



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Das Potenzial von ‚Agro-Processing‘
und verantwortungsvollem Handel für Kleinbäuerinnen
und Kleinbauern in der Obst-Wertschöpfungskette
Ugandas“

Verfasserin

Katrin Harreither

angestrebter akademischer Grad

Magistra (Mag.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 057 390

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Individuelles Diplomstudium Internationale Entwicklung

Betreuerin:

Dr.ⁱⁿ Karin Fischer

DANKSAGUNG

Wohl wissend, dass das Verfassen einer Diplomarbeit an weit mehr gebunden ist, als an das Bemühen einer einzigen Person und dass zu ihrem Gelingen eine Vielzahl unterstützender und ermutigender Menschen beitragen, möchte ich im Folgenden all jenen danken, die in den vergangenen Monaten einen wesentlichen Beitrag zur Vollendung der vorliegenden Arbeit geleistet haben.

Ein herzliches Dankeschön richte ich an meine Betreuerin, Frau Dr. Karin Fischer, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen auf dem angewandten Gebiet bereitwillig mit mir teilte und mich in vielen Rücksprachen durch wertvolle Anmerkungen unterstützte. Aufrichtig danken möchte ich auch Herrn Stephen Isiko Nabongo, der mir während meiner Feldforschung eine große Hilfe war und der mir den Zugang zum Feld wesentlich vereinfachte. Zu tiefsten Dank bin ich zudem allen interviewten Personen und den TeilnehmerInnen meiner Befragungen verpflichtet, deren namentliche Erwähnung mir aufgrund ihrer großen Anzahl hier nicht möglich ist. Innigster Dank gebührt zudem Herrn DI Peter Löwe, der mich entlang des gesamten Forschungsprozesses begleitete, der half hilfreiche Kontakte in die Wege zu leiten, der mich in vielen Konversationen an seinen Einsichten und Kenntnissen zur Forschungsthematik teilhaben ließ und der mich dadurch für mein weiteres Vorgehen unglaublich inspirierte und ermutigte.

Udenkbar ist die Absolvierung eines Studiums ohne in seinem unmittelbaren Umfeld Menschen an der Seite zu haben, die moralische Unterstützung bieten. Stellvertretend für alle FreundInnen und KollegInnen sei nun meinem Weggefährten David Halbmayr und meiner Seelenschwester Barbara Holzer gedankt, die mich in ihrer aufrichtigen und wertschätzenden Art immer wieder in meinen Ideen und Vorhaben bestärk(t)en und die mich in Momenten geistiger Leere zum Vorwärtsschreiten bewogen. Zu besonderem Dank bin ich zudem Manuela Rechberger und Lukas Heschl verpflichtet, sie haben das Lektorat der Arbeit übernommen. Ihre konstruktive Kritik und ihre Anregungen waren mir eine unglaubliche Hilfe und haben erheblich zum formalen Gelingen dieser Arbeit beigetragen.

Zu guter Letzt gilt mein Dank den Menschen in meinem familiären Umfeld, meinen Großeltern sowie meinem Bruder Markus. Mein größter Dank gebührt aber schließlich meinen lieben Eltern, die – obgleich sie an völlig anderen Werten und Weltansichten festhalten – meine Studienwahl der Internationalen Entwicklung immer respektierten und mich durch ihr gelebtes Vertrauen immerzu stärkten – ihnen ist diese Arbeit gewidmet.

Inhaltsverzeichnis

AKRONYME.....	1
1 VORWORT	4
2 EINLEITUNG	6
2.1 THEMENSTELLUNG UND RELEVANZ.....	6
2.2 FORSCHUNGSFRAGE UND ZIELSETZUNG	8
2.3 METHODISCHE VORGEHENSWEISE	9
2.3.1 Struktur der Erhebungen.....	9
2.3.2 Vorstellung und Zusammensetzung beider Zielgruppen.....	10
2.3.3 Vorgehensweise bei der Auswertung	13
2.4 AUFBAU DER ARBEIT	13
3 THEORETISCHER RAHMEN	15
3.1 DER ANSATZ GLOBALER WERTSCHÖPFUNGSKETTEN.....	15
3.1.1 Entwicklungspolitische Bedeutung und globaler Kontext	15
3.1.2 Geschichte des Ansatzes globaler Wertschöpfungsketten.....	17
3.1.3 Kennzeichen globaler Wertschöpfungsketten	18
3.1.4 Governance und seine Bedeutung	20
3.1.5 Upgrading – Aufwertungsstrategien in einer Wertschöpfungskette.....	24
3.1.6 Die Bedeutung von Regrading und Downgrading	25
3.1.7 Die Unterteilung in globale/lokale/regionale Wertschöpfungsketten	26
3.1.8 Herangehensweise zur Umlegung der Theorie auf Uganda	27
3.2 WERTSCHÖPFUNGSKETTEN IM AGRARBEREICH VON ENTWICKLUNGSLÄNDERN	28
3.2.1 Der landwirtschaftliche Sektor in Entwicklungsländern	28
3.2.2 Die Agrarindustrie	29
3.3 GLOBALE WERTSCHÖPFUNGSKETTEN IM OBSTSEKTOR.....	31
3.3.1 Hortikultur in Entwicklungsländern	31
3.3.2 Die Position von Supermärkten in globalen Obstwertschöpfungsketten	32
3.4 REGULIERUNGSMECHANISMEN IN WERTSCHÖPFUNGSKETTEN VON LEBENSMITTELN	34
3.4.1 Internationale und nationale Qualitätsinfrastruktur	37
3.4.2 Der Einfluss von Standards auf kleine/mittlere Unternehmen und Kleinbäuerinnen/Kleinbauern.....	40
3.5 VERANTWORTUNGSVOLLER HANDEL – RESPONSIBLE TRADE	41
3.5.1 Fairer Handel	42
3.5.2 Ethischer Handel.....	43
3.5.3 Ökologischer Handel	43
3.5.4 Verantwortungsvoller Handel und sein Einfluss auf Akteure in Entwicklungsländern	45
3.5.5 Herausforderungen und Schwierigkeiten	45
3.5.6 Vorteile und Chancen	47
3.5.7 Kompetenzen des verantwortungsvollen Handels.....	48
3.6 VORSTELLUNG DER ZENTRALEN AKTEURE	50

3.6.1	Kleinbäuerinnen und Kleinbauern.....	50
3.6.2	Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)	51
3.7	ENTWICKLUNGSSTRATEGIEN FÜR	
	KLEINBÄUERINNEN/KLEINBAUERN UND KLEINE/MITTLERE	
	UNTERNEHMEN ENTLANG GLOBALER WSK.....	54
3.7.1	Upgrading in einer WSK für Obstprodukte.....	54
3.7.2	Wertschöpfungsketten statt Angebotsketten	55
3.7.3	Vertikale und horizontale Integrationsstrategien in eine	
	Wertschöpfungskette	56
3.7.4	Der Einfluss von Aufwertungs- und Integrationsstrategien durch	
	Entwicklungsprogramme.....	60
4	LÄNDERBEISPIEL UGANDA.....	62
4.1	KENNZEICHEN DER VOLKSWIRTSCHAFT	62
4.2	KENNZEICHEN DES AGRARSEKTORS.....	64
4.3	DER OBSTSEKTOR.....	66
4.3.1	Die agroindustrielle Obstverarbeitung – Agro-Processing.....	68
4.3.2	Ugandas Obstprodukte	69
4.3.3	Gegenüberstellung: Fruchtverarbeitung versus Frischobst	69
4.3.4	Akteure des Obstverarbeitungssektors in Uganda.....	72
4.3.5	Vorhandene Typen von Wertschöpfungsketten in Uganda.....	73
4.4	NATIONALE UND INTERNATIONALE ABSATZMÄRKTE	77
4.4.1	Nationale Absatzmärkte	77
4.4.2	Internationale Nachfragestruktur	79
4.5	VERANTWORTUNGSVOLLER HANDEL – EIN NISCHENMARKT	80
4.5.1	Biologischer Landbau in Uganda	81
4.5.2	Sozial nachhaltiger Handel in Uganda	84
4.6	DER ANSATZ GLOBALER WERTSCHÖPFUNGSKETTEN UND SEINE	
	CHANCEN FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN UND	
	KLEINBÄUERINNEN/KLEINBAUERN UGANDAS.....	85
4.6.1	Aufbau der Wertschöpfungskette	85
4.6.2	Governance der Wertschöpfungsketten im Exportsektor.....	86
4.6.3	Upgrading, vertikale und horizontale Integration in eine	
	Wertschöpfungskette	87
4.7	ERGEBNISSE DER FELDFORSCHUNG IN UGANDA	90
4.7.1	Hintergrund der Forschungsreise	90
4.7.2	Forschungsgebiete	92
4.7.3	Situations- und Problemanalyse von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern....	95
4.7.4	Situations- und Problemanalyse von KMU	106
5	CONCLUSIO	120
6	NACHWORT	127
	LITERATURVERZEICHNIS.....	130
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	142
	ANHANG 1: TEILSTRUKTURIERTER FRAGEBOGEN	143

ANHANG 2: LEITFADEN EXPERTINNENINTERVIEW	147
ANHANG 3: LISTE DER INTERVIEWPARTNERINNEN	149
ANHANG 4: ZUSAMMENFASSUNG	150
ANHANG 5: ABSTRACT	151
ANHANG 6: LEBENSLAUF.....	152

Akronyme

ACP	African, Caribbean, and Pacific Group of States
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BNE	Bruttonationaleinkommen
BRC	British Retail Consortium
CAC	Codex Alimentarius Commission
COLEACP	Liaison Committee Europe, Africa, Caribbean, Pacific
DfID	United Kingdom Department for International Development
DFCU	Development Finance Company of Uganda Bank Limited
EFTA	European Fair Trade Association
ETI	Ethical Trading Initiative (United Kingdom)
EU	European Union/Europäische Union
EurepGAP	Euro Retailer Producer Working Group Standard for Good Agricultural Practice
FAO	Food and Agriculture Organisation
FTF	Fair Trade Federation
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
GAP	Producer Working Group Standard for Good Agricultural Practice
GCC	Global Commodity Chain
GDP	Gross Domestic Product
GHP	Good Hygienic Practices
GlobalGAP	Global Retailer Producer Working Group Standard for Good Agricultural Practice
GMP	Good Manufacturing Practices
GVC	Global Value Chain
HACCP	Hazard Analysis Critical Control Points
HDI	Human Development Index
IDS	Institute of Development Studies (United Kingdom)
IFAD	International Fund for Agricultural Development
IFAT	International Fair Trade Association (formerly: International Federation of Alternative Trade)
IFC	International Finance Corporation
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements

ILO	International Labour Organization
ISEAL	International Social and Environmental Accreditation Labelling
ISO	International Organization for Standardization
ITC	International Trade Center
kg	kilogram/Kilogramm
km	kilometre/Kilometer
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
MFI	Micro Finance Institute/Mikrofinanzinstitut
MRL	Maximum Residue Limits
NAPU	Nature Pride Uganda Ltd
NGO	non-governmental organization
NOGAMU	National Organic and Agricultural Movement of Uganda
NRO	Nichtregierungsorganisation
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
PRS	Poverty Reduction Strategy
SME	Small and Medium Enterprises
SPS	Sanitary and Phytosanitary Measures
SSA	Subsaharan Africa/Subsahara-Afrika
TBT	Technical Barriers to Trade
TNC	Transnational Corporation
UBOS	Uganda Bureau of Statistics
UEPB	Uganda Export Promotion Board
UGOT	Uganda Organic Traders
UIA	Uganda Investment Authority
UIP	Uganda Integrated Programme
UNBS	Uganda National Bureau of Standards
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNDP	United Nations Development Programme
UNEP	United Nations Environment Programme
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization
USA	United States of America
WHO	World Health Organisation
WSK	Wertschöpfungskette
WTO	World Trade Organisation

In dieser Arbeit werden geschlechtsspezifische Formulierungen verwendet. Jedoch ist darauf hinzuweisen, dass Differenzierungen nur dort vorgenommen werden, wo diese relevant sind. Im Zuge dieser Forschungsarbeit konnte festgestellt werden, dass einige thematisierte Berufe ausschließlich von Männern ausgeübt werden, weshalb in diesen Fällen keine Differenzierung erfolgt. Ich bitte hierfür um Verständnis.

Katrin Harreither

Wien, April 2013

1 Vorwort

Uganda, „die Perle Afrikas“ – so nannte dieses Land einst der englische Premierminister Winston Churchill –, durchlebte nach seiner Entlassung in die Unabhängigkeit eine bewegte Zeit. Von 1962 bis 1986 gelang es dem ostafrikanischen Binnenstaat, wenn überhaupt, mit negativen Schlagzeilen ins Rampenlicht der Weltöffentlichkeit zu treten: Landesweite Unruhen, blutige Auseinandersetzungen, Bürgerkrieg. Wechselnde Despoten an der Spitze des Staates, die durch alle Formen der Gewalt ihre Position zu halten versuchten, ein in Trümmern liegender Staat, eine terrorisierte und traumatisierte Zivilbevölkerung und eine in allen Belangen zerstörte Wirtschaft sorgten ab 1962 für ein Verblassen des einstigen Schimmers der „afrikanischen Perle“.

Heute ist Uganda von relativer politischer Stabilität geprägt. Die Wirtschaft befindet sich im Wachstum. Seit der Machtübernahme des heutigen Präsidenten Yoweri Kaguta Museveni vor etwa 26 Jahren legt Uganda sein krisengeschütteltes Image nach und nach ab und verwandelt sich fortwährend durch die Liberalisierungsoffenheit des Staatsoberhauptes zu einem wahren Liebling kapitalistischer Geldgeber. Freilich „ist nicht alles Gold, was glänzt“ und so ziemt es sich, Ugandas neuen Glanz einer genaueren Betrachtung zu unterziehen. Zwar ist ein zuversichtlicher Blick in die Zukunft zu begrüßen, doch bedarf es dabei eines gesunden Verhältnisses zur Realität.

Aktuell rangiert Uganda auf Platz 161 des Human Development Index (HDI), welcher den Alphabetisierungsgrad, das Pro-Kopf-Einkommen und die Lebenserwartung von 187 Ländern untersucht und miteinander vergleicht. (vgl. UNDP 2012) Das durchschnittliche Bruttonationaleinkommen (BNE) pro Kopf lag 2009 bei USD 511,9 und gilt damit als eines der niedrigsten weltweit. Bei einer aktuellen Jugendarbeitslosigkeit von 32,2 % und einem Bevölkerungswachstum von 3,2 % (vgl. UNdata 2012) wird ersichtlich, dass der Druck auf die regierenden Eliten unermesslich steigt. Rascher Handlungsbedarf wird daher gefordert! (vgl. Young Leaders Think Tank For Policy Alternatives 2011: 2) Knapp ein Viertel der Bevölkerung lebt zudem unterhalb der Armutsgrenze. (vgl. Economic Development Policy and Research Department 2012: ix) Die präsentierten Zahlen machen deutlich, dass Uganda in den kommenden Jahren eine Reihe an Herausforderungen zu bewältigen hat.

Es besteht kein Zweifel, dass Strategien und Wege gefunden werden müssen, um vorhandene Potenziale – von denen in vielen wissenschaftlichen Arbeiten und Investitionsberichten die Rede ist und welche im Zuge dieser Arbeit noch nähere Erläuterung finden – anhal-

tend zu nutzen, um ein sozial verträgliches und ökologisch nachhaltiges Wirtschaftswachstum zu fördern und damit Armut zu reduzieren. Die folgende Arbeit greift eines dieser Potenziale auf und beschreibt damit verbundene Chancen und Schwierigkeiten zweier für die wirtschaftliche Entwicklung des Landes zentraler Akteure: Kleinbäuerinnen/Kleinbauern sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMU).

Zur gemeinsamen Erforschung dieses spannenden Themenfeldes, bietet sich nun die Gelegenheit an eine fiktive Forschungsreise nach Uganda anzutreten. Am Beginn der vorliegenden Arbeit wird ein zur Generierung von Vorkenntnissen notwendiger Einblick in die Theorie gegeben, damit sollen zum einen die Möglichkeiten und Grenzen des entwicklungspolitischen Ansatzes der Wertschöpfungskette aufgezeigt werden, zum anderen sollen theoretische Annahmen über verantwortungsvollen Handel und agroindustrielle Verarbeitung angestellt werden. Anschließend folgt der eigentliche Hauptteil der Diplomarbeit, nämlich die Anwendung der angesprochenen Theorie am Fallbeispiel Uganda.

Dieser gemeinsame Aufbruch kann freilich in keiner Weise das Erleben des „wahren“ Ugandas, all seiner Farben, Klänge und Gerüche ersetzen. Jedoch biete ich spannende Einblicke in ein Forschungsfeld, das in dieser Konstellation noch wenig Aufmerksamkeit erfuhr, in simpler Leseform, losgelöst von tropischen Wetterumschlägen, Sonnenbrand und Moskitostichen.

2 Einleitung

In den meisten Ländern Subsahara-Afrikas sind die Produktion von und der Handel mit Agrargütern die wichtigste wirtschaftliche Einnahmequelle. Das gilt auch für Uganda, denn mit einem Fünftel am Gesamtwert des Bruttoinlandsproduktes (BIP) leistet der Primärsektor einen bedeutenden wirtschaftlichen Beitrag. (vgl. World Bank 2009) Gleichzeitig ist jener Sektor der größte Arbeitgeber – 70 % der Bevölkerung arbeitet in der Agrarwirtschaft (vgl. World Bank 2009; Ssemwanga 2010: 7), die größtenteils von kleinbäuerlichen Strukturen geprägt ist. (vgl. Dinah/Okaasai/Rusoke 2009: 1) Diese Kleinbäuerinnen und Kleinbauern praktizieren überwiegend Subsistenzwirtschaft, produzieren folglich Nahrungsmittel für die Eigenversorgung. Zur Generierung von Einkommen dienen Nahrungsmittelüberschüsse und kommerzielle Agrargüter wie Kaffee, Baumwolle, Vanilleschoten und andere für Uganda typische Exportgüter. Kleinbäuerliche Landwirtschaft ermöglicht die Produktion ausreichender Nahrungsmittel, um die Ernährung der gesamten Bevölkerung Ugandas sicherzustellen. Es werden zudem 60 % der Exporteinnahmen aus landwirtschaftlichen Gütern generiert. (vgl. Kyomugisha 2008: 1) Darüber hinaus zeigen Statistiken, dass ein großer Teil aller produzierter Agrargüter aufgrund diverser Ursachen verloren geht, noch bevor er für den Verzehr verwendet wird oder Einnahmen erwirtschaften konnte. (vgl. Ndawula/Kabasa/Byaruhanga 2004: 125)

Trotz eines seit Jahren anhaltenden wirtschaftlichen Aufwärtstrends ist Armut innerhalb Ugandas ein weit verbreitetes Phänomen. Am meisten betroffen ist die ländliche Bevölkerung, welche sich überwiegend aus Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zusammensetzt. (vgl. IFAD 2010) Durch ihre Funktion als ErnährerInnen der Nation und ihren Beitrag zu Exporteinnahmen bilden sie das Rückgrat der ugandischen Wirtschaft. In anderen Worten: Ugandas wirtschaftlicher Fortschritt lastet auf dem Rücken derer, die gleichzeitig die höchste Marginalisierung erfahren.

2.1 Themenstellung und Relevanz

Die Vernunft und der Verstand lehren, dass ein Haus, selbst aus den besten Materialien erbaut, auf einem brüchigen Fundament nicht lange Bestand hält. Die dahinter liegenden logischen Gesetzmäßigkeiten der Physik lassen sich hier problemlos auf die Ökonomie übertragen: Nachhaltiges Wirtschaftswachstum ist der Schlüssel zum Erfolg und lässt sich dann verwirklichen, wenn es sozial verträglich ist und von einer starken, selbstbewussten

Bevölkerung sowohl geschaffen als auch getragen werden kann. Es bedarf nicht nur der Existenzsicherung der Schwächsten, um sozial verträgliches und nachhaltiges Wirtschaftswachstum zu fördern, sondern der langfristigen und nachhaltigen Verbesserung ihrer Lebensumstände. Es müssen daher Wege gefunden werden, um eine Generierung von Einkommen zu ermöglichen, welche die Lebensbedingungen von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern langfristig und nachhaltig verbessert. Derzeit bleibt diesen beim Verkauf ihrer Erzeugnisse nur wenig mehr als die Deckung der Produktionskosten. (ebd.)

Die Betrachtung jenes Produktions- und Handelsystems, in welchem Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zurzeit agieren, ist wesentlich, um der Ursache ihrer niedrigen Einnahmen auf den Grund zu gehen: Nationale und auch internationale Produktions- und Handelsnetzwerke sind gekennzeichnet durch eine Kettenstruktur, die verschiedene Akteure von der Produktion bis zum Konsum miteinander verbindet. Jeder Akteur der Kette operiert auf einer anderen hierarchischen Ebene, generiert dabei in unterschiedlichem Ausmaß Einnahmen und fügt durch verschiedene Prozesse dem Produkt Wert hinzu. Charakteristisch für diese Produktionskette ist dabei eine sehr ungleiche Verteilung der Wertschöpfung¹. Während Akteure am oberen Ende der Kette den größten Anteil erhalten, bleibt für jene am unteren Ende ein bescheidener Rest. (vgl. Beauvais/Gereffi/Lee 2010: 1f.) Ob nationaler oder internationaler Handel, Ugandas Kleinbäuerinnen und Kleinbauern befinden sich als ProduzentInnen von Agrarrohstoffen an der untersten Hierarchieebene der Wertschöpfungskette (WSK). Nach der Produktion wird diesen Rohstoffen meist in anderen Teilen der Welt durch Weiterverarbeitung Wert hinzugefügt. Ein Blick auf Ugandas Agrarexporte bestätigt, dass Weiterverarbeitungsprozesse selten in Uganda selbst stattfinden. (vgl. UNCTAD 2003)

Die industrielle Verarbeitung von Agrargütern wird als „Agro-Processing“ bezeichnet und gilt als ein Hoffnungsträger der Entwicklungspolitik. Die Weiterverarbeitung von Agrarrohstoffen wirkt auf die Beschaffenheit von Gütern und hat zudem ökonomische Bedeutung. Im Lebensmittelsektor kann Agro-Processing unter anderem durch Konservierung und Veredelung die Haltbarkeit und den Geschmack von Produkten verändern. Als Musterbeispiel agroindustrieller Produktion erweist sich der Obstverarbeitungssektor, der Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit ist.

¹Wertschöpfung wird in dieser Arbeit als „Maßgröße eines geschaffenen Mehrwerts durch die wirtschaftliche Aktivität einer Wirtschaftseinheit“ verstanden. (vgl. dasWirtschaftslexikon 2012)

In Uganda wird die Verarbeitung von Früchten von verschiedenen Akteuren auf Haushalts-, kleingewerblicher oder industrieller Ebene durchgeführt. Aus Berichten verschiedener Entwicklungsprogramme geht hervor, dass entwicklungspolitisches Potenzial vor allem kleinen und mittleren Unternehmen zugesprochen wird, da ihre Aktivitäten zahlreiche positive und nachhaltige Effekte auf andere Sektoren in Gang setzen. (vgl. Dalberg 2011: 13ff.) Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im obstverarbeitenden Sektor sind neben Kleinbäuerinnen und Kleinbauern wichtige Akteure im ugandischen Teil der Wertschöpfungskette (WSK).

Die Einordnung Ugandas als Entwicklungsland erweist sich vor allem für die Handelspolitik als nachteilig, denn globale Handelsstrukturen sind von Machtasymmetrien durchdrungen und nehmen wenig Rücksicht auf schwächere oder benachteiligte Akteure aus Entwicklungsländern. Im Laufe der letzten Dekaden des neoliberalen Zeitalters, gab es verschiedene Versuche Alternativen anzubieten. Dabei wurde versucht, das darwinistische Verständnis der „natürlichen Auslese“ vom Überleben des Stärkeren auf Kosten des Schwächeren, zu durchbrechen. Diese noch jungen Denkansätze führten zur Entstehung von alternativen Handelsmöglichkeiten, die nicht als neue Wege zu verstehen sind, sondern sich innerhalb der existierenden Strukturen und Bahnen des derzeitigen Handelssystems bewegen. Zusammengefasst werden diese Initiativen durch den Begriff „verantwortungsvoller Handel“, welcher sich aus den Säulen des ethischen, fairen und ökologischen Handels zusammensetzt. Das Ziel des verantwortungsvollen Handels liegt in der Förderung eines sozial verträglichen und nachhaltigen Wirtschaftswachstums.

2.2 Forschungsfrage und Zielsetzung

Die Beschäftigung mit asymmetrischen Machtstrukturen, mit Handlungsmöglichkeiten, mit Konzepten und mit Akteuren – die Rede war von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), Wertschöpfungsketten (WSK), Agro-Processing und verantwortungsvollem Handel – wirft eine Reihe von Fragen und Annahmen auf. Diese waren ausschlaggebend für die Idee dieser Arbeit und führten mich zu dieser grundsätzlichen Frage:

Welches Potenzial bieten die Aufwertungsprozesse „Agro-Processing“ und „verantwortungsvoller Handel“ in der Obst-Wertschöpfungskette Ugandas für die Verbesserung der Lebensbedingungen von Kleinbäuerinnen und Kleinbau-

ern und welchen Beitrag leisten in diesem Zusammenhang kleine und mittlere Unternehmen?

Das Ziel dieser Arbeit ist zu klären, ob Aufwertungsprozesse wie die Weiterverarbeitung von Rohstoffen und der verantwortungsvolle Handel für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Möglichkeiten bieten, ein Einkommen zu generieren, das sie befähigt, ihren Lebensstandard langfristig und nachhaltig zu verbessern und welche Rolle kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in diesem Prozess einnehmen. Zur Eingrenzung des Themengebietes, fokussiert sich diese Arbeit ausschließlich auf den Obstsektor Ugandas. Als theoretische Grundlage dient der Ansatz globaler Wertschöpfungsketten.

2.3 Methodische Vorgehensweise

Für die Beantwortung der Fragestellung wurde aktuelle wissenschaftliche Literatur herangezogen und eine zweimonatige Forschungsreise nach Uganda unternommen. Auf der Forschungsreise kamen sowohl qualitative als auch quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung zum Einsatz. Das Ziel des Forschungsaufenthaltes war, das Potenzial von verantwortungsvollem Handel und Agro-Processing als Aufwertungsstrategien einer Wertschöpfungskette (WSK) und als Möglichkeiten für soziales und ökologisch nachhaltiges Wirtschaftswachstum zu untersuchen. Dabei wurde eruiert, wie sich die Umsetzung dieser Aufwertungsstrategien auf Kleinbäuerinnen und Kleinbauern auswirkt und welchen Beitrag dazu kleine und mittlere Unternehmen (KMU) leisten.

2.3.1 Struktur der Erhebungen

Die Zielgruppen der Feldforschung waren sowohl Kleinbäuerinnen und Kleinbauern als auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Obstverarbeitungssektor Ugandas. Es handelt sich dabei um zwei Forschungssubjekte, die hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Position, ihrer Arbeitsaufgaben, ihrer betrieblichen Verantwortlichkeiten und Organisation große Unterschiede aufweisen. Aufgrund der strukturellen Besonderheiten beider Zielgruppen und der unterschiedlichen Stichprobengröße wurden verschiedene Methoden zur Datengenerierung angewendet. Während für die Datensammlung von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern eine quantitative Methode der empirischen Sozialforschung – die standardisierte Befragung nach Lamnek mithilfe von teilstrukturierten Fragebögen (vgl. Lamnek 2010: 306ff.) – durchgeführt wurde, erfolgte die Datengenerierung der kleinen und mittle-

ren Unternehmen (KMU) und der weiteren im Obstverarbeitungssektor tätigen Akteure durch eine qualitative methodische Herangehensweise mittels ExpertInneninterviews² nach Bogner und Menz. (vgl. Lamnek 2010: 656 nach Bogner und Menz 2005) Sowohl die Fragen des teilstrukturierten Fragebogens für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern als auch der Interviewleitfaden der ExpertInneninterviews für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) entstanden nach Sondierungsgesprächen mit unterschiedlichen Akteuren zu Beginn der Feldforschung im Juli 2012. Der Fragebogen, der Interviewleitfaden sowie zusätzliche Informationen zu den Interviews (Durchführungsdatum und -ort, Name der interviewten Personen etc.) sind im Anhang enthalten.

2.3.2 Vorstellung und Zusammensetzung beider Zielgruppen

2.3.2.1 Zielgruppe 1: Kleinbäuerinnen und Kleinbauern

Die Durchführung der teilstandardisierten Befragungen von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern mittels Fragebogen – bestehend aus 41 Haupt- und weiteren Nebenfragen – erfolgte in zwei ausgewählten Distrikten: Kayunga und Masaka. Die Auswahl gerade jener beiden Distrikte resultierte aus den ähnlichen klimatischen Bedingungen und der ähnlichen landwirtschaftlichen Nutzung, die an beiden Orten gegeben sind. Insgesamt wurden 75 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in etwa 20 Minuten dauernden Gesprächen befragt. Es wurde darauf geachtet, dass sich offene und geschlossene Fragen im Gespräch die Waage hielten. Die Fragebögen wurden in englischer Sprache verfasst. Die Befragungen selbst wurden bei Bedarf in Luganda³ abgehalten.

² Nach Bogner, Littig und Menz sind „ExpertInnen“ Personen,

„die sich – ausgehend von spezifischem Praxis- oder Erfahrungswissen, das sich auf einen klar begrenzten Problemkreis bezieht – die Möglichkeit geschaffen haben, mit ihren Deutungen das konkrete Handlungsfeld sinnhaft und handlungsleitend zu strukturieren“ (Bogner/Littig/Menz 2002: 45)

In dieser Arbeit wurde das ExpertInneninterview ausschließlich zur Befragung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) herangezogen. Dennoch, aufgrund ihrer meist jahrelangen Erfahrung, ihrem Fokus auf diese eine Tätigkeit und der damit verbundenen Expertise auf dem angewandten Gebiet der Landwirtschaft sind gewiss auch Kleinbäuerinnen und Kleinbauern als ExpertInnen zu bezeichnen. Um eine möglichst große Anzahl an Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zu befragen und dabei eine große Fülle an miteinander vergleichbaren und analysierbaren Daten zu erhalten, wurde die Durchführung einer standardisierten Befragung der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern mit teilstrukturierten Fragebögen als geeignet empfunden. Diese methodische Herangehensweise ist daher nicht darauf zurückzuführen, dass Kleinbäuerinnen und Kleinbauern das Expertentum aberkannt wird. Die Gründe sind rein praktischer Natur.

³ „Luganda“ oder auch „Ganda“ ist eine der über 60 gesprochenen Sprachen innerhalb Ugandas. Sie ist die Sprache der „Baganda People“, der flächengrößten und bevölkerungsreichsten ethnischen Gruppe Ugandas. Sie wird schätzungsweise von über 16 Mio. Menschen in Uganda gesprochen und ist de facto die nationale

Für die Durchführung der Befragungen standen mir zwei Assistenten und Dolmetscher, Herr Nelson Bakabulindi in Kayunga und Herr George William Sseruwu in Masaka, zur Seite. Diese übernahmen die Übersetzungen im Unterbezirk Kangulumira des Distrikts Kayunga und im Unterbezirk Buwunga des Distrikts Masaka und notierten die Antworten in englischer Sprache. Ohne Mithilfe der beiden wäre es unmöglich gewesen, die Befragungen der Zielgruppe in der vorhandenen Form durchzuführen und somit messbare, gültige und verlässliche Daten zu sammeln. Neben der Überwindung sprachlicher Barrieren halfen die beiden Assistenten den notwendigen Feldzugang zu eröffnen.

Die Auswahl der befragten Haushalte erfolgte zufällig, pro Haushalt war maximal eine Person an den Befragungen beteiligt. Einziges Kriterium an der Befragung teilzunehmen, war das Betreiben kleinbäuerlicher Landwirtschaft. Weiters wurde darauf Wert gelegt, dass die interviewten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern der Stichprobe zwar zufällig ausgewählt wurden, aber dennoch ein ausgewogenes Verhältnis zwischen konventioneller⁴ und biologischer Landwirtschaft sowie zwischen der Verarbeitung und Nicht-Verarbeitung von Früchten vorhanden war. Die Geschlechterzusammensetzung der TeilnehmerInnen wurde bei der Auswahl bewusst nicht berücksichtigt. Die vorliegenden Daten zeigen jedoch eine annähernd gleiche Verteilung. Weitere Details sind dem Kapitel 4.7 zu entnehmen.

2.3.2.2 Zielgruppe 2: Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

Neben den Kleinbäuerinnen und Kleinbauern waren kleine und mittlere Unternehmen (KMU) des Obstverarbeitungssektors die zweite Zielgruppe, die untersucht wurde. Um möglichst viele Informationen über die einzelnen Betriebe, ihre Herausforderungen und Potenziale zu erhalten, wurden zum einen Geschäftsführer, ProduktmanagerInnen und ArbeiterInnen befragt, zum anderen aber auch Personen aus ähnlichen, mit diesem Wirtschaftszweig zusammenhängenden Bereichen. Insgesamt wurden zwölf ExpertInneninterviews geführt, welche im Durchschnitt 60 Minuten dauerten. Von den Kleinunternehmen stellten sich bereitwillig Lilian Anguparu, Produktmanagerin von *Amfri Farms Ltd.*, Stephen Isiko Nabongo, Geschäftsführer von *Flona Commodities Ltd.*, Edward Mulondo, Geschäftsführer von *BioUganda Ltd.* und James Babumba, Produktmanager von *Fruits of the*

Sprache. Allerdings ist Luganda keine offizielle Amtssprache. Bislang verfügen ausschließlich Englisch und Suaheli über diesen Status. (vgl. Paul/Simons/Fennig 2013)

⁴Der Begriff „konventionelle“ Landwirtschaft wird in dieser Arbeit als Gegenstück zur biologischen Landwirtschaft verwendet. Konventionelle landwirtschaftliche Betriebsführung unterliegt nicht den Richtlinien und Leistungsanforderungen, welche an die biologische Landwirtschaft erhoben wird. Die Verwendung chemischer Substanzen ist in konventioneller Landwirtschaft zulässig (vgl. BATS 2003: 1).

Nile, für die ExpertInneninterviews zur Verfügung. Als VertreterInnen von Nichtregierungsorganisationen berichteten Patrick Kivumbi von *Environmental Alert* (Envalert), Josephine Kizza von *Masaka Organic Producers* (MoP), Samuel Nyanzi von *Rural Community in Development* (RUCID) und Juliane Tushabe von *Africa 2000 Network* über ihre langjährigen Erfahrungen im Bereich der Obstverarbeitung. Diese nicht am Profit orientierten Organisationen sind oder waren in der Produktion und dem Verkauf von Obstprodukten tätig und besitzen die Gewerbe-Berechtigung zur nichtgewinnorientierten Nutzung ihrer Organisation. Einnahmen müssen daher in die Organisation zurückinvestiert werden und dürfen nicht ausgeschüttet werden.

Ebenso erfolgten wertvolle Gespräche mit Charity Namuwoza, internationaler Marketingexperte in der nationalen Biobewegung Ugandas (NOGAMU), und Martin Majanja, einem Mitarbeiter der nationalen Bio-Zertifizierungsagentur *UgoCert*. Informative und detailreiche Gespräche wurden weiters mit Nelson Bakabulindi, einem freien Mitarbeiter des Kleinunternehmens *Flona Commodities Ltd.*, und Carolyne Night, Qualitätsmanagerin des nationalen Lebensmittelproduzenten (unter anderem Fruchtsäfte) *Britania Allied Industries Ltd.* geführt.

Jedes der zwölf Interviews orientierte sich an den Fragen des Interviewleitfadens. Zu Beginn des Interviews wurde dessen wissenschaftlicher Zweck erläutert, auf die Hintergründe der Forschung und die Vorgehensweise der Auswertung hingewiesen. Anschließend wurde durch eine sehr offene Eingangsfrage, dem/der InterviewteilnehmerIn Raum für eine ausführliche und möglichst unversperre – ohne Unterbrechungen durch die Interviewerin – Antwort gegeben. Meist wurde bereits in diesem Anfangsteil, die Mehrzahl der Fragen aus dem Leitfaden beantwortet. Wurden nicht alle Fragen des Interviewleitfadens im Redefluss der/des Interviewten selbst aufgegriffen, wurden diese in Gesprächspausen angesprochen. Die Entscheidung, welche Fragen entlang des Leitfadens besondere Aufmerksamkeit erfordern, wurde den interviewten Personen überlassen. Auch die Reihenfolge der Fragen variierte und wurde so an die Dynamik des Interviews angepasst. Bei inhaltlichen oder sprachlichen Verständnisproblemen wurden Zwischenfragen gestellt. Als Interviewerin fungierte die Verfasserin der Arbeit selbst.

Die Interviews eröffneten unterschiedliche Blickwinkel auf unternehmerische Herausforderungen in der Obstverarbeitung. Es wurde versucht durch die Berücksichtigung individueller Bedürfnisse der/des Interviewten eine angenehme Gesprächsatmosphäre zu schaffen und gleichzeitig eine Fülle an Daten zu generieren, die miteinander vergleichbar waren.

Die zwölf Interviews wurden in englischer Sprache abgehalten. Acht der zwölf ExpertInneninterviews wurden mithilfe eines Diktiergerätes aufgezeichnet. Zu den vier übrigen ExpertInneninterviews wurden handschriftliche Notizen gefertigt.

2.3.3 Vorgehensweise bei der Auswertung

2.3.3.1 Die standardisierte Befragung nach Lamnek

Für die Auswertung der quantitativen Daten, die aus den standardisierten Befragungen der 1. Zielgruppe mittels teilstrukturierter Fragebögen hervorgingen, wurde die Statistik-Software SPSS Statistics 17.0 herangezogen. Die Eingabe der Daten aus den 75 Fragebögen, die Berechnung von Häufigkeiten und Korrelationen und die deskriptive Darstellung der Ergebnisse durch Diagramme erfolgte mithilfe dieses statistischen Programms. Die in Kapitel 4.7.3 präsentierten Abbildungen von Kreis- und Stapeldiagrammen, welche die Ergebnisse anschaulich zusammenfassen, wurden aus SPSS exportiert und stammen ausschließlich aus den eigenen Studien. Um sie an die übrigen – aus sekundären Quellen stammenden – Abbildungen anzugleichen, welche in der Arbeit zu finden sind, erfolgt die Darstellung in englischer Sprache.

2.3.3.2 Das ExpertInneninterview nach Bogner und Menz

Für die Auswertung der qualitativen Daten, die aus den ExpertInneninterviews der 2. Zielgruppe generiert wurden, diente ein erstelltes Analyse-Raster. Als Grundgerüst des Rasters wurde der Interviewleitfaden herangezogen und tabellarisch ummodelliert. Während die Zeilen der Tabelle die Fragestellungen beinhalten, sind in den Spalten die unterschiedlichen InterviewteilnehmerInnen angeordnet. Diese Vorgehensweise ermöglichte einen Vergleich der Daten und einen Überblick über die unterschiedlichen Antworten der InterviewteilnehmerInnen zu den gleichen Fragestellungen. Um dieses Raster anschließend auswerten zu können, wurden die Tonaufnahmen viele Male vor- und zurückgespielt und die handschriftlichen Notizen mehrere Male gelesen. Relevante Textstellen wurden notiert und hinterher in das Analyse-Raster eingetragen. Von einer vollständigen Transkription aller Audio-Notizen wurde aber abgesehen.

2.4 Aufbau der Arbeit

Im einleitenden Kapitel der Arbeit werden zunächst Themenstellung und Relevanz des Forschungsgegenstandes erläutert. Daran anschließend erfolgt die Vorstellung der For-

schungsfrage, der Zielsetzung, der methodischen Vorgehensweise im Forschungsprozess, des thematischen Aufbaus und schließlich der Schwerpunktsetzung der Arbeit.

Das anschließende Kapitel „Theoretischer Rahmen“ umfasst die Darstellung des theoretischen Gerüsts der Arbeit und dient sowohl der Erläuterung ungeklärter Definitionen als auch wissenschaftlicher Hintergründe. Besondere Aufmerksamkeit innerhalb dieses Kapitels erhalten der Ansatz globaler Wertschöpfungsketten und seine Bedeutung für die Entwicklungspolitik. Daran anknüpfend wird der Blickpunkt auf die Vorstellung der beiden Hauptakteure – Kleinbäuerinnen/Kleinbauern und kleine/mittlere Unternehmen – und der ihnen zur Verfügung stehenden wertschöpfungsaufwertenden Strategien gerichtet.

In weiterer Folge wird der Hauptteil der Arbeit präsentiert. Dieser umfasst das Kapitel „Länderbeispiel: Uganda“. Das Ziel dieses Kapitels liegt in der analytischen Betrachtung der theoretischen Grundbausteine und der empirischen Forschungsergebnisse. Anhand des Fallbeispiels Uganda werden die Resultate des Forschungsprozesses vorgestellt, welche aus der Analyse aktueller Literatur und einem zweimonatigen Forschungsaufenthalt gewonnen wurden.

Abschließend erfolgt die Schlussfolgerung aus den gewonnenen Erkenntnissen, das „Conclusio“, dass die Ergebnisse der vorausgehenden Kapitel zusammenfasst, die eingangs gestellte Forschungsfrage beantwortet und einen daraus resultierenden Ausblick in die Zukunft wagt.

3 Theoretischer Rahmen

3.1 Der Ansatz globaler Wertschöpfungsketten

Das Ziel dieses Kapitels ist es, Begriffe, welche im weiteren Verlauf dieser Arbeit Erwähnung finden, zu beschreiben und jenes theoretische Instrumentarium vorzustellen, welches ermöglicht, die Strukturen des internationalen Handels, seine Funktionsweise, seinen Aufbau und seine Organisation, zu verstehen und mögliche Veränderungen aufzuzeigen. In dieser Arbeit fällt die Wahl für die theoretische und analytische Auseinandersetzung mit der Forschungsthematik auf den Ansatz globaler Wertschöpfungsketten – auch Global Value Chain-Ansatz genannt. Dieser Ansatz gilt als häufig rezitiertes Analysewerkzeug der Entwicklungspolitik, welches in den letzten Jahrzehnten an Popularität gewonnen hat.

Der Ansatz globaler Wertschöpfungsketten ist äußerst umfangreich. Auf den nächsten Seiten werden daher ausschließlich jene Begriffe und Funktionen präsentiert, die für diese Arbeit bedeutsam sind. Es muss darauf hingewiesen werden, dass keineswegs der Anspruch besteht, den Ansatz globaler Wertschöpfungsketten in seiner Vollständigkeit zu präsentieren und abzuhandeln. Der Fokus richtet sich auf jene Themen, welche für die Beantwortung der Fragestellung wesentlich erscheinen.

Dieses Kapitel beginnt zunächst mit einer kurzen Darstellung der entwicklungspolitischen Relevanz und der Beschreibung des globalen Kontextes, in welchem sich der Ansatz bewegt. Danach folgt ein knapper historischer Abriss, der Einblick gewährt in die Entstehung des Ansatzes globaler Wertschöpfungsketten. Daran anschließend werden allgemeine Kennzeichen der Wertschöpfungskette deklariert und sowohl Auf- und Abwertungsmöglichkeiten von Produktionsprozessen (Upgrading, Downgrading, Regrading), die Koordination von Aktivitäten entlang der Kette (Governance) als auch Besonderheiten lokaler, regionaler und globaler Wertschöpfungsketten aufgezeigt.

3.1.1 Entwicklungspolitische Bedeutung und globaler Kontext

Seit der neoliberalen Wende in den 70er Jahren wird internationalem Handel großes entwicklungspolitisches Potenzial zugesprochen. Aufgrund geringer Kaufkraft am Binnenmarkt drängen viele Entwicklungsländer selbst oder auf Anraten wirtschaftlicher oder entwicklungspolitischer Akteure darauf, eine exportbasierte Entwicklungsstrategie zu verfol-

gen. Die internationale Arbeitsteilung und der wachsende internationale Austausch von Waren und Dienstleistungen schaffen Raum für diese Möglichkeiten. (vgl. Stamm 2004: 2ff.) Es darf dabei nicht vergessen werden, dass wirtschaftliches Wachstum innerhalb eines Staates und die Verbesserung des Lebensstandards seiner Bevölkerung häufig korrelieren, aber nicht immer in kausalem Zusammenhang stehen. (ebd.) Zur Herstellung einer Kausalität dieser beiden Faktoren, ist jenes Wachstum essenziell, das dem ärmsten Teil der Bevölkerung Auswege aus seiner Mittellosigkeit bietet. Wirtschaftliches Wachstum, zu dessen Beschreibung man sich meist auf das BIP eines Staates beruft, als Entwicklungsindikator zu begreifen, birgt unweigerlich Gefahren. Um diesem Missverständnis entgegenzuwirken, schütteln entwicklungspolitische Akteure immer häufiger ein neues Indikatoren-Ass aus dem Ärmel: das „Pro-Poor-Growth“. (vgl. World Bank 2011) Es handelt sich dabei, wie der Name verrät, um sozial verträgliches Wachstum, das die Reduktion von Armut zum obersten Ziel erklärt. Durch die Zusammenarbeit von Entwicklungsländern mit der internationalen Staatengemeinschaft, privaten, öffentlichen und entwicklungspolitischen Akteuren wird versucht, dieses Ziel zu verfolgen. Eine Möglichkeit, das wirtschaftliche Wachstum eines Staates zu stärken, liegt in der Förderung des Exportmarktes und somit der Beteiligung am internationalen Handel.

Internationaler Handel findet derzeit fast ausschließlich in koordinierter Form und meist innerhalb und zwischen transnationalen Konzernen – in weiterer Folge als TNC bezeichnet – statt. Daten der UNCTAD zeigen, dass einige wenige TNC etwa zwei Drittel aller gehandelter Waren und Dienstleistungen organisieren. (vgl. UNCTAD 2007) TNC agieren trans- und international und koordinieren Handelsströme entlang von Güterketten oder globalen Produktionsnetzwerken. (vgl. Altenburg 2006: 2) Diese Güterketten operieren grenzübergreifend und bestehen aus verschiedenen hierarchischen Ebenen auf denen Produktions- und Verteilungsprozesse stattfinden. Diese, sich in Verarbeitungsprozessen befindlichen, Güter werden über nationale Grenzen hinweg, aber innerhalb und zwischen Konzernen an unterschiedliche Standorte verschoben. (vgl. Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 79ff.) Auf den unterschiedlichen Ebenen dieser Kette wird dabei in verschiedenem Ausmaß Wertschöpfung angeeignet. (vgl. Gibbon/Bair/Ponte 2008: 318) Diesem Mechanismus liegt die Bezeichnung „Wertschöpfungskette“ – in weiterer Folge als WSK bezeichnet – zu Grunde.

Derzeit weisen die meisten globalen Güterketten hinsichtlich der Wertschöpfungsverteilung ein starkes Nord-Süd-Gefälle auf. (vgl. Stamm 2004: 15ff.) Genau diese Charakteris-

tik ist aus entwicklungspolitischer Perspektive von besonderem Interesse. Die Entwicklungspolitik stellt daran anknüpfende Fragen, wie man einerseits Akteure aus Entwicklungsländern in eine WSK integrieren kann oder andererseits, wie diese gestaltet sein muss, um Akteuren aus Entwicklungsländern einen größeren Anteil an Wertschöpfung zu ermöglichen. (ebd.: 15ff.)

3.1.2 Geschichte des Ansatzes globaler Wertschöpfungsketten

Als „Gründerväter“ der Güterkettenforschung gehen Hopkins und Wallerstein hervor, welche gegen Ende der 80er Jahre in ihren Forschungen über die Weltsystemanalyse das erste Mal den Begriff der „commodity chain“ als „a network of labour and production processes whose end result is a finished commodity“ verwenden. (vgl. Hopkins/Wallerstein 1994: 17) Die Güterkettenforschung im Rahmen der Weltsystemanalyse fokussiert den historischen Kontext des kapitalistischen Systems. Dieser beschreibt die Entstehung der Globalisierung durch die Ausweitung globaler Handelsnetzwerke im 16. Jahrhundert, aber auch durch die Strukturierung und Reproduktion von Güterketten in einem Weltsystem basierend auf hierarchischen Prinzipien, die bis heute als vorherrschend gelten. (vgl. Bair 2010: 26)

Das Konzept der globalen Güterkette unter Bezugnahme der Weltsystemanalyse wird 1994 von Gereffi und Korzeniewicz aufgegriffen und ausführlich erläutert. Daraus entsteht schließlich ein neuer Ansatz der Güterkettenforschung: der Ansatz Globaler Güterketten – auch „Global Commodity Chain“ oder kurz „GCC-Ansatz“ genannt. (ebd.) Anders als die Güterkettenforschung im Rahmen der Weltsystemanalyse lenkt der GCC-Ansatz seinen Blickpunkt weniger auf das Weltsystem per se, sondern auf die einzelnen Akteure und Strukturen, welche in den Produktionsprozessen einer globalen Güterkette auf unterschiedlichen Ebenen zu finden sind. Unterschiede zu Wallersteins und Hopkins’ Weltsystemtheorie und den neueren Konzepten Gereffis und Korzeniewicz’ können auf drei wesentliche Punkte zusammengefasst werden: Diese entsprechen erstens der Charakteristik grenzübergreifender Koordinierung von Aktivitäten innerhalb und zwischen Konzernen (1), zweitens den Regulierungsmechanismen der Koordination (2) und zuletzt der zunehmenden Rolle internationaler Konzerne in Güterketten (3). (vgl. Gereffi/Korzeniewicz 1994) Obwohl ihr Name fälschlicherweise darauf hindeutet, weisen globale Güterketten selten eine lineare Kettenstruktur auf. Vielmehr handelt es sich um Netzwerke, die sich um ein Produkt herum gruppieren. (vgl. Stamm 2004: 9ff.) In diesen Netzwerken verknüpfen sich grenzüber-

greifend Konzerne und Unternehmen, die unterschiedliche Aufgaben wie Produktion, Zulieferung, Export, Import, Produktentwicklung, Distribution etc. entlang einer Güterkette übernehmen. Entscheidendes Merkmal Gereffis und Korzeniewicz' Güterkette ist die Interaktion bei Produktions- und Distributionsprozessen zwischen einzelnen Unternehmen und Konzernen entlang einer Güterkette und weniger innerhalb von Konzernen. (vgl. Gereffi/Korzeniewicz/Korzeniewicz 1994: 2ff.)

