

# Workshop: Fairness entlang der Wertschöpfungskette: Wo kann Wissenschaft die Praxis stärken?

Dr. Anke Schekahn

10. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Mittwoch 11.02.09, Zürich



Kasseler Institut für ländliche Entwicklung e.V.

Projektbüro Warburg:  
Dr. Anke Schekahn

[schekahn@kasseler-institut.org](mailto:schekahn@kasseler-institut.org) [www.kasseler-institut.org](http://www.kasseler-institut.org)



BESTES BIO-FAIR FÜR ALLE e.V.

Dr. Anke Schekahn

Klosterstraße 19  
34414 Warburg

Tel.: 05641 -90 90 924  
[info@biofairverein.de](mailto:info@biofairverein.de)

[www.biofairverein.de](http://www.biofairverein.de)

## Ablaufplan des Workshops

	<b>Plenum</b>	Kurze Einführung, Ablauf des Workshops  <b>Einteilung in Arbeitsgruppen: AG Erzeuger, AG Verarbeiter, AG Handel, AG Verbraucher</b>
25 Min	<b>1. AG - Runde</b>	<b>Analyse:</b> Vorab ganz kurze Vorstellung der AG-Mitglieder (Name, Arbeit) 1. Gibt es weitere Kriterien, die aus Sicht des einzelnen Kettengliedes (Erzeuger, Verarbeiter, Handel, Verbraucher) zu Fairness gehören als die genannten? 2. Welche Kriterien sind Ihnen: - <b>besonders wichtig (3),</b> - <b>wichtig (2),</b> - <b>weniger wichtig (1),</b> - <b>gehört nicht dazu (0)</b> 3. Wie werden die Kriterien aus Sicht Ihres Kettengliedes definiert?
25 Min	<b>Plenum</b>	<b>A. Arbeitsgruppenvorstellung:</b> Ergebnisse (Erzeuger, Verarbeiter, Handel, Verbraucher) <ul style="list-style-type: none"><li>• Ggf. Ergänzung der Fairness-Kriterien</li><li>• Gewichtung der Kriterien</li><li>• Definitionen der Fairness-Kriterien</li></ul> Moderation: Herausarbeitung der unterschiedlichen Definitionen der Kriterien <b>B. Moderation / Plenum:</b> Ableitung der Themenfelder für die 2. AG-Runde <b>C. Arbeitsgruppenaufteilung</b>
30 Min	<b>2. AG - Runde</b>	<b>Lösungsansätze:</b> Was kann Wissenschaft tun, um Lösungsansätze zu entwickeln? Wo gibt es Forschungsbedarf  <b>AG 1: Organisation der Wertschöpfungskette</b> <b>AG 2: Definition Regionalität als Fairnesskriterium</b> <b>AG 3: Definition Fairer Preis als Fairnesskriterium</b>
20 Min	<b>Plenum</b>	<b>A. Vorstellung der Ergebnisse</b> der einzelnen Arbeitsgruppen, Diskussion

## Einführung

---

Fairness ist ein allgemeines Grundprinzip des Ökolandbaus, wenngleich nur bedingt in Richtlinien festgelegt. Die zentralen Kriterien bzw. Werte von Fairness sind: Nachhaltigkeit, Qualität, soziale Standards, faire Preise, Transparenz.

In Bezug auf die Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung von Lebensmitteln gibt es einzelne, teilweise mit Schwierigkeiten behaftete Ansätze, Fairness zu operationalisieren.

Um den Fairnessgedanken stärker implementieren zu können, sollen die Schnittstellen der einzelnen Glieder der Wertschöpfungskette in den Fokus genommen werden, denn die Definition der genannten Werte können je nach Kettenglied unterschiedlich sein. Ein fairer Erzeugerpreis kann aus Verbrauchersicht durchaus nicht als fair empfunden werden. Hinzu kommt das Problem einen definierten Wert in eine überprüfbare Norm umzuwandeln.

