

# Faire Handelsbeziehungen in der Schweiz

Erste Ergebnisse der  
Produzenten- und Abnehmerbefragung 2012

Durchführung: Daniel Mühlrath (Universität Kassel, D)  
Projektleitung faire Handelsbeziehungen: Jörg Schumacher

# Inhalt

- Einführung
- Erwartungen an Handelspartner
- Allgemeine Zufriedenheit mit Zusammenarbeit
- Fairness Wahrnehmung im Handel
- Weitere Schritte in der Analyse

# Einführung

- Traditioneller Fairtrade-Ansatz in der CH nicht 1:1 anwendbar:
  - Armutsbekämpfung
  - Stärkung und Organisation von Kleinbauern/Plantagenarbeitern



→ Ansatz Bio Suisse: „Von fair zu fairer“

→ Ziel: Dialog und Diskussionsprozess unter den Marktpartnern fördern und mittelfristig die Handelsbeziehungen verbessern

# Das Bio Suisse Fairness-Konzept

- Verhaltenskodex
- Gesprächsrunden
- Evaluation/“Erfolgskontrolle“
- Ombudsstelle (in Planung)

# ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

## Erwartungen der Produzenten an ihre Knospe-Abnehmer



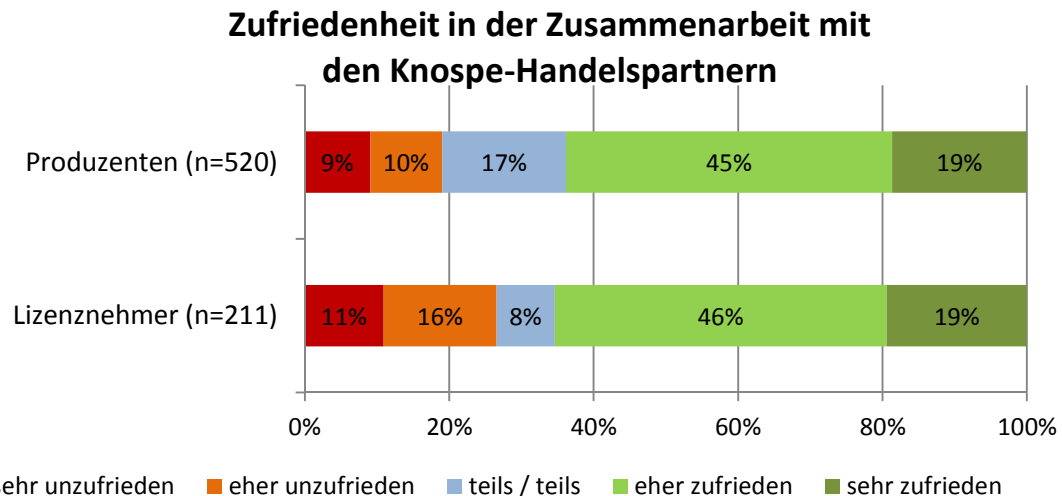
## Erwartungen der Lizenznehmer an ihre landwirtschaftlichen Knospe-Lieferanten



- Fairer Preis hat bei Produzenten Signalwirkung.
- Lizenznehmer erwarten insbesondere eine hohe Produktqualität. Verlässlichkeit und Transparenz haben ähnlichen Stellenwert wie der Preis.

# Zufriedenheit mit Zusammenarbeit

Eine Mehrheit der Befragten ist eher oder sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit (Produzenten 64%; Lizenznehmer 65%)