Der globale Ansatz der Wertschöpfungsketten – auch „Global Value Chain Ansatz“ oder kurz „GVC-Ansatz“ genannt – ist zur Jahrtausendwende entstanden und folgt als derzeit letzte Version der Güterkettenforschung dem GCC-Ansatz. Dieser Ansatz bewegt sich abseits der Annahme, dass Netzwerke in einem Weltsystem organisiert sind und stellt vor allem die inter- und transnationalen Verflechtungen innerhalb und zwischen den Konzernen dar. (vgl. Gibbon 2008: 3)

Der Begriff Güterkettenforschung umfasst im Wesentlichen die drei präsentierten, sich teilweise überlappenden aber dennoch zu unterscheidenden Ansätze. Trotz der bestehenden Unterschiede, die sich aufgrund differenzierter Analyseebenen und Zielsetzungen ergeben, basieren sie auf ähnlichen theoretischen Grundlagen. Während sich globaler Güterketten- und Wertschöpfungsketten-Ansatz vor allem auf der Unternehmer- (Mikroebene) und Sektorebene (Mesoebene) bewegen, betrachtet der Güterkettenansatz der Weltsystemanalyse die globale Ebene (Makroebene). (vgl. Bair 2010: 33) Gemeinsamkeiten zwischen GCC- und GVC-Ansatz bestehen weiters durch zwei zentrale Mechanismen, die in beiden Ansätzen präsent sind und welche anschließend detailliert abgehandelt werden: Upgrading und Governance. (ebd.: 34) Obwohl der Güterkettenansatz und der Ansatz globaler WSK sehr viele Ähnlichkeiten aufweisen, wird in dieser Arbeit ausschließlich der WSK-Ansatz als Analyseinstrument herangezogen.

3.1.3 Kennzeichen globaler Wertschöpfungsketten

Globale Wertschöpfungsketten bestehen aus Akteuren der Produktion, des Exports, des Imports, des Großhandels, aus Zulieferfirmen, TNC und Markenfirmen, die sich auf unterschiedlichen hierarchischen Ebenen befinden und grenzübergreifend agieren. Die Steuerung der Kette wird meist von sogenannten „Lead Firms“ übernommen, welche sich am oberen Ende der Hierarchie befinden. Es handelt sich dabei um Unternehmen, die häufig die Aufgabe der Kapitalbeschaffung, des Marketings, des Brandings, der Produktentwicklung und der Forschung übernehmen. Lead Firms, als Koordinatoren einer WSK, nehmen

aufgrund ihres Technologie- und Wissensvorsprungs gegenüber anderen Akteuren eine Sonderstellung ein und generieren einen großen Teil der Wertschöpfung eines Produkts. Innerhalb einer globalen WSK finden verschiedenste Länder – unabhängig ihrer politischen und ökonomischen Einordnung – Platz. Zu Beginn der Güterkettenforschung zeigte die Struktur einer Güterkette eine konkrete territoriale Aufteilung: Die Erzeugung von Primärgütern fand in Entwicklungsländern, die industrielle Produktion in Schwellenländern und die Produktentwicklung und -distribution, das Marketing etc. in Industriestaaten statt. Heute ist ein Verblässen dieser strikten räumlichen Aufteilung zu erkennen. Insbesondere die Rollen von Entwicklungs- und Schwellenländern verändern sich zunehmend. Entwicklungsländer dienen transnationalen Konzernen nicht mehr ausschließlich als Lieferanten von Primärgütern, sondern werden als Absatzmärkte immer interessanter. (vgl. KIT 2006: 2ff.) Verändert haben sich ebenso die Rollen der Schwellenländer, von welchen viele ein rasantes Wirtschaftswachstum aufweisen. Sie etablieren zunehmend neue globale WSK und sind hinsichtlich ihrer Organisationsstruktur nicht auf Industriestaaten angewiesen. (vgl. Gibbon/Bair/Ponte 2008: 5) Das bedeutet, Machtasymmetrien weisen nicht mehr zwangsläufig eine Nord-Süd-Ausrichtung auf. Machtstrukturen des internationalen Handels, unabhängig ihrer Territorialität, bleiben aber ein zentrales Kennzeichen entlang jeder WSK. Machtasymmetrien innerhalb der Ketten sind verantwortlich für die ungleiche Verteilung der Wertschöpfung einzelner Akteure. (ebd. 318ff.)

Neben dem Aufbau einer globalen WSK sind ebenso jene Faktoren interessant, welche derzeit dazu beitragen, den internationalen Handel in globalen WSK zu organisieren. Drei wesentliche Faktoren werden laut Altenburg (2006: 2ff.) dafür verantwortlich gemacht: Zum einen ist dies die Tendenz vieler Firmen (1), Marken als Strategie der Wertaneignung einzusetzen und zum anderen die Neigung, die Kontrolle entlang des gesamten Produktionsprozesses durch Sicherung der Qualität und Reliabilität eines Markenproduktes zu wahren. Ein weiterer Grund (2) sind die immer höheren Ansprüche von KonsumentInnen nationaler und internationaler Institutionen und Behörden, die die Sicherung von Produktqualität und Hygiene fordern. Die Einhaltung bestimmter Normen und verpflichtender Standards wird durch die Vergabe von Zertifikaten bestätigt. Im WSK-Jargon wird diese Regulierung oder Koordinierung von Produktionsprozessen als „Governance“ bezeichnet. Zusätzlich werden immer häufiger nicht-obligatorische (beispielsweise soziale und ökologische) Standards gefordert. Um die Einhaltung dieser Standards entlang der gesamten Kette zu gewährleisten, bedarf es einer koordinierten Interaktion zwischen den Akteuren. In die-

sem Zusammenhang wird häufig der Begriff der „Traceability“ (Rückverfolgbarkeit) verwendet. (vgl. Stamm/Stephan 2010: 140) Zur Gewährleistung eines einwandfreien Produktes, muss dieses vom Zeitpunkt seiner Entstehung bis zum Endverbrauch rückverfolgbar sein. Der dritte und letzte Faktor (3) bezieht sich laut Altenburg auf die steigende Komplexität von Produkten. Diese zeichnet sich beispielsweise durch limitierte Absetzbarkeit aus. Im Lebensmittelsektor ist das bei leicht verderblichen Produkten der Fall. Die Organisation von Produkten entlang einer WSK erleichtert sowohl Produktplanung als auch Logistik, die zentrale Bedingungen für die Gewährleistung hoher Qualität und schneller Distribution sind.

3.1.4 Governance und seine Bedeutung

„Governance“ ist einer jener Begriffe, der in der Literatur der Kettenforschung am häufigsten aufgegriffen und bearbeitet wurde und aufgrund seiner Einflussmöglichkeiten aus entwicklungspolitischer Perspektive besondere Relevanz besitzt. Governance wird als Machtstruktur verstanden, die zwischen unterschiedlichen Akteuren innerhalb der WSK vorhanden ist. Sie ist mitunter Grund für die räumliche Aufteilung, die Verteilung der Wertschöpfung und sie bestimmt über finanzielle, materielle und personelle Ressourcen. (vgl. Gibbon 2008: 7) Kaplinsky und Morris (2001: 67ff.) benennen vier Stufen von Governance, die in globalen Güterketten zu finden sind: das Setzen von Regeln und Normen, die Überprüfung/Überwachung (das Monitoring) ihrer Einhaltung, das Sanktionieren bei Nichteinhaltung und das Unterstützen schwächerer Akteure, um die Einhaltung der Regeln zu gewährleisten.

Gereffi und Korzeniewicz (1994) gehen innerhalb des GCC-Ansatzes davon aus, dass sich globale Güterketten hinsichtlich ihrer Governance auf zwei Arten unterscheiden können. Beide Formen der Governance unterliegen der Organisation der Lead Firms am oberen Ende der Güterkette. Globale Güterketten, die von Lead Firms mit besonderem technologischem Know-how gelenkt werden, bezeichnet Gereffi als „Producer-Driven Value Chain“ oder „produzentengesteuerte WSK“. Dabei handelt es sich meist um Konzerne, die auf industrielle Produktion spezialisiert sind. Jene Güterketten, in denen Konzerne des kommerziellen Kapitals – Großhandel oder Markenfirmen – mit spezifischem Wissen über den Zugang zu Märkten die Führungsrolle übernehmen, werden als „Buyer-Driven Value Chain“ oder „käufergesteuerte Güterketten“ bezeichnet. (vgl. Gereffi 1999: 1ff.)

Lead Firms der produzentengesteuerten Güterketten beeinflussen mit ihren Strategien und Vorgaben sowohl Zulieferfirmen, als auch KonsumentInnen. Die Kernkompetenz dieser Unternehmen liegt in der Produktionstechnologie. (vgl. Stamm 2004: 17) Käufergesteuerte Güterketten zeichnen sich durch den Aufbau dezentraler Produktionsnetzwerke in Exportländer aus. Diese Güterketten sind weniger technologie- oder kapitalintensiv als vielmehr arbeitsintensiv. Ausländische Käuferunternehmen lassen beispielsweise Produkte von Zulieferfirmen aus Entwicklungsländern nach von ihnen vorgegebenen Standards produzieren und orientieren sich dabei an den Interessen der KonsumentInnen. (vgl. Gibbon/Bair/Ponte 2008: 320)

Das Besondere an käufergesteuerten Güterketten ist, dass sie entweder ihre eigene Güterkette mit Akteuren auf unterschiedlichsten Ebenen kreieren oder eine Reihe von Produkten von unabhängigen Zulieferern aufkaufen und diese unter eigenem Markennamen absetzen. Aufgrund zunehmender Ansprüche des Absatzmarktes vor allem im Lebensmittelsektor ist die Schaffung eigener Produktionslinien, in denen jeder Schritt kontrolliert und koordiniert wird, allgegenwärtig. Machtasymmetrien sind die Norm. In jenen Güterketten, in denen Produkte von unabhängigen Zulieferern aufgekauft werden und die Organisationsstruktur auf fehlende direkte Beziehungen zwischen Akteuren des Großhandels und Zulieferbetrieben hinweist, sind innerbetriebliche Machtbeziehungen präsent. (ebd.: 323) Obwohl ProduzentInnen sowie auch Zulieferfirmen meist unabhängig agieren und formal keine Kettenhierarchie zwischen diesen und der Lead Firm vorliegt, können Lead Firms durch unterschiedliche Regulierungsmaßnahmen und der Schaffung von Eintrittsbarrieren Macht ausüben. Um diese Vorgänge zu begreifen, ist die Unterteilung zwischen produzenten- und käufergesteuerten Güterketten allerdings nicht mehr ausreichend. Zur Füllung dieser Lücke soll ein neuer Governance-Ansatz erwähnt werden, welcher im Rahmen der dritten Tradition der Güterkettenforschung, dem Ansatz globaler WSK, entstanden ist. (ebd.: 324ff.) Trotz vorhandener Ähnlichkeiten muss zwischen der von Gereffi definierten Governance einer globalen Güterkette und der Governance einer globalen WSK unterschieden werden.

3.1.4.1 Governance im Ansatz der globalen Wertschöpfungskette

Im GVC-Ansatzes erhält Governance ebenso eine zentrale Rolle und wird als Organisations- und Koordinationsinstrument verstanden. Lead Firms nehmen in der Ausübung von Governance einen wesentlichen Stellenwert ein. Diese organisieren Produktionsketten mithilfe von Rahmenbedingungen und Regulierungen. (vgl. Gibbon/Bair/Ponte 2009: 316f.)

Der Einfluss von Lead Firms auf die Organisation einer WSK muss, im Gegensatz zum GCC-Ansatz, nicht mit der Ausübung von Druck aufgrund bestehender Machtasymmetrien ausgeübt werden. Einfluss ergibt sich vielmehr durch festgesetzte Regulierungsmechanismen, um internationale Arbeits- und Produktionsnetzwerke zu organisieren. (vgl. Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 81ff.) Hier findet sich der ausschlaggebende Unterschied zum GCC-Ansatz. Während die Ausübung von Macht im Ansatz globaler Güterketten vornehmlich den Lead Firms zugesprochen wird, vertritt der globale WSK-Ansatz die Annahme, dass Macht und Koordination in einer WSK nicht nur von einem, sondern von mehreren Akteuren ausgehen kann. (vgl. Gibbon/Bair/Ponte 2009: 323)

In einer 2003 von Gereffi, Humphrey und Sturgeon durchgeführten Studie wurde die Governance-Dimension des GCC-Ansatzes weiterentwickelt. Governance wird dabei als Koordination verstanden und als zentrale Aufgabe zwischen den einzelnen Akteuren in den Mittelpunkt gestellt. (vgl. Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 84) Diese neue Betrachtungsweise unterscheidet fünf Koordinationsmöglichkeiten von WSK: marktbasiert, modular, beziehungsbasiert, gebunden und hierarchisch. Diese fünf Koordinationsweisen können wiederum auf drei WSK-Typen angewendet werden: modular, beziehungsbasiert und hierarchisch. (ebd.) Zusätzlich werden drei Merkmale für die jeweilige Koordinationsform unterschieden: Ein Aspekt bezieht sich auf die Komplexität der Transaktionen und deren Kosten, da durch die Herstellung eines komplexen Produktes in verschiedenen Firmen die Transaktionskosten der Koordinierung besonders hoch sind. Das zweite Merkmal beinhaltet die Möglichkeit der Kodierbarkeit von Informationen und Wissen, um die Transaktionskosten der Koordination, die für die Übertragung notwendig ist, gering zu halten. Als drittes Merkmal gilt das Kompetenzniveau der Zulieferbetriebe und ProduzentInnen. Ist dieses hoch, neigen Lead Firms dazu, eigene Kapazitäten einzusparen und Verantwortung auf jene Akteure entlang der WSK zu übertragen, die über notwendige Kompetenzen verfügen. (vgl. Stamm 2004: 26ff.)

Die Ausprägung der Merkmale sowie die Form der Koordination zwischen den Akteuren sind ausschlaggebend, welcher WSK-Typ zur Anwendung kommt. Gereffi, Humphrey und Sturgeon haben zur besseren Veranschaulichung dazu die folgende Tabelle entwickelt:

Koordinationsform	Komplexität der Transaktionen	Kodierungsmöglichkeiten	Kompetenzniveau der Lieferfirmen
Marktbasiert	Niedrig	Hoch	Hoch
Modular	Hoch	Hoch	Hoch
Beziehungsbasiert	Hoch	Niedrig	Hoch
Gebunden	Hoch	Hoch	Niedrig
Hierarchisch	Hoch	Niedrig	Niedrig

Abbildung 1: „Key determinants of value chain governance“ (Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 87)

Bei marktbasierter Koordination stehen die einzelnen Akteure der Kette in keiner engen Beziehung. Die Abhängigkeiten zwischen ihnen sind gering und meist stellen kurzfristige Beziehungen die Norm dar. Eine modulare Koordinationsform weist ähnliche Merkmale auf wie eine marktbasierende, allerdings zeichnet sie sich durch hohen Wissens- und Informationstransfer zwischen den Akteuren aus. Beziehungsbasierte Koordination findet in WSK statt, in denen die integrierten Akteure durch räumliche, soziale Nähe oder durch ethnische oder familiäre Beziehungen miteinander verbunden sind. Eine weitere wesentliche Voraussetzung für diese Beziehung ist gegenseitiges Vertrauen. (vgl. Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 87ff.) Die gebundene Koordinationsform besteht häufig zwischen kleinen Zulieferfirmen aus Entwicklungsländern und großen Konzernen am anderen Ende der Kette. Diese Koordination führt meist zu hohen Abhängigkeiten der Zulieferbetriebe. Kontrolle und Monitoring wird ausschließlich von Lead Firms ausgeführt. Ein- und Austritt entlang der WSK ist deshalb sehr schwer möglich. In einer hierarchisch koordinierten WSK liegt die Ownership der gesamten Kette in den Händen der Lead Firms. Die Strukturierung erfolgt durch vertikale Integration, wobei Zulieferfirmen und ProduzentInnen eine hohe Abhängigkeit aufweisen, in einen strengen Organisationsablauf eingebettet sind sowie innerhalb ihrer Aktivitäten wenig Aufwertungsmöglichkeit für die Wertschöpfung erhalten. Von der ersten bis zur fünften WSK-Variante steigen Interaktion und Abhängigkeit zwischen den Akteuren. (ebd.)

Unabhängig von der jeweiligen Koordinationsform sind ebenso festgelegte Parameter für Produkte, Prozesse und Logistik für die Steuerung der WSK wesentlich. (vgl. Stamm u. a. 2006: 37ff.) Produktparameter umfassen beispielsweise die Festlegung einzuhaltender Eigenschaften eines Produktes. Prozessparameter sind notwendig, um Produktionsprozesse

zu überwachen und Qualität, Sicherheit und andere Präferenzen von KonsumentInnen zu gewährleisten. Logistikparameter sind aufgrund ihres Einflusses auf die Wettbewerbsfähigkeit von Produkten zunehmend wichtig. Sie umfassen vor allem die Organisation von Kosten und die dafür vorgesehene Zeit. (vgl. Stamm 2004: 21) Ob Akteuren aus Entwicklungsländern die Integration in globale WSK gelingt und vor allem an welcher Position der Kette, ist häufig von diesen Parametern abhängig.

3.1.5 Upgrading – Aufwertungsstrategien in einer Wertschöpfungskette

Die Höhe des Wertschöpfungsanteils richtet sich meist nach der Kettenposition der einzelnen Akteure. Während wertschöpfungsintensive Prozesse am oberen Ende der Kette häufig in Industrieländern stattfinden, sind die Aktivitäten von ProduzentInnen und Zulieferfirmen aus Entwicklungsländern meist auf den unteren Ebenen mit geringer Wertschöpfung angesiedelt. (vgl. Ponte 2011: 89ff.) Dennoch, globale WSK sind keineswegs starre Gebilde, sondern dynamische Systeme, welche die Positionierungen ihrer Akteure im Laufe der Zeit ändern können. Ausschlaggebend für die Implementierung von Aufwertungsprozessen – auch Upgrading-Prozesse genannt – ist die Organisationsstruktur entlang einer Kette. Im Wesentlichen unterscheidet man vier Strategien, anhand welcher die Position aufgewertet werden kann: Aufwertung lässt sich durch die Veränderung des Produktionsprozesses (Prozess-Upgrading) (1), durch die Qualität des Produktes (Produkt-Upgrading) (2), durch die Funktion des Produkts (funktionelles Upgrading) (3) und der Umsetzung einer neuen Kette (Chain-Upgrading) (4) erreichen. (vgl. KIT 2006: 29)

Prozess-Upgrading beinhaltet die Steigerung von Produktivität und Effizienz durch den Einsatz von (verbesselter) Technologie. Produkt-Upgrading wird durch die Erhöhung der Qualität erreicht und bedeutet die Produktion veredelter oder aufgewerteter Güter. Funktionelles Upgrading wird durch die Übernahme komplexer Verarbeitungs- und Produktionsschritte erreicht und das Ketten-Upgrading umfasst die Etablierung einer neuen WSK. (ebd.: 30)

Ob die Durchführung von Upgrading möglich ist oder zum erwünschten Erfolg führt, ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Zu einer erfolgreichen Implementierung von Upgrading können laut Ponte Faktoren wie eine für private Unternehmen „geschäftsfreundliche“ Umgebung, die Verfügbarkeit notwendiger Technologien, allgemeine Veränderungen von Handelsnormen aber auch sehr zeit- und situationsabhängige Faktoren, wie Konsumtrends oder das Auftauchen von Nischenmärkten, führen. (vgl. Ponte 2011: 89)

Der Eintritt in eine WSK zur Deckung von Konsumtrends und Nischenmärkten fordert zudem eine sehr schnelle Reaktion, da die Nachfrage begrenzt ist und deshalb nur wenigen ProduzentInnen und UnternehmerInnen den Markteintritt erlaubt. Diese von Ponte empfohlene Schnelligkeit des Markteintritts erfordert wiederum Flexibilität und Wendigkeit, weshalb bei Abhängigkeit von Investitionen weniger auf die (meist sehr spät einsetzende) Unterstützung von Regierungen gesetzt werden kann als auf private oder entwicklungspolitische Akteure. (ebd.: 90)

Weitere fünf Bedingungen, die Aufwertungsprozesse sehr stark beeinflussen können, werden von Stamm unterschieden. Seine Forschungsergebnisse zeigen, dass Marktstrukturen, die Substituierbarkeit von Akteuren innerhalb der Kette, die Kompetenz auf der Managementebene, die Einbindung von Unternehmen in Cluster und die Effizienz der institutionellen Rahmenbedingungen einen wesentlichen Einfluss auf Aufwertungsprozesse haben. (vgl. Stamm/Stephan 2010: 142) Vorhandene Marktstrukturen können auf die Funktionsweise der Lead Firms zurückgeführt werden. Lead Firms, die sich durch einen Wissens- und Technologievorsprung auszeichnen, sind in der Weitergabe von Know-how an Akteure darunter liegender Ebenen sehr wählerisch, da sie durch die Vermittlung von Wissen ihren Konkurrenzvorsprung und somit den Verlust ihrer Machtposition durch Substituierbarkeit riskieren. Lead Firms lehnen daher ab, Wissen an ProduzentInnen oder Unternehmen abzugeben, die leicht durch andere ersetzbar sind. Investitionen in Unternehmen und ProduzentInnen führen dazu, dass Lead Firms und produzierende Akteure enger aneinander gebunden werden. Auf der Koordinations- und Managementebene von Lead Firms ist ein Wissenstransfer über Aufwertungsprozesse notwendig, um Upgrading zu ermöglichen. Cluster sind insofern bedeutend, da sich darin Wissen sehr rasant verbreiten kann. Ebenso ist das institutionelle Umfeld bedeutend, um Upgrading zu forcieren oder zu verhindern. Öffentliche, private, nationale oder internationale Institutionen, Organisationen und Behörden können dabei zum Einsatz kommen. (ebd.: 143ff.)

3.1.6 Die Bedeutung von Regrading und Downgrading

Es konnte gezeigt werden, dass Upgrading-Maßnahmen Möglichkeiten bieten Wertschöpfung entlang einer WSK zu erhöhen. Ebenso bedeutsam sind zwei weitere Maßnahmen, die zur Erhöhung der Wertschöpfung oder als Eintrittsmöglichkeit in eine WSK beitragen können: Von Regrading ist laut Ponte (vgl. 2011: 132ff.) dann zu sprechen, wenn Akteure aus Entwicklungsländern von globalen WSK mit Nord-Süd- (Sitz der Lead Firm in einem

Industriestaat) zu einer globalen WSK mit Süd-Süd-Ausrichtung (Sitz der Lead Firm in einem Emerging Market⁵) wechseln. Die Integration von Akteuren aus Entwicklungsländern in eine WSK der Emerging Markets ist meist weniger kostenintensiv und mit geringen Eintrittsbarrieren verbunden. Die Regulierungsmechanismen wie Qualitäts- und Sicherheitsstandards sind meist weniger streng und bieten eine attraktive Alternative zu den sehr hohen Anforderungen eines WSK-Eintritts in Industrieländer.

Downgrading bezeichnet das Zurücktreten eines Akteurs auf eine niedrigere Stufe der WSK. Diese Handlungen sind oft auf finanzielle Engpässe, quantitative oder auch qualitative Mängel in der Einhaltung von Standards zurückzuführen. Dieser Rückschritt darf nicht als Scheitern verstanden werden, denn er kann für den jeweiligen Akteur mit Vorteilen verbunden sein. Der Fokus auf die Ausweitung von Produktquantität anstelle von Qualität kann beispielsweise den Eintritt in WSK anderer Handelspartnerschaften (und umgekehrt) ermöglichen. (ebd.)

Zusammengefasst bedeutet das: Für Akteure aus unterschiedlichen Ländern können verschiedene Strategien (Upgrading, Downgrading, Regrading) angewendet werden, um die Wertschöpfung entlang einer WSK zu erhöhen oder den Eintritt in eine WSK zu ermöglichen. Führen Downgrading oder Regrading nicht zu einer Wertschöpfungsaufwertung per se, sondern zur Integration in eine WSK, können daran anschließend Aufwertungsprozesse in Gang gesetzt werden. Die optimale Upgrading-Strategie unterscheidet sich häufig von Staat zu Staat und auch Region zu Region, weshalb es einer individuell-spezifischen Entwicklung bedarf. (ebd.: 133)

3.1.7 Die Unterteilung in globale/lokale/regionale Wertschöpfungsketten

Die Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 hat globale Ausmaße angenommen und auch zahlreiche Kleinbäuerinnen, Kleinbauern und Unternehmen in Entwicklungsländern schwer getroffen. Die Krise führte in vielen Entwicklungsländern zu der weitreichenden Erkenntnis, dass neben der Einbettung in globalen WSK auch andere Absatzmärkte bestehen müssen, um Krisen dieser Art abzuschwächen. Alternativen zu globalen WSK bieten beispielsweise lokale und regionale WSK, in welchen die Eintrittsbarrieren und Standards,

⁵Als "Emerging Market" werden in diesem Zusammenhang Staaten verstanden, welche einst als Entwicklungsländer bezeichnet wurden und sich nun in einem Prozess des schnellen wirtschaftlichen Wachstums und der Industrialisierung befinden. (vgl. International Investing 2013) Als Musterbeispiele für Emerging Markets werden häufig die BRIC Staaten genannt (Brasilien, Russland, Indien und China). Diese Liste ist aber keineswegs vollständig.

das nötige Know-how und die notwendige Technologie geringer sind. (vgl. Ponte 2011: 90)

Obwohl in Zeiten des neoliberalen Paradigmas entwicklungspolitische Akteure vielfach auf exportorientierten Handel als Mittel zu Wirtschaftswachstum setzen, um Armutsreduktion zu erreichen, sollen andere Formen des Handels nicht vernachlässigt werden, denn Diversität in den Wirtschaftsleistungen sorgen für Risikostreuung. Ebenso bewirken die protektionistischen Ausführungen von Landwirtschaft – unter anderem die Exportsubventionen der EU und der USA – erschwerten Marktzugang. (vgl. Stamm 2006: 22ff.)

Regionale und lokale Wertschöpfungsketten bieten vor allem für Entwicklungsländer den Vorteil des einfacheren Eintritts in die WSK. Sie sind weniger risikoanfällig, weisen eine geringere Schwankungsanfälligkeit in der Preis- und Nachfrageentwicklung auf, generieren weniger Einnahmen und bieten weniger Möglichkeiten, Lernprozesse in Gang zu setzen. Möglichkeiten des Upgrading sind in allen – lokalen, regionalen und globalen – WSK gegeben. (vgl. Ponte 2011: 89)

Ponte spricht von einer Reihe an Gründen, weshalb WSK lokal und regional bleiben und ihre Akteure die Integration in eine globale WSK nicht schaffen. Diese Faktoren umfassen traditionelle Handelsbarrieren, wie Zölle und Subventionen (1), geforderte Standards zur Gewährleistung von Produktqualität (privat oder national) (2), eine geringere Anfälligkeit für Risiken, die nicht vorhersehbar sind (3), die Herausforderung, Produkte in geforderter Menge und Qualität an bestimmte Absatzmärkte zu liefern (4) und das Vorhandensein von Kontrahenten, die trotz limitiertem Zugang Eintritt in die WSK suchen (5). (ebd.: 88)

3.1.8 Herangehensweise zur Umlegung der Theorie auf das Fallbeispiel Uganda

Der WSK-Ansatz bewegt sich innerhalb der Mikro- (Akteure) und Mesoebene (Sektoren) des Weltmarktes. Für die vorliegende Arbeit werden beide Teilbereiche eingegrenzt. Forschungsgegenstand der Akteurebene sind sowohl Kleinbäuerinnen und Kleinbauern als auch kleine und mittlere Unternehmen – in weiterer Folge als KMU bezeichnet – in Uganda. Die Sektorenebene wiederum umfasst den obstverarbeitenden Sektor innerhalb dieses Landes. Vor allem jene Sektoren, in denen KMU, Kleinbäuerinnen und -bauern Positionen entlang der Kette einnehmen, werden herausgegriffen und sind Hauptbestandteil dieser Arbeit.

3.2 Wertschöpfungsketten im Agrarbereich von Entwicklungsländern

Aus der Forschung über globale WSK geht hervor, dass Akteure aus Entwicklungsländern den Zugang zum Weltmarkt selten durch den eigenständigen Export, sondern häufiger durch die Integration in WSK erreichen können. (vgl. Stamm 2004: 2ff.) Die Integration in eine WSK alleine reicht noch nicht aus, um entlang dieser eine Position einzunehmen, in der genügend Wertschöpfung generiert wird. Vorhandene Hierarchien bewirken, dass die Einnahmen steigen, je weiter man in einer WSK nach oben rückt – zugleich erhöht sich aber auch die zu übernehmende Verantwortung. (vgl. KIT 2006: 24)

Entlang globaler WSK befinden sich Akteure aus Entwicklungsländern meist am unteren Ende der Kette. Aufgrund vorhandener Machtasymmetrien ist ein Aufstieg sehr schwierig. Akteure aus Entwicklungsländern, die ihre Kettenposition aufwerten wollen, um auf eine wertschöpfungsintensivere Ebene aufzusteigen, können die bereits erklärten Upgrading-Prozesse anwenden. Ob und welche Form von Upgrading in WSK zur Verbesserung der Position und Wertschöpfung führen kann, ist wiederum von der Organisation der Kette abhängig. Es können aber auch Regrading und Downgrading zu einer Verbesserung der Wertschöpfung beitragen. Governance wiederum ist ausschlaggebend für die Dynamik innerhalb einer Kette und kann entweder als Barriere oder als Potenzial für schwächere Akteure dienen und Upgrading erleichtern oder erschweren. (vgl. Stamm/Stephan 2010: 142) Governance ist nicht nur für die Bewegungsmöglichkeiten innerhalb einer Kette entscheidend, sie regelt auch generelle Eintrittsmöglichkeiten für potenzielle Akteure.

Die Analyse der Organisationsstruktur einer WSK ermöglicht es in Themenfelder wie Marktzugang, Distribution des Gewinns, Aneignung von Kompetenzen, Aufrechterhaltung oder Erstellung von Effizienz Einblick zu erhalten. (vgl. Stamm/Stephan 2010: 140 nach Schmitz 2006) Alle diese Eigenschaften sind ausschlaggebend für die Positionierung der Akteure innerhalb der WSK.

3.2.1 Der landwirtschaftliche Sektor in Entwicklungsländern

In den meisten afrikanischen Staaten nimmt der Agrarsektor einen wichtigen Stellenwert ein, in welchem 65 % der erwerbstätigen, afrikanischen Bevölkerung ihre Beschäftigung finden. Dieser Sektor erwirtschaftet überdies 75 % des gesamten Handelsvolumens und 15 % des afrikanischen BIP. (vgl. Roepstorff/Wiggins 2011: 24) Der Agrarsektor bleibt demnach größter Arbeitgeber und generiert mit mehr als 50 % die höchsten Exportein-

nahmen. (vgl. Adekunle 2012: 3) Eine der größten Herausforderungen liegt in der Umstrukturierung der Landwirtschaft, um neben der Produktion von Agrarrohstoffen diese Güter auch zu verarbeiten, dadurch Wert hinzuzufügen und die Anfälligkeit für Preisschwankungen zu reduzieren.

Nach der Entlassung in die Unabhängigkeit verfolgten die meisten afrikanischen Staaten das Ziel, die Landwirtschaft zu fördern. Hohe Summen wurden in den Ausbau von Infrastruktur und Technologie des Agrarsektors investiert. Dieser Fokus etablierte sich aus der Notwendigkeit einer wachsenden Bevölkerung, die es zu ernähren galt, aber auch, weil man sich dadurch wirtschaftliches Wachstum erhoffte. Da der Erfolg durch eine Reihe von Gründen ausblieb und mit Beginn der 90er zahlreiche afrikanische Staaten in eine katastrophale Schuldenkrise stürzten, verlor die Landwirtschaft als entwicklungspolitischer Hoffnungsträger an Bedeutung. Investitionen im Agrarsektor wurden in den meisten afrikanischen Staaten sukzessive verringert. Stattdessen fokussierte man sich auf den Ausbau der Industrie, welche nach dem Vorbild asiatischer Tiger die wirtschaftliche Entwicklung vorantreiben sollte. Dieser Fokus verschob sich seit der Jahrtausendwende erneut und die Landwirtschaft gewann ihre Wichtigkeit zurück – die industrielle Entwicklung wurde aber nicht in den Hintergrund gedrängt. Neben diesen beiden eigenständigen Sektoren entstand daraus eine Kombination aus beiden: die Agrarindustrie.

3.2.2 Die Agrarindustrie

Die Agrarindustrie führt alle industriellen Aktivitäten aus, welche auf Agrarprodukten nach der Ernte angewendet werden können. (vgl. Roepstorff/Wiggins 2011: 24ff. nach Wilkinson/Rocha 2009) Die Agrarindustrie und damit verbundenes Agro-Processing – die Verarbeitung von Agrarstoffen – gilt derzeit als einer der größten Hoffnungsträger für Entwicklungsländer, in denen die Landwirtschaft zentrale wirtschaftliche Relevanz besitzt. (ebd.) Angesichts vorhandener Ressourcen und globaler Nachfrageentwicklungen ist es realistisch, vom Potenzial des Agro-Processing in vielen afrikanischen Staaten auszugehen. Dennoch, die meisten afrikanischen Staaten sind ähnlich wie in kolonialer Zeit hauptsächlich Lieferanten unverarbeiteter oder wenig verarbeiteter Rohstoffe. Ein großer Teil dieser Rohstoffe wird im Agrarsektor erwirtschaftet. Der Anteil an verarbeiteten Agrarprodukten aus Afrika im Vergleich zum Rest der Welt ist verschwindend gering. Aus einem Bericht der UNIDO geht hervor, dass die 2008 weltweit gehandelten agroindustriellen Exporte einen Wert von USD Mrd. 1.657,3 annahmen. Aus afrikanischer Produk-

tion stammten davon lediglich USD Mrd. 50,7. (vgl. UNCTAD 2010) Trotz dieses geringen Anteils wird darauf hingewiesen, dass die Wachstumsraten industriell verarbeiteter Agrargüter aus Afrika seit 1990 bei durchschnittlich 7,2 % liegen. Dem stehen Wachstumsraten von 6,7 % als weltweitem Trend gegenüber. (ebd.) Seit 1995 ist in vielen afrikanischen Ländern starkes wirtschaftliches Wachstum zu verzeichnen. Die Anzahl der in absoluter Armut lebenden Menschen (weniger als USD 1,25 pro Kopf und Tag) ist aber weiterhin steigend. Von der Armut am meisten betroffen ist vor allem die ländliche, Subsistenzwirtschaft betreibende Bevölkerung. (ebd.)

3.2.2.1 Verkettungseffekte der Agrarindustrie

Die Agrarindustrie hat wesentlichen Einfluss auf alle drei Wirtschaftssektoren: Landwirtschaft, Industrie, Dienstleistungen. (vgl. Stamm u. a. 2006: 19) Primär- und Tertiärsektor sind in den meisten afrikanischen Volkswirtschaften jene Sektoren, welche den größten Anteil des BIP, der Exporteinnahmen und der Arbeitsplätze generieren.

Viele EntwicklungsexpertInnen weisen darauf hin, dass ein Ausbau des industriellen Sektors unabdingbar ist, um wirtschaftliche Transformation und nachhaltiges Wirtschaftswachstum zu erreichen, denn der Industriesektor ist jener wirtschaftliche Teilbereich, der die meisten Verkettungseffekte⁶ auf andere Sektoren aufweist. (vgl. Mbelle/Shitundu o. J.: 179ff.; UNIDO 1995) Auf den industriellen Sektor übertragen heißt das, es bestehen Vorwärtsverknüpfungen zum tertiären Sektor, in welchem beispielsweise die fertig erzeugten Waren aus dem industriellen Sektor gehandelt werden. Rückwärtsverknüpfungen bestehen zum primären Sektor, da viele Inputs der Industrie aus dem Agrarsektor stammen. Industrie und Agrarsektor fördern sich daher im Umkehrschluss. (vgl. UNIDO 1995)

Das größte Potenzial eines industriellen Sektors in afrikanischen Staaten wird aufgrund der derzeitigen sektoralen Entwicklung vor allem im agroindustriellen Sektor wahrgenommen. (vgl. Nwanze 2011: 17f.)

Die Agrarindustrie ist weiters ein maßgeblicher Entwicklungsanreiz für ländliche Infrastruktur, wie Transportwege, Versorgung mit Elektrizität und Wasser (vgl. Stamm u. a. 2006: 22ff.) Außerdem verspricht die Agrarindustrie, für die ländliche Bevölkerung neue

⁶Die Definition aus dem Gabler Wirtschaftslexikon besagt „[Verkettungseffekte] geben an, inwieweit sich wirtschaftliche Aktivitäten eines Sektors auf andere Sektoren auswirken. Generell wird unterschieden zwischen Vorwärtsverknüpfungen (Forward Linkages), die die Effekte der Output-Verwendung aufzeigen und Rückwärtsverknüpfungen (Backward Linkages), die die Effekte der Input-Beschaffung bezeichnen.“ (Gabler Verlag 2012)

Einkommensmöglichkeiten zu schaffen. (ebd.: 21) Dadurch soll das Einkommen der ländlichen Bevölkerung gesteigert und langfristig deren Lebensstandard verbessert werden.

3.2.2.2 Das Agro-Processing

Wie bereits erläutert wurde, handelt es sich bei Agrarindustrie und damit auch beim Teilbereich „Agro-Processing“ um eine sektorenübergreifende Aktivität. Sie dient der industriellen Verarbeitung von Agrarrohstoffen und ist zudem – umgelegt auf die Instrumente des GVC-Ansatzes – eine Aufwertungsmöglichkeit entlang der WSK. Bei der Verarbeitung von Agrargütern handelt es sich in den meisten Fällen um funktionelles Upgrading: Durch die Aufnahme neuer Aktivitäten verändert sich die Funktion eines Agrarrohstoffes und es entsteht ein weiterverarbeitetes Produkt, dem aufgrund dieser Verarbeitung Wert hinzugefügt wird. (vgl. Ponte 2011: 88) Eine häufige Umsetzung von Agro-Processing findet im Lebensmittelsektor statt. Ein Teilbereich dessen ist der für diese Arbeit relevante Obstsektor. Dieser umfasst gewiss nur einen kleinen Teil des Lebensmittelsektors, er soll aber aufgrund seiner Wichtigkeit für das Fallbeispiel Uganda herausgegriffen und in den Blickpunkt gerückt werden.

3.3 Globale Wertschöpfungsketten im Obstsektor

3.3.1 Hortikultur in Entwicklungsländern

Die Produktion von Früchten fällt allgemein in die Kategorie der Hortikultur. Als Hortikultur wird jener Sektor bezeichnet, welcher die Produktion von Obst und Gemüse, Schnittblumen und anderen Zierpflanzen umfasst. (vgl. Department of Horticultural Science 2012) Dieses Teilsegment des Agrarsektors nimmt in klimatisch günstigen Gegenden Afrikas einen wichtigen wirtschaftlichen Stellenwert ein. Die durchschnittlichen Wachstumszahlen des Hortikulturektors afrikanischer Staaten lagen 2008 bei 10,7 %. (vgl. UNCTAD 2010) Im Vergleich zu den Gesamtexporten sind die Exporteinnahmen aus diesem Sektor aber nach wie vor gering. 2008 betrugen sie für den gesamten Raum Afrika USD Mrd. 10. (ebd.) Die Hortikultur als wichtiger Bestandteil im Exportsektor ist eine sehr junge Entwicklung. Obst und Obstprodukte werden deshalb nicht als traditionelle – aus dem kolonialen Zeitalter stammende – Exportgüter bezeichnet, sondern werden als „non-traditional crops“ dem postkolonialen Zeitraum zugeordnet. (vgl. UNCTAD 2012) Zudem sind sie

beispielhaft für die Umsetzung landwirtschaftlicher Diversifizierung von Gütern und gelten gemeinhin als hochwertige Produkte. (vgl. Dolan/Humphrey 2000: 148)

3.3.2 Die Position von Supermärkten in globalen Obstwertschöpfungsketten

Der internationale Handel von Obst- und Obstprodukten ist meist in globale WSK strukturiert. Supermarktketten agieren dabei häufig als Lead Firms. Für die Produktion von Obsterzeugnissen bedarf es verschiedener Akteure in unterschiedlichen Ländern, die entlang einer WSK eingeordnet und für einen bestimmten Aufgabenbereich zuständig sind. Akteure innerhalb eines Entwicklungslandes entlang einer globalen WSK im Lebensmittelsektor können beispielsweise Kleinbäuerinnen und -bauern, ArbeiterInnen, Akteure des Zwischenhandels, Transportunternehmen, kleine/mittlere/große Unternehmen in der Obstverarbeitung, in der Verpackung und dem Export sein. Die Liste ist natürlich keineswegs vollständig, sie soll ausschließlich einen Einblick in mögliche Beschäftigungsfelder bieten. Die, in eine globale WSK integrierten Akteure, produzieren dabei nach von Lead Firms festgelegten Regeln. (vgl. Aufhauser/Reiner 2010: 252) Die Koordination der partizipierenden Akteure führt, wie in Gereffis, Humphreys und Sturgeons Tabelle dargestellt, zur Entstehung unterschiedlicher Typen von WSK. (vgl. Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 87)

3.3.2.1 Die globale Obst-Wertschöpfungskette am Beispiel Kenia und Großbritannien

Zur Visualisierung der Struktur einer WSK im Obstsektor und die unterschiedlichen Mechanismen, welche für diese typisch sind, dient die Darstellung einer vorhandenen Obst-WSK zwischen Kenia und Großbritannien.

Der globale Handel mit Lebensmitteln findet zu einem großen Teil innerhalb großer Lebensmittelkonzerne und Supermarktketten statt. Vor etwa drei Jahrzehnten war diese Tendenz vorwiegend auf den Lebensmittelmärkten industrialisierter Länder zu erkennen. Diese Märkte sind mittlerweile großteils gesättigt, weshalb nach neuen Vermarktungsstandorten gesucht wird. Lebensmittelkonzerne und Supermarktketten finden daher auch in zahlreichen Schwellen- und Entwicklungsländern Einzug. In Großbritannien, dem Zielland jener WSK, die hier als Beispiel dient, werden zwischen 70 und 90 % des verkauften Frischobstes und -gemüses von einigen wenigen Akteuren des Lebensmittelhandels kontrolliert. (vgl. Dolan/Humphrey 2000: 152)

Der Frischobst- und Frischgemüsesektor dient für einen Großteil der KonsumentInnen neben Fleisch und Wein als Sektor höchster Priorität im Einzelhandel. Durch besondere Sorgfalt vor allem in diesen drei Produktkategorien können Lebensmittelkonzerne ihre Attraktivität für KonsumentInnen enorm steigern. (vgl. Fearne/Hughes 1998: 25) Um alle nationalen Lebensmittel- und Hygienestandards und darüber hinausgehende – von Supermarktketten geforderte – private Qualitätsmerkmale vom Regal bis zum Produkursprung sicherzustellen, organisieren zahlreiche Lebensmittelkonzerne ihre eigenen Lieferketten, in welchen sie jeden Schritt des Produktes zurückverfolgen und kontrollieren können. (vgl. Dolan/Humphrey 2000: 150) Der Verkauf von Hortikulturprodukten aus Kenia nach Großbritannien begann in kleinem Umfang in den 60er Jahren. Damals waren zahlreiche Kleinbäuerinnen und -bauern, Verpackungs- und Exportunternehmen in kleinem, oft familiärem und mittlerem Stil am Export beteiligt. Seit den 80er Jahren – in diesem Zeitrahmen vollzog sich die Expansion der Supermärkte – wurden mehr und mehr kleine Produktions- und Exportunternehmungen aus dem Markt gedrängt. (ebd.)

Bis in die 90er Jahre stammte der Großteil an Obst und Gemüse von kenianischen Kleinbäuerinnen und -kleinbauern, die ihre Produkte an Zwischenhändler ablieferten. Diese verkauften die Produkte weiter an verschiedene kleine und mittlere Unternehmen, die mit britischen Großhandelsfirmen in Verbindung standen und welche wiederum Supermärkte und andere Akteure des Einzelhandels bedienten. (vgl. Dolan/Humphrey 2000: 160ff.)

Seit der Jahrtausendwende zeigt sich eine radikale Schubumkehr: Der Frischobst und -gemüsehandel wird von einigen großen Exportfirmen dominiert, die ihre Produkte fast ausschließlich von großflächigen Produktionseinheiten und Plantagen beziehen. (vgl. Gibbon 2003: 616ff.) Die dargelegte WSK zeigt sehr deutlich, dass die Eingliederung kenianischer Obst- und GemüseproduzentInnen in die Zulieferketten britischer Supermarktketten zu Ungunsten von kleinen Unternehmen, Kleinbäuerinnen und -bauern stattfindet.

Das nun gezogene Resümee soll diese Entwicklung keinesfalls anprangern. Vor allem leicht verderbliche Produkte wie Obst und Gemüse bedürfen nämlich einer sorgfältigen und raschen Verarbeitung, einer einwandfreien und optimal organisierten Logistik hinsichtlich Kühlkette und Transport. Obst und Gemüse in britischen Supermärkten müssen nicht nur den nationalen Qualitätsstandards, Lebensmittelsicherheits- und Hygienebestimmungen entsprechen, häufig fordern Supermarktketten zusätzliche private Qualitätskriterien des Produktes. Diese Standards und Normen dienen einerseits der Risikominimierung, andererseits bieten sie jedoch erschwerten Wettbewerb für KontrahentInnen. Die hohen

Ansprüche an Technologie, Flexibilität, Know-how und vor allem Kapital, welche für einen Zugang in die Zulieferkette britischer Supermärkte Voraussetzung sind, können in den wenigsten Fällen von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern und kleineren Unternehmen der Produktion, der Verarbeitung und des Exports erfüllt werden.

Dieses Beispiel zeigt, wie durch vorhandene Regulierungsmechanismen und interner Kettenhierarchie einer globalen WSK sowohl Kleinbäuerinnen und -bauern als auch kleinere Unternehmen in der Verarbeitung und dem Export eines Entwicklungslandes aus einer Zulieferkette hinausgedrängt werden oder wie ihnen dieser Zugang von Anfang an verwehrt wird. Um einerseits die Wirkungsweise dieser Regulierungsmechanismen zu verstehen und andererseits ihre Bedeutung für die Akteure in WSK zu zeigen, erfolgt ihre Behandlung im nachstehenden Kapitel.

3.4 Regulierungsmechanismen in Wertschöpfungsketten von Lebensmitteln

Der Begriff Governance wurde in einigen Abschnitten bereits aufgegriffen. Seine Funktionen und Aufgaben sind wesentlich für das Verständnis dieses Kapitels. Zu Beginn der Güterkettenforschung wurde Governance als von Machtasymmetrien durchzogene Organisationsform der Güterkette verstanden, in welchem vor allem Lead Firms am oberen Ende der Kette Druck auf darunterliegende Akteure ausüben. (vgl. Stamm/Stephan 2010: 143) Der Ansatz globaler WSK versteht Governance jedoch als Koordinationsinstrument der einzelnen Akteure entlang der WSK. Man geht davon aus, dass Macht nicht ausschließlich von Lead Firms und horizontal – von oben nach unten – ausgeübt wird, sondern dass Machtausübung von mehreren Akteuren ausgehen kann. (vgl. Gibbon/Bair/Ponte 2009: 10)

Im agroindustriellen Bereich des Lebensmittelsektors sind es Standards und Normen für Produkte und Produktionsprozesse, welche als Regulierungsmechanismen vornehmlich zum Tragen kommen. (vgl. Fox/Vorley 2007: 165ff.) Während traditionelle Handelsbarrieren, wie Zölle, Importbeschränkungen und andere Tarifbestimmungen im Lebensmittelsektor, nach und nach an Bedeutung verlieren, treten Lebensmittelstandards und Normen von Produktionsprozessen häufig in Erscheinung. Obst und verarbeitete Obstprodukte, welche entlang einer globalen WSK von Entwicklungsländern in Industriestaaten gelangen, unterliegen strengen Auflagen. Es handelt sich dabei um Standards und Normen unterschiedlichster Art: Lebensmittelsicherheit und Hygiene, Umweltauflagen, soziale Aspekte der Herstellung, Rückverfolgbarkeit von Produkten etc. (vgl. Froberg/Grote/Winter 2006:

1ff.) Standards nehmen diverse Funktionen ein und werden von verschiedensten ExpertInnen definiert und unterschieden. Es folgt nun die Bezugnahme auf einen Bericht von Henson und Humphrey (vgl. Henson/Humphrey 2008: 2ff.) über Lebensmittelketten im Agrarbereich. In diesem Artikel werden vier Formen von Standards unterschieden:

- verpflichtende, öffentliche Standards
- verpflichtende, private Standards
- freiwillige, öffentliche Standards
- freiwillige, private Standards

Verpflichtende, öffentliche Standards sind gesetzlich festgelegte Regulierungen auf nationaler oder internationaler Ebene. Auf nationaler Ebene fordern beispielsweise Regierungen die Einhaltung dieser Standards. Verstöße werden mit Sanktionen abgehandelt. Regierungen können auch freiwillige Standards festlegen, deren Einhaltung durch die Akteure erfolgen muss, die sich der Aufnahme jener Standards verschreiben. Ein Beispiel dafür sind die Bio-Standards der Europäischen Union. Verpflichtende, private Standards sind Standards, welche zuerst von privaten Akteuren festgelegt und implementiert werden. Die festgelegten Regeln können von Regierungsorganen in die nationale Gesetzgebung aufgenommen werden. Die Einhaltung freiwilliger, privater Standards erfolgt ohne Druck von nationalen oder internationalen Instanzen. (ebd.)

