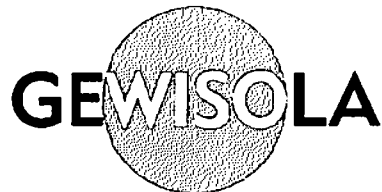


SOCIALLAB – NUTZTIERHALTUNG IM SPIEGEL DER GESELLSCHAFT

Inken Christoph-Schulz, Nanke Brümmer, Anja-Karolina Rovers,
Doreen Saggau

inken.christoph@thuenen.de

Thünen-Institut für Marktanalyse, Bundesallee 50, 38116 Braunschweig



2016

*Vortrag anlässlich der 56. Jahrestagung der GEWISOLA
„Agrar- und Ernährungswirtschaft: Regional vernetzt und global
erfolgreich“
Bonn, 28. bis 30. September 2016*

Copyright 2016 by authors. All rights reserved. Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright notice appears on all such copies.

SOCIALLAB – NUTZTIERHALTUNG IM SPIEGEL DER GESELLSCHAFT

Zusammenfassung

Kritische Diskussionen und Berichte rund um das Thema Nutztierhaltung gibt es seit Jahren. Dennoch zeigt sich eine zunehmende Diskrepanz zwischen gesellschaftlichen Wunschvorstellungen und der aktuellen Wahrnehmung (Zander et al., 2013). Das Tierwohl und die ethische Bewertung der Tierhaltung rücken immer stärker in den Fokus der Öffentlichkeit. Dabei liegen die Positionen von Verbrauchern, Tierschützern, Journalisten und Landwirten meist weit auseinander. Mit dem Projekt „SocialLab – Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft“ soll die Kluft zwischen diesen Akteuren analysiert und reduziert werden. Untersucht werden dabei die landwirtschaftlichen Nutztierarten Schwein, Rind und Geflügel mittels eines breit gefächerten, interdisziplinären Methodenspektrums.

Keywords

Nutztierhaltung, Gesellschaftliche Einstellung und Wahrnehmung, Zweinutzungshuhn

1 Problemstellung

Nach wie vor sind die Landwirtschaft und Nahrungsmittelproduktion in öffentlichen Diskussionen und den Medien präsent (WEIBLE ET AL. 2013). Zahlreiche Bereiche der modernen Agrar- und Ernährungswirtschaft haben sich zu stark technisierten Branchen entwickelt während in vielen Köpfen noch immer der Bilderbuchbauernhof verankert ist. Drastische Medienberichte wirken verstörend auf große Teile der Gesellschaft. Zudem suggerieren sie ein eher negatives Bild der heutigen Landwirtschaft. Besonders bei der Nutztierhaltung zeigt sich eine wachsende Diskrepanz zwischen der aktuellen Situation und den gesellschaftlichen Wünschen (KAYSER ET AL., 2012). Insgesamt rücken das Tierwohl und die ethische Bewertung der Nutztierhaltung zunehmend in den Fokus des öffentlichen Diskurses (WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT AGRARPOLITIK BEIM BMEL, 2015). Neben Verbrauchern und Landwirten sind Einzelhändler, unterschiedliche Interessenvertretungen wie berufsständische Vertretungen, Umwelt-, Tierschutz und Verbraucherschutzorganisationen sowie die Medien relevante Akteure in Bezug auf die landwirtschaftliche Nutztierhaltung. Neben der hohen Anzahl der zu betrachtenden Akteure kommt erschwerend hinzu, dass diese gesellschaftlichen Gruppen auch in sich heterogen sind und unterschiedliche Ansprüche aufweisen. Daher ist es erforderlich, das Gesamtsystem zu betrachten. Dieser Aufgabe stellt sich das Projekt „SocialLab – Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft“. Ziel ist es, die gesellschaftliche Kritik differenziert zu durchdringen und Wege aufzuzeigen, wie die Nutztierhaltung aus Sicht der oben genannten Gruppen verbessert werden kann.

2 Methodenspektrum

Um dieses komplexe Thema mit derart unterschiedlichen Akteuren bearbeiten zu können, wird sich innerhalb des Projektes eines breiten Methodenspektrums aus den Bereichen Agrarökonomie, Verbraucherforschung, Psychologie, Neuro- und Verhaltensökonomik sowie der Ethik bedient. Qualitative Methoden sind dabei meist der erste Schritt. Durch Gruppendiskussionen und Experteninterviews werden tief gehende Erkenntnisse erlangt, die nicht mit Hilfe von Literaturanalysen oder ausschließlich standardisierten Befragungen erzielt werden könnten. Die beteiligten Personen werden intensiv nach ihren Ansichten befragt und die dahinterliegenden Motive identifiziert. Darauf basierend werden schriftliche Befragungen mit dem Ziel durchgeführt, die bisherigen Ergebnisse zu validieren und möglichst repräsentative Ergebnisse zu erhalten. Diese erlauben es schließlich, Rückschlüsse auf unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen zu ziehen. Im Rahmen des Projektes werden

außerdem z. B. Daten über die Einkaufsdaten von deutschen Haushalten analysiert oder Medienanalysen durchgeführt. Zudem finden bildgebende Verfahren Anwendung: Diese Verfahren messen die Veränderung der Sauerstoffsättigung des Blutes in bestimmten Gehirnregionen. So kann beispielsweise untersucht werden, ob bestimmte Entscheidungen stärker durch rationale oder emotionale Motive getrieben werden.

4 Vorläufige Ergebnisse

SocialLab besteht aus insgesamt zwölf Teilprojekten. Eines davon trägt den Titel „Das Zweinutzungshuhn aus Sicht der Gesellschaft“. Bei diesem Teilprojekt handelt es sich um eine Kooperation mit dem Verbundprojekt „IntegHof – Geflügelhaltung neu strukturiert“, das unter der Leitung von Prof. Dr. Silke Rautenschlein von der Stiftung Tierärztliche Hochschule Hannover, das Zweinutzungshuhn aus naturwissenschaftlicher Sicht erforscht. Das zugrunde liegende Problem ist, dass bislang Legehennen und Masthähnchen aus zwei unterschiedlichen Zuchtlinien stammen. Dies führt jährlich zur Tötung von Millionen männlicher Legehennenküken. Vor diesem Hintergrund wird das Zweinutzungshuhn, eine Zuchtlinie, die sich sowohl für die Eier- als auch Fleischproduktion eignet, durch SocialLab bezüglich seiner Akzeptanz beim Verbraucher, Landwirt und Handel getestet. Hinsichtlich der Verbraucherakzeptanz liegen bereits erste Ergebnisse vor. Im Januar 2016 wurden in Hochschulmensen in Hannover Zweinutzungshähne als halbe Brathähnchen angeboten. Im Anschluss wurden die Besucher schriftlich befragt. Es zeigt sich, dass das Konzept des „Zweinutzungshuhns“ durchaus positiv bewertet wurde und einige Befragte sich bereit erklären würden, einen Mehrpreis dafür zu zahlen. Im Vergleich zum Fleisch des männlichen Tieres einer Legehennenlinie, wurde der Zweinutzungshahn hinsichtlich des Aussehens, Geschmacks und der Menge bevorzugt. Mittelerweise haben in Berlin, Cloppenburg und München Gruppendiskussionen mit Verbrauchern stattgefunden. Mit Hilfe dieser soll geklärt werden, welche Aspekte die Akzeptanz für die neue Rasse positiv beeinflussen und welche negativ. Darauf aufbauend dient eine standardisierte Befragung dazu, die Ergebnisse dieser Gruppendiskussionen zu quantifizieren, Kaufmotive und Einstellungen zu untersuchen sowie Verbrauchergruppen zu identifizieren. Außerdem wird das Marktpotenzial von Produkten des Zweinutzungshuhns abgeschätzt. Hierfür werden die Präferenzen der Verbraucher untersucht und die Zahlungsbereitschaft mit Hilfe von Choice-Experimenten berechnet.

Finanzierung

Dieses Projekt wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aufgrund eines Beschlusses des deutschen Bundestages gefördert. Die Projektträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung.