**Block 1 (Analyse):** Wie definieren die einzelnen Glieder der Wertschöpfungskette Fairness? An welchen Schnittstellen der Kette gibt es Divergenzen, wo sind potenzielle Bruchstellen bei der Umsetzung?

**Block 2 (Wege zur Problemlösung):** Welchen Beitrag kann die Wissenschaft leisten, wo sind ihre Grenzen? In Block 2 werden die Themenschwerpunkte bearbeitet, die sich im Block 1 herauskristallisiert haben.

## Block 1: Definition und Bewertung von Fair-Kriterien aus der Sicht eines Kettengliedes aus der Wertschöpfungskette

---

### Erzeuger:

Die Erzeuger-AG bewertete die Fairness-Kriterien Qualität, Lieferung/Abnahme sowie einen Fairen Preis am Höchsten.



**Qualität und Lieferung/Abnahme** wurde als ein Kriterium zusammengefasst. Eine Verlässlichkeit in der Abnahme der Erzeugnisse sei sehr wichtig. Es müsse dabei aber auch eine gewisse Flexibilität möglich sein. In der Erzeugung gäbe es naturgemäß Schwankungen im Hinblick auf Menge und Qualität der Rohstoffe, nicht immer sei die Einhaltung der Standards möglich. Dies müsse auch ein fairer Preis berücksichtigen, der infolgedessen auch gewissen Schwankungen unterliegen würde.

Ein **fairer Preis** solle kostendeckend sein, es dürfe keine Preisdrückerei durch „Pseudoqualität“ gemacht werden.

Ebenfalls als besonders wichtig wurde das Fair-Kriterium „**Soziale Standards**“ bewertet.

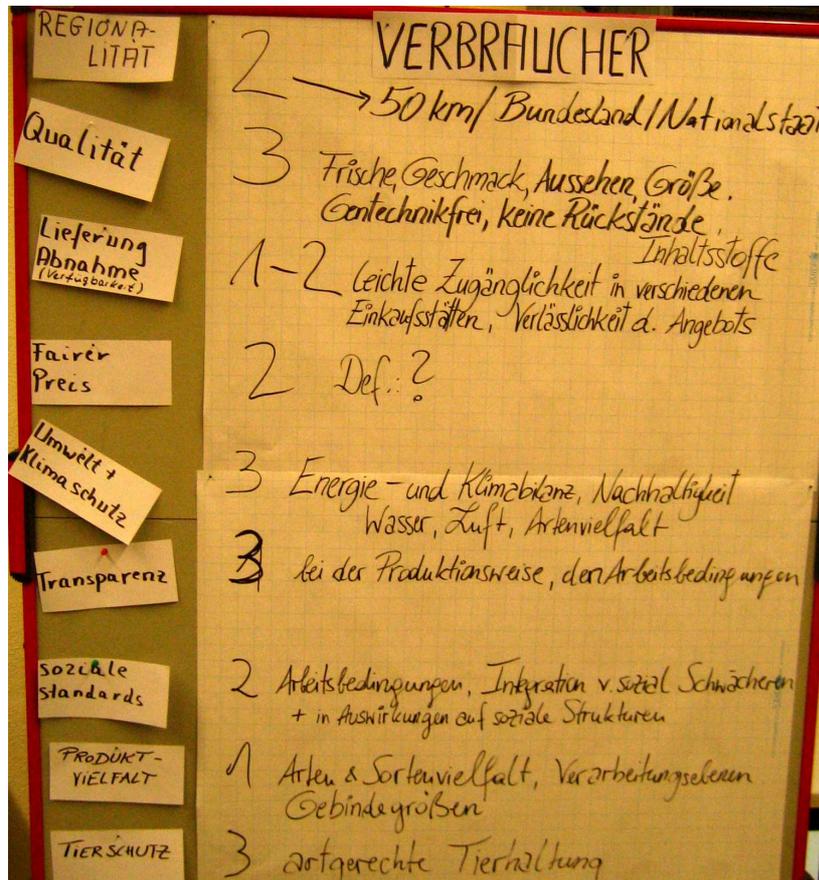
Hierbei wurden sowohl die eigenen Arbeitsbedingungen als auch diejenigen der Mitarbeiter einbezogen. „Unter welchen Arbeitsbedingungen“ wird produziert?“