Humphrey und Henson weisen darauf hin, dass die Grenzen zwischen privaten und öffentlichen (staatlich, institutionell) Standards fließend sind. Die Festlegung und Implementierung privater Standards bedingt häufig der infrastrukturellen Basis öffentlicher Standards durch das Zurückgreifen auf Akkreditierungsorgane und öffentliche Labore. (vgl. Humphrey/Henson 2008: 3) Die Anwendung der Standards in globalen WSK von Lebensmitteln erfolgt wiederum – egal ob privater oder öffentlicher Standard – fast ausschließlich von privaten Akteuren, die sich der Einhaltung nationaler Rahmenbedingungen ihres Handlungsumfeldes verpflichten. (ebd.)

Weiters kommen Humphrey und Henson zu dem Schluss, dass vier Faktoren für die derzeitige Entwicklung diverser Regulierungsmechanismen entlang von Lebensmittelketten ausschlaggebend sind: Ein Schlüsselfaktor ist der Wunsch und die Durchführung von Reformen der Regulierungsmechanismen für Lebensmittelsicherheit aufgrund zahlreicher Lebensmittelskandale (1). Weiters steigt das Interesse an strengen Nahrungsmittelsicherheits- und Hygienevorschriften sowohl von KonsumentInnen als auch von Lebensmittelkonzernen selbst (2). Die Organisation von Zulieferbetrieben entlang einer Lebensmit-

tellieforkette erfordert zudem Regulierungsmechanismen zur besseren Koordinierung der mitwirkenden Akteure (3). Letzter und nicht zu vernachlässigender Schlüsselfaktor ist die Tendenz der Privatisierung von Governance-Aktivitäten (4). Diese zeigt sich durch die rasche Zunahme und Forderungen nach privaten Standards. (ebd.: 5)

Humphrey und Dolan (2000: 150) argumentieren, dass die Einbettung zahlreicher Zulieferbetriebe entlang einer globalen Lebensmittelkette vor allem der Risikominimierung und der Produktdifferenzierung dient. Standards für Risikominimierung unterstützen die Lebensmittelsicherheit und -qualität, die Einhaltung von Hygienemaßnahmen als auch die Rückverfolgbarkeit des Lebensmittels vom Regal bis zum Ursprung seiner Entstehung (Traceability). Standards für Produktdifferenzierung dienen der Unterscheidung eines Unternehmens von einem anderen Unternehmen oder der Differenzierung der Eigenschaften verschiedener Produkte. (vgl. Humphrey/Henson 2008: 10)

Der Ansatz globaler WSK versucht, die Transaktions- und Koordinationskosten zu reduzieren und sieht eine Möglichkeit in der Festlegung international gültiger Standards. (vgl. Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 94) Aus Humphreys und Hensons Artikel geht weiter hervor, dass

„introducing global standards such as ISO 9000 has the effect of standardising quality systems across countries, so that buyers and suppliers have a common language to recognise and discuss quality issues.” (Humphrey/Henson 2008: 9)

Durch die Vereinheitlichung von Standards reduzieren sich eindeutig Transaktions- und Koordinationskosten. Sie führen aber auch dazu, dass der internationale Handel von Lebensmitteln heute von wenigen großen Akteuren dominiert wird. Diese wiederum produzieren Lebensmittel selten in eigenen Produktionsstätten, sondern lassen ihre Produkte nach von ihnen vorgegebenen Standards von Zulieferbetrieben fertigen. Die Kosten der Zertifizierung über die Einhaltung der Standards werden in den meisten Fällen auf die Zulieferbetriebe übertragen. Zertifizierungen für Standards der Risikominimierung und Produktdifferenzierung, welche notwendig sind, um den Eintritt in eine WSK zu schaffen, können somit vor allem für Akteure aus Entwicklungsländern Barrieren bedeuten.

Obwohl die Vorteile von Standards hinsichtlich ihres vereinheitlichenden Charakters und ihrer Relevanz für den Schutz und die Sicherheit von Nahrungsmitteln sowie des ökologischen und sozialen Umfeldes nicht von der Hand zu weisen sind, zeigen Beispiele aus der Praxis, dass die Verschiebung dieser Verantwortlichkeiten auf Zulieferketten aber auch unwiderruflich Nachteile für schwächere Akteure mit sich bringt. Auch Peter Gibbon

kommt in seinem Artikel über WSK und Governance zu dem Schluss, dass Regulierungen „absichtlich oder unabsichtlich“ WSK auf eine Art und Weise strukturieren, dass Supermarktketten davon profitieren und kleine Unternehmen, Kleinbäuerinnen und -bauern Nachteile davontragen. (vgl. Gibbon 2003: 624) Der Eintritt in globale WSK wird jenen Akteuren gewährt, welche ihre Produktion den gegebenen Rahmenbedingungen anpassen. Die Nichteinhaltung der geforderten Qualitätsinfrastrukturen und Standards bedeutet den sofortigen Austritt beziehungsweise das Eintrittsverbot dieser Akteure in die gegebene WSK. (vgl. Fox/Vorley 2007: 170)

Im Anschluss folgt die Auflistung einiger Standards und Regulierungen, welche international von zentraler Wichtigkeit sind und innerhalb des Lebensmittelsektors – im Besonderen Obst und Obstprodukte – sehr bedeutsam sind. Dabei besteht erneut kein Anspruch auf Vollständigkeit, es soll lediglich ein Einblick in das Forschungsfeld gewährt werden.

3.4.1 Internationale und nationale Qualitätsinfrastruktur

Sowohl WHO als auch FAO fördern die internationale Harmonisierung von Lebensmittelstandards. Auf Grundlage dieser Motivation wurde 1963 zusammen mit einigen anderen Organisationen der Codex Alimentarius als Nachschlagewerk weltweit gültiger Standards etabliert. (vgl. Codex Alimentarius 2012a) Der Codex umfasst rund 250 verschiedene Standards für unterschiedliche Lebensmittel, Hygienebestimmungen, Richtlinien für Zusatzstoffe, Verpackungsmaterialien, Kennzeichnung bzw. Etikettierung etc. (vgl. Fellows/Ouaouich 2004) Neben eigenen entwickelten Standards fördert der Codex auch die Koordination vieler internationaler, nationaler und privater Standards und bildet die wichtigste Dachorganisation weltweit gültiger Standards. (vgl. Codex Alimentarius 2012a)

Neben der WHO und FAO engagiert sich ebenso die WTO in der Standardsetzung und entwickelt Standards zur Regulierung globaler Handelsströme. Die Einhaltung dieser Standards wird WTO-Mitgliedsstaaten auferlegt, um die Sicherheit und Qualität von gehandelten Produkten zu gewährleisten. Zwei der von ihnen entwickelten Normenfassungen sind das TBT-Abkommen und das SPS-Abkommen. Für den Handel mit Lebensmitteln ist das SPS-Abkommen von zentraler Bedeutung. Es beinhaltet Standards für Gesundheit und Hygiene, um die Ausbreitung von Krankheiten zwischen Tieren, aber auch Pflanzen zu verhindern. (vgl. World Trade Organization 2012) Im Obstsektor findet das SPS-Abkommen im Handel mit frischen, unverarbeiteten Früchten Anwendung. Beide Abkommen werden von der Codex Alimentarius-Kommission nicht nur anerkannt, sondern es

erfolgt auch die Übernahme ihrer Inhalte in den Kodex. WTO-Mitgliedsstaaten verpflichten sich, nach diesen Standards zu produzieren. Auf andere Standards und Regulierungen darf dann zurückgegriffen werden, wenn diese strengere Auflagen aufweisen, als die WTO vorgibt. (vgl. Froberg/Grote/Winter 2006: 3)

Entlang von Produktionsprozessen, die die agroindustrielle Verarbeitung mit sich bringt, kommen zur Sicherung von Lebensmittel- und Qualitätssicherheit Qualitätsmanagementsysteme zum Einsatz. Im Zusammenhang mit Produkten aus dem Obstverarbeitungssektor fällt häufig der Begriff der HACCP-Zertifizierung, welche die Einhaltung aller notwendigen Standards entlang des gesamten Produktionsprozesses bedingt. Im Allgemeinen handelt es sich dabei aber nicht um eine Zertifizierung oder einen Standard per se, sondern um ein Qualitätsmanagementsystem, welches von der Codex Alimentarius-Kommission empfohlen wird. Die HACCP-Zertifizierung erfolgt, wenn entlang aller kritischen Positionen des gesamten Verarbeitungsprozesses, in denen eine Kontamination des Lebensmittels erfolgen kann, keine Sicherheits- und Qualitätsmängel festgestellt werden. (vgl. QRPS Management Consulting 2011)

Ebenso wird von der Codex Alimentarius-Kommission die Verwendung der ISO 22000 empfohlen. HACCP und ISO 22000 sind die zwei am häufigsten verwendeten Qualitätsmanagementsysteme, die bei Verarbeitungsprozessen von Lebensmitteln zur Anwendung kommen. ISO 22000 ist ein Derivat des ISO 9001:2008, das veraltet noch unter dem Begriff ISO 9000 in Verwendung ist. Diese Zertifizierung bestätigt die Sicherheit eines Lebensmittels während des gesamten Verarbeitungs- und Vermarktungsprozesses. (vgl. ISO 2012) Alle verarbeiteten Lebensmittel innerhalb Europas, der USA und zahlreicher anderer Staaten müssen ISO 22000- oder HACCP-Zertifizierungen aufweisen. HACCP und ISO 22000 sind keine Kontrollmechanismen, die ausschließlich für Lebensmittel in Industrieländern zur Anwendung kommen. Die Einhaltung dieser Standards erfolgt bereits in den meisten Schwellen- und vielen Entwicklungsländern.

Während die Standards der Codex Alimentarius-Kommission und der ISO internationale Anerkennung erfahren, gibt es zahlreiche weitere Standards, die einzelne Staaten in ihre nationale Gesetzgebung verankert haben. Diese nationalen Standards kommen dann zum Tragen, wenn die nationalen Richtlinien strenger sind als international anerkannte. Zusätzlich zu den nationalen Standards müssen auch internationale Regelungen in die nationale Gesetzgebung der einzelnen Länder aufgenommen werden. (ebd.) Auch innerhalb der europäischen Union verlangen verschiedene Staaten unterschiedliche Zertifikate für Lebens-

mittelsicherheit. Die Europäische Union fordert unter anderem seit 2002 im Rahmen der „Traceability Regulation No. 178/2002“ die Rückverfolgbarkeit einzelner Verarbeitungsschritte bei importierten Produkten. (vgl. Froberg/Grote/Winter 2006: 2ff.)

Private Standards werden meist von privaten Akteuren implementiert und sind nicht in der nationalen Gesetzgebung verankert, in denen das Unternehmen mit Lebensmitteln handelt. Trotz einer Reihe internationaler und nationaler obligatorischer Standards besteht von Seiten vieler Supermarktketten und anderer transnationaler Konzerne der Trend, private Standards zu entwickeln. Diese dienen meist weniger der Wahrung von Lebensmittelsicherheit und -qualität als der Produktdifferenzierung zur Konkurrenz. Diese privaten Standards wirken neben internationalen und nationalen Standards und können ausschließlich strengere Auflagen aufweisen, nicht aber geringere, als in der nationalen Gesetzgebung verankert.

GlobalGAP (früher: EurepGAP) ist ein privater Standard, der die beste praktische Umsetzung landwirtschaftlicher Produktion garantieren soll. Sparsamer Umgang mit Düngemitteln, die Einhaltung von Umweltauflagen und die Gesundheit von PlantagenarbeiterInnen stehen im Mittelpunkt des Interesses. Dieser Standard entstand 1990 durch die Eigeninitiative einiger europäischer Supermarktketten und wurde zunächst als privater Standard anerkannt. Mittlerweile handelt es sich um die international häufigste Zertifizierung unverarbeiteter Lebensmittel aus dem Agrarsektor. Derzeit ist das zertifizierende Kontrollorgan eine Nichtregierungsorganisation. Die Implementierung der GlobalGAP-Standards beruht auf freiwilliger Basis. Lebensmittel, die diesen Standard tragen, wurden zudem HACCP-konform produziert. (vgl. GlobalGAP 2012)

Ebenso freiwillig sind die Standards des BRC. Sie dienen der Kontrolle von Hygiene-, Qualitäts- und Sicherheitsvorschriften während der Produktion, der Verpackung, der Lagerung und der Vermarktung von Lebensmitteln. Ursprünglich wurden diese Standards für den Verband britischer Einzelhandelsunternehmen entwickelt. Heute sind die Standards dieses Konsortiums international anerkannt und in weltweiter Verwendung. (vgl. BRC 2012) Die Standards des MRL, der von der Codex Alimentarius adaptiert ist, legen maximale Gehaltsangaben für Rückstände von Pestiziden und weiteren Chemikalien in Lebensmitteln fest, die nicht überschritten werden dürfen. (vgl. Codex Alimentarius 2012b) Im Hinblick auf die Relevanz für den Obstsektor darf das Komitee COLEACP in dieser Auflistung nicht vergessen werden. Das COLEACP Programm arbeitet mit Standards der Codex Alimentarius, GlobalGAP und SPS, welche den Exporteintritt in die EU ermöglichen. Dieses Komitee ermöglicht Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus AKP-Staaten

nachhaltigen Handel mit Hortikulturprodukten für Absatzmärkte aus der EU zu betreiben. (vgl. COLEACP 2012)

Nach der Auflistung relevanter Standards in globalen WSK von Obstprodukten und frischen Früchten erfolgt nun eine Beschreibung, welchen Einfluss diese Standards explizit für Entwicklungsländer haben können.

3.4.2 Der Einfluss von Standards auf kleine/mittlere Unternehmen und Kleinbäuerinnen/Kleinbauern

Die Integration von Akteuren wie KMU, Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus Entwicklungsländern in globale, lokale und regionale WSK ist maßgeblich von den Eintrittsanforderungen dieser WSK abhängig. Verpflichtende, freiwillige, private oder öffentliche Standards sorgen häufig für die Ausgrenzung bereits marginalisierter Gruppen in WSK. Häufig sind finanzielle Engpässe, fehlende Technologien, geringe Produktionskapazitäten, mangelndes Know-how oder fehlende Verbindungen zu Absatzmärkten Gründe, weshalb die Einhaltung von Standards nicht gelingt und eine Zertifizierung ausbleibt.

Die Standardsetzung im Obst- und obstverarbeitenden Sektor unterscheidet sich einerseits hinsichtlich der Territorialität von WSK und andererseits hinsichtlich ihrer inneren Koordination. Standards für lokale und regionale WSK sind beispielsweise mit weniger stringenten Forderungen und Kosten und deshalb mit geringeren Eintrittsbarrieren verbunden als Standards für globale WSK. (vgl. Ponte 2011: 130) Für Akteure aus Entwicklungsländern mit niedrigen Einnahmen sind deshalb lokale und regionale WSK bevorzugte Operationsstandorte. Hinsichtlich der Koordination von WSK gibt es die von Gereffi, Humphrey und Sturgeon definierten fünf – marktbasiert, modular, beziehungsbasiert, gebunden, hierarchisch – WSK-Typen. Wertschöpfungsaufwertende Prozesse hierarchischer WSK finden selten auf den unteren Positionen einer WSK statt, auf denen Akteure aus Entwicklungsländern operieren. Die Implementierung von Standards, die für Verarbeitungsprozesse und den Export vorgesehen sind, fällt dabei in die Hände von kapitalstarken Akteuren. (vgl. Fox/Vorley 2007: 170) Dieser Koordination bedienen sich häufig Supermarktketten, die Produktions- und Verarbeitungsanlagen auslagern, verschiedene Akteure entlang ihrer Kette vertikal und horizontal integrieren und diese nach eigenen Standards produzieren lassen. Marktbasierte WSK bestehen aus einer Reihe von Akteuren, die weniger streng miteinander verbunden sind. Die Steuerung wird nicht von einer Lead Firm übernommen, diese kauft lediglich ein Produkt eines Akteurs innerhalb der Kette, ohne in den Produkti-

onsprozess einzugreifen. Das ermöglicht bis zu einem gewissen Maß Selbstbestimmung bei der Preisgestaltung. Diese Strukturierung erfordert allerdings Vertrauen seitens der Lead Firm.

Obwohl Standards für den Eintritt in globale WSK gerade für Akteure aus Entwicklungsländern große Barrieren darstellen, darf nicht vergessen werden, auch auf dessen Vorteile hinzuweisen. Es zeigt sich unter anderem, dass pro-aktives Verhalten in der Implementierung von Standards mit komparativen Vorteilen verbunden ist. Eine Implementierung bereits vor Aufnahme obligatorischer Standards in die nationale Gesetzgebung erweist sich für viele Akteure als Sprungbrett in globale WSK. (vgl. Froberg/Grote/Winter 2006: 14) Nach bestehender Integration in eine WSK dienen Standards als Barrieren, um Konkurrenzbetrieben den Eintritt zu erschweren. Die Implementierung freiwilliger, privater Standards bietet zudem Chancen, Marktzugang zu globalen, regionalen und lokalen WSK zu erhalten. Diese kommen vor allem in Nischenmärkten zum Tragen. Freiwillige, private Standards sind unter anderem Standards sozialer und ökologischer Produktionsmethoden. Diese Formen von Standards werden im nächsten Kapitel detailliert abgehandelt, da sie innerhalb dieser Arbeit einen besonderen Stellenwert einnehmen.

3.5 Verantwortungsvoller Handel – Responsible Trade

Verantwortungsvoller Handel setzt sich aus drei Säulen zusammen: fairen, ethischen und grünen Handel. Die Etablierung der Standards für fairen und ethischen Handel – auch als sozialer Handel bezeichnet – fand durch verschiedene private Akteure sowie auf internationaler Ebene durch die Standardisierungsorganisation ISO statt. Die für eine Zertifizierung notwendigen Normen werden in der ISO 26000 abgedeckt. (vgl. UNIDO 2006: 44ff.) Die dritte Säule, der grüne Handel, verfolgt ökologisch nachhaltige Ziele. Im Zuge dieser Arbeit wird er als „ökologischer Handel“ bezeichnet, da dieser Begriff im Sprachgebrauch geläufiger ist. Im Laufe der letzten zwei Jahrzehnte sind eine Reihe verschiedener sozialer und ökologischer Standards entstanden. Diese werden entweder privat umgesetzt oder sind in die nationale Gesetzgebung eingebunden. Eine Gemeinsamkeit auf der soziale und ökologische Standards basieren, ist die Freiwilligkeit. Die Popularität sozial und ökologisch nachhaltiger Produkte ist in den letzten Jahren vor allem in Industrie- und Schwellenländern gewachsen und wird von KonsumentInnen immer stärker nachgefragt. (vgl. FAIRTRADE Österreich 2011; Humphrey/Henson 2008: 15) Bevor nun der Einfluss so-

zialer und ökologischer Standards auf globale WSK behandelt wird, gilt es zunächst einen genaueren Einblick in die einzelnen Säulen des verantwortungsvollen Handels zu geben.

3.5.1 Fairer Handel

Das Konzept des fairen Handels strebt gleiche Handelsbedingungen zwischen KleinproduzentInnen (Kleinbäuerinnen und -bauern) und ArbeiterInnen an und bezieht sich auf die Prinzipien der fairen Handelsbewegung. Die EFTA definiert fairen Handel wie folgt:

„Fair trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South. Fair trade organizations (backed by consumers) are engaged actively in supporting producers, awareness raising and in campaigning for changes in the rules and practice of conventional international trade.” (EFTA 2009)

Die Idee fairer Handelsbewegungen entstand vor einigen Jahrzehnten in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Vorreiter dieser Bewegung war der Holländer Max Havelaar, der als Gründervater des Marketingkonzepts „Fairtrade“ gilt, dem bekanntesten fairen Label. (vgl. Barrientos/Dolan 2007: 8ff.) Dieses Label wird von der privaten Vereinigung FLO International getragen. Die FLO wurde 1997 gegründet und dient der Entwicklung und Harmonisierung von Standards. Sie arbeitet nach eigenen Normen, gestützt auf Richtlinien der ISEAL Alliance. FLO Standards gelten durch die ISO 65 Akkreditierung als international anerkannt. (vgl. FAIRTRADE International 2012) Die Kontrolle über die Einhaltung der Standards und die Zertifikatvergabe werden von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle durchgeführt. Im Falle von Fairtrade übernimmt diese Aufgabe FLO-Cert. (ebd.)

Zusammengefasst dient die Kennzeichnung eines Produktes aus fairem Handel basierend auf FLO-Standards, der Sicherstellung, dass KleinproduzentInnen und ArbeiterInnen gehandelter Waren einen fairen Preis für das Produkt erhalten, dass Prämien für Gemeinschaftsprojekte ausbezahlt und wesentliche soziale und ökologische Standards während der Produktion eingehalten werden. (ebd.) Neben FLO und EFTA sind IFAT und WFTO zwei weitere Begriffe, die im sozial nachhaltigen Handel häufig erwähnt werden. IFAT ist eine Dachorganisation, die die Koordination verschiedener fairer Handelsorganisationen aus aller Welt vereint. Die drei übergreifenden Vereinsziele sind Marktentwicklung, Vertrauensbildung und Fürsprache für fairen Handel in Konsumentenländern. (vgl. UNIDO 2006: 19) Die WFTO ist das globale Repräsentationsorgan aller im fairen Handel involvierten

Akteure – von ProduzentInnen bis zu KonsumentInnen. (vgl. WFTO 2012) Als Standardsetzungsbehörde für soziale, ethische und ökologische Handelsinitiativen ist ISEAL entstanden. Die FLO sowie auch die im Abschnitt ökologischer Handelsinitiativen thematisierte IFOAM sind Mitglieder dieser Allianz. (vgl. FAIRTRADE International 2012; UNIDO 2006: 45)

3.5.2 Ethischer Handel

Ethischer Handel stellt die Einhaltung bestimmter Codes für Arbeitspraktiken und freiwilliger Initiativen sicher. Die Verbesserung von Beschäftigungsbedingungen und die Einhaltung von Arbeitsstandards stehen dabei im Vordergrund. Die britische ETI definiert ethischen Handel folgendermaßen:

“In the context of ethical trading a code of labour practice is a set of standards concerning labour practices adopted by a company and meant to apply internationally and, in particular, to the labour practices of its suppliers and subcontractors.” (ETI 2010)

Ethischer Handel ist vor allem im Industriesektor, insbesondere in Verarbeitungsanlagen, von großer Relevanz. Im Obstsektor findet man ethischen Handel in der Plantagenwirtschaft oder dem Vertragsanbau, denn in diesen Fällen stellen die ProduzentInnen ihre Arbeitskraft zu Verfügung. Für unabhängig wirtschaftende Kleinbäuerinnen und –bauern, die in keinem Arbeitsverhältnis stehen, ist ethischer Handel weniger bedeutend.

3.5.3 Ökologischer Handel

Die dritte alternative Handelsform des verantwortungsvollen Handels setzt Maßnahmen für die schonende Umweltnutzung entlang diverser Produktionsprozesse. Ökologischer Handel kann verschiedene Ausprägungen annehmen. Dazu zählen biologische/organische⁷ Landwirtschaft und nachhaltige Forstwirtschaft, die sich nach den Normen der ISO 14001 richten. (vgl. Forstater/MacGillivray/Raynard 2006: 21ff.) Für den Eintritt in ökologisch nachhaltige WSK bedarf es der Implementierung dieser Standards. Die IFOAM gilt als Dachorganisation aller im Bereich biologischer Landwirtschaft operierenden Organisationen in

⁷Der Begriff „biologische Landwirtschaft“ steht innerhalb dieser Arbeit nicht für die Bezeichnung einer einheitlichen landwirtschaftlichen Anbauweise. Vielmehr umfasst sie alle Formen der Landwirtschaft, welche chemischen und technologischen Einsatz von Agrar-Inputs ganz oder weitgehend zurückweist. Biologische Landwirtschaft wird daher als besonders naturnahe Form der Landwirtschaft verstanden. Häufig verwendete Synonyme sind „ökologischer Landbau“ und „organischer Landbau“. (vgl. Schulte/Käppeli 1997) Innerhalb dieser Arbeit wird zwischen den Bezeichnungen „biologisch“, „ökologisch“ und „organisch“ abgewechselt, ohne eine inhaltliche Veränderung vorzunehmen.

den verschiedensten Ländern der Welt. Sie besteht seit 1972 und definiert ökologische Landwirtschaft wie folgt:

Organic agriculture is a production system that sustains the health of soils, ecosystems and people. It relies on ecological processes, biodiversity and cycles adapted to local conditions, rather than the use of inputs with adverse effects. Organic agriculture combines tradition, innovation and science to benefit the shared environment and promote fair relationships and a good quality of life for all involved. (IFOAM 2009)

Die IFOAM versteht sich selbst als globale Trägerorganisation, deren Mission es ist, die biologische Bewegung möglichst weit hinauszutragen. (ebd.) Die EU und die USA fördern zudem die Bewegung eines harmonischen biologischen Standards, denn derzeit gibt es auf verschiedensten Ebenen (institutionell, national, international, privat etc.) eine unübersichtliche Palette an Standards, die jeweils nur in wenigen Märkten gültig sind. International anerkannt sind die Umweltnormen der ISO 14000. (vgl. ISO 2009)

In den 1970er Jahren als Randphänomen entstanden, zeigt sich innerhalb der Bio-Bewegung ein stetiger Aufwärtstrend des Marktanteils. Laut IFOAM wird der globale Marktwert für biologische Lebensmittel und Getränke auf USD 50 Mrd. geschätzt. Zwischen 2000 und 2007 betrug das Wachstum in manchen Ländern 10 bis 20 %. (vgl. IFOAM 2009) Die KonsumentInnen biologischer Lebensmittel befinden sich vor allem in Europa und den USA, wobei auch Emerging Markets bedeutende Zuwachszahlen aufweisen. Während 97 % der Einnahmen aus dem Bio-Geschäft in den OECD Ländern verbleiben, liegt der Ursprung 80 % dieser Produkte in Entwicklungsländern. (vgl. FiBL/IFOAM 2012) Auch ökologischer Handel aus Ländern des Südens in den Norden lässt die Tendenz erkennen, größtenteils unverarbeitete Agrargüter zu exportieren.

Die Komplexität aktueller WSK im Lebensmittelsektor lässt wenige Möglichkeiten für vertrauensbasierte Beziehungen zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen zu. KonsumentInnen zahlen für fair gehandelte und biologische produzierte Ware einen höheren Preis, fordern dafür aber die Einhaltung der ausgewiesenen Qualitäts- und Produktionsstandards. Die Erfüllung der Standards wird mit Zertifikaten bestätigt, welche auf den Produkten in Form von Labels und Siegeln angebracht werden.

3.5.4 Verantwortungsvoller Handel und sein Einfluss auf Akteure in Entwicklungsländern

Standards, welche für sozial und ökologisch nachhaltigen Handel entwickelt wurden, sind entweder freiwillig und privat oder freiwillig und öffentlich, wenn sie in die nationale Gesetzgebung eines Landes integriert werden. Aus dem vorigen Kapitel ging hervor, dass Standards im Wesentlichen zwei Hauptaufgaben übernehmen: Sie dienen zum einen Supermarktketten, zum anderen aber auch den einzelnen KonsumentInnen sowohl als Garantie für Lebensmittelsicherheit als auch als Produktdifferenzierung. Auszeichnungen mit sozialen und ökologischen Zertifikaten dienen ausschließlich der Produktdifferenzierung. (vgl. Humphrey/Henson 2008: 15)

Aus entwicklungspolitischer Perspektive wird verantwortungsvollem Handel besondere Relevanz zugesprochen, da man trotz seines Nischencharakters hofft, dass dieser zur Armutsreduktion, zum Schutz der Umwelt sowie zum wirtschaftlichen Wachstum beiträgt. (vgl. Fox/Vorley 2007: 173) Standardisierungsprozesse haben dabei entscheidenden Einfluss auf die Akteure entlang einer sozial und ökologisch nachhaltigen WSK. Diese Einflüsse können sowohl positiv als auch negativ sein und werden nun erörtert.

3.5.5 Herausforderungen und Schwierigkeiten

3.5.5.1 Fehlendes Kapital

Ökologische Standards versprechen nicht nur Gesundheit für Natur und Umwelt, sondern auch gesundheitliche Vorteile für in der Landwirtschaft tätige ProduzentInnen. Soziale Standards für fairen und gerechten Handel versichern wiederum Mindestpreise, Prämien für Gemeinschaftsprojekte, soziale Absicherungen und andere Vorzüge. (vgl. FAIRTRADE 2012) Um jedoch von diesen Vorteilen zu profitieren, bedarf es einer Reihe an Finanzierungen: Für die Umstellung konventioneller Betriebe auf ökologisch nachhaltige Betriebe, für den Einstieg in ein neues Geschäftsmodell, für die Bezahlung von Kontrollbesuchen zur Überprüfung der Standards und für die Ausstellung der Zertifikate ist Kapital notwendig. Wird die Integration in eine sozial und ökologisch nachhaltige WSK angestrebt, ist eine Zertifizierung Voraussetzung. Die genannten Kosten sind daher unumgänglich. Aus diesem Grund haben ökologische und soziale Standards oftmals einen „bitteren Beigeschmack“; sie scheinen die Integration kapitalschwacher Akteure – und dazu gehören vor allem Akteure aus Entwicklungsländern – in sozial und ökologisch nachhaltige WSK

zu erschweren oder überhaupt gänzlich zu verhindern. Neben finanziellen Engpässen für Zertifizierung und Technologie können mangelndes Know-how und ungenügende institutionelle Rahmenbedingungen für ein Scheitern der Implementierung dieser Standards verantwortlich sein. (vgl. UNIDO 2006: 43ff.)

Im Laufe der letzten Jahrzehnte wurde für biologische und faire Produkte eine Reihe von Zertifikaten entwickelt. Im Bereich sozialer Handelsstandards gibt es einerseits international und national anerkannte, andererseits aber auch private Standards und dazugehörige Zertifikate. Ein ähnliches Szenario ergibt sich für Produkte aus ökologischer Erzeugung. Die Standorte der Zertifizierungsbehörden sozialer und ökologischer Standards lassen ein geografisches Gefälle erkennen, welches jenem zwischen Produktion und Konsum sehr ähnlich ist. Während sich die meisten KonsumentInnen in Ländern der EU und in den USA befinden, wird ein Großteil der biologischen und fair gehandelten Produkte in Entwicklungsländern erzeugt. (vgl. FiBL/IFOAM 2012) Dies hat erheblichen Einfluss auf die Kosten der Serviceleistungen, die sich in keiner Weise an das Einkommensniveau der Erzeugerländer orientieren. Die anhaltende Kritik richtet sich aber nicht nur gegen die hohen Kosten, sondern auch gegen die große Anzahl unterschiedlicher Standards: Für beinahe jeden Exportmarkt müssen neue Zertifizierungen erworben werden. Nur einige wenige Zertifizierungsbehörden haben dieses Problem erkannt und bieten Lösungsvorschläge. Als Exempel dient hier die unabhängige Zertifizierungsagentur FLO-Cert. Diese bietet finanzielle Unterstützung in Form von Fonds oder Darlehen für Kooperativen von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern. (vgl. FAIRTRADE International 2011)

3.5.5.2 Verantwortungsvoller Handel als Nischenmarkt

Eine weitere Herausforderung ergibt sich durch den Nischencharakter des Marktes für sozial gehandelte und ökologisch nachhaltige Produkte. Obwohl die Verkaufszahlen von Produkten aus verantwortungsvollem Handel seit Jahren einen Aufwärtstrend verzeichnen, ist diese Handelsform bislang ein Randphänomen, welches nur eine limitierte Anzahl von Akteuren entlang globaler WSK aufnehmen kann. Außerdem ist anzumerken, dass in Entwicklungsländern Produkte aus verantwortungsvollem Handel fast gänzlich exportiert werden. In lokalen und regionalen WSK dieser Länder sind Produkte aus sozial oder ökologisch nachhaltigem Handel sehr minimal präsent. (vgl. UNIDO 2006: 59)

3.5.5.3 Nischenmarkt versus Wachstumsboom

Im Gegensatz zum erwähnten derzeitigen Nischencharakter des verantwortungsvollen Handels besteht ein herausfordernder Trend in der wachsenden Nachfrage nach Produkten aus sozialer und ökologischer Produktion in Supermärkten. Während zu Beginn der Jahrtausendwende vor allem in Weltläden und Reformhäusern Produkte aus sozial und ökologisch nachhaltigem Handel zu erwerben waren, greifen derzeit führende Lebensmittelkonzerne diesen Trend auf und passen einen Teil ihres Sortiments der Nachfrage an fair gehandelten und ökologisch erzeugten Produkten an. Diese Tendenz führt zunehmend dazu, dass viele Konzerne ihre eigenen sozialen und ökologischen Standards entwickeln. Diese entsprechen selten den Voraussetzungen und Bedingungen, wie sie von FLO oder anderen Nichtregierungsorganisationen, Vereinen und Institutionen, welche sich für faire Handelsbedingungen einsetzen, verlangt werden. (vgl. Barrientos/Dolan 2006: 16ff.)

Im Hinblick auf die Bewusstseinsbildung und Öffentlichkeitsarbeit ist das Bemühen, soziale Standards einer breiten Konsumentengruppe zugänglich zu machen, positiv zu bewerten. Der Einzug von Produkten aus sozialem und ökologischem Handel in die Supermärkte bringt einerseits den Vorteil der Produktzugänglichkeit für die Mehrheitsgesellschaft, birgt aber ebenso die Gefahr einer Auflockerung der festgelegten Standards und Regulierungen. (ebd.) Trotz dieser neuen Entwicklung und der steigenden Präsenz in Supermärkten sind Produkte, die sich an sozialen und ökologischen Standards orientieren, nach wie vor ein Randphänomen. (vgl. UNIDO 2006)

Ob große Konzern- und Handelsketten die Idee des fairen und ökologischen Handels aufgrund humanistischer, umweltverträglicher Überzeugung aufgreifen oder ob kommerzielle Interessen darin verborgen liegen, ist eine moralische Frage, die für das Ziel der vorliegenden Arbeit nicht berücksichtigt werden kann. ExpertInnen warnen allerdings davor, dass plötzliche Nachfragesteigerungen ein Überangebot an fairen und organischen Waren entstehen lassen wird und damit eine Preisspirale nach unten in Gang gesetzt wird. (vgl. Barrientos/Dolan 2007: 19ff.)

3.5.6 Vorteile und Chancen

3.5.6.1 Prämien und bessere Preise

Die Veränderung von Produkten aus fairer und ökologischer Produktion führt – verglichen mit konventionellen Produkten – zu einer Erhöhung der Produktqualität.

(Klein)ProduzentInnen dieser Qualitätsprodukte erhalten durch den entstehenden Mehraufwand in vielen Fällen bessere Preise und/oder Prämien Gelder. (vgl. KIT 2006: 29)

3.5.6.2 Steigende Nachfrage

Seit der Jahrtausendwende ist ein Aufwärtstrend in der Popularität fairer und biologisch produzierter Güter und Dienstleistungen zu verzeichnen. Initiativen des verantwortungsvollen Handels sind meist in käufergesteuerten WSK zu finden, in denen Konsumartikel produziert werden. Obwohl die Verkaufszahlen im Vergleich zum konventionellen Handel gering sind, befinden sie sich in Industrie- und Schwellenländern, aber in geringem Ausmaß auch in Entwicklungsländern, im Aufwärtstrend. Vor allem in der wachsenden Mittelschicht vieler Entwicklungsländer ist dieser Trend zu verzeichnen. (vgl. FAIRTRADE Deutschland 2011; FiBL/IFOAM 2012; ITC 2010)

3.5.6.3 Marktzugang

Da es sich bei Produkten aus verantwortungsvollem Handel um einen Nischenmarkt handelt und sowohl Organisation als auch zeitliche und finanzielle Investitionen sehr anspruchsvoll sind, bleibt der Marktzugang häufig spezialisierten Akteuren vorbehalten. Es ist anzunehmen, dass hohe Investitionen für Schulungen, Trainings und Workshops zur Vermittlung von Know-how, die in der biologischen Landwirtschaft üblichen, spät einlangenden Renditen sowie auch der organisatorische Aufwand, den sozial gerechte Produktionsweisen mit sich bringen, die Gefahr eines plötzlichen Eintritts von Supermarktketten und anderen „Global Players“ der Lebensmittelindustrie in diese Nische gering halten. Dieser von Großkonzernen nicht okkupierte Tätigkeitsbereich des Lebensmittelsektors bietet deshalb Marktzugang für kleinere Akteure, die über mehr Flexibilität und Wendigkeit verfügen. Laut Ponte sind diese Voraussetzungen entscheidend, um Eingang zu Nischenmärkten zu erhalten. (vgl. Ponte 2011:131) Obwohl Nischenmärkte für kleine Akteure optimale Einstiegskriterien aufweisen, kann der Eintritt erst dann erfolgen, wenn der Zugang zu Kapital gesichert ist. Dies stellt derzeit für kleine Akteure die größte Herausforderung dar.

3.5.7 Kompetenzen des verantwortungsvollen Handels

Die meisten Daten, die zu fairen und ökologisch nachhaltigen Produkten vorliegen, beziehen sich auf aktuelle Absatzmärkte, Zukunftsaussichten, Umsätze, die Anzahl weltweiter

ProduzentInnen des ökologischen und fairen Handels, zertifizierte Anbauflächen etc. Laut FiBL und IFOAM waren 2010 1,6 Mio. Menschen im biologischen Landbau beschäftigt. (vgl. FiBL/IFOAM 2012) Im Fairtrade-System waren 2011 1,2 Mio. ProduzentInnen involviert. (vgl. FAIRTRADE International 2012: 10) Die Schwierigkeit eines Überblicks über die gesamte weltweite soziale und ökologisch nachhaltige Produktion ergibt sich dadurch, dass Standardsetzungs- und Zertifizierungsorgane zwar über Daten der eigenen Mitglieder verfügen, jedoch selten darüber hinaus. Um aufzuzeigen, wie viele ProduzentInnen insgesamt im sozial und ökologisch nachhaltigen Handel tätig sind, müssen diese Daten zusammengetragen werden. Aufgrund der Vielzahl an verschiedenen nationalen, internationalen und privaten Standards im ökologischen und fairen Handel ist diese Datenermittlung äußerst schwierig. Es ist daher kaum möglich, direkte und indirekte Einflüsse von ökologisch und sozial nachhaltigen Handelsinitiativen ausfindig zu machen. (vgl. Tallontire 2007: 43)

Während die Vorteile für die Natur und den Schutz der Umwelt, die sich durch ökologische Anbaumethoden ergeben, auf der Hand liegen und auch durch Labortests bestätigt werden können, sind die Einflüsse, die sich für ProduzentInnen ergeben weniger offensichtlich. Humanistische und umweltverträgliche Vorgangsweisen verantwortungsvoller Handelsinitiativen verleiten dazu, konventionellen Handel abzuwerten. Es ist anzunehmen, dass die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards zu Verbesserungen der Lebensbedingungen von ProduzentInnen und zu Umweltschutz führt, jedoch ist das zum derzeitigen Stand der Forschung nicht eindeutig nachweisbar. (vgl. Nelson/Pound 2009: 35ff.) Während eine Korrelation von einzelnen Studien nachgewiesen wurde, konnte bislang keine Kausalität belegt werden.

In vielen wissenschaftlichen Arbeiten werden die Funktionsweise und der Einflussrahmen, die ökologische Produktionsmethoden auf die Umwelt und faire Handelsbedingungen auf die ProduzentInnen haben, thematisiert. In der vorliegenden Arbeit wird versucht, die Wirkungsweisen oder Einflussmöglichkeiten verantwortungsvollen Handels zugunsten von Kleinbäuerinnen und -bauern und KMU in globalen, lokalen und regionalen WSK in Beziehung zu setzen und in diesem Zusammenhang Potenziale für Aufwertungsstrategien und Wertschöpfungssteigerungen herauszuarbeiten. Aus diesem Grund folgt im nächsten Kapitel die Charakterisierung der für diese Arbeit wichtigen Akteure.

3.6 Vorstellung der zentralen Akteure

3.6.1 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern

Afrikanische Kleinbäuerinnen und -bauern betreiben größtenteils subsistenzielle Landwirtschaft. „Subsistenz“ bedeutet, dass die Produktion von Agrargütern für den eigenen Verbrauch bestimmt ist und ausschließlich Überschüsse durch ihren Verkauf Einkommen schaffen. Für subsaharische Bäuerinnen und Bauern stellt dies die zentrale Wirtschaftsform dar. Sie charakterisiert sich vor allem durch niedrige Produktivität und die Bewirtschaftung kleiner Flächen, wobei Unterschiede in der Definition „kleinflächig“ auftreten. Während die Weltbank bewirtschaftete Flächen unter zwei Hektar als „kleinflächig“ beschreibt (vgl. Nagayets 2005: 1), definieren andere Akteure Flächen zwischen 0,1 und 4 ha als „klein“. (vgl. Chongtam/Neergard/Pillot 2010: 25)

Die geringe Produktivität, die für Subsistenzwirtschaft charakteristisch ist, hat einerseits Auswirkungen auf die eigene Nahrungsmittelversorgung und ist andererseits mit dem Ausbleiben gewinnbringender, vermarktbarer Überschüsse verbunden. Sie kann sowohl auf geringe Anbauflächen als auch auf eingeschränkten Zugang zu modernen landwirtschaftlichen Technologien und Kapital zurückzuführen sein. Jene Überschüsse, die schließlich vermarktet werden, sind häufig von erschwertem Marktzugang betroffen. Dieser ergibt sich unter anderem durch schlechte Infrastruktur, fehlende Informationen zu Absatzmärkten und hohem Konkurrenzdruck. (vgl. Nwanze 2011: 17) Um die Marginalisierung von Kleinbäuerinnen und -bauern zu reduzieren, bedarf es zuallererst einer strukturellen Transformation von Subsistenzwirtschaft zu einer kommerziellen Wirtschaftsweise:

“Structural transformation involves a reorientation of the economy away from subsistence-oriented, household-level production and household-based agro-industry towards an integrated economy based on greater specialization, exchange and capturing of economies of scale.“ (Staat 2011: 69 nach Reynolds 1985)

Die Transformation von subsistenzieller zu kommerzieller Produktion benötigt laut Staat fünf Voraussetzungen: (1) institutionelle und infrastrukturelle Rahmenbedingungen, (2) verbesserter Zugang zu Technologien, (3) Förderung der horizontalen sowie der vertikalen Koordination, (4) Zugang zu Absatzmärkten und Finanzen und (5) die Fähigkeit, landwirtschaftliches Management zu betreiben. Im Wesentlichen ist die Umsetzung aller fünf Teilbereiche notwendig, um eine nahtlose, strukturelle Transformation durchzuführen.

Gelingt die Implementierung aller fünf Teilbereiche nicht, können sich diese fünf Sprungbretter zu erhöhter Wertschöpfung, als kaum überwindbare Barrieren erweisen. (vgl. Staatz 2011: 71ff.) Wie die Komplexität dieser Punkte erraten lässt, fällt eine zeitgleiche Implementierung aller Bereiche äußerst schwer. Für viele Akteure aus Entwicklungsländern und auch entwicklungspolitischen Organen, zeigt sich die Umsetzung aller fünf Teilbereiche, ohne dadurch andere Akteure in Mitleidenschaft zu ziehen oder zu vernachlässigen, als schwierig. Häufig wird der Fokus auf ein einziges Segment gelegt. Diese Einseitigkeit führt anschließend zu erhöhter Ungleichheit und zieht meist neue Verteilungsschwierigkeiten nach sich. Aufgrund dieser Hindernisse bleibt vielen Kleinbäuerinnen und -bauern der Zugang zu globalen, aber auch lokalen und regionalen WSK langfristig verwehrt. Erst, wenn die Kommerzialisierung vollzogen ist, lassen sich diese Akteure in WSK einordnen. Haben Kleinbäuerinnen und -bauern die Integration in eine WSK schließlich geschafft, befinden sie sich meist an einer marginalisierten Position der Kette.

Armut ist in afrikanischen Ländern ein überwiegend ländliches Phänomen. Etwa 90 % der ländlichen Bevölkerung ist in der Landwirtschaft tätig, meist als Kleinbäuerinnen und -bauern. (vgl. Salami/Kamara/Brixiova 2010: 8) Trotz ihrer weitreichenden Marginalisierung stellen Kleinbäuerinnen und -bauern Subsahara-Afrikas das Rückgrat der afrikanischen Landwirtschaft dar. Sie übernehmen den Großteil der Nahrungsmittelversorgung des Kontinents. (ebd.) Neben dem Anbau von Grundnahrungsmitteln kultivieren viele Kleinbäuerinnen und -bauern Afrikas auch Obst und Gemüse. Überschüsse werden direkt zu vermarkten versucht oder an Zwischenhändler verkauft. Um zusätzliches Einkommen zu generieren, pflanzen viele Kleinbäuerinnen und -bauern neben ihren Grundnahrungsmitteln auch traditionelle Exportgüter wie Baumwolle, Kakao, Kaffee etc.

3.6.2 Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

KMU, die in Agro-Processing von Lebensmitteln tätig sind, erhalten die für die Verarbeitung notwendigen Agrarrohstoffe in vielen Fällen von Kleinbäuerinnen und -bauern. Im Allgemeinen übernehmen KMU eine Reihe unterschiedlicher Tätigkeiten, wie beispielsweise Verarbeitung, Lagerung, Verpackung, Transport, Export und auch das Marketing der erzeugten Produkte.

Diese Unternehmen weisen unterschiedlichste Größenordnungen auf: Die genaue Definition bezüglich der Anzahl an ArbeiterInnen und Angestellten ist in vielen Ländern unterschiedlich. (vgl. OECD 2005: 17) Eine gebräuchliche Definition geht von 50 Arbeitneh-

merInnen bei kleinen Unternehmen aus. Von mittleren Unternehmen spricht man dann, wenn die Beschäftigtenzahl bei rund 250 Personen liegt. (vgl. Dalberg 2011: 6) Neben Kleinbäuerinnen und -bauern tragen auch KMU zur Armutsreduktion von Entwicklungsländern bei. Im Folgenden soll nun erläutert werden, wie sie dadurch in das Zentrum von Aufwertungsprozessen entlang von WSK rücken.