Literatur

- KAYSER, M., SCHLIEKER, K. und SPILLER, A. (2012): Die Wahrnehmung des Begriffs „Massentierhaltung“ aus Sicht der Gesellschaft. In: Berichte über Landwirtschaft, Heft 90, Nummer 3, 417-428.
- WEIBLE, D., CHRISTOPH-SCHULZ, I., SALAMON, P. UND ZANDER, K. (2016): Citizens' perception of modern pig production in Germany: a mixed-method research approach. *British Food Journal*, Vol. 118, 8, S. 2014-2032.
- ZANDER, K., ISERMAYER, F., BÜRGELE, D., CHRISTOPH-SCHULZ, I., SALAMON, P. und WEIBLE, D. (2013): Erwartungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft. Münster: Stiftung Westfälische Landschaft.
- WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT AGRARPOLITIK BEIM BMEL (2015): Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung. Gutachten. Berlin.

SocialLab

Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft

Inken Christoph-Schulz · Nanke Brümmer · Anja-Karolina Rovers · Doreen Saggau

Thünen-Institut für Marktanalyse

Motivation

Problemstellung

- Wachsende Kritik an landwirtschaftlicher Nutztierhaltung durch gesellschaftliche Gruppen
- Zunehmende Diskrepanz zwischen (Wunsch-)Vorstellung und Realität
- Polarisierende Medienberichte

Zielsetzung

- Differenzierte Betrachtung der gesellschaftlichen Kritik
- Dialog zwischen Landwirtschaft, Handel und Gesellschaft, dadurch Reduzierung bestehender Diskrepanz
- Abbau bestehender Barrieren zwischen gesellschaftlichen Gruppen
- Lösungsvorschläge für Landwirtschaft, Ernährungswirtschaft und Politik
- Identifizierung der Hauptkritikpunkte der Rinder-, Schweine- und Geflügelhaltung sowie der Unterschiede in der Wahrnehmung der Tierarten

Teilprojekt: Das Zweinutzungshuhn aus Sicht der Gesellschaft

Kooperativ mit dem Projekt „Geflügelhaltung neu strukturiert: Integration als Maßnahme zum Tierschutz“ (koordiniert von Prof. Dr. Silke Rautenschlein, TiHo Hannover)

Problem

Tötung von jährlich ca. 50 Millionen männlichen Küken in Deutschland im Rahmen der Legehennenproduktion

Ziele

- Identifizierung der Wahrnehmung, Einstellung, Akzeptanz und Präferenzen gegenüber dem Zweinutzungshuhn durch Verbraucher, Landwirte und Handel

Erste Ergebnisse (schriftliche Befragung nach Verzehr in Hannoveraner Mensen)

- Zwei Befragungstermine (1. Termin Zweinutzungshuhn, N=361, 2. Termin Hahn einer Legehennenlinie, N=367), Befragungsort: Mensa
- Stichprobe: 60% Studenten, 73% männlich, 59% zwischen 20 und 29 Jahre
- Gericht: jeweils halbes Brathähnchen
- Zweinutzungshuhn im Vergleich zum Hahn der Legehennenlinie besser bewertet (deutlich besser bei Menge, Aussehen, besser bei Geschmack, Konsistenz, Fleischfarbe)
- Weiteres Vorgehen: Gruppendiskussionen (Berlin, Cöppenburg, München) derzeit in Auswertung, deutschlandweite schriftliche Befragung



© TI, I. Christoph-Schulz

© aid Infodienst, e.V., P. Meyer

© aid Infodienst, e.V., P. Meyer

© aid Infodienst, e.V., P. Meyer

Vorgehensweise und Methoden im Rahmen von SocialLab

Vorgehensweise

- Analyse des Status quo gesellschaftlicher Wahrnehmung, Erwartungen und Akzeptanz
- Analyse der Darstellung der Nutztierhaltung durch Medien und NGOs
- Bewertung von Tierschutzstandards aus Sicht der Landwirte und des Handels
- Beteiligt sind Ökonomen, Agrarwissenschaftler, Psychologen und Ethiker zusammen mit Biologen/Veterinären aus anderen Projekten
- Koordination: Thünen-Institut

Methodenspektrum

- Qualitativ (z.B. Interviews, Gruppendiskussionen, Medienanalyse)
- Quantitativ (z.B. Befragungen, Panelanalysen)
- Experimentell (z.B. bildgebende Verfahren)



© T. Strombach, 2013



© neoplas, 2013

Partner

Konsortiumspartner

- FH Sost (Prof. Dr. M. Mergenthaler)
- Institut für angewandte Ethik und Tierschutz (Prof. Dr. J. Luy)
- Uni Bonn (Prof. Dr. M. Hartmann)
- Uni Düsseldorf (Prof. Dr. P. Kenning)
- Uni Göttingen (Prof. Dr. A. Spiller)
- Uni München (Prof. Dr. J. Roosen)
- Assoziierter Partner: Uni Friedrichshafen (Prof. Dr. Reisch)

WAS MENSCHEN BEWEGT, LEBENSMITTEL AUS DEM MÜLL ZU HOLEN: EINE EXPLORATIVE STUDIE ZUM CONTAINERN

Zusammenfassung

Große Mengen Nahrungsmittel werden in genusstauglichem Zustand durch den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) im Müll entsorgt. Die sogenannte Container-Szene hat sich zum Ziel gesetzt, diese aussortierten Lebensmittel zu verwerten. „Containern“ (auch „Dumpstern“ oder „Mülltauchen“) bezeichnet demnach eine Handlung, bei der Müllcontainer nach noch verzehrbaren Nahrungsmitteln durchsucht werden. Die Szene verzeichnet einen verstärkten Zulauf von überwiegend jungen Menschen. Bislang ist wenig über die genauen Motive der beteiligten Personen bekannt. Dieser Beitrag explorativen Charakters beschäftigt sich daher mit der individuellen Motivation der Göttinger MülltaucherInnen, die in leitfadengestützten Interviews zu ihren Container-Aktivitäten befragt wurden. Es zeigt sich, dass eigennützige Beweggründe, wie z.B. die finanzielle Ersparnis, nur eine untergeordnete Rolle für die Interviewten spielen. Hauptmotive sind, die Öffentlichkeit und das persönliche Umfeld für das Thema Lebensmittelverluste zu sensibilisieren sowie an den LEH zu appellieren, die Verluste zu verringern. Ferner spielt die direkte Reduktion der Verluste, das ‚Retten‘ der Lebensmittel, eine Rolle. Die qualitativen Ergebnisse werden vor dem Hintergrund der bisher vorhandenen Literatur zur Container-Szene diskutiert und eine Verknüpfung zu gesellschaftlichen Bewegungen allgemein sowie zur Solidarischen Landwirtschaft hergestellt.

Keywords

Containern, Dumpstern, Mülltauchen, Lebensmittelverluste, Lebensmittelverwertung

1 Einleitung

Große Mengen der produzierten Nahrungsmittel werden täglich als Müll entsorgt. Allein in Deutschland sind es 11 Millionen Tonnen pro Jahr (ISWA, 2012). Diese Lebensmittelabfälle haben einen geschätzten Wert von € 21,6 Milliarden – das ist etwa viermal so viel 2016 als Budget für das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft vorgesehen ist (BMF, 2016). Von diesen Nahrungsmitteln wären 65% noch uneingeschränkt genießbar (ISWA, 2012). Zu diesen Abfälle trägt auch der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) bei. Viele der dort entsorgten Produkte weisen nur geringfügige Mängel auf, wie eine leichte Beschädigung der Verpackung. Bei Obst und Gemüse führen v.a. Druckstellen oder Verfärbungen zu großen Abfallmengen, bei verpackten Produkten meist ein nur noch kurzes oder bereits überschrittenes Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum. Zu Überschüssen kommt es auch durch das schwer zu kalkulierende Einkaufsverhalten der KonsumentInnen, insbesondere bei Saisonware, sowie durch falsche Lagerhaltung (STENMARCK et al., 2011; MONIER et al., 2010; KREUTZBERGER und THURN, 2011). So landen Tausende Tonnen noch genießbare Lebensmittel in den Müllcontainern des LEH.