Als weniger wichtig wurde das Kriterium „**Transparenz**“ angesehen. Es sei für die Erzeuger kein Problem, Transparenz herzustellen, wie z.B. erzeugt würde. Wichtig, aber schwierig dem Verbraucher zu vermitteln sei die Relation zwischen Produkterzeugung und Preis.

**Umwelt- und Klimaschutz** wurde als wichtiges Kriterium eingestuft. Darunter wurde aber vor allem verstanden, dass die gesellschaftlichen Leistungen, die der ÖL in diesem Bereich erbringt, von der Gesellschaft anerkannt werden müsse.

Das Kriterium „**Regionalität**“ wurde nicht als ein Fair-Kriterium eingestuft. Es sei klar, dass nicht in allen Regionen alles wüchse.

### Verbraucher:



Die Verbraucher-AG bewertete die Kriterien **Qualität, Transparenz, Umwelt- und Klimaschutz** am Höchsten.

Dies war auch daran erkennbar, dass Umwelt- und Klimaschutz weitere Stichworte zugeordnet wurden (Energie- und Klimabilanz, Nachhaltigkeit, Wasser, Luft, Artenvielfalt) und als weiteres besonders wichtiges Kriterium „Artgerechte Tierhaltung“ hinzugefügt wurde.

**Qualität** wurde mit Frische, Geschmack, Gentechnikfreie Herstellung, Rückstandsfreiheit etc. beschrieben.

**Transparenz** wurde definiert in Bezug auf die Produktionsweise und die Arbeitsbedingungen.

Ein **fairer Preis** wurde zwar

als wichtig bewertet, eine Definition wurde aber als schwierig angesehen und mit einem Fragezeichen markiert.

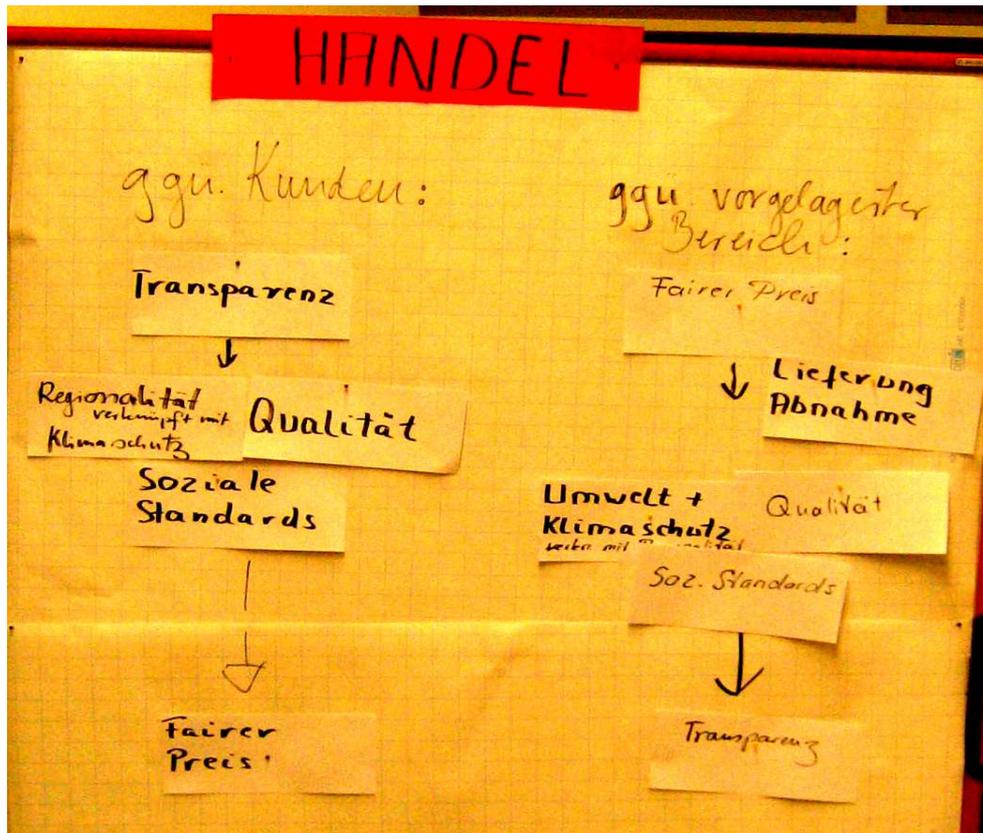
Auch die **Regionalität** wurde zwar als wichtig eingestuft, es gab aber keine einheitliche Definition, sondern sehr unterschiedliche Auslegungen. Region könnte ein 50 km Umkreis sein, aber auch ein Bundesland oder ein Nationalstaat sein.

