionale Defizite, darunter ein Mangel an Arbeitsplätzen, fehlenden Strukturen und im Umgang mit herausfordernden gesellschaftlichen Veränderungen. Deshalb hatte das Bankinstitut sich entschieden dieses Wagnis einzugehen und auch außerhalb der normalen Banktätigkeit zu unterstützen mit einer schnellen Bereitstellung von finanziellen Mitteln, um eine Starthilfe zu ermöglichen. Ein zusätzlicher Anreiz war darin gegeben, sich über dieses Engagement auch in der Region zu positionieren und von anderen FinanzierungspartnerInnen abzuheben, um die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und nachweisbar zu zeigen, dass die Bank sich für die Anliegen in der Region interessierte und Mittel bereitstellte.

„BW: Es war für uns eigentlich nur ein Fingerzeig, (...) auch örtlich etwas zu unterstützen das man, sage ich jetzt einmal, außerhalb der normalen Banktätigkeit oder des normalen Bankauftrages sieht. (...) also für einander, für die Region zu arbeiten und etwas vielleicht auf die Beine zu stellen, was man dann auch sagen kann: „Ok, wir heben uns etwas ab!“ Das ist natürlich auch, sage ich einmal, unser/, wie soll ich sagen, unser Benefit aus der ganzen Geschichte, den wir uns erwarten, (...) dass wir uns als regionale Bank quasi positionieren können und sagen können: „Wir tun etwas für die Region, wir machen etwas für die Region!“ Gerade im Zeichen, oder in den Jahren jetzt in der Bankenkrise, ist es ja für uns Banker, sage ich jetzt einmal, nicht unbedingt die angenehmste Zeit. (...) als kleine Bank in einer Region, kann man nur versuchen Nischen zu finden und sich abzugrenzen von den großen Investmentbanken, die halt rein auf den Shareholder Value achten. Das ist das große Problem für uns, weil wir können nicht mit Konditionen und mit Preisen reüssieren am Markt, da sind wir eigentlich immer Zweiter. Wir müssen den Menschen in unserer Region quasi eine Umwegrentabilität bieten. (...) und da gibt uns das die Chance uns da vielleicht auch etwas besser zu Positionieren und zu präsentieren.“ (Interview FinanzierungspartnerIn 2015.02.04\_09.55\_01, Absatz 5)

Den Kauf des Objektes zu unterstützen wurde als Chance gesehen ein zukünftiges Vorzeigeprojekt in der Region zu etablieren. Die besondere Stärke wurde darin erkannt, dass Probleme die in der Gesellschaft normalerweise gesondert betrachtet dadurch einer sinnvollen gemeinsamen Lösung zugeführt werden und viele davon profitieren insbesondere durch die Vernetzung regionaler Strukturen.

„BW: Ja ich würde mir wünschen, (...), dass die Netzwerke, die es gibt und die Netzwerkpartner, dass die noch (...) mehr glauben an dieses Projekt. Ich glaube auch, dass gerade jetzt eine schwierige Zeit ist bezüglich privater Investoren, die natürlich auch gesucht werden und die nicht (...), nicht sehr einfach zu finden sind, (...) dass es gelingt also diese Gedanken noch mehr oder noch besser zu verbreiten (...), um entsprechend die Leute, sage ich einmal, auch für den Hof zu begeistern, und ich würde mir wünschen, dass es dann vor allem zum Schluss, wenn

wirklich das Projekt steht und wenn es läuft, ein Vorzeigeprojekt ist für andere Regionen oder für andere Orte, Städte, Gemeinden, wo dann auch eine solche Form des Zusammenlebens, dann wieder als erstrebenswert gelten kann, wenn es funktioniert.“ (Interview FinanzierungspartnerIn 2015.02.04\_09.55\_01, Absatz 39)

### 5.6.2 Nutzenbeitrag FördergeberInnen/SponsorInnen

Die Landschaft der relevanten AkteurInnen in dieser StakeholderInnengruppe wurde in den Interviews mit sehr unterschiedlichen FörderpartnerInnen und SponsorInnen ausgefüllt, mit wichtigen PartnerInnen im ökonomischen Kapitalbereich (vgl. Abbildung 28, Seite 113). Beiden Gruppen gemeinsam war, dass sich an ihre Leistungen bestimmte Erwartungshaltungen gegenüber den PionierInnen knüpften. Die PionierInnen benannten unter anderem Finanz-, Sach- und Dienstleistungen von Privaten und Unternehmen, die als Sponsoring in den Interviews identifiziert wurden und Beziehungen zu unterschiedlichen FörderpartnerInnen aus dem sozialen und landwirtschaftlichen Bereich. Darunter waren PartnerInnen, der öffentlichen Hand, wie Dienstleistungsunternehmen öffentlichen Rechts, staatsnahe SubventionsgeberInnen, öffentliche GelgeberInnen, beispielsweise Sozialministeriumservice, Arbeitsmarktservice, Bund, Länder, Gemeinden.

Einige PionierInnen thematisierten in ihren Aussagen die Problematik der Abhängigkeit von speziellen Förderprogrammen und Förderperioden, damit verbundenen Auflagen oder von den Geldleistungen einzelner SponsorInnen.

„BL: Also ich merke schon diese finanzielle Abhängigkeit im Außen ist nicht lustig. Wir kennen alle die Projektarbeit mit Fördergebern, die mühsam ist und ob es das AMS als Fördergeber ist oder ob es das BMI als Fördergeber ist, es ist viel Aufwand, es ist viel Arbeit und es ist anstrengend.“ (Transkript L Hof 2014.12.09\_15.42\_01, Absatz 78)

Ein großer Gewinn wurde vereinzelt in verlässlichen Partnerschaften mit FördergeberInnen gesehen oder in gezielten Sach-, oder Dienstleistungen der Unternehmen.

„BE: Da gehört sie dahin und die Leiterin vom AMS, da haben wir wirklich einen guten Draht zu ihr und das funktioniert wirklich ganz super!“ (Transkript E-Hof 2014.11.03\_12.07\_01, Absatz 162)

In der Akquisition von SponsorInnen konnten zwei völlig unterschiedliche Haltungen festgestellt werden. Einerseits wurde das proaktive Zugehen mit einem Unterstützungsanliegen auf potentielle PartnerInnen als positiv und erfolgreich bewertet und andererseits die BittstellerInnenfunktion durchaus als Hürde beschrieben.

„BC: Wir brauchen ja auch Geld und ich bin damals zweitausendzwoölf auch zu, na ja, sagen wir es einmal so, einflussreichen Menschen gegangen. Ich habe mir einfach über die Sekretärinnen da Termine geben lassen. Ich bin hin und habe dort meine Vision vorgestellt. Sie waren dann immer erstaunt, weil ich keine Spende oder sonst etwas wollte. „Ich will nur wissen, ich will nur, dass Sie wissen, dass da etwas entsteht! Und jetzt zwei Jahre später bin ich wieder zum Herrn [Name anonymisiert], der ein Firmenkonsortium unter sich hat, gegangen und habe gesagt, ich habe ihm den aktuellen Stand des Projektes präsentiert und dann hat er gesagt: „Und was, was wollen Sie jetzt von mir?“ Dann habe ich gesagt: "Jetzt kann ich konkret sagen, ich brauche Sponsoren, und ich wollte Sie fragen, ob Sie bereit sind als Sponsor dieses Projektes tätig zu werden? Dann hat er gesagt: "Ja, natürlich!“ (Transkript C- Hof 2014.10.20\_14.51\_01, Absatz 24)

„BD: Nein, also wir haben nichts über Sponsoring, eigentlich nichts. Wir hätten am Anfang geglaubt, dass das leichter geht, aber ich bin nicht der Typ, der bettelt. Das mache ich nicht, das bin ich nicht!“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 172)

Einen weitaus selbstbewussteren Umgang formulierten einige PionierInnen im Umgang mit Förderstellen. Eine ausreichende Kontaktpflege wurde von manchen PionierInnen angestrebt oder das Bemühen formuliert, die eigene Arbeit an den Bedarf der Förderpraxis anzupassen, ebenso die Beteiligung an der Entwicklung von Förderprogrammen.

„BC: Ich war dann beim Arbeitsmarktservice unten in der Stadt und der Bereichsleiter hat mir zugesagt, (...), er möchte auch Partner des C-Hofes werden. (...) er sieht da kein Problem dabei für ein Projekt, also alles nur in Projektform, für ein Projekt eine Arbeitsgruppe zusammenzustellen von Langzeitarbeitslosen, die dann halt für eine gewisse Zeit am Hof arbeiten und da ein Projekt umsetzen.“ (Transkript C- Hof 2014.10.20\_14.51\_01, Absatz 120)

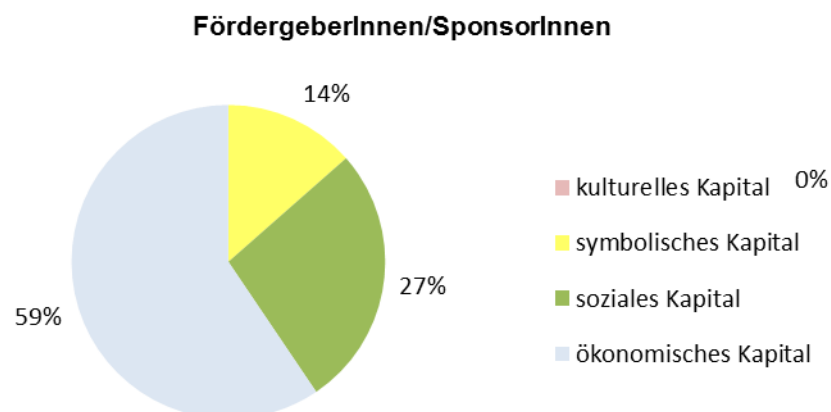


Abbildung 28: Kapitalvolumen FördergeberInnen/SponsorInnen

### 5.6.2.1 Darstellung der Nutzenbeiträge in den Kapitalfeldern

Beispiel für Nutzenbeitrag aus Sicht FörderpartnerIn:

Im Rahmen einer Fördervereinbarung wurden sogenannte Übergangsarbeitsplätze in der Initiative gefördert und im Zuge der vermittelnden und beratenden Tätigkeit für die Zielgruppen, geeignete und interessierte KlientInnen dem Hof zugewiesen. Im Rahmen der Projektbetreuung wurde die Initiative administrativ und vermittlungstechnisch unterstützt und in der Zusammenarbeit begleitet.

„BF: Wir sind in der Projektbesprechung dabei und bei der Konzeptbesprechung und sagen ganz einfach auch, wie wir das Projekt von der Vermittlung her, von den Zielgruppenpersonen bedienen können. Vereinbaren dann in welcher Richtung wir kooperieren, also wie, auf was wir schauen müssen, wenn die Personen zum E-Hof kommen. Ich unterstütze insofern, wenn sie mir wieder eine neue Preisliste schicken, gebe ich sie einmal im Haus weiter, wenn wer irgendetwas braucht (...), aber da unterstützen wir mit allem, was wir an Möglichkeiten haben, (...) und der E-Hof, ich glaube, das weiß die Pionierin, dass wenn Ziele oder Zahlen nicht so passen, in mir einen Mitstreiter hat, der halt dann auch argumentiert, warum das Projekt trotzdem notwendig ist, auch wenn sie nicht alle Zahlen in dem Umfang oder gut liefern, wie es vielleicht im Vertrag drinnen stehen soll oder steht.“ (Interview FördergeberIn 2015.02.17\_13.08\_01, Absatz 73)

Besonders wichtig war ein regelmäßiger Informationsfluss und diesen innerhalb der eigenen Organisation und im Austausch auch mit anderen Projekten oder Unternehmen in der Region zu fördern, um die Arbeit der PionierIn oder von anderen Projekten zu erleichtern und die Arbeit auch mit persönlichem Beistand zu stärken.

Dafür wurden auch Kontakte in eigenen Netzwerken aktiviert. Eine vernetzte Arbeitsweise wurde als wichtige und stärkende Kraft generell für den Umgang mit FörderpartnerInnen gesehen. Zudem wurde immer wieder versucht innerhalb der Förderrichtlinien Möglichkeiten auszuloten, um eine gute Förderpraxis zu leben und die Initiative auch mit flexiblen Lösungen für die Betreuungspraxis zu unterstützen.

„BF: Das haben wir uns, diesen Spielraum haben wir uns in der Förderrichtlinie herausgesucht, ja.

I:Herausinterpretiert.

BF: Und immer gut argumentiert!“ (Interview FördergeberIn 2015.02.17\_13.08\_01, Absatz 84 - 86)

**Kulturelles Kapital:** Es konnten vereinzelt Aussagen zu Leistungen im Bereich des kulturellen Kapitalfeldes gefunden werden, allerdings wurden keine AkteurInnen explizit diesem Kapitalfeld zugeordnet. Vereinzelt wurde das Wissen um die För-

derpraxis als Ressource angesprochen. Im Bereich von Sponsoring profitierten einige Unternehmen durch den Einsatz von Knowhow und fachlichen Kompetenzen.

Symbolisches Kapital: Der Rückschluss auf eine positive Außenresonanz aufgrund bestimmter Förderungen oder durch Sponsoring wurde explizit oder implizit von den meisten PionierInnen anerkannt. Das Image einflussreicher SponsorInnen wurde als hilfreich bei der Überzeugungsarbeit anderer UnterstützerInnen beschrieben. Zusätzlich wurden die Initiativen gegenüber anderen StakeholderInnengruppen, zum Beispiel gegenüber KlientInnen, positiv beworben.

Soziales Kapital: Förderstellen, die im Kontakt und Austausch mit den Zielgruppen standen, vermittelten KlientInnen. SponsorInnen aktivierten ihre Netzwerke und verschafften einzelnen PionierInnen Zugang zu Knowhow und Unterstützungsleistungen. Ein positiver Beziehungskontakt zu Förderstellen und SponsorInnen wurde in einzelnen Interviews als motivierend beschrieben.

Ökonomisches Kapital: Es wurde über den Zugang zu unterschiedlichen Förderöpfen Gelder für Innovationen und Investitionen, für ländliche Entwicklungsleistungen und für die Betreuung verschiedener Zielgruppen lukriert. Es wurden fallweise Patenschaften für Tiere, Sachleistungen in einzelnen Initiativen und Dienstleistungen kostenfrei zur Verfügung gestellt.

#### 5.6.2.2 *Nutzen für AkteurIn aus Sicht PionierInnen*

Das Erreichen der Zielvorgaben und das Einhalten der in den Verträgen vereinbarten Fördergrundlagen waren aus Sicht der PionierInnen wichtig. Das sichtbare Engagement und die Beteiligung an sozialen Initiativen wurden als Mehrwert für das eigene Unternehmen gesehen.

„BD: „Ich mache etwas, ich tue etwas und das Geld kriege ich nicht geschenkt, ich leiste ja etwas dafür!“ (Transkript D-Hof 2014.10.28\_11.40\_01, Absatz 172)

#### 5.6.2.3 *Persönlicher Nutzen für AkteurIn aus Sicht FördergeberIn*

Der Befragte erwartete sich, dass die von der regionalen Förderstelle vermittelten KlientInnen gut gefordert, aber auch gefördert werden und Fähigkeiten und Fertigkeiten der KlientInnen für eine erfolgreiche Teilnahme am Arbeitsmarkt geschult wurden. Als wichtig für die Selbsterhaltungsfähigkeit der Initiative, um den geforderten Eigenerwirtschaftungsanteil für die Weiterförderung zu erreichen, wurde vom Befragten auch eine gute Qualität und ein erfolgreicher Verkauf der Bio-Produkte, die unter Mithilfe der KlientInnen produziert wurden, angemerkt.

„BF: (...) und ich habe das Gefühl, also die arbeiten sehr engagiert auch die Leute

in der Projektleitung und auch die landwirtschaftliche Leitung und schauen halt, dass die Ihnen Anvertrauten, von uns geschickten Transitkräfte, da gut gefordert aber auch gut gefördert werden und ja gerade bei den behinderten Jugendlichen, weil das war eine Hauptzielgruppe, die vom Bundessozialamt vorher gefördert worden ist, haben sie Schulabgänger aus den sogenannten S-Klassen genommen und halt versucht in Alltagstätigkeiten zu schulen und wenn man sich die Produkte anschaut, die sie auch verkaufen,(...) sondern auch vom Biobauernhof (...) das sind gute Produkte.“ (Interview FördergeberIn 2015.02.17\_13.08\_01, Absatz 21)

Die Reintegration der KlientInnen und eine Steigerung ihrer Vermittlungschancen am Arbeitsmarkt standen im Fokus des Förderinteresses. Sie rechtfertigten den hohen Einsatz an Subventionen beim Aufbau der Initiative. Die Nische Biolandwirtschaft wurde gerade in der Arbeit mit behinderten Menschen und Personen, die unter psychischen Beeinträchtigungen litten, als ein guter Arbeitsplatz mit Möglichkeiten der sinnstiftenden Beschäftigung gesehen, vor allem aufgrund des vorhandenen Naturbezuges. Der Befragte formulierte auch eine persönliche Betroffenheit, die ihn zur Arbeit in diesem Bereich motivierte, um Menschen, die am Arbeitsmarkt schlechte Chancen hatten, zu helfen. Da sich aufgrund der Entwicklungen gerade am Arbeitsmarkt ein erhöhter Bedarf an geeigneten Angeboten für besonders schwache Zielgruppen abzeichnete, wurde zum Befragungszeitpunkt von KooperationspartnerInnen erwartet, dass diese ihre Angebote auch vermehrt an diesen Bedarf anpassten und ihr Beschäftigungsangebot im Bereich von Produkten und Dienstleistungen auf diese Bedürfnisse ausrichteten. Neben der Chance auf Beschäftigung von sehr schwachen und ressourcenarmen Personen wurde auch der Mehrwert für die Zielgruppe benannt an der Produktion von biologischen Produkten beteiligt zu sein und den Möglichkeiten der Gesundheitsförderung, die sich durch die Beschäftigung in und mit der Natur ergaben. Zielvorgaben des Bundes und des Landes waren an das Erreichen von Zahlen gebunden, die in den Förderverträgen festgehalten wurden.

