

Bestehende und mögliche denkbare Ansätze für eine Faire Preisgestaltung im Domestic Fair Trade



Christian Eichert und Evelyn Mayer

Universität Hohenheim und FH Eberswalde



Fachhochschule
Eberswalde

10.-13.02.2009

10. Wissenschaftstagung
Ökologischer Landbau



Gliederung

- Einleitung & Hintergrund
- Vorabüberlegungen
- Theorie
 - Einordnung in die Neoklassik
 - Einordnung in die Spieltheorie
- Ansätze zur praktischen Ausgestaltung
- Diskussion & Ausblick

Einleitung und Hintergrund

1

- Verbrauchererwartung beim Kauf von Ökoprodukten
 - Einhaltung Sozialstandards
 - Faires/verlässliches Einkommen für Erzeuger

Einleitung und Hintergrund



2

- Wird „Bio“ impliziten Verbrauchererwartungen gerecht *oder* Diskrepanz zwischen Erwartungen und Erfüllung?
- Rippin (2008): Glaubwürdigkeit Fundament aller Marketinginitiativen =>
- Erwartungen mit tatsächlich erbrachten Leistungen in Einklang bringen!



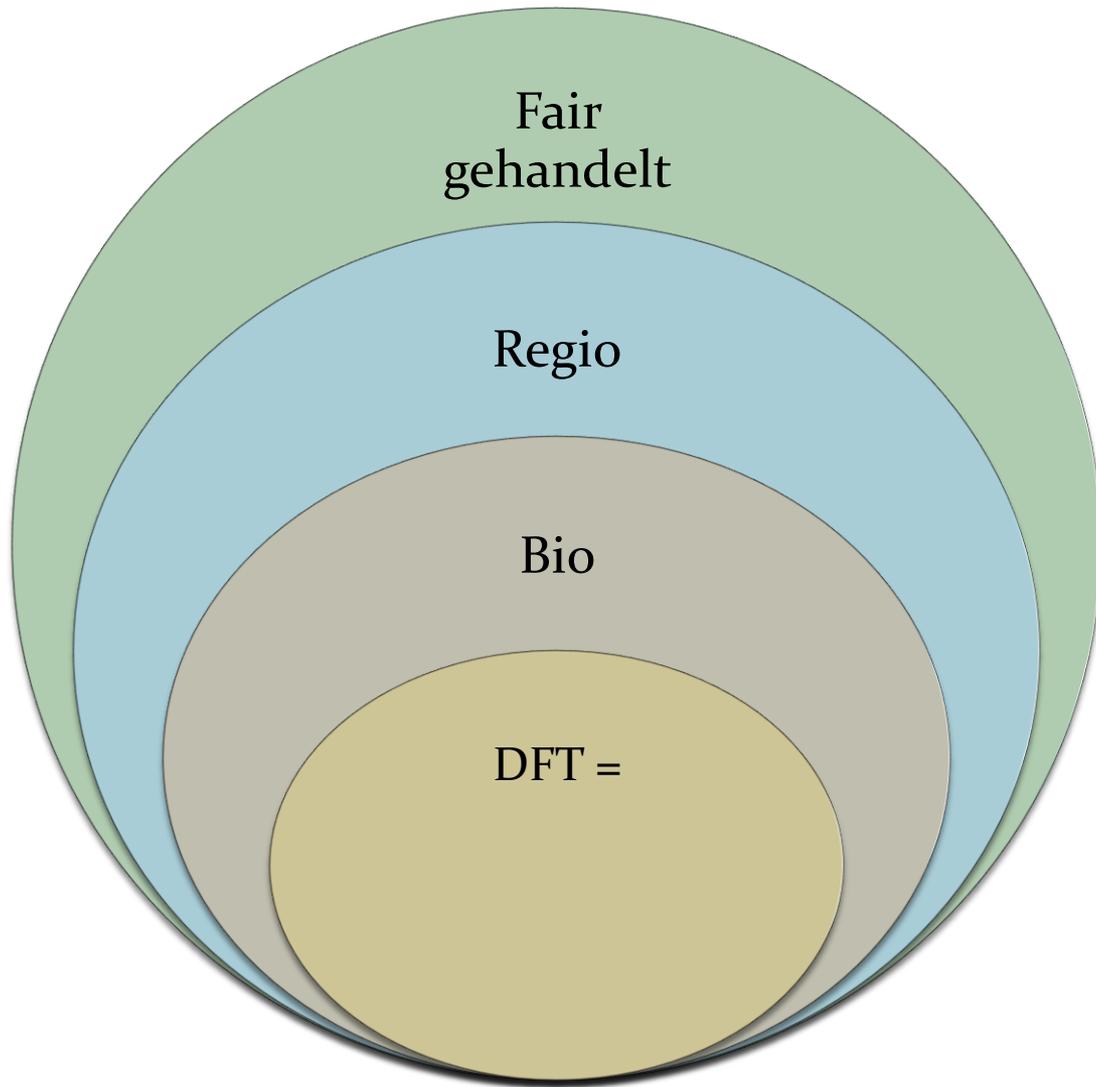
Fragestellung



3

- Wie lässt sich faire Preisgestaltung festlegen und praktisch umsetzen?







Öko+Regio Öko+Fair

Öko+Verband

Öko-Markenhersteller

Öko-Eigenmarke
(z.B. Alnatura)

„Lidl-Aldi-Plus“-Öko

Freiwillige Umweltauflagen (z.B. Best Alliance / REWE, Vorerntebeprobung / EDEKA Südwest)