Diese Sachlage beschäftigt zunehmend die Forschung, Politik sowie Teile der Zivilgesellschaft. Verschiedene Maßnahmen zur Reduktion der Überschüsse, z.B. die Informationskampagne „zu gut für die Tonne“ (BMEL, 2016) und sogenannte „Tafelkonzepte“, existieren bereits (SELKE, 2011). Zusätzlich sind gesellschaftliche Gruppierungen zu beobachten, die gegen Überkonsum und Verschwendung aktiv werden. Eine davon ist die sogenannte Container-Szene. „Containern“ (auch „Dumpstern“ oder zu Deutsch „Mülltauchen“) bezeichnet die Entnahme entsorgter Lebensmittel und anderer

Produkte aus Müllcontainern, vornehmlich des LEHs.¹ Dieser Trend zeigt sich zunehmend sowohl international als auch in Deutschland² und findet seit einigen Jahren Beachtung in den Medien (z.B. DREISBACH, 2012; THURN, 2013; LANGROCK-KÖGEL, 2015). Die wenigen vorliegenden wissenschaftlichen Untersuchungen stammen aus dem Ausland und stellen das Mülltauchen hauptsächlich in den Kontext der Freeganismus-Szene³. In dieser stellt das Containern neben dem eigenen Anbau sowie dem Tausch von Gütern eine wichtige Säule bei der Beschaffung von Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen dar. Die AktivistInnen der Freeganismus-Szene sind Studierende (MORÉ, 2011) oder gut ausgebildeten GroßstädterInnen der Mittelklasse (RUSH, 2006). MORÉ (2011) begleitete im Rahmen eines Forschungsseminars im Bachelorstudium drei Freeganerinnen in Illinois (USA), die regelmäßig containerten. HOFSTÄDTER (2011) interviewte in Wien für ihre Dissertation über Müll und Menschen, die vom Entsorgtem leben, neben Flohmarkt- und AntiquitätenhändlerInnen auch drei FreeganerInnen. Diese Studien weisen darauf hin, dass das Mülltauchen in der Container-Szene nicht unbedingt aus finanziellen Gründen ausgeübt wird, sondern Ausdruck des Protestes gegen Überproduktion, selbstverständlichen Konsum und eine Wegwerfmentalität in der Gesellschaft ist.⁴ So bezeichnet SHANTZ (2005) das Mülltauchen als anarchistische politische Praxis, jedoch ohne diese Einschätzung mit eigenen Daten zu untermauern. Laut NGUYEN et al. (2014) drehen FreeganerInnen das Stigma, schmutzige Handlungen auszuüben, um und übertragen es auf die Mehrheitsgesellschaft und ihre schädlichen Mechanismen der Überproduktion.

Welche individuellen Motive einzelner MülltaucherInnen hinter der beschriebenen allgemeinen, ideologischen Motivation, sich von der Konsumgesellschaft abzugrenzen, stehen und ob es weitere Beweggründe gibt, bleibt in bisherigen Forschungsarbeiten jedoch unklar. Diese Lücke versuchen wir im vorliegenden Beitrag zu schließen und haben hierfür leitfadengestützte Interviews mit MülltaucherInnen in Göttingen geführt und ausgewertet.

Nach der Darstellung der Methodik dieser qualitativen Untersuchung werden die Interviewergebnisse vorgestellt und in die vorhandene Literatur eingeordnet. Abschließend wird geprüft, ob die Container-Szene Merkmale einer gesellschaftlichen Bewegung (vgl. ROTH und RUCHT, 2008) aufweist und ob sie Parallelen zu einer anderen gesellschaftlichen Initiative zeigt, die neue Konzepte der Produktion und des Konsums erprobt, der Solidarischen Landwirtschaft (vgl. z.B. MOELLERS und BIRHALA, 2014; DYTTRICH, 2015). Der vorliegende Artikel liefert einen Einblick in die Container-Szene in Deutschland und leistet damit einen Beitrag zur gerade erst begonnenen Forschung.

2 Methodische Vorgehensweise

Für die vorliegende Untersuchung wurden in den Jahren 2014/2015 leitfadengestützte Interviews mit elf MülltaucherInnen geführt. In den Interviews beschrieben die MülltaucherInnen, wie sie zum Containern gekommen sind, wie eine Container-Tour typischerweise abläuft, welche Produkte gefunden werden und welche Erfahrungen – positiver und negativer Art – sie dabei gesammelt haben. Auf die Reaktionen des Umfelds, v.a. von Familie und FreundInnen, wurde ebenfalls eingegangen. Wesentlicher Inhalt der Interviews waren die individuellen Beweggründe, containern zu gehen. Neben den Fragen

¹ Strafrechtlich können je nach Situation (z.B. Zugänglichkeit des Mülls, Vorgehensweise) Diebstahl, Bandendiebstahl, Sachbeschädigung und/oder Hausfriedensbruch vorliegen (HOFFMEISTER et al., 2015).

² Das Forum Containern.de verzeichnet bspw. 6.663 BenutzerInnen und umfasst 34.989 Beiträge (CONTAINERN.DE, 2016). Bei Facebook.com gibt es mehrere Interessensgruppen und geschlossene Ortsgruppen mit bis zu 2000 Mitgliedern in Berlin (FACEBOOK.COM, 2016) (Stand: 08.02.2016).

³ „Freeganismus“ bezeichnet eine Lebenseinstellung, deren AnhängerInnen versuchen, möglichst unabhängig von Konsum zu leben.

⁴ Finanzielle Gründe können gleichwohl vorrangig für die Lebensmittelversorgung aus Abfällen sein (vgl. EIKENBERRY und SMITH (2005), die in Minnesota (USA) Geringverdienende und Obdachlose befragten. Diese werden jedoch nicht zur Container-Szene gezählt.)

zum Mülltauchen enthielt der Interviewleitfaden auch Fragen zur Einschätzung der Lebensmittelproduktion und der Nachfrage nach Lebensmitteln durch VerbraucherInnen in Deutschland. Die offene Herangehensweise ermöglichte es, während der Interviews zudem flexibel auf neue Aspekte einzugehen und so noch weitere unbekanntere Seiten der Container-Szene zu erkunden. Die gewählte qualitative Methodik bot neben der Exploration des wenig erforschten Themas die Möglichkeit, individuelle Beweggründe und Zusammenhänge des Handels zu beschreiben und zu verstehen. Auch die in diesem Fall wichtigen Werthaltungen und Einstellungen der beteiligten AkteurInnen konnten so gut erfasst werden (vgl. FLICK et al., 2005).

Die InterviewpartnerInnen wurden u.a. über studentische E-Mail-Verteiler der Georg-August-Universität Göttingen rekrutiert. Die Interviews dauerten durchschnittlich 35 Minuten, wurden mithilfe eines Tonbandgerätes aufgenommen und anschließend mit dem Programm f4 transkribiert. Die Transkripte wurden mit einer qualitativen Inhaltsanalyse (MAYRING, 2003; GLÄSER und LAUDEL, 2010) unter Verwendung von MAXQDA 11 ausgewertet.

3 Ergebnisse

3.1 Beschreibung des Samples

Die elf interviewten Personen sind Studierende bzw. haben kürzlich ihr Studium abgeschlossen. Eine Interviewpartnerin ist Mitarbeiterin der Universität in Göttingen. Die Befragten sind 20 bis 32 Jahre und durchschnittlich 25 Jahre alt. Acht interviewte Personen sind weiblich und drei männlich.⁵ Sie leben teilweise in Wohngemeinschaften (WGs) mit einem oder mehreren Haushaltsmitgliedern – teils auch Kindern – bzw. in PartnerInnenschaft. Alle Befragten sind ledig und selbst kinderlos. Ihr derzeitiges monatliches Einkommen⁶ liegt zwischen 450 und 1300 Euro.

3.2 Ansichten zu Lebensmittelproduktion und -konsum:

Die Befragten setzen sich kritisch mit den Produktionsmethoden für Lebensmittel auseinander und zeichnen ein eher negatives Bild von den (konventionellen) Produktionsverhältnissen und dem deutschen Lebensmittelmarkt. Als negative Schlagworte werden bspw. Massen- und Überproduktion, zu weite Transportwege bzw. die Herkunft der Lebensmittel aus Nicht-EU-Ländern, der hohe Weiterverarbeitungsgrad der Produkte (Bsp. Fertiglasagne), zu geringe Lebensmittelpreise, Pestizidbelastungen und der Verbrauch an landwirtschaftlicher Nutzfläche (Versiegelung und Boden für Bio-Energie anstatt für Lebensmittelproduktion) genannt. Als positiv beschrieben werden dagegen die Vorreiterrolle Deutschlands, v.a. bezüglich der Bedingungen und Überwachung der Produktion, sowie ein als steigend empfundenes Angebot an regionalen Produkten und Hofläden.