„BF: Ja im Prinzip, als AMS, eine regionale Geschäftsstelle erwarte ich mir, dass die Kunden, die wir schicken so wenig wie möglich zu uns zurückkommen, sprich dass die Reintegrationsrate hoch ist, wissend dass das halt gerade bei der Zielgruppe mit Behinderungen noch schwieriger ist als bei Langzeitbeschäftigungslosen oder arbeitsmarktfernen Personen und dass die, die zurückkommen halt mit einer Verbesserung ihrer Vermittelbarkeit kommen. Die anderen Dinge, die natürlich im Fördervertrag drinnen stehen, Eigenerwirtschaftung und so weiter sind mir als Geschäftsstelle nicht das Wichtige, sind aber dafür wichtig, dass das Projekt auch lebt und quasi weitergefördert werden kann auf längere Sicht, weil das eben auch Parameter sind an denen die Projekte dann auch untereinander gemessen werden.“ (Interview FördergeberIn 2015.02.17\_13.08\_01, Absatz 23)

## 5.7 Sichtweisen der PionierInnen zum Thema Win-win

Win-win-Situationen herzustellen, um einen guten Nutzensausgleich im Netzwerk und für die eigene Initiative zu erreichen wurde von allen PionierInnen als erstrebenswert bestätigt oder stellte ein wünschenswertes Konstrukt für zukünftige Partnerschaften dar.

„BI: Ja, also dir soll es dienen, aber mir auch.“ (Transkript I-Hof 2014.11.18\_11.40\_01, Absatz 186)

Dabei wurde der Profit für die jeweilige Seite nicht unbedingt an einem finanziellen Mehrwert gemessen, sondern auch im erfolgreichen Austausch von symbolischen, kulturellem oder sozialem Kapital, beispielsweise an der Werbewirkung, am Austausch von Informationen oder in der Vermittlung wertvoller Kontakte festgemacht. Die überwiegende Mehrheit der PionierInnen konnte in ihren Netzwerken Win-win-Situationen benennen und identifizieren. Gerade in den Anfängen mussten allerdings Nutzen und Gewinnsaspekte gegenüber NetzwerkpartnerInnen besonders implementiert und hervorgehoben werden. Die BittstellerInnenposition wurde von einigen PionierInnen in der Kooperation eindrücklich ablehnend beurteilt, da der Mehrwert für alle Beteiligten als eindeutig ersichtlich eingeschätzt wurde. Insbesondere profitierten aus Sicht der meisten PionierInnen die angesprochenen Zielgruppen, also KlientInnen und die Regionen, in der die Initiativen ihre sozialen Landschaften entwickelten. Der Gewinn für die Region lag in einer eindeutigen Steigerung der Attraktivität für AnsprechpartnerInnen, in der Erhaltung des Hofes und der Landwirtschaft, durch Stärkung der regionalen Wertschöpfung, im Einbinden lokaler PartnerInnen und Unternehmen, dem Schaffen von Arbeitsplätzen und oder Wohnraum, dem Angebot sozialer Dienstleistungen und von Produkten, die einen regionalen, saisonalen und biologischen Mehrwert generierten.

„BJ: Also aus meiner Sicht gibt es diese Win-win-Situation auf alle Fälle. Für uns ganz persönlich, gibt es sie natürlich. Es wird ein Gewinn sein an Lebensqualität, es wird ein Gewinn sein an sinnstiftender Betätigung im Leben, es wird ein Gewinn sein etwas beizutragen, nicht der österreichischen Jammermentalität nachzugeben, sondern echt etwas zu tun und da einfach unseren Beitrag zu leisten für ein besseres Miteinander oder einfach auch einen Beitrag zu leisten für die Region, und ich denke da ist die große Win-Situation.“ (Transkript J-Hof 2014.12.03\_15.55\_01, Absatz 29)

Die Zufriedenheit der beteiligten AkteurInnen wurde von allen Initiativen als sehr wichtig für den eigenen Erfolg bewertet und im Sinne der Reziprozität gefördert. Einige PionierInnen sahen eine positive Resonanz ihrer AkteurInnen bereits durch die Beteiligung am Netzwerk gegeben.

„BA: Ja, ich habe schon das Gefühl, dass die alle profitieren, weil sonst wären sie nicht weiter im Netzwerk.“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 146)

Ein höherer Nutzen der PionierInnen konnte in Einzelfällen allerdings nicht bestätigt werden. Hier wurde der Mehrwert vorwiegend den NetzwerkpartnerInnen zugeordnet und vor allem der Nutzen für die eigene Initiative, insbesondere der ökonomische Ausgleich im Rahmen von erhöhten Betreuungsleistungen für KlientInnen als mangelhaft dargestellt. Auch im Bereich der Interessensvertretungen wurde Kritik an der Unterstützungsleistung von KooperationspartnerInnen angemerkt. Kritisch hinterfragt wurden Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft, wo eine reine Vermietung oder Verpachtung ohne aktives Mitwirken von LandwirtInnen gefördert wurden.

Als große Herausforderung wurde im Einzelfall die Implementierung bestimmter „unattraktiver“ Zielgruppen als Gewinnfaktor in der Zusammenarbeit gesehen. Die Initiative beschrieb in diesem Zusammenhang auch ihre Schwierigkeiten hinsichtlich der Suche nach einer geeigneten Kooperation mit dem landwirtschaftlichen Bereich.

„BL: Wenn man mit der richtigen Zielgruppe arbeitet, gerne. Aber meine Erfahrung aus den letzten drei Jahren ist, mit Asylwerbern hat niemand eine Win-win-Situation. (...), es verbrennt sich jeder die Finger, der dieses Thema angreift. Jeder der im außen ist und nicht offiziell mit dieser Klientel arbeitet!“ (Transkript L Hof 2014.12.09\_15.42\_01, Absatz 34)

## **5.8 Nutzen durch Sinnfindung**

Dass Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft im Sinne von Frankl als eine Quelle für Sinnerleben durch die Verwirklichung von Werten dienen können zeigte folgende Aussage. Sie beschrieb alle drei Wertekategorien, die Frankl unter schöpferische Werten, Erlebnis- und Einstellungswerten zusammenfasste. Sinn verwirklichte sich demnach im Denken, Erleben und Handeln, durch das Setzen von Aktivitäten.

„BC: Es gibt immer mehr Menschen, die jetzt auch wirklich etwas Gutes tun wollen. Die Zeit ist jetzt so, das habe ich schon gespürt, das habe ich vor Jahren gespürt, dass das jetzt etwas wird. Dieses soziale Denken kommt jetzt immer mehr, auch das grüne Denken kommt immer mehr und die Menschen wollen wirklich wieder etwas tun. Also das höchste Ziel ist jetzt schon bald nicht mehr auf Gran Canaria zu überwintern, sondern etwas noch, etwas Sinnvolles zu tun und es gibt immer mehr Senioren, die gut beieinander sind. Also ich gebe jedem Gemeinde-Pensionisten die Möglichkeit sein Wissen, sein Können und seine Energie dort auf dem Hof einzu-

bringen, also da frage ich und wenn ich jeden einzeln fragen muss, aber das mache ich, das mache ich und dann haben die auch etwas, dann können die auch noch etwas Sinnvolles machen. Und der reiche Mensch, der sich alles leisten kann, der kann auch noch einmal etwas machen, wo er sagt, jetzt habe ich wirklich etwas Gutes getan.“ (Transkript C- Hof 2014.10.20\_14.51\_01, Absatz 26)

Diese im weiteren auch salutogene Sichtweise wurde von den AkteurInnen als von den Initiativen vermittelte Werte bestätigt, beispielsweise durch Möglichkeiten der Beteiligung, der sozialen Unterstützung und das Erleben von Sinnhaftigkeit im Engagement für andere.

„BW: Sinn gibt es für mich. Es gibt Dinge, die Sinn ergeben, das sind einerseits Dinge, die für einen persönlich wichtig sind und Sinn (...) ergeben Dinge, oder Handlungen, oder Engagement ergibt Sinn, wenn dadurch etwas entsteht, das für alle oder für den größeren Teil, weil es wird nicht immer für alle möglich sein, für den größeren Teil der Gesellschaft eine Verbesserung mit sich bringt, wobei aber das nie zu Lasten des einzelnen Individuums gehen darf oder soll. Und Sinn ergibt es, wenn viele zusammenarbeiten und dadurch für viele eine Verbesserung entsteht, und wenn einzelne vielleicht sogar auf etwas verzichten, um dem Ganzen noch mehr Chance zu geben, das ist Sinn für mich. (Interview FinanzierungspartnerIn 2015.02.04\_09.55\_01, Absatz 35)

Dieser Nutzen durch Sinnfindung ließ sich in folgenden sechs Sinnkategorien zusammenfassen, die im perspektivischen Wechsel zwischen PionierInnen und ihren StakeholderInnen dargestellt werden.

### 5.8.1 Sinn der Unternehmensidee

Sichtweise PionierInnen:

„BI: Ja ich finde, dass es eine sehr sinnhafte Tätigkeit ist und viele Menschen sind heutzutage auf der Suche nach Sinn, und ich glaube wir am Bauernhof haben da ganz große Sinnressourcen, wenn wir sie selbst erkennen!“ (Transkript I-Hof 2014.11.18\_11.40\_01, Absatz 226.)

Einige PionierInnen entwickelten aus einer persönlichen Betroffenheit heraus, oder aus einem Mangel, den sie gesellschaftlich verspürten, ihre Visionen, Ziele und Ideen für die Realisierung ihrer Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft. In diesem Zusammenhang wurde auch das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung im Einzelfall angesprochen oder der Wunsch nach einem sinnerfüllten Leben. Dabei war es einigen PionierInnen wichtig die eigenen Sinnvorstellungen zu überprüfen und aktiv in ihren Netzwerken nachzufragen, ob diese auch geteilt wurden oder es wurden Vorbilder gesucht, um hineinzuspüren, ob das auch der richtige Weg war. Für viele der PionierInnen war bedeutsam, dass der eigene Unternehmenssinn

auch von den NetzwerkpartnerInnen positiv bewertet wurde und Wertehaltungen mit den eigenen Vorstellungen harmonierten und sich in Produkten und Dienstleistungen widerspiegelten.

Sinnvorstellungen wurden im Einzelfall auch von außen an den Hof herangetragen und eine Unternehmensidee daraus entwickelt. Positiv bestärkt fühlten sich die meisten PionierInnen durch den Austausch mit Gleichgesinnten.

„BJ: Die "brennen" genau. Also (...) da geht es wirklich um das ideelle Brennen (...) Und bei der lokalen Bank ist es wirklich immer mehr auch wirklich ein „Brennen für die Sache“ und motiviert zu werden andere Wege zu beschreiten, auch hier ganz lokal.“ (Transkript J-Hof 2014.12.03\_15.55\_01, Absatz124)

Sichtweise AkteurInnen:

Die Ziele und Wertvorstellungen der Initiative schafften einen ideellen Sinn, der als Möglichkeit gesehen wurde gesellschaftlich ein Vorbild zu sein und als Chance eben daran sich zu beteiligen.

„BP:(...) Ich glaube, es macht das Ganze einfach einen Sinn! Und zwar vor allem deswegen weil ich beobachte, dass also unsere Gesellschaft eigentlich immer mehr auf, ich sage jetzt einmal auf so zählbare Erfolge und (...) finanziellen Erfolg aus ist, dass trotz vielfältiger Bemühungen von verschiedensten Seiten, ich glaube, unsere Gesellschaft immer kälter wird, und deswegen macht es Sinn für die Leute, die dort betreut werden, für die Leute im Umfeld und für die Leute, die also da in dieses, aber das wird jetzt schon fast ein bisschen philosophisch, in dieses Projekt auch nur am Rande eingebunden werden.“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 41)

Die eigenen Sinnvorstellungen und Werte konnten darin verwirklicht werden, zum Beispiel durch die Verbindung landwirtschaftlicher Aspekte mit sozialem Engagement. Einzelne AkteurInnen hatten auch persönliche Erlebnisse oder konnten sich, aus einer persönlichen Betroffenheit heraus, den sinnstiftenden Ideen anschließen. Die eigene Arbeit wurde auch vom persönlichen Engagement motiviert, Menschen die von einer Problemlage betroffen waren zu helfen und das konnte mit diesen Initiativen erreicht werden. Unterstützungsleistungen waren nicht immer an einen materiellen Nutzen geknüpft sondern auch, die Vision wurde mitgetragen und die Hoffnung, dass die Idee selbst sich durchsetzen würde.

„BP: Also ich erwarte mir jetzt nicht irgendwie (...) einen zählbaren Erfolg für die Gemeinde,(...), das ist also da gar nicht der Hintergrund, der Unterstützung, sondern man will einfach, dass das funktioniert, weil es, glaube ich, eine tolle Sache ist.“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 37)

### 5.8.2 Sinnstiftende Produkte und Dienstleistungen

Sichtweise PionierInnen:

Einige PionierInnen sahen einen zusätzlichen Gewinn ihrer Initiativen im Angebot sinnstiftender Betätigung, sei es für sie selbst, oder für die angesprochenen Zielgruppen oder für andere StakeholderInnen. Menschen, die etwas verändern oder beitragen wollten, wurden verschiedenste Möglichkeiten angeboten sich zu engagieren und mitzuarbeiten. Durch die Öffnung der Landwirtschaft für betroffene KlientInnen sollte Menschen neuer Lebenssinn vermittelt werden, indem sie durch das Einbinden in eine Gemeinschaft und dem Angebot von Tätigkeiten im landwirtschaftlichen Umfeld, sich als wertvoll und nützlich erfahren konnten.

Sichtweise AkteurInnen:

„BF: In Verbindung mit dem E-Hof würde ich einmal sagen, geht es für mich in die Richtung, die Tätigkeit, wo man auch merkt, dass etwas wächst. Ich tue selber gerne gärtnern, ein bisschen im Garten, das ist einmal schon sinnstiftend, wenn man erkennt, man macht etwas, es entsteht etwas, man wir auch manchmal Irrwege haben oder dass der Hagel oder anderen Naturkatastrophen was wieder vernichten, aber man sieht wahrscheinlich auch darin einmal einen Sinn. Mit meiner Arbeit, gerade in meiner Tätigkeit oder Position, als Abteilungsleiter und Leitungsstellvertreter gibt es manche Tätigkeiten, die vielleicht auch Sinn machen, aber eben nicht direkt dann bei einem Projekt oder bei unseren Mitarbeitern so sichtbar sind.“ (Interview FördergeberIn 2015.02.17\_13.08\_01, Absatz 49)

Aus Sicht der AkteurInnen bot die Initiative sowohl für sie selbst als auch für die KlientInnen einen Arbeitsplatz und Möglichkeiten der sinnvollen Beschäftigung durch die Verbindung mit der Natur. Die KlientInnen wurden an der Herstellung und dem Verkauf nützlicher Produkte und Dienstleistungen beteiligt und profitierten durch das Eingebundensein in einen natürlichen Kreislauf und in eine Gemeinschaft.

Produkte wurden als wertvoll für andere eingeschätzt, weil sie regional, saisonal, biologisch und sozial produziert wurden. Dadurch kamen auch Menschen, die am Rande der Gesellschaft lebten, mit gesunden Lebensmitteln in Verbindung und profitierten von der Auseinandersetzung mit dem Thema. Die Arbeit in und mit der Natur wurde als hilfreich in bestimmten Lebenssituationen oder im Umgang mit Lebensproblemen gesehen und als Möglichkeit die Wirkung der Arbeit unmittelbar zu erfahren.

„BK: Die Arbeit an sich motiviert mich, weil mir das einfach gefällt, was ich da machen kann. Es ist eine super Arbeit. Ich finde das toll, wenn ich Sachen herstellen kann, über die sich dann andere Leute freuen, zum Beispiel, das ist so mein Antrieb.“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 67)

Insbesondere die Anbindung an die Landwirtschaft, der Kontakt mit Tieren und zu anderen Menschen zeichnete die Initiativen aus und förderten das Erleben sich als wertvoller Teil einer Gemeinschaft zu begreifen.

„BK:(...) Ja dass man viel Spaß hat und dass es eigentlich sehr familiär zugeht und das ist schon super, das hat man nicht in jedem Betrieb so! Überhaupt, ich kenne das vom Lutz, da ist es genau das Gegenteil. Da ist man halt einfach eine Nummer und da ist das halt sehr familiär und das ist schon super!“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 51)

„BK: Ja, wie gesagt, dass das halt familiär ist, das ist was Besonderes für mich, dass alle zusammenhelfen und dass eine Gemeinschaft ist einfach!“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 129)

### 5.8.3 „Etwas bewirken können“

Sichtweise PionierInnen:

„BA: Wenn man eine Vision hat, wenn man das alles umsetzt und dann das Ergebnis sieht.“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 208)

Von einigen PionierInnen angesprochen wurden die positive Wirkung der Natur, von Pflanzen und Tieren und der nonverbale Mehrwert den Soziale Landwirtschaften vermitteln. Zu sehen, dass die eigene Arbeit wirkte und mit sehr wenig sehr vieles bewegt werden konnte, dass brachte positive Sinnerfahrungen. Einzelne PionierInnen fühlten sich motiviert, wenn sie das Ergebnis ihrer Visionen betrachteten und gesteckte Ziele erreichten. Erfolgserlebnisse von KlientInnen bestärkten einige in ihrer Arbeit.

Sichtweise AkteurInnen:

„BM: Auf alle Fälle, dass es Sinn macht. Meine Arbeit macht Sinn, das glaube ich, davon bin ich überzeugt! Und ich glaube auch, dass es in gewissen Bereichen auch sinngemäß ist für die Klientinnen und Klienten mit denen ich arbeite.“ (Transkript MitarbeiterIn 2015.01.06\_17.26\_01, Absatz 95)

Etwas Positives für andere bewirken zu können wurde auch als starker Motivationsfaktor von den AkteurInnen beschrieben. Abgelesen werden konnte das an sichtbaren Erfolgen in der eigenen Arbeit oder durch von außen beobachtete Erfolge, insbesondere wenn KlientInnen für sich selbst erfolgreiche Schritte setzen konnten oder sich entwickelten, oder wenn der eigene Arbeitsbeitrag sich als wertvoll und nützlich erwies.

