

Die Bedeutung von privaten Lebensmittelstandards in den Supermarktwertschöpfungsketten in Kenia am Beispiel von traditionellem Blattgemüse

Hanna Homeister¹ Anja Faße², Ulrike Grote³

Zusammenfassung

Die Inklusion von Kleinbauern in Supermarktwertschöpfungsketten hängt unter anderem davon ab, ob sie in der Lage sind, die privaten Lebensmittelstandards (PLS), die von Supermärkten gefordert werden, zu erfüllen. Nachdem private Lebensmittelstandards und ihre Auswirkungen auf kenianische Kleinbauern in der Exportwertschöpfungskette umfangreich erforscht wurden, nimmt sich diese Studie dieser Thematik im Hinblick auf die kenianische Supermarktwertschöpfungskette an. Als Studienobjekt dienen einheimische Gemüsearten, die zum einen eine wichtige Einkommensquelle für Kleinbauern darstellen und zum anderen nur lokal produziert, vermarktet und konsumiert werden, wodurch eine klare Zuordnung der PLS zu der einheimischen Wertschöpfungskette erfolgen kann. Da die letzten umfassenden Studien zu den Anforderungen kenianischer Supermärkte hinsichtlich privater Lebensmittelstandards in die Jahre 2003/04 zurückreichen, war es Ziel dieser Studie, den Status quo in 2014 zu ermitteln und die Veränderungen zu analysieren. Dazu wurden semistrukturierte Interviews mit Akteuren auf Ebene des Handels und des Zwischenhandels in der Wertschöpfungskette geführt. Die Ergebnisse zeigen eine stark heterogene Struktur innerhalb der Supermarktwertschöpfungskette mit unterschiedlichen Graden der Koordination und vertikalen Integration, abhängig von der jeweiligen Supermarktkette. Hinsichtlich privater Lebensmittelstandards, die auch in Abhängigkeit zur Supermarktkette variieren, zeigt sich im Zehnjahresvergleich nur eine geringfügige Weiterentwicklung. Auch zertifizierte Standards wie KenyaGAP oder Bio spielen keine bedeutende Rolle.

Schlüsselwörter: Kenia, Supermärkte, Wertschöpfungsketten, private Lebensmittelstandards, traditionelles Blattgemüse

JEL-Code: Q12, Q13

¹ Thünen-Institut für Betriebswirtschaft, Bundesallee 50, 38116 Braunschweig
E-Mail: hanna.homeister@thuenen.de

² Environmental Policy and Resource Economics, Straubing Centre of Science, E-Mail: a.fasse@wz-straubing.de

³ Leibniz Universität Hannover, Institut für Umweltökonomik und Welthandel, Königsworther Platz , 30167 Hannover,
E-Mail: grote@iuw.uni-hannover.de

1 Einleitung

Private Lebensmittelstandards (PLS) unterliegen im Gegensatz zu gesetzlichen Lebensmittelstandards der Freiwilligkeit und sind nicht gesetzlich vorgeschrieben. Dennoch hat ihre starke Zunahme im globalisierten Agrarmarkt dazu geführt, dass die Erfüllung privater Lebensmittelstandards über den Marktzugang eines Produzenten entscheiden kann (Liu, 2009; FAO, 2010). Insbesondere wird die Auswirkung der stark angestiegenen Nachfrage nach privaten Lebensmittelstandards auf Kleinbauern in Entwicklungsländern kontrovers diskutiert. Dabei sind zum einen positive Auswirkungen durch die Erfüllung des Standards zu beobachten (Asfaw et al., 2009), zum anderen besteht die Gefahr der Marginalisierung (Dolan und Humphrey, 2000; Asfaw et al., 2010).

Standards werden regierungsunabhängig entwickelt und können von privaten Personen, NGOs und Unternehmen initiiert werden (Liu, 2009). Die Gründe für ihre Implementierung sind vielfältig und reichen über Kostenreduktion, Sicherstellung der Lebensmittelsicherheit und Produktdifferenzierung bis hin zu der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen. Dabei handeln Unternehmen im Sinne der direkten oder indirekten Gewinnmaximierung, wohingegen NGOs den Fokus auf soziale und ökologische Aspekte legen (Liu, 2009). PLS können verschiedene Ausprägungen haben und können in Produktstandards (Größe, Farbe, Inhaltsstoffe, frei von Kontaminationen, etc.) und Prozessstandards (Produktion ohne synthetische Pflanzenschutzmittel, unter Berücksichtigung von Arbeitsbedingungen, ohne Kinderarbeit, etc.) eingeteilt werden. Häufig vereint ein PLS mehrere Aspekte (FAO, 2010), wie es z. B. im Fall des GlobalGAP-Standards der Fall ist, der sowohl Lebensmittelsicherheits- als auch Umwelt- und Arbeitsaspekte vereint (GlobalGAP, 2016). Die Kontrolle der Standarderfüllung erfolgt entweder durch den Käufer oder kann durch eine unabhängige dritte Partei in einem Audit erfolgen (Mainville et al., 2005; Asfaw, 2011). In diesem Fall spricht man von einem zertifizierten Standard.

Die Expansion von Supermärkten in Entwicklungsländern hat auch in den dortigen Märkten die Entwicklung von privaten Lebensmittelstandards vorangetrieben (Berdegué et al., 2005; Neven und Reardon, 2005⁴; Ngugi et al., 2007). Neven und Reardon (2005) analysierten das Beschaffungswesen, inklusive der geforderten privaten Lebensmittelstandards, von Supermärkten in Kenia im Zeitraum 2003/04 umfassend. Die privaten Standards, die zu diesem Zeitpunkt in die Wertschöpfungskette integriert waren, können als Produktstandards klassifiziert werden, bei denen äußere Kriterien wie Farbe, Größe und Form eine Rolle spielen. Des Weiteren wurden in dieser Zeit erste Prozessstandards implementiert, die die Bewässerung mit kommunalen Abwässern untersagten. Die Kontrolle der Standardeinhaltung wurde durch optische Kontrollen und Betriebsbesichtigungen durch Mitarbeiter der Supermärkte durchgeführt (Neven und Reardon, 2005). Ähnliche Ergebnisse finden sich bei Ngugi et al. (2007), der ausschließlich die Supermarktwertschöpfungskette von traditionellem Blattgemüse betrachtete. Neven und Reardon (2005)

⁴ Die vorliegende Studie stützt sich auf ein umfangreicheres Staff Paper, von dem ein Teil unter dem Titel „The Rise of Kenyan Supermarkets and the Evolution of their Horticulture Product Procurement Systems“ im Journal *Development Policy Review* 22 (6): 669-699 erschienen ist.

gingen von einem zukünftigen Anstieg der Nachfrage nach privaten Standards aus. Neuere Studien weisen darauf hin, dass es zu diesem vorausgesagten Anstieg gekommen ist. Insbesondere zertifizierte Standards wie KenyaGAP, das kenianische Pendant zu GlobalGAP, und dem ostafrikanischen Bio Standard Kilimohai Organic scheinen Einzug in die Supermarktwertschöpfungskette gefunden zu haben (Ayuya et al., 2015; Kledal et al., 2010; Homer, 2010).

Keine dieser Studien bildet jedoch die Supermarktwertschöpfungskette und die darin implementierten Standards in ihrer Gesamtheit ab, sondern es werden einzelne und ausschließlich zertifizierte Standards betrachtet. Private Lebensmittelstandards, die nicht zertifiziert sind, sondern durch den Supermarkt gefordert und kontrolliert werden, fehlen in der neueren Analyse (Karki et al., 2016). Die vorliegende Studie setzt an dieser Forschungslücke an, indem die Supermarktwertschöpfungskette ausgehend von der Handelsebene betrachtet wird. Traditionelle Blattgemüse bilden das Forschungsobjekt, da diese Gemüse eine wichtige Einkommensquelle von Kleinbauern in Kenia sind (Ngugi et al., 2007) und keine Relevanz im Exporthandel haben. Entsprechend können implementierte Standards als endogen bezeichnet werden.