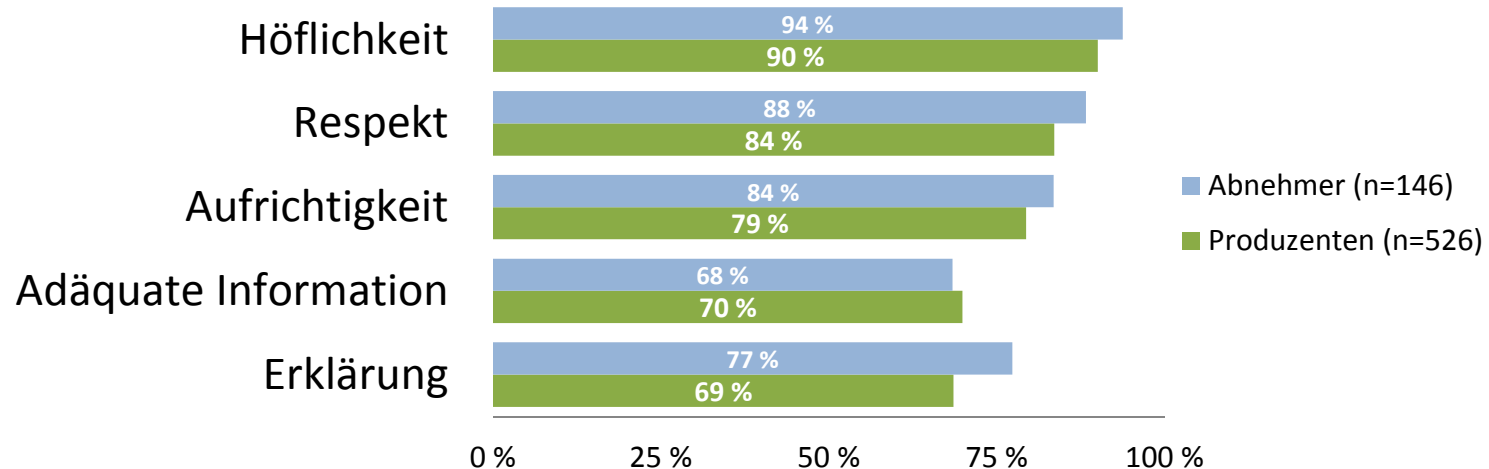


**Frage: Sind Sie mit der Zusammenarbeit mit Ihren Abnehmern (bzw. Knospe-Lieferanten) insgesamt zufrieden?**

- Eine Mehrheit der Befragten ist eher oder sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit (Produzenten 64%; Lizenznehmer 65%)

# Fairness Wahrnehmung im Handel

## Interaktions-Fairness



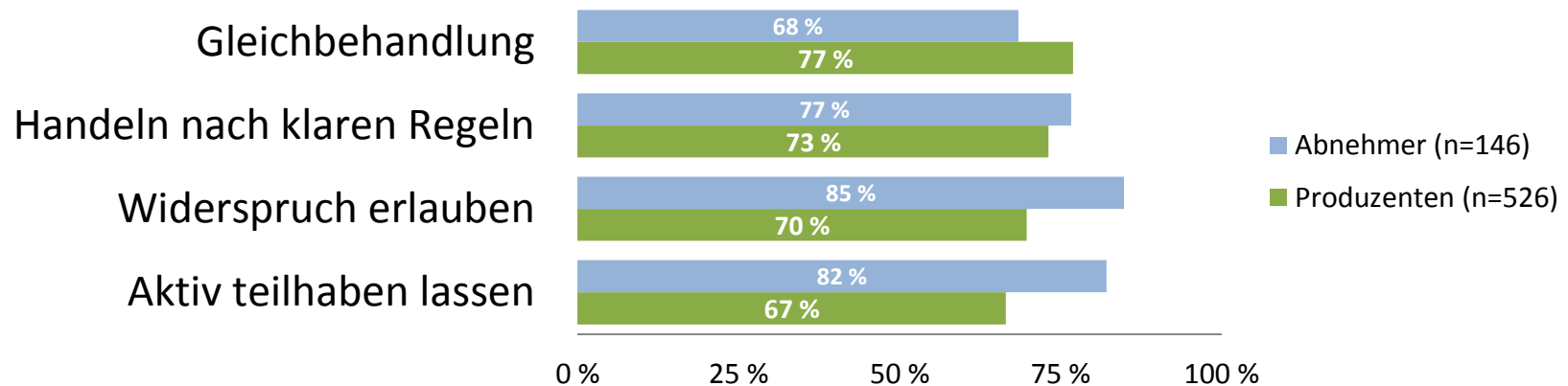
Relativer Anteil der Befragten, die angeben das dieser Aspekt (als Statement formuliert) auf das Verhalten ihres wichtigsten Knospe-Abnehmers bzw. Knospe-Lieferanten zutrifft

- Eine breite Mehrheit der Befragten gibt an, dass die genannten Interaktions-Fairness Aspekte auf das Verhalten ihres wichtigsten Knospe-Handelspartners zutreffen.
- Im Bereich gegenseitiger Information (Erklärung von Entscheidungen, Transparenz) liegt noch Verbesserungspotenzial.
- Insgesamt sind die Anteile der zustimmenden Abnehmer und Lieferanten hier relativ ähnlich.