„aus kontrolliertem / integriertem Anbau“

„Aus nationaler Herkunft“, „Handelsklasse I“

no name Produkt

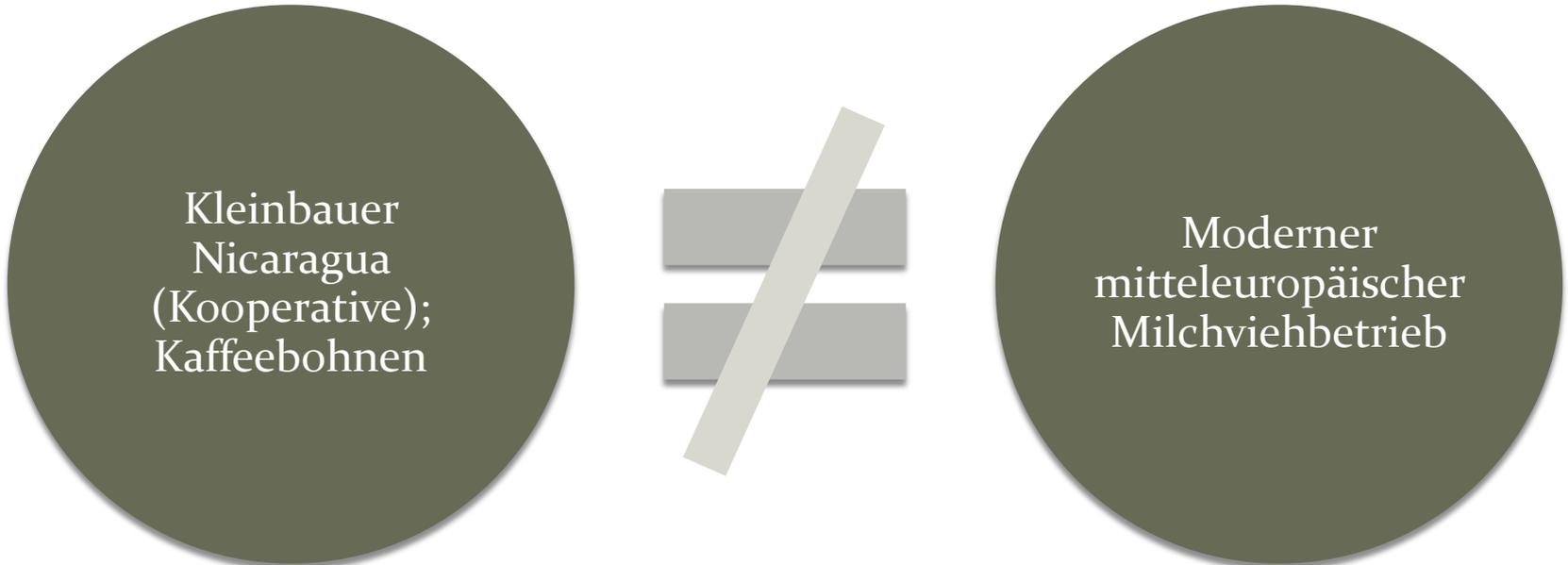
Fair gehandelt

Slow food

Vorabüberlegungen

6

- DFT grundsätzlich unterschiedlich zu bekanntem Ansatz des *Fairen Handels im Süden*



Kleinbauer
Nicaragua
(Kooperative);
Kaffeebohnen

Moderner
mitteleuropäischer
Milchviehbetrieb

Theorie

7

Bestehende Erklärungsansätze für Fairness im Handel

- Ansatzpunkte aus der Neoklassik
 - Bild des *homo oeconomicus*: Der Handelnde tritt im Markt als reiner Nutzenmaximierer auf
 - Erweiterung um zusätzliche Nutzenaspekte
- Ansatzpunkte aus der Spieltheorie
 - *Homo oeconomicus* besitzt Entscheidungsspielraum in Form einer Orientierung an sozialen, ökologischen oder anderen Parametern

Theorie - Ansatzpunkte aus der Neoklassik



8

Neoklassik (Steinrücken und Jaenichen, 2007)

- „Auch ein rational handelnder Konsument (wird sich) für ein fair gehandeltes Produkt entscheiden, wenn einige Annahmen erfüllt sind“



Gebrauchsnutzen
durch Verzehr



Zusatznutzen
durch
Produktions-
bedingungen



Gesamtnutzen
konventionell
gehandeltes
Produkt

Theorie - Ansatzpunkte aus der Neoklassik



10

Herstellung und Handel fairer Produkte =
Vertrauensgüter

- Chance für Konsument, die *Gute Tat* (zumindest theoretisch) nachzuprüfen steigert Zahlungsbereitschaft

- Anbauverbände bereits heute Erbringer dieser Leistungen?