Konkret werden folgende zwei Fragen beantwortet:

1. Wie sieht die Supermarktwertschöpfungskette von traditionellem Blattgemüse in Kenia aus?
2. Welche privaten Lebensmittelstandards werden von den Supermärkten verlangt?

2 Standards in Wertschöpfungsketten

Da die Implementierung von PLS einen Einfluss auf die gesamte Wertschöpfungskette hat (Mithöfer, 2011), bietet sich eine Wertschöpfungskettenanalyse bei der Untersuchung von PLS an. Kaplinski und Morris (2001) beschreiben in einem umfangreichen Handbuch eine Vielzahl an Aspekten, die bei einer solchen variablen Methodik Beachtung finden können. Entsprechend findet sich in der Literatur eine Vielzahl unterschiedlicher Analysen, bei der beispielsweise die Auswirkungen von PLS auf die Partizipation von Produzenten in einer Wertschöpfungskette im Vordergrund stehen kann (Asfaw, 2011), aber auch die Steuerung von PLS entlang der Wertschöpfungskette Beachtung findet (Tallontire et al., 2011). Darüber hinaus nehmen einige Studien direkt Supermärkte in Entwicklungsländern in den Fokus der Analyse (Neven und Reardon, 2005; Ngugi et al., 2007; Berdegué et al., 2005; Mainville et al., 2005). Ergebnisse dieser Analysen zeigen, dass die Implementierung von PLS durch Supermärkte eine Veränderung des Beschaffungswesens im Vergleich zu traditionellen Wertschöpfungsketten voraussetzt (Berdegué et al., 2005). Diese Veränderungen umfassen die Beschaffung durch spezialisierte Großhändler oder über gelistete Händler und Produzenten, die Zentralisierung der Beschaffung und die Einführung von Verträgen, die dann die Implementierung von PLS möglich machen (Berdegué et al., 2005). Der Wandel von den traditionellen Wertschöpfungsketten hin zu diesen „modernen“ Wertschöpfungsketten ist somit durch eine stärkere Koordination der einzelnen Akteure und eine zunehmende vertikale Integration gekennzeichnet (Gereffi et al., 2005).

Die Gewinnmaximierung ist für Supermärkte der wichtigste Grund für die Implementierung von PLS. Weitere Faktoren, die die Implementierung beeinflussen, sind unter anderem die Beschaffenheit der gesetzlichen Standards und deren Durchsetzung, die Struktur der Wertschöpfungskette, die Strategie des Unternehmens und die Konsumentenpräferenzen (Jaffee und Masakure, 2005). Aber auch kulturelle Aspekte, die zwischenmenschliche Transaktionen beeinflussen, können ausschlaggebend sein (Mainville et al., 2005). Des Weiteren spielen die Kosten, die dem Unternehmen durch die Implementierung von PLS entstehen, eine Rolle und in dem Zusammenhang die Möglichkeit, diese Kosten, beispielsweise durch eine Zertifizierung des Standards durch Dritte, auszulagern (Mainville et al., 2005).

In Europa haben gestiegene Anforderungen der Konsumenten an die Qualität und Lebensmittelsicherheit von Obst und Gemüse dazu geführt, dass PLS in der Supermarktwertschöpfungskette so weit verbreitet sind, dass man sie fast als verbindlich bezeichnen könnte (Maertens und Swinnen, 2009). Somit sind PLS auch in den Exportwertschöpfungsketten von Entwicklungsländern, wie zum Beispiel Kenia, weit verbreitet (Asfaw, 2011). In der einheimischen Wertschöpfungskette haben die Verbreitung von Supermärkten und deren wachsender Anteil am Obst- und Gemüsehandel in Kenia zum Anstieg von PLS geführt (Neven und Reardon, 2005). Neven und Reardon (2005) fanden im Jahr 2004 heraus, dass sich die Standards auf äußere Qualitätskriterien wie Farbe und Größe beschränken, dass aber erste Lebensmittelsicherheitskriterien (Bewässerung mit kommunalen Abwässern) aufgegriffen wurden. Mausch et al. (2009) fanden heraus, dass teilweise für den Export bestimmtes, mit GlobalGAP zertifiziertes Gemüse in kenianischen Supermärkten vermarktet wird, wenn es zur Überschussproduktion kommt. Des Weiteren weisen neuere Studien auf eine Zunahme der Implementierung von zertifizierten PLS in kenianischen Supermärkten hin (Ayuya et al., 2015; Mithöfer, 2011; FPEAK, 2015; Kledal et al., 2010; Doherty et al., 2015). Sowohl der Standard KenyaGAP (Homer, 2010; Tschirley, 2010; Otieno und Knorrige 2012) als auch der Bio Standard Kilimohai Organic (Kledal et al., 2010; Ayuya et al., 2015) werden durch Entwicklungshilfeorganisationen und NGOs gefördert, von der kenianischen Standard Behörde, dem Kenyan Bureau of Standards (KEBS), anerkannt und in die Supermarktketten Uchumi und Nakumatt implementiert.

Als treibende Kräfte dieser Entwicklung werden zum einen Entwicklungshilfeorganisationen und NGOs genannt (Ayuya et al., 2015), zum anderen wird aber auch eine erhöhte Konsumentennachfrage durch ein wachsendes Einkommen (Tschirley, 2010) und ein steigendes Bewusstsein der Konsumenten gegenüber Lebensmittelsicherheit gepaart mit einer höheren Zahlungsbereitschaft diskutiert (Lagerkvist et al., 2013; Karki et al., 2016).

3 Die Supermarktwertschöpfungskette von traditionellem Blattgemüse

Obwohl mehr als 210 traditionelle Gemüsearten in Kenia unterschieden werden (Ngugi et al., 2007), betrachtet diese Studie die für Kenia wichtigsten Arten Amaranth (*Amaranthus* spp.), Spiderplant (*Cleome gynandra*), African Nightshade (*Solanum villosum*), Ethiopian Kale (*Brassica*

cardinata) und Cowpea (*Vigna unguiculata*). Nachdem sie in den 90er Jahren an Bedeutung verloren hatten, wurden sie durch verschiedene Projekte erfolgreich wieder am Markt etabliert und erfreuen sich in Folge dessen einer zunehmenden Beliebtheit (Mwangi and Kimathi, 2006). Im Zuge der Wiederbekanntmachung dieser Gemüsearten wurde ihre Vermarktung in Supermärkten als sehr wichtig erachtet und diese erfolgte 2003/04 (Mwangi and Kimathi, 2006).

Die wichtigsten Supermarktketten zu dieser Zeit waren Nakumatt und Uchumi (Neven und Reardon, 2005). Beide Supermarktketten hatten bereits angefangen, ihr Beschaffungswesen zu verändern, jedoch auf unterschiedliche Arten (Tabelle 1). Bei beiden Supermarktwertschöpfungsketten fällt auf, dass traditionellem Blattgemüse eine Sonderrolle zukam: sie mussten direkt an die Supermärkte geliefert werden, wurden weitestgehend von Kleinbauern produziert und mit der Unterstützung einer NGO (Farm Concern International) vermarktet (Neven und Reardon, 2005; Ngugi et al., 2007). Ngugi et al. (2007) beschreibt den geforderten Standard wie folgt: sauber, frei von Fraßschäden, zwischen 12 und 18 Zoll lang, in Bündeln zu je 500 bis 700 g, frisch und ohne Blütenansatz.