3.6.2.1 Die (sozio)ökonomische Bedeutung von KMU

Die Wichtigkeit des industriellen Sektors für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes wurde bereits erläutert. Mit dem dargelegten Beispiel der Obst- und Gemüse-WSK von Kenia nach Großbritannien soll gezeigt werden, dass große Unternehmen und Exporteure dazu tendieren, Kleinbäuerinnen und -bauern aus diesen Prozessen auszuschließen. Aus einem Bericht des DfID geht aber hervor, dass die ländliche Armutsreduktion dann größer ist, wenn KMU anstelle von Großunternehmen entlang einer WSK eingegliedert sind, da dieser Prozess mit zahlreichen Verkettungseffekten für die lokale ländliche Wirtschaft einhergeht. Der Grund dafür ist unter anderem die Neigung von KMU, lokale Ressourcen als Investitionsgrundlage zu verwenden. (vgl. DfID 2005: 9)

Eine Studie von Beck zeigt, dass die relative Größe des KMU-Sektors in einer positiven Beziehung zum wirtschaftlichen Wachstum eines Landes steht. (vgl. Beck 2005: 2) Weiters ist in vielen Volkswirtschaften der Großteil der erwerbstätigen Bevölkerung in KMU beschäftigt. In Ländern mit hoher Einkommensstruktur bietet dieser Sektor Raum für zwei Drittel aller Arbeitsplätze. (vgl. OECD 2005) Es wird zudem angenommen, dass KMU etwa 50 % des globalen BIP erwirtschaften und dabei für etwa 60 % der Beschäftigten Arbeitsplätze schaffen. (vgl. UNIDO 2006: 12)

Die Rolle von KMU variiert allerdings innerhalb der unterschiedlichen Volkswirtschaften. In Entwicklungsländern agieren KMU meist in Nischenmärkten. Der Eintritt in Nischenmärkte erfordert Flexibilität, die Einhaltung hoher Qualitätskriterien, Kreativität, Innovation und ein gewisses Maß an Schnelligkeit. (vgl. SNV 2007: 2f.) Dabei handelt es sich um Eigenschaften, welche auf KMU häufiger zutreffen, als auf starre Konzernriesen. Aus einem UNIDO-Bericht aus dem Jahr 2006 geht zudem hervor, dass KMU in Entwicklungsländern armutsreduzierende Einflüsse zugesprochen werden. (vgl. UNIDO 2006) Vor allem entwicklungspolitische Akteure versuchen, auf die Wichtigkeit von KMU aufmerksam zu machen und auf ihre Förderungswürdigkeit hinzuweisen. Häufig agieren sie in arbeitsintensiven Sektoren, in denen armutsgefährdete Bevölkerungsgruppen mit gerin-

ger Bildung Beschäftigung finden. (vgl. SNV 2007: 3) Außerdem bilden sie das Fundament des privaten Unternehmertums mit Arbeitsplätzen für den Mittelstand, der in den meisten Entwicklungsländern eher stiefmütterlich behandelt wird. (vgl. OEZA 2008: 42) Auffallend ist auch die Vorreiterrolle der KMU auf lokalen Märkten, denn obwohl sie etwa die Hälfte des weltweiten BIP erwirtschaften, generieren sie nur etwa 30 % aller Exporte. (vgl. UNIDO 2006)

Gleichzeitig soll auf Ergebnisse unterschiedlicher Studien hingewiesen werden, aus denen hervorgeht, dass es zwar eine Korrelation, aber keinen kausalen Zusammenhang, zwischen dem Wachstum des KMU-Sektors eines Landes und einer damit verbundenen Armutsreduktion gibt. (vgl. Beck/Demirgüç-Kund/Levine 2003)

3.6.2.2 Problemlagen und Herausforderungen

Eine der zentralen und globalen Probleme vieler KMU ergibt sich durch erschwerten Marktzugang. Aus einem weiteren Bericht der UNIDO ist zu entnehmen, dass der Eintritt in globale, regionale und lokale WSK vielen KMU aufgrund zahlreicher Barrieren unterschiedlichsten Ursprungs verwehrt bleibt. Häufig sind schlechtes Geschäftsklima und mangelhafte Infrastruktur, politische Instabilität, Korruption, intransparente Regulierungen, hohe Steuern, Subventionen, Inflation und Wettbewerb, schlechte Wechselkursraten, Abgeschiedenheit von Export- und Importmöglichkeiten, erschwerter Zugriff auf Kapital, Mangel an gut ausgebildeten Arbeitskräften etc. Gründe für den erschwerten Zugang zahlreicher KMU zu WSK. (vgl. UNIDO 2006: 51ff.)

Obwohl der positive Zusammenhang zwischen einem blühenden KMU-Sektor, der Armutsreduktion und des Wirtschaftswachstums hinsichtlich seiner Kausalität, in den ausgewiesenen Studien nicht bestätigt werden konnte, ist dennoch auf die positive Korrelation zu verweisen. Der Ausschluss eines negativen Zusammenhanges gilt für diese Studie als ausreichend, um KMU weiterhin als wichtige Akteure des Unternehmertums innerhalb von Entwicklungsländern anzuerkennen. Es muss in diesem Zusammenhang jedoch darauf hingewiesen werden, dass die gewählte Fokussierung in dieser Arbeit, die Bedeutung anderer Formen des Unternehmertums, wie Großbetriebe, nicht in ein negatives Licht rücken oder gar eine Bewertung vornehmen möchte.

3.7 Entwicklungsstrategien für Kleinbäuerinnen/Kleinbauern und kleine/mittlere Unternehmen entlang globaler WSK

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit Entwicklungsstrategien für Kleinbäuerinnen/Kleinbauern und KMU, um die Wertschöpfung entlang einer Obst-WSK zu erhöhen. Es ist darauf aufmerksam zu machen, dass es sich bei der Auswahl vorgestellter Möglichkeiten nur um einen kleinen Auszug vorhandener Strategien handelt. Es besteht daher kein Anspruch auf Vollständigkeit.

3.7.1 Upgrading in einer WSK für Obstprodukte

Die bereits angesprochenen Upgrading-Varianten für WSK (nach Gereffi) sollen im nächsten Schritt nun explizit auf die WSK im Obstsektor – das eigentliche Forschungsfeld dieser Arbeit – angewandt werden. Dabei wird vornehmlich auf Ergebnisse des Royal Tropical Institute (KIT) zurückgegriffen, welche im Rahmen eines intensiven Workshops zum Empowerment⁸ für Kleinbäuerinnen und -bauern 2006 in Moshi (Tansania) erarbeitet wurden. Die erhobenen Daten wurden in der Broschüre „Chain Empowerment – Supporting African farmers to develop markets“ verewigt und der Allgemeinheit zugänglich gemacht. Obwohl die Ergebnisse speziell Kleinbäuerinnen und -bauern ansprechen, lassen sie ebenso Rückschlüsse auf KMU zu.

Prozess-Upgrading beschreibt die Aufwertung des gesamten Produktionsprozesses, indem dieser effizienter gestaltet wird. In vielen Fällen führt das durch die Reduktion von Produktionskosten oder die Steigerung der Ernteerträge zu einer Erhöhung der Produktivität. Im Obstsektor tätige Kleinbäuerinnen und -bauern können beispielsweise durch moderne Technologie, besseres Know-how oder leichteren Zugang zu Krediten, die Produktivität der Obsterzeugung erhöhen.

Bei *Produkt-Upgrading* werden die Charakteristiken des Produktes verändert und damit verbessert. In vielen Fällen erwirkt Produkt-Upgrading zudem eine erhöhte Qualität des Produktes. Kleinbäuerinnen und -bauern können sich auf die Produktion einer bestimmten Fruchtsorte spezialisieren, neue Sorten verwenden oder ihre Bewirtschaftungsform ändern; sie können beispielsweise biologische Landwirtschaft betreiben und sich daran anknüpfend einer Zertifizierung unterziehen.

⁸Das Wort „Empowerment“ ist in entwicklungspolitischen Debatten in aller Munde und wird von unterschiedlichsten Akteuren definiert und beschrieben. In dieser Arbeit wird der Begriff „Empowerment“ stellvertretend für das Wort „Ermächtigung“ verwendet.

Das *funktionelle Upgrading* beinhaltet die Aufnahme neuer Aktivitäten, um die Funktion des Produktes zu verändern. Dies können einfache Aktivitäten sein, wie das Sortieren, Verpacken oder Bündeln, die im Wesentlichen keinen Einfluss auf das Produkt selbst haben. Das können aber auch komplexere Tätigkeiten sein, wie die Verarbeitung zu Produkten mit neuen Eigenschaften, wie etwa längerer Haltbarkeit oder veredelter Geschmack. Frische Obstprodukte können beispielsweise gewaschen, verpackt oder zu Fruchtprodukten mit längerer Haltbarkeit, wie Fruchtsäften, Marmeladen, Trockenfrüchten etc., verarbeitet werden. Diese Tätigkeiten können bei vorhandenem Know-how und entsprechender Technologie von Kleinbäuerinnen und -bauern übernommen werden. Das bereits erwähnte Agro-Processing ist eine Form des funktionellen Upgrading, das vielschichtigere Arbeitsprozesse übernimmt und daher dem industriellen Sektor zugeordnet wird. Auf dieser Ebene werden häufig KMU aktiv.

Chain-Upgrading beinhaltet die Aufnahme einer zusätzlichen WSK. Kleinbäuerinnen und -bauern können neben der Produktion von Obst Viehhaltung betreiben, um die Risiken ihrer unternehmerischen Tätigkeit zu streuen. KMU können neben der Verarbeitung von Früchten zu Trockenfrüchten auch die Produktion von Fruchtsäften/Marmeladen/Weine forcieren, um über eine größere Produktpalette zu verfügen und somit attraktiver auf Absatzmärkte zu wirken.

Ziel ist es, durch die Implementierung einer oder mehrerer Upgrading-Varianten die Verbesserung der Position entlang einer WSK zu erreichen. Eine bessere Position geht in vielen Fällen mit einer Erhöhung der Wertschöpfung einher. Direkte wertsteigernde Wirkung ist vor allem bei Produkt-, funktionellem und Chain-Upgrading spürbar. Prozess-Upgrading führt durch die Steigerung des Ertrages meist eher indirekt zu einem erhöhten Einkommen nicht aber zu einer Steigerung des Wertes. (vgl. KIT 2006: 29ff.)

3.7.2 Wertschöpfungsketten statt Angebotsketten

Eines der zentralen Probleme vieler Kleinbäuerinnen und -bauern in Subsahara-Afrika ist die Schwierigkeit, in WSK integriert zu werden. Viele von ihnen schaffen ausschließlich eine Eingliederung in Angebotsketten. Wertschöpfungsketten und Angebotsketten weisen grundlegend verschiedene Organisationsstrukturen auf. Für beide Kettenformen sind Verknüpfungen zu anderen Akteuren zentral, welche entlang der Kette agieren. (vgl. KIT 2006: 3ff.) Charakteristisch für die Organisationsstruktur einer Angebotskette sind Kurzle-

bigkeit in der Interaktion zwischen Akteuren und Informalität⁹. Wertschöpfungsketten hingegen bestehen – im Idealfall – aus Akteuren, die aktiv versuchen, die anderen TeilnehmerInnen der Kette zu unterstützen, um die Effizienz der WSK zu steigern, langfristige Zusammenarbeit zu ermöglichen und die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. (ebd.: 10) Um das Empowerment von Kleinbäuerinnen und -bauern langfristig und nachhaltig zu verbessern, sind der Ausstieg aus Angebotsketten und der Einstieg in WSK unumgänglich. Diese Integration kann auf zwei Arten realisiert werden und wird im Anschluss erläutert.

3.7.3 Vertikale und horizontale Integrationsstrategien in eine Wertschöpfungskette

Treten KMU, Kleinbäuerinnen und -bauern erfolgreich aus einer Angebotskette aus, so ist der nächste Schritt die Integration in eine WSK, wobei zwei Integrationsrichtungen unterschieden werden: Um KMU, Kleinbäuerinnen und -bauern in eine WSK zu integrieren, wird entweder eine vertikale oder eine horizontale Integration vollzogen. Eine vertikale Integration von Akteuren in eine WSK gelingt durch die Übernahme neuer Aktivitäten und Fertigkeiten, wie Verarbeitung, Sortierung, Transport etc. Die vertikale Eingliederung in eine WSK sagt zudem aus, welche Akteure, welche Aktivitäten innerhalb einer WSK übernehmen. Die horizontale Integration entlang einer WSK gelingt hingegen durch die Einbeziehung der Akteure in organisatorische Tätigkeiten und Managementaufgaben; diese reichen von der Kontrolle, Mitsprache und Koordination der Standards und Preise, über den Einfluss im Bereich Marketing, bis zur Überprüfung von Produktquantität und -qualität. Auch die Aufwertung durch biologische oder sozial verträgliche Standards als Qualitätsmerkmal wird als horizontale Integration verstanden. Die horizontale Eingliederung bezieht sich auf die organisatorische/koordinatorische Regelung einer WSK und übernimmt – umgelegt auf die Sprache des WSK-Ansatzes – Governance-Aufgaben. (vgl. KIT 2006: 20ff.)

⁹Der Begriff „Informalität“ erfährt in dieser Arbeit ausschließlich eine volkswirtschaftliche Bedeutung. An die Stelle von Informalität kann auch der Begriff „informeller Sektor“ treten. Nach Nohlen bezeichnet dieser „im weitesten Sinn jenen Bereich der Volkswirtschaft, in dem die Produktion von Gütern und Dienstleistungen von arbeits- und sozialrechtlichen Regulierungen des Staates und von der Steuererhebung nicht erfasst wird.“ (Nohlen/Schultze/Schüttemeyer 1998) Die Bezeichnung „informell“ findet auf den folgenden Seiten mehrmals Erwähnung und wird in dieser Arbeit dem Verständnis von Nohlen, Schultze und Schüttemeyer untergeordnet.

3.7.3.1 Aufwertungs- und Integrationsstrategien für Kleinbäuerinnen/Kleinbauern

Eine Möglichkeit, aus dem Geflecht einer Angebotskette auszubrechen und die Integration in eine WSK zu wagen, besteht in der Umsetzung von Prozess-Upgrading. Durch die Erhöhung der Produktivität aufgrund effizienterer Wirtschaftsweisen wird der Eintritt in WSK erleichtert. Aus den vorangehenden Beschreibungen von Upgrading und Integration kann zudem resümiert werden, dass für Kleinbäuerinnen und -bauern aus dem Obstsektor drei Aufwertungsstrategien bestehen. Sie können durch die Aufnahme von Aktivitäten – auch Aktivitäten des funktionellen Upgradings wie Waschen, Sortieren, Trocknen, Safterzeugung, Transport etc. – eine vertikale Integration in die WSK realisieren und in dieser aufsteigen (1). Kleinbäuerinnen und -bauern können sich ebenso für eine horizontale Integration in die WSK entscheiden. Diese wird erreicht, wenn erzeugte Produkte nicht weiterverarbeitet werden, sondern sich Kleinbäuerinnen und -bauern durch die Übernahme von Managementaufgaben entlang der WSK vom einfachen Kettenakteur zum Kettenpartner mit größerem Mitspracherecht erheben. In der Praxis geschieht dies häufig durch die Bildung von Kooperativen, Vertragspartnerschaften oder durch die Spezialisierung und Aneignung von Know-how auf bestimmten Gebieten (2). Eine weitere Positionsänderung ist durch die Anwendung sowohl von horizontaler als auch vertikaler Integration möglich. In diesem Fall nehmen Kleinbäuerinnen und -bauern einer WSK einerseits zusätzliche Aktivitäten auf und übernehmen andererseits einen Teil der Ownership¹⁰ einer Kette (3).

Zur praktischen Untermauerung dient die WSK von Trockenfrüchten: Kleinbäuerinnen und -bauern übernehmen zum einen die Trocknung der Früchte (vertikale Integration) und liefern das fertige Produkt anschließend bei einem Vertragspartner ab (horizontale Integration). Es muss zusätzlich darauf hingewiesen werden, dass die Bewegungsmöglichkeiten innerhalb einer Kette (ob horizontal oder vertikal) nicht ausschließlich nach oben und auf die Seite, sondern auch nach unten möglich sind. (vgl. KIT 2006: 34ff.)

Nachdem die drei verschiedenen Positionen herausgearbeitet wurden, stellt sich die entscheidende Frage, von welcher Position Kleinbäuerinnen und Kleinbauern am meisten profitieren und wann eine Einbindung von KMU als zusätzlicher Akteur vorteilhaft ist.

¹⁰Der Begriff „Ownership“ bedeutet in diesem Kontext, dass eine Zielgruppe (in diesem Fall Kleinbäuerinnen und -bauern) Eigenverantwortung für Handlungen übernimmt. Dieser Begriff wird häufig in entwicklungspolitischen Diskursen verwendet und gilt als „wichtige Vorbedingung für die Effizienz, die Nachhaltigkeit und den Erfolg von Maßnahmen“. (vgl. BMZ 2012)

Auf den ersten Blick erscheinen die zeitgleiche horizontale und vertikale Integration und damit die Übernahme eines Teils der Ownership der Kette als die vorteilhafteste Lösung. Es darf allerdings nicht vergessen werden, dass jeder Positionsaufstieg, ob vertikal oder horizontal, mit neuen Aufgaben und der Übernahme von Verantwortung einhergeht. Zusätzliche Aufgaben und Verantwortung bringen neben neuen Sicherheiten auch Risiken mit sich. Die Praxis lehrt, dass armutsgefährdete Bevölkerungsgruppen aufgrund finanzieller Engpässe oder fehlendem Vertrauen häufig nicht gewillt oder in der Lage sind, hohe Risiken einzugehen. (vgl. KIT 2006: 23)

In manchen Fällen werden die unterschiedlichen Integrationsmöglichkeiten nacheinander realisiert; Kleinbäuerinnen und -bauern arbeiten sich sozusagen „Schritt für Schritt nach oben“. Die einkommensschwächsten unter ihnen entscheiden sich meist für eine vertikale Integration entlang der WSK und versuchen, die Produktivität zu steigern. Auf Haushaltsebene ist dies mit wenigen Investitionen in Technologie und Know-how verbunden. Eine erfolgreiche Realisierung der vertikalen Integration fördert nicht nur finanzielle Sicherheiten, sondern auch das Selbstbewusstsein der beteiligten Akteure. Der Erfolg aus eigener Kraft motiviert und kann für einige Kleinbäuerinnen und -bauern neue unternehmerische Anreize schaffen. Oft entsteht in weiterer Folge der Wille zu einer horizontalen Integration, welche die Übernahme von Verantwortung als zentrale Bedingung voraussetzt. Da Verantwortungsübernahme im Kollektiv leichter fällt, führt horizontale Integration häufig zur Bildung von Kooperativen und Genossenschaften.

Die jeweiligen Aufwertungsstrategien bieten demnach nicht „die EINE Integration“ als Problemlösung aller Kleinbäuerinnen und -bauern. Welche Strategie für wen, wann und wie den größten Erfolg verspricht, ist individuell sehr unterschiedlich.

3.7.3.2 Aufwertungs- und Integrationsstrategien für KMU

KMU, die sich auf die Verarbeitung von Früchten spezialisieren, werden als Akteure des agroindustriellen Sektors bezeichnet. Die vorgestellten Upgrading- und Integrationsstrategien sind im Wesentlichen sektorennneutral und können deshalb nicht nur auf Kleinbäuerinnen und -bauern, sondern auch auf KMU angewendet werden.

Auf die Bedeutung von KMU für Entwicklungsländer wurde bereits hingewiesen. Ebenso wurde ihr Wettbewerbsnachteil gegenüber Großbetrieben erläutert, welcher unter anderem auf schlechterem Zugang zu Kapital, Know-how und damit Märkten zurückzuführen ist. Um dennoch neben Global Player bestehen zu können, gibt es speziell für KMU Ein-

stiegsmöglichkeiten in WSK. Sowohl die Spezialisierung auf Nischenmärkte als auch die Bildung von Cluster bilden zwei mögliche Einstiegsstrategien.

Spezialisierung auf Nischenmärkte

Die Anforderungen an Eigenschaften von Konsumgütern sind aufgrund der Heterogenität der KonsumentInnen vielfältig. Während gewisse Produkteigenschaften für eine breite Gruppe von KonsumentInnen von Bedeutung sind, fordern bestimmte kleinere Zielgruppen spezielle Charakteristiken. (vgl. UNIDO 2006: 2ff.) Nischenmärkte im obstverarbeitenden Sektor sind beispielsweise Produkte aus verantwortungsvollem Handel, wie faire und ökologisch nachhaltige Konsumgüter. Diese alternativen Formen des Handels bieten Eintrittsmöglichkeiten in globale, regionale oder lokale WSK. (ebd.)

Clusterbildung

Ähnlich wie die Vorteile von Kooperativen für Kleinbäuerinnen und -bauern bietet das Formen von Cluster eine Möglichkeit für KMU, das Kompetenz- und Effizienzniveau innerhalb einer Produktionslinie zu stärken. Cluster sind Zusammenschlüsse mehrerer Unternehmen, die sich mit gegenseitigem Austausch von Informationen, Technologien, Humanressourcen und infrastrukturellen Entwicklungen unterstützen. Dieser Ressourcenaustausch ermöglicht einerseits bedeutende Einsparungen von Kosten und Zeit und dient andererseits Risiko minimierend. (vgl. UNIDO 2006: 61)

Haben KMU die Integration in WSK geschafft, ergibt sich für diese die Möglichkeit, Aufwertungsprozesse durchzuführen. Dafür können die bereits erklärten vier Varianten des Upgradings herangezogen werden. Aus einer Studie von Kaplinsky und Readman geht zudem hervor, dass Aufwertungsprozesse von KMU meist einen hierarchischen Ablauf vorweisen, welcher mit dem Upgrading des Produktionsprozesses einsetzt, in die Aufwertung der Produktqualität übergeht, später um funktionelles Upgrading erweitert wird und häufig als letzten Schritt, die Ingangsetzung einer neuen Kette zur Folge hat. (vgl. Stamm 2010: 142 nach Kaplinsky/Readman 2001)

Im agroindustriellen Sektor ist vertikale Integration und funktionelles Upgrading ausschließlich durch den Zugang zu Technologien für Verarbeitung und Verpackung, Kapital, Know-how über bestimmte Produktionsverfahren, Qualitätssicherung und durch vorhandene Infrastruktur wie Straßen, die Versorgung mit Wasser und Elektrizität möglich. (vgl. Staatz 2011: 71ff.) Die horizontale Integration wird durch die Übernahme von Ma-

nagementaufgaben realisiert, die erhöhte Verantwortung mit sich bringt. Im Lebensmittel-sektor stellen Anforderungen an die Einhaltung von Qualitäts- und Sicherheitsstandards und die Sicherstellung der lückenlosen Rückverfolgbarkeit (Traceability) des Produktes besondere Verantwortlichkeiten dar. Ebenso erfordern die Organisation und Koordination der Verarbeitung und der Vermarktung, der Umgang mit Verarbeitungstechnologie und die Abwicklung marktwirtschaftlicher Fragen besondere Kompetenzen. Daneben sind Kreativität für Innovationen aller Art, Flexibilität und Schnelligkeit von einschlägiger Bedeutung, um konkurrenzfähig zu bleiben.

3.7.4 Der Einfluss von Aufwertungs- und Integrationsstrategien durch Entwicklungsprogramme

Die notwendigen Bedingungen für vertikale oder horizontale Integration können von Kleinbäuerinnen und -bauern selten und von KMU nur in begrenztem Ausmaß eigenständig durchgeführt werden. Die Implementierung von Upgrading- und Integrationsstrategien kann im Rahmen der Entwicklungspolitik vorangetrieben werden. Welche Strategien auf welche Akteure angewendet werden, ist von vielerlei Faktoren abhängig. Diese Faktoren umfassen die jeweilige Ausgangssituation, die von den Akteuren angestrebten Ziele, die für eine Implementierung zur Verfügung stehende Zeit und die von den Akteuren angestrebten Fähigkeiten und Zugänge. (KIT 2006: 149ff.) Sind fehlende Verknüpfungen zu Absatzmärkten aufgrund niedriger Produktivität ein zentrales Problem der Kleinbäuerinnen und -bauern, bedarf es der Investition in produktivitätssteigernde Maßnahmen. Ist die Produktivität von Kleinbäuerinnen und -bauern bereits hoch, die Einnahmen aufgrund fehlender Informationen aktueller Marktpreise oder aufgrund des hohen Wettbewerbs mit anderen Akteuren niedrig, können die Bildung von Partnerschaften, die Aufnahme weiterer Aktivitäten oder die Bildung von Kooperativen diese Probleme überwinden.

Die Gestaltung und Beeinflussung globaler WSK im Agrarsektor durch die Entwicklungspolitik, aber auch durch den Privatsektor, haben bislang zu unterschiedlichen Ergebnissen geführt. In vielen Fällen wurden Erfolge verzeichnet und die Positionen der integrierten Akteure verbessert. Ebenso zahlreich sind Misserfolge. Gescheiterte Umsetzungen von vertikaler oder horizontaler Integration und von Upgrading-Strategien in WSK haben vielfach sogar zu einer größeren Marginalisierung armutsgefährdeter Bevölkerungsgruppen geführt. (vgl. Ponte 2011: 89)

Im landesspezifischen und empirischen Teil der Arbeit wird der Einfluss dieser Strategien erneut thematisiert und auf die aktuelle Situation in Ugandas Obstsektor angewendet.

4 Länderbeispiel UGANDA

Während im vorangehenden Kapitel dieser Arbeit der theoretische Rahmen geschaffen wurde, sollen nun in Kapitel 4 – dem eigentlichen Hauptteil – die dargelegten Theorien auf die Situation in Uganda übertragen werden. Die folgenden Erkenntnisse beruhen sowohl auf sorgfältiger Literaturanalyse¹¹ als auch auf den Ergebnissen, welche während eines zweimonatigen Forschungsaufenthaltes in Uganda gesammelt wurden. Vertiefende Erläuterungen zur methodischen Herangehensweise der folgenden Seiten sind aus dem Einleitungskapitel zu entnehmen.

4.1 Kennzeichen der Volkswirtschaft

Der Binnenstaat Uganda ist Heimat von 33,4 Mio. Menschen und mit einer Wachstumsrate von 3,2 % eine der am schnellsten wachsenden und jüngsten Nationen der Welt. (vgl. World Bank 2011) Trotz wirtschaftlichem Wachstum stagniert das durchschnittliche jährliche Pro-Kopf-Einkommen seit 2009 bei etwa USD 500. (ebd.) Die makroökonomische Entwicklung Ugandas weist seit den späten 1980er Jahren deutliche Verbesserungen auf. Das bestätigen Zahlen aus den 2000er Jahren, in denen sich das Wirtschaftswachstum auf durchschnittliche 7,1 % belief. (World Bank 2013) Zudem zeigt die nachfolgende Grafik, dass die ugandische BIP Entwicklung seit 2008 anhaltend über dem subsaharischen Durch-

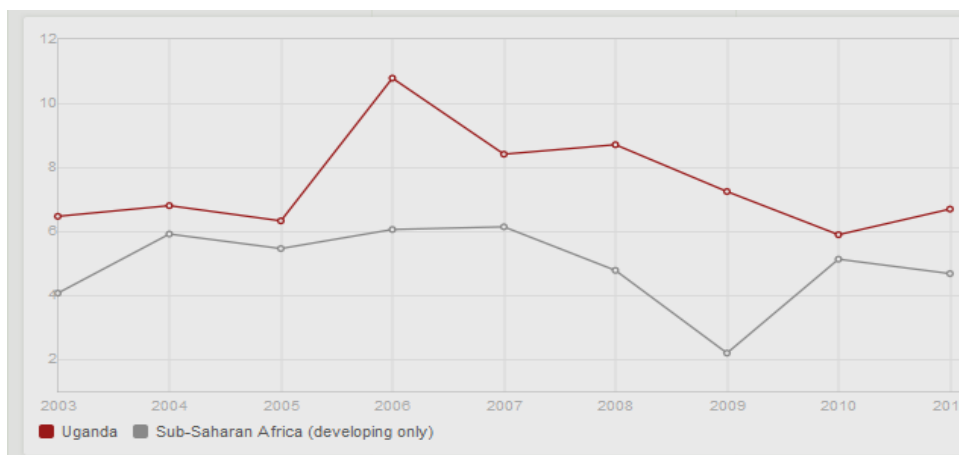


Abbildung 2: GDP Growth (Uganda and Sub-Saharan Africa) (World Bank 2013a)

¹¹Die Fallstudie Uganda beruht überwiegend auf Daten, die während des Forschungsaufenthaltes generiert wurden. Wissenschaftliche Quellen zur Unterstützung der empirischen Ergebnisse waren nicht immer verfügbar oder lagen in veralteter Form vor. Dieses Kapitel verfügt daher über wenig sekundärer Belege. Die im Text auftauchenden Referenzen beziehen sich auf die verwendete Literatur. Wird aber innerhalb der Arbeit auf Daten zurückgegriffen, welche ausschließlich dem Forschungsaufenthalt entstammen, wird das in den jeweiligen Unterkapiteln zwar angeführt, jedoch erfolgt das ohne übliche Kennzeichnung durch Referenzen in Klammern.

Die folgende Abbildung zeigt die Import-Export-Entwicklung Ugandas mit allen internationalen Handelspartnern von 2007 bis 2011 und bestätigt steigende Zahlen sowohl bei der Ein- als auch bei der Ausfuhr von Gütern und Dienstleistungen. 2010 betrug der Gesamtwert der Exporte EUR 1,3 Mrd., dem standen Importe im Wert von EUR 2,5 Mrd. gegenüber. (vgl. DG Trade 2012: 4) Die wichtigsten Abnehmer ugandischer Exporte sind die Nachbarländer Sudan, Kenia, Ruanda und die Demokratische Republik Kongo sowie die Länder der EU 27. (ebd.: 6)

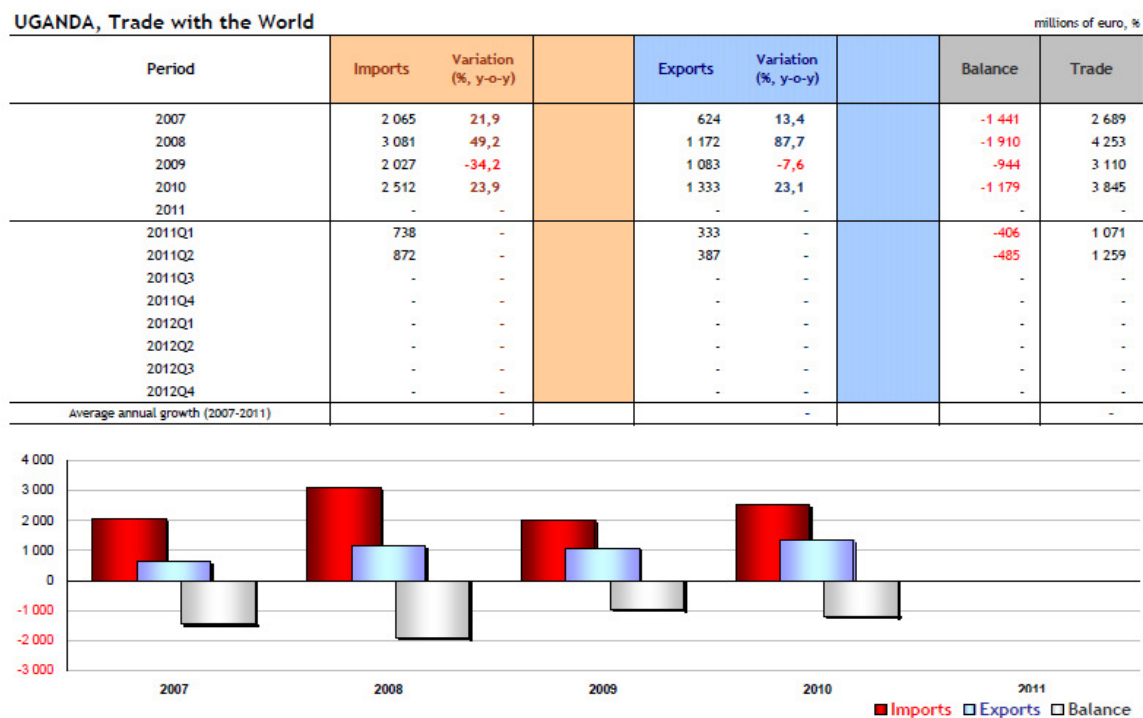


Abbildung 3: Ugandas Import and Export Development (DG Trade 2012: 4 nach IMF 2012)

Auf der anschließenden Grafik ist die sektorale Zusammensetzung des BIP von 1991 bis 2010 sichtbar. Die Anteile dieser drei Wirtschaftssektoren (Landwirtschaft, Industrie, Dienstleistung) am ugandischen BIP weisen seit den letzten zehn Jahren sehr große Differenzen auf. Die Bedeutung des landwirtschaftlichen Sektor Ugandas nimmt zunehmend ab. So betrug dieser 2010 nur noch 24 % der gesamten wirtschaftlichen Einnahmen.

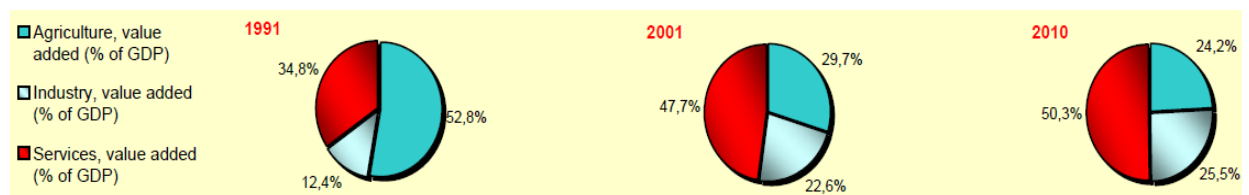


Abbildung 4: Uganda's GDP in agriculture/industry/service sector (DG Trade 2012: 1 nach World Bank 2012)

4.2 Kennzeichen des Agrarsektors

Zur allmählichen Eingrenzung des Forschungsfeldes, richtet sich die Aufmerksamkeit im Folgenden auf den gemäß seiner Breitenwirksamkeit wichtigsten Wirtschaftssektors Ugandas: Wie in den meisten Entwicklungsländern ist das der Agrarsektor. Die Bedeutung der Landwirtschaft ist hinsichtlich des Anteils am BIP in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesunken. 2005/06 erwirtschafteten landwirtschaftliche Erzeugnisse etwa 42 % des BIP und 80 % der Exporteinnahmen. (vgl. UNEP 2012) Fünf Jahre später lag dieser Anteil bei nur mehr 22 %. Die Anteile des Industriesektors beliefen sich auf etwa 26 % und jene des Dienstleistungssektors auf 52 %. (vgl. CIA Factbook 2012) Trotz sinkenden Anteils in Relation zum BIP nimmt die Landwirtschaft als Arbeitgeber aber nach wie vor die wichtigste Position ein, denn rund 70 % der erwerbstätigen Bevölkerung arbeitet im Agrarsektor. (vgl. WB 2009; Ssemwanga 2010: 7) Obwohl der Anteil des Primärsektors am BIP Ugandas an Bedeutung verliert, nehmen landwirtschaftliche Güter weiterhin 60 % des gesamten Exportwertes ein. (vgl. Kyomugisha 2008: 1) Die Hauptexportprodukte sind sowohl die seit der britischen Protektoratszeit bekannten Exportgüter Kaffee, Tee, Tabak und Baumwolle als auch neue Exportprodukte wie Früchte, Zuckerrohr und Gemüse. (vgl. CIA Factbook 2012) Der Hauptanteil dieser Agrarprodukte verlässt Uganda in unverarbeitetem Zustand. In der nachstehenden Grafik und der daran anschließenden Tabelle sind die 20 wichtigsten Exportprodukte aus dem Agrarsektor des Jahres 2010 aufgelistet.

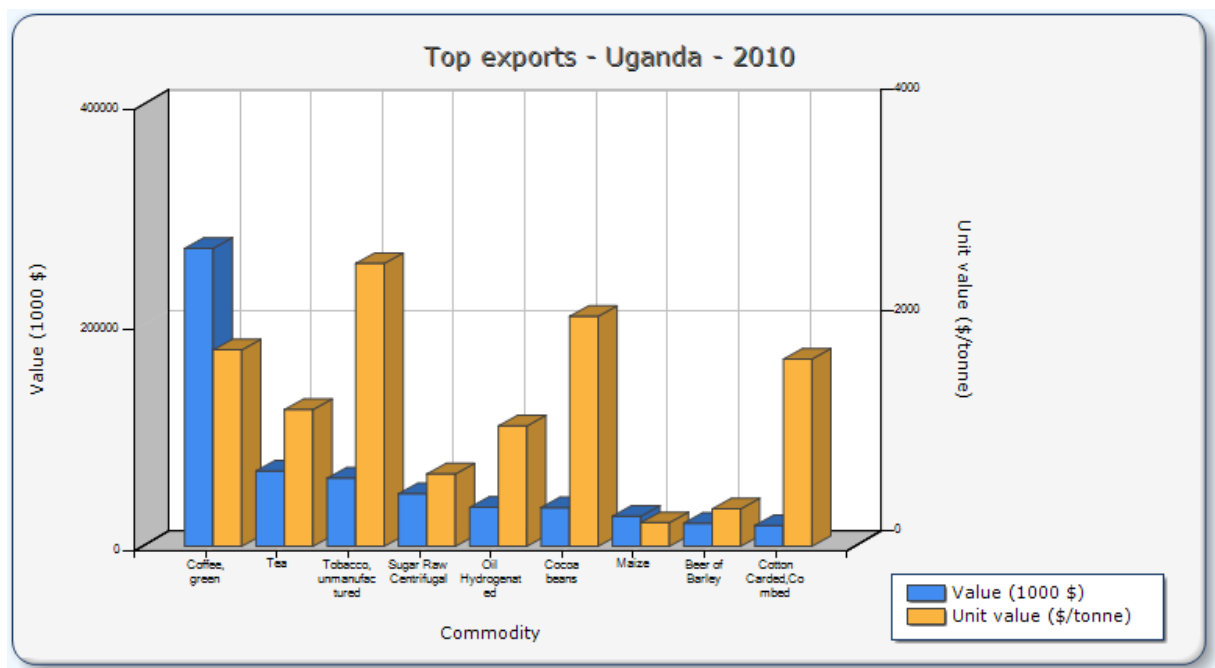


Abbildung 5: Uganda's main agricultural exports (FAO 2013)

Rank	Commodity	Quantity (tonnes)	Flag	Value (1000 \$)
1	Coffee, green	151715	1	270123
2	Tea	55079	7	68263
3	Tobacco, unmanufactured	24081	11	61741
4	Sugar Raw Centrifugal	72678	3	47646
5	Oil Hydrogenated	32324	8	35270
6	Cocoa beans	16850	16	35121
7	Maize	127314	2	27277
8	Beer of Barley	61753	5	20914
9	Cotton Carded,Combed	11144	21	18909
10	Palm oil	19755	13	16847
11	Rice – total (Rice milled equivalent)	40009	8	16456
12	Sesame seed	12071	19	12860
13	Sugar Refined	17280	15	10385
14	Coffee Husks and Skins	5647	32	10364
15	Pastry	9392	26	10321
16	Cow milk, whole, fresh	9541	25	10263
17	Cotton Linter	4724	33	7841
18	Beans, dry	18773	14	7292
19	Flour of Maize	57221	6	7242
20	Cigarettes	804	59	7066

Abbildung 6: leading agricultural crops for Uganda's export (FAO 2013)

Eine der zentralen Besonderheiten der Landwirtschaft in Uganda liegt in der betrieblichen Größe. 95 % aller LandwirtInnen sind Kleinbäuerinnen und -bauern, die Flächen zwischen 0,2 und 4 ha bewirtschaften. (vgl. Dinah/Okaasai/Rusoke 2009: 1) Sie betreiben meist Subsistenzwirtschaft und sind zudem jene Berufs- und Bevölkerungsgruppe, die innerhalb des ostafrikanischen Binnenstaates von Armut am stärksten betroffen ist. (vgl. IFAD 2010) Im Falle Ugandas zeigt sich Armut als ein weitestgehend ländliches Phänomen – Kleinbäuerinnen und -bauern nehmen den größten Anteil der Landbevölkerung ein. Insgesamt leben 87 % der Bevölkerung Ugandas in ländlichen Gebieten, etwa 30 % davon führen eine Existenz am Rande der Gesellschaft, in absoluter Armut. (ebd.) Obwohl statistisch gesehen im Zuge des PRS-Prozesses¹² und anderer Einflüsse während den letzten Jahren Fortschritte in der Armutsreduktion erzielt werden konnten, steigt die absolute Zahl der in Armut lebenden Menschen weiter an. Hierfür wird ein Zusammenhang mit der sich in rasantem Wachstum befindenden Bevölkerung angenommen. (ebd.)

Um eine Verbesserung des Lebensstandards zu realisieren, ist erneut auf die Wichtigkeit der im Kapitel 3.7 erwähnten entwicklungspolitischen Maßnahmen zur Förderung der

¹²Der „Poverty Reduction Strategy Paper“ Ansatz zielt „auf eine Erhöhung der Wirksamkeit der Entwicklungszusammenarbeit ab“. (Küblböck 2006: 6) Es handelt sich dabei um einen Ansatz, der als neue Entwicklungsagenda zu verstehen ist, welcher aus dem Monterrey Konsens und den Deklarationen von Rom und Paris hervorgegangen ist. (ebd.)

kleinbäuerlichen Produktionsweise hinzuweisen. Aufgrund der weit verbreiteten Marginalisierung von Kleinbäuerinnen und -bauern ist es naheliegend, diese Zielgruppe in den Mittelpunkt einkommenssteigernder Maßnahmen zu stellen, um eine breitenwirksame Armutsreduktion zu erreichen.

Die Maßnahmen Agro-Processing und verantwortungsvoller Handel stehen hinsichtlich der im Theorieteil herausgearbeiteten Annahmen über einkommenssteigernde und wertschöpfungserhöhende Potenziale im Zentrum der nun folgenden Seiten.

4.3 Der Obstsektor

Nachdem die wirtschaftliche Bedeutung der Landwirtschaft im Allgemeinen dargestellt wurde, erfolgt nun das weitere Vordringen in ein Teilsegment des Agrarsektors – das Zentrum des Interesses verlagert sich auf den Obstsektor, welcher einen Teilbereich der Hortikultur einnimmt.

Die Hortikultur gilt als einer der am schnellsten wachsenden Sektoren in Ugandas Agrarwirtschaft. (vgl. UNCTAD 2012) 2010 betrugen die Exportumsätze von Gütern aus dem Hortikultursegment etwa USD 35 Mio. (vgl. Ssemwanga 2010: 1) Dabei handelt es sich um dokumentierte Zahlen, die Exporte nach Übersee, wie Länder der EU 27 und die USA, belegen. Es darf allerdings nicht vergessen werden, dass – im Vergleich zu Umsätzen aus dem internationalen Handel – die regionalen Exportumsätze weitaus höher liegen. Regionale landwirtschaftliche Exporte, die vor allem Ugandas Nachbarländer erreichen, sind aber meist von Informalität gekennzeichnet. (vgl. Yoshino/Ngungi/Asebe 2011: 1f.) Die fehlende Datenlage erschwert die zahlenmäßige Erfassung des informellen Handels. Schätzungen zufolge finden etwa 80 % des Agrarguthandels mit Ugandas Nachbarländern auf informellen Wegen statt. (vgl. Ssemwanga 2010: 1) Unverarbeitete Früchte werden vor allem in die Nachbarländer Kenia, Tansania, Ruanda, die Demokratische Republik Kongo und in den erst kürzlich unabhängig gewordenen Südsudan exportiert. Informelle Strukturen sind jedoch nicht ausschließlich für regionale Exporte kennzeichnend, auch der lokale Obsthandel verläuft größtenteils auf informellen Bahnen. Da für diesen Handel keine exakte Dokumentation stattfindet, ist das Handelsvolumen schwer nachzuweisen. Auf seine Relevanz wird jedoch in vielen Texten hingewiesen. (vgl. Ssemwanga 2007: 3; Uganda Investment Authority 2011)

Neben den verschiedenen Absatzmärkten – international, regional, lokal – des ugandischen Obstsektors ist ferner die vorhandene Sortenvielfalt der Früchte bedeutsam. Es gibt zahlreiche Obstsorten, die sowohl frisch als auch verarbeitet, national und international, bei KonsumentInnen besonders beliebt sind. Diese breite Palette an diversen Früchten beinhaltet Bananen, Ananas, Mangos, Papayas, Guaven, Kapstachelbeeren, Avocados, Passions-, Jack-, und Zitrusfrüchte. Die Produktion einiger Obstsorten unterliegt starker saisonaler Schwankungen, jedoch sind die meisten Fruchtvarianten aufgrund unterschiedlicher Ernte-kreisläufe in den verschiedenen Regionen ganzjährig erhältlich. Mehr Informationen dazu können aus dem folgenden Produktkalender entnommen werden.

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Coffee	HIGH SEASON				LOW SEASON		HIGH SESASON					
Cotton	HIGH SEASON			LOW SEASON					HIGH SEASON			
Dried Fruits	ALL YEAR ROUND											
Pineapples	HIGH SEASON							LOW SEASON		HIGH SEASON		
Passion Fruits	HS	LS	HIGH SEASON		LOW SEASON		HS	LOW SEASON		HIGH SEASON		
Apple Bananas	ALL YEAR ROUND											
Avocado	HS	LS	HIGH SEASON					LOW SEASON		HIGH SEASON		
Mangoes		LOW SEASON						HIGH SEASON				
papaya	HIGH SEASON			LOW SEASON				HIGH SESAON				

Abbildung 7: seasonal fruit calender (NOGAMU 2012; http://www.nogamu.org.ug/nog_prodcal.php)

Vor allem während saisonaler Höhepunkte übersteigt das Angebot reifer Früchte die Nachfrage in erheblichem Ausmaß. Damit zusammenhängende Schwierigkeiten für Kleinbäuerinnen und -bauern entstehen einerseits durch die starke Konkurrenz und andererseits durch enormen Zeitdruck, der sich aufgrund der schnellen Verderblichkeit vieler Obstsorten ergibt. Diese Faktoren führen zu Preisentwicklungen unter denen besonders Kleinbäuerinnen und -bauern zu leiden haben. Aus einem 2003 erschienenen Artikel des African Science Health geht zudem hervor, dass mindestens 30–40 % der geernteten Früchte Ugandas als Nachernteverlust (Post-Harvest Loss) verloren gehen, da sie verderben oder beschädigt werden. (vgl. Ndawula/Kabasa/Byaruhanga 2004: 125) In einem 2010 erstellten Positionsbericht für regionalen Handel mit Hortikulturprodukten geht man sogar von Nachernteverlusten von über 50 % zu Saisonhöhepunkten aus. (vgl. Ssemwanga 2010: 4)

4.3.1 Die agroindustrielle Obstverarbeitung – Agro-Processing

Eine Möglichkeit, um dem hohen Prozentsatz an Nachernteverlusten entgegenzuwirken, bietet die Weiterverarbeitung von frischen Früchten zu Obstprodukten. In Kapitel 3.2.2 wurde auf die Bedeutung und Einflussmöglichkeiten der Agrarindustrie hingewiesen. Sie bietet Möglichkeiten, um Entwicklungsprozesse im Primärsektor Ugandas in Gang zu setzen. Agro-Processing oder agroindustrielle Produktion kann zudem als eine der vier präsentierten WSK Aufwertungsstrategien verstanden werden: dem funktionellen Upgrading.

Die Agrarindustrie kann in sechs Sektoren aufgeteilt werden, einen dieser Sektoren umfasst der Bereich der Lebensmittelerzeugung, auch „Food Processing“ genannt. (vgl. Roepstorff/Wiggins 2011: 28 nach Wilkinson/Rocha 2009) Auch die Verarbeitung von Obst ist innerhalb dieses Sektors angesiedelt. Im Allgemeinen beinhaltet der Begriff „agroindustrielle Verarbeitung“ alle Tätigkeiten, die nach der Ernte an einem Rohstoff durchgeführt werden, um ein Produkt zu schaffen, welches für den endgültigen Konsum oder für die weitere Verarbeitung verwendet werden kann. (ebd.:28ff.) Der hohe Prozentsatz an Früchten, der aufgrund verschiedener Ursachen nach der Ernte verdirbt, gibt Anreiz, sich über Herausforderungen und Potenziale des Ausbaus der Obstverarbeitung Gedanken zu machen. Einige MarktforscherInnen haben sich daher zur Aufgabe gemacht, diese Thematik genauer zu betrachten und zeigen in diversen Publikationen das Marktpotenzial und den Investitionsbereich Agro-Processing in der Fruchtverarbeitung auf. (vgl. Ssejjemba 2010; Ndlovu 2009; Ssemwanga 2007)

Neben dem Verweis auf verschiedene Marktstudien, die sich mit dem Potenzial von agroindustrieller Verarbeitung beschäftigen, bedarf es ebenso der Untersuchung möglicher Hemmfaktoren. Die Nachfrage, der Technologietransfer, der Kapitalzugang und weitere Schlüsselindikatoren müssen in den Blickpunkt der Forschung rücken, bevor ein Ausblick gegeben werden kann. Die Betrachtung dieser zentralen Themen erfolgt in dieser Arbeit allerdings erst zu einem späteren Zeitpunkt.

Die hohen Nachernteverluste in Ugandas Frischobstsektor sind aus zwei Gründen verheerend: Einerseits bedeuten sie den Verlust von wichtigen Nahrungsmitteln, andererseits gehen auch potenzielle Einnahmen verloren. Aus verschiedenen Berichten lokaler und internationaler EntwicklungsforscherInnen geht hervor, dass die Obstproduktion Ugandas fast ausschließlich in den Händen von Kleinbäuerinnen und -bauern liegt. (vgl. Chongtam u. a.

2010; IFAD 2010; KIT 2006; Ouaouich 2007) Demnach sind sie diejenigen, welche durch entstehende Nachernteverluste die größten Schäden erleiden.

Aufgrund kurzer Haltbarkeit und Lagerungsfähigkeit ist es notwendig, unverarbeitete Früchte schnell zu konsumieren oder durch verschiedene Verarbeitungsmethoden zu konservieren. Neben der ohnehin kurzen Lebenszeit von Obst wird dessen Anfälligkeit für Qualitätsverlust durch weitere Faktoren erhöht: Mögliche negative Einflüsse sind mangelhafte oder fehlende Infrastruktur wie Transportwege, Kühl- und Lagerungsmöglichkeiten sowie fehlende oder schlechte Verarbeitungsanlagen, Verpackungsmaterialien minderer Qualität und erschwerter Wettbewerb aufgrund billiger Importprodukte. (vgl. Ssemwanga 2010: 1ff.) Um den infrastrukturellen Einschränkungen entgegenzuwirken, können verschiedene Verarbeitungs- und Veredelungsmöglichkeiten für die Konservierung von Früchten zur Anwendung kommen.