Indirektes Wirken durch das zwar aktive Unterstützen der wertvollen Unternehmensziele der PionierInnen, aber indirekt beitragen zu können, dass darüber wert-

volle Wirkungen für andere entstehen wurde ebenfalls als positiv und motivierend beschrieben.

„BP: Und dann natürlich also auch die Möglichkeit der Therapie auf solchen Bauernhöfen und da bin ich also jetzt zum Beispiel also bei der Behindertenbetreuung, der Therapie also durch verschiedenste Tiere. Man weiß ja das von der Reittherapie, wie gut die auf Menschen wirkt, aber es ist nicht nur die Reittherapie, sondern es ist auch der Kontakt, der Kontakt mit der Natur und mit den Tieren.“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 5)

#### 5.8.4 „Etwas Gutes tun“

Sichtweise PionierInnen:

„BC: Wenn ich jemandem helfen kann, dann helfe ich. Ich will ja nicht Gewinn machen oder sonst etwas, aber ich will jemandem helfen und das lasse ich mir nicht verbieten.“ (Transkript C- Hof 2014.10.20\_14.51\_01, Absatz 287)

Der Nutzen für die PionierInnen selbst und einige ihrer NetzwerkpartnerInnen wurde auch in einem ideellen Sinnengewinn mit der Möglichkeit zum Engagement für eine gute Sache gesehen. Der Gesellschaft sollte ein wirklicher Dienst erwiesen werden.

Sichtweise AkteurInnen:

„BK: Ja es gibt sicher einen Sinn. Es wird vielen Leuten geholfen da. Man wird auch nicht einfach stehen gelassen da, es geht ja dann auch weiter und man wird auch dann, es wird einem einfach geholfen, dass man dann wieder zurückfindet in das normale Arbeitsleben oder was immer man auch machen will, ob man jetzt ein Studium macht oder weiter arbeiten gehen will.“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 127)

Die einzelnen AkteurInnen setzten etwas „Gutes tun“ stark mit sozialen Motiven in Verbindung. Beispielweise war es aus der Sicht der Mitarbeiterin besonders wichtig ihren KlientInnen eine schöne Zeit am Hof zu bereiten und ihnen den Wert der Natur als positive Ressource zu vermitteln. Aus KlientInnenperspektive bedeutete das wiederum gute Erfahrungen zu machen, sich bei der Lösung von Problemen unterstützt zu fühlen und als Teil einer Gemeinschaft zu erleben. Aus Sicht der FörderpartnerIn wurde Sinn dort angesiedelt, wo es gelang sinnvolle Perspektiven für Personen am Arbeitsmarkt zu eröffnen.

„BF: Wir sind viel näher an den Personen und Sinn ist für uns, vielmehr dort angesiedelt, wo wir den Personen etwas Gutes tun können in Richtung Vermittelbarkeit (...) durch Förderung oder Beratung und zur Weitervermittlung.“ (Interview FördergeberIn 2015.02.17\_13.08\_01, Absatz 49)

Als sinngebend wurden Handlungen von Menschen oder uneigennütziges Engagement beschrieben, die unter Verzicht auf eigene Vorteile zu gesellschaftlichen Verbesserungen beitrugen und für den größeren Teil der Gesellschaft einen positiven Mehrwert bewirkten.

#### 5.8.5 Anerkennung und Wertschätzung

Sichtweise PionierInnen:

PionierInnen profitierten von der Wertschätzung und Anerkennung, die sie in der eigenen Arbeit von Seiten der KlientInnen und anderen AkteurInnen erfuhren. Als besonders wichtig hervorgehoben wurde auch die Zufriedenheit der eigenen Tiere.

„BG: Ja würde ich sogar sagen für die emotionale Unterstützung Angehörige von Bewohnern, die eben mit ihrer Zufriedenheit, dann schon wieder motivieren und mit einer Dankbarkeit, wo man sagt: „Ja das bestärkt!“ (...) dass man in die Richtung weiterarbeitet, wenn die so zufrieden sind.“ (Transkript G-Hof 2014.11.11\_15.01\_01, Absatz 82)

Sichtweise AkteurInnen:

„BP: Ich glaube, sie haben ein Erfolgserlebnis, weil sie sich einfach gut fühlen. Also, ich glaube, wenn heute da zum Beispiel ein Verein (...) einmal in der Woche, einmal im Monat mitarbeitet, oder Leute aus dem Verein da mitarbeiten, die fühlen sich gut dann (...) so für die Herzensbildung einer Gemeinde oder einer Gemeinschaft ist so ein Projekt, glaube ich, sehr von Vorteil (...), ja das wäre eigentlich so ein Sinn!“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 41)

Die Initiativen boten vielfältige Möglichkeiten um sich, die eigene Arbeit oder das eigene Engagement als wertvoll zu erleben. Ein respektvoller Umgang in den Initiativen wurde als besonders wichtig angemerkt um wertvolle Erfahrungen auf Beziehungsebene machen zu können. Beispielsweise erhielten KlientInnen unmittelbare und bestärkende Rückmeldungen vom betreuenden Umfeld oder von KundInnen und AuftraggeberInnen. Das betreuende Personal wiederum wurde bestätigt durch das sich zum Positiven verändernde Verhalten von KlientInnen.

Anerkennung lag auch in einem guten und sich gegenseitig wertschätzenden Beziehungsaufbau zu Menschen, die ein Handicap hatten und einer guten Erfahrung gegenseitigen Gebens und Nehmens. Gemeinschaftswerte wurden gestärkt.

„I: Was wünschst du dir für den E-Hof?

BK: Dass es ihn noch lange gibt!

I:Dass es ihn noch lange gibt?

BK: (...) dass er noch lange gefördert wird, dass er noch vielen Leuten helfen kann, und dass es weiterhin so gut funktioniert, wie es bis jetzt funktioniert hat!“ (Transkript KlientIn 2015.02.13\_10.06\_01, Absatz 166 - 169)

### 5.8.6 Sinnverlust aus Sicht der AkteurInnen

Situationen, die mit einem Sinnverlust in der Arbeit und im Leben gekoppelt waren, wurden von den AkteurInnen ebenfalls thematisiert, insbesondere der Verlust von Arbeit oder Beschäftigung aufgrund von Schicksalsschlägen oder Pensionierung und den damit einhergehenden Einschränkungen von schöpferischen Werten. Erlebniswerte, die sich durch die damit verbundene Isolation und Einsamkeit verstärken konnten und die Schwierigkeit im Umgang mit damit verbundenen Herausforderungen eine geeignete Lebenseinstellung zu entwickeln, wurden ebenfalls angesprochen.

„BP: Als Beispiel, was jetzt nicht unbedingt mit dem Pionier C zusammenhängt, aber nur als Beispiel, was ich damit meine: Seniorenbetreuung! Es gibt also Seniorinnen und Senioren, die das einfach nicht können ihren Lebensabend in einem Altenwohnheim verbringen, weil (...) das von ihrem Lebenslauf, wäre das für sie ein fürchterlicher, wirklich ich sage es so wie es ist, ein fürchterlicher Einschnitt, sondern dass sie also in ihrem Ruhestand dann auch noch ein bisschen unruhig sein dürfen und eben auf einem Bauernhof also entsprechenden Tätigkeiten, solange es geht auch nachgehen können. Man hat früher geglaubt, also der hat sein ganzes Leben gearbeitet und jetzt soll er es schön haben und ruhig haben und die Hände in den Schoß legen. Die Leute scheitern da daran. Das nur so als Beispiel für eine Green Care Geschichte.“ (Interview Bürgermeister 2015.01.22\_08.19\_01, Absatz 5)

Dass Sinn hier aber nicht von außen verordnet werden kann, sondern von jedem einzelnen gefunden werden muss, das benannten die AkteurInnen dort, wo sie in Bezug auf eigene Ziele und Sinnvorstellungen mit den Zielen und Sinnvorstellungen von anderen differierten.

„BM: (...) sinnstiftend vielleicht auch insofern, dass ich mir denke, (...) dass der Bezug zur Natur an sich hilfreich sein kann für gewisse Lebensprobleme oder für gewisse Lebenssituationen in denen sich die Menschen befinden, es (...) quasi so ein (...) Feedback auch geben kann, und (...) dadurch, dass ich einen sehr starken Naturbezug habe, vielleicht überfordert man die Leute auch oft damit, dass die da total weg, fern sind, dass die da einfach viel langsamer hingeführt werden müssten.“ (Transkript MitarbeiterIn 2015.01.06\_17.26\_01, Absatz 27)

„BF: (...) ja manche Kontrolltätigkeiten, da kann man darüber streiten, ob sie notwendig sind. Also es ist sicher nicht alles, aus meiner Sicht, was Sinn macht, aber ich muss mich auch danach richten, was für andere wichtig ist.“ (Interview FördergeberIn 2015.02.17\_13.08\_01, Absatz 49).

Sinnkonflikte entstanden dort, wo Zielvorgaben, die von außen durch andere Interessengruppen an die AkteurInnen herangetragen wurden und nicht nachvollziehbar, also aus salutogener Perspektive "nicht verstehbar" waren und sich nur schwer mit eigenen Vorstellungen und Werten deckten.

### **5.9 Potential von Kooperation und Vernetzung aus Sicht der PionierInnen**

In den Aussagen der PionierInnen fanden sich ausschließlich Argumentationen für eine proaktive Haltung in der Vernetzung mit SystempartnerInnen und Verantwortlichen im Kontext Sozialer Landwirtschaften. Dabei umfasste die Netzwerkarbeit den Aufbau, die Erweiterung, Pflege und Weiterentwicklung verbindlicher Kontakte, um ein gelingendes Arbeiten im Sinne der jeweiligen Zielsetzungen und für die betreuten Zielgruppen zu ermöglichen. Die Bündelung vorhandener regionaler Kompetenzen, das Einbinden von AkteurInnen, die sich wesentlich mit den genannten Zielgruppen befassen und das Einbinden von NetzwerkpartnerInnen im landwirtschaftlichen Bereich wurden als wesentliche Aufgaben in der Entwicklung der Initiativen und Koordination von Kontakten genannt. Dabei wurde von einigen PionierInnen die Bedeutung verlässlicher Strukturen und von verbindlichen AnsprechpartnerInnen angemerkt. Als Basis für eine gute Zusammenarbeit mit und den Aufbau von anderen Netzwerken wurde vielfach das eigene tragende Netzwerk in der Region oder eine gelingende Kooperation innerhalb der Gründungspartnerschaften genannt. Als eine wichtige Aufgabe und um dem eigenen Vorhaben Konturen zu verleihen wurde das Herausarbeiten von Vorteilen und Nutzen der Initiativen für die zu beteiligenden AkteurInnen genannt. Deutlich wurde, dass Netzwerkarbeit einen hohen Grad an Zeitaufwand und strategischer Kommunikationsarbeit erforderte. Da sich die Netzwerke von den PionierInnen als sehr dicht und vielfältig darstellten und Kontakte gepflegt werden wollten, um sie lebendig und motiviert zu halten, wurden verschiedenste Aktivitäten von einzelnen PionierInnen gesetzt, um über die eigene Arbeitsweise und Zielsetzungen aufzuklären und über Wirken und Werken zu informieren. Der persönliche Kontakt und das Kennenlernen der Höfe wurden dabei als nachhaltigste Ressource hervorgehoben. Besonders wichtig in der Zusammenarbeit waren einigen PionierInnen die Werthaltungen ihrer NetzwerkpartnerInnen, sowie ihre Einstellungen gegenüber den betreuten Zielgruppen oder Produkten. Ein Agieren im Sinne des Hofes wurde allgemein als wertvoller Beitrag für den Erfolg formuliert. Die Netzwerkarbeit der VorreiterInnen unter den befragten PionierInnen wurde durchwegs als mühsam und mit erheblichen Reibungsverlusten zu Lasten der eigenen Person beschrie-

ben. Jüngere Generationen profitierten von den bereits vorhandenen Erfahrungen und mittlerweile geschaffenen Vernetzungsstrukturen oder Interessenspartnerschaften. Auch die Bedeutung und Kontaktintensität innerhalb von Netzwerken und zu einzelnen PartnerInnen wurde als variabel und dynamisch beschrieben und je nach Projektentwicklungsstadium unterschiedlich bewertet. Im Einzelfall wurde auch ein Zwang sich an bestimmten Netzwerken beteiligen zu müssen eingebracht. Die Vernetzungsinteressen der PionierInnen zusammengefasst lagen vorwiegend im Austausch von Wissen und Informationen, im Lobbying der eigenen Arbeit, im interessensbezogenen Kontakt zu Gleichgesinnten, in der Positionierung gegenüber FinanzierungspartnerInnen und im Rahmen der Qualitätssicherung von Angeboten und Initiativen.

„BJ: Da haben wir echt ein breites Netzwerk aufgebaut und es erfüllt mich einfach auch mit ganz viel Dankbarkeit, dass es das Team vom Hof gibt, aber auch unsere wichtigen, unsere wichtigsten Netzwerkpartner, sage ich einmal und dass das aber in sich auch schon wieder ein Team ist, also dass es da auch wirklich gemeinsame Ziele und gemeinsame Wege gibt und auf der anderen Seite schaue ich es so an und ich denke mir: Puuh! Na, ja es gehört auch gut gepflegt und das ist schon ein Aufwand für uns auch.“ (Transkript J-Hof 2014.12.03\_15.55\_01, Absatz 126)

### 5.9.1 Bewertung der Methode zur Datenerhebung

Die angewandte Methode der qualitativen Netzwerkkartenanalyse wurde von der überwiegenden Mehrzahl der PionierInnen hinsichtlich der Möglichkeit zur Visualisierung des eigenen Netzwerkes positiv bewertet. In den Aussagen dazu wurden die Übersicht über Zusammenspiel und Bedeutung von Netzwerkkontakten, das Sichtbarmachen von Ressourcen und Mängeln und die Möglichkeit das innere Erleben zum Ausdruck zu bringen als hilfreich beschrieben.

„BI: Mit der Methode ist es mir sehr gut gegangen. Am Anfang war ich ein bisschen, also war es für mich nicht ganz klar, aber je länger wir gearbeitet haben desto klarer ist es für mich geworden und ist jetzt ein schönes Bild für mich und auch es zeigt mir eigentlich sehr konkret, ja, wohin die Reise gehen soll und was da noch zu tun ist, speziell auch in diesem Bereich. Und ja wie toll das ist mein Netzwerk! Finde ich schon, mir gefällt es, und mir geht es super jetzt, weil ich bin, muss ich sagen, ich bin stolz auf mich, dass ich das ins Leben bringe, also richtig auf den Boden. Das macht mich stolz.“ (Transkript I-Hof 2014.11.18\_11.40\_01, Absatz 254)

Eine PionierIn meldete ein unbefriedigendes Gefühl zurück und Schwierigkeiten bei der Zuordnung. Die Zuordnung zum jeweiligen Kapitalfeld stellte eine Herausforderung dar, weil NetzwerkpartnerInnen oft verschiedene Nutzenbeiträge lieferten und dadurch die Gewichtung erschwert wurde. Als nützlich in dieser Situation

wurden die der Netzwerkkarte beiliegenden Hilfskarten genannt, mit einer Visualisierung und Beispielen zur jeweiligen Kapitalsorte. Der innere Kreis wurde in einem Fall als zu klein beschrieben für die darin einzuordnenden StakeholderInnen, aber nicht weiter beeinträchtigend für die tatsächliche Wahrnehmung. Während der Zuordnung fiel auf, dass in der Retrospektive sich Positionen im Netzwerk auch verändern und vieles zu unterschiedlichen Zeiten auch als unterschiedlich wichtig wahrgenommen wurde. Bei der abschließenden Beurteilung des Netzwerkes äußerten einige PionierInnen, sehr wohl das vorhandene Potential zu erkennen, aber Management und die arbeitsintensive Kontaktpflege zu den jeweiligen NetzwerkpartnerInnen wurden auch als zeitliche Überforderung beschrieben.

### 5.9.2 Ergebnisse StakeholderInnenauswahl

„BA: Nein, nein im Gegenteil. Also von mir aus könntest du noch viel mehr befragen (lacht). Nein, ganz im Gegenteil. Also ich würde gerne wissen, wie die das sehen, weil ich da ganz viel Potential sehe, um noch einhaken zu können, um noch (...), um vielleicht auch Missverständnisse aufzuklären, ja!“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 248)

Die überwiegende Mehrheit der befragten PionierInnen zeigte eine große Bereitschaft einer weiteren Befragung von ausgewählten StakeholderInnen im eigenen Netzwerk zuzustimmen. Nur ein einziger Pionierbetrieb wollte keine weiteren Kontakte preisgeben. Das StakeholderInneninterview wurde als eine Möglichkeit erkannt, die eigenen Vorstellungen über die Zusammenarbeit zu überprüfen, Erwartungshaltungen abzuklären, mögliche Missverständnisse auszuräumen, oder Ideen für die eigene Arbeit zu erhalten und als Chance, die eigene Arbeitspraxis zu verbessern. Einzelne PionierInnen sahen darin auch eine Möglichkeit Antworten auf Veränderungen im Kontaktverhalten und in der Beziehung zu ihren NetzwerkpartnerInnen zu erfragen, beziehungsweise das Interview als eine Art positive Kontaktpflege zu nutzen, oder legten Wert auf eine transparente Vorgangsweise beim Herstellen des Kontaktes zwischen Interviewerin und StakeholderIn.

Auffallend ist, dass mehr als die Hälfte der PionierInnen Interesse zeigte an einer Befragung von Gemeinde und insbesondere von den zuständigen BürgermeisterInnen.

„BA: Es würde mich natürlich echt interessieren, wie die Gemeinde das sieht.“ (Transkript A-Hof 2014.09.02\_16.32\_01, Absatz 232)

Weitere Empfehlungen für Interviews wurden vorwiegend für externe StakeholderInnen abgegeben. Es wurden auch InterviewpartnerInnen genannt, die besonders interessante Aspekte zum Thema der Forschung beitragen könnten, zum Beispiel eine feministische Perspektive auf „Frauen als Pionierinnen“.

