

Relevanz wirtschaftsethischer Konzepte für den Ökologischen Landbau

Christian Eichert und Evelyn Mayer

*„Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde.“
(Immanuel Kant, Der kategorische Imperativ)*

Abstract – Im Zuge des Milchstreiks im Sommer 2008 rückten Fragen einer fairen Entlohnung für die Erstellung und den Handel landwirtschaftlicher Erzeugnisse in den Fokus der gesellschaftlichen Diskussion und wurden in den Feuilletons der großen Tageszeitungen diskutiert. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob aufgrund seiner Entstehungsgeschichte innerhalb des Sektors Ökologischer Landbau ein anderes Wirtschaftsverständnis vorherrscht beziehungsweise welche Modelle und Systeme einer Fair-Preisgestaltung momentan existieren^{1,2}.

EINLEITUNG UND HINTERGRUND

Im Themenfeld Ökologischer Landbau spielen Wertmaßstäbe wie Glaubwürdigkeit, Fairness und Ethik schon sehr lange eine (implizite) Rolle (Vogt, 2000). Im Zuge vermehrter Initiativen und Siegel findet momentan eine (explizite) Renaissance statt. Vor diesem Hintergrund soll der Frage nachgegangen werden, welche Instrumente und Strategien für ein wirtschaftsethisches Engagement in der Wirtschaft und insbesondere im Ökologischen Landbau zur Verfügung stehen und wie diese Instrumente ihren Eingang in den Ökologischen Landbau finden. Hierfür sollen exemplarisch privatwirtschaftliche Praxisbeispiele des „Domestic-Fair-Trades“ dargestellt werden.

Innerhalb der Neuen Institutionenökonomik wird die Transaktionskostentheorie heute als ein allgemeingültiger wirtschaftstheoretischer Erklärungsansatz angesehen (u.a. Williamson, 1990). Nach Wieland (2001a) lässt sich die zumeist auf Effizienz basierte Transaktionskostentheorie um den Begriff der Moral erweitern. Demzufolge erhöht moralisches Handeln zwar meist die Transaktionskosten (z.B. durch Suchkosten), zum anderen kann jedoch *moralisches Reputationskapital* (in Form von Glaubwürdigkeit und Vertrauen) zwischen den Handelspartnern entstehen. Dies kann sich direkt auf die individuellen Ressourcenerträge der Kooperationsmitglieder in Form einer positiven Kooperationsrente auswirken. Findet ein solcher Ausgleich zwischen negativen Transaktionskosten und positiver Kooperationsrente und daraus entstehendem Reputationskapital statt, so lassen sich langfristige ethische Governance- respektive Handelsstrukturen etablieren.

Wieland (2001b) macht weiter deutlich, dass eine Kommunikation moralischen Handelns nach außen Erwartungen der anderen Handelspartner oder der Öffentlichkeit weckt. Er folgert, dass es bei einer Nicht-Erfüllung dieser Erwartungen zu Reputationsverlusten kommen und folglich Kosten entstehen können.

Wirtschaftsethische Ansätze sind demnach nicht auf Kommunikationsmaßnahmen reduzierbar, sondern bedürfen einer Einbettung in die *reale Ebene*. Wieland (2001b) folgert, dass eine „Ethik zum Selbstzweck im Wirtschaftsleben irrelevant“ ist. Wieland bezeichnet in diesem Zusammenhang Öko-Produkte als Moralgüter, bei deren Kauf und Verkauf weitergehende Aspekte berücksichtigt werden (müssen).

Im Kontext dieser Arbeit ist nicht unerheblich, dass es sich bei Ökoprodukten um Vertrauensgüter (Jahn, 2005, Darby und Karni, 1973) handelt. Der Verbraucher auf der letzten Stufe des Handelns, aber auch jeder Akteur auf einer der Verarbeitungs- und Distributionsstufen muss gegenüber seinem jeweiligen Handelspartner bis zu einem gewissen Grad Vertrauen aufbringen. In einem etablierten System wird hierdurch eine moralische Selbstbindung seitens der Handelspartner erleichtert bzw. korrektes Verhalten kann die Reputation am Markt erhöhen.