**Soziale Standards** wurden als wichtig bewertet. Neben „Arbeitsbedingungen“ wurde dabei auch die Integration von sozial Schwächeren verstanden. Weiter wurden die Auswirkungen auf soziale Strukturen darunter gefasst.

Das Kriterium „**Lieferung/Abnahme**“ wurde aus Verbrauchersicht mit „Verfügbarkeit im Sinne einer Verlässlichkeit des Angebots und „leichter Zugänglichkeit“ (verschiedene Einkaufsstätten) definiert.

„**Produktvielfalt**“ wurde als weiteres Fair-Kriterium aufgenommen, allerdings mit der Bewertung „weniger wichtig“. Gemeint war damit eine Arten- und Sortenvielfalt, unterschiedliche Verarbeitungsebenen und Gebindegrößen.

## Handel:

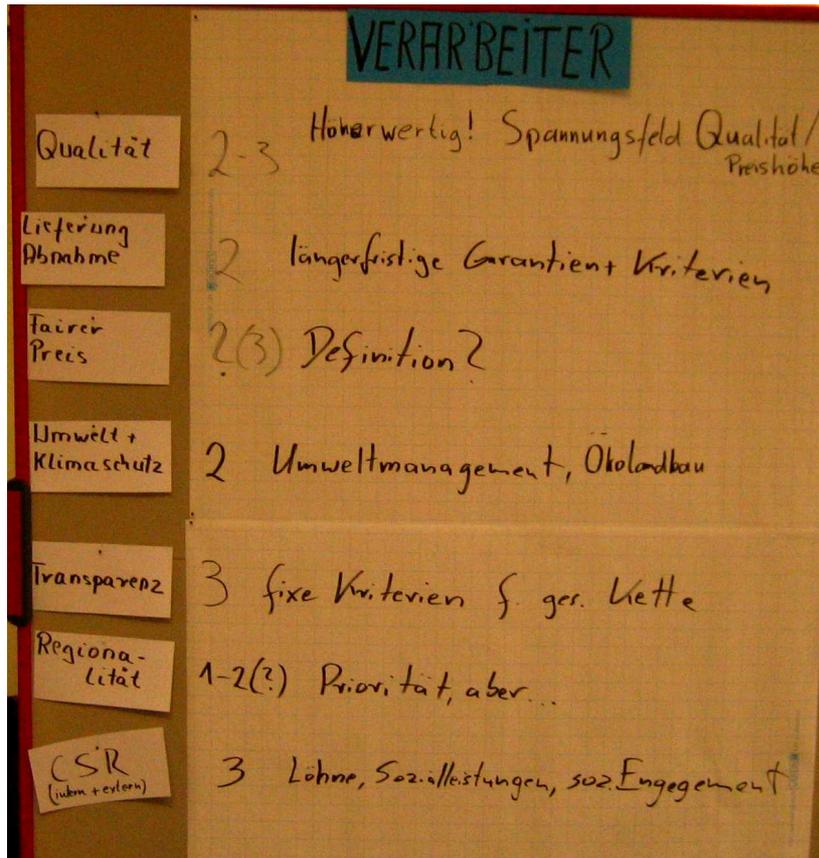


Die AG-Handel kam in ihrer Diskussion zu einer anderen Beschreibung der Fair-Kriterien. Sie definiert Fairness zum einen gegenüber dem Kunden und Fairness gegenüber den vorgelagerten Bereich.

Gegenüber dem Kunden stand „**Transparenz**“ an wichtigster Stelle. Transparenz wurde von der AG Regionalität verbunden mit **Klimaschutz und Qualität** sowie **sozialen Standards**. Daraus würde sich dann ein **fairer Preis** rechtfertigen/ableiten.

Gegenüber dem vorgelagerten Bereich stand ein „**Fairer Preis**“ an vorderster Stelle und in Zusammenhang damit das Kriterium „**Lieferung/Abnahme**“. Darauf folgten die Kriterien „**Umwelt- und Klimaschutz**“ verbunden mit „**Regionalität**“, „**Qualität**“ und „**sozialen Standards**“. Aus diesen Kriterien zusammen würde sich wiederum „**Transparenz**“ ergeben.