## 6 DISKUSSION

„Das Wiederfinden dessen, was der Mensch in die Dinge gesteckt hat, heißt sich Wissenschaft.“ (Nietzsche o.J., zitiert nach Drosdowski 1993, S. 780)

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen die Kooperationslandschaft mit ihren relevanten AkteurInnen. Sie verdeutlichen die Wirkung wechselseitiger Nutzenbeziehungen im Netzwerk von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft und sammeln das vorhandene Potential an ökonomischen, kulturellen, sozialen und symbolischen Ressourcen. Sie beleuchten den Nutzen durch Sinnfindung als eine Chance und als Mehrwert von gelingender Zusammenarbeit im Feld von Sozialen Landwirtschaften.

### 6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse Hypothese 1

Die drei Forschungsfragen zu Hypothese 1 lauteten:

1. Wer sind die für die Zielsetzung von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft relevanten AkteurInnen?
2. Welchen Beitrag leisten diese einzelnen AkteurInnen (ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital)? Sprich, wie ist ihre Qualität (Form) des Netzwerkkontaktes – z.B.: Geld, Produkte, Image, Lösung relevanter Probleme, Arbeitsstelle, Information, Kontakte, zusätzliche Ressourcen?
3. Welchen Nutzen haben die einzelnen KooperationspartnerInnen, AkteurInnen?

Es wurden insgesamt 351 verschiedene AkteurInnen, im Durchschnitt 29,5 einzelne Personen oder Gruppen pro Netzwerk identifiziert und siebzehn verschiedene StakeholderInnengruppen erfasst. Die meisten AkteurInnen bewegten sich im kulturellen (155), sozialen(152) und ökonomischen(145) Kapitalfeld. Deutlich weniger AkteurInnen wurden im symbolischen Kapitalfeld (107) eingereicht. Der Einfluss der AkteurInnen im sozialen Kapitalfeld (29%) lag vor jenen im kulturellen Kapitalfeld mit 27%, gefolgt vom ökonomischen Kapitalfeld mit 26% Gewichtung. Die Bedeutung der AkteurInnen im symbolischen Kapitalbereich wurde mit 18% gezählt, hier wurden auch die wenigsten AkteurInnen angeführt.

In der Gesamtauswertung des Netzwerkes und aller Kapitalfelder wurde der **Einfluss interner StakeholderInnen** sichtbar, insbesondere die hohe Bedeutung von UnterstützerInnen aus dem **Familien- und Freundeskreis**. Diese wurden ebenfalls im sozialen und ökonomischen Kapitalfeld als einflussstärkste Gruppe bewertet. Sie boten eine Fülle an flexiblen und unbürokratisch mobilisierbaren Unterstüt-

zungsleistungen und stellten eine stabile Basis in Zeiten der Veränderung dar. Neben emotionalem Rückhalt wurden auch materielle Güter und Leistungen eingebracht. Der Nutzen für Familien- und Freundeskreis lag, neben dem Austausch von wertschätzenden Gefühlen und einer wirtschaftlichen Existenzsicherung, auch in einem ideellen Mehrwert bezogen auf die Qualität der Lebensweise.

Mit Blick auf das gesamte Netzwerk waren **Verbindungen zu externen StakeholderInnen** aus dem Bereich **Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften und Verbände** in Bezug auf die Vermittlung von Wissen und Informationen und durch die Aktivierung hilfreicher Kontakte besonders wichtig. Kooperationsvorteile lagen vor allem für die jungen PionierInnen in deren spezifischem Wissen um Förderungen, Genehmigungen und Auflagen oder dem Zugang zu weiteren Kontaktnetzen und den Möglichkeiten interessen geleiteter Beteiligung. Die Initiativen ihrerseits halfen durch ihre Mitgliedschaft den Selbstzweck von Organisationen zu rechtfertigen oder dienten als Best Practice Beispiele, um wiederum die Interessen der AkteurInnen zu untermauern.

Wie zu erwarten wurde der Einfluss von **Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung und von SchulungsträgerInnen** im kulturellen Kapitalfeld als besonders wertvoll eingeschätzt. Diese halfen die Qualifikationen und Bildungsansprüche von PionierInnen und ihren Initiativen zu sichern. Aus-, Fort- und Weiterbildungsangebote wurden sowohl im landwirtschaftlichen Sektor als auch in den Feldern Gesundheit/Soziales/Pädagogik konsumiert. Symbolischen Nutzen brachten Zeugnisse, Diplome und Zertifikate. Sie wurden als wichtige Grundlage für die Legitimation der eigenen Arbeit beschrieben. Möglichkeiten zum fachlichen Austausch und der Zuwachs an sozialem Potential durch MultiplikatorInnen wurden ebenfalls erkannt. Die Initiativen ihrerseits trugen die anfallenden Bildungskosten, beteiligten sich aktiv an Forschungsprojekten und stellten ihre Höfe als Lernfelder und Ausbildungsräume für SchülerInnen und StudentInnen zur Verfügung.

Als wesentlich bedeutsam im kulturellen Kapitalfeld wurden im Weiteren die Beiträge von **haupt- und ehrenamtlichen MitarbeiterInnen** aus dem Feld der internen StakeholderInnen eingeschätzt. Der Einsatz von qualifiziertem Personal war notwendig, um bestimmte Auflagen von Förderstellen, wie beispielsweise Qualifikationen in der KlientInnenbetreuung nachzuweisen. Haupt- und ehrenamtliche MitarbeiterInnen halfen mit ihrem Wissen, den vorhandenen Qualifikationen, mit ihren Fertigkeiten und Fähigkeiten aber auch mit ihren Kontakten die Arbeit in den Initiativen zu entlasten und Ressourcen einzusparen. Jüngere PionierInnen profitierten vom Einsatz freiwilliger HelferInnen in der Implementierungszeit. Die Ent-

wicklung einer gemeinsamen Werthaltung nach innen und eine gute Zusammenarbeit wurden hervorgehoben, da die MitarbeiterInnen die eigene Arbeit auch nach außen repräsentierten. Im Ausgleich dazu wurden von den Initiativen Arbeitsplätze in der Region geschaffen, Chancen zum Sammeln von Arbeitspraxis eröffnet und Möglichkeiten der beruflichen Entwicklung angeboten. Ein persönlicher Mehrwert lag aus Sicht der befragten VertreterInnen aus dieser Gruppe in der beruflichen Selbstverwirklichung durch die Möglichkeiten die eigene Arbeit mit Natur und sozialen Aspekten zu verbinden. Nutzenaspekte für freiwilliges Engagement wurden in der Möglichkeit gesehen, etwas Sinnvolles zu tun, Talente einbringen zu können, und lagen im Motiv begründet „anderen zu helfen“.

Einen wichtigen symbolischen Nutzenbeitrag leisteten AkteurInnen aus dem Feld **Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen**. Ein guter Support von Seiten der Gemeinde und die Unterstützung von BürgermeisterInnen, beispielsweise bei der Durchsetzung von Interessen gegenüber anderen PartnerInnen, wurde als besonders wichtig in der Implementierungszeit gesehen. Aufgrund ihres regionalen Einflusses wurden BürgermeisterInnen als wichtige kommunalpolitische FürsprecherInnen gebraucht. Die Unterstützung bei der öffentlichen Meinungsbildung, das Eröffnen von Ressourcen über Kontaktnetze und das Nutzen von Verbindungen, um die Projektentwicklung zu unterstützen wurde durch das Einholen der StakeholderInnenperspektive bestätigt. Zusätzlich wurde eine umfassende ideelle Unterstützungsleistung eingebracht. PionierInnen profitierten von öffentlicher Wertschätzung durch politische RepräsentantInnen. Intensive Beziehungsarbeit mit häufig wechselnden AkteurInnen in diesem Feld wurde als wichtiges Element angesehen, um ein Agieren im Interesse von PionierInnen und im Sinne der eigenen Werte gegenüber Öffentlichkeit und EntscheidungsträgerInnen zu sichern. Die Initiativen ihrerseits halfen die öffentlichen Aufgaben zu erfüllen, dienten als Vorzeigeprojekte und brachten soziale Innovation. Auf regionaler Ebene wurden Höfe wertschöpfend erhalten, Arbeitsplätze geschaffen, wirtschaftliche Kontakte gefördert und soziale Angebote in der Region verankert. Der Nutzen für die beteiligten AkteurInnen wurde auch in einem Mehrwert für die soziale Struktur innerhalb einer Gemeinde gesehen, in dem Zusammenhalt und soziale Werte gestärkt wurden.

Das symbolische Kapital der **Medien** war nicht nur für die Bekanntheit der Initiativen wichtig, sondern half durch die vorhandene Breitenwirkung Interessen gegenüber anderen Anspruchsgruppen durchzusetzen oder motivierte AkteurInnen sich einzubringen. Politik und Medien wurden in diesem Zusammenhang als eine gute Kombination bezeichnet. Gerade in der Implementierungsphase von Initiativen boten sie Möglichkeiten zur Imagestärkung. Die regelmäßige Kontaktpflege war

aufwändig und konnte nicht immer in der gewünschten Qualität und Intensität erfolgen. Mit Zuwachs an Vertrauen im Kontakt und Bekanntheit der Initiativen stieg das Interesse an einer Berichterstattung und der Aufwand wurde weniger. Eine gute Medienstrategie wurde als hilfreich in schwierigen Zeiten angesehen. Die Medien profitierten ihrerseits von der Vielfalt an interessanten Geschichten und von der Einzigartigkeit der Initiativen.

Als Adressaten der Dienstleistungen oder von Produkten nahmen **KundInnen und KlientInnen** eine wesentliche Rolle im Gesamtnetzwerk ein. Im Feld von Sozialer Landwirtschaft bewegten sich verschiedenste Produkt- und DienstleistungskundInnen, die sich entweder für den Kauf von agrarischen Produkten oder Dienstleistungen und/oder für soziale Dienste und Produkte aus sozialer Produktion interessierten, die unter Mithilfe der betreuten Personengruppen, sprich KlientInnen entstanden. Durch den Kauf von Produkten und Dienstleistungen wurde das wirtschaftliche Überleben von PionierInnen gesichert. Die sozialen Dienstleistungen für KlientInnen wurden entweder von den KlientInnen selbst oder indirekt von Förderstellen, Angehörigen, im Rahmen einer stundenweisen Anstellung bei SozialträgerInnen oder über Geldspenden abgewickelt. Partiiell klagten Initiativen über eine Unzufriedenheit in der Honorierung ihres Betreuungsaufwandes, da die Kosten nicht immer zufriedenstellend gedeckt werden konnten. Um das Angebot trotzdem zu ermöglichen suchten PionierInnen nach kreativen Lösungen oder verzichteten im Einzelfall auf eine Entschädigung. Zufriedene KundInnen und KlientInnen wurden als wichtige MultiplikatorInnen gesehen, die die Idee in ihrem sozialen Umfeld weitertrugen und für eine positive Außenwirkung der Initiativen sorgten. Kontakte zu neuen KundInnenkreisen oder AuftraggeberInnen konnten so lukriert werden. KlientInnen brachten ihre Lebenserfahrung und vorhandene Arbeitsfähigkeiten ein. Sie profitierten wesentlich vom Angebot hochwertiger sozialer Dienstleistungen und pflegerischen, therapeutischen, pädagogischen und sozialen Aktivitäten. KlientInnen fanden vielfältige Beschäftigungsmöglichkeiten konnten sich auf den Höfen ausprobieren und ihre Lebensqualität steigern. Aus KlientInnensicht wurden positiven Veränderungen durch die Mitarbeit am Hof bestätigt und ein persönlicher Gewinn durch die Teilhabe an einer Gemeinschaft formuliert. ProduktkundInnen profitierten von biologisch wertvollen Lebensmitteln aus nachhaltiger Produktion.

**Wirtschaftliche PartnerInnen** stärkten die ökonomischen Ressourcen, indem sie faire Konditionen und günstige Lösungen einbrachten oder teilweise Materialien und Arbeitskraft kostenlos zur Verfügung stellten. Sie erbrachten vielfältige Beratungsleistungen, halfen bei der Finanzierungsplanung, bei bautechnischen Fragestellungen oder brachten ihr Know-how zu rechtlichen und steuerrechtlichen The-

men ein. Altruistische Denk- und Handlungsweisen wurden ebenfalls als Motiv für Unterstützungsleistungen angeführt. Besonders wichtig war eine gute Zusammenarbeit mit wirtschaftlichen PartnerInnen auf lokaler Ebene. Eine bedeutende Rolle spielte insbesondere für jüngere PionierInnen eine gelingende Kooperation mit Geldinstituten, um eine gute Finanzierungsbasis zu schaffen und zu erhalten. Aus Sicht der befragten StakeholderIn wurde neben einer raschen Hilfe bei der Startfinanzierung auch strategisches Wissen und ein Netzwerk an hilfreichen Kontakten und Verbindungen eingebracht. Die Leistung von SteuerberaterInnen wurde in Bezug auf das besondere Gefüge der Initiativen hervorgehoben. Zur Bewältigung von landwirtschaftlichen Anforderungen wurden Leistungen über den Maschinenring genutzt und angeboten. Für das Erreichen von Qualität bei baulichen Innovationen oder Maßnahmen war ein gutes Zusammenspiel mit handwerklichen PartnerInnen gefordert. Über die vielfältigen Verbindungen der PionierInnen zu lokalen PartnerInnen wurde die regionale Wirtschaft belebt. Vielfach wurde ein wechselseitiger Nutzen beschrieben, der auf Geschäftsbeziehungen beruhte, die sich gegenseitig halfen. Ein zusätzlicher Anreiz für die Beteiligung an der Initiative wurde aus Sicht der befragten StakeholderIn in der Möglichkeit gesehen sich sichtbar in einem Vorzeigeprojekt für die Region zu engagieren und darüber die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Zu den weiteren wichtigen PartnerInnen im ökonomischen Bereich zählten **FördergeberInnen und SponsorInnen**. Ihre Leistungen in Form von Förderungen im landwirtschaftlichen und sozialen Bereich oder eingebrachten Finanz-, Sach-, und Dienstleistungen von Privaten und Unternehmen waren auch von einem sozialen und symbolischen Nutzen begleitet und mit bestimmten Erwartungshaltungen gegenüber den PionierInnen verbunden. Die Abhängigkeit von Förderprogrammen und Förderperioden wurde von einigen Initiativen als problematisch angesprochen. Das aktive Akquirieren von Unterstützungsleistungen fiel im Umgang mit Förderstellen wesentlich leichter als im Kontakt mit SponsorInnen. Das Einnehmen der BittstellerInnenrolle wurde entweder proaktiv gestaltet oder völlig abgelehnt. Eine ausreichende Kontaktpflege und das Anpassen der eigenen Arbeit an den Bedarf von FörderpartnerInnen wurden von manchen Initiativen als wichtig erachtet. Die Notwendigkeiten einer bedürfnisorientierten Ausrichtung von Dienstleistungen und das Einhalten von Verträgen und Fördergrundlagen wurden auch aus Sicht der befragten FörderpartnerIn bestätigt. Im Fokus des Förderinteresses lagen die Verbesserungen für benachteiligte Zielgruppen die durch die Vermittlung von KlientInnen und deren Beschäftigung auf dem Hof erreicht werden konnten. Die Reintegration und eine Steigerung ihrer Vermittlungschancen für eine erfolgreiche Teilnahme am Arbeitsmarkt sollte dadurch gefördert werden. Neben der

Beschäftigung von schwachen und ressourcenarmen Personen wurde der Mehrwert einer sinnstiftenden Beschäftigung für die Zielgruppe benannt und die Möglichkeit an der Produktion von biologischen Produkten beteiligt zu sein. Die Förderpraxis wurde auch von altruistischen Motiven begleitet, und es wurde versucht die Interessen der Initiative mit Beistand zu begleiten und die Stärkung von Kontaktnetzen zu forcieren, die auch im Kontakt mit Förderstellen unterstützt.

### **Hypothese 1:**

**Green Care im Kontext der Sozialen Landwirtschaft wird häufig als eine „Win-win-Situation“ beschrieben, die auf allen Ebenen und bei allen NetzwerkpartnerInnen einen positiven Wirkungszusammenhang hervorruft und wo alle profitieren. Die Kooperation von Green Care Initiativen mit unterschiedlichen AkteurInnen (einzelnen Personen, Gruppen, Organisationen, Netzwerken, sogenannten StakeholderInnen) erleichtert den Zugriff auf materielle und immaterielle Ressourcen, stärkt das Kapitalvolumen, erschließt Handlungsoptionen und begünstigt ein erfolgreiches Umsetzen von Zielen und Visionen.**

In Hypothese 1 wurden positive Wirkungszusammenhänge von Kooperation, die im Zuge der Sozialen Innovation durch Green Care Initiativen im Netzwerk erreicht werden können, als Annahmen eingearbeitet und daraus die Fragen nach den für die Zielsetzung relevanten AkteurInnen, ihren jeweiligen Beiträgen und den Nutzen dieser Beteiligung abgeleitet. Aus diesen verschiedenen Perspektiven heraus wurden, wie oben zusammengefasst und in Kapitel 5 ausführlich dargestellt, die wichtigsten Verbindungen herausgearbeitet. Diese Beziehungen können als sehr unterschiedlich in ihrer Art aber auch hinsichtlich ihres Zweckes bezeichnet werden. Positive Effekte konnten mit relevanten internen und externen PartnerInnen festgehalten werden. Wie die Ergebnisse zeigen ermöglichte die AkteurInnenkonstellation im Gesamtnetz den Zugriff auf einen materiellen und immateriellen Ressourcenpool in allen Kapitalfeldern. Von den PionierInnen wurden in der Zusammenarbeit mit ihren relevanten AkteurInnen kaum einseitige Beziehungen erkannt sondern viele **Win-win**-Situationen in ihren Netzwerken beschrieben. Als multiple Nutzendimensionen und Wirkungszusammenhänge fanden sich diese in den Aussagen der befragten StakeholderInnen bestätigt, als sie für sich jeweils einen naheliegenden Nutzen oder mehrere Gewinnaspekte aus der Beziehung und Beteiligung am Netzwerk formulierten. Der Profit für die jeweilige Seite wurde nicht unbedingt an einem finanziellen Mehrwert gemessen sondern auch durch den Austausch verschiedener symbolischer, sozialer oder kultureller Ressourcen er-

reicht. Dabei spielten die Art der Beziehungspflege und Kommunikation eine wichtige Rolle. Gerade in den Anfängen und gegenüber neuen NetzwerkpartnerInnen mussten Nutzen und Gewinnsaspekte besonders implementiert und hervorgehoben, ein Vertrauen in der Beziehung aufgebaut und gemeinsame Werte entwickelt werden. Es konnte also je nach Ziel und Zweck, aber auch Dauer der Kooperation, durchaus die Chance auf Nutzenzuwachs für alle Beteiligten erhöht werden. Das gegenwärtige Engagement wurde in Erwartung eines zukünftigen Nutzens geleistet. NutznießerInnen konnten dabei auch Dritte sein, die von der Kooperation und einer gemeinsamen Zielsetzung profitierten, insbesondere KundInnen und KlientInnen oder die Regionen in denen die Initiativen verankert waren. Dieser Nutzen wurde an eine Erwartungshaltung, beispielsweise hinsichtlich eines positiven Ergebnisses in Form von Produkten, Dienstleistungen oder gesellschaftlichen Entwicklungen formuliert. Es wurden Beziehungen beschrieben die einen direkten wechselseitigen Nutzen hatten, wie Geschäftsbeziehungen, oder wo Initiativen den eigenen Erfolg garantierten oder Unternehmenszweck rechtfertigten, indem sie Zielsetzungen und Aufgaben verwirklichen halfen. In vielen Interviews wurden auch altruistische Motive von PartnerInnen innerhalb des Netzwerks angesprochen und Denk- und Handlungsmuster identifiziert, die auf einen ideellen Gewinn und der Befriedigung von Sinnbedürfnissen (→ siehe Kapitel 5.8) verwiesen.