Die Befragten geben an beim Lebensmittelkauf auf deren Herkunft und Herstellungsbedingungen zu achten und häufig Bio- oder regionale Produkte zu kaufen: *„Insgesamt gebe ich gern viel Geld für Nahrungsmittel aus. Ist mir sehr wichtig. Ich spare dann eher an anderer Stelle. Lebensmittel sind ein großer Teil von dem, was wir ausgeben, dann kann ich verstehen, dass man daran sparen will, aber ich für mich finde nicht, dass man das tun sollte. Immerhin isst man es und lebt davon. Es ist wichtig für meine Gesundheit was ich esse.“*

Auch die Konsumseite wird eher negativ beurteilt. Die Interviewten sprechen vor allem eine mangelnde oder geringe Wertschätzung der Lebensmittel an: *„Das ist einfach das*

⁵ Es war nicht angestrebt, geschlechtsspezifische Unterschiede innerhalb des Samples herauszuarbeiten, weshalb die ungleiche Verteilung zwischen weiblichen und männlichen InterviewpartnerInnen nicht weiter diskutiert wird. Sie begründet sich auf die Teilnahmebereitschaft, sagt aber nichts darüber aus, zu welchen Anteilen die Personen, die containern, weiblich oder männlich sind.

⁶ Das monatliche Einkommen umfasst auch Unterstützung durch die Eltern oder gemäß BAföG.

LEBENSMITTEL⁷, das heißt, es ist das Grundbedürfnis des Menschen, es ist das ABSOLUT Wichtigste im Leben und wenn man berücksichtigt, wie viel Wert wir dem zumessen, das steht in keinem Verhältnis zueinander.“ Diese mangelnde Wertschätzung umfasse auch die Arbeit, Zeit und Kraft der ErzeugerInnen, die im Produkt stecken. Die VerbraucherInnen würden den eigenen Konsum sowie die Herstellungsmethoden nicht reflektieren und Billigpreise akzeptieren: „Ein Großteil der Menschen kauft eben BILLIGE Nahrungsmittel, besonders in Deutschland. Ich mein‘, es gibt ja jede Menge Supermärkte und die meisten Menschen investieren das Geld, was sie verdienen eher in teure Elektrogeräte oder Prestigeobjekte wie Autos oder andere Sachen, anstatt eben in Lebensmittel. Da hab ich den Eindruck, dass es da einfach immer günstig sein muss.“ Außerdem wird ein verstärkter Konsum von Fertiggerichten und Fastfood angesprochen und dieser in Bezug zur Gesundheit der Bevölkerung gesetzt: „Man muss es ja auch einfach mal auf die persönliche Ebene beziehen, selbst wenn man alle ethisch-moralischen Aspekte außen vor lässt, man tut sich und seinem Körper ja auch keinen Gefallen mit dem vielen Fastfood, was man so zu sich nimmt.“

3.3 Einstieg in die Container-Szene und Reaktionen des persönlichen Umfelds

Das Hinterfragen der Produktionsmethoden und des Lebensmittelkonsums ist für die InterviewpartnerInnen ein ausschlaggebender Faktor für ihre Entscheidung, containern zu gehen. Meist habe der Freundes- oder Bekanntenkreis, wie bspw. MitbewohnerInnen, die bereits containerten, zur Entscheidung beigetragen, sich aktiv zu betätigen. Studentische Netzwerke, das Hören-Sagen und Informationen aus Fernsehreportagen oder Videos im Internet werden ebenfalls als Anregung genannt: *„Ich hab davon gehört, dass das andere Leute machen und dann hab ich halt darüber nachgedacht und bin zu dem Schluss gekommen, dass es eigentlich ‘ne ziemlich gute Sache ist.“* Einige berichten von konkreten persönlichen Erlebnissen, in denen sie von Lebensmittelverlusten erfahren hätten: *„Das war nämlich so ein Schlüsselerlebnis, dass ‘ne Freundin und ich von ‘ner Party nachts um 2 gekommen sind und dann stand vor diesem einem Markt vom Bäcker das Brot in diesen Paletten offen rum und wir dachten so: ‚WAS? Ach krass.‘ Das war nicht für den nächsten Morgen, das war das, was die abends aussortiert hatten!“* Als weitere Einstiegsmomente werden Neugierde oder die gemeinschaftliche Aktivität mit FreundInnen, bei der man gerne dabei sei, genannt (vgl. 3.5, eigennützige Motive).

Einige Befragte haben viele FreundInnen und Bekannte, die ebenfalls containern. Entsprechend sind die Äußerungen des engeren persönlichen Umfelds positiv. Gehört das soziale Umfeld nicht der Container-Szene an, reichen die Reaktionen von Interesse über Verwunderung bis hin zu Abneigung: *„Kommilitonen, die das wissen, schütteln manchmal schon mit dem Kopf, fragen sich, was für ein Öko ich denn bin und in was für einer Öko-WG ich denn auch wohne. Machen sich auch ein bisschen darüber lustig, dass wir auch kein Fleisch essen.“* Wenn bspw. im Zuge eines gemeinschaftlichen Kochabends erwähnt wird, dass es sich um containerte Produkte handle, seien die Gäste erstaunt und bezüglich der Qualität und Menge der Containerware positiv überrascht. Einige Bekannte bewerten die Initiative, genießbare Produkte aus dem Müll zu verwerten, als wichtig und positiv, bekräftigen aber, selbst nicht containern gehen zu wollen.

Eltern und andere Familienangehörige beurteilen das Containern auch eher positiv, manche vermuteten initial eine schlechte finanzielle Situation als Motiv und boten daher eine bessere finanzielle Unterstützung an, damit Containern nicht mehr nötig sei.

3.4 Ablauf des Containerns sowie Art und Menge des Containerguts

Die Befragten sprechen mehrheitlich von einer gewissen Überwindung von Angst, Scham und Ekel am Anfang ihres Engagements. Diese Gefühle seien allerdings schnell in Spaß,

⁷ Besonders betonte Wörter sind in wörtlichen Zitaten in GROSSBUCHSTABEN wiedergegeben.

Abenteuerlust oder Herausforderung umgeschlagen. Um nach Ladenschluss zu den Müllcontainern der Supermärkte zu gelangen, werde in Kauf genommen, spät abends noch aufzubrechen und (meist) mit dem Fahrrad zu fahren, auch bei Kälte oder Regen. Gerade bei niedrigen Temperaturen seien die Produkte besser erhalten (insbesondere Molkereiprodukte oder abgepackte Fisch- und Fleischwaren). Die Befragten containern größtenteils mit anderen und sind nur selten allein aktiv. Werden andere MülltaucherInnen getroffen, wird die gefundene Ware geteilt: „Normalerweise läuft es so ab, dass man alles aus den Containern rausholt und es vor die Tonnen stellt und es sich dann untereinander aufteilt. Alle die da sind, bekommen also auch was ab.“

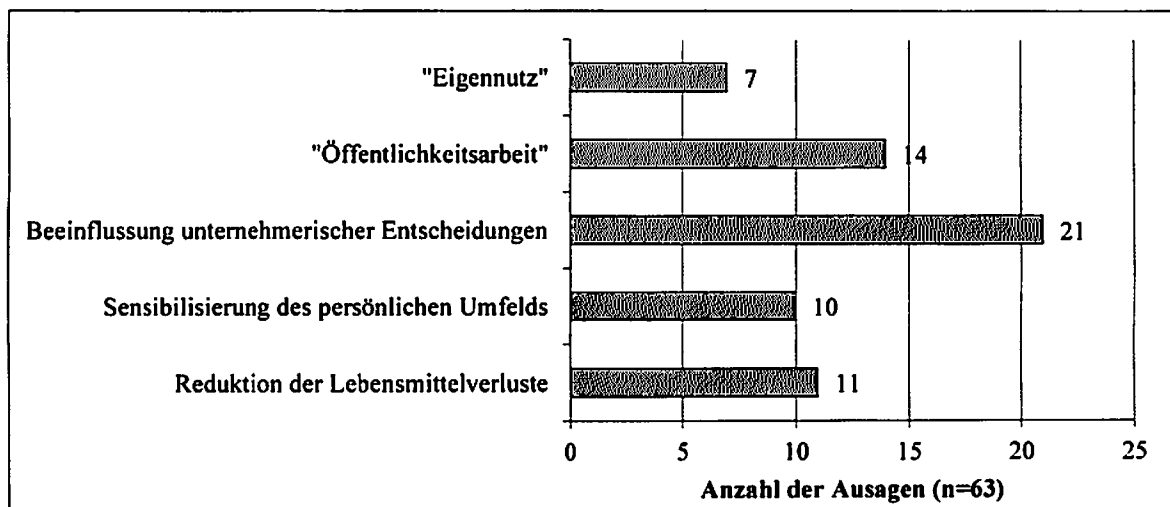
Erwähnt wird ebenfalls ein sich anschließendes gemeinsames Verwerten der containerten Produkte, beim Kochabend oder Einmachen. Da die Mengen teilweise so groß sind, dass sie von den MülltaucherInnen und deren Haushalten nicht aufgebraucht werden können, werden die containerten Produkte im Umfeld, teils auch öffentlich, weiterverteilt und verarbeitet (z.B. bei wöchentlichen Soliküchen oder studentischen Veranstaltungen). So erhalten auch Personen Containergut, die nicht selbst bei der Beschaffung dabei sind.