Tabelle 1: Beschaffungswesen der größten kenianischen Supermärkte in 2004

Merkmal	Uchumi		Nakumatt / Fresh an Juici Ltd	
	O & G	Traditionelles Blattgemüse	O & G	Traditionelles Blattgemüse
Zulieferer	10 % Kleinbauern, 25 % mittelgroße Produzenten, 15 % große Produzenten, 45 % Zwischenhändler und Großhandel, 5 % Import	Hauptsächlich Kleinbauern, direkt und unterstützt durch die NGO Farm Concern International	Nur 20% Kleinbauern, 10 % Zwischenhändler	Hauptsächlich Kleinbauern, teilweise indirekt über Mittelmänner
Anlieferung	Zu fünf Hauptfilialen in Nairobi	Direkt zu den Filialen	Zum zentralen Distributionszentrum	Direkt zu den Filialen
Verträge	Nur 5 % der Zulieferer, sonst "preferred supplier list", von der Filialeiter ordern können, aber nicht müssen	Nein, aber Vermarktungsunterstützung durch Farm Concern International	Nein	Nein
Private Lebensmittelstandards	Aussehen: Farbe, Größe, Verfärbungen etc., variiert mit der Verfügbarkeit, Lebensmittelsicherheit: keine kommunalen Abwässer	Sauber, keine Fraßschäden, zwischen 12 und 18 Zoll, zwischen 500 und 700g, frisch, ohne Blütenansatz	Aussehen: Farbe, Größe, Verfärbungen etc., variiert mit der Verfügbarkeit, Lebensmittelsicherheit: keine kommunalen Abwässer	Jung, frisch, ohne Fraßschäden, ohne Blütenansatz
Monitoring des Standards	Visuelle Inspektionen bei der Anlieferung, Betriebsbesichtigungen		Visuelle Inspektionen bei der Anlieferung, Betriebsbesichtigungen	

Quelle: Neven und Reardon (2005); Ngugi et al. (2007).

In 2014 hat sich die Anzahl der Supermärkte deutlich erhöht. Insbesondere die Supermarktkette Nakumatt hat die Anzahl ihrer Supermärkte von 12 auf 38 mehr als verdoppelt (Nakumatt, 2015). Uchumi, neben Nakumatt die wichtigste Supermarktkette in 2003/2004, hat sich durch eine finanzielle Krise zwischen 2005 und 2008 nur von 27 auf 36 Supermärkte vergrößert (Uchumi, 2015). Tuskeys, eine 2003/04 noch unbedeutende Supermarktkette mit dem Namen Tuskers Mattrasses, hat 2014 mit 53 Supermärkten an Bedeutung gewonnen (Tuskeys, 2015). Im Gegensatz zu anderen Ländern spielen in Kenia ausländische Supermarktketten nur eine geringe Rolle (Neven und Reardon, 2005).

Obwohl Nakumatt und Tuskeys unterschiedliche Unternehmen sind und verschiedene Käufer-schichten ansprechen, haben beide Unternehmen den Handel mit Obst und Gemüse an das Unternehmen Fresh an Juici Ltd ausgelagert (Neven und Reardon, 2005).

4 Methodisches Vorgehen und Datenerhebung

Methodisch orientiert sich diese Studie an zwei Studien, die das Beschaffungswesen und die privaten Standards von Supermärkten in Mittelamerika (Berdegué et al., 2005) und in Kenia (Neven und Reardon, 2005) untersuchten. Beide Studien nutzten einen Forschungsansatz, der als „rapid reconnaissance“ oder auch als „Sondeo Methode“ beschrieben wird (vgl. Butler, 1995 oder Holtzman, 1986), und der in der Analyse von Agrarmärkten, insbesondere in Entwicklungsländern Anwendung findet (Holtzman, 1986; Betser, 2001). Charakteristisch für diese schnelle, qualitative Erhebungsform ist, dass sich die Erhebung auf eine Vermarktungsschiene oder eine Produktkategorie konzentriert, dass die Erhebung iterativ erfolgt, die Interviewpartner demnach nicht fix sind, sondern sich aus den geführten Ergebnissen im Feld ergeben, und dass die Interviews durch offene Fragen gekennzeichnet sind (Butler, 1995; Beebe, 1995). Auch die Triangulation von verschiedenen Datentypen, so wie es bei Neven und Reardon (2005) durchgeführt wurde, ist typisch für diese Methode (Beebe, 1995).

Aufbauend auf den in Kapitel 3 dargestellten Ergebnissen der Literaturrecherche konnten erste Interviewpartner ermittelt und Kernfragen abgegrenzt werden. Mit diesen Kernfragen wurde ein semistrukturierter Fragebogen erstellt, der Fragen zum Beschaffungswesen (bspw. Auswahl der Zulieferer, Größe der Produzenten, Bezahlungsmodalitäten, Anlieferung), zu den implementierten privaten Standards (bspw. Art der Standards, generelle Qualitätskriterien, Bekanntheit und Wichtigkeit von zertifizierten Standards), aber auch zur zukünftigen Entwicklung im Obst- und Gemüsemarketing enthielt.

Der Bezugsrahmen dieser Analyse bildete die Handelsebene, speziell die Supermarktwertschöpfungskette. Eine weitere Abgrenzung bildet die Fokussierung auf traditionelles Blattgemüse. Entsprechend der Ergebnisse der Literaturanalyse und einer Internetrecherche wurden der spezialisierte Großhändler Fresh an Juici Ltd und die Supermarktketten Uchumi und Naivas als erste Interviewpartner und als Informanten für weitere Supermärkte auserwählt. Bei der Datenerhe-

bung, die im September/Oktober 2014 in Nairobi, Kenia stattfand, wurden insgesamt 23 Interviews durchgeführt. Die Auswahlkriterien für die Interviewpartner war, dass a) das Unternehmen, in dem sie arbeiten, in irgendeiner Form mit traditionellem Blattgemüse handelt (Zwischenhändler, Großhändler, Endverkaufssupermarkt), b) die Unternehmen unterschiedliche Größen haben und c), sie sich an verschiedenen geographischen Standorten in Nairobi befinden. Das Ziel dieser Herangehensweise war, möglichst viele verschiedene Strukturen abzubilden und den verschiedenen Käuferschichten und dem entsprechend unterschiedlichen Kaufverhalten der Konsumenten Rechnung zu tragen. Die Anzahl der Interviewpartner in den einzelnen Unternehmen kann der Tabelle 2 entnommen werden.

Tabelle 2: Auflistung der Interviewpartner und der Unternehmen

Name des Unternehmens	Art des Unternehmens*	Anzahl geführter Interviews
Fresh an Juici Ltd	Spezialisierter Großhändler und Endverkäufer	7
Uchumi	Supermarktkette groß, Endverkauf	7
Naivas	Supermarktkette mittel, Endverkauf	5
Quickmart	Supermarktkette klein, Endverkauf	1
Joyland	Supermarkt, Endverkauf	1
Kairuthi	Gemüsehändler Endverkauf und Zwischenhändler	1
Bridges Organic	Bio Gemüsehändler	1

* Die Größenangabe bezieht sich auf die Anzahl der Filialen.

Quelle: Eigene Darstellung.