In Einzelfällen konnten PionierInnen keine Win-Situationen für sich selbst erkennen und ordneten den Mehrwert in der Kooperation vorwiegend ihren Netzwerk-PartnerInnen zu, insbesondere dort, wo der ökonomische Ausgleich für Betreuungsleistungen als mangelhaft dargestellt wurde oder eine Interessensvertretung nicht den eigenen Wertvorstellungen entsprach. Als Herausforderung wurde auch das Aktivieren von Unterstützungsleistungen beschrieben wenn Gewinnfaktoren nicht ausreichend vorhanden waren oder nicht erkannt wurden. Als Beispiel wurden fehlende Leistungen für „unattraktive“ Zielgruppen genannt, die ein erfolgreiches Umsetzen von Visionen behinderten.

Win-win-Situationen, von denen beide oder auch alle Beteiligten direkt oder indirekt profitierten, wurden durch den Einsatz der PionierInnen vielfach in ihren Netzwerken erreicht. Es wurde neben eigenen Interessen auch die Interessen anderer PartnerInnen erkannt und verfolgt und versucht, einen Zugang dieser im Sinne eines positiven Zusammenwirkens von allen Kapitalformen im Netzwerk zu ermöglichen.

## 6.2 Zusammenfassung der Ergebnisse Hypothese 2

**Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft arbeiten erfolgreich durch den Austausch von ökonomischem, sozialem, kulturellem und symbolischem Kapital. Letztlich tragen die sozialen Verbindungen und Ressourcen im Kontaktnetz in ihrer Gesamtheit zu den Effekten und zur Zielerreichung von Maßnahmen bei. Gleichzeitig dienen sie als eine Quelle von Sinn für die Beteiligten (AkteurInnen, StakeholderInnen), nach dem Motto: „Wer Sinn bietet, wird Kapital (im Sinne von Bourdieu) ernten!“**

Die daraus abgeleitete Forschungsfrage lautete:

1. Wieso unterstützen und fördern sie, engagieren sich? Gibt es einen persönlichen Zusatznutzen? Inwiefern dienen Green Care Initiativen auch als eine Quelle von Sinn und generieren für einzelne AkteurInnen einen Nutzen durch Sinnfindung?

In Hypothese 2 und Forschungsfrage wurden Konzepte aus der Sinnforschung aufgegriffen und die Annahmen getroffen, dass ein gelingendes Arbeiten von Green Care Initiativen sowohl durch zufriedenstellende Austauschbeziehungen im Netzwerk erreicht wird, aber auch ein Mehrwert darin liegen kann, dass durch die Beteiligung an Sozialer Landwirtschaft ein Sinngewinn entsteht. Mit Hilfe salutogener Blickwinkel und logotherapeutischer Perspektiven wurden nun jene Nutzendimensionen herausgearbeitet, die in der Sozialen Landwirtschaft einen Sinnbezug für Beteiligte eröffneten. Insbesondere durch den perspektivischen Wechsel und den Vergleich der verschiedenen StakeholderInnenmeinungen mit jenen der PionierInnen konnten Erfahrungen von Sinn und grundlegenden Sinnmöglichkeiten von Green Care Initiativen beleuchtet werden.

Dabei zeigte sich, dass bereits in der Unternehmensidee und den damit verbundenen Werten verschiedene Sinnvorstellungen, wie Bedürfnisse der Selbstverwirklichung oder der Wunsch nach einer sinnvollen Lebensgestaltung von den PionierInnen verwirklicht wurden. Diese wurden, um ein erfolgreiches Umsetzen von Zielen und Visionen zu begünstigen und Unterstützungsleistungen zu organisieren, auch an ihre NetzwerkpartnerInnen herangetragen. Die AkteurInnen wurden also vielfach eingeladen die darin vermittelten Werte zu verstehen und sich an der Realisierung von Green Care Produkten und Dienstleistungen zu beteiligen und diesen Beitrag, das Bereitstellen ihrer Hilfe oder Leistung, als sinnvoll und erfüllend zu erleben. Dieser ideelle Sinn ließ sich an Einstellungswerten von PionierInnen und ihren KooperationspartnerInnen festmachen, die sich auch in uneigennütigen und durch Rücksicht auf andere gekennzeichneten Denk- und Handlungsmotiven spiegelte und sich im Engagement für eine gute Sache ausdrückte. Sich

selbst als wirksam zu erfahren und für andere etwas Positives zu bewirken wurde als sinnstiftender Nutzen in den Beziehungen zwischen den verschiedenen am Netzwerk Beteiligten formuliert. Sich wieder als wertvollen Teil einer Gemeinschaft zu erleben, soziale Unterstützung zu erhalten und Anerkennung und Wertschätzung zu bekommen wurden aus KlientInnenperspektive als wichtige, wieder neuen Lebenssinn gebende, Elemente bewertet. Hier greifen die Sinnressourcen, die sich durch die Öffnung von Landwirtschaften für Menschen ergeben, die von einem Sinnverlust im Leben betroffen sind, die in ihrem Denken (Einstellungswerten), Erleben (Erlebniswerten) und Handeln (schöpferischen Werten) Einschränkungen erfahren. Die Möglichkeiten in einer Landwirtschaft sinnvolle Beschäftigungen zu finden sind vielfältig und ebenso reich ist diese an Erlebnismöglichkeiten durch den Kontakt mit der Natur, der Verbindung zu Tieren, Pflanzen und Menschen.

Letztlich spiegelten sich diese Werte und sinnstiftenden Prozesse auch in den Produkten von den Sozialen Landwirtschaften wieder, weil sie an einen regionalen, saisonalen, biologischen und sozial produzierten Sinngesamt gekoppelt wurden.

### **6.3 Schlussbetrachtungen**

Die Arbeit zeigt auf, wie vielfältig sich die Dimensionen von Nutzen abbilden lassen, die durch Green Care PionierInnen mit ihren Initiativen im Feld der Sozialen Landwirtschaft erreicht werden. Bereits in der Vision, eine Landwirtschaft intensiv auf soziale Werte auszurichten, liegt dieses gesellschaftliche Mehrwertpotential begründet, das durch Kooperation und im Zusammenspiel mit allen Beteiligten erfolgreich umgesetzt wird.

Wer sind aber jetzt jene AkteurInnen, die für die Zielsetzung von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft relevant sind, welchen Beitrag leisten sie und worin besteht dieser Nutzen, den sie für sich selbst aus diesem Beitrag ziehen? Inwiefern dienen Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft als eine Quelle von Sinn?

In der Untersuchung zeichnete sich ein sehr komplexes Beziehungssystem an sehr unterschiedlichen Austauschbeziehungen zwischen PionierInnen und ihren AkteurInnen im Netzwerk ab. Daraus lässt sich ablesen, dass die relevanten AkteurInnen darin sehr unterschiedlichen Einfluss in den einzelnen Kapitalfeldern nahmen und dadurch auch in ihrer Bedeutung für das Gesamtnetzwerk unterschiedlich bewertet wurden.

Zu den sogenannten SchlüsselakteurInnen, deren einflussreiche Präsenz in allen Kapitalfeldern sehr deutlich wahrgenommen wurde zählten im Bereich der internen StakeholderInnen die AkteurInnen aus dem Familien- und Freundeskreis, also VertreterInnen aus dem Kreis der natürlichen Netzwerke. Sie wurden als eine soziale Ressource und stabile Basis in Zeiten von Veränderung gesehen, über die sehr schnell und unbürokratisch Unterstützungsleistungen mobilisiert werden konnten. Zu einem ähnlichen Ergebnis kam auch Renate Renner (2010), die in der eingangs erwähnten Untersuchung zu Netzwerken von Care-Farmern, Familie als unverzichtbar im Zuge von Innovationsprozessen und den Austausch mit KollegInnen als wichtige stressreduzierende Faktoren identifiziert hatte (vgl. Renner 2010, S. 194).

In der Gesamtbetrachtung von Verbindungen zu externen StakeholderInnen fällt insbesondere die Bedeutung von AkteurInnen aus dem Bereich Interessensvertretungen und berufsständische Organisationen, strategische Partnerschaften und Verbände auf.

Ihr hohes Gewicht im kulturellen Kapitalfeld und das Potential an Vernetzungskraft machten deutlich, dass diese Ressourcen einiges an Einfluss bewirkten. Im positiven Sinne verstärkten sie dadurch das betriebliche Knowhow, verhalfen zu Beteiligungen und unterstützen vor allem PionierInnen der jüngeren Generation darin, ihre Betriebe als Soziale Landwirtschaften zu etablieren. Mit Blick auf Green Care und die Entwicklung von Sozialen Innovationen lässt sich festhalten, dass gerade Interessensvertretungen eine besonders wichtige strategische und politische Rolle spielen, um Netze von Sozialen Landwirtschaften auszubauen, den Kontakt untereinander zu fördern, um gemeinsame Interessen auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene zu entwickeln.

Soziale Landwirtschaften sind wegen ihres multifunktionalen Charakters mit unterschiedlichen Denk- und Sachlogiken ihrer NetzwerkpartnerInnen konfrontiert, aufgrund der Notwendigkeit unterschiedliche AkteurInnen aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Gesellschaft miteinander zu verbinden. Die Logik eines landwirtschaftlichen Unternehmens trifft dabei auf die Systematik eines Hilfesystems, diese wieder auf die Interessen von fördernden und verwaltenden Stellen und alle treffen auf die Bedürfnisse ihrer KlientInnen und KundInnen oder der Gesellschaft (siehe dazu auch Kapitel 1).

Diese Verknüpfungen und gelungenen Austauschbeziehungen herzustellen bedarf, das zeigen die Ergebnisse und nach Bourdieu, einer „unaufhörlichen Beziehungsarbeit“ (vgl. Bourdieu 1992b, S. 67).

Im kulturellen Kapitalfeld waren das auch insbesondere Kontakte zu Bildungseinrichtungen, PartnerInnen aus Wissenschaft und Forschung und SchulungsträgerInnen. Daraus wird ersichtlich, dass die Notwendigkeit, ein hohes Kompetenzniveau innerhalb der Initiativen zu erreichen wichtig ist, um den vielfältigen Anforderungen von Landwirtschaften als Arbeits-, Lebens-, Bildungs-, und Gesundheitsorte gerecht zu werden und dass es dafür auch geeignete Aus-, und Weiterbildungsprogramme braucht. Insbesondere symbolischen Nutzen brachten Zeugnisse, Diplome und Zertifikate, die als eine wichtige Grundlage zur Legitimation der Arbeit angesehen wurden und über die auch der Zugriff auf andere Ressourcen erleichtert wurde. Landwirtschaft wurde aber auch als Bildungsort und Raum für Lern- und Lehraktivitäten nachgefragt im Rahmen von Exkursionen, Programmen wie Schule am Bauernhof oder diente als Praktikums- und Ausbildungsplatz für SchülerInnen und StudentInnen. An dieser Stelle sei noch einmal auf die agrosociologische Untersuchung von Mathilde Schmitt zur Schule am Bauernhof verwiesen, die vom gegenseitigen Gewinn an inkorporiertem Kulturkapital spricht durch den Zugang den Kinder und LehrerInnen zu Wissen über landwirtschaftliche Kreisläufe, Produktion, Natur und Traditionen erhalten und LandwirtInnen wiederum Wissen generieren über die Erfahrungen in der Begleitung von jungen Menschen (vgl. Schmitt 2013, S.59).

Einen besonders wichtigen Bildungsbeitrag leisteten hier vor allem auch haupt- und ehrenamtliche MitarbeiterInnen die mit Qualifikationen, Fähigkeiten und Fertigkeiten für ein gutes Qualitätsniveau von Produkten und Dienstleistungen sorgten, aber auch mit Kontakten und freiwilligem Engagement die PionierInnen entlasteten. Im Ausgleich dazu wurden von den Initiativen regionale Arbeitsplätze geschaffen und die Landwirtschaften auch nach außen, insbesondere für ein Freiwilligenengagement auf Gemeindeebene geöffnet, also Beziehungen zu sekundären Netzwerken aufgebaut und damit auch der Zugriff auf weitere soziale Ressourcen geschaffen.

Initiativen aus der Region heraus zu entwickeln, sie in die regionale Struktur einzubetten, die Kraft regionaler Beziehungsnetze strategisch zu nutzen und sie im Innovationsprozess einzusetzen, das konnte oftmals gewinnbringend für beide Seiten mit lokalen wirtschaftlichen PartnerInnen erreicht werden. Die wirtschaftliche Belebung, das Schaffen von Arbeitsplätzen, der Erhalt der Landwirtschaft und der Mehrwert für die soziale Struktur, wurden auf kommunaler Ebene als Nutzen in Kooperationen mit Gemeinden eingebracht. Hier wurden auffallend oft Beziehungen mit BürgermeisterInnen genannt, die durch ihre zentrale Rolle Zugang zu vielen Informationsquellen hatten, aber auch bei der Durchsetzung von Interessen gegenüber anderen PartnerInnen unterstützen konnten und Kraft ihres Ansehens

die öffentliche Meinungsbildung erheblich beeinflussten. Generell wurde der Profit von öffentlicher Wertschätzung durch PolitikerInnen als wichtige Ressource gesehen solange diese im Einklang mit eigenen Werten und Zielen lag. Die Ergebnisse zeigen, dass gerade im symbolischen Kapitalfeld der Nutzenbeitrag der AkteurInnen deutlich hinter den anderer Kapitalfelder lag und hier auch weniger AkteurInnen genannt wurden, während alle anderen Felder eher ausgeglichen besetzt waren. Erklärungen für erkennbare Defizite in diesem Bereich lagen im doch erheblichen zeitlichen Aufwand der mit der Kooperation von wechselnden AkteurInnen auf politischer Ebene und der Entwicklung einer machbaren Medienstrategie verbunden war. Politik und Medien wurden in diesem Zusammenhang als gute Kombination bezeichnet. Medien gelang es mit ihrer Breitenwirkung zum einen die Bekanntheit der Initiativen zu steigern, aber auch politische AkteurInnen zu motivieren sich zu beteiligen, und sie halfen Interessen gegenüber diesen und anderen Anspruchsgruppen durchzusetzen. Am Beispiel der Medien wurde deutlich, dass nicht alle relevanten AkteurInnen in allen Kapitalfeldern Beiträge leisteten, ihr Einfluss in einzelnen Kapitalfeldern aber als besonders wichtig für die erfolgreiche Arbeit bewertet wurde. Eine weitere Gruppe, die vor allem im kulturellen Kapitalfeld fehlte, waren die StakeholderInnen im Kontext von FördergeberInnen und SponsorInnen, die dafür im ökonomischen Kapitalfeld eine erhebliche Rolle spielten.

Es lässt sich nicht umgehen hier auch Faktoren im Netzwerk wie Macht und Abhängigkeit von Initiativen anzusprechen, die im Zusammenhang mit dem Zugriff auf Ressourcen in unterschiedlichen Kapitalfeldern bestehen. In den Austauschbeziehungen von Initiativen und mit ihren relevanten AkteurInnen wurden auch vielfach Schwierigkeiten angesprochen mit denen Soziale Landwirtschaften konfrontiert sind, wenn sie versuchen ihre Interessen durchzusetzen. Bourdieu spricht hier, wie im Kapitel drei dieser Arbeit ausgeführt, auch von der Macht der Beziehung und vom Kampf um die Erhaltung und Verbesserung von sozialen Positionen im sozialen Feld. Soziale Ungleichheiten entstehen weil die Ausstattung mit Kapital sehr unterschiedlich ist (vgl. Bourdieu 1992b, S.49f).

Eine schlechte Ausstattung mit entsprechendem Kapital wurde meist den KlientInnen von Sozialen Landwirtschaften zugeschrieben, die wesentlich vom Angebot hochwertiger sozialer Dienstleistungen und pflegerischen, therapeutischen, pädagogischen und sozialen Aktivitäten profitierten. Hier gilt es insbesondere genau zu differenzieren, da die PionierInnen mit ihren jeweiligen landwirtschaftlichen und sozialen Produkt- und Dienstleistungsangeboten sehr unterschiedliche KundInnen- und KlientInnengruppen erreichten. Insbesondere die Finanzierung von sozialen Dienstleistungen wurde nicht immer direkt von den KlientInnen selbst, son-

dem auch indirekt über Förderstellen, Stiftungen, über andere SozialträgerInnen oder Angehörige, abgewickelt. ProduktkundInnen wiederum zogen einen positiven Nutzen von der Qualität der agrarischen Produkte, die teilweise unter Mithilfe der zu betreuenden Personengruppen sozial produziert wurden. Der Zugewinn für die PionierInnen lag in einem hohen sozialen, ökonomischen und symbolischen Mehrwert und fand ihren Ausdruck in einer zufriedenen KundInnen- und KlientInnenbeziehung.