4.3.2 Ugandas Obstprodukte

Ugandas unverarbeitete Früchte durch Verarbeitung in Obstprodukte zu verwandeln ist kein neues Phänomen – diverse Obstprodukte sind seit Jahrzehnten bekannt. Trotz ihrer Präsenz gelten sie aber in keiner Weise als Grundnahrungsmittel der ugandischen Bevölkerung. Das Durchforschen lokaler Geschäfte und Supermärkte bringt zum Vorschein, dass derzeit folgende Obstprodukte in Uganda erzeugt und angeboten werden: Fruchtsäfte, Fruchtsaftkonzentrate, Marmeladen, Fruchtsaucen, Trockenfrüchte, Weine, Chutneys und Fruchtkonserven. Hinsichtlich ihres derzeitigen Handelsvolumens und bestehender Nachfrage Trends sind vor allem Trockenfrüchte, Fruchtsäfte und Weine aus Bananen und Ananas für eine weitere Beobachtung von Relevanz. (vgl. Ssemwanga 2007; ITC 2010; Chongtham u. a. 2010; Fellows/Ouaouich 2004)

4.3.3 Gegenüberstellung: Fruchtverarbeitung versus Frischobst

Durch die Weiterverarbeitung von Früchten verändert sich neben der Haltbarkeit auch der Wert des Produktes. Dieser Prozess der Wertakkumulation kann von mehreren Akteuren vollzogen werden und wird auf Grundlage der bereits angeführten Definition im Einleitungsteil der Arbeit als „Wertschöpfung“ bezeichnet.

In den vorangegangenen Kapiteln wurde mehrmals erwähnt, dass die Verarbeitung von Früchten zu Fruchtprodukten mit einer Erhöhung der Wertschöpfung auf verschiedenen

Akteursebenen einhergeht. Um den Wahrheitsgehalt dieser Aussage zu prüfen, dient ein Beispiel aus der Praxis. Es folgt eine Darstellung wie die Verarbeitung oder Nicht-Verarbeitung von Obst auf die Einnahmen der involvierten Akteure Einfluss nimmt und welche Effekte auf andere Sektoren wirken. Erschwerend kommt hinzu, dass es aufgrund des derzeit ausgeprägten informellen Charakters des Früchtehandels kaum möglich ist, Daten über das Handelsvolumen unverarbeiteter und/oder verarbeiteter Früchte zu erhalten. Dokumentationen bestehen meist ausschließlich für Exportwaren. Die im Anschluss präsentierte Information entstammt größtenteils den Erkenntnissen aus der Feldforschung.

Als praktische Beispiele dienen lokale WSK von verarbeiteten und unverarbeiteten Früchten, die ihren Ausgang in Kayunga-Distrikt in Zentraluganda nehmen. Die Auswahl fiel auf diesen Distrikt, da er sowohl für die Befragungen der Kleinbäuerinnen und -bauern als auch für einen Teil der durchgeführten ExpertInneninterviews eine wichtige Station im Rahmen der Feldforschung eingenommen hat und deshalb genügend aktuelle Daten vorliegen. In weiterer Folge wurde der Vergleich auf die Frucht „Ananas“ eingeschränkt.

Der Ausgangspunkt der dargestellten WSK ist der Unterbezirk Kangulumira im Distrikt Kayunga. Das Ende der WSK findet sich in Ugandas Hauptstadt, Kampala.

4.3.3.1 Wertschöpfung und Verkettungseffekte aus unverarbeiteten Ananas

Für eine aus konventionellem Anbau stammende Ananas erhalten Kleinbäuerinnen und -bauern je nach Saison und Größe UGX 400 (EUR 0,12) bis UGX 1000 (EUR 0,29) (Stand: Oktober 2012). Zur Vereinfachung wird von einem durchschnittlichen Preis von UGX 700 (EUR 0,21) ausgegangen. (Zwischen-)Händler, die für den Transport zuständig sind, berechnen pro Stück weitere UGX 600 (EUR 0,18), ebenso MarktverkäuferInnen. Auf Kampalas Märkten erhalten KonsumentInnen eine Ananas im günstigsten Fall um UGX 2.000 (EUR 0,59) meist aber um UGX 2.500 (EUR 0,73) (Hochsaison). Um diesen Preis in eine Relation zu stellen, bietet sich der Vergleich mit einer warmen Mahlzeit in lokalen Straßenküchen Kampalas an: Der Mindestpreis liegt auch hier bei UGX 2.500 (Stand 2012).

Verkettungseffekte dieses Geschäftes auf andere Sektoren sind in geringem Ausmaß vorhanden. Neben dem Agrarsektor profitiert in gewissem Maß der Dienstleistungssektor, denn Logistik und Einzelhandel sind darin angesiedelt. Direkt profitieren vom dargelegten Verkaufsszenario die vier erwähnten Akteure: Kleinbäuerinnen/Kleinbauern, (Zwischen-)Händler, VerkäuferInnen und KonsumentInnen. Indirekt sind auch Akteure der Treibstoff- und Automobilindustrie, der Stadtverwaltung durch die Abgabe von Marktgebühren sowie

HändlerInnen von Agrar-Inputs wie Saatgut, Kunstdünger und Pestizide Nutznießer dieser WSK. Meist sind jene Produktionsketten informeller Natur und bringen daher keine Steuereinnahmen.

Überhaupt kann die dargelegte Struktur eher als Angebots- denn als Wertschöpfungskette bezeichnet werden. Der Wert des Produktes wird durch das Weiterreichen zwar erhöht, nicht aber dessen Funktion und Zustand. Die Beziehungen der einzelnen Akteure sind lose und kurzlebig, das gegenseitige Vertrauen ist daher meist gering. Weiters ist Misstrauen häufig auf die uneingeschränkte Verhandlungsmacht der (Zwischen-)Händler, welche die Preisgestaltung übernehmen, zurückzuführen. (vgl. KIT 2006: 3ff.)

4.3.3.2 Wertschöpfung und Verkettungseffekte verarbeiteter Ananas (Beispiel Trockenfrucht)

Entlang dieser WSK werden Ananasfrüchte von den Kleinbäuerinnen und -bauern entweder in einfachen Solartrockenanlagen getrocknet und anschließend von MitarbeiterInnen eines Vermarktungsunternehmens abtransportiert oder Kleinbäuerinnen und -bauern verkaufen unverarbeitete Früchte direkt an Fruchtverarbeitungsbetriebe. Der Preis, den diese Betriebe für eine Ananas bezahlen liegt meist zwischen UGX 800 (EUR 0,23) und UGX 1.000 (EUR 0,29). Für die Verarbeitung von einem Kilogramm getrockneter Ananas werden 15 kg frischer Ananas benötigt. Für das Waschen, Schälen, Schneiden, Trocknen, Sortieren, Verpacken und Abwiegen des verarbeiteten Produktes werden Arbeitskräfte eingestellt. Der Großteil der getrockneten Früchte ist für den Export bestimmt, da die Nachfrage an getrockneten Früchten in Uganda selbst eher gering ist. Um die beiden Produktketten (verarbeitete und unverarbeitete Ananas) vergleichbar zu gestalten, wurde der Fokus dennoch auf lokale, in Supermärkten angebotene Produkte gerichtet: Für 100 g getrocknete Ananas sind UGX 2.500 (EUR 0,73) zu bezahlen.

Verkettungseffekte treten in allen drei Wirtschaftssektoren (primär, sekundär, und tertiär) auf: Für die Verarbeitung der Ananas wird Technologie benötigt, ebenso Verpackungsmaterialien für die Aufbewahrung. ProduzentInnen von Trockenfrüchten tendieren aufgrund teurer Importe dazu, die für die Verarbeitung notwendigen Materialien und Technologien – sofern erhältlich – lokal zu erwerben. (vgl. SNV 2007: 2) Neben Handel und Transport profitieren sowohl Dienstleistungsunternehmen, welche Zertifizierungen ausführen, als auch der Staat durch das Zahlen von Steuern bei Produktion und Verkauf.

Die getrockneten Ananas stehen stellvertretend für andere Produkte, welche durch die Verarbeitung einerseits Einnahmen für lokale Akteure generieren, bei deren Verarbeitung andererseits aber auch der Industrie- und Dienstleistungssektor miteinbezogen werden. Vergleicht man die Einnahmen der jeweiligen Akteure beim Verkauf von unverarbeitetem Obst mit jenem von (verarbeiteten) Obstprodukten, zeigen sich große Unterschiede; hinzu kommt, dass der Verkauf von Obstprodukten auch auf andere Sektoren positive Auswirkungen hat.

Das Ziel dieses Abschnittes war es, Wertschöpfungs- und Verkettungseffekte von verarbeiteten und unverarbeiteten Früchten gegenüberzustellen. Diese Vorgangsweise lässt erkennen, welche Vorteile durch die Verarbeitung von Früchten für andere Sektoren und die Wertschöpfung der beteiligten Akteure entstehen. Agroindustrielle Maßnahmen bieten ein mögliches Instrumentarium, um das Problem der Nachernteverluste zu überwinden. Diese Maßnahmen sind im Sektor der allgemeinen Lebensmittelverarbeitung, speziell im Bereich der Obstverarbeitung, eingebettet. Der Blick auf die Wertschöpfungs- und Verkettungseffekte, die aus verarbeiteten und unverarbeiteten Produkten hervorgehen, konnten zeigen, dass die Aufnahme von Verarbeitungsaktivitäten eine wichtige Strategie darstellt, um die Ermächtigung jener Akteure zu bewirken, welche sich in der Kettenhierarchie lokaler, regionaler und globaler WSK am unteren Ende befinden. (vgl. KIT 2006: 24ff.)

4.3.4 Akteure des Obstverarbeitungssektors in Uganda

KMU, Kleinbäuerinnen und -bauern sind zwei wichtige Akteure in Ugandas Fruchtverarbeitungssektor (auf ihre entwicklungspolitische Relevanz wurde bereits hingewiesen) und nehmen daher, wie bereits angekündigt, den Forschungsschwerpunkt in dieser Arbeit ein. Diese beiden Gruppen sind jedoch nicht die einzigen, die in der Verarbeitung von Früchten tätig sind. Um den Obstverarbeitungssektor Ugandas in seiner Vollständigkeit darzustellen, werden alle im Obstverarbeitungssektor auftretenden Akteure Ugandas vorgestellt. Diese Akteure sind in verschiedene WSK organisiert und lassen sich auf unterschiedliche Art differenzieren.

Obstverarbeitende Akteure können gemäß ihrer betrieblichen Größe unterschieden werden. Dabei werden drei Akteure identifiziert:

- Familienbetriebe
- Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

- Großbetriebe¹³

Es ist anzumerken, dass es sich streng genommen bei wenigen ugandischen Familienbetrieben um Akteure entlang einer WSK, sondern vielmehr um Akteure entlang von Angebotsketten handelt. Aufgrund der weiten Verbreitung, vor allem innerhalb einkommensschwacher Bevölkerungsgruppen, erscheint es wichtig, sie – trotz ihrer Informalität und ihrer Kurzlebigkeit – in dieser Arbeit zu berücksichtigen. Eine weitere Unterscheidung der Akteure ergibt sich aus der Territorialität ihrer Absatzmärkte. In Ugandas obstverarbeitendem Sektor sind Akteure auf lokalen, regionalen und globalen WSK präsent.

Weiters muss unterschieden werden, ob Akteure informell oder formell organisiert sind. In formellen WSK sind Lebensmittelsicherheits- und Hygienebestimmungen der nationalen Behörde für Standardsetzung (UNBS) einzuhalten. Diese Rahmenbedingungen und Richtlinien sind gesetzlich verankert. Trotz dieser nationalen Richtlinien und Regulierungen findet ein großer Teil des ugandischen Obstverarbeitungssektors nicht auf formeller, sondern auf informeller Ebene statt. Dieser Teil legt – aufgrund verschiedener Beweggründe, die in Kapitel 3.4.2 Erwähnung fanden – wenig Aufmerksamkeit auf die Richtlinien von Qualitäts- und Sicherheitsstandards.

4.3.5 Vorhandene Typen von Wertschöpfungsketten in Uganda

Die beschriebenen Unterscheidungsmerkmale können nunmehr in verschiedenen Konstellationen auftreten. Im Zuge der Feldforschung wurden im ugandischen Obstverarbeitungssektor vier WSK-Typen beobachtet:

- Familienbetriebe im informellen Sektor, die für den lokalen Markt produzieren
- Großbetriebe, die ihre Erzeugnisse für die lokale Nachfrage fertigen
- Großbetriebe, die ihre Erzeugnisse für die regionale Nachfrage fertigen
- KMU, die sich auf den Exportmarkt spezialisieren

4.3.5.1 **Lokale Familienbetriebe im informellen Sektor**

Dabei handelt es sich mehrheitlich um einzelne Personen, die Frischobst aus eigener Erzeugung weiterverarbeiten und lokal vermarkten. Diese Produkte umfassen lokal erzeugte Fruchtsäfte und Obstweine, die von der nationalen Qualitätsinfrastruktur meist ausge-

¹³Die Definition der OECD bezeichnet Betriebe mit mindestens 250 ArbeitnehmerInnen als Großbetriebe. (vgl. OECD 2005)

geschlossen sind. Für die Herstellung von Weinen und Fruchtsäften wird meist sehr einfache Technologie verwendet. Verpackungsmaterialien sind meist gebrauchte Flaschen oder Plastikbeutel. Die hergestellten Fruchtprodukte sind von geringer Qualität und weisen aufgrund fehlender Konservierungsmethoden und Kühlmöglichkeiten eine kurze Lebenszeit auf. Sie sind vor allem in kleinen Gaststätten, auf lokalen Lebensmittelmärkten und Straßenküchen erhältlich.

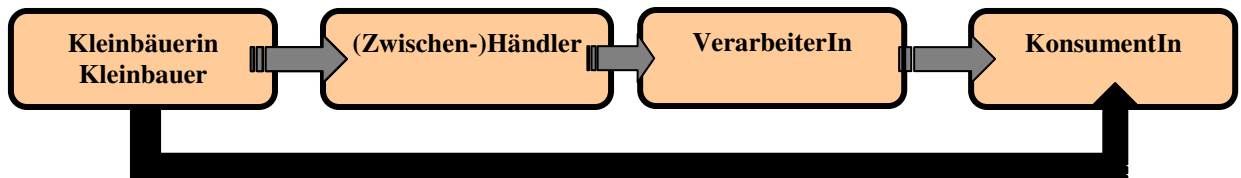


Abbildung 8: nationale WSK Familienbetriebe (eigene Darstellung auf Basis MS Word 2003)

4.3.5.2 Nationale Großbetriebe für den lokalen Markt

Insgesamt betrachtet ist die Anzahl von Großbetrieben im obstverarbeitenden Sektor Ugandas sehr gering. Die von ihnen produzierten Waren umfassen vor allem Fruchtsäfte und Fruchtsaftkonzentrate. Die Erzeugung erfolgt gemäß nationalen Hygiene- und Lebensmittelsicherheitsstandards und stimmt mit Qualitätsbestimmungen des UNBS überein, worauf Gütesiegel auf den Verpackungseinheiten hinweisen.

Obwohl Fruchtsäfte nicht zu den Grundnahrungsmitteln der breiten Bevölkerungsschicht zählen, ist ein lokaler Absatzmarkt vorhanden. Der größte nationale Fruchtsaftproduzent ist die ugandische Firma *Britania Allied Industries Ltd.* mit ihrer bekannten Produktmarke „Splash“. Der Firmensitz und die Produktionsstätte befinden sich in Kampala. Der zweite große nationale Fruchtsaftriese ist *Sameer Agriculture and Livestock Ltd.* mit seinen unter dem Markennamen „Daima“ bekannten Produkten. (vgl. Baranga 2011) *Sameer* ist ein Joint Venture Betrieb, welcher aus der kenianischen *Sameer Gruppe* und des indischen *RJ Konzerns* hervorgegangen ist. (vgl. Gulf Business 2012)

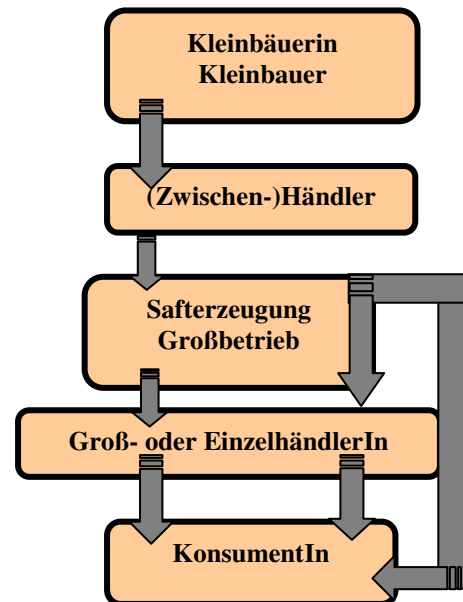


Abbildung 9: nationale WSK Großbetriebe (eigene Darstellung auf Basis MS Word 2003)

Ein weiterer Betrieb der Fruchtverarbeitung, welcher vor allem im Bereich der Konzentraterzeugung tätig ist, ist die ugandische *RECO Industries Ltd.* Alle drei Betriebe erhalten die für einen Teil der Fruchtsaftproduktion benötigten Frischfrüchte meist von (Zwischen-)Händlern. Mangos und Passionsfrüchte werden beispielsweise von Händlern bezogen, welche die Agrargüter direkt von Kleinbäuerinnen und -bauern aufkaufen. (vgl. Ssemwanga 2007: 31ff.)

4.3.5.3 Nationale Großbetriebe für den regionalen Markt

Auch regionale WSK im Fruchtsaftsektor werden von lokalen und regionalen Großbetrieben beliefert. „Regionalität“ wird dabei als grenzübergreifend verstanden (schließt also auch die umliegenden Nachbarländer mit ein) und betrifft vor allem Fruchtsaftexporte aus und -importe nach Uganda.

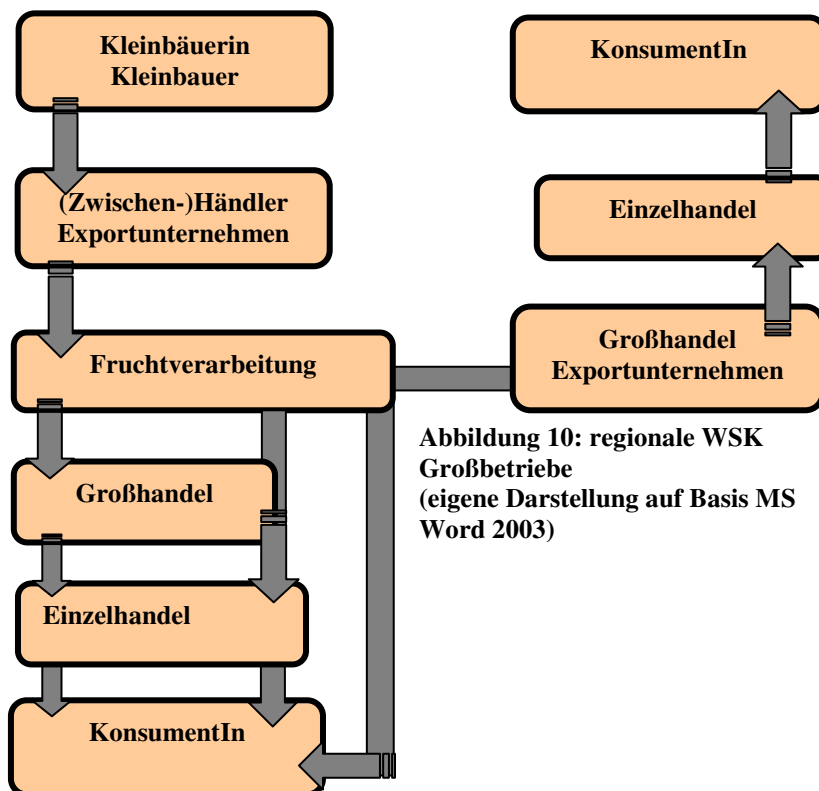


Abbildung 10: regionale WSK
Großbetriebe
(eigene Darstellung auf Basis MS
Word 2003)

Seit 2011 ist zunehmend auch die *Coca-Cola Company*, ein TNC mit ausländischem Kapitaleinsatz, vermehrt in der Produktion von Fruchtsäften aktiv. (vgl. Afrol News 2011) Die *Coca-Cola Company* plant gemeinsam mit *TechnoServe* – ein amerikanisches Entwicklungsprogramm –

und der Bill und Melinda Gates-Foundation eine Partnerschaft mit 50.000 Kleinbäuerinnen und -bauern aus Uganda und Kenia. Diesen Kleinbäuerinnen und -bauern werden im Rahmen von Schulungen bessere Anbaumethoden gelehrt, um die Produktivität und Produktqualität der erzeugten Früchte zu verbessern. Sie erhalten zudem erleichterten Zugang zu Krediten. Langfristig sollen diese Partnerschaften höhere Einnahmen generieren und für eine Verbesserung der Lebensbedingungen sorgen. Ziel ist es, dass die Bäuerinnen und Bauern die *Coca-Cola Company* mit Mango- und Passionsfrüchten versorgen. (ebd.) Wel-

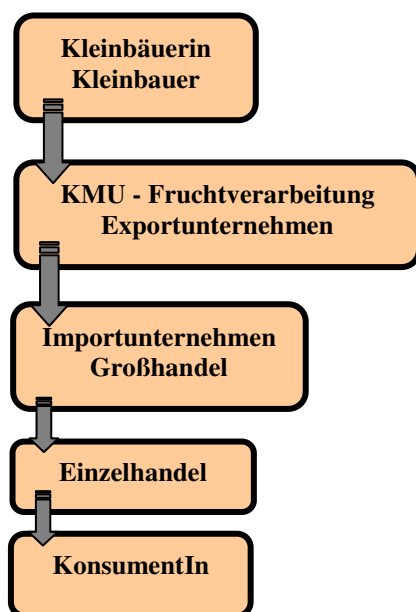
che Einflüsse und Auswirkungen dieses Projekt auf seine TeilnehmerInnen schlussendlich hat, bleibt abzuwarten. Der Absatzmarkt für Fruchtsäfte der Coca-Cola Company befindet sich vor allem in Uganda und Kenia, aber auch anderen Ländern Ostafrikas. (vgl. Kalungi 2012)

Am Exportmarkt sind Ugandas nationale Fruchtsaftproduzenten sehr dürftig vertreten. Fruchtsaftimporte hingegen weisen sehr hohe Zahlen auf. (vgl. Ssemwanga 2010: 2) Der größte Anteil an Fruchtsäften, der in ugandischen Supermärkten und im Einzelhandel erhältlich ist, stammt aus dem Nachbarland Kenia. Die Besonderheit kenianischer Fruchtsäfte ist der Ursprung dieser Produkte – häufig liegt dieser paradoxerweise in Uganda.

In mehreren Interviews mit Geschäftsführern von KMU wurde darauf hingewiesen, dass Ugandas Früchte, allen voran Ananas, Mangos und Passionsfrüchte, einen guten Ruf besitzen, über die Grenzen hinweg für ihre Bekömmlichkeit bekannt und kostengünstiger sind, als Früchte aus Kenia. Ein sich seit den letzten Jahren intensivierender Trend ist deshalb der Import ugandischer Früchte nach Kenia, die Produktion auf kenianischer Seite und der anschließende Re-Export von fertigen Fruchtsäften nach Uganda.

4.3.5.4 KMU am internationalen Exportmarkt

KMU im obstverarbeitenden Sektor Ugandas sind durch eine Reihe an Besonderheiten gekennzeichnet. Sie sind in geringem Maße am lokalen und regionalen Markt, vor allem aber am internationalen Exportmarkt präsent.



Dies ist auf die Fokussierung eines an Bedeutung gewinnenden Nischenmarktes zurückzuführen. Dieser Nischenmarkt ist derzeit fast ausschließlich am Exportmarkt präsent und gewährt KMU entlang globaler WSK Markteintritt. Es handelt sich dabei um die Produktion von Obstprodukten aus verantwortungsvollem Handel, welcher im Anschluss genauere Betrachtung erfährt. Exporte werden derzeit vor allem für Märkte aus Industrieländern, wie der EU, den USA und Japan getätigt. Hauptexportgüter des Hortikultursektors für KMU sind neben frischen Früchten Trockenfrüchte und Fruchtsäfte.

Abbildung 11: globale WSK KMU
(eigene Darstellung auf Basis MS Word
2003)

KMU arbeiten in diesen WSK meist mit Kleinbäuerinnen und -bauern zusammen. Sie übernehmen entlang dieser Kette eine Reihe von Tätigkeiten wie der Organisation der Produktionsweise (biologisch, sozial nachhaltig) sowie in vielen Fällen das Training und/oder die Schulungen für die Produktion von Obstprodukten wie Trockenfrüchten und Fruchtsäften. KMU übernehmen weiters die Verarbeitung der Früchte, die Verpackung, den Transport, den Export, das Marketing und einiges mehr.

Nachdem ein Überblick über die Akteure und die vorhandenen WSK-Typen von Agro-Processing im Obstverarbeitungssektor Ugandas gegeben wurde, erfolgt die Herausarbeitung der nationalen und internationalen Absatzmärkte für ugandische Fruchterzeugnisse als nächster Schritt.

4.4 Nationale und Internationale Absatzmärkte

Der Beleg über vorhandene nationale und internationale Absatzmärkte für Fruchtprodukte ist Voraussetzung dafür, den obstverarbeitenden Sektor als Mittel zur Armutsreduktion überhaupt in Betracht zu ziehen. Eine fehlende oder rückläufige Nachfrage stellt die Sinnhaftigkeit des Ausbaus sehr stark in Frage. Zahlreiche in den letzten Jahren erschienene Marktstudien (vgl. Chongtham u. a. 2010; Ssemwanga 2007; Ssejjemba 2010; ITC 2010) sowie die während der Feldforschung geführten ExpertInneninterviews mit VertreterInnen von KMU und weitere Gespräche mit im Obstverarbeitungssektor aktiven Personen konnten bestätigen, dass sowohl national als auch international die Nachfrage nach ugandischen Obstprodukten vorhanden ist.

Diese Nachfrage weist einige nicht zu vernachlässigende Charakteristiken auf. Aufgrund der unterschiedlichen Nachfragestruktur in den verschiedenen WSK-Typen spezialisieren sich viele der in diesem Sektor tätigen Akteure Ugandas entweder auf die Bedienung des nationalen oder des internationalen Marktes und sind selten auf beiden aktiv.

4.4.1 Nationale Absatzmärkte

Verarbeitete Obstprodukte sind traditionell nicht auf den Speiseplänen der ugandischen Bevölkerung zu finden. In den meisten Fällen wird Obst daher unverarbeitet verzehrt. Trotzdem lassen mit Obstprodukten bestückte Supermarktregale, einige Investitionsberichte aus Zeitungen und zahlreiche Gespräche darauf schließen, dass die Nachfrage nach diesen Produkten vorhanden ist (vgl. Afrol News 2011; UNIDO 2004) und sich zudem im

Aufwärtstrend befindet. (vgl. Kalungi 2012) Fruchterzeugnisse sind kein Grundnahrungsmittel, sondern werden vor allem von jenem Teil der Bevölkerung konsumiert, welcher der oberen Mittel- und Oberschicht angehört und meist die urbanen Zentren Ugandas bewohnt. Nachgefragt werden Fruchtsäfte, Marmeladen, Chutneys, Konservenfrüchte und andere, wobei der Fokus vor allem auf Fruchtsäften liegt. Die beiden großen Fruchtsaftproduzenten Ugandas konkurrieren sehr stark mit einer Reihe an Anbietern aus dem Ausland.

Der Ursprung vieler importierter Säfte liegt in Südafrika, Ägypten, Indien, China und Kenia. (vgl. UNIDO 2004: 40ff.) Das Nachbarland Kenia ist im ostafrikanischen Raum federführend im Bereich der Obstverarbeitung. Kenias Obstverarbeitungssektor charakterisiert sich durch hohe Produktivität und Qualität, durch den Einsatz moderner Maschinen, aber aufgrund der großen Konkurrenz und der billigeren Produktionskosten auch durch niedrige Preise. (vgl. Yoshino/Nguni/Asebe 2011) Mit dieser Preisgestaltung können ugandische Betriebe nicht mithalten. Trotz der durch die Distanz bedingten höheren Transportkosten sind die Preise für importierte Fruchtsäfte aus Kenia meist auf gleichem oder niedrigerem Niveau als ugandische Produkte.

Zusammenfassend ist nun festzuhalten, dass in Uganda zweifelsohne eine Nachfrage nach nationalen Obstprodukten besteht, es in diesem Zusammenhang aber zahlreiche zentrale Herausforderungen gibt: Mit neuen Konsumtrends gehen immer auch neue Kaufrends einher. Besonders augenscheinlich ist dies in Ugandas urbanem Zentrum Kampala, in dem allorts Supermärkte aus dem Boden wachsen. Dabei handelt es sich zumeist um internationale oder regionale Lebensmittelkonzernketten mit Sitz im Ausland. Zwei in Kampala verbreitete Supermarktketten sind Tusky's (aus Kenia) und Shoprite (aus Südafrika). Ein großer Teil der dort angebotenen Waren werden aus den jeweiligen Konzernmutterländern importiert. In diesen Supermärkten gibt es ein großes Angebot an Importwaren, die trotz der anfallenden Transportkosten häufig günstiger sind als die Produkte aus nationaler Produktion.

Zu diesem ohnehin nachteiligen Faktor mischen sich weit verbreitete Überzeugungen von KonsumentInnen, importierte Ware als qualitativ hochwertiger einzuschätzen. Bei Relativierung des Kostenarguments beeinflusst diese Annahme sehr stark die Kaufentscheidung. (vgl. Ssemwanga 2007: 21f.) Die Haltung, Exportgütern eine bessere Qualität zuzusprechen, ist nicht nur im Lebensmittelsektor ein Problem, sondern tritt in verschiedensten Sektoren auf, wie ebenfalls in nahezu allen Interviews bestätigt wurde.

4.4.2 Internationale Nachfragestruktur

Die internationale Nachfrage nach Obstprodukten aus Uganda unterscheidet sich grundlegend von den Charakteristiken der Binnenmarktnachfrage. In den letzten zehn Jahren hat sich die Nachfrage sehr positiv entwickelt und zeigt hohe Wachstumszahlen. Die Nachfrage richtet sich derzeit vor allem auf zwei Fruchterzeugnisse: Trockenfrüchte und Fruchtsäfte. Der Bedarf nach unverarbeiteten Früchten ist hingegen rückläufig. Laut dem britischen Department internationaler Entwicklung wurden im Jahr 2005 insgesamt 90 t Trockenfrüchte erzeugt und exportiert. (vgl. DfID 2005) Diese 90 t entsprachen in etwa 10-20 % der an Uganda gerichteten Nachfrage. (vgl. Chongtham/Neergaard/Pillot 2010: 23ff.) Dieser Trend blieb bis heute aufrecht. Die meisten Akteure Ugandas, die Trockenfrüchte produzieren, verzeichnen eine Produktionskapazität von 800 kg pro Monat, wobei die Nachfrage einzelner (Groß-)AbnehmerInnen zwischen 1 t und 4 t liegt. Die derzeitigen Produktionskapazitäten¹⁴ reichen daher in keiner Weise aus.

Seit 2008 richtet sich die Nachfrage neben Trockenfrüchten vermehrt auf tief gefrorene Fruchtsäfte und -pürees – bislang exportiert aber ausschließlich ein Unternehmen Fruchtsäfte nach Europa. Pro Jahr betragen diese Fruchtsaftexporte etwa 120 t, das entspricht ungefähr 10 % der an dieses Unternehmen gerichteten Nachfrage. Die generelle Nachfrage an ugandische Unternehmen liegt schätzungsweise bei mehreren 1000 t. Diese Zahlen sind aus Gespräche mit VertreterInnen von KMU und der nationalen Biobewegung hervorgegangen, die während der Feldforschung stattgefunden haben. Einige der befragten KMU gewährten Einblicke in die E-Mail-Kommunikation mit den jeweiligen KaufinteressentInnen aus Übersee, die die genannten Zahlen bestätigten.

Das zentrale Nachfragemerkmal und die wichtigste Charakteristik von Trockenfrüchten und Fruchtsäften aus Uganda ist die Forderung von Zertifikaten, die ökologische und sozial gerechte Produktion garantieren. Aus einer Marktstudie des International Trade Centers (ITC) geht hervor, dass die Nachfrage nach biologisch zertifizierten Fruchtsäften in fast allen Fällen das Angebot übersteigt. Unter anderem betrifft das einige Obstsorten, die in Uganda reichlich produziert werden, wie Ananas, Mangos, Passionsfrüchte und Bananen. (vgl. ITC 2010) Auffallend ist weiters, dass die meisten biologisch zertifizierten Fruchtsaftsorten oft in einem einzigen Land erzeugt werden: Ananas (Costa Rica), Passionsfrucht (Brasilien) und Guave (Brasilien). (vgl. Barkla 2011: 20ff.) Verringerte Ernten aufgrund

¹⁴Genauere Angaben zum derzeitigen Handelsvolumen erfolgen im Kapitel 4.7.4.

schlechter Wetterlagen können in diesen Fällen die ohnehin bereits vorhandenen Engpässe verstärken.

Es wurde gezeigt, dass die derzeitige Nachfrageentwicklung von Obstprodukten am Binnenmarkt hauptsächlich von Großbetrieben aus dem In- und Ausland, die internationale Nachfrage fast ausschließlich von KMU bedient wird. Diese Erkenntnis erweitert die Inhalte jener vier vorgestellten WSK in Ugandas Obstverarbeitungssektor, die im vorangegangenen Kapitel behandelt wurden. Ebenso wurde darauf aufmerksam gemacht, dass die Auflistung aller in Uganda anzutreffenden Akteure notwendig war, um den Obstsektor des Landes in seiner Vollständigkeit zu präsentieren. Jedoch wird erneut darauf hingewiesen, dass ausschließlich KMU, Kleinbäuerinnen und -bauern im Zentrum dieser Arbeit stehen und somit auf den nachfolgenden Seiten, die detaillierte Abhandlung der anderen Akteure ausgelassen wird.

Während dieses Kapitel der Präsentation der funktionellen Upgrading-Strategie Agro-Processing gewidmet war, erfolgt im nächsten Kapitel die Betrachtung der zweiten Aufwertungsstrategie Produkt-Upgrading, die im Rahmen dieser Forschung – vertreten durch den verantwortungsvollen Handel – erläutert wird.

4.5 Verantwortungsvoller Handel – ein Nischenmarkt

In Kapitel 3.5 des theoretischen Teiles wird darauf eingegangen, dass Nischenmärkte für Akteure von Entwicklungsländern die Möglichkeit schaffen, abseits von globalen Konzernriesen in WSK einzutreten. Da Nischenmärkte ausschließlich für eine limitierte Anzahl von Akteuren Raum bieten, sind von denjenigen, die sich Zutritt verschaffen wollen, Schnelligkeit und Kompetenzen wie Flexibilität, Kreativität und Innovation gefordert. (vgl. World Bank 2011) Vielen KMU des Lebensmittelsektors kommt der Vorteil zugute, dass sie aufgrund ihrer Größe über mehr Flexibilität und Wendigkeit und damit über bessere Voraussetzungen verfügen als transnationale Supermarktketten. Verantwortungsvoller Handel ist trotz seines Wachstums in den letzten Jahrzehnten ein Musterbeispiel eines Nischenmarktes, da er insgesamt nur wenige Prozente des weltweiten Handels für sich beansprucht. (vgl. UNIDO 2006: 39ff.)

Auf Ugandas Obstverarbeitungssektor übertragen, findet man zwei der drei sich im verantwortungsvollen Handel befindenden Säulen: sozial gerechter und ökologischer Handel. Die bestehende weltweite Nachfrage nach biologischen und fair gehandelten exotischen

Fruchterzeugnissen, wie Säften und Trockenfrüchten, kann derzeit nicht gedeckt werden. (vgl. ITC 2010) Diese Tatsache bietet für KMU attraktive Marktchancen.

Die Spezialisierung auf Nischenmärkte erweist sich für Uganda auch aufgrund seiner Binnenmarktsituation als interessantes Handlungsfeld. Der Transport ugandischer Waren in verschiedene Teile der Welt gestaltet sich aufgrund der Eingeschlossenheit des Landes als kostspielig und langwierig. Mit der Preisgestaltung frischer Früchte und Fruchterzeugnisse von Anbietern aus Westafrika oder Kenia kann Uganda deshalb nicht mithalten. Eine Möglichkeit, diesen Nachteil auszubalancieren, ergibt sich durch die Spezialisierung auf Qualität anstatt von Quantität, beispielsweise durch die Produktion von Gütern aus biologischer Landwirtschaft oder aus sozial gerechtem Handel.

Ein zentraler Aspekt der Forschungsfrage sind die Chancen und Risiken des verantwortungsvollen Handels für KMU, Kleinbäuerinnen und -bauern in Ugandas Obstverarbeitungssektor; diesem Aspekt widmet sich dieses Kapitel.

4.5.1 Biologischer Landbau in Uganda

Im Vergleich zu anderen Staaten Afrikas zeichnet sich Ugandas Landwirtschaft durch einen hohen Anteil an biologischer Produktion aus. Der durchschnittliche Pestizidverbrauch von Bäuerinnen und Bauern aus Subsahara-Afrika beträgt 9 kg/ha. Dieser Anteil ist im weltweiten Vergleich sehr niedrig. Der Verbrauch an Agro-Chemikalien in Uganda liegt mit 1 kg/ha noch weiter darunter. (vgl. Dinah/Okaasai/Rusoke 2009: 3) Im Jahr 2003 galten 185.000 ha Agrarland Ugandas als biologisch zertifiziert. (ebd.) 2011 stiegen diese Zahlen auf knapp 227.000 ha. Diese nehmen etwa 1,64 % der gesamten agrarischen Nutzfläche des Landes ein. Innerhalb Afrikas steht Uganda aufgrund seiner im Vergleich großen biologisch zertifizierten Nutzfläche unangefochten an erster Stelle. (vgl. FiBL/IFOAM 2012) Diese Fläche wird von zirka 187.900 Kleinbäuerinnen und -bauern bewirtschaftet, deren durchschnittliche Betriebsgröße 1,2 ha beträgt. Uganda ist nach Indien zudem jenes Land, das die meisten zertifizierten Bio-Kleinbäuerinnen und Bio-Kleinbauern zählt. (vgl. Namuwoza/Tushemerirwe 2011: 1)

Aus einer 2010 durchgeführten Studie von Chongtam, Neergaard und Pillot geht hervor, dass die Motive für die Durchführung biologischer Landwirtschaft meist ein höheres Einkommen und die Forderung biologischer Produktion von Vertragspartnerschaften sind. Weiters gibt es eine Reihe an Kleinbäuerinnen und -bauern, die über keine Zertifizierung

verfügen, aber trotzdem Landwirtschaft frei von Agro-Chemikalien betreiben. Die Gründe, weshalb konventionelle Kleinbäuerinnen und -bauern keine biologische Landwirtschaft betreiben wollen, sind vielfältig, meist aber finanzieller Natur; sie gehen auf fehlende Absatzmärkte, fehlendes Training hinsichtlich biologischer Anbaumethoden oder auf einen erhöhten Arbeitsaufwand zurück. (vgl. Chongtam/Neergard/Pillot 2010: 28ff.)

Aus einem Gespräch mit dem internationalen Marketingexperten der nationalen Biobewegung NOGAMU, ging hervor, dass sich eine Reihe von Kleinbäuerinnen und -bauern, welche biologischen Landbau praktizieren, nicht in den Statistiken befindet, da diese biologische Landwirtschaft „in Konversion“ betreiben. Dieser Ausdruck steht stellvertretend für Bäuerinnen und Bauern, welche sich im Übergang von konventioneller zu biologischer Landwirtschaft befinden. Diese Übergangszeit beträgt drei Jahre. (vgl. NOGAMU 2012) Trotz der ansteigenden Anzahl an Bäuerinnen und Bauern, die auf zertifizierten Flächen biologischen Landbau praktizieren, ist die Bio-Landwirtschaft weiterhin ein Nischensegment. In Relation zur Gesamtproduktion der agrarischen Güter – sowohl national als auch international – nimmt dieser Sektor nur wenige Prozentpunkte ein. (ebd.)

Weiters konnte aus Gesprächen und einem Bericht entnommen werden, dass der biologische Sektor Ugandas von Seiten der Regierung wenig Beachtung findet. Ein vor Jahren dem Kabinett überreichter Antrag einer „Organic Policy“ befindet sich nach wie vor in Verhandlung. (vgl. Namuwoza/Tushemerirwe 2011: 120) Welchen Einfluss die Policy, sofern diese akzeptiert wird, auf die Entwicklung der biologischen Landwirtschaft Ugandas haben wird, bleibt abzuwarten.

Trotz der starken Nachfrage biologisch erzeugter Produkte aus Uganda ist es notwendig darauf hinzuweisen, dass diese Nachfrage hauptsächlich auf den Exportmarkt beschränkt bleibt. Der lokale und regionale Markt für Bioprodukte befindet sich im Aufwärtstrend, ist aber verschwindend gering. Produkte aus biologischem Anbau können in Uganda nur in manchen Supermärkten und in einem sich in Kampala befindlichen Bio-Supermarkt erworben werden. Obwohl der Marktanteil derzeit gering ist, weisen die Umsätze von biologischen Produkten in ostafrikanischen Ländern laut einer 2008 durchgeführten Marktstudie Wachstumsraten von 40 % auf. (ebd.: 120f.)

Trotz des Nischencharakters biologischer Landwirtschaft befinden sich neben dem regionalen Markt auch die Exporteinnahmen von Bioprodukten seit einigen Jahren im Aufwärtstrend. 2009/10 konnten 2,4 % der gesamten Exporte Ugandas dem Biosektor zuge-

ordnet werden. Die Erlöse stiegen von etwa EUR 5 Mio. in den Jahren 2003/04 auf knapp EUR 37 Mio. im Jahr 2009/10. (ebd.: 119) Die anbei zu sehende Grafik zeigt die Entwicklung der letzten Jahre.

Ein weiterer interessanter Aspekt ist die Preisgestaltung von Produkten aus biologischer Landwirtschaft. Aus UNCTAD- und UNEP-Daten geht hervor, dass die Prämien für Bioprodukte von Land zu Land sehr unterschiedlich sind.

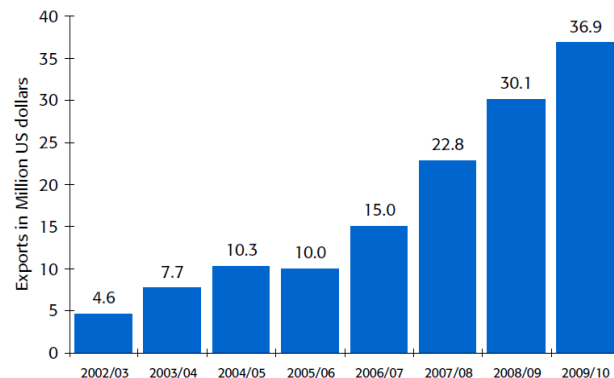


Abbildung 12: “Uganda: Value of organic export in million US dollars 2002-2010”
(Namuwoza/Tushemerirwe 2011: 119)

In einigen Entwicklungsländern liegen sie bis zu 400 % über den Preisen konventioneller Produkte. In manchen Ländern wie-

derum werden gar keine Prämien ausbezahlt. In Ländern der EU liegen die Prämien für Bio-Bäuerinnen und Bio-Bauern unter 50 % über den Preisen aus konventioneller Produktion. (vgl. UNEP/UNCTAD 2008: 27ff.) Der Fruchtsektor Ugandas weist sehr starke Schwankungen hinsichtlich der ausbezahlten Bioprämien auf: Aus mehreren Gesprächen mit Geschäftsführern und ProduktmanagerInnen exportierender KMU ging hervor, dass Preise für Ananas etwa 10 % und Preise für Passionsfrüchte etwa 300 % (Stand 2012) höher sind, als für Früchte aus konventioneller Landwirtschaft. Diese Zuschläge sollen im Wesentlichen die Kosten für den höheren Arbeitsaufwand decken, welcher beispielsweise durch händisches Unkrautjäten entsteht.

4.5.1.1 National Organic and Agricultural Movement of Uganda (NOGAMU):

In einer Reihe von Gesprächen und Interviews wurde bestätigt, dass biologische Landwirtschaft in Uganda im Vergleich zu anderen afrikanischen Staaten einen besonderen Stellenwert besitzt. In fast allen Gesprächen wurde die zentrale Rolle von NOGAMU erwähnt. Diese nationale Organisation leistet Pionierarbeit in der Forcierung biologischer Landwirtschaft. Es handelt sich dabei um eine 2001 offiziell gegründete, aber bereits seit den späten 90ern aktive Organisation, welche verschiedene Akteure, die im Bereich biologischer Landwirtschaft Fuß gefasst haben, unter einem Dach vereint. Ob Exportfirmen, individuelle Kleinbäuerinnen und -bauern, Kooperativen, KMU, NRO, allerlei Behörden, Forschungsinstitute, Individuen und weitere Akteure – NOGAMU ist die erste Anlaufstelle für alle Interessenten und Beteiligten im Biosektor des Landes. Neben der Interessensvertre-

tung ihrer unterschiedlichen MitgliederInnen sieht sich NOGAMU vor allem als Dienstleistungsanbieter, der die einzelnen Akteure miteinander vernetzt, um eine möglichst auf allen Ebenen barrierefreie und nachhaltige WSK zu gestalten. Außerdem bietet NOGAMU AbnehmerInnen aus dem Ausland Verknüpfungsmöglichkeiten mit Exportunternehmen, KMU und anderen Akteuren. Hinzu kommt die Aufgabe von NOGAMU, Trainingseinheiten, Workshops und Seminare zu organisieren und abzuhalten, in denen sowohl theoretisches als auch praktisches Wissen über die Implementierung biologischer Landwirtschaft vermittelt wird. Die Zertifizierung der Betriebe, Produktionsanlagen, Kooperativen etc. selbst wird von unabhängigen Prüfbehörden vorgenommen. Innerhalb Ugandas gibt es eine lokale Zertifizierungsbehörde – *Uganda Organic Certification Ltd.* (Ugocert) –, die 2004 mithilfe von NOGAMU gegründet wurde. Weitere unabhängige internationale Zertifizierungsbehörden für ökologischen Landbau sind IMO, Ceres, Ecocert und die britische Soil Association. (vgl. NOGAMU 2012; <http://www.nogamu.org.ug/>)

4.5.2 Sozial nachhaltiger Handel in Uganda

Die Nachfrage an Produkten, welche über Zertifikate verfügen, die den sozial gerechten Handel bestätigen, liegt im Aufwärtstrend. Aktuell sind in Uganda neben Kaffee, Tee und Vanille auch Frischobst, Trockenfrüchte und Fruchtsaft mit Sozialsiegeln ausgezeichnet, erhältlich. Derzeit sind in Uganda die Siegelinitiativen „Fairtrade“, „Fair for life“ und „Utz Kapeh“ als Zertifikate der fairen Handelsbewegung verfügbar. (vgl. NOGAMU 2012) In Ugandas Fruchtverarbeitungssektor finden sich „Fairtrade“ und „Fair for life“. Das „Fairtrade“-Gütesiegel garantiert die Produktionsweise nach den Standards der FLO, „Fair for life“ nach den Standards der IMO. Zum Zeitpunkt der Feldforschung verfügten zwei Akteure im Obstverarbeitungssektor über Zertifikate des fairen Handels. Ihren Aussagen zufolge profitieren 800 Haushalte von der Fruchtverarbeitung aus sozial gerechtem Handel. Die meisten InterviewpartnerInnen geben zudem an, dass neben biologisch zertifizierten Produkten, potenzielle Absatzmärkte immer häufiger Produkte mit Zertifikaten des fairen Handels fordern. Für den Absatz am lokalen und regionalen Markt ist ein soziales Zertifikat derzeit kaum rentabel.

Nennenswert ist zudem die Präsenz von FLO-Cert in Kampala. FLO-Cert, die unabhängige Zertifizierungsbehörde des FLO-Standards, verfügt über eine lokale Vertretung. Weiters gibt es ein für den Raum Ostafrika zuständiges FLO-Cert-Büro in Karatu, Tansania. (vgl. FLO-Cert 2012) VertreterInnen des IMO „Fair for life“-Zertifikates verfügen über ein zu-

ständiges Büro in Kampala. (vgl. IMO 2013) Die dauerhafte Präsenz von VertreterInnen der sozialen Siegelinitiativen innerhalb Ugandas weist auf die zunehmende Rolle sozialer Standards in Uganda hin. In einigen Interviews wurde dennoch darauf hingewiesen, dass, trotz zunehmender Wichtigkeit sozialer Standards, die derzeitigen Handelsvolumen der Exportgüter aus fairem Handel bei weitem nicht das Ausmaß der biologischen Exporte erreichen.

4.6 Der Ansatz globaler Wertschöpfungsketten und seine Chancen für kleine und mittlere Unternehmen und Kleinbäuerinnen/Kleinbauern Ugandas

Es wurde bereits erwähnt, dass Agro-Processing und verantwortungsvoller Handel in kombinierter Form im ugandischen Obstsektor derzeit ausschließlich am Exportmarkt ausreichend Nachfrage erfahren. Eine weitere Besonderheit des ugandischen Exportmarktes für Fruchterzeugnisse ist außerdem die starke Dominanz von KMU, die die nationale WSK-Organisation übernehmen und mit Kleinbäuerinnen und -bauern zusammenarbeiten. Diese Organisations- und Strukturierungsform der Obst-WSK am Exportmarkt Ugandas unterscheidet sich damit grundlegend von den globalen Strukturen von WSK im Lebensmittelsektor; üblicherweise wird der globale Lebensmittelsektor nämlich von transnational agierenden Supermarktketten dominiert (siehe dazu Kapitel 3.3.2). Diese Grundstruktur globaler WSK im Lebensmittelsektor scheint für die ins Zentrum gerückte WSK verarbeiteter ugandischer Obstprodukte aus verantwortungsvollem Handel jedoch nicht typisch zu sein. Es stellt sich daher die Frage nach den Besonderheiten der WSK in Ugandas Obstsektor und welche Rolle dabei den KMU sowie den Kleinbäuerinnen und -bauern zukommt.