### Verarbeiter:

Die AG-Verarbeiter nannte als wichtigstes Kriterium „**Transparenz**“, betonte aber, hier müsse es feste Kriterien für die ganze Wertschöpfungskette geben. Auch ein „**Fairer Preis**“ wurde als besonders wichtige eingestuft, zugleich aber – wie in der AG-Verbraucher, mit einem Fragezeichen versehen, da die Definition Schwierigkeiten bereite.

„**Soziale Standards**“ wie Löhne, Sozialleistungen oder soziales Engagement wurden ebenfalls als sehr wichtig genannt und mit dem Stichwort CSR beschrieben.

Das Kriterium „**Qualität**“ wurde als wichtig bis besonders wichtig eingestuft. Diese müsse in jedem Falle höherwertig sein. Hier wurde auf das

Spannungsfeld zwischen „Qualität“ und „Preishöhe“ hingewiesen.

Das Kriterium „**Lieferung/Abnahme**“ wurde als wichtig angesehen und verbunden längerfristigen Garantien und Kriterien.

Zum Fair-Kriterium „**Umwelt- und Klimaschutz**“ wurde angemerkt, dass dies im ÖL bereits gegeben sei, aber gegebenenfalls verbessert werden könne.

## Block 2: Vertiefung einzelner Themenfelder

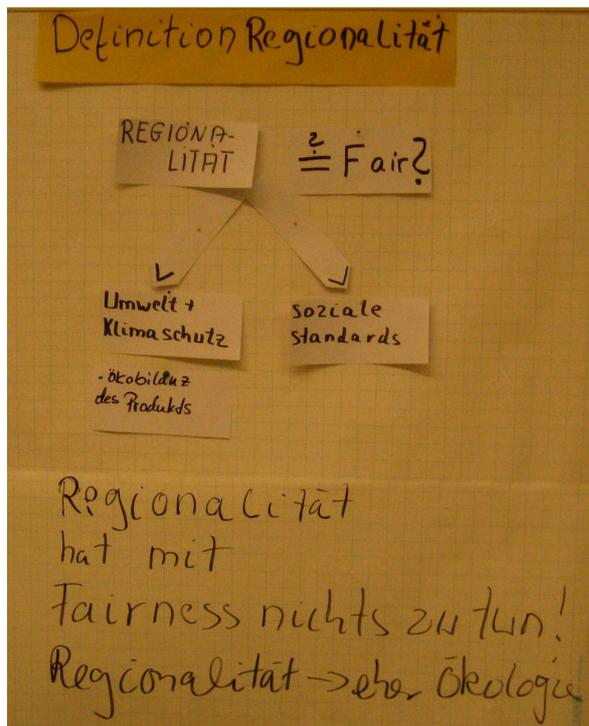
### AG 1: Organisation der Wertschöpfungskette

Die AG erarbeitete einen Ablaufplan, wie man sich der Organisation von Fairness entlang der ganzen Wertschöpfungskette nähern könne.