Die 23 Interviews wurden in der Regel persönlich am Arbeitsort der Interviewten durchgeführt (Büro oder in der Obst- und Gemüseabteilung des Supermarktes), nur ein Interview fand telefonisch statt. Um sprachliche, kulturelle oder geschlechtsbedingte Barrieren abzubauen, wurden die Interviews durch ein gemischtes Team, bestehend aus einem kenianischen Masterstudenten und einer deutschen Masterstudentin durchgeführt. Antworten wurden jeweils durch beide Interviewer mitgeschrieben. So konnten Antworten, die auch häufig über den semistrukturierten Fragebogen hinausgingen, als Zitate analysiert werden und in die Analyse einfließen. Zusätzlich zu den Interviews wurden Beobachtungen in den Supermärkten durchgeführt. Zu Analysezwecken wurden die Antworten, einschließlich der Zitate, in Excel eingepflegt und die Zitate Code-Wörtern (bspw. „Zertifizierung“, „Qualität“) zugeordnet.

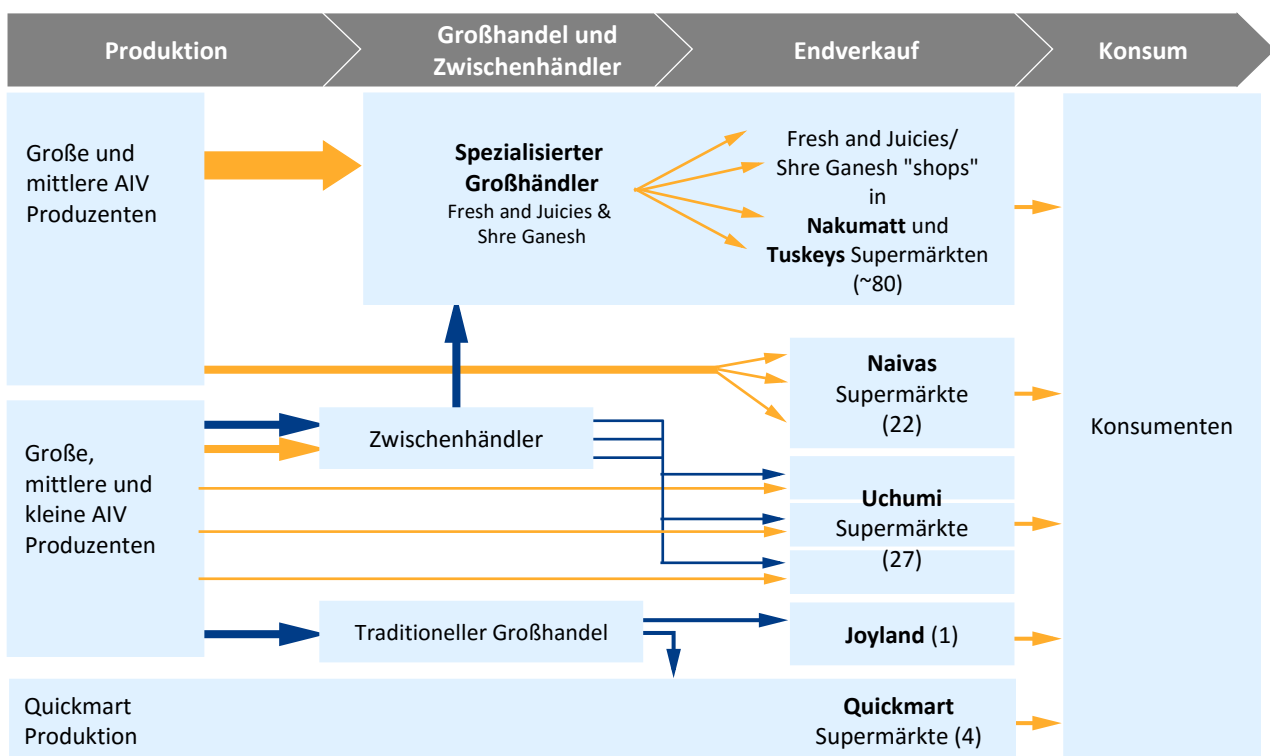
Im Ergebnisteil wird zuerst die Supermarktwertschöpfungskette, wie sie sich aus Sicht der Handelsebene darstellt, beschrieben. Anschließend werden die PLS beschrieben und auf die Entwicklung im Zehnjahresvergleich eingegangen.

5 Ergebnisse

5.1 Die Supermarktwertschöpfungskette

Die Ergebnisse der Interviews zeigen, dass die unterschiedlichen Supermarktketten und Supermärkte kein einheitliches Beschaffungswesen haben und so kann keine Verallgemeinerung auf eine Supermarktwertschöpfungskette für traditionelles Blattgemüse erfolgen. Vielmehr ergibt sich ein heterogenes Bild, bei dem die Struktur der Wertschöpfungskette und der Grad der Integration und Koordination je nach Supermarktkette variiert (siehe Abbildung 1). Orangene Pfeile zeigen direkte Handelsverbindungen zwischen einzelnen Akteuren in der Wertschöpfungskette an und weisen ein höheres Maß an Koordination auf als blaue Pfeile, die indirekte Verbindungen kennzeichnen. Quickmart, eine junge aufstrebende Supermarktkette mit derzeit drei Filialen, zeigt das höchste Maß an Koordination, indem diese Kette die Produktion in das Unternehmen integriert hat. An zweiter Stelle steht die Supermarktkette Naivas, die ausschließlich mit mittleren und großen Produzenten arbeitet, diese regelmäßig besucht und auch Einfluss auf die Produktion in Form von Kontrollen der Pflanzenschutzmittelaufzeichnungen nimmt. Uchumi und Fresh an Juici Ltd weisen dagegen weniger koordinierte Wertschöpfungsketten auf. In beiden Unternehmen wird ein Teil der traditionellen Blattgemüse über Zwischenhändler beschafft. Somit sind diese Wertschöpfungsketten fragmentiert und lassen eine geringere Kontrolle über PLS, insbesondere auf der Produktionsebene, zu.

Abbildung 1: Die Supermarktwertschöpfungskette von traditionellem Blattgemüse in Kenia



Quelle: Eigene Darstellung.

Joyland, ein eigenständiger Supermarkt, unterscheidet sich in seiner Wertschöpfungskette nicht von der Wertschöpfungskette auf traditionellen Vermarktungswegen. Die Beschaffung erfolgt unkoordiniert auf dem traditionellen Großhandel und es bestehen weder feste Qualitätskriterien noch feste Handelsbeziehungen zwischen Verkäufer und Käufer.

Fresh an Juici Ltd ist das einzige Unternehmen, welches sowohl die Bestellung als auch die Anlieferung von dem traditionellen Blattgemüse zentral organisiert. Dies führt zu entsprechend großen Mengenanforderungen wie durch den dicken orangenen Pfeil dargestellt. Naivas dagegen hat die Bestellungen zentralisiert, verlangt aber von den Zulieferern eine Anlieferung in die einzelnen Filialen. Im Fall von Uchumi ist weder die Bestellung noch die Anlieferung zentral organisiert, sondern jeder Supermarkt kann die Beschaffung eigenständig organisieren. Die Zulieferer müssen allerdings auf einer Liste gelistet sein, worüber zentral entschieden wird.

Obwohl sowohl Naivas als auch Fresh an Juici Ltd angegeben haben, dass sie durch ihr zentralisiertes Beschaffungswesen vermehrt auf die direkte Beschaffung von mittleren und großen Produzenten zurückgreifen, die die benötigten Mengen liefern können, gelingt dies im Fall Fresh an Juici Ltd nicht lückenlos. Dies kann zum einen darin begründet sein, dass Fresh an Juici Ltd mit ungefähr 80 Filialen in Nakumatt und Tuskeys Supermärkten die Hälfte des Marktsegmentes darstellt, was entsprechend große Quantitäten erfordert. Zum anderen gibt es aber auch Hinweise darauf, dass Fresh an Juici Ltd niedrigere Preise für traditionelles Blattgemüse zahlt als beispielsweise Uchumi. Zudem variieren die gezahlten Preise bei Fresh an Juici Ltd saisonal, womit Faktoren gegeben sind, die es für Produzenten attraktiver machen kann, die traditionellen Blattgemüse über eine andere Wertschöpfungskette zu vermarkten. Da Fresh an Juici Ltd keine Verträge mit den Produzenten schließt, sind solche Wechsel durchaus möglich.