SYSTEMATISIERUNG

Für den Handel von Lebensmitteln relevante wirtschaftsethische Instrumente und Strategien lassen sich nach den Kriterien Systemträger (Staaten, NROs, Verbände), Normierungsebene (internationale vs. lokale oder regionale Verankerung eines Regelwerks), Regelformen (Gesetze, Abkommen, Leitlinien, Kodex) und Regeltypen (Internationale Konvention, Nationales Gesetz, Internationale Rahmenvereinbarung, Verbandskodex, Unternehmenskodex, Gütesiegel) systematisieren. Betrachtet man den Sektor Ökologischer Landbau, so fällt auf, dass sich in öffentlich-rechtlichen Regelungen (wie beispielsweise der EU-Öko-Verordnung) fast keine expliziten Verweise auf Aspekte ethischen Handelns finden lassen. Die vorherrschenden Ansätze basieren zumeist auf privatwirtschaftlichen Initiativen durch Verbände, Zertifizierungsstellen oder Unternehmen.

PRAXISBEISPIELE AUS DEM BEREICH DES ÖKOLANDBAUS *Faire Partnerschaften - Naturland*

Der deutsche Anbauverband *Naturland* entwickelte im Jahre 2005 sein Modell *Fairer Partnerschaften* mit dem Ziel, heimischen Erzeugern und Verarbeitern eine Existenzsicherung zukommen zu lassen. Grundlage bildet ein Verhaltenskodex, an den sich die am

¹ Universität Hohenheim, Stuttgart, Deutschland.

Kontakt: eichert@uni-hohenheim.de

² Fachhochschule Eberswalde, Eberswalde, Deutschland.

Kontakt: evelyn_mayer@gmx.de

Handel der Produkte beteiligten Produzenten und Verarbeiter orientieren. Die Vorgaben umfassen die Einhaltung und Ausarbeitung langfristiger Handelsbeziehungen, die Zahlung fairer Erzeugerpreise, einen regionalen Rohstoffbezug, soziale Verantwortung innerhalb des Unternehmens, eine gemeinsame Qualitätssicherung, sowie die Förderung von Projekten. Als Zielsetzung gilt eine Existenzsicherung durch die Honorierung der besonderen Leistungen der teilnehmenden Erzeuger, sowie eine Sensibilisierung für ein *anderes* Wertesystem innerhalb der Unternehmenskultur und des Handels. *Naturland* führt für teilnehmende Verarbeiter eine Unternehmenszertifizierung durch eine extern gewählte Anerkennungskommission durch und ermöglicht diesen eine Werbung für ihr Unternehmen mit dem Schriftzug „Faire Partnerschaften“.

Fair & Regional Charta

Im Raum Berlin-Brandenburg wurde 2007 die *Fair & Regional-Charta* ins Leben gerufen. Hintergrund dieses ebenfalls auf einem gemeinsamen Verhaltenskodex mehrerer Marktakteure basierenden Instrumentariums ist es, ein gemeinsames Regelwerk für faires Wirtschaften in regionalen Kreisläufen zu formulieren und die sich hieraus ergebenden „Mehrleistungen“ der handelnden Bio-Akteure systematisch aufzuarbeiten und zu kommunizieren. Darüber hinaus soll das Projekt eine Existenzsicherung für teilnehmende Landwirte sicherstellen. Unternehmen aller Wertschöpfungsstufen waren an der Erarbeitung beteiligt bzw. können an dem Modell partizipieren. Zertifiziert wird jeweils ein spezifisches Produkt. Der Kriterienkatalog umfasst nachhaltige Wirtschafts- und Handelsbeziehungen, transparente Herkunftsbestimmungen, soziale Kriterien, die Implementierung eines Umweltmanagementsystems, Transparenz und Kommunikation im Marktauftritt, sowie weitergehende Anforderungen an die jeweiligen Handelsstufen. Zukünftig wird angestrebt, aus dem bestehenden Regelwerk heraus ein Produktsiegel zu entwickeln, sowie die Kriterienentwicklung und Überprüfung zukünftig durch einen neutralen *Fair & Regional*-Ausschuss zu organisieren. Als Kommunikationsinstrument steht eine Wort-Bildmarke zur Verfügung.

Da die skizzierten Modelle auf einem (freiwilligen) Verhaltenskodex basieren, bleibt offen, inwieweit der Verbraucher diesen Regelwerken Glauben schenkt und die entsprechenden Produkte dauerhaft am Markt nachfragt.