1. Schritt: Hier ginge es darum, den Bedarf bei den einzelnen Gliedern der Wertschöpfungskette zu ermitteln: Ist Fairness wichtig? Welche Motivation, welchen Nutzen und welche Pflichten sind damit verbunden?
2. Schritt: Abfragen, was unter „Fairness“ verstanden wird
3. Schritt: Status quo ermitteln, Literatur auswerten
4. Schritt: Welche Barrieren gibt es und was sind die Ursachen dafür
5. Schritt: Lösungsmöglichkeiten dafür zu entwickeln

Bei der Arbeit müsse immer nach Produktgruppen und Vermarktungskanälen differenziert werden.

## AG 2: Definition Regionalität als Fairnesskriterium



Die AG-Regionalität kam letztendlich zu dem Schluss, dass Regionalität nichts mit Fairness zu tun habe. Regionalität würde teilweise eher zur „Ökologie“ bzw. zum Umwelt- und Klimaschutz gehören. Aber auch hier müsse die Ökobilanz des Produktes berücksichtigt werden. Es wurde auf Untersuchungen verwiesen, nach denen regionale Produkte nicht zwangsläufig eine bessere Ökobilanz hätten als von weiter her importierte Produkte.

Teilweise könne Regionalität auch unter das Kriterium „soziale Standards“ gepackt werden.

Auch in der Plenumsdiskussion wurde die Schwierigkeit deutlich, Regionalität zu definieren, da der Begriff so vielfältig zu verstehen sei. Die Gefahr von Missverständnissen wurde aufgezeigt, wenn z.B. ein Verbraucher unter regional 50 km verstünde, ein Verarbeiter z.B. aber ein viel größeres Regionsverständnis hätte.

## AG 3: Definition Fairer Preis

In dieser AG wurde sehr intensiv diskutiert, die Pinnwand blieb aber bis zur Vorstellung der Ergebnisse unbeschrieben - ein Zeichen für die Komplexität des Themas. Dies hatte sich schon in der ersten AG-Runde angedeutet, in der aus Sicht der einzelnen Glieder der Wertschöpfungskette ein „Fairer Preis“ zwar als wichtiges oder sehr wichtiges Kriterium genannt wurde, zugleich aber immer auf die Schwierigkeit oder die Unmöglichkeit verwiesen wurde, einen fairen Preis zu definieren, da das Thema zu komplex sei.



Bei der Präsentation im Plenum konnte die Gruppe immerhin eine gemeinsame Übereinstimmung festhalten:

Es sei nicht möglich, einen festen Preis an den Produktionskosten zu bemessen, da diese Kosten schon von Betrieb zu Betrieb unterschiedlich seien – und erst recht in unterschiedlichen Regionen.

Ein Teilnehmer sah als Weg zu einem fairen Preis darin, sozial-ökologische Standards festzulegen, die sich dann wiederum im Preis niederschlagen müssten. Für benachteiligte Regionen (Beispiel Milch) müssten besondere Beihilfen gezahlt werden.

Als ein Beispiel für einen Versuch, einen anderen Zugang zum Thema „fairer Preis“ zu bekommen und in der Praxis zu leben wurde der Buschberghof genannt, ein Zusammenschluss zwischen Erzeugern und Verbrauchern. Der 100 ha großer Betrieb ernährte knapp 100 Familien. Der Preis für die Lebensmittel würde sich aus den Betriebskosten und der Anzahl der „Köpfe“ errechnen, für die die Lebensmittel erzeugt würden. Allerdings käme dabei heraus, dass die Menschen, die auf dem Buschberghof arbeiten, sich freiwillig mit sehr wenig zufrieden gäben.