Uchumi hingegen bezieht weiterhin traditionelle Blattgemüse von kleinen, mittleren und großen Produzenten sowie von Zwischenhändlern, wobei der Anteil von Zwischenhändlern abnehmend ist. Dieser Mix aus Produzenten mit unterschiedlichen Quantitäten ist möglich, da jeder Uchumi Supermarkt, nach vorheriger zentraler Zulassung des Lieferanten, eigenständig die Beschaffung steuert. Somit ist es auch Kleinbauern möglich, die erwünschte Menge für einen einzelnen Supermarkt zu produzieren.

Insgesamt weist die Supermarktwertschöpfungskette damit eine Vielzahl von unterschiedlichen Vermarktungsmöglichkeiten mit verschiedenen Modalitäten auf, andererseits zeigt sich eine starke Konzentration der Wertschöpfungskette im Fall von Fresh an Juici Ltd. Durch eine solche Konzentration besitzt Fresh an Juici Ltd eine gewisse Marktmacht, die es diesem Unternehmen erlauben würde, PSL zu implementieren. Auch das zentralisierte Beschaffungswesen ist einer Implementierung zuträglich, denn es erlaubt kostengünstige Kontrollen. Jedoch hindert die teils fragmentierte Wertschöpfungskette die lückenlose Kontrolle von PLS, es sei denn, Fresh an Juici Ltd würde zertifizierte Standards verlangen. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei Uchumi ab, die ebenfalls keine lückenlosen Kontrollen in ihrer fragmentierten Wertschöpfungskette gewährleisten können. Durch die dezentrale Beschaffung ist zudem die Implementierung von PLS mit ver-

gleichsweise höheren Kosten verbunden, wenn in jeder Filiale Kontrollen erfolgen und die Anforderungen mit dem Zulieferer abgesprochen werden müssen. Die Supermarktkette Naivas hat durch den hohen Grad an Koordination in der Beschaffung die besten Voraussetzungen für eine Implementierung und Kontrolle eines PLS.

Nachdem die Möglichkeiten der PLS Implementierung anhand der Wertschöpfungsketten erörtert wurde, beschäftigt sich der nächste Teilbereich mit den tatsächlich implementierten PLS, den einzelnen Aspekten dieser Standards, den Kontrollmechanismen und der Rolle von Zertifizierungen.

5.2 Private Lebensmittelstandards

Umfassende PLS, wie sie von europäischen Supermärkten verlangt werden und aus einem Kriterienkatalog bestehen, der transparent kommuniziert wird und schriftlich vorliegt, sind in der kenianischen Supermarktwertschöpfungskette derzeit nicht zu finden. Obwohl alle Unternehmen in der Supermarktwertschöpfungskette Qualität eine hohe Relevanz zugesprochen haben, wird diese sehr subjektiv bewertet und es fiel den Interviewten schwer, konkrete Qualitätskriterien zu benennen.

Im Unternehmen Fresh an Juici Ltd werden die traditionellen Blattgemüse bei der zentralen Anlieferung am Distributionszentrum durch visuelle Kontrollen bewertet. Die Bewertung erfolgt subjektiv und das wichtigste Qualitätskriterium ist die Frische. Das traditionelle Blattgemüse muss auf jeden Fall grün sein und darf sich nicht gelb verfärbt haben. Wenn die Ware akzeptiert ist, geht sie in den Besitz von Fresh an Juici Ltd über und wird an die einzelnen Supermarktfilialen ausgeliefert. In Bezug auf die Lebensmittelsicherheit hat Fresh an Juici Ltd, nach der medialen Verbreitung der Lebensmittelrisiken in Zusammenhang mit der Bewässerung mit kommunalen Abwässern, angefangen, Betriebsbesichtigungen durchzuführen. Außerdem ist geplant, in der Zukunft auch Labortests durchzuführen.

In der Supermarktkette Uchumi erfolgt die Anlieferung in den frühen Morgenstunden individuell zu den Supermärkten. Dort wird die Ware vom zuständigen Mitarbeiter visuell inspiziert. Die wichtigsten Qualitätskriterien sind dabei in abnehmender Reihenfolge: Größe und Form, Farbe, Frische, frei von Fraßschäden. Die Gewichtung der einzelnen Faktoren variiert dabei von Supermarkt zu Supermarkt, da die Kontrollen subjektiv von den jeweils zuständigen Mitarbeitern durchgeführt werden. Dieser Kombination aus einer Vielzahl von Zulieferern und einer Vielzahl von Kontrollstationen ist es anzulasten, dass sich die traditionellen Blattgemüse in den Uchumi Märkten optisch sehr stark unterscheiden. Auch bei Uchumi werden Betriebsbesichtigungen durchgeführt. Die Bewässerung mit kommunalen Abwässern steht dabei im Fokus, aber ein Mitarbeiter berichtete über eine steigende Aufmerksamkeit gegenüber Pflanzenschutzmittelanwendungen. Die Wichtigkeit der visuellen Kontrolle der Größe und Form der traditionellen Gemüsearten ist auch in der Angst vor kontaminiertem Bewässerungswasser geschuldet. Es wird von Uch-

umi Mitarbeitern die Ansicht vertreten, dass große Blätter auf die Bewässerung mit kommunalen Abwässern hindeuten, da dies durch die enthaltenen Nährstoffe zu einem gesteigerten Massenzwachsung in der Pflanze führen würde. Die Besitzrechte des traditionellen Gemüses gehen bei Uchumi nicht bei der Anlieferung vom Zulieferer an den Supermarkt über, sondern die Ware ist erst gekauft, wenn sie vom Konsumenten gekauft wird. Sollte ein Teil des traditionellen Blattgemüses in den ersten zwei Tagen nach der Anlieferung keinen Abnehmer finden, ist es wegen seiner schnellen Verderblichkeit nahezu wertlos und wird an den Zulieferer zurückgeliefert.

Bei Naivas wird die Bestellung zentral gesteuert, aber die Anlieferung erfolgt dezentral zu den individuellen Supermärkten. Dadurch besteht eine Aufgabenteilung hinsichtlich der Beurteilung der äußeren Qualität und der Lebensmittelsicherheit. Die äußere Qualität wird visuell durch zuständige Mitarbeiter in den Supermärkten kontrolliert. Dabei ist die Frische am bedeutendsten gefolgt von der Größe und Form, der Farbe und der Unversehrtheit des Produktes. In einem Naivas Supermarkt erklärte ein Mitarbeiter darüber hinaus, dass er keine Anlieferung mit öffentlichen Verkehrsmitteln dulden würde, da in öffentlichen Verkehrsmitteln die Gefahr von Druckstellen zu hoch ist. Die Lebensmittelsicherheit wird auch bei Naivas nicht durch Laboruntersuchungen untersucht, sondern auch hier finden Betriebsbesichtigungen statt. Diese werden vom zentralen Einkäufer ausgeführt und der Fokus liegt zum einen auf der Bewässerung und zum anderen werden bei den Besichtigungen auch Aufzeichnungen zu den Pflanzenschutzmitteleinsätzen kontrolliert.