Genau diese Zufriedenheit in Beziehungen, ein anerkennendes und wertschätzendes Miteinander, kann als salutogenes Potential von Sozialen Landwirtschaften einen Nutzen durch Sinngewinn bei allen Beteiligten bewirken. Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigten, dass sich bereits über die Unternehmensidee von Sozialer Landwirtschaft Sinnbezüge für Beteiligte eröffneten und AkteurInnen jeweils eigene Sinnvorstellungen verwirklichen konnten. Insofern bieten Soziale Landwirtschaften jede Menge an sinnstiftenden Prozessen, die aus logotherapeutischer Perspektive mit den Möglichkeiten zur Verwirklichung von schöpferischen Werten, Erlebniswerten und Einstellungswerten zusammenhängen (siehe Kapitel 2.3). Es wurden also Sinnbedürfnisse befriedigt, die sich neben einem Bereitstellen von hilfreichen Kapitalressourcen auch in uneigennütigen Denk- und Handlungsweisen aller am Netzwerk der Initiativen Beteiligten festmachen ließen. Sinnressourcen, die sich durch die Öffnung von Landwirtschaften für Menschen ergaben lagen darin, eine sinnvolle Idee zu unterstützen, sich selbst und den eigenen Beitrag als wirksam zu erfahren, für andere etwas Positives zu bewirken, eine sinnvolle Beschäftigung zu finden, sinnvolle Produkte zu kaufen, sinnvolle Maßnahmen zu fördern und sich wieder als wertvollen Teil einer Gemeinschaft zu erleben. Da soziale Akzeptanz positiv motivierend wirkt und aus Sicht der Neurobiologie (siehe Kapitel 2.2.2) angenehme Empfindungen bereitet könnte daraus auch geschlossen werden: „Wer Sinn bietet, wird Motivation bei seinen NetzwerkpartnerInnen ernten!“

Win-win-Situationen sind deshalb auch immer davon abhängig was sich die Beteiligten von einer Zusammenarbeit erwarten und wie sie dieses Geben und Nehmen im Zusammenspiel ausbalancieren. Dabei lag der Profit für die jeweilige Seite nicht unbedingt in einem finanziellen Mehrwert, sondern wurde durch den Austausch verschiedener symbolischer, sozialer, kultureller und ideeller Ressourcen erreicht. Es handelte sich also um multiplexe Nutzendimensionen, die sich im Feld von den PionierInnen und ihren Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft bewegten und in deren Beziehungen sehr wohl eine wechselseitige Erwartungshaltung eingebunden war. NutznießerInnen konnten dabei auch Dritte sein und das gegenwärtige Engagement wurde auch in Erwartung eines zukünftigen Nutzens oder

aufgrund eines persönlichen Zusatznutzens, wie einer Erfüllung durch Sinnge-  
winn, geleistet. In Einzelfällen konnten PionierInnen auch keine Win-Situationen  
für sich aus bestimmten Kooperationen benennen. Als Beispiel wurden fehlende  
Leistungen für „unattraktive“ Zielgruppen genannt. Das Potential von Kooperation  
abzurufen erforderte, wie bereits erwähnt, vielfaches an Beziehungsarbeit von den  
PionierInnen hinsichtlich des Aufbaus, der Pflege, Erweiterung und Weiterentwick-  
lung von Beziehungen. Neben Zeit und strategischer Kommunikationsarbeit wur-  
den verschiedenste Aktivitäten gesetzt, um Kontakte lebendig und motiviert zu  
halten. Der persönliche Kontakt und das Kennenlernen der Höfe, von der Unter-  
nehmensidee, über Werte und den damit verbundenen Zielen wurden als nachhal-  
tigste Ressource hervorgehoben für eine gelingende Zusammenarbeit. Das zeigt  
die Bedeutung einer proaktiven Netzwerkhaltung.

#### **6.4 Kritische Würdigung und Ausblick**

Mit Blick auf das kulturelle und soziale Kapital gehörte die Forschende im Feld von  
Sozialer Landwirtschaft letztendlich selbst zum Netzwerk und reihte sich in die  
Gruppe von internen und externen AkteurInnen ein. Die eigene Position zu reflek-  
tieren und die eigenen Mehrfachrollen und Funktionen im Netz zu analysieren ver-  
deutlichten noch einmal die Herausforderungen in dieser Arbeit, die einzelnen  
StakeholderInnengruppen herauszuarbeiten, um dann diese wechselseitigen Nut-  
zendimensionen im Beziehungsgeflecht auch einfangen zu können und letztend-  
lich darzustellen. Aus dieser StakeholderInnenperspektive heraus ergab sich ein  
interessantes Wechselspiel verschiedener Rollen und Austauschbeziehungen,  
nämlich der einer Studentin, Praktikantin, hauptamtlichen Mitarbeiterin, freiwilligen  
Helferin, Kundin und Freundin. Daran gebunden waren auch ganz unterschiedli-  
che Interessen und Erwartungen und die Erfahrung, dass Soziale Landwirtschaft  
auf sehr unterschiedlichen Ebenen wirkt. In einem Feld, wo seit jeher sozial ge-  
handelt wird aber wirtschaftlich gedacht werden muss, gibt es durch die zuneh-  
mende Professionalisierung auch die Notwendigkeit diese Wirkungen vermehrt  
aufzuzeigen.

Dafür galt es ein geeignetes Forschungsdesign zu entwickeln, mit dem Anspruch  
einen ganzheitlichen Blick auf das System von Green Care Initiativen in der Sozia-  
len Landwirtschaft zu werfen, multiperspektivisch zu arbeiten und sowohl die Pio-  
nierInnen in diesem Feld als auch die AkteurInnen zu befragen, die allerdings zu-  
erst identifiziert werden mussten.

Durch das Arbeiten in die Tiefe waren die Phasen der Datenerhebung, Datenauf-  
bereitung und Analyse doch von einem erheblichen zeitlichen Aufwand gekenn-

zeichnet, da sehr umfassendes Datenmaterial auch lesbar aufgeschlüsselt werden musste. Das spiegelt sich auch im jetzt vorliegenden Ergebnis und in der inhaltlichen Länge der Arbeit wieder, da es nötig war in die Ergebnisdarstellung grafische Lösungen einzubauen und die Lesbarkeit auch visuell zu unterstützen.

Der Einsatz der qualitativen Netzwerkanalyse als Erhebungsmethode wurde von den teilnehmenden PionierInnen überwiegend positiv bewertet (siehe Kapitel 5.9.1) auch hinsichtlich des ansprechenden Designs.

Trotzdem gibt es verschiedene kritische Faktoren, wie die bereits erwähnte Herausforderung, sehr unterschiedliche AkteurInnen nach ihrem jeweiligen Nutzenbeitrag zu gewichten, da sie oft verschiedene Nutzenbeiträge lieferten und sich im Netzwerk auch mit und in ihren Doppel- und Mehrfachrollen einbrachten. Außerdem bewegen sich soziale Netzwerke dynamisch und verändern sich, somit auch die Bedeutung und Wichtigkeit einzelner AkteurInnen für die Initiativen. Diesem Umstand wurde versucht bereits bei der Fallauswahl zu begegnen. Es wurde darauf geachtet, dass sich das gesamte Spektrum von Innovationsphasen auch innerhalb der befragten Gruppe abbilden ließ und PionierInnen von ganz jungen Green Care Projekten und mit langjähriger Praxis befragt wurden.

Die Grenzen der Erhebung zeigten sich auch insofern, dass mit Blick auf die Gesamtheit des Netzwerkes es auch interessant gewesen wäre zu fragen, wie denn die AkteurInnen untereinander vernetzt sind, und wie sich diese Relationen gestalten? Im Durchschnitt wurden 29,5 AkteurInnen pro Initiative, einzelne Personen oder Personengruppen in den Netzwerkkarten genannt. Jede AkteurIn eröffnete wiederum eine Vielzahl an gesellschaftlichen Kontakten und Beziehungen. Bourdieu spricht hier „von der Gesamtheit der aktuellen und potenziellen Ressourcen“ die von einem Beziehungsnetz ausgehen (vgl. Bourdieu 1992b, S. 63). Es gibt also noch unsichtbare Netze, potenzielle Ressourcen, die sozusagen schlafen und die im Bedarfsfall möglicherweise aktiviert werden könnten (siehe Kapitel 2.1).

Die Ergebnisse bewerten daher die Bedeutung der NetzwerkpartnerInnen für die PionierInnen und deren Wichtigkeit für den Erfolg der Initiativen, und sie liefern eine Beschreibung des Kapitalbeitrages, sagen aber noch nichts darüber aus, wie leicht dieser Zugriff auf die Ressourcen im Netzwerk gelingt, und wie viele Zwischenschritte zum Beispiel mit Blick auf das soziale Kapital notwendig sind, um eine Kontaktaufnahme zu erreichen und die Ressourcenaktivierung erfolgreich zu gestalten. Es gibt also einen Nutzen, der mit Aufwand verbunden ist und einen Nutzen, der leichter zugänglich gemacht werden kann. Das führt uns wieder zum Thema Mehrfachrollen und den damit möglicherweise verbundenen Interessenskonflikten und einer Perspektive auf Problemsichtweisen, die sich im Austausch

von Leistungen ergeben können. Dabei geht es auch um die Frage von Kompetenzen, die einzelne AkteurInnen im Netzwerk von Sozialen Landwirtschaften brauchen, um die verschiedenen Interessen, Rollen und Funktionen, Macht und Hierarchien in den Beziehungsgeflechten auszubalancieren.

Ein besonderes Merkmal in dieser Arbeit ist mit Sicherheit der systemtheoretische Blickwinkel und die Verknüpfung verschiedener Konzepte der Kapitalforschung, Netzwerkforschung und Sinnforschung. Gerade der Blick auf die Sinnressourcen eröffnet eine interessante Perspektive auf Wertediskussionen in Netzen von Sozialer Landwirtschaft und Green Care und vielfältigen Möglichkeiten zur Wertevermittlung. Wie gehen wir um mit unseren Ressourcen? Wie gehen wir um mit unseren Tieren? Welche sozialen Werte vermitteln Landwirtschaften?

Auf dem Weg von der Vision zum gelungenen Projekt brauchen Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft vielfältige PartnerInnen. Im Spannungsfeld von Sozialem Denken und wirtschaftlichem Handeln bewegen sich diese Beziehungen immer um den Austausch unterschiedlichster Ressourcen. Mehrwert entsteht bei allen Beteiligten, durch einen kooperativen Austausch und eine ausgeglichene Balance von Geben und Nehmen:

„Bl: Ja, also dir soll es dienen, aber mir auch.“ (Transkript I-Hof 2014.11.18\_11.40\_01, Absatz 186)

## QUELLENVERZEICHNIS

- Badura, B. (2010): Wissenschaftliche Grundlagen betrieblicher Gesundheitspolitik. In Badura, B.; Walter, U.; Hehlmann, T. (Hrsg.), *Betriebliche Gesundheitspolitik. Der Weg zur gesunden Organisation*. 2. Auflage (S. 59-76). Berlin Heidelberg: Springer Verlag.
- Badura, B.; Walter, U.; Hehlmann, T. (Hrsg.) (2010): *Betriebliche Gesundheitspolitik. Der Weg zur gesunden Organisation*. 2. Auflage. Berlin Heidelberg: Springer Verlag.
- Bauer, J. (2013): *ARBEIT, WARUM UNSER GLÜCK VON IHR ABHÄNGT UND WIE SIE UNS KRANK MACHT*. München: Karl Blessing Verlag.
- Bourdieu, P. (1992a): Die verborgenen Mechanismen der Macht enthüllen. In Steinrück, M. (Hrsg.), *Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1* (S. 81-86). Hamburg: VSA-Verlag.
- Bourdieu, P. (1992b): Ökonomisches Kapital - Kulturelles Kapital - Soziales Kapital. In Steinrück, M. (Hrsg.), *Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1* (S. 49-80). Hamburg: VSA-Verlag.
- Bourdieu, P. (1993): *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.).(2013): *Psychische Gesundheit im Betrieb. Arbeitsmedizinische Empfehlung*. Stand: Dezember 2013. Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales.
- Dresing, T.; Pehl, T. (2013): *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende.*( 5. Auflage). Marburg: Eigenverlag.
- Drosdowski, G. (Hrsg.).(1993): *Bd. 12. DUDEN. Zitate und Aussprüche. Herkunft und aktueller Gebrauch. 7500 Zitate, Aussprüche, Bonmots, Sentenzen und Aphorismen – von der klassischen Antike bis zur modernen Werbesprache, von der Bibel bis zum Fernsehfilm*. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag.
- Erickson, T.J. (2014): Diversity of Meaning. Employees' needs differ based on the role of work in their lives. *Diversity Executive*, Human Capital Media January /February 2014,12.
- Flick, U. (2012): *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. (5. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag.
- Frankl, V. E. (1979): *Der Mensch vor der Frage nach dem Sinn. Eine Auswahl aus dem Gesamtwerk*. München: Piper Verlag GmbH.

- Frankl, V. E. (2007a): *Ärztliche Seelsorge. Grundlagen der Logotherapie und Existenzanalyse. Mit den >Zehn Thesen über die Person<*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH&Co.KG.
- Frankl, V. E. (2007b): *Psychotherapie für den Alltag. Rundfunkvorträge über Seelenheilkunde*. Freiburg im Breisgau: Verlag Herder GmbH.
- Fröhlich, G.; Rehbein, B. (Hrsg.). (2014): *Bourdieu Handbuch. Leben – Werk - Wirkung. Sonderausgabe*. Stuttgart und Weimar: J.B. Metzler.
- Harms, K.; Kühnapfel, S.; Krehbiel, J. (1999): Personalentwicklung und Mitarbeiterführung. In Kerres, A.; Falk, J.; Seeberger, B. (Hrsg.), *Lehrbuch Pflegemanagement* (S. 79-98 ). Berlin Heidelberg: Springer – Verlag.
- Helmcke, M. (2008): *Handbuch für Netzwerk- und Kooperationsmanagement*. Bielefeld: Kleine Verlag GmbH.
- Hermanowski, R. (2006): Soziale Leistungen der Landwirtschaft. *Ökologie & Landbau* 139, 3/2006, 14-16. Archiviert unter <http://www.orgprints.org/8909>
- Hermanowski, R. (2012): 1.Einführung: Grüne Werkstätten als Netzwerkknoten im ländlichen Raum. In FiBL Deutschland e.V. (Hrsg.), *Leitfaden, Gut vernetzt - davon profitieren alle!* (S.4-5). Frankfurt am Main: FiBL.
- Hollstein, B. (2006): Qualitative Methoden und Netzwerkanalyse – ein Widerspruch? In Hollstein, B.; Straus, F. (Hrsg.): *Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen* (S.11-35). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Horak, C.; Speckbacher, G. (2013): Ziele und Strategien. In Simsa, R.; Meyer, M.; Badelt, C. (Hrsg.), *Handbuch der Nonprofit-Organisation. Strukturen und Management*. (5. Auflage) (S.159-182). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Jansen, D. (2003): *Einführung in die Netzwerkanalyse. Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele* (2. erweiterte Auflage). Opladen: Leske + Budrich.
- Lamnek, S. (2010): *Qualitative Sozialforschung*. (5. Auflage). Weinheim, Basel: Beltz Verlag.
- Mayring, P. (2002): *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken*. (5. Auflage.). Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Millner, R.; Vandor, P.; Schneider, H. (2013): Innovation und Social Entrepreneurship im Nonprofit-Sektor. In Simsa, R.; Meyer, M.; Badelt, C. (Hrsg.), *Handbuch der Nonprofit-Organisation. Strukturen und Management*. 5. Auflage (S.431-449). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

- Morgner, M. (2012): 2. Vernetzung und Kooperation. In FIBL Deutschland e.V. (Hrsg.), *Leitfaden, Gut vernetzt - davon profitieren alle!* (S.6-15). Frankfurt am Main: FiBL.
- Peseschkian, N. (2002): *Das Geheimnis des Samenkorns. Positive Streßbewältigung* [sic]. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Quilling, E.; Nicolini, H.J.; Graf, C.; Starke, D. (2013): *Praxiswissen Netzwerkarbeit. Gemeinnützige Netzwerke erfolgreich gestalten*. Wiesbaden: Springer VS.
- Renner, R. (2010): *How Do Networks Matter? Implementation Of The Innovative Practice Of Care Farming In Austria And The Netherlands*. Wien: Universität für Bodenkultur.
- Ricken, B.; Seidl, D. (2010): *Unsichtbare Netzwerke. Wie sich die soziale Netzwerkanalyse für Unternehmen nutzen lässt*. Wiesbaden: Gabler Verlag/Springer Fachmedien.
- Scharmer, O.C.(2009,2011): *Theorie U. VON DER ZUKUNFT HER FÜHREN. Öffnung des Denkens. Öffnung des Fühlens. Öffnung des Willens. Precencing als soziale Technik*. Heidelberg: Carl Auer Verlag.
- Schlippe, v. A.; Schweitzer, J. (2013, 2012): *Lehrbuch der systemischen Therapie und Beratung I. Das Grundlagenwissen* (2. Auflage). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Schmitt, M. (2012): Soziales, kulturelles und symbolisches Kapital paralandwirtschaftlicher Aktivitäten am Beispiel von Schule am Bauernhof. In Bundesanstalt für Bergbauernfragen (Hrsg.), *Arbeitsgemeinschaft ländliche Sozialforschung, Protokoll der Sitzung vom 16. März 2012* (S. 15-26). Wien.
- Schmitt, M. (2013): Der Bauernhof als Ort der Begegnung und Kommunikation. Potentiale landwirtschaftlicher Betriebe in Hinblick auf soziales, kulturelles und symbolisches Kapital. In Haubenhofer, D.; Strunz, I. A. (Hrsg.), *Raus auf´s Land. Landwirtschaftliche Betriebe als zeitgemäße Erfahrungs- und Lernorte für Kinder und Jugendliche* (S. 50-64). Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Schönhuth, M. (2013): Landkarten sozialer Beziehungen. Partizipativ-visuelle Datenerhebung mit haptischen und elektronischen Werkzeugen: Entwicklung –Typen –Möglichkeiten –Grenzen. In Schönhuth, M.; Gamper, M.; Kronewett, M.; Stark, M. (Hrsg.), *Visuelle Netzwerkforschung. Qualitative, quantitative und partizipative Zugänge* (S. 59 -78). Bielefeld: transcript Verlag.
- Schubert, H. (2008): Netzwerkkooperation – Organisation und Koordination von professionellen Vernetzungen. In Schubert, H. (Hrsg.), *Netzwerkmanagement*,

- Koordination von professionellen Vernetzungen – Grundlagen und Beispiele* (S.7-105). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage GmbH.
- Schubert, H.; Spieckermann, H. (2009): *Arbeitshilfen zur Entwicklung und Steuerung von Netzwerken Früher Förderung*. Köln: LVR.
- Sempik, J.; Hine, R.; Wilcox, D. (Eds.). (2010): *Green Care: A Conceptual Framework. A Report of the Working Group on the Health Benefits of Green Care, COST Action 866. Green Care in Agriculture*. Loughborough: Centre for Child and Family Research, Loughborough University.
- Straus, F. (2013): ‚Das Unsichtbare sichtbar machen‘, 30 Jahre Erfahrungen mit qualitativen Netzwerkanalysen. In Schönhuth, M.; Gamper, M.; Kronewett, M.; Stark, M. (Hrsg.), *Visuelle Netzwerkforschung. Qualitative, quantitative und partizipative Zugänge* (S. 33-58). Bielefeld: transcript Verlag.
- Teller, M.; Longmuß, J. (2007): *Netzwerkmoderation. Netzwerke zum Erfolg führen*. Augsburg: ZIEL – Zentrum für interdisziplinäres erfahrungsorientiertes Lernen GmbH.
- Van Elsen, T. (2011): Landwirtschaft kann mehr sein als Landbau. Pädagogische Perspektiven der >>Sozialen Landwirtschaft<<. *Erziehungskunst* 75 (1), 9-11.
- Walter, U. (2010): Neurobiologische Grundlagen. In Badura, B.; Walter, U.; Hehlmann, T. (Hrsg.), *Betriebliche Gesundheitspolitik. Der Weg zur gesunden Organisation*. 2. Auflage (S. 77-90). Berlin Heidelberg: Springer Verlag.