4.6.1 Aufbau der Wertschöpfungskette

Zunächst erfolgt die vereinfachte Darstellung einer WSK für Obstprodukte innerhalb Ugandas. Charakteristisch an der WSK ugandischer Obsterzeugnisse ist die Aufteilung sämtlicher Aktivitäten bis hin zum Export auf zwei Akteure: Kleinbäuerinnen, -bauern und KMU. Während in den meisten Fällen Kleinbäuerinnen und -bauern für die Produktion von Rohstoffen zuständig sind, übernehmen KMU sämtliche weitere Schritte bis zum Export. Diese Aktivitäten umfassen die Organisation der Produktion, die Verarbeitung, die Verpackung, die Einhaltung von Qualitätsstandards, die Zertifizierungsvorgänge, den Transport, den Export, das Marketing und auch die Organisation des Marktzutritts. KMU

arbeiten mit Importfirmen oder Akteuren des Großhandels in verschiedenen Absatzländern zusammen.

4.6.2 Governance der Wertschöpfungsketten im Exportsektor

Betrachtet man den typischen Aufbau einer globalen WSK im Obstverarbeitungssektor Ugandas wird deutlich, dass es keine eindeutige Lead Firm gibt, welche die gesamte Kette dominiert. Ugandas KMU sind eigenständige Unternehmen, deren Ziel es ist, ein Produkt zu schaffen und dieses am Exportmarkt abzusetzen. Importfirmen und andere Akteure aus dem Groß- und Einzelhandel wirken ausschließlich indirekt auf den Produktionsprozess ein, indem sie Standards und Normen einfordern, welche im Lebensmittelsektor vieler Länder vorgeschrieben sind. Die Verantwortung und Organisation der Produkterzeugung liegt in den Händen der KMU. Die Vernetzung von KMU und ihren Absatzmärkten ist deshalb eher lose. Es findet nur in seltenen Fällen ein Informations- oder Technologieaustausch statt, da die technologischen und wissensbezogenen Kompetenzen exportierender KMU bereits hoch sind. Dies trifft zumindest auf jene Fälle zu, welche bereits seit einigen Jahren bestehen und auch im Rahmen der Feldforschung visitiert wurden.

Der Austausch zwischen ugandischen KMU und internationalen AbnehmerInnen (oft Akteure des Groß- und Einzelhandels) beschränkt sich in den meisten Fällen auf Produkt und Kapital. Nur in seltenen Fällen, wenn eine bereits langjährige geschäftliche Zusammenarbeit oder Partnerschaft besteht und Vertrauen auf beiden Seiten vorhanden ist, zeigt sich die Tendenz von Wissens- und Technologietransfer, um eine Verbesserung der Produktqualität oder der Produktivität zum Nutzen beider Seiten zu erreichen.

Derzeit gelten Trockenfrüchte als die den Exportmarkt dominierende Produktgruppe des Obstverarbeitungssektors, die Verarbeitung zum fertigen Produkt weist dabei wenig komplexe Fertigungsschritte¹⁵ auf. Ähnliche Fertigungsbedingungen bestehen für die momen-

¹⁵Die Technologie zur Herstellung von Trockenfrüchten variiert sehr stark. Die Produktion kann auf zwei Arten organisiert sein: Einerseits kann die Produktion bei den Kleinbäuerinnen und -bauern selber liegen oder sie wird andererseits von den KMU durchgeführt. Kleinbäuerinnen und -bauern verwenden Trockenanlagen, welche aus einem einfachen Holzgestell und einer Plastikplane bestehen. Die Temperaturregelung erfolgt händisch und bedarf einer exakten Einschulung. Die Trocknung findet ausschließlich durch Sonnenlicht (Solarenergie) statt. Diese Anlagen sind in Uganda ab EUR 150 erhältlich. Sie werden Kleinbäuerinnen und -bauern von KMU oder Entwicklungsprogrammen häufig zur Verfügung gestellt oder es erfolgt die Vermittlung zu MFI, die dafür günstige Kredite vergeben. Dienen Kleinbäuerinnen und -bauern als Rohstofflieferanten übernehmen KMU die Trocknung der Früchte in Trockenkammern, die durch verschiedene Energiequellen beheizt werden. Die Bandbreite reicht von Gas, Elektrizität (Photovoltaik, Stromnetz), Biomasse (Holz, Kohle) bis zu Solarenergie etc. Manche KMU verfügen über eine besondere Hybrid-Technologie, welche verschiedene Energiequellen zur Energiegewinnung einsetzt.

tan noch in geringen Volumen gehandelten Fruchtsäfte und -pürees. Da die Verarbeitung zum fertigen Produkt von einem KMU selbst übernommen wird und keine Koordination der unterschiedlichen Akteure stattfindet, erscheint die Komplexität der Koordination als niedrig. Bezogen auf Gereffis, Humphreys und Sturgeons Koordinationstabelle handelt es sich daher am ehesten um eine marktbasierte Wertschöpfungskette. (vgl. Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 87) Macht wird darin nicht auf direktem Wege von einer Lead Firm ausgeübt, sondern indirekt von unterschiedlichen Akteuren. Die KMU können ihre Produktion zwar selbst steuern, müssen aber von den Absatzmärkten verlangte Bedingungen erfüllen. Dies betrifft vor allem die Einhaltung gesetzlich festgelegter Lebensmittelsicherheits- und Hygienebestimmungen sowohl innerhalb Ugandas als auch am jeweiligen Exportmarkt. Um Lebensmittelsicherheit, Hygiene und Qualität der Produkte zu gewährleisten, wurden verschiedene Qualitätsmanagementsysteme etabliert, die von UNBS überprüft und ausgezeichnet wurden. Bei Trockenfrüchten und Fruchtsäften bedarf es der Erfüllung festgelegter Kriterien aus den Qualitätsmanagementsystemen des ISO 22000 und des HACCP, deren Standards bereits erläutert wurden und deren Einhaltung alljährlich überprüft werden muss. Neben den erforderten nationalen und internationalen Standards der Lebensmittelsicherheit kommen zusätzlich private Standards zum Tragen. Diese beziehen sich beispielsweise auf Lebensmittel mit Zertifikaten aus verantwortungsvollem Handel.

4.6.3 Upgrading, vertikale und horizontale Integration in eine Wertschöpfungskette

Upgrading dient der Aufwertung der Position eines Akteurs entlang der Produktionskette und der verbesserten Wertschöpfung für dessen Produkt. Upgrading kann die bereits erläuterten Formen Prozess-Upgrading, Produkt-Upgrading, funktionelles Upgrading und Ketten-Upgrading annehmen.

Vertikale und horizontale Integration in eine WSK dient einerseits der Erhöhung der Wertschöpfung (vertikal) als auch der Ermächtigung und Mitsprache von ProduzentInnen (horizontal). Vertikale Integration in eine WSK gelingt durch die Aufnahme von Aktivitäten, die Einfluss auf Quantität und/oder Qualität der Produktion haben und daher den Wert eines Produktes steigern. Die horizontale Integration umfasst Aktivitäten, die Einfluss auf die Organisation, das Management und das Ownership einer WSK haben. (vgl. KIT 2006:

24ff.) Strategien des Upgrading, vertikaler und horizontaler Integration können in Ugandas Obstverarbeitungssektor für den Exportmarkt sowohl für Kleinbäuerinnen und -bauern als auch für KMU nachgewiesen werden. Welche Strategien, auf welche der beiden Akteure angewendet werden können, wird im folgenden Abschnitt gezeigt.

4.6.3.1 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern

Viele Kleinbäuerinnen und -bauern Ugandas durchlaufen ein Prozess-Upgrading, damit ihnen der Eintritt in die WSK von Obstprodukten gelingt – dabei handelt es sich um die Veränderung der Produktionsweise: Die für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern typische Subsistenzwirtschaft wird um eine kommerzielle Komponente erweitert. Neben der Produktion, also dem Anbau der für die Nahrungsmittelversorgung notwendigen Stapelfrüchte, spezialisieren sie sich auf die Produktion einer oder mehrerer Fruchtarten. Im Distrikt Kayunga, in Zentraluganda, spezialisieren sich beispielsweise die meisten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern auf die Produktion von Ananas. Welchen Einfluss diese Spezialisierung auf die Lebensbedingungen der dortigen Bevölkerung hat, wird in einem der folgenden Kapitel aufgegriffen. Die Spezialisierung auf ein oder maximal zwei Fruchtarten ermöglicht die Erhöhung der Produktivität.

Neben Prozess-Upgrading findet zudem Produkt-Upgrading statt; darunter versteht man die qualitative Aufwertung eines Produktes. Auf Ugandas Obstverarbeitungssektor umgelegt, zeigt sich Produkt-Upgrading vor allem bei Produkten aus biologischer Landwirtschaft und bei der Implementierung sozial gerechten Handels. Diese Formen des verantwortungsvollen Handels haben keinen Einfluss auf die Quantität wohl aber auf die Qualität der Produkte. Es gibt einige Entwicklungsprogramme, die für die Implementierung Unterstützung anbieten. Sie können das Training, die Organisation und die Gesamt- oder Teilfinanzierung der Zertifikate übernehmen. In manchen Fällen kommt die Unterstützung auch von KMU.

Eine weitere, aber seltene Aufwertungsstrategie von Kleinbäuerinnen und -bauern ergibt sich aus funktionellem Upgrading. Dabei handelt es sich um die bereits mehrfach erwähnte Weiterverarbeitung von Früchten. In Uganda übernehmen Kleinbäuerinnen und -bauern funktionelles Upgrading, wenn sie die Trocknung von Früchten in ihren eigenen Trockenanlagen übernehmen.

Die zusätzliche Aufnahme von Aktivitäten zur Erhöhung der Produktivität und Qualität bzw. die Schaffung eines verarbeiteten Produktes integriert Kleinbäuerinnen und Klein-

bauern zudem vertikal in eine WSK. (vgl. KIT 2006: 19ff.) Übernehmen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zusätzlich Management- und Organisationsaufgaben, findet eine horizontale Integration statt. Diese ergibt sich häufig durch die Entstehung von Kooperationen, beispielsweise Kooperativen und Genossenschaften. Vorteile einer horizontalen Integration sind erhöhtes Mitspracherecht, bessere Verhandlungsbedingungen und insgesamt weniger Abhängigkeiten gegenüber (Zwischen-)Händler. Obwohl Kooperativen innerhalb des Obstverarbeitungssektors derzeit eine Minderheit darstellen, genießen sie einen entscheidenden Vorteil: Ihre Mitglieder besitzen als Kollektiv wesentlich mehr Durchsetzungsvermögen bei der Preisgestaltung.

Neben den Vorteilen ergeben sich aber auch eine Reihe von Risiken und Verantwortlichkeiten. Im Falle Ugandas bestätigt sich, dass vor allem die einkommensschwächsten Mitglieder der Gesellschaft selten gewillt sind, die Verantwortung, die horizontale Integration mit sich bringt, zu übernehmen und sie daher vermehrt auf die vertikale Integration zurückgreifen. Die Vorteile einer vertikalen Integration durch höhere Einnahmen sind für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern meist direkt erkennbar und werden deshalb bevorzugt beansprucht. Von den Vorteilen der horizontalen Integration können Kleinbäuerinnen und Kleinbauern meist nur bedingt überzeugt werden, selbst funktionelles Upgrading wird von vielen abgelehnt. Die Produktion für den Exportmarkt geht mit einer Reihe von Verantwortlichkeiten einher, denen sich viele nicht gewachsen fühlen oder die sie aufgrund finanzieller Engpässe nicht übernehmen können. Die meisten Kleinbäuerinnen und -bauern bevorzugen die Entstehung von Partnerschaften und konstanten Absatzmärkten. Diese Partnerschaften sind in manchen Fällen, aber nicht ausschließlich, vertraglich geregelt. Die Vorteile für die Kleinbäuerinnen und -bauern sind dabei die unabhängig von Saison und Ernte geregelten, stabilen Preise. In der Obst-WSK des Exportmarktes werden diese Partnerschaften, wie die Praxis zeigt, vor allem mit KMU eingegangen.

4.6.3.2 Kleine und mittlere Unternehmen – KMU

Viele der in Uganda tätigen KMU des obstverarbeitenden Sektors durchlaufen funktionelles Upgrading. Dabei handelt es sich um die Produktion von Trockenfrüchten, Fruchtsäften, Marmeladen etc. KMU, welche zunächst auf die Produktion eines Fruchterzeugnisses spezialisiert sind und später die Produktion und den Vertrieb eines neuen Produktes hinzufügen, bedienen sich zusätzlich des Ketten-Upgradings. Diese Form der Aufwertung wird vor allem von jenen KMU betrieben, die im Verkauf eines anderen Produktes bereits erfolgreich sind und ihre Produktpalette erweitern möchten. Ebenso zentral ist das Produkt-

Upgrading durch biologischen Landbau und sozial gerechten Handel. Obsterzeugnisse, welche aus biologischer und sozial gerechter Produktion stammen, bedürfen der Zertifizierung entlang der gesamten Produktionskette: Produktion, Verarbeitung, Verpackung, Lagerung und Export.

Das folgende Kapitel zeigt nun die praktische Umsetzung der vorgestellten Upgrading- und Integrationsstrategien, legt damit verbundene Schwierigkeiten und Chancen beider Akteure offen und stellt zudem weitere Ergebnisse vor, welche in der zweimonatigen Feldforschung generiert wurden.

4.7 Ergebnisse der Feldforschung in Uganda

4.7.1 Hintergrund der Forschungsreise

Der Forschungsaufenthalt in Uganda belief sich auf den Zeitraum von Juli bis August 2012. Das Firmengelände des Kleinunternehmers Stephen Isiko Nabongo, Gründer und Geschäftsführer des Unternehmens *Flona Commodities Ltd.*, in Kampala, bot aufgrund seiner zentralen Position, die optimale Voraussetzung für die geplanten Forschungseinsätze im Feld. Diese wurden im Laufe des Aufenthaltes in verschiedene Teile des Landes unternommen.

Der Kontakt zu Herrn Isiko besteht seit 2009: Im August 2009 eröffnete sich die Möglichkeit, im Rahmen eines Volontariats in diesem Unternehmen mitzuarbeiten. Dieses Kleinunternehmen vermarktet frische und solar getrocknete aus biologischem und konventionellem Anbau stammende Früchte sowohl am Exportmarkt als auch innerhalb Ugandas. Das Volontariat gestaltete sich als äußerst umfang- und lehrreich, die Thematik der Obstverarbeitung als einkommensgenerierende Tätigkeit ließ die Autorin seither nicht mehr los. Die Volontariatsaktivitäten umfassten sowohl die Mitarbeit in der Produktion von Trockenfrüchten als auch die Visitation zahlreicher kleinbäuerlicher Betriebe, welche seit einigen Jahren mit Herrn Isiko kooperieren. Neben dem Einblick in praktische Aktivitäten, boten sich Gelegenheiten an verschiedenen Seminaren beizuwohnen, welche MitarbeiterInnen in Hygiene- und Sicherheitsbestimmungen für Lebensmittel schulten.

Im August 2010 folgte ein erneuter einmonatiger Volontariateinsatz im selben Betrieb. Aufgrund seiner langjährigen Tätigkeit im Obstverarbeitungssektor Ugandas, seiner Zusammenarbeit mit Kleinbäuerinnen und -bauern, seiner Vermarktungsorientierung sowohl

lokal als auch international, seiner Mitgliedschaft in der nationalen Bio-Bewegung und dem nationalen Exportförderungsprogramm erschien Herr Isiko als geeignete Ansprechperson für das geplante Forschungsvorhaben. Seine langjährige Erfahrung und seine zahlreichen Kontakte sorgten für ein Forschungsklima, welches nicht besser hätte sein können. Auch das UNIDO-Office in Kampala, das Herr Bruno Otto Tokwiny zusammen mit Justine Namuyomba leitet, erwies sich als große Hilfe. Ihnen sind Kontakte zu weiteren kleinen und mittleren Unternehmen zu verdanken, welche 2005 im Rahmen des UNIDO-finanzierten Länderprogrammes UIP¹⁶ im Bereich der Fruchtverarbeitung teilgenommen hatten.

¹⁶Im Jahr 2005 wurde von der UNIDO ein landesweites Programm – das Uganda Integrated Programme (UIP) – zur Einkommensgenerierung in verschiedenen Sektoren implementiert. Einer der dabei behandelten Schwerpunkte – FOOD – zielt auf die Förderung von WSK in der Lebensmittelverarbeitung ab, dies soll durch Wissensvermittlung im Bereich Lebensmittelsicherheit, Hygiene und der Reduktion von Nachernteverlusten durch Weiterverarbeitung erreicht werden. (vgl. UNIDO 2009: viii) Im Rahmen dieses Förderprogrammes wurden Schulungen, Trainings, Seminare für den richtigen Umgang mit Lebensmitteln, für die Gewährleistung von Lebensmittelsicherheit und die Einhaltung von Qualitätskontrollen durchgeführt. Ein Teilbereich der FOOD-Komponente umfasst die Verarbeitung von Früchten durch Trocknung; für die Implementierung dieser Methode wurden fünf KMU ausgewählt, die teilnehmenden Akteure wurden mit Hybrid-Trockenanlagen (Solarenergie, Diesel und Biomasse) ausgestattet. Weiters erfolgten Schulungen für die in den KMU tätigen ArbeiterInnen im Bereich Lebensmittelsicherheit und im effizienten und schonenden Umgang mit Ressourcen und der Verarbeitungstechnologie.

Die Unternehmensprofile der geförderten Akteure zeigten zwei Unterschiede: Zwei der fünf Nutznießer waren KMU aus dem Privatsektor. Diese beiden Betriebe verfügten zum Zeitpunkt der Programmdurchführung bereits über zehn Jahre Erfahrung im Export von unverarbeitetem Obst und Gemüse. Bei den drei weiteren Akteuren handelte es sich um Nichtregierungsorganisationen, die nach Auslauf des Projektes eine Umstrukturierung ihrer Organisationsform durchführten. Seither gelten sie als NRO mit gewerblicher Anmeldung, da die Generierung von Profiten für eine NRO nicht zulässig ist. Es folgte daher eine Trennung der geschäftlichen und projektbezogenen Aktivitäten. Die zur Verfügung gestellten Hybridtrockenanlagen verfügen bei optimalen Witterungsbedingungen über eine monatliche Produktionskapazität von 800 kg getrockneter Früchte. (Heute sind vier dieser fünf Trockenanlagen weiterhin in Verwendung.)

Bereits vor der Implementierung des UNIDO-Programms gab es eine Reihe von ähnlichen Entwicklungsprojekten und Privatinitiativen für die Erzeugung von Trockenfrüchten zur Reduktion der hohen Ernteverluste. Durch die aus dem UNIDO-Programm stammende Technologie konnten jedoch erstmals Produkte erzeugt werden, welche die hohen Qualitäts- und Sicherheitsansprüche zentraler Qualitätsmanagementsysteme wie ISO 22000 oder HACCP erfüllten und sowohl von UNBS zertifiziert wurden als auch den Ansprüchen vieler Importländer entsprachen. Viele der befragten Akteure beschreiben dieses Programm deshalb als Initialzündung im Trockenfrüchtesektor. Seither versuchten und versuchen sich eine Reihe weiterer KMU in jenem Sektor.

4.7.2 Forschungsgebiete

Die standardisierten Befragungen nach Lamnek mittels teilstrukturierter Fragebögen wurden in zwei ausgewählten Distrikten „Kayunga“ und „Masaka“ durchgeführt. Die Auswahl gerade jener beiden Distrikte erfolgte aufgrund der ähnlichen klimatischen Bedingungen und der landwirtschaftlichen Nutzung. Beide Distrikte kennzeichnen sich durch besondere Fruchtbarkeit der Böden und vorwiegende Fokussierung auf den Anbau von Grundnahrungsmitteln, wie Bananen, Süßkartoffeln, Manioks, Mais, Bohnen und Erdnüssen, aus. Ferner werden in vielen Haushalten in kleinem Umfang kommerzielle Agrargüter kultiviert, die zusätzlich Einkommen generieren. Während im Distrikt Kayunga vor allem Früchte und Gemüse für kommerzielle Zwecke angebaut werden, sind es in Masaka traditionelle Agrargüter, wie Kaffee und Stapelfrüchte. Gleichzeitig haben einzelne Kleinbäuerinnen und -bauern Kayungas neben dem Verkauf von Früchten in ihrer unverarbeiteten Form damit begonnen, diese zu Obstprodukten weiterzuverarbeiten; dazu wird beispielsweise die Solartrocknung eingesetzt. Einige Kleinbäuerinnen und -bauern in beiden Distrikten haben sich zusätzlich der biologischen Landwirtschaft verschrieben.

Informationen über die große landwirtschaftliche und klimatische Ähnlichkeit der beiden ausgewählten Distrikte wurden zum Teil der Literatur entnommen, stützen sich aber hauptsächlich auf persönliche Erfahrungen und Gesprächen aus den Jahren 2009 und 2010. Die Wahl auf die Distrikte Kayunga und Masaka fiel also einerseits aufgrund der geologischen und klimatischen Ähnlichkeiten der beiden Gebiete, andererseits aber auch aufgrund der Tatsache, dass in den beiden Distrikten jeweils andere Agrarprodukte schwerpunktmäßig angebaut werden. Das Ziel dieser Untersuchung ist es nun die Tätigkeiten und Entwicklungswege der Zielgruppen aus beiden Distrikten miteinander zu vergleichen, um daraus Schlüsse ziehen.

4.7.2.1 Kayunga – Kangulumira

Der Distrikt Kayunga befindet sich in Zentraluganda, etwa 74 km östlich der Hauptstadt Kampala. Kayunga besteht aus den beiden Bezirken Bbaale im Norden und Ntenjeru im Süden.

Beide Bezirke umfassen eine Fläche von 1.810 km², welche von ca. 362.000 Menschen¹⁷ bewohnt wird. (vgl. UBOS 2002b: 6) Die klimatischen Bedingungen Kayungas unterscheiden sich aufgrund einer weitläufigen Nord-Süd-Ausdehnung sehr stark. Während im nördlichen Bezirk Bbaale Steppenklima mit wenig Niederschlag herrscht, welches sich sehr gut zur Viehwirtschaft eignet, weist der südliche Bezirk Ntenjeru vor allem tropisches Klima mit häufigem Niederschlag auf. (vgl. UBOS 2002b: 9) Dieses Tropenklima bringt zwei Regenzeiten hervor, es herrschen demnach optimale Bedingungen für Pflanzen- und Feldfrüchteanbau. Die ländliche Bevölkerung engagiert sich vor allem im Anbau von Grundnahrungsmitteln für die Eigenversorgung.



Abbildung 13:
Distrikt Kayunga in Zentraluganda
 (Wikipedia 2012;
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kayunga_District_Uganda.png)

In den 1980er Jahren erwirtschaften die meisten Landwirte Ntenjerus zusätzliches Einkommen durch den Anbau von Kaffee. (ebd.) Fallende Weltmarktpreise und auftretende Krankheiten der Kaffeesträucher führten jedoch schließlich zu einem abrupten Abwärtstrend der Kaffeeproduktion. Heute wird zusätzliches Einkommen vor allem durch den kommerziellen Anbau von Früchten (Ananas, Mangos, Wassermelonen und Passionsfrüchten) und Gemüse (Kürbisse und Kraut) erwirtschaftet.

Der Bezirk Ntenjeru besteht aus vier Unterbezirken: Kayunga, Busaana, Nazigo, Kangulumira und dem Stadtbezirk Kayunga. Der Unterbezirk Kangulumira zeichnet sich durch seine Spezialisierung auf den kommerziellen Anbau von Ananas, eine in den letzten Jahren steigende Aktivität in der Verarbeitung von Früchten durch Solartrocknung und die hohe Anzahl von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, welche biologische Landwirtschaft betreiben, aus. Im Jahr 2002 lebten im Unterbezirk Kangulumira 43.700 Menschen. Hochrechnungen für das Jahr 2012 gehen von einer Bevölkerungszahl von 53.800 aus. (vgl. UBOS 2002a) Diese Eigenschaften waren Anlass dafür, den Unterbezirk Kangulumira als Aus-

¹⁷Der letzte Zensus hat 2012 stattgefunden, da diese neuen Daten allerdings noch nicht veröffentlicht wurden, werden in der vorliegenden Arbeit die Daten aus der 2002 durchgeführten Volkszählung angeführt. Schätzungen aus dem Jahr 2002 gingen davon aus, dass 2012 die Bevölkerungszahl Kayungas auf knapp 362.000 Menschen anwachsen wird. (vgl. UBOS 2002b: 6)

gangspunkt für die Befragung von 49 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern auszuwählen. Die Befragungen fanden im Zeitraum von 31. Juli bis 16. August 2012 statt und wurden mit Herrn Nelson Bakabulindi, einem freien Mitarbeiter von *Flona Commodity Ltd.*, durchgeführt, welcher Kindheit und Jugend in Kangulumira verbrachte und demnach mit der Umgebung und ihren BewohnerInnen sehr vertraut ist. Zudem ist Herr Bakabulindi seit Jahren im Bereich der Obstverarbeitung durch Solartrocknung tätig und organisiert für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Schulungen über biologischen Landbau.

4.7.2.2 Masaka – Buwunga

Der Distrikt Masaka befindet sich südwestlich der Hauptstadt Kampala und liegt etwa 37 km nördlich des Äquators. Masaka Distrikt setzt sich aus den vier Bezirken Kalungu, Bukoto, Bukomansimbi und Masaka Stadt zusammen, welche eine Landfläche von 3.214 km² einnehmen. Insgesamt aber, zusammen mit dem Gewässeranteil des Viktoriasees, umfasst der Distrikt eine Fläche von 6.413 km². (vgl. Masaka District Local Government Information Portal 2012) Laut dem im Jahr 2002 durchgeführten Zensus wurde diese Landfläche 2010 von 289.000¹⁸ Menschen bewohnt. (vgl. UBOS 2002b) Der Bezirk Bukoto setzt sich aus elf Unterbezirken zusammen. Einer dieser elf Unterbezirke, Buwunga, war Ausgangspunkt für den zweiten Teil der teilstrukturierten Befragungen. 2002 lebten im Unterbezirk Buwunga 48.000 Menschen. Hochrechnungen für das Jahr 2012 gingen von einer Bevölkerungszahl von 61.000 aus. (vgl. UBOS 2002a) Ähnlich wie Kangulumira zeichnet sich auch Buwunga durch besondere Fruchtbarkeit des Bodens sowie für Landwirtschaft geeignete klimatische Bedingungen aus. Der Unterbezirk weist ganzjährig tropisches Klima mit zwei Regenzeiten auf. (vgl. Masaka District Local Government Information Portal 2012)



Abbildung 14: Distrikt Masaka in Süduganda
(Wikipedia 2012;
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Masaka_District_Uganda.png)

¹⁸Hochrechnungen für das Jahr 2010 gingen von ungefähr 289.000 EinwohnerInnen aus. (vgl. UBOS 2002b)

Neben der Fischerei betreibt der Großteil der ländlichen Bevölkerung Ackerbau und Viehwirtschaft. Die meisten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern erzeugen Grundnahrungsmittel zur Eigenversorgung. Für die Generierung von zusätzlichem Einkommen werden Baumwolle und Kaffee kultiviert. Die Erzeugung von Früchten für kommerzielle Zwecke findet im Distrikt Masaka nur in sehr kleinem Ausmaß statt. Die Befragungen von 36 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern im Unterbezirk Buwunga fand im Zeitraum von 13. bis 21. August 2012 statt und wurde mit Herrn George William Sseruwu, einem Arbeiter und Kleinbauern aus Nyendo – einer Vorstadt von Masaka Stadt – durchgeführt. Herr Sseruwu stammt aus kleinbäuerlichen Verhältnissen, kennt das Gebiet rund um Masaka Stadt seit seiner Kindheit und Jugend und zeigte sich bereits in den Jahren davor als gewissenhafter Ansprechpartner in landwirtschaftlichen Fragen.

Die intensiven Befragungen der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, jedes der 12 geführten Interviews und zahlreiche weitere Gespräche und Beobachtungen im Feld erweiterten meine Erkenntnisse zum behandelten Thema ungemein und haben wesentlich zur Beantwortung der Forschungsfrage beigetragen.

4.7.3 Situations- und Problemanalyse von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern¹⁹

4.7.3.1 Soziodemografische Daten

Mit einem Anteil von 64 % nehmen die TeilnehmerInnen aus dem Unterbezirk Kangulumira den größten Teil der befragten Personengruppe ein, 36 % der Befragten sind im Unterbezirk Buwunga beheimatet. Die Verteilung der Geschlechter

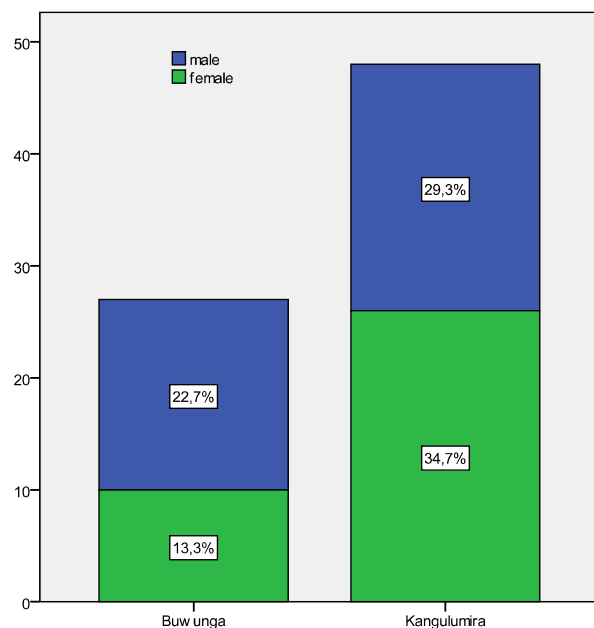


Abbildung 15: Geschlechteraufteilung in den Unterbezirken

¹⁹Eine Anmerkung zur Stichprobengröße der quantitativen empirischen Sozialforschung erweist sich für die Verfasserin an dieser Stelle als Notwendigkeit. Die Stichprobe von 75 Personen aus einer Gesamtpopulation von ca. 114.800 Menschen wird für manche WissenschaftlerInnen nicht repräsentativ erscheinen. Hervorzuheben ist daher, dass die Befragungen – neben den ExpertInneninterviews und der Literaturrecherche – zusätzliches Datenmaterial generieren, um der Forschungsfrage nachzugehen. Die Beantwortung der Fragestellung beruhend auf der quantitativen Herangehensweise alleine wäre hinsichtlich ihrer Validität sehr wohl zu hinterfragen. In dieser Arbeit dienen die Erkenntnisse aus den teilstrukturierten Fragebögen jedoch nicht als Endergebnis, sondern vielmehr zur Untermauerung der bislang generierten Daten. Gleichzeitig dienen sie als Anstoß, dieser Frage erneut nachzugehen und Schlussfolgerungen durch eine größere Stichprobe, zu erhöhter Aussagekraft zu verhelfen.

innerhalb der Stichprobe ist mit 39 Männern und 36 Frauen in etwa gleich. Das Durchschnittsalter liegt bei 38 Jahren, wobei die jüngste Teilnehmerin 19, die älteste 85 Jahre ist (zum Zeitpunkt der Befragung Juli/August 2012).

4.7.3.2 Landwirtschaftliche Daten

Im Durchschnitt sind die befragten Personen seit 10 Jahren in der Landwirtschaft tätig, sie bewirtschaften Flächen von durchschnittlich 0,7 ha (Min.: 0,1 ha; Max.: 2,8 ha). Das entspricht den 2009 ermittelten Daten von Dinah, Okaasai und Rusoke, welche einen durchschnittlichen Flächenbesitz von 0,2 ha bis 4 ha berechneten. (vgl. Dinah/Okaasai/Rusoke 2009: 1). Aus der Umfrage geht zudem hervor, dass ein Zehntel der befragten Personen ausschließlich Lebensmittel für den Eigenbedarf produziert. Die übrigen 90 % betreiben Landwirtschaft sowohl für die Eigenversorgung als auch zur Generierung von Einkommen.

Jene Produkte, welche für Eigenkonsum und Einkommensgenerierung am häufigsten genannt wurden, werden im Folgenden aufgelistet. Agrarprodukte, die vor allem dem eigenen Verzehr dienen, sind: Stapelfrüchte (Kochbananen, Süßkartoffel, Maniok, Yams, Kartoffel), Getreide (Mais, Sorghum) und Hülsenfrüchte (Bohnen, Erdnüsse).

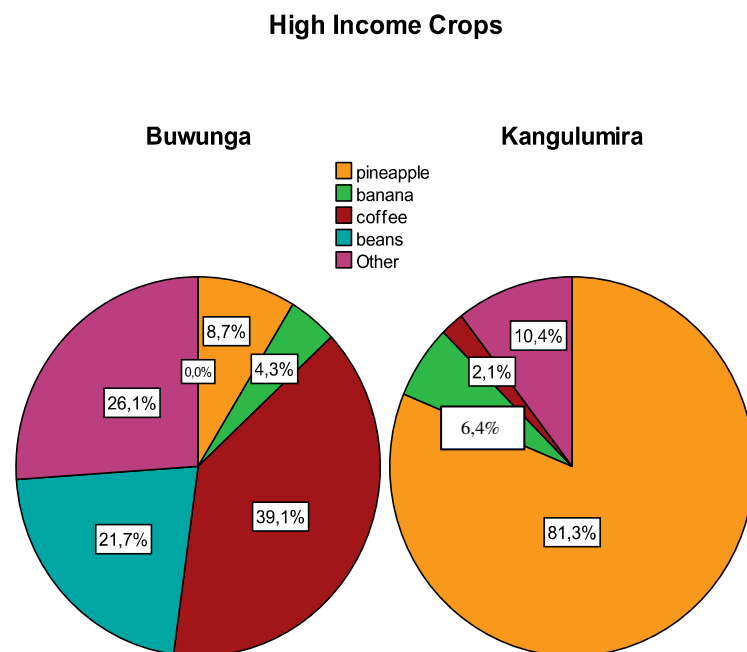


Abbildung 16: höchste Einnahmen generierende Agrargüter

Agrarprodukte, welche häufig für die Einkommensgenerierung herangezogen werden, sind: Früchte (Ananas, Bananen, Papayas, Passionsfrüchte, Wassermelonen, etc.), Gemüse (Kraut, Tomaten, Okra, Kürbis), Kaffee, Vanille und Zuckerrohr.

Die Ergebnisse der Frage, welche Agrargüter die höchsten Einnahmen erwirtschaften, zeigten deutliche Unterschiede. In Kangulumira bezeichnen mehr als 80 % der befragten TeilnehmerInnen die Ananas als jenes Produkt, welche die höchsten Einnahmen generiert. Neben Ananas werden zusätzlich Kaffee und Bananen als hohe Einnahmen generierende

Produkte definiert. Im Unterbezirk Buwunga hingegen ist das traditionelle Exportgut Kaffee mit knapp 40 % das wichtigste Produkt zur Einkommensgenerierung.

Einnahmen werden auch durch die Kultivierung von Bohnen und eine Reihe weiterer Lebensmittel, wie Passionsfrüchten, Mais, Süßkartoffeln, Tomaten und anderen mehr, erwirtschaftet. Für nur etwa 9 % der befragten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Buwungas stellt die Ananas eine wichtige Einnahmequelle dar.

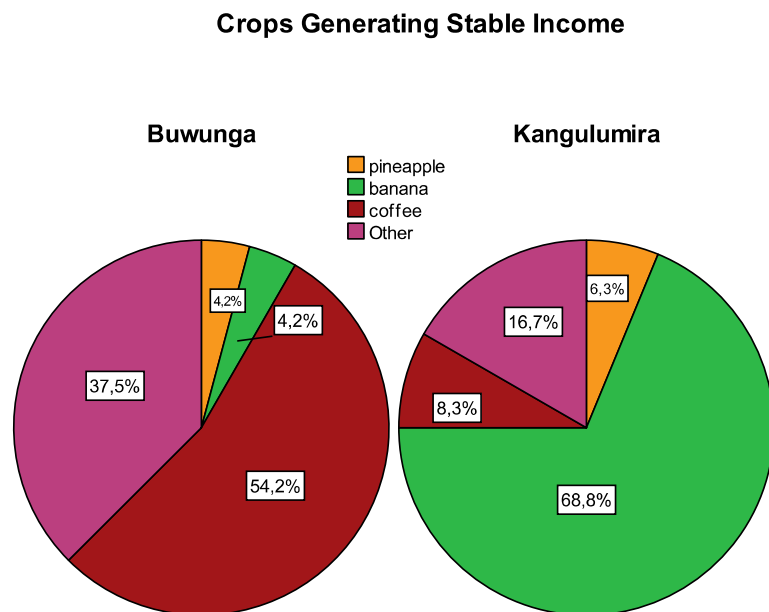


Abbildung 17: stabile Einnahmen generierende Agrargüter

Andere Ergebnisse liefert die Frage nach jenen Agrargütern, welche die stabilsten (von Preisschwankungen am wenigsten betroffenen) Einnahmen erwirtschaften. Auch hier zeigen sich klare Unterschiede zwischen den beiden Unterbezirken: Fast 70 % der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Kangulumiras bezeichnen die Preise von Kochbananen als eher stabil.

Ebenso wird Kaffee noch vor der Ananas als Produkt mit gewisser Stabilität bezeichnet. In Buwunga geben über 50 % der TeilnehmerInnen an, dass Kaffee für Preisschwankungen am wenigsten anfällig ist. Kochbananen werden im Distrikt Buwunga hingegen lediglich von 4,2 % als preisstabiles Agrarprodukt genannt.

Ebenso interessant sind Unterschiede hinsichtlich der vorhandenen Motive, weshalb sich Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus den beiden Unterbezirken für die Kultivierung bestimmter kommerzieller Agrarprodukte entschieden haben. Während für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus Kangulumira der Marktzugang und die Aussicht auf gute Preise die beiden wichtigsten Motive sind, ist für ProduzentInnen aus Buwunga vor allem die Schlichtheit des Farmmanagements wichtigstes Anbaukriterium. An zweiter Stelle der Motivlage rangiert die Auswahl von Agrarprodukten, die sowohl günstige Produktionskosten als auch Zugang zum Markt versprechen.

Weiteren bedeutenden Einblick gewähren die Aussagen über jährliche Erträge aus der Landwirtschaft. In den durchgeführten Befragungen war die Mehrheit der Menschen (80 %) bereit, über ihr Einkommen Angaben zu machen. Die Ergebnisse legen offen, dass sich die durchschnittlichen Jahreserträge aus Agrarprodukten für die befragten Personen in Kangulumira auf UGX 1,8 Mio. (ca. EUR 509; Stand: Jänner 2013) belaufen. In Buwunga hingegen betragen diese rund UGX 1,3 Mio. (ca. EUR 369).

Die Erträge aus der landwirtschaftlichen Produktion betragen für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus Kangulumira im Vergleich zu jenen aus Buwunga signifikante 38,5 % mehr. Dieser Unterschied liegt aber nicht etwa an der Größe der bewirtschafteten Fläche, in beiden Distrikten beträgt die durchschnittliche Anbaufläche 0,4 ha.

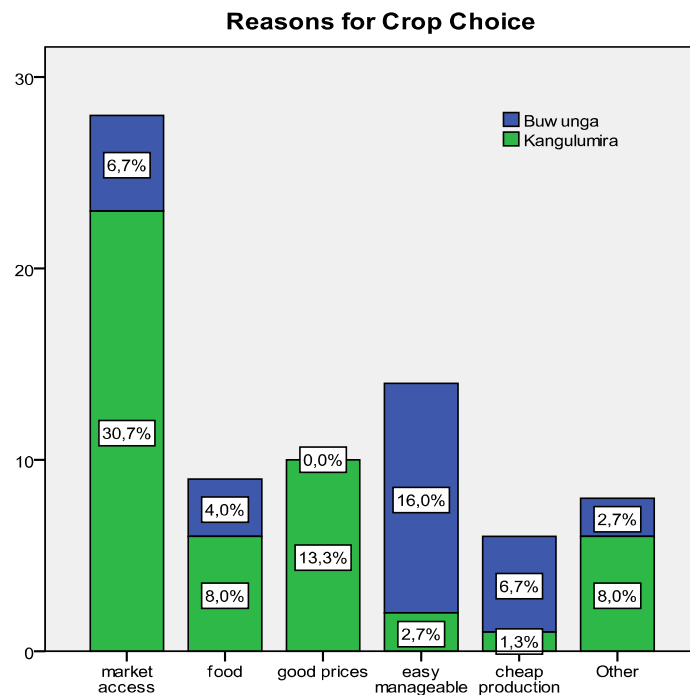


Abbildung 18: Gründe für den Anbau

Die jährlichen Erträge aus dem Feldfrüchteanbau von Kleinbäuerinnen und -bauern in Masaka entsprechen dem 2011 von der Weltbank berechneten jährlichen Prokopfeinkommen von USD 490. (vgl. WB 2011)

4.7.3.3 Biologischer Landbau und Agro-Processing

Der Anteil an Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die biologische Landwirtschaft betreiben, ist in beiden Unterbezirken sehr hoch. Während in Kangulumira knapp die Hälfte der befragten Personen Bio-Landwirtschaft betreibt, sind es in Buwunga 37 %. Als erwähnenswert erscheint weiters die Anzahl jener Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, welche sich nicht als Bio-Bäuerinnen und Bauern deklarieren, bei der Frage nach verwendeten Agro-Inputs aber ausschließlich natürliche Düngemittel wie Kaffeebohnenhülsen, Sägespäne sowie Kuhdung und Jauche nennen. Auch Chongtham u. a. erwähnen in ihrer 2010 veröffentlichten Studie, dass der Anteil unbeabsichtigter biologisch wirtschaftender Pro-

duzentInnen in Kangulumira sehr hoch ist. (vgl. Chongtham/Neergard/Rusoke 2010: 28ff.) In den Befragungen im Juli/August 2012 nehmen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, welche unbeabsichtigt Bio-Landwirtschaft betreiben, in beiden Distrikten einen Anteil von über 40 % ein, obwohl sie als konventionell deklariert sind.

Zu weitaus anderen Verteilungsergebnissen führte die Frage nach Agro-Processing-Aktivitäten. Im Unterbezirk Buwunga ist keiner der befragten Personen in der Verarbeitung von Agrarprodukten tätig. Anders ist die Situation in Kangulumira, wo 29 % der Befragten Fruchtverarbeitung praktizieren. In absoluten Zahlen sind das 15 der 49 in Kangulumira befragten Personen. Innerhalb dieses Personenkreises betreiben 14 Personen Fruchtverarbeitung durch solarbetriebene Trockenanlagen. Obwohl die Trocknung von Früchten in vielen Studien als eine vermehrt von Frauen übernommene Tätigkeit beschrieben wird, kann im Rahmen dieser Studie diese Behauptung nicht bestätigt werden, da sich die Geschlechterverteilung die Waage hält. Neben der Trockenfrüchteproduktion erzeugt eine Person zudem Fruchtsäfte für den lokalen Markt.

Alle in Agro-Processing aktiven Personen üben diese Tätigkeiten neben ihrer regulären landwirtschaftlichen Arbeit aus. Die dafür notwendigen Schulungen wurden entweder von Nichtregierungsorganisationen oder von MitarbeiterInnen zweier lokaler KMU durchgeführt. Aus den Befragungen ging hervor, dass diese beiden KMU zeitgleich als Absatzmarkt für die Trockenfrüchte dienen. Mit Ausnahme von zwei Personen wurden die Aktivitäten des Agro-Processing mit höheren Einnahmen als durch reguläre Farmtätigkeiten in Verbindung gebracht. Analog dazu ergeben sich aber durch die zusätzlichen Arbeitsaufgaben auch weitaus größere Herausforderungen, die sich durch schlechte Witterungsbedingungen, großen Arbeitsaufwand, hohe Investitionskosten für lokale Trockenanlagen und die teilweise knappe Nachfrage ergeben.

4.7.3.4 Allgemeine Herausforderungen und Probleme

Obwohl 84 % der Befragten beider Unterbezirke äußerten, dass sich die Lebenssituation in den letzten fünf Jahren verbessert hat, wird aus den Umfragen deutlich, dass die Einnahmen für einen existenzsichernden Lebensstandard selten ausreichen. Während Grundbedürfnisse gedeckt werden können, entstehen Engpässe vor allem bei notwendigen Investitionsausgaben zur Verbesserung der Einkommenssituation. Um diese finanziellen Schwierigkeiten auszugleichen, werden im Wesentlichen zwei Strategien angewendet: Einerseits erfolgt die Aufnahme von Kleinkrediten, andererseits die Unterstützung durch

Verwandte/Bekannte. In der Anwendung dieser Strategien zeigt sich erneut ein entscheidender Unterschied zwischen beiden Distrikten: Während 23 % der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Kangulumiras dazu tendieren, Banken aufzusuchen und nur etwa 10 % den Gang zu Verwandten als Problemlösung betrachten, sind diese Zahlen in Buwunga von ähnlicher Höhe – jedoch genau umgekehrt.

Finanzielle Engpässe halten darüber hinaus 70 % der befragten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Kangulumiras und 90 % jener aus Buwunga davon ab, Düngemittel, Werkzeuge, Maschinen, besseres Saatgut und weitere produktivitäts- und qualitätssteigernde Agro-Inputs zu erwerben. Diese Aussagen werden durch die Ergebnisse der Frage nach den allgemein größten Herausforderungen unterstrichen; sowohl für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in Kangulumira als auch für jene in Buwunga sind auftretende Pflanzenkrankheiten und üppiges Unkraut die Probleme, welche die größten Sorgen bereiten.

Weitere Herausforderungen für Kangulumiras Kleinbäuerinnen und -bauern liegen in der Preisinstabilität und den zu niedrigen Preisen. Im Unterbezirk Buwunga sind schlechte Witterungsbedingungen, der Mangel an Kapital, die Preisinstabilität und Diebe als zentrale Probleme verbreitet.

4.7.3.5 Zusammenarbeit mit (Zwischen-)Händlern

Einer weiteren Herausforderung, der sich ein Großteil der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern konfrontiert sieht, sind (Zwischen-)Händler, die die Agrargüter meist direkt von den ProduzentInnen abholen. Diese Begegnungen werden in den beiden Unterbezirken sehr unterschiedlich erlebt: Während in Buwunga etwa 85 % über die Handlungsweisen der Händler klagen, sind es in Kangulumira mit 46 % deutlich weniger. Letztere sind der Ansicht, dass sich die Probleme in den letzten Jahren aufgrund eines besseren Marktzuganges reduziert haben. In manchen Fällen transportieren Kleinbäuerinnen und -bauern ihre Produkte selbst auf lokale Märkte, um den Abhängigkeiten von (Zwischen-)Händler zu entgehen, denen von den befragten Personen häufig folgendes Fehlverhalten zur Last gelegt wird:

- Informationszurückhaltung über aktuelle Preise
- Willkürliche und stark schwankende Preisgestaltung
- Keine konstante Nachfrage oder Abnahmegarantie
- Unehrlliche Messtechniken und Gewichtsangaben
- Entgegennahme der Produkte ohne sofortige Bezahlung bzw. überhaupt Ausbleiben der Bezahlung

4.7.3.6 Präsenz von Nichtregierungsorganisationen (NRO)

Besonderes Augenmerk verdient die Präsenz zahlreicher NRO, die sowohl in Kangulumira als auch Buwunga weit verbreitet sind. Im Unterbezirk Buwunga geben knapp die Hälfte der befragten Personen an, in irgendeiner Form durch die Arbeit von NRO zu profitieren – in Kangulumira liegt diese Zahl sogar bei über 80 %. Unterstützung erfolgt durch die Vermittlung von Know-how im Farmmanagement und Capacity Building, durch Workshops und Seminare, durch den Zugang zu Krediten, durch die Vergabe von Saatgut und Pflänzlingen, durch die Bildung von Farmergruppen und Kooperativen sowie durch das Verschenken von Kleinvieh.

4.7.3.7 Zufriedenheit und Ausblick

Trotz zahlreicher Probleme und Herausforderungen, von denen einige aufgezeigt werden konnten, ist der Ausblick in die Zukunft positiv. Aus den vorigen Seiten ist hervorgegangen, dass sich die Lebenssituation von 84 % der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus beiden Unterbezirken in den letzten fünf Jahren verbessert hat. Subjektiv betrachtet sich die Mehrheit der Befragten in beiden Unterbezirken weder als Verlierer noch als Gewinner der derzeitigen wirtschaftlichen Situation.