# Fairness Wahrnehmung im Handel

## Prozess-Fairness

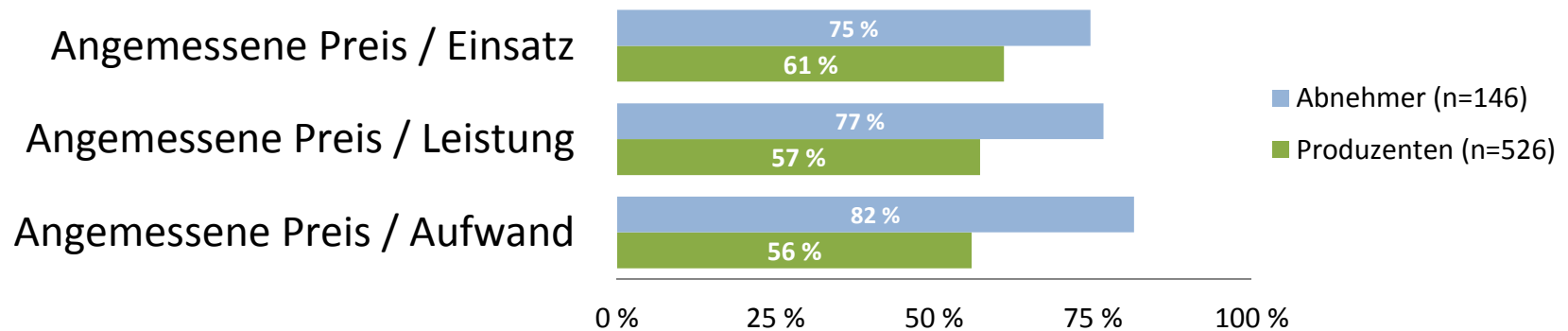


Relativer Anteil der Befragten, die angaben das dieser Aspekt (als Statement formuliert) auf das Verhalten ihres wichtigsten Knospe-Abnehmers bzw. Knospe-Lieferanten zutrifft

- Eine breite Mehrheit der Befragten gibt an, dass die genannten Prozess-Fairness Aspekte auf das Verhalten ihres wichtigsten Knospe-Handelspartners zutreffen.
- Insgesamt sind die Anteile der zustimmenden Abnehmer und Lieferanten hier relativ ähnlich.

# Fairness Wahrnehmung im Handel

## Verteilungs-Fairness



Relativer Anteil der Befragten, die angaben das dieser Aspekt (als Statement formuliert) auf das Verhalten ihres wichtigsten Knospe-Abnehmers bzw. Knospe-Lieferanten zutrifft

- Eine knappe Mehrheit der Befragten gibt an, dass die genannten Verteilungs-Fairness Aspekte auf das Verhalten ihres wichtigsten Knospe-Handelspartners zutreffen.
- Beim dem persönlichem Empfinden eines fairen Preis-Leistungsverhältnisses gehen die Wahrnehmungen der Abnehmer und Lieferanten auseinander.
- Die Hälfte der befragten Landwirte sehen sich mit dem von Abnehmern gezahlten Preis angemessen entlohnt. Unter Abnehmern ist der Anteil derer, die den an Landwirte gezahlten Preis als angemessen empfinden höher.

# Fazit

- Erwartungen an Knospe-Handelspartner
  - Fairer Preis hat bei Produzenten Signalwirkung.
  - Lizenznehmer erwarten insbesondere eine hohe Produktqualität. Verlässlichkeit und Transparenz haben ähnlichen Stellenwert wie der Preis.
- Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit unter Knospe-Handelspartnern
  - Die Mehrheit der Befragten ist zufrieden.
  - Der Anteil der Zufriedenen ist bei Produzenten und Lizenznehmern nahezu identisch.
- Fairness Wahrnehmung im Handel
  - Eine Mehrheit der Befragten gibt an, dass die genannten Fairness Aspekte auf das Verhalten ihres wichtigsten Knospe-Handelspartners zutreffen.
  - Bei Interaktions- und Prozessfairness Aspekten sind die Anteile der zustimmenden Abnehmer und Lieferanten insgesamt relativ ähnlich.
  - Im Bereich Verteilungsfairness (Preis-Leistungseinschätzung) unterscheiden sich Abnehmer und Lieferanten.

# Weitere Schritte in der Analyse

- Analyse der Ursachen für Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit und Fairness Wahrnehmung.
- Analyse unterschiedlicher Märkte nach Produktgruppen.
- Überprüfung eines Kausalmodelles über den Zusammenhang von Fairness-Wahrnehmung, Zufriedenheit und Kooperationsverhalten.

# Weitere Schritte im Projekt

- Fortführung der Gesprächsrunden
- Pilotphase einer Ombudsstelle für faire Handelsbeziehungen durchführen

# Kontakt

Jörg Schumacher

Projektleitung faire Handelsbeziehungen

Joerg.schumacher@bio-suisse.ch

061 385 96 59 (direkt)

Bio Suisse

Margarethenstr. 87

4053 Basel

Tel. +41 (0)61 385 96 10

Fax +41 (0)61 385 96 11

<http://www.bio-suisse.ch>