Theorie - Ansatzpunkte aus der Spieltheorie



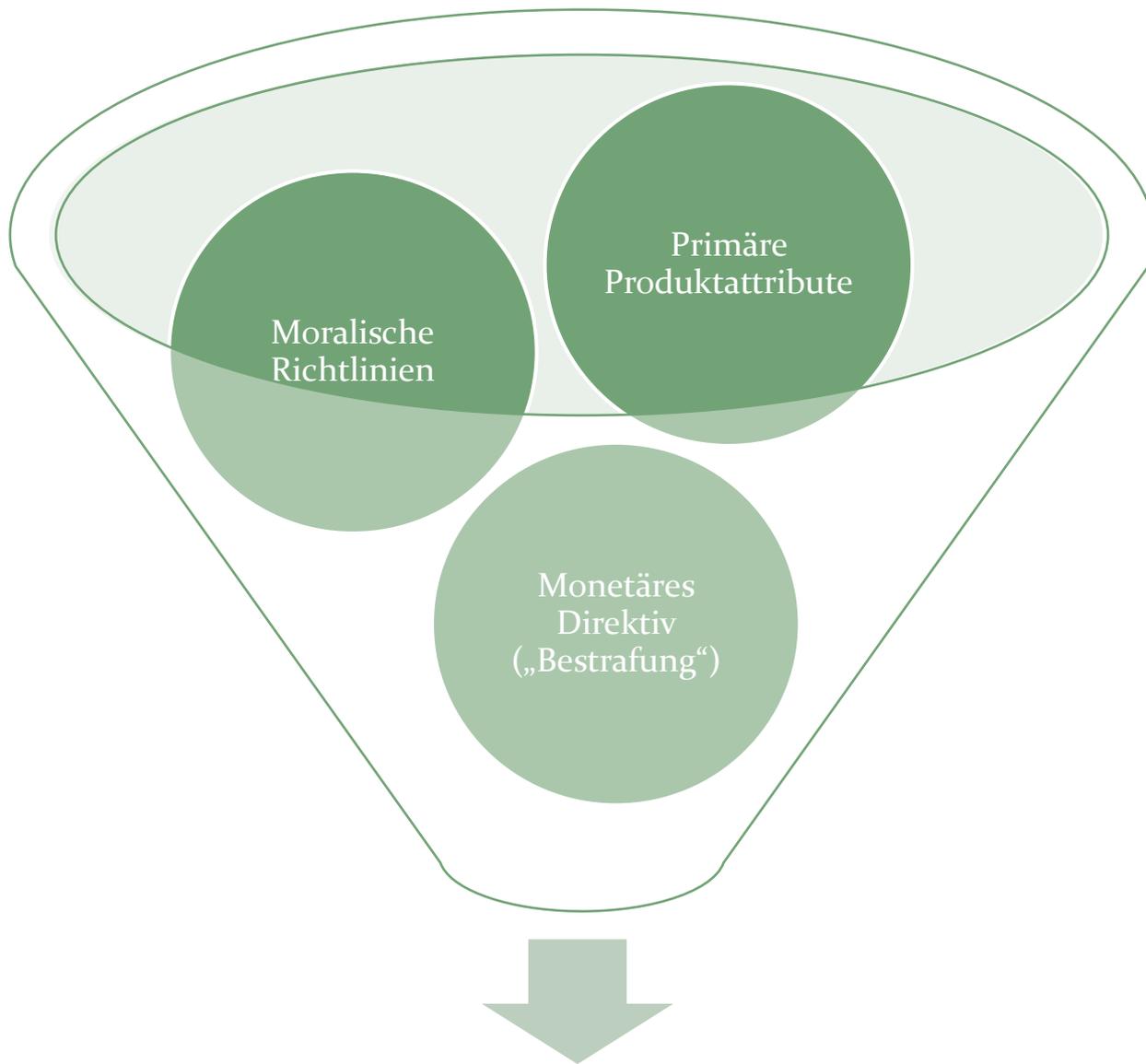
11

Spieltheoretische Analysen (Fehr & Gächter, 2000) :

„Vorhandensein von (unausgesprochenen) moralischen Richtlinien, nach denen der Einzelne handelt“

- Einführung eines monetären Direktivs erhöht Chancen auf Kooperation nachhaltig





Kooperation / Faires Verhalten im Markt

Theorie - Ansatzpunkte aus der Spieltheorie



13

Übertragen auf *DFT*:

Fair-Preis-Modell sollte monetäre Bestrafungen vorsehen, um sich ggü. Trittbrettfahrern zu behaupten

- Wer ist für Einhaltung Regulativ zuständig?



Analyse gerechter Preise (De Roover, 1958):

„Im Mittelalter waren Gilden für Festsetzung und Einhaltung eines für alle Beteiligten gerechten Preises verantwortlich“

- Im Falle von Wucher oder anderen von Moralvorstellungen abweichenden, eigennutzorientierten Verhaltensweisen sorgten diese Zusammenschlüsse für Regulativ

- Anbauverbände als Gilden des modernen Ökolandbaus?

Ansätze zur praktischen Ausgestaltung



15

Einteilung gangbarer DFT-Ansätze für den mitteleuropäischen Ökomarkt:

- Liberaler Ansatz
- Restriktiver Ansatz
- Transparenter Ansatz



Liberaler Ansatz

- Preisbildung mittels *kostenneutraler* Marktmechanismen
- Dokumentation Mehrleistung verursacht TAK
- Mehrheit existierender DFT-Modelle

Restriktiver Ansatz

- Staatliche / anderweitige institutionelle Regulierung (Gesetze, Vorschriften)
 - Beschränkung Marktakteure
- Kontrolle verursacht zusätzliche Kosten

Transparenter Ansatz

- Marktpreisfindung anhand eines transparenten Punktesystems
 - Preisfestlegung flexibel, gemäß tatsächlich erbrachter Leistung
- Honorierung erfolgt nach einem Punktesystem („Punktierung“, Ratingsystem)



© Zorn (2008)



Transparenter Ansatz (cont.)