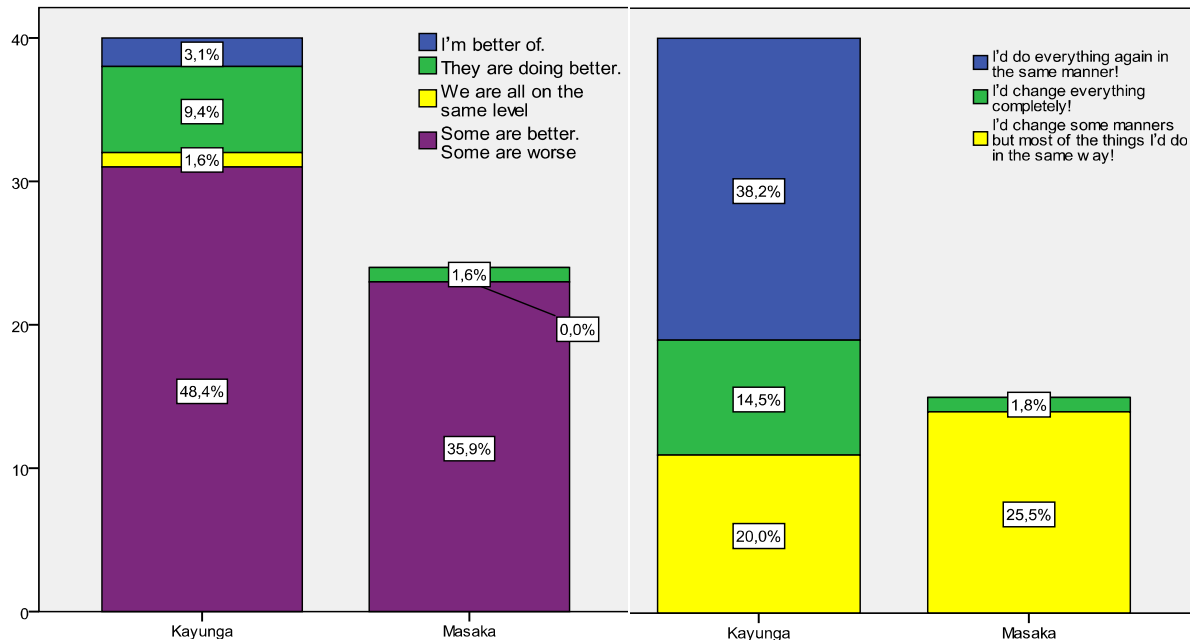


Abbildung 19: persönliche Zufriedenheit gegenwärtig und in der Vergangenheit

Einen Hinweis über die Zufriedenheit der befragten Personen lässt ebenso die Frage nach der Meinung zu, ob die eigenen Kinder mit Eintritt ins Erwachsenenalter die Tätigkeit der kleinbäuerlichen Produktionsweise beibehalten sollen. Während in Buwunga etwa 82 % die Frage bejahen und lediglich 7 % ihren Kindern dezidiert einen anderen Beruf ans Herz

legen würden, sind in Kangulumira mit 65 % deutlich weniger für die Tätigkeit ihrer Kinder in der Landwirtschaft. 19 % wünschen ihren Kindern, dass diese eine andere Arbeit finden.

Interessante Erkenntnisse bietet auch die Frage nach Verbesserungsvorschlägen der eigenen landwirtschaftlichen Vorgehensweise innerhalb der letzten zehn Jahre: Während in Buwunga die große Mehrheit einer teilweisen Veränderung offen gegenübersteht, meinen mehr als 50 % der befragten Personen Kangulumiras, dass sie an den Aktivitäten der letzten zehn Jahre nichts ändern würden, wenn sie die Zeit zurückdrehen könnten.

Weiters wurden die TeilnehmerInnen gebeten, Lösungsmöglichkeiten, die die derzeitigen Probleme in Angriff nehmen, aus ihrer Perspektive zu nennen und vorzustellen. Unter den meistgenannten Vorschlägen befinden sich Forderungen nach Krediten zu agrarfreundlichen Konditionen sowie nach Trainingsprogrammen und Demonstrationsgärten zur Qualitäts- und Produktivitätssteigerung (auch für das Training von biologischer Landwirtschaft) und die damit verbundene anschließende Ausarbeitung von Vermarktungsstrategien. Weiters besteht Bedarf an Informationsplattformen über die aktuelle Marktlage (Preise, Ernte etc.), an verbesserten Zugängen zu Agrar-Inputs bzw. Technologie auf Dorfebene und an einer Diversifizierung der Absatzmärkte.

4.7.3.8 Interpretation der Ergebnisse der quantitativen Forschung

Die Ergebnisse machen deutlich, dass ähnliche klimatische, topografische und situationsbedingte Voraussetzungen, wie der Ausbau von Straßen oder die Distanz zur Handelsmetropole Kampala, und ähnliche Bedingungen verfügbarer Agrarflächen nicht die einzigen Kriterien sind, welche für die Entwicklung einer Region ausschlaggebend sind.

Betrachtet man die Differenzen aus den generierten Einnahmen beider Gruppen und die Angaben ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeiten ist ersichtlich, dass eine Reihe an Faktoren dieses Ergebnis beeinflusst. Um Lösungsmöglichkeiten herauszuarbeiten, stellt sich die Frage, welche Gründe für gewisse Unterschiede ausschlaggebend sind. Hinsichtlich der ausgewählten Agrargüter konnte festgestellt werden, dass Kleinbäuerinnen und Kleinbauern beider Unterbezirke auf Diversität in der Kultivierung von Agrargütern setzen. Sie produzieren einerseits Produkte für die Nahrungsmittelversorgung und andererseits Produkte zur Generierung von Einnahmen. Die Befragungen aus Kangulumira zeigten die starke Fokussierung auf die Bebauung von Ananas und Bananen als einkommensgenerierende Agrarprodukte. Weiters nehmen Kürbisse, Tomaten, Kraut, Jackfrüchte, Papayas

und Wassermelonen einen wichtigen Stellenwert ein. Bananen werden einerseits als wichtigstes Grundnahrungsmittel und andererseits von knapp 70 % als preisstabilstes Agrarprodukt bezeichnet. Jedoch meinen etwa 80 % der Befragten, dass sich durch den Verkauf von Ananas die höchsten Einnahmen erwirtschaften lassen. Der Großteil der befragten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus dem Unterbezirk Kangulumira gibt an, dass der Fokus der kommerziellen Produktion deshalb auf den beiden Agrargütern Ananas und Banane liegt.

Die Ergebnisse aus den Umfragen in Buwunga sind gänzlich verschieden – hier gibt es eine größere Vielfalt an kultivierten Agrarprodukten sowohl für die Eigenversorgung als auch für die kommerzielle Verwendung. Rund 38 % der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sehen Kaffee als jenes Agrarprodukt, das derzeit die höchsten Einnahmen garantiert. Neben Kaffee werden von 21 % der Befragten Bohnen als jene Güter genannt, die die besten Renditen erzielen. Für mehr als die Hälfte gilt Kaffee zudem als von Preisschwankungen am wenigsten betroffenes Agrarprodukt. Auffallend ist weiters, dass die Aussagen der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus Buwunga sowohl bei Produkten mit den höchsten als auch den stabilsten Preisen – mit Ausnahme Kaffee – eine breite Diversifizierung aufweisen. In den angeführten Kreisdiagrammen werden diese als „Other“ zusammengefasst, da sie jeweils wenige 1–2 % der Gesamtnennungen ausmachen. Ein Blick auf die Ergebnisse lässt die Schlussfolgerungen zu, dass sich Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus Kangulumira vom Anbau traditioneller Exportgüter entfernen und ihren Fokus immer stärker auf den nicht-traditionellen Sektor der Hortikultur ausrichten.

Aus den Befragungen ging dezidiert hervor, dass die landwirtschaftliche Tätigkeit in Kangulumira seit mehr als zehn Jahren einem starken Wandel unterliegt. Ein ähnlicher Umbruch wurde von den Personen aus Buwunga nicht erwähnt. Hier sind es vor allem Stapelfrüchte, Getreide und der als traditionelles Exportprodukt bekannte Kaffee, welche seit geraumer Zeit kultiviert werden. Weiters kann resümiert werden, dass sich Buwunga nicht durch die Spezialisierung auf bestimmte Agrargüter hervorhebt.

Rückschlüsse auf die Frage, weshalb bestimmte Agrarprodukte angebaut werden, sind auf die genannten Motive zurückzuführen: Während Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aus Kangulumira die Hauptgründe im Marktzugang und in den hohen Renditen sehen, orientieren sich befragte Personen aus Buwunga zum einen an praktischen Motiven, wie einfacher Handhabung bzw. einfachem Management der Produkte, und zum anderen an einer möglichst günstigen Produktionsweise. Es besteht Grund zur Annahme, dass sich Buwungas

Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aufgrund finanzieller Engpässe von diesen Motiven leiten lassen.

Ein weiterer wesentlicher Punkt zur Generierung von Ergebnissen beider Unterbezirke liegt in der Beschäftigung mit NRO. Zunächst erfolgt der Blick auf Kangulumira: Eine Reihe von GesprächspartnerInnen während der Feldforschung sowie verfügbare Literatur haben darauf hingewiesen, dass Kangulumira seit mehr als einem Jahrzehnt im Fokus der Arbeit vieler Entwicklungsprogramme steht. 80 % der befragten Personen aus Kangulumira gaben an, in unterschiedlicher Form von den Aktivitäten diverser NRO zu profitieren. Kangulumira war eines der ersten Zentren, in welchen Formen des Agro-Processing (durch die Produktion von Trockenfrüchten) und des verantwortungsvollen Handels (biologische und sozial gerechte Produktionsweise) forciert wurden. Sowohl NRO als auch KMU (oder beide zusammen) waren und sind an der Etablierung beider Upgrading-Varianten beteiligt. Die hohen Nachernteverluste von leicht verderblichen Produkten, wie Früchten und Gemüse, waren Anlass, auf die Implementierung von Aufwertungsstrategien in Kangulumira zu setzen. Rückblickend auf diese Umstände ist es daher nachvollziehbar, dass im Zuge der Befragungen 48 % angaben, biologische Landwirtschaft und 29 % Agro-Processing zu betreiben.

Der Absatzmarkt biologischer und getrockneter Früchte ist durch die Präsenz von KMU gegeben. Laut Aussagen jener, welche Agro-Processing betreiben, werden daraus zwar gute Einnahmen erzielt, bevorzugt werden dennoch frische Früchte vermarktet, da diese einen geringeren Arbeitsaufwand bedeuten. Neben dem Absatzmarkt für biologische und/oder verarbeitete Trockenfrüchte gibt es weitere wichtige Absatzmärkte für Kangulumiras Kleinbäuerinnen und Kleinbauern. Diese Absatzmärkte befinden sich in Kampala und in den Nachbarländern Kenia und dem Südsudan. Nachfrage besteht vor allem nach frischen Produkten aus dem Hortikulturbereich. Der Handel mit Frischobst und -gemüse wird ausschließlich von Zwischenhändlern organisiert. Aus der Feldforschung ging hervor, dass diese Zusammenarbeit mit Zwischenhändlern häufig eine Reihe an Problemen hervorbringt – rund 46 % der Personen behaupten, dass die Zusammenarbeit nicht optimal verläuft. Als Hauptkonfliktfelder werden instabile Preise und ungerechte Mess- und Wiegetechniken erwähnt. Positiv äußern sich die meisten allerdings zur Abnahmegewissheit, da die Produkte nur in seltenen Fällen abgewiesen werden.

In Buwunga zeigen sich unterschiedliche Ergebnisse. Obwohl die Präsenz von NRO ebenso gegeben ist und knapp die Hälfte der befragten Personen anführte, in verschiedener

Form von deren Tätigkeiten zu profitieren, scheint der Marktzugang wesentlich schwieriger. Die Abhängigkeiten von Zwischenhändlern, deren Handlungen von knapp 85 % der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern kritisiert wird, erweisen sich als problematisch. Biologischer Landbau wird von vielen Personen implementiert, jedoch sind meist praktische Gründe dafür verantwortlich, da eine Erhöhung der Einnahmen nicht im Zusammenhang damit steht – ein Absatzmarkt für biologische Produkte wird nicht erwähnt. Diese Daten geben Aufschluss darüber, dass der Fokus auf biologische Landwirtschaft alleine keine Garantie für bessere Einnahmen gewährleistet, wenn kein Absatzmarkt besteht. Auch Aktivitäten wie Agro-Processing scheinen in Buwunga nicht Fuß gefasst zu haben. Die Aussagen zahlreicher GesprächspartnerInnen lassen den Schluss zu, dass die Handelsinfrastruktur in diesem Teil Ugandas generell weniger ausgeprägt ist. Neben dem Verkauf an Zwischenhändlern oder der eigenen Vermarktung auf lokalen Märkten sind für Buwunga keine weiteren Absatzmärkte bekannt.

Nachdem die wirtschaftliche Marktsituation geklärt wurde, wird nun auf die persönliche Situation der Kleinbäuerinnen und -bauern eingegangen. Die Aussage von 84 % aller befragten Personen, dass sich die Situation in den letzten fünf Jahren für sie gebessert hat, ist besonders positiv. Auch die subjektive Haltung, dass man sich durch die Veränderung weder bevorzugt noch benachteiligt fühlt, ist Voraussetzung für ein konfliktfreies Zusammenleben zwischen den einzelnen Kleinbäuerinnen und -bauern. Da sie einen Teil ihrer Produktionsweise verändern würden, zeigte sich, dass die Mehrheit der Personen aus Buwunga mit ihren Tätigkeiten der letzten zehn Jahre weniger zufrieden ist als jene aus Kangulumira. Mehr als 50 % der KleinproduzentInnen aus Kangulumira meinen hingegen, dass sie keine Veränderungen der Tätigkeiten aus den letzten zehn Jahren vornehmen würden. Im Hinblick auf die ökonomische Entwicklung der beiden ist diese selbstbewusste Haltung nachvollziehbar. Vielsagend, aber herausfordernd für die Interpretation, sind die Aussagen über zukünftige Aktivitäten in der kleinbäuerlichen Landwirtschaft. Die Frage, welche Tätigkeiten man den eigenen Kindern im Erwachsenenalter zur Einkommensgenerierung rät, lässt interessante Interpretationen zu. Obwohl das Selbstbewusstsein bezüglich der eigenen Wirtschaftsweise und die ökonomische Situation in Kangulumira besser zu sein scheint als in Buwunga, zeigt sich, dass etwa 19 % der befragten Personen ihren Kindern nicht wünschen, selbst in der Landwirtschaft tätig zu sein; von den befragten Personen in Buwunga meinen dies nur etwa 7 %. Diese unterschiedlichen Standpunkte sind vor allem für die Frage der Nachhaltigkeit und der Zukunft kleinbäuerlicher Produktionsweise in

Uganda von Bedeutung. Obwohl die Zufriedenheit der derzeitigen kleinbäuerlichen Wirtschaftsweise von einem Großteil der Befragten Kangulumiras bestätigt wird und das Selbstbewusstsein über die Richtigkeit des eigenen Handelns vorhanden ist, hält man für kommende Generationen Tätigkeiten in anderen Bereichen für geeigneter. Allerdings scheint diese Interpretation keinen Umkehrschluss auf Buwunga zuzulassen. Die Frage nach der Zufriedenheit selbst wurde von den meisten im mittleren Bereich angeführt. Weshalb man eigenen Kindern dennoch kleinbäuerliche Tätigkeit – trotz aller Schwierigkeiten, mit welchen diese verbunden ist – rät, liegt wahrscheinlich an fehlenden Alternativen. Die Gewissheit, dass Subsistenzwirtschaft zwar nicht reich, aber zumindest satt macht, kann Grund für diese Haltung zu sein.

Da keine Daten zur Situation der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern und zu den Veränderungen in den letzten zehn Jahren vorliegen, kann kein präziser Vergleich unternommen werden. Dennoch lassen die nun vorliegenden Ergebnisse den Schluss zu, dass die Spezialisierung auf Hortikulturprodukte und die Implementierung der Aufwertungsstrategien „Agro-Processing“ und „verantwortungsvoller Handel“ (in diesem Fall biologischer Handel) einen Beitrag dazu geleistet haben, die Lebenssituation der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in Kangulumira zu verbessern. Ob im Falle Kangulumiras von einer „ökologisch und sozial nachhaltigen“ Verbesserung des Lebensstandards durch die Implementierung von Aufwertungsprozessen gesprochen werden kann, ist mit den erhobenen Daten nicht vollständig zu klären und bleibt zu hinterfragen.

4.7.4 Situations- und Problemanalyse von KMU

Zum Zeitpunkt der Feldforschung befanden sich 15 aktive KMU innerhalb Ugandas, die in der Verarbeitung von Früchten tätig sind. (vgl. NOGAMU 2012) Von diesen 15 KMU wurden im Rahmen der Feldforschung acht näher untersucht.

4.7.4.1 Investitionspotenzial Obstverarbeitungssektor

Aus Kapitel 4.4.2 ging hervor, dass die Produktion von Trockenfrüchten und die Produktion von Fruchtsäften die derzeit bestehende Nachfrage aus Übersee nicht decken kann. 30–40 % Nachernteverluste bei Früchten (vgl. Ndawula/Kabasa/Byaruhanga 2004: 125) – trotz geringer Produktivität der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern – und weitreichend ungenützte Grün- und Ackerflächen (nur etwa 42 % der landwirtschaftlich nutzbaren Flächen werden bisher bewirtschaftet) (vgl. Worldstat 2012) weisen darauf hin, dass für eine Aus-

weitung des Obstverarbeitungssektors Ugandas Potenzial besteht. Trotz dieser Voraussetzung stagniert derzeit jedoch der Ausbau des Sektors. Aus den durchgeführten Befragungen im Juli und August 2012 sowie durch die Sichtung verfügbarer Marktstudien über die globale Nachfrage an biologischen und sozial gehandelten Obstprodukten geht hervor, dass die Nachfrage das Angebot übersteigt und Ugandas Potenzial im Bereich der agroindustriellen Fruchtverarbeitung somit erheblich ist. (vgl. Ssemwanga 2007; FiBL, IFOAM 2012; Chongtham u. a. 2010) Das Potenzial besteht vor allem für Nischenprodukte am Exportmarkt, welcher derzeit ausschließlich von KMU bedient wird. Um Gründe der Stagnation oder zumindest der sehr langsamen Vorwärtsbewegung aufzudecken, müssen zunächst die Aktivitäten von KMU genauer betrachtet werden.

4.7.4.2 Allgemeine Organisationsstruktur – Aufgaben von KMU

In Kapitel 4.3.5 wurde auf die Organisationsstruktur der obstverarbeitenden Betriebe eingegangen. Ugandas KMU setzen derzeit auf die Zusammenarbeit mit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern und produzieren ausschließlich im kleinen Stil selbst Früchte zur Weiterverarbeitung. Meist ist die Eigenproduktion auf kleine Trainings- und Modellgärten beschränkt. Die für die Fruchtverarbeitung notwendigen Rohprodukte stammen deshalb zum überwiegenden Teil von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, welche Flächen zwischen 0,2 und 4 ha bewirtschaften. Jedes dieser KMU arbeitet dabei mit 100 bis 500 Kleinbäuerinnen und -bauern zusammen. Die Zusammenarbeit mit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern erfolgt direkt mit einzelnen Individuen oder aber mit ProduzentInnengruppen und Vereinigungen, sofern diese bestehen. Die im Netzwerk der KMU tätigen ProduzentInnen arbeiten mit KMU freiwillig zusammen, es herrscht keine verbindliche Abgabepflicht der ProduzentInnen an die KMU. Es handelt sich um keine abgeschlossenen Verträge, sondern um unterzeichnete oder mündliche Absichtserklärungen – Memorandum of Understanding –, die von den involvierten Parteien akzeptiert und berücksichtigt werden sollen. Der Vorteil von Absichtserklärungen ergibt sich durch eine Reihe von Freiheiten, wie beispielsweise die freie Entscheidung für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, an welchen Absatzmarkt (KMU, Händler oder selbstständiger Verkauf am lokalen Markt) sie ihre Produkte verkaufen. Diese Freiheiten sind einerseits wichtig, können aber andererseits auch Probleme mit sich bringen – diese sollen nun erklärt werden.

4.7.4.3 Herausforderungen und Schwierigkeiten

Die im Juli und August durchgeführten Interviews mit Geschäftsführern, VertreterInnen und ArbeiterInnen von KMU bieten Einblick in aktuelle Problemlagen und Herausforderungen, mit welchen sich KMU derzeit konfrontiert sehen. Im Allgemeinen werden Schwierigkeiten für KMU auf zwei Seiten sichtbar: der Produktions- und Verarbeitungsseite.

Auf der Produktionsseite (Kleinbäuerinnen/Kleinbauern) beschreiben KMU meist folgende Probleme:

- Kostenintensive Schulungen und hohe Zertifizierungsgebühren
- Übertragung sämtlicher Verantwortungen
- Aufwändige und teure Kontrollen zur Einhaltung von Standards

a.) Aufgrund der Forderung nach biologischen und sozial gehandelten Produkten von Absatzmärkten aus dem Ausland übernehmen KMU in vielen Fällen die Organisation und Finanzierung der Trainings biologischer Wirtschaftsweisen für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern und deren Zertifizierung, KMU können sich auch an Entwicklungsorganisationen wenden. Diese übernehmen in manchen Fällen (Teil-)Finanzierungen für die Organisation, Schulungen und Zertifizierungen von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern.

b.) Ebenso ist es notwendig darauf hinzuweisen, dass die Produktionsweise der KMU variiert. Während einige ausschließlich Frischobst erwerben und die Produktion der Fruchtprodukte selbst übernehmen, produzieren in anderen Fällen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in lokalen Trocknungsanlagen selbst. Hier fungieren KMU ausschließlich als Käufer und Qualitätsprüfer – letzteres ist aufgrund immer höherer Ansprüche an Hygiene und Lebensmittelsicherheit sehr riskant, denn die Verantwortung beim Verkauf von an Standards gebundenen Produkten übernimmt schließlich das KMU. In den letzten Jahren gab es einige wenige aber für die betroffenen KMU sehr verlustreiche Vorfälle, in denen große Mengen an Lebensmitteln bei der Ankunft in Europa vernichtet wurden. Der Schaden wird in solchen Fällen zu 100 % auf den Exporteur/Unternehmer übertragen. Eine breite Sensibilisierung ist deshalb im Gange. Kleinbäuerinnen und Kleinbauern können durch die Übernahme der Fruchtverarbeitung die Wertschöpfung im Vergleich zum Verkauf frischer Früchte erhöhen, minimieren dadurch Nachernteverluste und werden durch die längere Lebenszeit der Produkte unabhängiger gegenüber den AbnehmerInnen. Weiters sind die Produktionskosten günstiger, wenn die Trocknung von den Kleinbäuerinnen und Kleinbauern selbst übernommen wird. Bei Geschäftspartnerschaften zwischen KMU und Klein-

bäuerinnen bzw. Kleinbauern, in denen die Produktion bei letzteren liegt, müssen sich KMU darauf verlassen können, dass geschulte Qualitätsmanagementsysteme zur vollständigen Anwendung kommen. Weiters müssen KMU, ob beim Kauf frischer oder verarbeiteter Ware, darauf vertrauen können, dass zertifizierte Bio-Kleinbäuerinnen und Bio-Kleinbauern die Regeln des biologischen Landbaus einhalten und nicht auf Pestizide und andere Chemikalien zurückgreifen, da bei Verstößen erneut KMU für diese Vergehen belangt werden.

c.) Überhaupt ist Vertrauen notwendig, um permanente Kontrollen zu unterbinden, welche kostenintensiv sind. Vor allem zu Beginn der Zusammenarbeit ist das gegenseitige Vertrauen zwischen KMU und den ProduzentInnen jedoch äußerst gering. Die meisten VertreterInnen von KMU geben an, dass sich anfängliche Vertrauensengpässe dann legen, wenn sich KMU als treue, langlebige, regelmäßige Absatzmärkte mit stabiler Preisgestaltung erwiesen haben. Dies ist wiederum ausschließlich für jene KMU der Fall, welche über einen oder mehrere langjährige Absatzmärkte verfügen und die in regelmäßigen Abständen Produkte ordern. Verfügen KMU über keinen regelmäßigen Absatzmarkt und kaufen deshalb nur selten von den geschulten und zertifizierten ProduzentInnen riskieren sie, dass diese in alte Produktionsmuster zurückfallen, denn der Verkauf am lokalen Markt erhebt wenig Anspruch auf Qualität.

Rückblickend auf die erarbeiteten Inhalte scheint diese Aussage widersprüchlich. Wie kann es sein, dass kein regelmäßiger Absatzmarkt vorhanden ist, obwohl die Nachfrage von Obstprodukten, das Angebot weit übersteigt und gleichzeitig ausreichend Rohstoffe für die Produktion vorhanden sind?

Die Gründe dafür liegen in einer zu geringen Verarbeitungskapazität, deren Ursachen auf Probleme der Verarbeitungsseite (der KMU) zurückzuführen sind:

Konkret liegen die Schwierigkeiten

- im Zugang zu notwendiger Technologie,
- in der mangelhaften Infrastruktur (fehlende Transport- und Kühlketten),
- im Erwerb geeigneter Verpackungsmaterialien,
- in der Umsetzung und Finanzierung von Qualitätsstandards und Zertifikaten,
- im Zugang zu Kapital,
- in einer schwierigen Unternehmensumwelt und
- im Finden geeigneter Absatzmärkte.

Schwierigkeiten im Zugang zu notwendiger Technologie

Für die agroindustrielle Verarbeitung von Früchten bedarf es geeigneter Verarbeitungs- und Sanitäreinrichtungen. Im Bereich der Trockenfrucht- und Fruchtsafterzeugung sind innerhalb Ugandas Technologien unterschiedlicher Herkunft erhältlich. Trockenanlagen sind sowohl lokal und regional (Kenia) als auch international (Indien, China, Europa) erhältlich. Fruchtsaft- und Konzentratanlagen waren zum Zeitpunkt der Feldforschung hingegen ausschließlich auf regionalen und internationalen Märkten zu erwerben. Laut Angaben der untersuchten KMU handelt es sich bei lokalen Technologien um die günstigste Variante, jedoch ist einerseits die Lebenszeit dieser Maschinen sehr kurz und andererseits die Qualität der erzeugten Produkte sehr mangelhaft. Drei der befragten Akteure haben im Laufe ihres Bestehens zur Erhöhung ihrer Produktionskapazität lokale Technologien erworben und mussten aufgrund auftretender Beschwerden hinsichtlich Produktqualität die Produktion mit diesen Maschinen wieder einstellen. Es handelte sich dabei konkret um Trockenanlagen, welche zur Energiegewinnung Biomasse (Feuerholz und Holzkohle) verwenden; diese Anlagen können die entstehende Rauchentwicklung nicht aus den Trockenkammern ableiten und sorgen deshalb für eine geschmackliche Beeinträchtigung der Früchte. Auch der von KonsumentInnen häufig geforderte Aspekt der ökologischen Nachhaltigkeit kann mit dieser Technik nicht berücksichtigt werden. „Klimafreundlichere“ Technologie ist aus Kenia, China, Indien und Europa erhältlich, wobei Anlagen aus Europa die höchsten Kosten verursachen. Neben den erwähnten fünf Hybridtrockenanlagen, welche aus dem UNIDO-Programm stammen, greifen andere KMU auf Anlagen aus China, Indien, Kenia und Burkina Faso zurück, welche Energie aus Erdgas oder Elektrizität gewinnen. Neben den hohen Kosten zur Anschaffung importierter Technologie kommt hier erschwerend hinzu, dass die Instandhaltung und Wartung dieser Anlagen ebenso mit enormem Kosten- und Zeitaufwand verbunden ist.

Mangelhafte Infrastruktur (erschwerte Transportbedingungen und fehlende Kühlketten)

Uganda ist ein Binnenstaat, der nächstgelegene Hafen – mit Ausnahme der Häfen am Viktoriasee für den Handel mit Kenia und Tansania – ist Mombasa im Nachbarland Kenia. Uganda verfügt über einen internationalen Flughafen in der früheren Hauptstadt Entebbe, etwa 45 km von Kampala entfernt.

Das Eisenbahnnetz stammt aus der britischen Kolonialzeit und wurde seitdem nicht verändert. Güterwaggons verkehren zwischen zwei Streckenabschnitten (Kampala – Port Bell und Kampala – Tororo). Für Exporte sowie für den Transport von Früchten oder Fruchter-

zeugnisse ist die Eisenbahn aufgrund fehlender Kühlmöglichkeiten und der langen Transportzeit nicht geeignet und dient in keiner Weise als Alternative. (vgl. NewVision 2007)

Es bleiben See- und Luftfracht, wobei Seefracht die wesentlich günstigere Variante darstellt. Hier erweist sich jedoch Ugandas Exportpolitik als nachteilig: Am wichtigsten Personen- und Frachtflughafen Entebbe sind die Landekosten und Tarife auf Flugbenzin im Vergleich zu Ugandas Nachbarländern überteuert. Aus einer von Ssemwanga durchgeführten Studie geht hervor, dass etwa 75 % der Betriebskosten von Cargo-Flügen auf den Treibstoff entfallen – diese Kosten bieten für die aus- und inländische Luftfrachtindustrie kaum Geschäftsanreize. (vgl. Ssemwanga 2010: 5) Generell wird der Flughafen von Entebbe nur von wenigen ausländischen Flugzeugen angefliegen. Die Cargo-Tarife dieser Airlines richten sich nach der zu exportierenden Menge und der Regelmäßigkeit des Transportes von Exportgütern. Frisches Obst kann aufgrund der langen Transportzeiten ausschließlich per Luftfracht exportiert werden, was sich dementsprechend auf die Endpreise auswirkt.

Für den Transport per Seefracht entstehen neue Schwierigkeiten, wie etwa die Auslastung eines Containers. Die Kapazitäten der wenigsten KMU sind derzeit ausreichend, um einen Container mit Trockenfrüchten oder Fruchtsäften zu füllen, ohne dafür Monate in Anspruch zu nehmen. Für eine derart lange Lagerdauer der verarbeiteten Produkte fehlen hingegen wiederum Lagerungs- und Kühlmöglichkeiten. Zudem befinden sich die für den Transport notwendigen Container nicht im Besitz der KMU, sondern werden in den meisten Fällen gemietet. Aufgrund der geringen Produktionskapazitäten von Trockenfrüchten und Fruchtsäften ist das Mieten eines Containers bis zur vollständigen Beladung also sehr kostspielig. Ebenso überteuert sind zu entrichtende Abgaben passierender Container durch Kenia.

Schwierigkeiten im Erwerb geeigneter Verpackungsmaterialien

Ein weiteres Problem, dem sich KMU im Obstverarbeitungssektor häufig ausgesetzt sehen, ist die mangelhafte Qualität oder das generelle Fehlen lokaler Verpackungsmaterialien. (vgl. Ssemwanga 2007: 24f.) Die Qualität der Verpackung ist notwendig für die Lebensmittelsicherheit und Hygiene. Sie ist ein wichtiges Charakteristikum dafür, ob Produkten der Zugang zu bestimmten Märkten gelingt oder verwehrt bleibt. Am Binnenmarkt bietet sich für Fruchtsäfte die Verpackung in Polyethylensäcken (vgl. UNIDO 2004: 26), die zwar für den lokalen Markt und Eigenverbrauch durchaus geeignet sind, für den Export

oder den Verkauf in Supermärkten aber kaum. Generell ist die Verpackungsindustrie in Uganda sehr wenig ausgebaut. In den letzten Jahren haben sich durch die Präsenz und die Investitionstätigkeiten von ausländischen Unternehmen (allen voran China) für diese Situation einige Verbesserungen ergeben, zumindest Plastik- und Kartonage-Produkte werden mittlerweile in größerem Stil angeboten.

Die Glasproduktion weist weiterhin keine Fortschritte auf. Vor allem für die Erzeugung von Fruchtsäften, Marmeladen, Chutneys, Tomaten- und Fruchtsaucen sind Glasbehälter von entscheidendem Vorteil sowohl für Produktqualität als auch -ästhetik. In ganz Ostafrika gibt es nur drei Manufakturen, die Glaswaren erzeugen. Eine davon befindet sich in Dar es Salaam (Tansania), die beiden anderen in Nairobi. (vgl. Ssemwanga 2010: 5) Der Import von Glasbehältern und Flaschen gestaltet sich aufgrund der hohen Zerbrechlichkeit der Waren auf den teilweise sehr schlechten Straßen Ostafrikas und aufgrund der hohen Kosten als sehr nachteilig, weshalb nur wenige Unternehmen in Uganda auf diese Verpackungsmöglichkeit zurückgreifen. Die Verpackung von Obstprodukten in Glascontainern ist aber aufgrund des Gewichtes ohnehin ausschließlich für den lokalen Markt interessant. Plastikbehälter oder Tetra Paks für den lokalen aber auch den Exportmarkt werden in den meisten Fällen importiert, die anfallenden Zölle und Transportkosten wirken sich dabei wesentlich auf die Wettbewerbsfähigkeit des Produktes aus. Zudem muss beachtet werden, dass der Import von Verpackungsmaterialien aus China beispielsweise ausschließlich in großen (Container-)Einheiten möglich ist, was wiederum immensen Kapitalaufwand erfordert und vor allem in den Anfangsstadien einer Unternehmensgründung überaus belastend sein kann. Jene KMU, die über Partnerfirmen verfügen, lassen deshalb häufig die gewünschten Verpackungseinheiten von ihren Partnern einführen.

Schwierigkeiten in der Umsetzung und Finanzierung von Qualitätsstandards/Zertifikaten

Um als Akteur in einer WSK im Obstverarbeitungssektor integriert zu werden und auch integriert zu bleiben, müssen Standards für Lebensmittelsicherheit und Hygiene eingehalten werden. Im Falle Ugandas wenden sich Unternehmen im Obstverarbeitungssektor an die nationale Standardbehörde UNBS, die dem Ministerium für Tourismus, Handel und Industrie unterstellt ist. Diese legt die Standards für Lebensmittelsicherheit und Hygiene fest. Die Behörde prüft, ob die Qualität der erzeugten Ware nach den WTO-Kriterien und den Standards der Codex Alimentarius-Kommission – allen voran HACCP, GMP und GHP – entspricht und vergibt anschließend die jeweiligen Zertifikate. Für die Produktvermarktung ist dies sowohl für den Export als auch für den lokalen Markt vorgeschrieben.

(vgl. UNBS 2012) In der Realität ist die Überprüfung des lokalen Marktes und der dafür vorgesehenen Standards jedoch sehr schwierig, da ein Teil der verarbeiteten Fruchterzeugnisse im informellen Sektor gehandelt wird. Weitere Standards, die in Uganda häufig für Exporte in EU-Staaten benötigt werden, sind GlobalGAP, BRC, MRL und das COLEACP-PIP (ein Standard für nachhaltigen Handel mit Obst, Gemüse, Blumen und anderen Zierpflanzen zwischen den AKP-Staaten und der EU). (ebd.)

Neben den Gebühren für Zertifikate, die die obligatorischen Standards wie Hygiene und Lebensmittelsicherheit gewährleisten, benötigen Ugandas KMU häufig private Zertifizierungen der biologischen Produktionsweise und des sozial gerechten Handels. Derzeit sind fast alle 15 KMU des Obstverarbeitungssektors mit biologischen Siegeln ausgezeichnet. Die Zertifizierung für die Einhaltung obligatorischer Standards für Lebensmittelsicherheit und Hygiene sowie auch die Zertifikate für biologische Anbauweise und sozial gerechten Handel erfordern erheblichen Kapitaleinsatz. Die notwendigen Standards werden meist in Industrieländern entwickelt – bei der Implementierung in Entwicklungsländer handelt es sich demnach um Serviceleistungen, deren Kosten sich nicht am Einkommensniveau ugandischer KMU orientieren, die diese benötigen. Einige Siegelinitiativen und Entwicklungsorganisationen können (Teil-)Finanzierungen von Zertifikaten für Kleinbäuerinnen bzw. Kleinbauern und auch die Kosten von Training und Organisation Kleinbäuerinnen- und Kleinbauerngruppen übernehmen. In manchen Fällen treten auch langjährige Handelspartnerschaften als Unterstützung auf. Zu den generell hohen Kosten der Erstfinanzierung kommt belastend hinzu, dass die meisten Zertifikate jährlich erneuert werden müssen.

Weiters konnte gezeigt werden, dass Kleinbäuerinnen und Kleinbauern mit KMU häufig eine längerfristige Partnerschaft ohne vertragliche Regelung eingehen. Es handelt sich dabei um Partnerschaften mit einzelnen KleinproduzentInnen, mit Vereinigungen oder mit ProduzentInnengruppen. Im Falle des Obstsektors von Uganda zeigt sich, dass ProduzentInnenvereinigungen oder -gruppen selten durch Eigeninitiative entstehen, sondern durch die Organisation von NRO oder anderen Entwicklungsorganisationen. Während der Feldforschung wurde auf diese Besonderheit einerseits vonseiten der KMU, aber andererseits auch von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern selbst hingewiesen. Als Gründe für das nicht vorhandene Engagement, sich ohne Einfluss von außen in ProduzentInnengruppen, Kooperativen oder Genossenschaften zusammenzuschließen, werden meist fehlendes Know-how und Kapital sowie Misstrauen gegenüber anderen ProduzentInnen genannt. Generell kann-

te im Laufe der Feldforschung wiederholt festgestellt werden, dass fehlendes Vertrauen als großes Hemmnis innerhalb und zwischen den beiden Akteuren verstanden wird.

Um ein Zertifikat des fairen Handels zu erhalten („Fairtrade“ oder „Fair for life“), bedarf es trotzdem der Organisation von Kleinbäuerinnen und -bauern in Gruppen, Vereinigungen oder Genossenschaften; einzelne Individuen werden nicht zertifiziert. Beantragen KMU ein Zertifikat für sozialen Handel, sind sie verantwortlich für die Organisation der Individuen in Gruppen. Beide KMU, welche derzeit über ein soziales Handelszertifikat verfügen, gaben an, dass die Überzeugung der KleinproduzentInnen, sich in Gruppen zu organisieren, mit sehr hohem Zeitaufwand verbunden war. Diese Barriere wird als weitaus größere Schwierigkeit empfunden als die Finanzierung des Zertifikates selbst. Garantierte Mindestpreise, Sozialprämien, Kreditvorschüsse, langfristige Partnerschaften und direkte Abnahme der Produkte sind Vorteile, welche sich für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern innerhalb von Genossenschaften und Kooperativen ergeben. Die Organisation in Kooperativen ist aber ebenso mit erhöhter Verantwortung verbunden, die von vielen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern aufgrund ihrer finanziellen Zwangslage häufig abgelehnt wird. (vgl. Fox/Vorley 2007: 175)

Der Zusammenschluss in Kooperativen birgt auch den Nachteil, dass die Bezahlung häufig nicht bar mit Abgabe der Ware erfolgt, sondern zu einem späteren Zeitpunkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Mitglieder von Kooperativen ihre Produkte an die Kooperative (Gemeinschaftslager) liefern. Dort erfolgt die Dokumentation und Lagerung. Die Kooperative wendet sich anschließend an das KMU, verkauft die Produkte und bezahlt anschließend die von den KMU erhaltenen Beträge an die einzelnen Mitglieder aus. Einer der interviewten Produktmanager eines Fairtrade-zertifizierten KMU gab an, dass die Überzeugung der Bäuerinnen und Bauern von den Vorteilen einer Kooperative und Produktionsgemeinschaft die größte Herausforderung der Fairtrade-Zertifizierung war.

Schwierigkeit im Zugang zu Kapital

Von allen befragten KMU wurde als durchwegs größtes Problem die Kapitalbeschaffung genannt. Die Beschaffung von Technologie und Verpackungsmaterialien, die Vorfinanzierung von Warenlieferungen und die Finanzierung der unterschiedlichsten Zertifikate bedürfen eines nicht zu unterschätzenden Startkapitals. Der Zugang zu Krediten ist zwar möglich, aber die Konditionen für lokale KMU sind wenig geschäftsfreundlich. Aufgrund einer sehr hohen Inflation liegen die Zinssätze (lending interest rates) ugandischer Banken

seit 1990 fast durchgehend über 20 %. (vgl. World Bank 2013b) Erschwerend kommt hinzu, dass der Rückzahlungsbeginn bereits nach vier bis sechs Monaten einsetzt. Innerhalb dieser Periode ist es für KMU nahezu unmöglich, bereits Einnahmen zu erzielen, da die meisten Investitionsgüter (Technologie, Verpackungsmaterialien, Zertifikate) viel Implementierungszeit in Anspruch nehmen (Transport, Zoll, Inbetriebnahme). Neben nationalen oder internationalen Banken wie Stanbic, DFCU, Centenary oder Bank of Africa gibt es die Möglichkeit, in einem der zahlreichen Mikrofinanzinstitute (MFI) innerhalb Ugandas einen Kredit aufzunehmen, sofern sich die benötigte Summe nicht außerhalb des Kreditrahmens befindet. Die Zinssätze in Mikrofinanzinstituten liegen aber häufig noch über denen gewöhnlicher Banken. Laut Gatsby SME Platform lagen diese 2010 zwischen 28 % und 48 %. (vgl. Gatsby 2010)

Hohe Anforderungen durch schwierige Unternehmensumwelt

Der von der Weltbank und dem IFC jährlich veröffentlichte „ease of doing business“, der die Geschäftsbedingungen für Unternehmen und Investoren aus 185 Ländern untersucht, stuft Uganda im Jahr 2013 auf Platz 120 ein. Dieser Rang in den hintersten Reihen weist auf die schwierigen Geschäftsbedingungen hin, denen das lokale Unternehmertum in Uganda ausgesetzt ist. Kategorien für die Erstellung dieses Indexes sind unter anderem die Vergabe von Krediten, die zu entrichtenden Steuern, die Verfügbarkeit von Elektrizität, der Schutz von Investoren etc. (vgl. IFC/World Bank 2013a) Trotz dieser allgemein wenig geschäftsfreundlichen Voraussetzungen für Unternehmen übernehmen KMU eine Reihe an Aufgaben entlang globaler WSK. In Ugandas obstverarbeitenden Sektor für Exportprodukte sind KMU jene Akteure, die den nationalen Teil der globalen WSK organisieren: Sie übernehmen die Organisation von Gruppen und Schulungen für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die Finanzierung ihrer Zertifizierung, die Verarbeitung der Früchte zu Obstserzeugnissen, die Einhaltung und Überprüfung der Qualität, die Verpackung und Lagerung, den Transport, das Produktmarketing, den Export und ebenso das Schaffen von Verknüpfungen und die Kommunikation mit den Absatzmärkten aus dem Ausland. Die in Uganda vorzufindende WSK unterscheidet sich in dieser Hinsicht sehr stark von anderen WSK, da sie aus nur wenigen Akteuren besteht und stark verkürzt ist.

Schwierigkeiten, geeignete Absatzmärkte zu finden

Kontakt zu Absatzmärkten ugandischer Fruchtprodukte wird in den meisten Fällen auf zwei unterschiedliche Arten hergestellt: Einerseits nutzen viele AbnehmerInnen NOGA-

MU als verknüpfende Plattform, welche die Weiterleitung der Kontakte an verschiedene KMU übernimmt, und andererseits können durch den Besuch internationaler Messen Absatzmärkte gefunden werden. Seit einigen Jahren nehmen NOGAMU und einige seiner Mitglieder an der jährlich in Nürnberg stattfindenden „Biofach“, der weltweit größten Bio-Messe, teil. Sechs der acht interviewten VertreterInnen von KMU gaben an, dass diese Messe entscheidend dazu beigetragen hat, mit InteressentInnen aus aller Welt in Kontakt zu treten. Trotz starkem Interesse an ugandischen Bioprodukten scheitern langlebige Geschäfte meist aus zwei Gründen:

- GroßabnehmerInnen fordern Produktkapazitäten, die von einzelnen KMU aufgrund ihrer derzeitigen Verarbeitungskapazitäten nicht bewältigt werden können.
- KleinabnehmerInnen, die hinsichtlich der Verarbeitungskapazitäten von KMU an geeigneten Produktmengen Interesse zeigen, sind einem direkten Import aus Uganda häufig abgeneigt. Importbetriebe, die die Verteilung ökologisch nachhaltiger und sozial gehandelter Produkte aus Uganda übernehmen könnten, sind zum derzeitigen Stand der Forschung eine Seltenheit.

Ein möglicher Lösungsansatz hinsichtlich nicht erreichter Produktkapazitäten besteht im Zusammenlegen der Produktion mehrerer KMU. In den letzten Jahren sind dazu zwei Versuche unternommen worden, welche nun vorgestellt werden sollen.

4.7.4.4 Die Exportgemeinschaften: NAPU und UGOT

NAPU wurde als privates Unternehmen ins Leben gerufen, um unter dem Obdach von NOGAMU mehrere KMU und Exportfirmen zusammenzuführen, die bis dahin aufgrund der zu geringen Kapazitäten in der Obstverarbeitung Probleme hatten, geeignete Absatzmärkte zu finden. Die Idee hinter NAPU ist die Beibehaltung der eigenständigen Unternehmensform der beteiligten KMU mit der gleichzeitigen Möglichkeit der Zusammenarbeit, um gemeinschaftlich zu exportieren. Von dieser gemeinschaftlichen Exportorganisation soll vor allem dann Gebrauch gemacht werden, wenn Exportaufträge die Kapazitäten der ProduzentInnen übertreffen und ausschließlich durch Zusammentragung der Produkte die Nachfrage bedient werden kann. Es erfolgte dazu die Festlegung eines gemeinsamen Warenlagers und eines für alle Beteiligten einzuhaltenden Qualitätsmanagementsystems. NAPU funktioniert allerdings ausschließlich auf Papier. Lediglich einmal fand unter diesem Namen eine Lieferung statt. Aus welchen Gründen NAPU tatsächlich scheitert, bleibt schleierhaft. Aus den verschiedenen Interviews gehen diverse Ursachen hervor: Als Gründe werden Schwierigkeiten bei der Überprüfung der einzuhaltenden Qualitätsstandards

verschiedener KMU und das Scheitern, einen Verantwortlichen für die Organisation zu finden, genannt, gleichzeitig aber auch die Tatsache, dass es offenbar gänzlich am Willen zur Kooperationsgemeinschaft mangelt, da man sich weniger als Partner-, sondern eher als Konkurrenzbetriebe betrachtet.

Nachdem NAPU als gescheitert gilt, entschied man sich einige Jahre später für einen weiteren Versuch einer gemeinsamen Exportfirma. Das Ergebnis ist UGOT, deren Schirmherr und Organisator erneut NOGAMU ist. Allerdings gab es trotz mehrjährigen Bestehens von UGOT bislang ebenfalls nur eine unter diesem Namen stehende Testlieferung und keine weiteren Umsetzungen. Ob sich UGOT langfristig etablieren wird, bleibt abzuwarten. Interessant ist zudem, dass UGOT weder als private Firma im Internet in Erscheinung tritt, noch auf der Website von NOGAMU namentliche Erwähnung findet.

4.7.4.5 Erfolgsgeschichten

Von den acht frequentierten Betrieben können drei als positive Beispiele genannt werden, sie haben die genannten Probleme im weitesten Sinne überwunden. Ihnen ist mit Agro-Processing und verantwortungsvollem Handel der Eintritt in globale WSK gelungen, sie arbeiten mit hunderten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zusammen. Die regelmäßige Abnahme der Produkte von ihren geschulten und zertifizierten ProduzentInnen ist ausschlaggebend für ein starkes Vertrauensverhältnis auf beiden Seiten. Das Besondere an diesen drei KMU wird ersichtlich, wenn man ihre Absatzmärkte betrachtet: In allen drei Fällen handelt es sich nicht um schlichte AbnehmerInnen, sondern vielmehr um Handelspartnerschaften, welche auf die Größe der KMU abgestimmt sind. Aufgrund langjähriger Zusammenarbeit besteht ein Vertrauensverhältnis, welches notwendig ist, um auftretende Schwierigkeiten abzufedern. Den anderen KMU ist das bis dato nicht lang anhaltend gelungen.

4.7.4.6 Interpretation der Ergebnisse der qualitativen Forschung

Die Interviews und Gespräche, welche im Rahmen der qualitativen Forschung durchgeführt wurden, zeigen eine Vielzahl an Herausforderungen, es konnten sowohl Probleme auf der Produktions- als auch auf der Verarbeitungsseite aufgedeckt werden. Treten Probleme auf der Produktionsseite auf, werden diese zur Verarbeitungsseite weitergetragen und umgekehrt. Dieses Resümee kann anhand der Situationsanalyse der acht untersuchten KMU gezogen werden.

Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die für KMU Agrargüter produzieren, brauchen zudem Schulungen und Trainingseinheiten – ein Aufwand, der aufgrund aussichtsreicher Absatzmärkte auf sich genommen wird. Das Nichtfunktionieren der Verarbeitungsseite bewirkt, dass die regelmäßige Abnahme von Produkten nicht eingehalten werden kann. Das wiederum führt zu einem Vertrauensverlust auf der Seite von Kleinbäuerinnen und -bauern, welche in alte Produktionsmuster zurückfallen. Sind Probleme auf der Verarbeitungsseite einmal behoben, haben Kleinbäuerinnen und -bauern ihre erworbenen Kenntnisse häufig aufgegeben, denn am lokalen Markt erhalten Qualitätsprodukte keinen höheren Preis. Der aufgrund fehlender Absatzmärkte entstandene Vertrauensverlust von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zu KMU führt daher im Umkehrschluss zu fehlendem Vertrauen von KMU zu ihren ProduzentInnen. Das Zurückfallen in alte Produktionsmuster bedeutet meist den Einsatz von Agro-Chemikalien und für KMU somit ein Ausscheiden aus der WSK für biologische Obsterzeugnisse.

Das fehlende Vertrauen, aber die hohe Verantwortung, die KMU zu tragen haben, erfordert schließlich die Durchführung teurer Kontrollen. Die Probleme auf der Produktionsseite können demzufolge ausschließlich durch eine funktionierende Verarbeitungsseite gelöst werden. Dieser Lösungsvorschlag klingt sehr simpel, bei genauerer Betrachtung der Problemsituation muss allerdings festgestellt werden, dass die Umsetzung kein leichtes Unterfangen ist. Entlang der präsentierten WSK übernehmen KMU eine Reihe von Tätigkeiten, welche einerseits enormes Kapital beanspruchen und andererseits die Übernahme sämtlicher Verantwortlichkeiten mit sich bringen. Betrachtet man das ökonomische Umfeld dieser KMU genauer, wird ersichtlich, dass deren finanzielle Handlungsmacht wesentlich geringer ist, als ihnen von zahlreichen Akteuren (Kleinbäuerinnen/Kleinbauern, Entwicklungsprogrammen, Geldinstituten, AbnehmernInnen aus dem Ausland etc.) aufgrund ihrer Rolle als „freie Unternehmer“ zugesprochen wird.