Der durch das Mülltauchen gedeckte Lebensmittelbedarf reicht bei den Interviewten von einem zu vernachlässigendem Anteil bis zu einer fast vollständigen Deckung. Häufig sind Aussagen wie diese: „Das Zuverlässige ist das Einkaufen und Containern ist eigentlich nur immer ein Bonus.“ Es werden auch Produkte aufgeführt, die durchs Containern nicht abgedeckt werden können: „Das Einzige, was man eigentlich kaufen muss, ist Öl, Balsamico, Gewürze.“ Das Spektrum der containerten Waren ist groß, wobei Gemüse und Obst häufig genannt werden, gefolgt von Brot und anderen Backwaren, Molkereiprodukten und Süßwaren. Erwähnt werden auch abgepacktes Fleisch, wobei sich die Befragten mehrheitlich vegetarisch oder vegan ernähren, sowie verschiedene Nonfood-Produkten, wie bspw. Waschmittel.

3.5 Motive zu containern

Die Frage, weshalb containert wird, generiert ein breites Spektrum an individuellen Motiven. Insgesamt wurden 63 Aussagen festgehalten, die sich in folgende fünf Aspekte einteilen lassen: „Eigennutz“, „Öffentlichkeitsarbeit“, Beeinflussung unternehmerischer Entscheidungen, Sensibilisierung des persönlichen Umfelds und Reduktion der Lebensmittelverluste. Auf jede dieser Motivgruppen wird im Folgenden eingegangen, zudem ist in Abbildung 1 die Häufigkeit der vergebenen Codes dargestellt.

Abbildung 1: Häufigkeit der Nennung einzelner Motive fürs Containern (Codes)



Quelle: Eigene Darstellung nach eigenen Daten.

„Eigennutz“

Die mit dem Containergut verbundene Geldersparnis wird von den Befragten zwar erwähnt, aber nicht als ein treibender Grund für das Engagement. Der persönliche Bedarf an bestimmten Produkten könne vollständig durch das Containern gedeckt werden, es bestehe jedoch keine Notwendigkeit aufgrund der finanziellen Lage. Des Weiteren berichten die Interviewten über Freude beim Fund bestimmter Produkte, insbesondere solcher, die normalerweise nicht gekauft werden: *„Teilweise war es praktisch und einfach auch günstig. Dann sind wir so eben auch zu Sachen gekommen, die man sonst nicht kauft, weil sie sehr exotisch oder einfach zu teuer sind.“*

Neben der Empörung über die entsorgten Mengen beschreiben die Interviewten beim Anblick der Containerware positive Gefühle, wie Überraschung und Freude über die Funde: *„Aber als man dann da war und die Kisten aufmacht, sieht was da alles drin ist und wie viel weggeschmissen wird, dann kann man das fast gar nicht glauben. Dann will man einfach nur die Sachen mitnehmen. Man wird irgendwie auch ein bisschen süchtig davon. Irgendwie ist das wie Weihnachten. Man kommt abends dahin, weiß nicht was in den Kisten ist und dann ist mal dies und mal jedes drin und Überraschung.“*

Freude bereiten auch die mit dem Containern verbundenen gemeinschaftlichen Aktivitäten sowie das Weitergeben der gefundenen Nahrungsmittel (s. auch 3.4). Das eigene Verhalten wird außerdem als eine Art persönliche Bereicherung beschrieben, da es ein freier Handlungsprozess sei: *„Und ich denk, dass es halt auch irgendwie so 'ne persönliche Frage des Stolzes ist, weil ich weiß, ich KANN containern gehen, ich MUSS aber nicht, also es ist 'ne freie Entscheidung.“*

„Öffentlichkeitsarbeit“

Die Befragten wollen durch ihre Container-Aktivitäten die Öffentlichkeit erreichen. Dabei ist es ihnen nicht wichtig, dass das persönliche Engagement bekannt wird, sondern, dass Containern ein öffentlich diskutiertes Thema darstellt: *„Ich denke, dass es halt auch wichtig ist, dass man so 'ne Art Öffentlichkeitsarbeit eben betreibt und das Thema da noch mehr in den Fokus gerückt wird. Davon versprech ich mir dann schon eher mehr als jetzt sozusagen von meinem eigenen kleinen Verhalten irgendwo, was das jetzt bewirkt.“*

Es sollte deutlich werden, warum Menschen containern; die Fakten zu Lebensmittelverlusten sollen verstärkt bekannt gemacht werden, da dies als ein noch zu wenig in den Medien aufgegriffenes Thema eingestuft wird. Teils weiten die Befragten dies bis hin zur Nennung einzelner Handelsketten bzw. Unternehmen aus: *„Es muss definitiv publik gemacht werden, diese Mengen, diese Massen an Lebensmitteln, das muss publik gemacht werden und es muss die Öffentlichkeit auch mitkriegen, das heißt die Öffentlichkeit darf wohl wissen, wie viel Lebensmittel da weggeschmissen werden, welches Unternehmen wie viel wegschmeißt“.* Erwähnt wird in diesem Zusammenhang, dass viele KundInnen gar nicht wüssten, inwieweit die Lebensmittelverluste in den Produktpreisen einkalkuliert seien und somit beim Einkauf mitbezahlt werden.

Beeinflussung unternehmerischer Entscheidungen

Ein wesentliches Motiv ist, dass die InterviewpartnerInnen durch das Containern direkt an die Unternehmen des LEH appellieren wollen, die Verluste zu verringern. Dieser ist aus Sicht der Befragten für die Art und Menge der Lebensmittelverluste verantwortlich, z.B. durch mangelhaftes Management oder Fehlkalkulationen. Indem die MülltaucherInnen die entsorgten Lebensmittel aus den Müllcontainern holen, möchten sie darauf aufmerksam machen, dass die Mengen von Lebensmitteln insgesamt oder bestimmten Warengruppen (v.a. Obst und Gemüse, Brot- und Backwaren) falsch kalkuliert sind. Letztendlich sollen die Unternehmen so zu einem Umdenken bzw. einer geänderten Planung bewegt werden:

„Vielleicht ist das ja auch ein Schritt, dass die Supermärkte vielleicht auch beginnen irgendwas zu ändern oder dass da mehr Druck entsteht.“

Hohe Lebensmittelverluste werden von einigen InterviewpartnerInnen in Verbindung mit einem negativen Image für die Unternehmen gesetzt: *„Aber ich erhoffe mir, dass durch geschicktes taktisches Vorgehen die Unternehmen davon auch Wind kriegen, dass sie das auch realisieren und dass die Negativpublicity SO stark wird, dass das zum Umdenken diese Unternehmen eben bewegt, dass sie eben cleverer distribuieren, Lebensmittel einkaufen, dass die frühzeitig reduzieren und dass die es entsprechend dem Abverkauf anpassen.“*

„[...] ist das auch ein sehr gutes Druckmittel gegen entsprechende Unternehmen vorzugehen, indem man dem eben den Spiegel vorhält und sagt: 'Die Leute wissen, wie ihr agiert, wie ihr damit umgeht und das verändert deren Kaufverhalten MASSIV und ihr verliert dadurch ganz einfach Kunden.'“

Einige Befragte versuchen aktiv im Gespräch den LadenmitarbeiterInnen die Thematik nahe zu bringen: *„Man trifft ja doch immer mal wieder auch Personal und da hab ich eigentlich versucht die Chance zu nutzen, mit denen zu sprechen und denen mal klar zu machen, WARUM wir das machen, nämlich darum, dass eben Lebensmittel, die HART erarbeitet worden sind, nicht weggeschmissen werden müssen und dadurch, dass ICH dann mein Geld nicht mehr in die Wirtschaft stecke und NOCH mehr dieser Produkte fordere, hoffe ich, dass die Produktion einfach mal weniger... ein bisschen weniger wird, weil eben weniger Geld in die Wirtschaft... in den Wirtschaftskreislauf fließt und somit die ProduktionsMENGEN sich eigentlich auch reduzieren müssten, weil weggeschmissen wird ja immer und wenn ich da zusätzlich noch kaufe, dann ist ja... sind ja mehr Produkte vergeben als wenn ich keine kaufe.“* (vgl. auch unten, Reduktion der Lebensmittelverluste).