- Vorteil:
 - Offenlegung Produkt- und Prozessattribute
weitestmögliche Transparenz bezüglich erbrachter Leistung
- Nachteil:
 - Aufrechterhaltung *System* relativ hohe TAK
 - Punktierung *ad hoc* nicht erfassbar, „Suchkosten“



Diskussion & Ausblick

Themenstellungen des ethischen Handels gelten als Zukunftstrends

- vgl. u.A. Gottlieb Duttweiler Institut – European Food Trends Report (2008)
- „echtes“ CSR
- Verbraucherinteresse



Diskussion & Ausblick

- *Domestic Fair Trade* als Alternative für Wirtschaft und Handel im ÖL
- Möglichkeit, um sich von „*Discount Organic*“ abzusetzen
- Vorreiterrolle ÖL wahrnehmen

Dank



- an die beiden ungenannten Reviewer und
- an Markus Arbenz (BioSuisse) für die belebende, offene Kommunikation und Diskussion



Quellen



- Camerer, C. F. (2003): Behavioral Game Theory. Russell Sage Foundation, New York, 544 S.
- De Roover, R. (1958): The Concept of the Just Price: Theory and Economic Policy. Journal of Economic History 18:418-434.
- Fehr, E. und Gächter, S. (2000): Cooperation and Punishment in Public Goods Experiments. American Economic Review 90(4), S. 980-94.
- Padel, S. und Gössinger, K. (2008): Farmer Consumer Partnerships Communicating Ethical Values: a conceptual framework. CORE Organic Report Nr. FCP 1, Aberystwyth University, Aberystwyth und University of Natural Resources and Applied Life Sciences, Wien.
- Rippin, M. (2008): Analyse von Forschungsergebnissen im Hinblick auf die praxisrelevante Anwendung für die Vermarktung und das Marketing von Öko-Produkten. Schlussbericht zum Projekt 06OE301. Bundesprogramm Ökologischer Landbau, BLE, Bonn.
- Steinrücken, T. und Jaenichen, S. (2007): The Fair Trade Idea: Towards an Economics of Social Labels. Journal of Consumer Policy 30:3.



UNIVERSITÄT HOHENHEIM



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

Begriffsklärung

- *Domestic Fair Trade* = DFT
- Ansätze zu Fairem Handel in Industrieländern
- (im Speziellen in Mitteleuropa)