### **Internet – Referenzen**

- Budde, W.; Früchtel, F. (2007): *Eco-Maps und Genogramme als Netzwerkperspektive in der sozialräumlichen Fallarbeit*. <http://www.sozialraum.de/eco-maps-und-genogramme-als-netzwerkperspektive.php>, Download am [18.07.2014].
- Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (Hrsg.). (2012): *Geschlechtergerechtes Formulieren*. 3. Auflage. <http://pubshop.bmukk.gv.at/download.aspx?id=179> , Download am [02.04.2015].
- Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss (2012): *Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses zum Thema „Soziale Landwirtschaft: Green Care und Sozial- und Gesundheitspolitik“ (Initiativsternungnahme)*. NAT/539 - CES1236-2012\_00\_00\_TRA\_AC (FR) MS/HB-MS/ss. Brüssel (12.12.2012). [http://www.sozialelandwirtschaft.de/petrarca\\_media/fachzeitschriften/Stellungnahme%20der%20EWSA.pdf](http://www.sozialelandwirtschaft.de/petrarca_media/fachzeitschriften/Stellungnahme%20der%20EWSA.pdf), Download am [22.08.2014].

GreenCareOe (2013): *Soziale Produktion am Bauernhof - Wertschöpfung durch Wertschätzung* [Video].

[http://www.youtube.com/watch?v=FZldhDBAHOY&list=PLCMXKne5C\\_OZ\\_0hBIJGGJ359BoUJjsdb](http://www.youtube.com/watch?v=FZldhDBAHOY&list=PLCMXKne5C_OZ_0hBIJGGJ359BoUJjsdb), Download am [07.02.2014].

Haubenhofer, D.; Demattio, L.; Geber, S. (2012): *Analyse unterschiedlicher Green Care Finanzierungsmodelle in Österreich und dem europäischen Ausland. Ein Bericht für das Ländliche Fortbildungsinstitut und die Landwirtschaftskammer Wien*, März 2012.

<http://www.greencare-oe.at/media.php?+content+&id=%2C%2C%2C%2CZmlsZW5hbWU9ZG93bmxvYWQIM0QIMkYyMDEyLjA4LjI3JTJGMTM0NjA2Njk3MzEzNDgxMi5wZGYmcm49U3RhdHVzJT>, Download am [14.07.2014].

Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik (2014): *Arbeitsfelder Green Care und Gartentherapie. Green Care*.

<http://www.agrarumweltpaedagogik.ac.at/arbeitsfelder/green-care-und-gartentherapie/green-care/index.html>, Download am [02.04.2015].

Hopf, C. (1978): Die Pseudo-Exploration – Überlegungen zur Technik qualitativer Interviews in der Sozialforschung. *Zeitschrift für Soziologie*, 7(2), 97-115.

<http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/2350/1887>, Download am [20.08.2014].

Kalisch, M.; van Elsen, T. (2008): Leistungen Sozialer Landwirtschaft in Deutschland. Perspektiven im ländlichen Raum. In Friedel, R.; Spindler, E. A. (Hrsg.), *Nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume* (S.195-208). Wiesbaden: VS Verlag.

[http://www.soziale-landwirtschaft.de/petrarca\\_media/literatur/2008/SozLWS\\_Laendl\\_Raum\\_0812.pdf](http://www.soziale-landwirtschaft.de/petrarca_media/literatur/2008/SozLWS_Laendl_Raum_0812.pdf), Download am [12.02.2015].

Netzwerkservicestelle (2011): *Netzwerkmanagement. Leitfaden zur Netzwerkbetreuung*. Bad Nauheim: Bildungswerk der Hessischen Wirtschaft e.V.

[http://netzwerkservicestelle.de/assets/files/Veranstaltungen/Fortbildungsreihe/Leitfaden\\_web.pdf](http://netzwerkservicestelle.de/assets/files/Veranstaltungen/Fortbildungsreihe/Leitfaden_web.pdf), Download am [18.08.2014].

Renner, R. (2010): *How Do Networks Matter? Implementation Of The Innovative Practice Of Care Farming In Austria And The Netherlands*. Wien: Universität für Bodenkultur.

[https://zidapps.boku.ac.at/abstracts/download.php?dataset\\_id=7947&property\\_id=107&role\\_id=NONE](https://zidapps.boku.ac.at/abstracts/download.php?dataset_id=7947&property_id=107&role_id=NONE), Download am [07.07.2014].

Sommer, K. L.; Baumeister, R. F.; Stillman T. F. (1998): The Construction of Meaning from Live Events: Empirical Studies of Personal Narratives. In Wong, P. T. P.; Fry, P. S. (Hrsg.), *Handbook of personal meaning: Theory, research, and Applicatio* (2nd edition). Earlbaum.

[http://www.tylerstillman.info/uploads/2/1/5/2/21520198/\\_meaning\\_chapter\\_baumeister\\_sommer\\_stillman.pdf](http://www.tylerstillman.info/uploads/2/1/5/2/21520198/_meaning_chapter_baumeister_sommer_stillman.pdf), Download am [08.08.2014 ].

Sozial-Produziert (2012): *Soziale Produktion: Wertschätzung, Nachhaltigkeit, Verantwortung*. [http://www.sozialproduziert.at/index.php?article\\_id=82&clang=0](http://www.sozialproduziert.at/index.php?article_id=82&clang=0), Download am [07.02.2014].

Van Elsen, T. (2011): Landwirtschaft kann mehr sein als Landbau. Pädagogische Perspektiven der >>Sozialen Landwirtschaft<<. *Erziehungskunst* 75 (1), 9-11.

[http://www.soziale-landwirtschaft.de/petrarca\\_media/tve\\_EK01\\_2011r.pdf](http://www.soziale-landwirtschaft.de/petrarca_media/tve_EK01_2011r.pdf), Download am [03.03.2015].

Wiesinger, G. (2013a): BF132/11: *Green Care. Soziale Landwirtschaft und ihre Bedeutung für die lokale Ökonomie und Sozialkapital in peripheren ländlichen Regionen*.

<http://www.berggebiete.eu/cm3/de/component/content/article/22themen/soziale-verhaeltnisse/618-bf132-11-green-care-soziale-landwirtschaft-und-ihre-bedeutung-f%C3%BCr-die-lokale-%C3%B6konomie-und-sozialkapital-in-peripheren-l%C3%A4ndlichen-regionen.html>, Download am [19.07.2014].

Wiesinger, G. (2013b): Soziale Landwirtschaft. Auszug aus einer aktuellen Forschungsarbeit. In Die Republik Österreich (Hrsg.), *Grüner Bericht 2013 gemäß §9 des Landwirtschaftsgesetzes, 54. Auflage* (S.130-132). Wien: AV + Astoria Druckzentrum. <http://www.gruenerbericht.at/cm3/download/viewcategory/82.html>, Download am [27.01.2013].

Wiesinger, G. (2015): *BF 142/15: Soziale Landwirtschaft und Sozialkapital in ländlichen Regionen*.

<http://www.berggebiete.eu/cm3/de/component/multicategories/article/22-themen/soziale-verhaeltnisse/745-bf142-15-soziale-landwirtschaft-und-sozialkapital-in-l%C3%A4ndlichen-regionen.html>, Download am [09.03.2015].

www.lk-wien.at (2015): *Das Projekt „Green Care - Wo Menschen aufblühen“: Neue Wege – neue Chancen Perspektiven säen, Wohlbefinden ernten. Landwirtschaft und Soziales wachsen zusammen*. <http://www.greencare-oe.at/?+Die+Idee+&id=2500%2C%2C1007045%2C>, Download am [02.04.2015].

**Präsentationen, Vorträge**

Landwirtschaftskammer Wien (2013): Diversifizierung als Wachstumsstrategie - die Gunst der Stunde nutzen. In *Green Care - Neue Wege, neue Chancen. Landwirtschaft und Soziales wachsen zusammen*. Einladung zur Tagung der LK Wien 19.06.2013

Prop, N. (2014): *Green Care –Status Quo, Vision und Strategische Ausrichtung*. Vortrag im Rahmen der 3. Green Care Tagung in Wien (27.06.2014). (Präsentationsfolie 8, 23).

[http://www.greencare-](http://www.greencare-oe.at/media.php?+content+&id=%2C%2C%2C%2CZmlsZW5hbWU9ZG93bmxvYWQIM0QIMkYyMDE0LjA2LjMwJTJGMTQwNDEzNjYwMDI2MTgxOS5wZGYmcm49UHJvcCUyMFB5JU0c2VudGF0aW9uJTlwMy4IMjBUYWd1bmclMjBnZXNhbXRfZmluYWwucGRm)

[oe.at/media.php?+content+&id=%2C%2C%2C%2CZmlsZW5hbWU9ZG93bmxvYWQIM0QIMkYyMDE0LjA2LjMwJTJGMTQwNDEzNjYwMDI2MTgxOS5wZGYmcm49UHJvcCUyMFB5JU0c2VudGF0aW9uJTlwMy4IMjBUYWd1bmclMjBnZXNhbXRfZmluYWwucGRm](http://www.greencare-oe.at/media.php?+content+&id=%2C%2C%2C%2CZmlsZW5hbWU9ZG93bmxvYWQIM0QIMkYyMDE0LjA2LjMwJTJGMTQwNDEzNjYwMDI2MTgxOS5wZGYmcm49UHJvcCUyMFB5JU0c2VudGF0aW9uJTlwMy4IMjBUYWd1bmclMjBnZXNhbXRfZmluYWwucGRm), Download am [07.08.2014].

Wiesinger, G. (2014): *Einfluss von Green Care/Soziale Landwirtschaft auf die Regionalentwicklung*. Vortrag im Rahmen des Internationalen Forschungsdialoges an der Hochschule für Agrar-und Umweltpädagogik Wien (19.03.2014). (Präsentationsfolie 3).

## ANHANG

### A.1 Leitfaden Erhebungsphase I – Netzwerkanalyse

Leitfaden zur Erhebung der Kooperations- und Netzwerkkontakte mit Kapitalresourcen der einzelnen AkteurInnen des Green Care Pionierbetriebes:

#### Einführung :

- Danke für die Bereitschaft zum Interview/zur Mitarbeit an der Erhebung
  
- Vorstellung der eigenen Person und des Forschungsvorhabens
  
- Besprechen der Vorgangsweise, zeitlicher Rahmen für das Erstellen der Netzwerkkarte und das begleitende Interview, es gibt keine falschen Antworten
  
- Information über den Einsatz eines Aufnahmegerätes, schriftliches Einverständnis, vertrauliche Behandlung der Daten
  
- Klären offener Fragen des/der Interviewpartner/in
  
- ❖ Aufnahme starten

#### Abfrage fürs Protokoll

- Datum und Uhrzeit
- Name des/der InterviewpartnerIn
- Name der Green Care-Initiative/ des Green Care Betriebes
- Form der Sozialen Landwirtschaft
- Phase der Unternehmensgründung

**Tabelle 5:** Allgemeiner Fragenblock Erhebungsphase I

<b>Leitfrage, Erzählaufforderung</b>	<b>Inhaltliche Aspekte -Checkliste</b>	<b>Nachfragen (wenn nicht von alleine angesprochen)</b>	<b>Aufrechterhaltungsfragen</b>
Wenn Sie zurück denken an die Zeit, in der Sie mit Ihrer Arbeit begonnen haben, was war damals Ihre Vision und hat sie sich bis heute sehr verändert?	Motivation sich im Bereich zu engagieren Ziele/Visionen, die verfolgt werden Sinnaspekte Gelingen des Einsatzes	Seit wann gibt es die Initiative/den Betrieb? Was motiviert Sie persönlich sich in diesem Bereich zu engagieren?	Spielt hier ... eine Rolle? Was fällt Ihnen sonst noch ein? Bringen Sie mit ... noch etwas gedanklich in Verbindung?
Wie wichtig sind für Sie Zusammenarbeit, Kooperation und Vernetzung in Bezug auf Ihre Green Care Initiative?	Bewusstsein für Netzwerk Einzelkämpfer/-in? Positive, negative Erfahrungen Werden Ressourcen erkannt und genutzt? Bestimmte Kooperationen	Welchen Nutzen ziehen Sie daraus?  In welchem Bereich wünschen Sie sich mehr Unterstützung?	Spielt hier...eine Rolle? Ist noch etwas wichtig in diesem Zusammenhang? Was bringen Sie mit ... gedanklich noch in Verbindung?
Im Zusammenhang mit Green Care wird oft von einer Win-win-Situation für alle Beteiligten gesprochen, wie sehen Sie das?	Einschätzung der Wirkung der eigenen Arbeit Im Nutzen für andere Bestimmter Fokus z.B. nur auf KlientInnen	Wer profitiert von Ihrem Engagement, Einsatz besonders?	Können Sie noch mehr erzählen? Haben Sie dazu ein Beispiel? Fällt Ihnen da noch etwas dazu ein?
		Haben Sie noch etwas, was Sie gerne ergänzen würden?	

Überleitung zum zweiten Teil zur Erstellung der Netzwerkkarte:

- Erläutern der Netzwerkkarte und Einführen in die Handhabung der Funktionen der Kreise und Sektoren

**Tabelle 6:** Fragenblock Netzwerkanalyse

Aufforderung:	Inhaltliche Aspekte	Nachfragen/zusätzliche Instruktionen:	Aufrechterhaltungsfragen
„Ich möchte Sie bitten, dass Sie an alle wichtigen Personen oder Organisationen denken, die in irgendeiner Form an Ihrer Arbeit, in Ihrem Unternehmen, Ihrer Initiative beteiligt sind.“	<p>Sammeln der relevanten StakeholderInnen</p> <p>Wichtige AkteurInnen</p> <p>Umfeldanalyse</p> <p>Netzwerk</p>	<p>Denken Sie an den Kreis Ihrer Beziehungen, an Ihr soziales Netzwerk, wer spielt eine wichtige Rolle in Bezug auf Ihre Arbeit, Ihre Green Care-Initiative?</p> <p>Mit welchen Personen, Organisationen stehen Sie derzeit in Kontakt?</p>	<p>Wer sonst noch?</p> <p>Gibt es sonst noch jemanden?</p> <p>Wer fällt Ihnen noch ein?</p> <p>Gibt es jemanden der ...?</p> <p>Haben Sie jemanden für...?</p>
Bitte nennen Sie Namen und/oder die jeweilige Funktion.	<p>Zuordnen der StakeholderInnen zu einzelnen Gruppen</p> <p>Familie, Freundeskreis, Nachbarschaft, Vereine, FördergeberIn</p>	<p>Was verbindet Sie miteinander?</p> <p>Seit wann kennen Sie einander?</p>	<p>Und weiter?</p>
Überlegen Sie bitte in welcher Form die Person/ Organisation sich beteiligt und welchen Beitrag sie leistet.	<p>Zuordnen des Nutzens</p> <p>Bereiche der Unterstützung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kulturelles Kapital</li> <li>➤ Soziales Kapital</li> <li>➤ Ökonomisches Kapital</li> <li>➤ Symbolisches Kapital</li> </ul> <p>Soziale Unterstützungsleistungen</p>	<p>Wie haben Sie miteinander zu tun?</p> <p>Auf welche Weise können Sie von X Unterstützung erwarten?</p> <p>Was brauchen Sie von X?</p>	<p>Gibt es da sonst noch etwas?</p> <p>Spielt hier...eine Rolle?</p> <p>Wie ist das mit ...?</p>
Im Anschluss tra-	Wichtigkeit der sozialen	Wen halten Sie für be-	Nonverbale Auf-