Insgesamt wurden die Größe und die Frische der traditionellen Blattgemüse von den Interviewten als wichtigste Qualitätskriterien bei traditionellem Blattgemüse genannt. Pflanzenschutzmittelrückstände wurden nur vom Vertreter des Biohandels und von der Zwischenhändlerin als wichtig erachtet. Das große Interesse der Zwischenhändlerin an Pflanzenschutzmittelrückständen deckt sich mit ihrer positiven Einstellung zur Bioproduktion und der generellen Erfahrung und Nähe zur Produktion. Dadurch, dass sie die traditionellen Blattgemüse ab Feld kauft, hat sie mehr Einblicke in die Produktionsabläufe als es die Vertreter der Supermarktketten haben, denn diese führen nur in leitender Funktion und dann auch nur gelegentlich Betriebsbesichtigungen durch.

Die Kaufentscheidung und das Vertrauen des Konsumenten in die Qualität der Produkte wurden als entscheidend für bzw. gegen die Implementierung eines PLS angesehen. Das geringe Wissen der Konsumenten über Produktionsabläufe wurde als Hürde für die Implementierung von Bio-Standards angemerkt. Auf der anderen Seite wurde aber darauf hingewiesen, dass, sobald Wissen über Risiken der Lebensmittelsicherheit und den damit in Zusammenhang stehenden Produktionspraktiken bei den Konsumenten besteht, die Supermarktwertschöpfungskette darauf mit einem PLS reagieren muss und dieses auch in der Vergangenheit schon gemacht hat. Als Beispiel wird vielfach die Bewässerung von traditionellem Blattgemüse mit kommunalen Abwässern herangeführt, die zu der Kontamination von traditionellem Blattgemüse mit verschiedenen Pathogenen und zur Anreicherung mit Schwermetallen geführt hat. Nachdem dies mediale Aufmerksamkeit auf sich zog, haben die Supermärkte die Bewässerung mit kommunalen Abwässern als Tabu erklärt und haben angefangen, Kontrollen im Rahmen von Betriebsbesichtigungen durchzuführen.

Insgesamt spielen Label zur Kommunikation von PLS keine Rolle. Am Beispiel der Bewässerung mit kommunalen Abwässern zeigt sich, dass die Implementierung des Standards persönlich durch den Angestellten in der Obst- und Gemüseabteilung des jeweiligen Supermarktes zu dem Konsumenten kommuniziert wird. Im Fall der Supermarktkette Uchumi wurden nach dem Skandal zusätzlich Monitore in den Supermärkten installiert, die die Produktionsbedingungen gezeigt haben, um so das Vertrauen der Konsumenten sicherzustellen. Darüber hinaus wurde beobachtet, dass Verkäufer im Supermarkt zertifizierte Waren nicht als solche anhand des Labels erkannt haben. Dies zeigt sehr deutlich, wie wichtig die zwischenmenschliche Kommunikation und das Vertrauen entlang der Wertschöpfungskette ist. Vergleiche zwischen der Einschätzung der Qualität von Verkäufern in Supermärkten der Kette Uchumi und Verkäufern in Fresh an Juici Ltd Filialen zeigten deutliche Unterschiede. Dadurch, dass die Verkäufer bei Uchumi sich ihre Lieferanten selber aussuchen konnten, war das Vertrauen in eine gute Qualität sehr hoch und das Wissen über Produktionsprozesse und die Anbauregion vorhanden. Im Gegensatz dazu verwiesen Verkäufer in Fresh an Juici Ltd Filialen bei Fragen der Qualität und der Herkunft häufig an die Zentrale von Fresh an Juici Ltd.

Die Kommunikation mit dem Konsumenten wird von allen Interviewten als wichtig erachtet. Als Grund wird die Nachfrage nach der Herkunft und nach den Bewässerungspraktiken genannt. Umweltaspekte in der Produktion spielen hingegen eine untergeordnete Rolle. Soziale Aspekte in der Produktion werden als irrelevant aus Konsumentensicht beschrieben. Auf der anderen Seite gab es aber auch Hinweise darauf, dass die Relevanz der Kommunikation und der Rückversicherung von der Käuferschicht des jeweiligen Supermarktes, also von dessen Standort abhängt. Während die Konsumenten in einkommensstarken Gegenden häufiger nachfragten, spielte im Innenstadtbereich, wo viele finanzschwächere Konsumenten einkaufen, bevor sie mit dem Bus in außenliegende ärmere Wohnbezirke fahren, der Preis eine höhere Rolle als die Qualität.

*„In der Innenstadt ist der Preis wichtiger als die Qualität.“
(Verkäufer in einem innenstädtischen Supermarkt)*

5.3 Zertifizierte Standards

Keiner der Supermärkte fordert von den Produzenten oder Lieferanten eine Zertifizierung. Die Zertifizierung KenyaGAP ist weitgehend unbekannt. Auch im Unternehmen Fresh an Juici Ltd, obgleich diese Zertifizierung auf der Homepage erwähnt wird, war sie keinem der interviewten Mitarbeiter, auch im Managementbereich, geläufig.

Biologisch angebaute Blattgemüse, zertifiziert mit dem KOAN Siegel, wurden in einer Uchumi Filiale verkauft. Sie wurden allerdings in einem Gestell angeboten, welches neben dem eigentlichen Blattgemüse stand. Die Firma Bridges Organic, unter deren Name das Gemüse angeboten wurde, erklärte auf Nachfrage, dass sie nicht von Uchumi zum Verkauf von Bio-Gemüse aufgefordert wurden, sondern dass sie an die Supermarktkette herangetreten sind. Nach Auskunft von

Bridges Organic war der Verantwortliche des Einkaufes von Obst und Gemüse bei Uchumi mit dem Konzept von biologisch produziertem und zertifiziertem Gemüse zu dem Zeitpunkt nicht vertraut.

Der Interviewpartner bei Bridges Organic bedauerte insgesamt das geringe Bewusstsein der Einkäufer in Supermärkten und der Konsumenten gegenüber biologisch produzierten Lebensmitteln. Obwohl er diese Produktionsweise eindeutig unterstützt, gibt er aber auch zu, dass *„...der Produktionsprozess von biologisch produziertem Gemüse länger dauert. Es gibt auch kaum einen Markt für diese Produkte und so sind die Produzenten gezwungen, ihre Waren als konventionelle Ware zu vermarkten. Entsprechend ergibt sich kein finanzieller Mehrwert.“*

Insgesamt war die Meinung über den Prozess der Zertifizierungen durch Dritte eher skeptisch. Akteure äußerten die Vermutung, dass konventionell produzierte Ware als zertifiziert biologische Ware vermarktet werden würde. Dabei wurden Regelverletzungen einerseits im Bereich der Produktion erwartet, andererseits, dass entlang der teils stark fragmentierten Lieferkette konventionelle Ware mit biologischer gemischt werden würde.

„Das Problem mit Zertifizierungen ist, dass ein Produzent zertifiziert wird und danach nicht permanent kontrolliert wird. Deshalb kann er danach seine Produktion wieder ändern.“
(Zwischenhändlerin)

Nur Interviewpartner der Supermarktkette Naivas äußerten sich positiv hinsichtlich Zertifizierungen, insbesondere Bio-Zertifizierung.

„Es wäre gut, wenn die Produzenten zertifizierte Bio-Ware produzieren würden und die Konsumenten diese Ware als solche erkennen würden. Leider sind die Produzenten aufgeklärter in Bezug zur Bio-Produktion als die Konsumenten.“ (Einkäufer bei Naivas)

Dieses Zitat ist ein Beispiel einer solchen Äußerung, die aber zugleich auch zeigt, warum von Naivas derzeit keine Zertifizierungen nachgefragt werden: das Bewusstsein auf Seiten der Konsumenten wird als zu gering eingeschätzt.