Einleitung und Hintergrund

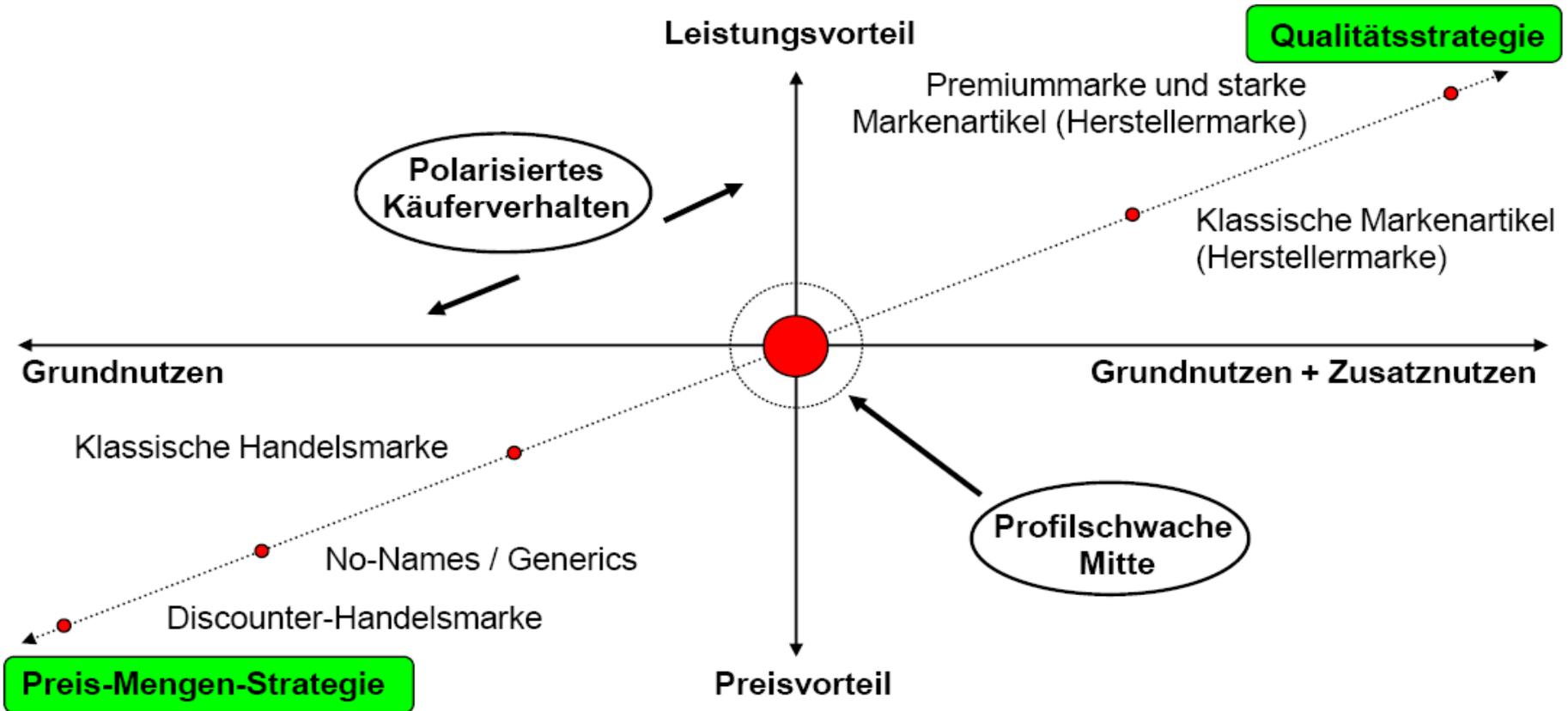


- Nordamerika:
 - Community Supported Agriculture (CSA),
»L'Agriculture Soutenue«
 - Form einer auf Solidarität und regionalen
Warentausch ausgerichtete Landwirtschaft
- Frankreich / Schweiz:
 - Commerce equitable «Nord-Nord»
 - «Jardins de Cocagne»
 - Wahlspruch «Cultivons la Solidarité»





Das Vertrauen der zunehmend kritischen Konsumenten müssen sich die Anbieter von Ess- und Trinkwaren erst (wieder) verdienen, und diesmal grundsätzlicher. Das wird nur möglich sein, wenn in der gesamten Lieferkette ein radikales Umdenken stattfindet. Denn der Moral Share löst den Market Share ab, anders gesagt: In einer Nulltoleranzgesellschaft kann auf dem Markt nur bestehen, wer durch einen hohen Moralanteil überzeugt – und dieser Druck, sich «korrekt» zu verhalten, wird hoch sein. Um den Ansprüchen überhaupt gerecht werden zu können, muss sich die gesamte Wertschöpfungskette wieder an den Bedürfnissen der Menschen orientieren. Konkret wird das mitunter bedeuten, dass ausschliesslich langfristige Partnerschaften angestrebt werden und dass man sich beim Erreichen der gemeinsamen Ziele gegenseitig unterstützt, anstatt den andern zu übervorteilen oder gar auszubeuten. x x |



Quelle: Becker 2006, S. 217