<p>gen Sie die Person/je nach Wichtigkeit an der entsprechenden Stelle in der Landkarte ein. Die farblich unterschiedlichen Sektoren, sollen Ihnen helfen Ihre Kontakte ihrem jeweiligen Nutzenbeitrag zuzuordnen.</p>	<p>Beziehung</p> <p>Mögliche Abhängigkeiten</p>	<p>sonders wichtig?</p> <p>Sie können Kontakte auch mehreren Sektoren zuordnen und sie wiederholt in die Karte eintragen.</p> <p>Im Zentrum steht das Ich, also Sie.</p> <p>Die Kreise auf der Karte stehen für die jeweilige Wichtigkeit der Personen/Organisationen</p> <p>Die Karte ist in vier farblich unterschiedliche Bereiche eingeteilt.</p> <p>Die Personen werden anhand dieser beiden Merkmale in die Karte eingetragen.</p>	<p>rechterhaltung</p> <p>Haben Sie dazu noch eine Frage?</p>
<p>Wenn Sie auf ihr soziales Netzwerk schauen, was denken Sie dazu?</p>	<p>Reflexion über die Karte</p> <p>Anregung zum Erzählen</p>	<p>Wie bewerten Sie dieses Bild?</p>	<p>Fällt Ihnen etwas auf?</p> <p>Ist noch etwas wichtig?</p> <p>Wie ist das mit ...?</p>
<p>Gibt es noch etwas, was Ihnen wichtig ist zu sagen?</p>	<p>Abschluss</p> <p>Danke für die Mitarbeit</p>	<p>Wie ist es Ihnen mit dieser Form der Befragung ergangen?</p>	<p>Nonverbale Aufrechterhaltung</p> <p>Wollen Sie dazu noch etwas sagen?</p>

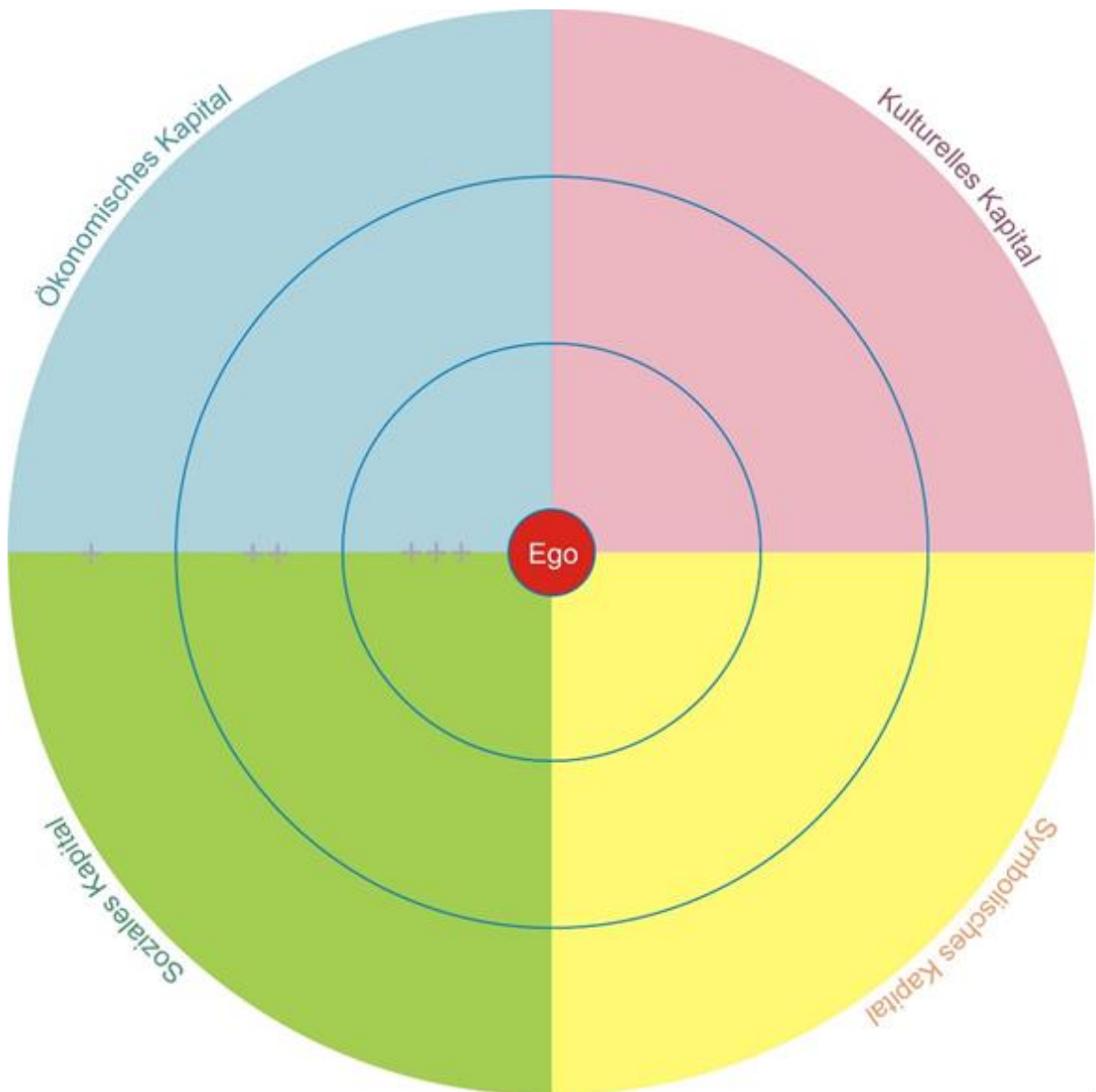
### Abschluss:

- Danke für die Beteiligung und die Bereitschaft zur Mitarbeit
- Frage ob auch Bereitschaft zu einer Detailanalyse besteht; Möglichkeit weiterer Kontakte, um Interviews mit StakeholderInnen einzuleiten.

A.2 Netzwerkkarte

EGO: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_



### A.3 Einverständniserklärung Erhebungsphase I

#### EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG

Liebe Forschungsteilnehmerin, lieber Forschungsteilnehmer!

Ich, Anita Wernisch, bin Studentin an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien. Für den Abschluss des Masterstudienlehrganges „Green Care - Pädagogische, beraterische und therapeutische Interventionen mit Tieren und Pflanzen“ verfasse ich eine Masterarbeit im Bereich Green Care - Soziale Landwirtschaft.

Der Arbeitstitel dazu lautet: „Green Care – deine PionierInnen. Von der Vision zum gelungenen Projekt. Über das Potential von Kooperation und den Nutzen im Netzwerk von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft.“

Die Masterarbeit ist als ein eigenständiges Forschungsprojekt konzipiert. Um die Nutzendimensionen von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft zu erfassen, ist es notwendig sogenannte qualitative Netzwerkinderviews mit den Schlüsselpersonen im Feld, sprich den Green Care - Pionieren und Pionierinnen, zu führen. Ich erstelle daher mit Ihnen gemeinsam eine Netzwerkkarte, die das soziale Netzwerk, die StakeholderInnen Ihrer Initiative abbildet, und wir erfassen die Ressourcen, die Nutzenbeiträge Ihres Kontaktnetzes.

Die Teilnahme dazu erfolgt auf freiwilliger Basis. Auf folgende Punkte wird, aus der Sicht des Teilnehmers/ der Teilnehmerin, besonders Wert gelegt:

- Ich kann während des Interviews jederzeit Fragen stellen und es beenden, wenn ich Bedenken habe.
- Das Interview wird als Audioaufnahme gespeichert.

Alle personenbezogenen Daten (Audiodateien und deren schriftliche Version) werden anonymisiert bearbeitet, so dass ein Rückschluss auf die betroffenen Personen nicht möglich sein wird.

- Nachdem die Masterarbeit abgeschlossen ist, werde ich - bei Interesse - über die Ergebnisse der Forschung informiert.

---

Hiermit versichere ich, Frau / Herr, \_\_\_\_\_

dass die anonymisierte Version des Interviews im Rahmen des oben genannten Forschungsvorhabens und damit verbundenen Publikationen und Vorträgen genutzt werden kann.

-----  
(Ort, Datum, Unterschrift)

#### **A.4 Leitfaden Erhebungsphase II – Befragung AkteurInnen**

Erhebungsphase II zur Evaluierung des persönlichen Nutzens einzelner AkteurInnen/StakeholderInnen:

##### **Einführung :**

- Danke für die Bereitschaft zum Interview/zur Mitarbeit an der Erhebung
- Vorstellung der eigenen Person und des Forschungsvorhabens

Beispiel:

„Vielen Dank, dass Sie sich bereit erklären an dieser Untersuchung mitzuarbeiten. In meiner Forschungsarbeit für den Masterabschluss möchte ich aufzeigen, dass die erfolgreiche Arbeit von Green Care-Betrieben, wie z.B. „exemplarischer Betrieb XXX“ auch davon abhängt, dass viele Menschen zum Gelingen dieser Arbeit auf unterschiedliche Weise beitragen und diese unterstützen. Gleichzeitig möchte ich erfahren, was bewegt diese Menschen, im konkreten Fall Sie persönlich, diesen positiven Beitrag zu leisten, und welchen Sinn sehen Sie darin, sich auf diese Weise einzubringen?“

- Besprechen der Vorgangsweise, zeitlicher Rahmen für das Gespräch, es gibt keine falschen Antworten
- Information über den Einsatz eines Aufnahmegerätes, schriftliches Einverständnis, vertrauliche Behandlung der Daten
- Klären offener Fragen des/der Interviewpartner/in
- ❖ Aufnahme starten

##### **Abfrage fürs Protokoll:**

- Datum und Uhrzeit
- Name des/der Interviewpartner/in
- Name der Green Care-Initiative/ des Green Care Betriebes
- Form der Kooperation

**Tabelle 7:** Fragenblock Erhebungsphase II

<b>Leitfrage, Erzählaufrorderung</b>	<b>Inhaltliche Aspekte- Checkliste</b>	<b>Nachfragen GCB=Green Care Betrieb</b>	<b>Aufrechterhaltungsfragen</b>
Woher kennen Sie die Green Care Initiative?	Beziehung zu Projekt Rolle Funktion	Wie sind Sie auf den GCB aufmerksam geworden? Bringen Sie sich beruflich oder ehrenamtlich ein?	Können Sie dazu noch mehr erzählen? An was erinnern Sie sich?
Was glauben Sie, wie Sie die Arbeit der Green Care Initiative unterstützen?	Kapitalressourcen Wie sieht sich AkteurIn selbst Selbstwirksamkeit	Können Sie erklären, was Ihre Tätigkeit, Funktion, Aufgabe, Beitrag in Bezug auf den GCB ist? Was denken Sie ist Ihr persönlicher Anteil am möglichen Erfolg?	Haben Sie dazu ein Beispiel? Ist noch etwas anzufügen? Wollen Sie noch etwas ergänzen?
Was ist Ihre persönliche Motivation?	Motivation Nutzen Sinnerleben	Welchen Nutzen haben Sie davon? Wie hilft Ihnen der GCB bei der Verwirklichung ihrer persönlichen Interessen/Ziele? Welchen Sinn sehen Sie in Ihrem Beitrag/Engagement? Wenn ich das Wort „Sinn“ in den Raum stelle und Sie das in Beziehung bringen mit Ihrer Arbeit und dem X-Hof, was fällt Ihnen ein?	Spielt hier...eine Rolle? Wie ist das mit...? Und sonst noch? Haben Sie dazu ein Beispiel? Nonverbale Aufrechterhaltung
Gibt es ein Erlebnis, dass Sie speziell mit dem X - Hof verbinden und von dem Sie erzählen möchten?	Sinnperspektive		
Gibt es etwas, dass Sie gerne verändern würden in der Zusammenarbeit mit X?	Situationsanalyse Motivation Zukünftiger Nutzen	Werden Sie auch weiterhin die Initiative unterstützen? Was wünschen Sie sich für die Zukunft?	Was sollte sich ändern? Wollen Sie noch etwas ergänzen?
Gibt es noch etwas, was Ihnen wichtig ist zu sagen?	Abschluss	Gibt es denn eine Frage, die Sie gerne von mir gehört hätten, die aber jetzt noch nicht gestellt wurde? Wie ist es Ihnen mit dieser Form der Befragung ergangen?	Nonverbale Aufrechterhaltung Wollen Sie dazu noch etwas sagen?

## A.5 Einverständniserklärung Erhebungsphase II

### EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG

Liebe Forschungsteilnehmerin, lieber Forschungsteilnehmer!

Ich, Anita Wernisch, bin Studentin an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien. Für den Abschluss des Masterstudienlehrganges „Green Care - Pädagogische, beraterische und therapeutische Interventionen mit Tieren und Pflanzen“ verfasse ich eine Masterarbeit im Bereich Green Care - Soziale Landwirtschaft.

Der Arbeitstitel dazu lautet: „Green Care – deine PionierInnen. Von der Vision zum gelungenen Projekt. Über das Potential von Kooperation und den Nutzen im Netzwerk von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft.“

Die Masterarbeit ist als ein eigenständiges Forschungsprojekt konzipiert. In meiner Untersuchung möchte ich unter anderem aufzeigen, dass die erfolgreiche Arbeit von Green Care Betrieben auch davon abhängt, dass viele AkteurInnen zum Gelingen auf unterschiedliche Weise beitragen und die Arbeit unterstützen. Um die Nutzendimensionen von Green Care Initiativen in der Sozialen Landwirtschaft zu erfassen, werden Interviews mit den wichtigen Schlüsselpersonen im Netzwerk von Green Care - Pionieren und Pionierinnen geführt.

Die Teilnahme dazu erfolgt auf freiwilliger Basis. Auf folgende Punkte wird, aus der Sicht des Teilnehmers/ der Teilnehmerin, besonders Wert gelegt:

- Ich kann während des Interviews jederzeit Fragen stellen und es beenden, wenn ich Bedenken habe.
- Das Interview wird als Audioaufnahme gespeichert.

Alle personenbezogenen Daten (Audiodateien und deren schriftliche Version) werden anonymisiert bearbeitet, so dass ein Rückschluss auf die betroffenen Personen nicht möglich sein wird.

- Nachdem die Masterarbeit abgeschlossen ist, werde ich - bei Interesse - über die Ergebnisse der Forschung informiert.

---

Hiermit versichere ich, Frau / Herr, \_\_\_\_\_

dass die anonymisierte Version des Interviews im Rahmen des oben genannten Forschungsvorhabens und damit verbundenen Publikationen und Vorträgen genutzt werden kann.

---

(Ort, Datum, Unterschrift)

## A.6 Rahmendaten zu den Interviews

Interviews gesamt: 17 qualitative Interviewstudien

12 qualitative Netzwerkanalysen (Interview + Netzwerkkarte) mit PionierInnen:

**Tabelle 8:** Rahmendaten zu Interviews mit PionierInnen

Inter-views Initiati-ven		Befrag-te/r = B	Interview, am	Ort	Dauer	Transkript
1	A-Hof	BA	02.09.2014	NÖ	02:17:59	Transkript 2014.09.02_16.32_01 A-Hof
2	B-Hof	BB	24.09.2014	NÖ	00:44:37	Transkript 2014.09.24_10.49_01 B-Hof_1
3	C-Hof	BC	20.10.2014	T	01:57:07	Transkript 2014.10.20_14.51_01 C-Hof
4	D-Hof	BD	28.10.2014	OÖ	01:52:40	Transkript 2014.10.28_11.40_01 D-Hof
5	E-Hof	BE	03.11.2014	NÖ	01:32:24	Transkript 2014.11.03_12.07_01 E-Hof
6	F-Hof	BF	06.11.2014	NÖ	00:56:47	Transkript 2014.11.06_15.06_01 F-Hof
7	G-Hof	BG	11.11.2014	St	01:28:09	Transkript 2014.11.11_15.01_01 G-Hof
8	H-Hof	BH	17.11.2014	OÖ	01:51:23	Transkript 2014.11.17_15.31_01 H-Hof
9	I-Hof	BI	18.11.2014	NÖ	01:29:07	Transkript 2014.11.18_11.40_01 I-Hof
10	J-Hof	BJ	03.12.2014	NÖ	01:51:35	Transkript 2014.12.03_15.55_01 J-Hof
11	K-Hof	BK	04.12.2014	NÖ	01:08:39	Transkript 2014.12.04_16.10_01 K-Hof
12	L-Hof	BL	09.12.2014	NÖ	01:23:28	Transkript 2014.12.09_15.42_01 L-Hof

Fünf Leitfadeninterviews mit relevanten AkteurInnen im Netzwerk von Initiativen:

**Tabelle 9:** Rahmendaten zu Interviews mit StakeholderInnen

Interviews mit Stakeholdergruppe		Befragte/r =B	Kapitalfeld	Interview am	Dauer	Transkript
1	MitarbeiterInnen	Hauptamtl. Mitarbeiterin =BM	kulturelles + alle	06.01.2015	00:45:39	Transkript MitarbeiterIn2015.01.06_17.26_01
2	Regierung, Behörde, regionale Verwaltung, PolitikerInnen	KommunalpolitikerIn, Bürgermeister =BP	symbolisches, soziales + alle	22.01.2015	00:53:40	Interview Bürgermeister2015.01.22_08.19_01
3	Wirtschaftliche PartnerInnen	FinanzierungspartnerIn, Direktor Geldinstitut =BW	ökonomisches, kulturelles + alle	04.02.2015	00:44:17	Interview FinanzierungspartnerIn 2015.02.04_09.55_01
4	KundInnen/KlientInnen	Klient =BK	symbolisches, soziales + alle	13.02.2015	00:25:03	Transkript KlientIn 2015.02.13_10.06_01
5	FördergeberInnen/SponsorInnen	FördergeberIn, Leiter eines Öffentlich rechtlichen Dienstleistungsunternehmens =BF	ökonomisches, soziales, symbolisches	17.02.2015	01:00:52	Interview FördergeberIn2015.02.17_13.08_01

## **EHRENERKLÄRUNG**

Ich erkläre, dass ich die vorliegende Masterthese selbst verfasst habe und dass ich dazu keine anderen als die angeführten Behelfe verwendet habe. Außerdem habe ich die Reinschrift der Masterthese einer Korrektur unterzogen und ein Belegexemplar verwahrt.

Wien, 17.04.2015

Anita Wernisch