Fair Milch-Projekt - Upländer-Bauernmolkerei

Ein unternehmensinitiiertes Modell für faire Preisgestaltung stellt das 2005 gestartete *Fair Milch-Projekt* der Upländer-Bauernmolkerei dar. Gemeinsam mit dem Max-Rubner-Institut wurde das Ziel vereinbart, den eigenen Milcherzeugern eine existenzsichernde Bezahlung ihrer Milch zu gewährleisten. Hierzu wurde ein Preisaufschlag für die Milch ausgearbeitet, welcher direkt an die Landwirte weitergereicht wird. Da das mit einem Produktsiegel und einer Kommunikationskampagne beworbene Modell, bei welchem fünf Cent pro Liter Milch direkt an die Landwirte ausgezahlt werden, seitens der Verbraucher sehr gut angenommen wurde, gründete sich im Frühjahr

2008 als Weiterentwicklung der Verein *Bestes Bio-Fair für Alle*. Hintergründe waren ein wachsendes Verbraucherinteresse an Fragen des fairen Handels, sowie die zunehmend inflationäre Verwendung des Begriffs „fair“. Neben der Upländer-Bauernmolkerei und dem Kassler-Institut für ländliche Entwicklung nahmen weitere interessierte Verarbeitungsunternehmen an der Gründung des Vereins teil. Hauptanliegen der Beteiligten ist es, die Grundwerte des Ökolandbaus glaubwürdig und transparent zu vermitteln. Momentan erarbeitet der Verein ein eigenes „Domestic-Fair-Trade“-Zertifizierungsprogramm. Der Verhaltenskodex umfasst die drei Kriterien Faire Wirtschafts- und Handelsbeziehungen, Regionalität beim Warenbezug und -handel, sowie die Implementierung eines Sozial- und Umweltmanagementsystems im Unternehmen. Es ist geplant, die Kontrolle und Zertifizierung über eine anerkannte Kontroll- und Zertifizierungsstelle durchführen zu lassen, um dem Verbraucher eine höhere Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit zu signalisieren.

AUSBLICK

Neueste Studien (Ernst & Young, 2007) zeigen, dass die handelnden Akteure auf einem richtigen Weg sind, da Verbraucher Ökoprodukten oftmals – wie selbstverständlich – eine ganzheitliche ethische Korrektheit zusprechen. Hieraus ließe sich ableiten, dass der Sektor Ökolandbau unter einem Beweisdruck steht, diese (erwarteten) Werte zu untermauern bzw. zu einer klaren Kommunikation eines möglichen „Mehrwerts“ zu kommen. Im Zuge einer deutlichen und anhaltenden Marktausdehnung in Mitteleuropa muss sich der Sektor mit einer Anonymisierung und Liberalisierung des Marktes auseinandersetzen und gegenüber dem Verbraucher zukünftig vermehrt Glaubwürdigkeitsfragen, wie beispielsweise die Frage einer fairen Ausgestaltung der Arbeits- und Handelsbeziehungen, beantworten. Es könnte dem Ökosektor gelingen, sich anhand konkreter und durchdachter Modelle einer Fair-Preisgestaltung als Vorreiter für einen fairen Umgang im Wirtschaftsleben zu profilieren.

LITERATUR

- Darby, M. R. und E. Karni (1973): Free Competition and the Optimal Amount of Fraud, in: Journal of Law and Economics, Vol. 16, Issue 1, S. 67-88.
- Ernst & Young (2007): LOHAS - Lifestyle of Health and Sustainability.
- Jahn, G. (2005): Qualitätssicherungssysteme in der Ernährungsbranche: Dissertation. Universität Göttingen.
- Vogt, G. (2000): Entstehung und Entwicklung des ökologischen Landbaus im deutschsprachigen Raum, Bad Dürkheim: Stiftung Ökologie und Landbau.
- Wieland, J. (2001a): Eine Theorie der Governanceethik. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, Bd. 1, Nr. 2, S. 8-33.
- Wieland, J. (2001b): The Ethics of Governance. In: Business Ethics Quarterly, Vol. 11, No. 1, S. 73-87
- Williamson, O. (1990): Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus. Tübingen: Mohr.