6 Diskussion

Die Supermarktwertschöpfungskette in Kenia zeigt eine, im Vergleich mit anderen Ländern wie beispielsweise Honduras (Bloom, 2014) oder Südafrika (Wheatherspoon und Reardon, 2003), verlangsamte Implementierung von PLS. Obwohl es im Zehnjahresvergleich teilweise zu einem zunehmenden Bewusstsein hinsichtlich Risiken der Lebensmittelsicherheit im Zusammenhang mit Produktionsprozessen gekommen ist, sind die Reaktionen darauf verhalten. Nur eine Supermarktkette hat die Kontrolle von Aufzeichnungen zum Pflanzenschutzmitteleinsatz in ihren PLS integriert. Bei den anderen Unternehmen haben sich die Standards im Hinblick auf die Lebensmittelsicherheit, die diese von den Produzenten verlangen, nicht verändert.

Faktoren, die eine weitreichendere Implementierung von PLS verhindern oder verlangsamen, sind zum einen das fehlende Konsumentenbewusstsein hinsichtlich PLS, zum anderen liegen die Gründe aber auch in der fehlenden Möglichkeit von Überwachungen durch teils fragmentierte Wertschöpfungsketten begründet. Der Aspekt, dass in Kenia ausländische Supermarktketten nur einen geringen Einfluss haben, kann auch ein Grund dafür sein, dass die Entwicklung von höheren Standards in Kenia langsamer vorangeht als in anderen Ländern. In Honduras wird diese Entwicklung beispielsweise durch Wal-Mart vorangetrieben, eine US Amerikanische Supermarktkette, die Know how innerhalb ihres Unternehmens auf einen neuen Markt übertragen kann (Bloom 2014).

Der Eindruck, der aus der Literatur gewonnen wurde, dass Zertifizierungen in der Supermarktwertschöpfungskette eine immer größere Rolle spielen, konnte nicht bestätigt werden. Die Entwicklung auf diesem Gebiet wird exogen vorangetrieben (NGOS und Entwicklungszusammenarbeit) und hat sich nicht aus der Supermarktwertschöpfungskette heraus entwickelt. Diese exogene Einflussnahme, von Tallontire et al. (2011) als horizontale Einflussnahme beschrieben, zeigt entsprechend keinen nachhaltigen Einfluss auf die PLS zu haben. Die eigentliche Macht über die Implementierung von PLS liegt entsprechend innerhalb der Wertschöpfungskette (Tallontire et al., 2011).

Wie von Mainville et al. (2005) diskutiert, spielen auch kulturell bedingte, zwischenmenschliche Faktoren beim Handel zwischen zwei Akteuren eine wichtige Rolle. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen sehr deutlich, dass der Prozess der Zertifizierung aus Vertrauensgründen abgelehnt wird. Es besteht also zwischen den Akteuren entlang der Wertschöpfungskette viel Misstrauen, welches nur durch persönliche Kontrollen und Kommunikation abgebaut werden kann. Da es mit Ausnahme der Supermarktwertschöpfungskette von Fresh an Juici Ltd zur Kommunikation zwischen allen Akteuren entlang der Wertschöpfungskette kommen kann, wird diese Möglichkeit aktiv genutzt, um den PLS zu kommunizieren. Label, wie sie in europäischen Supermärkten genutzt werden, um Konsumenten über die Qualität eines Produktes aufzuklären, zeigen sich in Kenia zurzeit als ungeeignet. Da es in den Obst- und Gemüseabteilungen immer einen Verkäufer gibt, mit dem die Konsumenten das Gespräch suchen können, ist die persönliche Kommunikation der unpersönlichen Kommunikation über Label überlegen.

Dadurch, dass sich die vorliegende Studie konzeptionell eng an der Struktur der Studien von Neven und Reardon (2005) und Ngugi et al. (2007) orientiert und die dort herausgearbeiteten Daten als Grundlage für die Experteninterviews verwendet wurden, dienten die Ergebnisse nicht nur der Beschreibung des Status quo, sondern konnten auch zur Analyse der Veränderung innerhalb eines Zehn-Jahres-Abschnittes herangezogen werden. Durch die Reduktion der Analyse auf die Gemüsegruppe der traditionellen Blattgemüse, wie sie auch bei Ngugi et al. (2007) zu finden ist, konnte eine konkrete Zuordnung der privaten Lebensmittelstandards zu der einheimischen Supermarktwertschöpfungskette erfolgen.

Durch die Kooperation in der Datenerhebung mit einem Kenianer wurden Kommunikationsbarrieren und kulturelle Unterschiede erfolgreich umgangen und der Informationsgehalt der In-

terviews ist nicht durch sprachliche oder kulturelle Missverständnisse geschmälert. Jedoch zeigte sich durch teilweise deutliche abweichende Einschätzungen verschiedener Mitarbeiter/-innen innerhalb der Supermarktketten, dass Falschaussagen durch Unwissenheit oder auch durch bewusstes Handeln nicht auszuschließen sind. Um bei unterschiedlichen Aussagen innerhalb einer Supermarktkette entscheiden zu können, welche Antwort valide ist, wurden für jeden Akteur die Position im Unternehmen und die dazugehörige Handlungsbefugnis ermittelt. Anhand der Handlungsbefugnis wurde die Qualität der Antworten eingeordnet. Der Effekt der sozialen Erwünschtheit, bei dem Akteure in einer Weise antworten, von der sie annehmen, den Wünschen des Interviewers zu entsprechen, kann auch hier nicht ausgeschlossen werden. Es war jedoch sehr deutlich, dass die Interviewpartner, die schon häufiger mit NGOs und internationalen Organisationen zusammengearbeitet haben, soziale Standards als sehr wichtig eingeordnet haben, während alle anderen Akteure sozialen Standards gar keine Relevanz zusprachen. Dies kann als Indiz dafür gedeutet werden, dass sich die soziale Erwünschtheit in den verschiedenen Kulturkreisen an unterschiedlichen Werten orientiert und sich die Befragten, die Erfahrung mit diesen unterschiedlichen Werteorientierungen gemacht haben, an der sozialen Erwünschtheit der Interviewer orientieren.

7 Fazit

Diese Studie zeigt auf umfassende Weise den Status quo der Implementierung von PLS in der Supermarktwertschöpfungskette in Kenia. Es kann geschlussfolgert werden, dass sich der Implementierungsprozess im Vergleich zu anderen Ländern langsamer verhält und dass die Supermarktwertschöpfungskette sehr heterogen strukturiert ist. Durch die intransparenten Kriterien der implementierten PLS und die subjektiven Kontrollen können aber keine allgemeingültigen Aussagen über die Anforderungen an die Produktion von traditionellem Blattgemüse abgeleitet werden. Durch die geringe Weiterentwicklung in Hinblick auf die PLS kann an dieser Stelle keine Aussage darüber getroffen werden, ob Kleinbauern durch die Implementierung von PLS marginalisiert werden. Es ist jedoch festzustellen, dass Kleinbauern durch die Zentralisierung der Beschaffung und die dadurch resultierenden Mengenanforderungen zunehmend aus der Wertschöpfungskette verdrängt werden.