Einige SupermarktmitarbeiterInnen zeigen sich – z.T. seit einem persönlichen Gespräch – kooperativ gegenüber den MülltaucherInnen und stellen aussortierte Waren nach Ladenschluss bereit oder bieten an, dass nicht mehr marktgängige Produkte abgeholt werden können.

Sensibilisierung des persönlichen Umfelds

Personen aus dem persönlichen Umfeld sollen, wenn nicht zur aktiven Beteiligung am Containern, zumindest zu einer kritischen Betrachtung des Einkaufs- und Konsumverhaltens angeregt werden und dazu, sich mit den Themenfeldern Lebensmittelproduktion und -verluste auseinanderzusetzen: *„Viel Stärke liegt auch einfach darin, dass man mit Menschen ins Gespräch kommt darüber, also irgendwie dann sagt man so: ‚Ich weiß nicht, ob du das essen möchtest, das ist containert.‘ Dann redet man darüber, warum man containern geht und so.“*

Neben diesem Verständnis für die Aktivität, solle den Menschen im Bekanntenkreis vermittelt werden, welche Menge und Vielfalt an Produkten gefunden werden können. Dies geschieht auch über die – als bereichernd empfundene – Verteilung von containerten Waren an andere (vgl. 3.4). Es wird auch von motivierten Personen aus dem persönlichen Umfeld berichtet, die mittlerweile selbst aktiv containern gehen: *„Wir wohnen jetzt auch in 'ner 5er-WG und wir versorgen die halt da jetzt auch mit und da gibt's schon ein paar, also zwei eigentlich, die sich nicht so viel Gedanken davor über Ernährung gemacht haben und sich deswegen halt auch mehr dafür interessieren und auch mehr containern gehen wollen und es werden immer mehr Leute, die das machen.“*

Die Befragten selbst haben auch ein größeres Bewusstsein für Lebensmittel und (gesunde) Ernährung entwickelt, seitdem sie containern: *„Ich glaube schon, dass ich mich durch dieses Umfeld hier bewusster ernähre und auch bewusster konsumiere. Was ich jetzt kaufe, wo es herkommt und was für Bedingungen da auch vorherrschen. Also ich achte da jetzt schon mehr darauf. Es ist einfach so, dass ich die Dinge sehr viel bewusster wahrnehme als davor.“*

Reduktion der Lebensmittelverluste

Die InterviewpartnerInnen empören sich über die vorgefundenen Mengen an entsorgten Lebensmitteln, die in einem genießbaren Zustand sind, und möchten diese noch verwerten. Häufig ist in diesem Zusammenhang vom ‚Retten‘ dieser Lebensmittel die Rede: *„Es geht erst einmal darum, das Essen zu retten.“*

Die Thematik der noch essbaren und dennoch weggeworfenen Produkte wird in Verbindung mit Welthunger oder Mangelernährung in anderen Ländern gesetzt: *„Hauptsächlich, weil ich denke, dass man die Sachen, die weggeworfen werden, noch verwenden kann. Man denkt dann immer, dass andere Menschen kein Essen haben und wir schmeißen so viel weg. Das ist eigentlich der Hauptgrund, warum ich das mache.“*

Neben dieser direkten Reduktion der Lebensmittelverluste möchten die Befragten auch nicht dazu beitragen, dass Überschuss produziert wird: *„Wir möchten auch diese Marktwirtschaft nicht unterstützen. Wo einfach auf die Masse produziert wird, um möglichst alles billig zu halten. Wir sechsen dann zumindest nicht. Wir unterstützen quasi nicht, dass noch mehr produziert wird. Wir kurbeln dann nicht weiter an, dass überflüssig produziert wird.“*

4 Diskussion und Ausblick

Eine große Menge der produzierten Lebensmittel landet in Deutschland im Müll. Die in dieser Studie interviewten Menschen holen noch zum Verzehr geeignete Lebensmittel aus Müllcontainern des LEH und verwerten oder verteilen sie. Nach anfänglichen Scham-, Angst- und Ekelgefühlen ist Containern für die interviewten Göttinger MülltaucherInnen Bestandteil der Nahrungsmittelbeschaffung geworden. Eigennützige Gründe, wie Geldsparen, stellen für die MülltaucherInnen dieser Studie, die größtenteils Studierende sind, zwar eine angenehme Nebenwirkung des Containerns dar, spielen für die primäre Motivation aber eine untergeordnete Rolle. (Es könnte jedoch angenommen werden, dass eine gewisse Eigennützigkeit vorhanden sein muss, dem Mülltauchen nachzugehen.) Mit ihrem Engagement möchten die MülltaucherInnen in der Öffentlichkeit, im LEH und im persönlichen Umfeld (sie wurden selbst größtenteils im Freundeskreis auf das Mülltauchen aufmerksam) auf die hohen Lebensmittelverluste und die damit zusammenhängenden Themenfelder aufmerksam machen. Außerdem möchten die Befragten die entsorgten Lebensmittel ‚retten‘ und damit eine direkte Reduktion der Lebensmittelverluste erreichen sowie durch ihren ‚Nicht-Konsum‘ die Produktion nicht weiter anregen.

Diese explorative Studie liefert damit ein Spektrum an einzelnen Beweggründen, welches die politische Konnotation des Engagements deutlich zeigt. Die in der Literatur (vgl. RUSH, 2006; SHANTZ, 2005; MORÉ, 2011) beschriebene Einschätzung, dass Containern eine Form des Protestes bzw. der Enthaltung gegenüber einer auf Konsum und Überproduktion angelegten Wirtschaftsform ist, wird damit weiter differenziert.

Das Publikmachen der Lebensmittelverluste ist ein treibendes Motiv der interviewten MülltaucherInnen. Laut einer Studie von CONFRESCO (2011) sind sich 91% der deutschen Bevölkerung bewusst, dass sich die Menge der von ihnen zuhause weggeworfenen Lebensmittel reduzieren ließe. Sie unterschätzen jedoch bei weitem die Menge, die sie selbst entsorgen (EBD.). Die MülltaucherInnen erhoffen sich, dass das Wissen um die Verluste im LEH die KonsumentInnen anregt oder abhält, in bestimmten Geschäften zu kaufen. Das Kaufverhalten der KundInnen ist jedoch ursächlich für die Entsorgung der Lebensmittel. KonsumentInnen wählen unansehnliches Obst und Gemüse nicht, wenn es zum selben Preis wie makellose Ware angeboten wird (GUSTAVSSON et al., 2011). Viele KonsumentInnen erwarten zudem ein breites Warensortiment und gefüllte Regale bis Ladenschluss – auch für verderbliche Backwaren, Obst und Gemüse. Durch diesen Anspruch werden unausweichlich mehr Waren angeboten als verkauft werden (können) (EBD.). Außerdem sind die Haushalte selbst für einen Großteil der Lebensmittelabfälle verantwortlich (KRANERT et al., 2012) – Lebensmittel, die sie zuvor käuflich erworben haben. Somit ist fraglich, ob die

KonsumentInnen ihr Einkaufsverhalten anpassen würden und bspw. bereit wären, auf eine breite Warenauswahl zu verzichten, wenn sie wüssten, dass dafür weniger Verluste entstehen und diese auch nicht im Preis einkalkuliert sind. (Jedoch ist auch fraglich, inwieweit den KonsumentInnen bewusst ist, dass die Verluste in den Preisen berücksichtigt sind.)