Ein anderer Teilnehmer kommentierte diese Vorschläge kritisch damit, dass sich ja nicht einmal Naturwissenschaftler auf Standards einigen könnten und die Frage was wichtiger sei, Boden oder Wasser nicht beantworten würden. Das gleiche wäre bei den Sozialwissenschaftlern der Fall“. Der Buschberghof könne überhaupt kein Ansatz sein, da schon rein rechnerisch damit nicht die Bundesrepublik ernährt werden könnte. Der Ansatz, zu versuchen, die Lebensmittel hier in Deutschland zu erzeugen, sei fragwürdig, was solle man den Bauern in den Ländern mit einer niedrigen Bevölkerungsdichte sagen, die auf einen über ihr Land hinausgehenden Markt angewiesen seien.

Es wurde deutlich, dass die Debatte letztlich bestimmt war von politischen Ansichten und Werthaltungen. Der eher „fundamentalen“ Position, man müsse im globalen Maßstab denken stand die Position gegenüber schrittweise anzufangen. Man müsse Standards setzen, wohl wissend, dass sie nicht perfekt wären und sie beständig weiterentwickeln oder neue Standards dazunehmen. Es sei klar, dass ein „Buschberghof-Konzept“ nicht übertragbar sei, dennoch könne so ein Konzept, das quer zur gängigen Ökonomie läge, eventuell Denkanstöße für ein anderes ökonomisches Verständnis geben.

## **Abschließende Bewertung des Workshops**

---

Die in den einzelnen Arbeitsgruppen intensiv geführten Diskussionen und die AG-Ergebnisse machten deutlich, wie komplex das Thema „Fairness“ ist und wie schwierig eine wissenschaftliche Definition der Kriterien ist, die den Anspruch hat, praxistauglich zu sein.

### **Fairness-Kriterien nicht immer deckungsgleich definiert entlang der Wertschöpfungskette**

Es gab einen allgemeinen Konsens über Oberbegriffe von Fairness, teilweise war aber die Definition je nach Glied der Wertschöpfungskette unterschiedlich. Dies lag an den unterschiedlichen Erwartungshaltungen/Ansprüchen, die die einzelnen Kettenglieder damit verbunden haben.

Die „Erzeuger“ verknüpften z.B. z.B. Qualität mit Liefer- und Abnahmebedingungen und wollten die Qualitätsschwankungen bedingt durch Wetter etc. berücksichtigt wissen. Bei den „Verbrauchern“ war Qualität eindeutig Frische, Geschmack etc.

### **Schwierigkeiten bei der Definition von Kriterien**

Wenngleich in der 1. AG-Runde das Kriterium „Regionalität“ oder „Fairer Preis“ als wichtige Fairnesskriterien benannt worden waren, wurde zugleich auch auf die Unmöglichkeit/Schwierigkeit der konkreteren Definition hingewiesen.

### **Definitionen von Werthaltungen bestimmt**

Im 2. Block wurde besonders an der Diskussion um die Definition eines „Fairen Preises“ deutlich, wie stark Werthaltungen mit einfließen. Definitionskriterien sind nicht objektiv zu bestimmen, sondern letztlich Festsetzungen, die:

- Pragmatisch getroffen werden (wo wird die Grenze zu regional gezogen, 50 km um den Produktionsort, Bundesland, Deutschland.... Berechne ich einen fairen Preis an den Produktionskosten eines Betriebes oder der Betriebe einer Region mit ähnlichen Anbaubedingungen oder bundesweit...)
- und durch persönliche und/oder politische Einstellungen beeinflusst sind (sollen sich faire Preise am Weltmarkt orientieren oder nicht...).