Literaturverzeichnis

- Asfaw S, Mithöfer D, Waibel H (2009) EU Food Safety Standards, Pesticide Use and Farm-level Productivity: The Case of High-value Crops in Kenya. *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 60, No.3, 2009, 645-667
- Asfaw S, Mithöfer D, Waibel H (2010) What Impact Are EU Supermarket Standards Having on Developing Countries' Export of High-Value Horticultural Products? Evidence from Kenya, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 22:3-4, 252-276

- Asfaw S (2011) The Impact of Food Safety Standards on Rural Household Welfare. In: Vegetable Production & Marketing in Africa - Socio Economic Research. Edited by Mithöfer, D. and Waibel, H. CAB International 2011, Oxfordshire, UK
- Ayuya OI, Gido EO, Bett HK, Lagat JK, Kahi AK, Bauer S (2015) Effect of Certified Organic Production Systems on Poverty among Smallholder Farmers: Empirical Evidence from Kenya. *World Development* Vol. 67, pp. 27-37
- Beebe J (1995) Basic Concepts and Techniques of Rapid Appraisal. *Human Organization*, Vol. 54, No. 1
- Berdegú JA, Balsevich F, Flors L, Reardon T (2005) Central American supermarkets' private standards of quality and safety in procurement of fresh fruits and vegetables. *Food Policy* 30 (2005) 254-269
- Betser E (2001) Rapid Reconnaissance Survey in Market Research, presented in Workshop on Tree Domestication Short Course, ICRAF Headquarters, Nairobi, 19-24 February, 2001
- Butler LM (1995) The "Sondeo": A rapid reconnaissance approach for situational assessment. *Community Ventures Circular Series*, 1995
- Bloom JD (2014) Standards for Development: Food Safety and Sustainability in Wal-Mart's Honduran Produce Supply Chain. *Rural Sociology*, 2014
- Doherty B, Smith A, Parker S (2015) Fair Trade market creation and marketing in the Global South. *Geoforum*, forthcoming
- Dolan C, Humphrey J (2000) Governance and trade in fresh vegetables: Impact of UK supermarkets on the African horticulture industry. *Journal of Development Studies*, 37, 147-76
- FAO (2010) Private Food Safety Standards: Their Role in Food Safety Regulation and their Impact. Paper prepared by Renata Clarke for presentation and discussion at the 33rd Session of the Codex Alimentarius Commission. Rome, Italy
- FPEAK (2015) <http://fpeak.org/> (Zugriff am 06.12.2015)
- Fresh an Juici Ltd (2016) <http://www.freshanjuici.co.ke/group-of-companies/fresh-an-juici-ltd/> (Zugriff am 24.6.2016)
- Gereffi G, Humphrey J, Sturgeon T (2005) The governance of global value chains. *Review of International Political Economy* 12:1, 78-104
- GlobalGAP (2016) Kontrollierte Landwirtschaftliche Unternehmensführung, Basismodul Pflanzen – Obst und Gemüse, Kontrollpunkte und Erfüllungskriterien. Deutsche Version 5.0, Februar 2016
- Holtzman JS (1986) Rapid Reconnaissance Guidelines for Agricultural Marketing and Food Systems Research in Developing Countries. Working Paper No. 30, Michigan State University, Michigan
- Homer S (2010) Standards and Market Preferences: Opportunities and Constraints. 3rd Instalment under the AAAECP- funded series of high value agricultural seminars
- Jaffee S, Masakure O (2005) Strategic use of private standards to enhance international competitiveness: Vegetable exports from Kenya and elsewhere. In: *Food Policy* 30 (2005) 316-333
- Karki KS, Fasse A, Grote U (2016) The Role of Standards in Domestic Food Value Chains in Sub-Saharan Africa: A Review Article. *African Journal of Horticultural Science*. 9:41-53
- Kaplinski R., Morris M (2001) A Handbook for Value Chain Research. Prepared for the IDRC
- Kledal PR, Oyiera HF, Njoroge JW, Kiarri E (2010) Organic farming in Kenya. In: Willer H, Kilcher L (Eds.) (2010): *The World of Organic Agriculture – Statistics and Emerging Trends*. IFOAM, Bonn and FiBL, Frick

- Lagerkvist CJ, Hess S, Okello J, Hansson and Karanja N (2013) Food health risk perception among consumers, farmers, and traders of leafy vegetables in Nairobi. *Food Policy* 38 (2013), 92-104
- Liu P (2009) Private standards in international trade: Issues, opportunities and long-term prospects, p. 206-235. In: Sarris A, Morrison J (Eds.): *The evolving structure of agricultural trade: implications for trade policy and trade agreements*. Food and Agricultural Organization of the United Nations, Rome, Italy
- Mainville DY, Zylbersztajn D, Farina EMMQ, Reardon T (2005) Determinants of retailers' decision to use public or private grades and standards: Evidence from the fresh produce market of Sao Paulo, Brazil. In: *Food Polica* 30 (2005) 334-353
- Maertens M, Swinnen JFM (2009) Trade, standards and poverty: evidence from Senegal. *World Development* 37 (1), 161-178
- Mausch K, Mithöfer D, Asfaw S, Waibel H (2009) Vegetable production in Kenya under EurepGAP standard: Is large „more beautiful“ than small? *Journal of Food Distribution Research* 40 (3), 115-129
- Mithöfer D (2011) Framework for Economic Impact Assessment of Production Standards and Empirical Evidence. In: *Vegetable Production & Marketing in Africa - Socio Economic Research*. Edited by Mithöfer D, Waibel H: CAB International 2011, Oxfordshire, UK
- Mwangi S, Kimathi M (2006) African Leafy Vegetables Evolves from Underutilized species to Commercial Cash Crop. Research Workshop on Collective Action and Market Access for Smallholders, 2-5 October 2006, Cali, Colombia
- Nakumatt (2015) http://www.nakumatt.co.ke/?page_id=3205 (Zugriff am 06.12.2015)
- Neven D, Reardon T (2005) The rise of Kenyan Supermarkets and the Evolution of their Fresh Fruit and Vegetable Procurement System. Staff Paper of the Department of Agricultural Economics, Michigan State University, East Lansing, Michigan, US. A version of this paper was published under the title: "The rise of Kenyan Supermarkets and the Evolution of their Horticulture Product Procurement System" in: *Development Policy Review*, 22 (6): 669-699
- Ngugi IK, Gitau R, Nyoro JK (2007) Access to high value markets by smallholder farmers of African indigenous vegetables in Kenya. In: *Regoverning Markets Innovation Practice series*, IIED, London
- Otieno G, Knorringa P (2012) Localizing Global Standards – Illustrative Examples from Kenya's Horticulture Sector. In: van Dijk MP, Trienekens J (Eds.) (2012): *Global Value Chains – Linking Local Producers from Developing Countries to International Markets*. Amsterdam University Press, Amsterdam
- Tallontire A, Opondo M, Nelson V, Martin A (2011) Beyond the vertical? Using value chains and governance as a framework to analyse private standards initiatives in agri-food chains. *Agriculture and Human Values*, 28, 427-441
- Tuskys (2015) <http://www.tuskys.com/index.php/useful-links/supermarket-locator> (Zugriff am 06.12.2015)
- Tschirley D (2010) Opportunities and Constraints to Increase Fresh Produce Trade in East and Southern Africa. Paper prepared for 4th Video Conference under AAACP-funded series of high value agricultural seminars
- Uchumi (2015) <https://www.uchumi.co.ke> (Zugriff am 06.12.2015)
- Weatherspoon DD, Reardon T (2003) The Rise of Supermarkets in Africa: Implications for Agrifood Systems and the Rural Poor. *Development Policy Review*, 21, 333-355

Aktuelle Forschung in der Gartenbauökonomie

Nachhaltigkeit und Regionalität – Chancen und Herausforderungen für den Gartenbau

Tagungsband zum 2. Symposium für Ökonomie im Gartenbau
am 01. März 2016 im Thünen-Institut in Braunschweig

Walter Dirksmeyer, Michael Schulte und Ludwig Theuvsen (eds)

Thünen Report 44