Containern ist auch ein Appell an den LEH. Dieser erfolgt meist indirekt, da die Mülltonnen erst nach Ladenschluss aufgesucht werden. Einige InterviewpartnerInnen suchen jedoch den direkten Dialog mit Supermarktbetreibenden, um so auf ein Management hinzuwirken, bei dem weniger Lebensmittelverluste entstehen. Die MülltaucherInnen gehen davon aus, dass das Bekanntwerden hoher Wegwerfmengen zum Image- und damit Kundenverlust der Unternehmen führen würde. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass sich die Unternehmen durch geringe(re) Wegwerfmengen profilieren könnten, und die Vermeidung von Lebensmittelabfällen bspw. Teil des Nachhaltigkeitskonzeptes der Unternehmen werden könnte. Außer Acht gelassen wird hierbei jedoch, dass das Bereitstellen einer großen Menge an Lebensmitteln unter Inkaufnahme des Wegwerfens für den LEH ökonomisch sinnvoll sein kann (vgl. KOESTER, 2014) – gerade unter Annahme des bisherigen Kaufverhaltens und der fraglichen KundInnenreaktionen auf ein reduziertes Warenangebot.

Der Handel beeinflusst die Angebotspalette und bspw. durch Handelsnormen und Vereinbarungen auch Lebensmittelverluste in vor- und nach gelagerten Wertschöpfungsstufen (STENMARK et al., 2011). Bei den nicht politisch vorgegebenen Handelsnormen hat der LEH einen gewissen Handlungsspielraum. Durch eine gezielte Preisgestaltung nicht mehr marktgängiger Produkte (unansehnliches Obst und Gemüse, Backwaren von gestern, Lebensmittel, deren MHD in Kürze abläuft), könnten die Verluste dieser evtl. reduziert werden. In Frankreich wurde jüngst ein Gesetz verabschiedet, das das Wegwerfen von Lebensmitteln im Handel erschwert. Es verpflichtet den LEH, nicht mehr marktgängige, aber noch zum Verzehr geeignete Produkte preisreduziert anzubieten oder an karitative Organisationen abzugeben (DETER, 2016). Ein ähnlicher Vorstoß in Deutschland könnte – wenn die KundInnen diese Angebote annehmen – die Container-Szene zum Erliegen bringen, was im Grunde das Ziel derselben ist.

Durch die Ergebnisse dieser Studie wird deutlich, dass die Container-Szene eine Initiative von gut gebildeten und informierten Personen ist, die durch ihr Engagement ein Ausrufezeichen sowohl für VerbraucherInnen als auch für den Handel setzen wollen, um langfristig Lebensmittelverluste einzudämmen.

Containern kann einen großen Teil an Lebensmitteln für die Deckung des persönlichen Bedarfs liefern. Da die Mengen teilweise so umfassend sind, werden die containerten Waren oft gemeinsam mit anderen Menschen konsumiert oder im Freundeskreis oder in der Öffentlichkeit angeboten. Dies wird von den InterviewpartnerInnen ebenso wie das Containern in der Gruppe als bereichernd beschrieben. Deutlich wird somit, dass Containern eine soziale Aktivität ist, die den Beteiligten Freude bereitet und ein Gemeinschaftsgefühl entstehen lässt. Diese soziale Komponente des Mülltauchens wurde bereits von SHANTZ (2005) angenommen, jedoch nicht belegt. Die damit erzeugte kollektive Identität gehört – neben dem in ihrer Kritik an der Überflussproduktion zum Ausdruck gebrachten Anspruch auf gesamtgesellschaftliche Veränderungen – zu den von ROTH und RUCHT (2008) genannten konstitutiven Merkmalen gesellschaftlicher Bewegungen. Als weitere Elemente nennen die Autoren Protesthandlungen – als welche das Mülltauchen eingeordnet werden kann – und den Netzwerkcharakter sozialer Bewegungen. Dieser ist in der nur informell strukturierten Container-Szene zumindest in Ansätzen vorhanden. Erwähnt werden von den Interviewten verschiedene Netzwerke, über die die Verteilung der Waren erfolgt. So gibt es im Internet Foren wie Containern.de, auf denen sich AktivistInnen austauschen oder zum gemeinsamen Mülltauchen verabreden (CONTAINERN.DE, 2016). Für die Weitergabe der Lebensmittel existieren online Austauschplattformen wie Foodsharing.e.v. (FOODSHARING E.V., 2016) sowie

diverse lokale Facebook-Gruppen. In Göttingen gibt es seit zwei Jahren eine Sammelstelle, an der noch verwertbare Lebensmittel für alle frei zugänglich gelagert werden können, „Fairteiler“ genannt (vgl. auch BRAKEMEYER, 2014) und die beschriebenen Kochabende finden teils in öffentlichen Einrichtungen statt.⁸

Die Container-Szene zeigt zudem Parallelen zu einer anderen gesellschaftlichen Initiative, die nicht nur einen bewussteren Umgang mit Lebensmitteln auf der Konsum- sondern ebenso auf der Produktionsseite erreichen möchte, der Solidarischen Landwirtschaft (auch Community supported agriculture, kurz CSA, oder gemeinschaftsgetragene Landwirtschaft). Ziel dieser Zusammenschlüsse von VerbraucherInnen und LandwirtInnen ist durch die Beteiligung der KonsumentInnen an der Produktion und der Entscheidung, was produziert wird, den Bezug zu Lebensmitteln wieder herzustellen und das Risiko der Erzeugung zu teilen. Die beteiligten AbnehmerInnen erhalten frische, regionale, saisonale und meist ökologische Lebensmittel. Es fallen weniger Abfälle an, da die gesamte produzierte Menge – auch Nicht-Standardware – unter den Mitgliedern verteilt wird.

Motive der KonsumentInnen, sich einer CSA-Gruppe anzuschließen, umfassen die Herkunft und Qualität der Güter, Unterstützung der lokalen LandwirtInnen und Umweltaspekte (z.B. POLE und KUMAR, 2015 für die USA; LEA et al., 2006 für Australien; DYTTRICH, 2015 für die Schweiz). MOELLERS und BIRHALÁ (2014) fanden in einer Studie über CSA-Zusammenschlüsse in Rumänien, dass der Wunsch, gesundes, biologisch produziertes Gemüse zu erhalten zusammen mit ideologischen Beweggründen (Umweltschutz, Solidarität) Hauptmotive der VerbraucherInnen sind, sich an einer CSA zu beteiligen. Finanzielle Aspekte oder die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft waren weniger bedeutsam. Die Gruppenaktivität wird jedoch auch als ein bedeutsamer Aspekt der CSA hervorgehoben, zusammen mit Mitbestimmung und Transparenz (z.B. DYTTRICH, 2015; sowie im Interview mit Betreiber SCHULTE-TIGGES in BAUER, 2014).

Die CSA-Mitglieder sind – wie es sich auch für die Container-Szene abzeichnet – vorwiegend junge Menschen mit hohem Bildungsniveau (z.B. MOELLERS und BIRHALÁ, 2014 für Rumänien; POLE und KUMAR, 2015 für die USA), jedoch wahrscheinlich im Gegensatz zur Container-Szene auch mit überdurchschnittlichem Einkommen. Die in beiden Gruppierungen engagierten Menschen verleihen ihrem Umwelt-, Ressourcen- und Konsumbewusstsein und ihrer Weltanschauung bezüglich ökologisch-ökonomischer Zusammenhänge auf unterschiedliche Art Ausdruck – die MülltaucherInnen im bestehenden Wirtschaftssystem, die (wohlhabenderen) CSA-TeilhaberInnen mit eigenem Kapital in einem neuen System.

Auch wenn die vorliegenden Daten keine abschließenden Folgerungen zu der Frage liefern, ob die untersuchte Container-Szene als gesellschaftliche Bewegung oder als Teil einer solchen betrachtet werden kann, so enthalten sie doch deutliche Hinweise darauf und bieten Anknüpfungspunkte für weitere Forschung.

Literatur

- BAUER, U. C. (2014): Solidarische Landwirtschaft – Modell für den Hof der Zukunft? In: Standort: Zeitschrift für angewandte Geographie 38(4): 198-202. DOI 10.1007/s00548-014-0362-9
- BRAKEMEYER, M. (2014): Erster „Fairteiler“ für Lebensmittel in der Nikolaistraße Göttingen. In: Göttinger Tageblatt online, 24.04.2014, Letzter Zugriff online am 25.01.2016 unter: <http://www.goettinger-tageblatt.de/Nachrichten/Goettingen/Uebersicht/Erster-Fairteiler-fuer-Lebensmittel-in-der-Nikolaistrasse-Goettingen>.

⁸ Eine bekannte Organisation von MülltaucherInnen ist „Food Not Bombs“, die in vielen Städten der USA und Kanadas Lebensmittel aus Abfällen nutzt, um veganes Essen zuzubereiten und dieses kostenlos für Obdachlose, bedürftige Menschen oder auch Touristen oder andere interessierte Personen zur Verfügung zu stellen (SPATARO, 2013; FOOD NOT BOMBS, 2014).

- BUNDESMINISTERIUM DER FINANZEN (BMF) (2016): Gesetz über die Feststellung des Bundeshaushaltsplans für das Haushaltsjahr 2016. Letzter Zugriff online am 20.08.2016 unter: http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/Oeffentliche_Finanzanzen/Bundeshaushalt/Bundeshaushalt_2016/2016_01_01_HH2016_download.pdf?__blob=publicationFile&v=3.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (BMEL) (2016): Letzter Zugriff online am 10.02.2016 unter: <https://www.zugutfuerdietonne.de/>.
- CONFRESCO FRISCHHALTEPRODUKTE EUROPA (2011): Save Food Studie. Das Wegwerfen von Lebensmitteln – Einstellungen und Verhaltensmuster. Letzter Zugriff online am 27.09.2014 unter: http://www.cofresco.de/pdf/Results_Save_Food_Study_Germany.pdf.
- CONTAINERN.DE (2016): Containern, Dumpstern und Dumpster Diving Forum. Letzter Zugriff online am 08.02.2016 unter: <http://www.containern.de/>.
- DETER, A. (2016): Frankreich verabschiedet Gesetz zum Wegwerfstopp für Supermärkte. Letzter Zugriff online am 08.02.2016 unter <http://www.topagrar.com/news/Home-top-News-Frankreich-verabschiedet-Gesetz-zum-Wegwerfstopp-fuer-Supermaerkte-2739108.html>.
- DREISBACH, A. (2012): Frisches Obst aus dem Müll. In: Frankfurter Allgemeine, 19.12.2012.
- DYTRICH, B. (2015): Gemeinsam auf dem Acker. Solidarische Landwirtschaft in der Schweiz. Rotpunktverlag, Zürich.
- EIKENBERRY, N. und C. SMITH (2005): Attitudes, beliefs, and prevalence of dumpster diving as a means to obtain food by Midwestern, low-income, urban dwellers. In: Agriculture and Human Values 2005(22): 187-202.
- FACEBOOK.COM (2016): Containern und Dumpstern. Letzter Zugriff online am 21.01.2016 unter: <https://www.facebook.com/containern>.
- FLICK, U.; KARDORFF, E. V., und I. STEINKE (2005): Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick. in: Flick, U., Kardorff, E. v. und Steinke, I. (Hg.). Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Rowohlt, Reinbek bei Hamburg: 13-29.
- FOOD NOT BOMBS (2014): Food Not Bombs. Website, Letzter Zugriff online am 21.01.2016 unter: <http://www.foodnotbombs.net/>.
- FOODSHARING E.V. (2014): Homepage des Vereins Food Sharing e.V., Letzter Zugriff online am 21.01.2016 unter: <http://foodsharing.de/>.
- GLÄSER, J. und G. LAUDEL (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierbarer Untersuchungen. Bd. 4. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- GUSTAVSSON, J. (2011): Global Food Losses and Food Waste. Food and Agriculture Organization of United Nations, Rom.
- HOFFMEISTER, F.; MARGGRAF, R. und E.M. NOACK (2015): Lebensmittelverwertung erwünscht, doch Containern verboten? In: Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie 24: 255-264.
- HOFSTÄDTER, C. (2011): Leute die vom Müll leben: Eine Studie zur Soziologie des Abfalls. Dissertation, Universität Wien.
- INSTITUT FÜR SIEDLUNGSWASSERBAU, WASSERGÜTE- UND ABFALLWIRTSCHAFT (ISWA) (2012): Ermittlung der weggeworfenen Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland, Stuttgart.
- KOESTER, U. (2014) Wegwerfen von Lebensmitteln – ineffizient und unmoralisch angesichts des Hungers in der Welt? In: HÄRTEL, I.: Nachhaltigkeit, Energiewende, Klimawandel, Welternährung. Politische und rechtliche Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Forum Umwelt-, Agrar- und Klimaschutzrecht 1, Nomos, Baden-Baden: 741-759.
- KRANERT, M.; HAFNER, G.; BARABOSZ, J.; SCHNEIDER, F.; LEBERSORGER, F. und S. SCHEUHAUFER (2012): Ermittlung der weggeworfenen Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland. Stuttgart: Universität Stuttgart.
- KREUTZBERGER, S. und V. THURN (2011): „Die Essensvernichter“ Warum die Hälfte aller Lebensmittel im Müll landet und wer dafür verantwortlich ist. Kiepenheuer & Witsch, Köln.

- LANGROCK-KÖGEL, C. (2015): Ab an die Tonne. In: *enorm*, 6/15.
- LEA, E.; PHILLIPS, J.; WARD, M. und A. WORSLEY (2006): Farmers' and consumers' beliefs about community-supported agriculture in Australia: A qualitative study. In: *Ecology of Food and Nutrition*, 45(2): 61-86.
- MAYRING, P. (2003): *Qualitative Inhaltsanalyse – Grundlagen und Techniken*. Beltz, Weinheim.
- MOELLERS, J. und B. BÎRHALĂ (2014): Community Supported Agriculture: A promising pathway for small family farms in Eastern Europe? A case study from Romania. In: *Landbauforschung* 3/4: 139-150.
- MONIER, V. (2010): *Preparatory study on Waste across EU 27 (Final Report)*. European Commission (DG ENV) Directorate C-Industry.
- MORÉ, V.C. (2011): Dumpster Dinners: An Ethnographic Study of Freeganism. In: *Journal for Undergraduate Ethnography* 1(1): 43-55.
- NGUYEN, H.P.; CHEN, S. und S. MUKHERJEE (2014): Reverse stigma in the Freegan community. In: *Journal of Business Research* 67(9): 1877-1884.
- POLE, A. und A. KUMAR (2015): Segmenting CSA members by motivation: anything but two peas in a pod. In: *British Food Journal*, 117(5): 1488-1505.
- ROTH, R. und D. RUCHT (Hg.) (2008): *Die sozialen Bewegungen in Deutschland seit 1945: ein Handbuch*. Campus, Frankfurt.
- RUSH, E. (2006): *Skip Dipping in Australia*. Australian Institute for a just sustainably peaceful future, 2006. Letzter Zugriff online am 21.01.2016 unter: <http://www.tai.org.au/documents/downloads/WP85.pdf>.
- SELKE, S. (2011): *Tafeln in Deutschland: Aspekte einer sozialen Bewegung zwischen Nahrungsmittelumverteilung und Armutsintervention*. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- SHANTZ, J. (2005): One Person's Garbage... Another Person's Treasure: Dumpster Diving, Freeganism and Anarchy. In: *Verb* 3(1): 9-19.
- SPATARO, D. (2013): *Food Not Bombs* In: KAPLAN, D.M und P.B. THOMPSON (2013): *Encyclopedia of food and Agricultural Ethics*. Springer Netherlands, New York.
- STENMARK, A.; HANSSON, O.J.; SILVENNOINEN, K.; KATAJAJUURI, J.M. und M. WERGE (2011): *Initiatives on preparation of food waste in the retail and wholesale trades*. VL report B1988. Swedish Environmental Research Institute, Stockholm.
- THURN, V. (2013): *Frisch aus dem Müll – die globale Lebensmittelverschwendung*. Film (45 min), Phoenix, 16.10.2013.