Der Start-up eines KMU ist mit immensen finanziellen Ausgaben verbunden. Die notwendige Technologie, die Verpackungsmaterialien, die Zertifikate – beinahe alles muss importiert werden und ist deshalb mit Kosten verbunden, welche sich nicht am Einkommensniveau dieser Firmen orientieren. Zusammen mit einer ungünstigen Unternehmensumwelt hängen diese Herausforderungen wie ein Klotz am Bein jedes KMU. Diese Tatsache muss offen gelegt werden, denn die Handlungsmacht von KMU wird aufgrund ihrer Präsentation nach außen, ihrer unternehmerischen Tätigkeit und ihrer Kompetenzen, die sie ohne Zweifel besitzen, häufig überschätzt.

Jene drei KMU, welche als Erfolgsgeschichten genannt wurden, haben diese Schwäche bereits zu Beginn ihrer Handelspartnerschaft offengelegt – die kommunizierte Transparenz und Ehrlichkeit wurde somit zur Stärke. Alle drei erhielten im Laufe der Handelspartnerschaft finanzielle Unterstützung in unterschiedlicher Form, einerseits durch Vorfinanzierungen, andererseits durch die Vermittlung zu staatlichen Programmen der Wirtschaftsförderung. Diese Maßnahmen scheinen notwendig, um jene Investitionen zu bewältigen, welche die Voraussetzung für ein erfolgreiches Wirtschaften am Exportmarkt sind.

5 Conclusio

Im Zuge der Ausarbeitung konnte gezeigt werden, dass die Kleinbäuerinnen und -bauern Ugandas in lokalen, regionalen und globalen WSK aktiv sind und dass sie in vielen dieser Ketten eine marginalisierte Position einnehmen. Als ProduzentInnen am konventionellen Markt werden sie meist mit Herausforderungen, wie den stark schwankenden Preisen während der unterschiedlichen Erntekreisläufe, der Verhandlungsmacht gegenüber den Händlern und den fehlenden Absatzmärkten bei leicht verderblichen Agrargütern, konfrontiert. Weiters konnte bestätigt werden, dass die wirtschaftliche Bedeutung des Obstsektors als Teilbereich der Hortikultur eine immer größere Bedeutung erlangt. Die Kultivierung von Frischobst wird von vielen Kleinbäuerinnen und -bauern in den meisten Fällen neben der Produktion von Grundnahrungsmitteln und typischen Exportprodukten wie Kaffee, Kakao und Baumwolle praktiziert. Die Beobachtungen und durchgeführten Studien im Unterbezirk Kangulumira zeigten, dass bei anhaltendem Absatz die Spezialisierung auf Früchte für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern gute Einnahmen generieren kann.

Für Uganda insgesamt zeigte sich, dass schlecht ausgebaute Infrastruktur und unsachgemäßer Umgang mit Früchten sowie inadäquate Lagerung zu jährlichen Nachernteverlusten von mindestens 30–40 % bis hin zu 50 % führen. Um diesen Verlusten entgegenzuwirken, wird der Ausbau der Fruchtverarbeitung angestrebt, so können vorhandene Potenziale gewinnbringend vermarktet werden.

Weiters konnte festgestellt werden, dass sich in Uganda derzeit vier WSK-Typen innerhalb der Fruchtverarbeitung unterscheiden lassen, welche lokal, regional und global organisiert sind. Eine Binnenmarktnachfrage an Obstprodukten ist vorhanden, bleibt aber einer kleinen Mittel- und Oberschicht vorbehalten. Nationale Betriebe in der Fruchtverarbeitung stehen außerdem vor der Herausforderung, dass sie mit großen Mengen an Importwaren konkurrieren. Anders ist die Situation auf den internationalen Märkten, denn hier übersteigt die Nachfrage an ugandischen Obsterzeugnissen – allen voran Trockenfrüchte und Fruchtsäfte – das Angebot in hohem Maß. Dieses Ergebnis geht einerseits aus der eigenen Feldforschung, andererseits aus diversen Studien hervor. Die Besonderheit liegt in der Ausrichtung der Nachfrage nach Produkten aus biologischer und/oder sozial nachhaltiger Produktion. Verantwortungsvoller Handel ist – bezogen auf das globale Handelssystem – ein Nischensegment, das für KMU die Chance bietet, in WSK von Lebensmitteln einzutreten, die in der Regel von „Global Playern“ dominiert werden. Es ist darauf hinzuweisen,

dass das Bewusstsein für faire und ökologische Produkte auch eine Reihe ugandischer KonsumentInnen erreicht hat, jedoch ist dieser Anteil derzeit noch sehr klein, schnell gesättigt und deshalb für einen Ausbau weniger geeignet.

Die WSK ugandischer Obstprodukte, welche sich den Regeln des verantwortungsvollen Handels verschreibt, besteht derzeit aus den beiden Akteuren KMU, Kleinbäuerinnen und -bauern. Die Anzahl ugandischer Kleinbäuerinnen und -bauern, welche gegenwärtig Obst oder Obstprodukte nach den Standards des fairen Handels produziert, ist gering. Trotz starker Nachfrage vollzieht sich der Anstieg sehr schleppend. Dies ist auf Probleme in der Organisation und Finanzierung von Kooperativen zurückzuführen und stellt zukünftig eine große Herausforderung dar. In den letzten Jahren stieg die Nachfrage aus Übersee nach Kombinationsprodukten aus biologischem Anbau und fairem Handel zunehmend. Aktuell ist der Biosektor hinsichtlich des bereits erbrachten Exportvolumens und der steigenden Nachfrage besonders relevant. Gemessen an der Anzahl an Kleinbäuerinnen und -bauern, welche biologische Landwirtschaft betreiben, liegt Uganda weltweit an zweiter Stelle; auch dieser Trend besitzt Wachstumspotenzial. Trotzdem konnte im Zuge der Ausarbeitung festgestellt werden, dass sozial und ökologisch nachhaltige Aspekte des fairen und ökologischen Handels derzeit nicht die Hauptmotive sind, weshalb Kleinbäuerinnen und -bauern sowie exportorientierte Unternehmen in diesen Nischenmarkt drängen. Kleinbäuerinnen und -bauern profitieren von der Integration in WSK von Obstprodukten aus ökologischem und/oder fairem Handel, weil diese für sie die drei folgenden Sicherheiten bereithalten:

- Sicherheit stabiler Preise unabhängig der Saison
- Sicherheit des direkten Handels durch das Ausschalten des Zwischenhandels
- Sicherheit eines langfristigen Absatzmarktes

Diese Vorteile konnten im Rahmen der durchgeführten quantitativen und qualitativen Befragung, in weiteren Gesprächen und auch in der wissenschaftlichen Literatur als Hauptmotive nachgewiesen werden.

KMU hingegen profitieren von der Integration in globale WSK von Obstprodukten aus ökologischem und/oder fairem Handel vor allem durch den erhaltenen Marktzugang. In den qualitativen Interviews mit VertreterInnen von KMU wurde mehrfach darauf hingewiesen, dass sich die Zusammenarbeit zwischen Kleinbäuerinnen bzw. -bauern und KMU ausschließlich dann intensiviert, wenn die erzeugten Produkte der Kleinbäuerinnen und -bauern tatsächlich regelmäßig von KMU aufgekauft werden. Zertifizierte ProduzentInnen,

die ihre qualitativ hochwertigen Produkte aus biologischer Landwirtschaft selten an ein KMU verkaufen, haben hingegen wenig Anreiz, Produkte hoher Qualität zu erzeugen. Die Anforderungen des lokalen Marktes an Obstprodukten sind sehr niedrig. Am Binnenmarkt wird kaum zwischen biologischen und konventionellen Früchten, qualitativ hochwertigen und anderen Produkten unterschieden. Der Mehrwert biologischer Produktion alleine, der in geringeren Investitionskosten liegt aber zugleich auch mehr Arbeitsaufwand bedeutet, ist für die meisten Kleinbäuerinnen und -bauern nicht Anreiz genug. Aus den Inhalten verschiedener Studien, einschließlich der eigenen, wird daher das Resümee gezogen, dass das für Kleinbäuerinnen und -bauern entscheidende Motiv, mit KMU zusammenzuarbeiten und dafür konventionelle Landwirtschaft auf biologische umzustellen, in der Hoffnung liegt, die drei genannten Problemlagen nachhaltig und langfristig zu beheben.

Weiters konnte im Zuge dieser Arbeit festgestellt werden, dass trotz der genannten internationalen Nachfrage, trotz der hohen Nachernteverluste, die das Vorhandensein ungenützter Ressourcen bestätigen, und trotz der Bereitschaft von Kleinbäuerinnen und -bauern, neue Produktionsweisen wie biologische und faire Handelsalternativen anzunehmen, sich dieser Sektor derzeit in einer Stagnation befindet.

Was läuft schief?

Es wurde bereits mehrfach darauf hingewiesen, dass die Produktion von Obstprodukten für den internationalen Exportmarkt durch die Zusammenarbeit zwischen den beiden Akteuren Kleinbäuerinnen bzw. -bauern und KMU funktioniert. Während Kleinbäuerinnen und -bauern in den meisten Fällen für die Produktion biologischer/fairer Früchte und in manchen Fällen auch für die Verarbeitung zu Trockenfrüchten zuständig sind, liegt eine Reihe weiterer Tätigkeiten sowie die gesamte Verantwortung, die Finanzierung und Organisation der WSK bei KMU, welche derzeit als einzige Akteure den Exportmarkt bedienen. Das Problem der Stagnation ergibt sich, wie gezeigt werden konnte, auf der Verarbeitungsseite der KMU.

Weiters konnte im Rahmen dieser Arbeit festgestellt werden, dass die Förderung der im agroindustriellen Sektor tätig werdenden Akteure nur sehr einseitig stattfindet – obwohl in zahlreichen Strategiepapieren von verschiedenen Akteuren das entwicklungspolitische Potenzial dieses Sektors sowie des verantwortungsvollen Handels durch die viel zitierten Verkettungseffekte, erhöhte nationale Wertschöpfung, Schaffung neuer Arbeitsplätze und Reduktion der Armut hervorgehoben wird.

Entwicklungspolitische Programme im Agrarsektor sind in Uganda keine Seltenheit. Zentrales Augenmerk legen sie auf die Steigerung der Produktivität und Produktqualität von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern. Auf den WSK-Ansatz übertragen bedeutet das, dass sich aktuell zahlreiche Entwicklungsprojekte für die Förderung von Prozess- und Produkt-Upgrading zum Empowerment von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern einsetzen. Aus den durchgeführten Umfragen im Sommer 2012 ging hervor, dass der Großteil der Unterstützung durch Vergabe von Saatgut und Krediten, aber auch durch die Durchführung von Workshops, Seminaren und Trainings zur Erhöhung des Know-hows über bessere Anbaumethoden und Produktivität erfolgt. Diese Maßnahmen dienen Kleinbäuerinnen und -bauern dazu, den Einstieg in eine WSK zu schaffen, dadurch ihr Einkommen zu steigern und einen Weg aus der Armut zu finden. Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, als von Armut am stärksten betroffene Bevölkerungsschicht, in das Zentrum von Förderungsprogrammen zu stellen ist gewiss legitim, jedoch kann Upgrading einer WSK, entlang derer mehrere Akteure agieren, bei einseitiger Unterstützung nicht erreicht werden oder die negative Situation sogar verschärfen.

Verschiedene VertreterInnen von KMU, welche selbst Schulungen und Workshops zu Verarbeitungsmethoden, zur Einhaltung von Hygiene- und Qualitätsbestimmung und zu biologischem Landbau durchführen, weisen darauf hin, dass es eine Reihe von Projekten gibt, die Unterstützungen für die Zertifizierung und Ausbildung von Kleinbäuerinnen bzw. -bauern anbieten. Mittlerweile wird in einigen Gegenden Ugandas von vielen KleinproduzentInnen entschieden abgelehnt, an dieser Form der Unterstützung teilzunehmen – mit der simplen Begründung, es mache wenig Unterschied

„to produce 400 kg of qualitative mangoes per year instead of 200 kg of poor quality because at the end of the day, it will either be rotten or go to an over-saturated market generating almost no income“. (Anonymus 2012)

Mit anderen Worten: die Seriosität von qualitäts- und produktivitätssteigernden Maßnahmen unterschiedlichster Programme wird ohne Aussicht auf vorhandene Absatzmärkte sehr stark angezweifelt. WSK hingegen – wie der Name impliziert – bestehen aus einer Kette von Akteuren, die allesamt Wertschöpfung generieren. Kleinbäuerinnen und -bauern, welche ihre Erträge steigern und die Qualität ihrer Produkte erhöhen, verbessern ihre Wertschöpfung ausschließlich dann, wenn die erzeugte Ware abgesetzt werden kann. Bleibt der Absatz aus, führt dies zu einer Steigerung der ohnehin hohen Nachernteverluste und ebenso zu großer Frustration bei den betroffenen Kleinbäuerinnen und -bauern. Die

hohe Frustrationsrate ist verständlich, da neues oder verbessertes Wissen aus den Workshops und Seminaren angewendet wird, aber der Erfolg – eine Erhöhung des Einkommens – durch fehlende Absatzmöglichkeiten ausbleibt. Auf die Problematik fehlender „passender“ Absatzmärkte und Verarbeitungsmöglichkeiten wurde sowohl von den Kleinbäuerinnen und -bauern als auch von VertreterInnen von KMU hingewiesen. Ein Zurückfallen auf einstige Produktionsmethoden ohne Berücksichtigung von Qualität und Produktivität ist in vielen Fällen unvermeidbar und lediglich eine Frage der Zeit.

Der dringende Appell lautet daher, WSK Upgrading-Initiativen durchzuführen und mehrere Akteure entlang der Kette einzubinden. Immerhin darf nicht vergessen werden, dass die Aufwertungsprozesse „Agro-Processing“ und „verantwortungsvoller Handel“ als mögliche Upgrading-Strategien von außen nach Uganda getragen wurden. Dementsprechend handelt es sich um Tätigkeiten, die zwar in Uganda ausgeübt werden können, aber nur dann Erfolg versprechen, wenn sie exakt nach den Denk- und Handlungsmuster ihrer „EntwicklerInnen“ ausgeführt werden. Ein Geschäftsführer einer ugandischen KMU meinte dazu sehr treffend

“In the food industry you can’t start slowly and grow! You have to process things which are ready for the market!” (Anonymus 2012)

Um am Exportmarkt Obstprodukte verkaufen zu können, muss alles funktionieren, man darf sich nicht entwickeln, denn alles muss bereits „perfekt“ sein. Ein hoher Anspruch, der von vielen Akteuren in Uganda begrüßt, von anderen hingegen entschieden abgelehnt wird. Dennoch, um Missstände zu vermeiden, muss einerseits auf die Umstände einer anderen Unternehmensumwelt und andererseits auf die Unterschiede im Einkommensniveau der Akteure von Agro-Processing und verantwortungsvollem Handel in verschiedenen Ländern Rücksicht genommen werden. In Uganda sind diese Umstände, wie durch die verschiedenen Problemlagen gezeigt werden konnte, mit Sicherheit anders als in jenen Ländern, in denen diese Aufwertungsstrategien entstanden sind.

Deshalb – möchte man die steigende Nachfrage durch die Umsetzung von Agro-Processing und verantwortungsvollem Handel nachhaltig bedienen, welche zweifellos zur Verbesserung der Lebensumstände von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern führen kann – bedarf es der Integration von KMU in WSK-Upgrading-Strategien. Diese kann auf unterschiedliche Art erfolgen. Am realistischsten und erfolgversprechendsten – und durch die drei präsentierten Erfolgsgeschichten bereits bestätigt – ist die Unterstützung durch Investoren, die Vermittlung von Wirtschaftskooperationen oder Unternehmenspartnerschaften.

Auch die Gewährung von Krediten zu besseren Konditionen oder Teilfinanzierungen von Entwicklungsprogrammen bieten vorstellbare Lösungen, bleiben jedoch aufgrund derzeitiger Trends des Bank- und Kreditwesens wohl eher Illusionen. Die Miteinbeziehung von KMU in Aufwertungsstrategien von WSK käme nur auf den ersten Blick KMU zugute, auf lange Sicht würden davon – bei Beibehaltung der aktuellen Organisationsstruktur – vor allem Kleinbäuerinnen und Kleinbauern profitieren.

Auf die eingangs gestellte Forschungsfrage folgt daher die Antwort, dass Agro-Processing und verantwortungsvoller Handel, als Aufwertungsstrategien in der Obst-WSK Ugandas, einen besonderen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen für Kleinbäuerinnen und -bauern leisten können. Neben Kleinbäuerinnen und Kleinbauern nehmen KMU in jener globalen WSK eine essenzielle Rolle ein.

Es gibt ausreichend Gründe anzunehmen, dass die Gefahr eines plötzlichen Eintritts großer Lebensmittelkonzerne in die biologische Produktion und in den fairen Handel innerhalb Ugandas sehr gering ist. Die erheblichen Investitionskosten zur Übermittlung von Wissen, der immense organisatorische Aufwand zur Mobilisierung von Kleinbäuerinnen und -bauern sowie eine Konversionsperiode von drei Jahren sorgen dafür, dass dieser Nischensektor weiterhin für KMU besteht. Für den regionalen oder lokalen Markt bieten die Aufwertungsstrategien Agro-Processing und verantwortungsvoller Handel aufgrund der starken Konkurrenz am Produktmarkt für Obsterzeugnisse und aufgrund einer sehr geringen Nachfrage an Produkten aus verantwortungsvollem Handel derzeit limitiertes Potenzial. Weiters finden sich entlang lokaler und regionaler WSK meist Großbetriebe, deren Organisationsstruktur sich von jener der KMU unterscheidet. Damit Kleinbäuerinnen und -bauern entlang der WSK von Obstprodukten ihre Lebensbedingungen nachhaltig verbessern können, bedarf es der Zusammenarbeit mit geeigneten Absatzmärkten. Von Angebots- in Wertschöpfungsketten umgewandelte Organisationsstrukturen weisen erhöhte Langlebigkeit, Sicherheit und Stabilität auf. Derzeit ist diese Form der Strukturierung vor allem in den drei erwähnten Erfolgsgeschichten ugandischer KMU, welche mit hunderten Kleinbäuerinnen und -bauern zusammenarbeiten, zu finden.

Natürlich ist darauf hinzuweisen, dass Nischensektoren wie verantwortungsvoller Handel kein „Allheilmittel“ zur Lösung nationaler Probleme darstellen können. Aufgrund seiner begrenzten Zugänglichkeit für eine bestimmte Anzahl an Akteuren ist sein Beitrag zur Armutsreduktion limitiert. Dennoch: Die an Uganda gerichtete Nachfrage an Produkten des verantwortungsvollen Handels bietet für eine große Anzahl von Kleinbäuerinnen und -

bauern die Chance, nachhaltig eine Verbesserung ihrer Lebensbedingungen zu erwirken. Dieses Potenzial kann aber nur dann genutzt werden, wenn erkannt wird, dass für das Funktionieren dieser globalen WSK nicht nur das Mitwirken von Kleinbäuerinnen und -bauern ausreichend ist. Vielmehr bedeutet es, die Wichtigkeit des zweiten Akteurs dieser Kette zu erkennen und zu verstehen, denn ohne Mitwirken dieses Akteurs ist die gesamte Kette zum Scheitern verurteilt. Es gilt daher auch die Schwächen von KMU in das Zentrum dieser Debatte zu stellen, um die Stagnation zu beenden und eine Bewegung nach vorne zu ermöglichen.

6 Nachwort

Es liegt nun ein Ergebnis der Forschungsfrage vor, das bei Beachtung einiger wesentlicher Punkte durchaus eine positive Entwicklung in Aussicht stellt, von welcher eine große Zahl an Menschen nachhaltig profitieren kann. Die aufgezeigten Probleme scheinen – sofern ein Wille vorhanden – lösbar. Abschließend sollen einige Gedankengänge zu Papier gebracht werden, welche im Zuge der intensiven Auseinandersetzung mit dem behandelten Thema entstanden sind. Sie basieren nicht auf wissenschaftlich fundierten Quellen, sind aber notwendig, um den Forschungsprozess auch auf persönlicher Ebene abzuschließen.

Zunächst erfolgt eine Stellungnahme zur Relevanz des Exportsektors. Die Bedeutung, die dem Exportmarkt in dieser Arbeit zugesprochen wird, mag KritikerInnen exportbasierter Entwicklungswege womöglich ein Dorn im Auge sein. Dennoch soll darauf hingewiesen werden, dass die Fokussierung auf den Exportsektor nicht gleichbedeutend ist mit einem Ausschluss des lokalen Marktes. Es wurde eine Reihe an Gründen erwähnt, weshalb sich der Ausbau des Obstverarbeitungssektors am Binnenmarkt aktuell als schwieriges Terrain erweist. Derzeit sind nicht ausschließlich die oft günstigeren Preise von Importgütern Kaufmotive, sondern ebenso die oft anzutreffende Meinung, importierte Waren seien qualitativ hochwertiger als ugandische Produkte. Vertrauensengpässe in dieser Hinsicht haben fatale Folgen für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes. Sollten sich Ugandas Produkte am Exportmarkt als „high quality products“ etablieren, kann das auch neue Chancen für den Binnenmarkt bedeuten. Die Nachfrage von außen kann rehabilitierende Vorgänge in Gang setzen und dazu führen, sich eigener Stärken bewusst zu werden. Diese psychologische Herangehensweise, um den Markt zu „heilen“, wird aufgrund ihrer Abstraktheit womöglich an vielen Seiten auf Widerstand stoßen, jedoch schadet es nicht, die eine oder andere Überlegung dazu anzustellen.

Weiters soll dieses letzte Kapitel dazu genutzt werden, um neue Fragen in den Raum zu stellen. Insgesamt kann resümiert werden, dass der gesamte Forschungsprozess sowohl zu Hause als auch im Feld mehr neue Fragen hervorgerufen hat, als er bereits bestehende beantwortet hat. Zwei der fundamentalen, neuen Fragestellungen sollen zur Abrundung dieser Arbeit Erwähnung finden; vielleicht treffen sie auf ein offenes Ohr, um zukünftig weiterverfolgt zu werden und breitere Aufmerksamkeit zu erfahren.

Die erste Frage behandelt das Thema der Nachhaltigkeit kleinbäuerlicher Landwirtschaft im Zusammenhang mit Armutsreduktion. Immer wieder wird über die Wichtigkeit von

Kleinbäuerinnen und -bauern und ihrem Beitrag für die weltweite Ernährung debattiert. Ihre Marginalisierung steht außer Frage und damit einhergehend die Notwendigkeit, die Armutsreduktion innerhalb ihrer Kreise zu forcieren (was auch in dieser Arbeit versucht wurde). Gleichzeitig eröffnen die Ergebnisse aus den Gesprächen mit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Ugandas Raum für eine Interpretation, welche äußerst paradox erscheint: Ist es möglich, dass die Nachhaltigkeit kleinbäuerlicher Produktionsweisen nur dann gesichert ist, wenn sie keinen Ausweg aus der Armut bietet? Wie lässt sich sonst erklären, dass Personen mit geringeren Einnahmen aus kleinbäuerlicher Landwirtschaft diese Wirtschaftsweise als für kommende Generationen essenzieller betrachten als Personen, welche in den letzten Jahren einen deutlichen Anstieg ihrer Einnahmen erzielt haben? Ist kleinbäuerliche Produktion lediglich ein Weg, um das Ziel „Armutsreduktion“ zu erreichen, um anschließend neue Wege einzuschlagen? Was könnte das für die Zukunft, allen voran der zukünftigen Ernährungssicherheit bedeuten?

Die zweite Frage ist nicht minder interessant. Sie beschäftigt sich mit der Tatsache, dass eine Reihe an Mängeln für die derzeitigen ökonomischen und sozialen Herausforderungen des ostafrikanischen Staates verantwortlich ist. Innerhalb dieser Arbeit wird eine Vielzahl dieser Mängel erwähnt. Während Kleinbäuerinnen und Kleinbauern beispielsweise über einen Mangel an Absatzmärkten, Agro-Inputs, Agrarflächen, Marktinformationen, Know-how, geeigneter Infrastruktur, Kapital, Geldinstituten, Technologien etc. klagen, stellen für KMU der Mangel an verfügbarem Kapital, leistbarer Technologie, vorhandenen Transportmöglichkeiten und Verpackungsmaterialien, qualifizierten Arbeitskräften, Verknüpfungen zu geeigneten Absatzmärkten und externer Unterstützung die größten Herausforderungen dar. Bei der Kreditvergabe kritisieren Banken einen Mangel an Sicherheiten. Internationale und nationale Entwicklungsprogramme klagen über einen Mangel an Kapazitäten und Handlungsspielraum. HändlerInnen und KäuferInnen aus dem Ausland lamentieren über einen Mangel an Transparenz und ausreichender Verarbeitungskapazitäten sowie über das Nicht-Einhalten von Zeitplänen. Diese und viele weitere Mängel finden in vielen Marktstudien und Investitionsberichten, die über Uganda publiziert wurden, allesamt Erwähnung. Würde man die aufgezählten Mängel kategorisieren, so könnte eine Zweiteilung in materielle, greifbare Defizite und in Wissens- oder Informationsdefizite erfolgen. Doch auch die Darstellung der präsentierten Mängel ist – im wahrsten Sinne des Wortes – MANGELhaft, denn von einem berichtet die Literatur in diesem Zusammenhang kaum: Dem Mangel an (Selbst)Vertrauen! Diese Form des Mangels war während der Feldfor-

schung in hochkonzentrierter Form allgegenwärtig. In ausnahmslos allen ExpertInneninterviews, den Befragungen der 75 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern trat dieser Mangel als zentrales Problem hervor und wurde sowohl verbal artikuliert als auch direkt vor Augen geführt. Im Rahmen des Forschungsprozesses zeigte sich: Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, Händler, VertreterInnen von Geldinstituten, KMU und ArbeiterInnen misstrauen sich gegenseitig und in vielen Fällen selbst untereinander. Mit dieser Realität konfrontiert, taucht eine Armada neuer Fragen auf, welche die Ökonomie wohl nicht und der WSK-Ansatz in keiner Weise wird beantworten können. Die zwei zentralsten aller Fragen aber sind:

- Was ist passiert, dass innerhalb und zwischen sämtlichen Gesellschaftsschichten, Generationen, Berufs- und Volksgruppen Ugandas die Fähigkeit, auf sich selbst und auch auf andere Vertrauen zu können, verloren gegangen ist?
- Was kann/muss getan werden, um den Selbstzerstörungsmechanismus – den ein gestörtes Vertrauensverhältnis unweigerlich mit sich führt und welcher bei Individuen beginnt und schließlich bei einer ganzen Nation endet – aufzuhalten?

Eine gesunde, funktionierende VOLKSWirtschaft lässt sich selbst in einer materialistischen Welt nicht ausschließlich auf Waren und Wissen reduzieren. Vereinfacht zusammengefasst, bedarf es funktionierender Institutionen, einer funktionierenden Regierung, einer funktionierenden Wirtschaft, eines funktionierenden Bildungs- und Gesundheitswesens etc. Vor allem aber bedarf es „funktionierender“ – körperlich, geistig und seelisch – gesunder Menschen. Das große Ziel des sozial und ökologisch nachhaltigen Wirtschaftswachstums, welches Armut reduziert, kann erreicht werden, es ist allerdings nicht ohne Vertrauen möglich! Denn wie bereits Albert Schweitzer einst zu sagen pflegte:

"Vertrauen ist für alle Unternehmungen das große Betriebskapital,
ohne welches kein nützliches Werk auskommen kann."

(Albert Schweitzer 1954)

Literaturverzeichnis

Adekunle, A; u. a. (2012): Agricultural Innovation in Sub-Saharan Africa. Experiences from Multiple-Stakeholder Approaches. Accra: Forum for Agricultural Research in Africa.

African Economic Outlook (AEO) (2011): Uganda Outlook.
<http://www.africaneconomicoutlook.org/en/countries/east-africa/uganda/> [Zugriff am: 18.07.2012].

Afrol News (2011): 50,000 fruit farmers in Uganda and Kenya empowered to supply Coca-Cola. <http://www.afrol.com/articles/35122> [Zugriff am: 31.12.2012].

Ahmed, Mohamed (2011): Monitoring African Food and Agricultural Policies. Product Selection for Price Incentives and Disincentives Calculations in Uganda. Kampala: FAO.

Altenburg, Tilman (2006a): Governance Patterns in Value Chains and their Development Impact. In: The European Journal of Development Research, Nr. 4. London: Routledge, 498–521.

Altenburg, Tilman (2006b): Introduction to the Special Issue: Shaping Value Chains for Development. In: The European Journal of Development Research. Nr. 4. London: Routledge, 493–497.

Amava (2011): Konzentrate. Was ist unter dem Begriff Konzentrat zu verstehen?
<http://www.amava.de/info/Konzentrate.html> [Zugriff am: 31.12.2011].

Aufhauser, Elisabeth/Reiner, Christian (2010): Die Macht der Supermarktketten. Steuerung globaler Produktionsnetze durch den Einzelhandel. In: Fischer, Karin/Reiner, Christian/Staritz, Cornelia (Hg.): Globale Güterketten. Weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung. Wien: Promedia Verlag und Südwind/Wien, 246–269.

Bair, Jennifer (2010): Globaler Kapitalismus und Güterketten. Rückblick und Ausblick. In: Fischer, Karin/Reiner, Christian/Staritz, Cornelia (Hg.): Globale Güterketten. Weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung. Wien: Promedia Verlag und Südwind/Wien, 24–42.

Baranga, Samson (2011): Sameer enters fruit juice sector.
http://observer.ug/index.php?option=com_content&task=view&id=15958&Itemid=68 [Zugriff am: 03.01.2012].

Barkla, Charles (2011): Fruit Juices. Market News Service (MNS). o.A.: ITC.

Barrientos, Stephanie/Dolan, Catherine (2007): Transformation of Global Food: Opportunities and Challenges for Fair and Ethical Trade. In: Barrientos, Stephanie/Dolan, Catherine: Ethical Sourcing in the Global South. London: Earthscan, 1–34.

BATS (Zentrum für Biosicherheit und Nachhaltigkeit) (2003): Nachhaltigkeitsbewertung der landwirtschaftlichen Primärproduktion in der Schweiz. Meilenstein I.
http://www.bats.ch/bats/publikationen/2003-2_fokussierte_TA/download/schritt2.pdf
[Zugriff am: 20. 03.2013].

Baumgärtner, Stefan/Dyckhoff, Harald (u. a.) (2001): The concept of joint production and ecological economics. In: *Ecological Economics*, Nr. 36, 365–372.

Beauvais, Janet/Gereffi, Gary/Lee, Joonkoo (2010): Global value chains and agrifood standards: Challenges and possibilities for smallholders in developing countries. Seattle: Bill and Melinda Gates Foundation/Prabhu Pingali.

Beck, Thorsten/Demirgüç-Kunt, Asli/Levine, Ross (2005): *SMEs, Growth, and Poverty*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.

Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hg.) (2002): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

British Retail Consortium (BRC) (2012): About the BRC standards.
<http://www.brcglobalstandards.com/GlobalStandards/Standards.aspx> [Zugriff am: 19.07.2012].

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) (2012): Ownership. <http://www.bmz.de/de/service/glossar/O/ownership.html> [Zugriff am: 25.03.2013].

Chongtham, Iman Raj/de Neergaard, Andreas/Pillot, Didier (2010): Assessment of the strategies of organic fruit production and fruit drying in Uganda. In: *Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics*, Nr. 1, 23–34.

CIA FActbook (2012): Uganda. Publications. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ug.html> [Zugriff am: 8.10.2012].

Codex Alimentarius (2012a): Codex ALIMENTARIUS – International Food Standards – Safe, good food for everyone. <http://www.codexalimentarius.org/> [Zugriff am: 20.07.2012].

Codex Alimentarius (2012b): Pesticide Residues in Food and Feed. Codex Pesticides Residues in Food. <http://www.codexalimentarius.net/pestres/data/index.html> [Zugriff am: 20.07.2012].

Comité de Liaison Europe-Afrique-Caraïbes-Pacifique (COLEACP) (2012): COLEACP Pip. For a sustainable agriculture. <http://pip.coleacp.org/en> [Zugriff am: 19.07.2012].

Dalberg (2011): Report on Support to SMEs in Developing Countries Through Financial Intermediaries. Geneva: Dalberg.

dasWirtschaftslexikon (2012): Wertschöpfung.
<http://www.daswirtschaftslexikon.com/d/wertsch%C3%B6pfung/wertsch%C3%B6pfung.htm> [Zugriff am: 23.07.2012].

Departement for International Development (DfID) (2005): Working with the private sector to eliminate poverty. London: Folio Creative Communication Ltd.

Department of Horticultural Science (2012): Discover Horticulture at the University of Minnesota. What is Horticulture?
<http://www.horticulture.umn.edu/ProspectiveStudents/What/index.htm> [Zugriff am: 26.10.2012].

DG Trade (2012): Uganda. Main economic indicators. 21.03.2012.
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/january/tradoc_147417.pdf [Zugriff am: 15.10.2012].

Dinah, Kasangaki/Okaasai, S. Opolot/Rusoke, Charles (2009): Organic Agricultural Development in Uganda. Ministry of Agriculture, Animal Industry and Fisheries.
<http://ebookbrowse.com/organic-agricultural-development-in-ugandapapaer-pdf-d421973424> [Zugriff am: 10.12.2012].

Dolan, Catherine/Humphrey, John (2000): Governance and Trade in Fresh Vegetables: The Impact of UK Supermarkets on the African Horticulture Industry. In: The Journal of Development Studies, Jg. 37, Nr. 2, 147–176.

Economic Development Policy and Research Department (2012): Poverty Status Report. Poverty Reduction and the National Development Process. Kampala: Ministry of Finance, Planning and Economic Development.

European Fair Trade Association (EFTA) (2009): European Fair Trade Association.
<http://www.eftafairtrade.org/> [Zugriff am: 15.03.2012].

Ethical Trading Initiative (ETI) (2010): Ethical Trading Initiative. Respect for workers worldwide. <http://www.ethicaltrade.org/eti-base-code> [Zugriff am: 15.03.2012].

FAIRTRADE Deutschland (2011): Absatz Fairtrade-Produkte im Einzelnen.
<http://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/absatz-fairtrade-produkte/> [Zugriff am: 31.12.2011].

FAIRTRADE International (2011): What is Fairtrade?
http://www.fairtrade.net/what_is_fairtrade.html. [Zugriff am: 15.03.2012].

FAIRTRADE International (2012): For Producers, with Producers. Annual Report: 2011-12. Bonn: FAIRTRADE International.

FAIRTRADE Österreich (2011): Umsatz von Fairtrade-Produkten.
<http://www.fairtrade.at/produkte/absatzzahlen/?PHPSESSID=c856a8df3012e93c3fde0fb7ec3969f6> [Zugriff am: 31.08.2012].

Fearne, Andrew/Hughes, David (1998): Success Factors in the Fresh Produce Supply Chain: Some Examples from the UK. Executive Summary. London: Wye College.

Fellows, Peter/Ouaouich, Ahmidou (2004): Small-scale Fruit and Vegetable Processing and Products. Production methods, equipment and quality assurance practices. Vienna: UNIDO.

Fintrac (2011): Kenya's Intra Africa Horticulture Trade. Nairobi: USAID.

Fischer, Karin/Parnreiter, Christof (2007): Globale Güterketten und Produktionsnetzwerke – ein nicht staatszentrierter Ansatz für die Entwicklungsökonomie. In: Becker, Joachim (u. a.) (Hg.): Kapitalistische Entwicklung in Nord und Süd. Handel, Geld, Arbeit, Staat. Wien: Mandelbaum Verlag, 106–122.

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2013): Export commodities Uganda.
<http://faostat.fao.org/desktopdefault.aspx?pageid=342undlang=enundcountry=226> [Zugriff am: 26.03.2013].

Forschungsinstitut für Biologischen Landbau (FiBL); International Federation of Organic Agriculture Movement (IFOAM) (2012): Organic Agriculture Worldwide: Key results from the survey on organic agriculture worldwide 2012. Part 1: Global data and survey background. <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2011/namuwoza-tushmerirwe-2011-uganda.pdf> [Zugriff am: 30.08.2012)].

FLO-Cert (2012): ISO 65 Accrediation. <http://www.flo-cert.net/flo-cert/40.html> [Zugriff am: 29.09.2012].

Fox, Tom/Vorley, Bill (2007): Constraints and Challenges in the Global Food System. In: Barrientos, Stephanie/Dolan, Catherine: Ethical Sourcing in the Global South. London: Earthscan, 163–178.

Frohberg, Klaus/Grote, Ulrike/Winter, Etti (2006): EU Food Safety Standards, Traceability and Other Regulations: A Growing Trade Barrier to Developing Countries' Exports? Gold Coast: International Association of Agricultural Economists Conference.

Gabler Verlag (Hg.) (2012): Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Verkettungseffekte, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/2828/verkettungseffekte-v5.html> [Zugriff am: 13.12.2012].

Gatsby SME Platform (2010): An overview of the SME sector in Uganda. <http://sme.gatsbyuganda.com/?main/cont/ugsmesector> [Zugriff am: 18.01.2013].

Gereffi, Gary/Korzeniewicz, Miguel/Korzeniewicz, Roberto P. (1994): Introduction. In: Gereffi, Gary; Korzeniewicz, Miguel (Hg.): *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport/London: Praeger, 1–14.

Gereffi, Gary (1999): International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. In: *Journal of international economics*, Jg. 1, Nr. 48, 37–70.

Gereffi, Gary/Humphrey, John/Sturgeon, Timothy (2005): The Governance of Global Value Chains. In: *Review of International Political Economy*. Jg. 2, Nr. 12, 78–104.

Gibbon, Peter/Bair, Jennifer/Ponte, Stefano (2008): *Governing global value chains: an introduction*, Economy and Society. London: Routledge, 315–338.

Gibbon, Peter (2003): Value-chain Governance, Public Regulation and Entry Barriers in the Global Fresh Fruit and Vegetable Chain into the EU. In: *Development Policy Review*, Jg. 21, Nr. 5–6, 615–625.

Global Good Agricultural Practice (2012): Welcome to GlobalGAP. http://www.globalgap.org/cms/front_content.php?idcat=9 [Zugriff am: 19.07.2012].

Gulf Business (2012): Sameer Agriculture and Livestock Ltd. <http://gulfbusiness.tradeholding.com/default.cgi/action/viewcompanies/companyid/369544/> [Zugriff am: 25.03.2013].

Hopkins, Terence K./Wallerstein, Immanuel (1977): Patterns of Development of the Modern World-System. In: *Review*, Jg. 1, Nr. 2, 111–145.

Humphrey, John/Henson, Spencer (2008): *Understanding the Complexities of Private Standards in Global Agri-Food Chains*. Leuven: Institute of Development Studies (IDS).

Institute for Marketecology (IMO) (2013): Quality assurance of sustainable products. Local offices. http://www.imo.ch/logicio/pmws/indexDOM.php?client_id=imoundpage_id=offices [Zugriff am: 10.02.2013].

International Fund for Agricultural Development (IFAD) (2010): Rural Poverty in Uganda. <http://www.ruralpovertyportal.org/country/home/tags/uganda> [Zugriff am: 10.10.2012].

International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) (2009): Mission and Goals. http://www.ifoam.org/about_ifoam/inside_ifoam/mission.html [Zugriff am: 25.07.2012].

International Finance Corporation (IFC)/World Bank (WB) (2013): Ease of Doing Business in Uganda. <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/uganda> [Zugriff am: 18.01.2013].

International Investing (2013): What are Emerging Markets? Finding and Investing in Emerging Markets. <http://internationalinvest.about.com/od/gettingstarted/a/What-Are-Emerging-Markets.htm> [Zugriff am: 25.03.2013].

International Trade Center (ITC) (2010): Organic Products. Market News Service. Genf: ITC.

International Organization for Standardization (ISO) (2012): ISO 22000:2005. Food safety management systems –Requirements for any organization in the food chain. http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=35466 [Zugriff am: 19.07.2012].

International Organization for Standardization (ISO) (2009): Environmental management. The ISO 14000 family of International Standards. Genf: ISO.

Kalungi, Nicholas (2012): Uganda's fruit juice consumption on the rise as dominant player battles for market. <http://www.monitor.co.ug/Business/Prosper/Uganda-s-fruit-juice-consumption-on-the-rise/-/688616/1645718/-/4wgtmdz/-/index.html> [Zugriff am: 28.02.2013].

Kaplinsky, Raphael/Morris, Mike (2001): A Handbook for Value Chain Research, paper prepared for the IDRC. <http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf> [Zugriff am: 20.05.2012].

Kumar, Sanjay/Nyabuntu, Paschal/Gerrit Ribbink (2005): Successful Supply Chains in Uganda. A study of three successful chains in the coffee, dried fruit and fresh vegetables sectors. o. A.: Departement for International Development (DfID).

Küblböck, Karin (2006): Hoffnungsträger PRSP. Eine Bilanz der ersten Jahre. Wien: ÖFSE (Österreichische Forschungsstiftung für internationale Entwicklung).

Kyomugisha, Elizabeth (2008): Value chains for agriculture exports in Uganda. Kampala: International Food Policy Research Institute (IFPRI).

Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. 5., neu überarbeitete Auflage. Weinheim; Basel: Beltz Verlag.

Masaka District Local Government Information Portal (2012): District Profile. <http://www.masaka.go.ug/profile.html> [Zugriff am: 17.11.2012].

- Mbelle, Amon/Shitundu, J. (o. A.): The Management of Industrial Reforms in Tanzania. Perspectives and New Challenges.
<http://www.tzonline.org/pdf/themanagementofindustrial.pdf> [Zugriff am: 22.08.2012].
- Nagayets, Oksana (2005): Small Farms: Current Status and Key Trends. Kent: Wye College.
- Namuwoza, Charity/Tushemerirwe, Hedwig (2011): Uganda: Country Report. Organic Certified agricultural land and farmers. <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2011/namuwoza-tushmerirwe-2011-uganda.pdf> [Zugriff am: 04.08.2012].
- National Organic Agricultural Movement of Uganda (NOGAMU) (2012): Product Facts. http://www.nogamu.org.ug/nog_prodfacts.php [Zugriff am: 18.07.2012].
- Ndawula, J/Kabasa, J.D./Byaruhanga, Y.B. (2004): Alterations in fruit and vegetable β -carotene and vitamin C content caused by open-sun drying, visqueen-covered and polyethylene-covered solar-dryers. In: African Health Science, Nr. 4(2), 125–130.
- Ndlovu, Lindani B. (2009): Expert Meeting of LDCs in preparation for the 4th United Nations Conference on the Least Developed Countries. Case study on Uganda. Genf: UNCTAD.
- Nelson, Valerie; Pound, Barry (2009): The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade. Greenwich: Natural Resources Institute (NRI).
- Nohlen, Dieter/Schultze, Rainer Olaf/Schüttemeyer, Suzanne S. (Hg.) (1998): Lexikon der Politik. Band 7. Politische Begriffe. o. A.: C.H.Beck.
- Nwanze, Kanayo F. (2011): Foreword. In: Yumkella, Kandeh K. (u. a.): Agribusiness for Africa's Prosperity. Vienna: UNIDO, 17–18.
- Österreichische Entwicklungs- und Ostzusammenarbeit (OEZA) (2008): Dreijahresprogramm der österreichischen Entwicklungspolitik 2008 bis 2010. Wien: OEZA.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (2005): SME and Entrepreneurship Outlook. Paris: OECD.
- Ouaouich, Ahmidou (2007): Food Processing Pilot Centres. An approach to productive capacity-building for trade and poverty alleviation in Africa. Vienna: UNIDO.
- Parrish, D. Bradley (2008): Sustainability-Driven Entrepreneurship: A Literature Review. Leeds: Sustainability Research Institute (SRI).
- Paul, Lewis M./Simons, Gary F./Fennig, Charles D. (Hg.) (2013): Ethnologue: Languages of the World. 17. Aufl. Dallas: SIL International.

Pere, Thomas (2012): How Uganda Railway Collapsed. 21.02.2012.
<http://www.newvision.co.ug/news/629156-How-Uganda-Railway-collapsed.html> [Zugriff am: 08.08.2012].

Ponte, Stefano (2011): Upgrading Value Chains. In: Yumkella, Kandeh K. (u. a.): Agribusiness for Africa's Prosperity. Vienna: UNIDO, 87–134.

QRPS Management Consulting (2011): HACCP Zertifizierung.
http://qrps.de/haccp_zertifizierung/index.html [Zugriff am: 09.01.2012].

Roepstorff, Torben M./Wiggins, Steve (2011): New global realities governing Agribusiness. In: Yumkella, Kandeh K. (u. a.): Agribusiness for Africa's Prosperity. Vienna: UNIDO, 24–37.

Roepstorff, Torben M./Wiggins, Steve/Hawkins, Anthony M. (2011): The profile of agribusiness in Africa. In: Yumkella, Kandeh K. (u. a.): Agribusiness for Africa's Prosperity. Vienna: UNIDO, 38–55.

Royal Tropical Institute (KIT) (u. a.) (2006): Chain empowerment: Supporting African farmers to develop markets. Amsterdam, Arusha, Nairobi: Royal Tropical Institute/Faida Market Link/International Institute of Rural Reconstruction.

Salami, Adeleke/Kamara, Abdul B./Brixiova, Zuzana (2010): Smallholder Agriculture in East Africa: Trends, Constraints and Opportunities. Tunis: African Development Bank.

Schlichte, Klaus (2005): Was kommt nach dem Staatszerfall? Die Gewaltordnungen in Uganda seit 1986. In: Africa Spectrum, Nr. 1, 83–113.

Schulte, Elisabeth/Käppeli, Othmar (1997): Gentechnisch veränderte krankheits- und schädlingsresistente Nutzpflanzen. Eine Option für die Landwirtschaft? Schwerpunktprogramm Biotechnologie des Schweizerischen Nationalfonds. Basel: BATS.

SGS-International Certification Services GmbH (2011): EurepGap. Sichere Agrarwirtschaft. http://www.de.sgs.com/de/eurepgap_de?serviceId=10055700undlobId=21091 [Zugriff am: 09.01.2012].

SNV (2007): Promoting Small and Medium Enterprises for Sustainable Development. The Hague: SNV.

Ssejjemba, Kennedy Faustin (2010): Round Table Africa. Multi-Stakeholder Meeting Presentation Proposal. Pineapple Sector.
<http://www.roundtableafrica.net/getattachment/Round-Tables/Pineapple-Round-Table-Uganda/Pineapple-Round-Table-in-Kampala/2a--RT-Pineapples--Proposal.pdf.aspx> [Zugriff am: 12.10.2012].

Ssemwanga, James (2007): Final Report. Study for fruits sub-sector. (Pineapples, Passion Fruits, Mangoes). Kampala: FIT Uganda Ltd.

Ssemwanga, James (2010): Present Status of Regional Trade For Horticultural Produce. <http://www.globalhort.org/media/uploads/File/Video%20Conferences/VC4%20Uganda%20Position%20Paper.pdf> [Zugriff am: 03.01.2011].

Staatz, John (2011): Enhancing agricultural productivity. In: Yumkella, Kandeh K. (u. a.): Agribusiness for Africa's Prosperity. Vienna: UNIDO, 58–86.

Stamm, Andreas (2004): Wertschöpfungsketten entwicklungspolitisch gestalten. Anforderungen an Handelspolitik und Wirtschaftsförderung. Eschborn: GTZ.

Stamm, Andreas; (u. a.) (2006): Strengthening Value Chains in Sri Lanka's Agribusiness. A Way to Reconcile Competitiveness with Socially Inclusive Growth? Bonn: Deutsches Institut für Entwicklungspolitik (DIE).

Stamm, Andreas/Stephan, Christiane (2010): Faire Wertschöpfungsketten. Sozialverträgliche Formen der Modernisierung in Sri Lankas Zimtsektor. In: Fischer, Karin/Reiner, Christian/Staritz, Cornelia (Hg.): Globale Güterketten. Weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung. Wien: Promedia Verlag und Südwind/Wien, 139–156.

Tallontire, Anne (2007): The Development of Alternative and Fair Trade: Moving into the Mainstream. In: Barrientos, Stephanie/Dolan, Catherine: Ethical Sourcing in the Global South. London: Earthscan, 35–48.

Tanzmann, Stig (2011): Lebensmittelstandards diskriminieren Kleinbauern. In: EED und Brot für die Welt: Die Agrarpolitik endet nicht an Europas Grenzen. Die EU-Agrarreform und ihre internationale Verantwortung. Frankfurt/Main: Welt-Sichten, 16–20.

Uganda Bureau of Statistics (UBOS) (2002a): 2002 Census Results. <http://www.ubos.org/index.php?st=pagerelations2undid=16undp=related%20pages%202:2002Census%20Results> [Zugriff am: 17.11.2012].

Uganda Bureau of Statistics (UBOS) (2002b): 2002 Uganda Population and Housing Census. http://www.ubos.org/onlinefiles/uploads/ubos/census_tabulations/centableC1.pdf [Zugriff am: 01.02.2013].

Uganda Bureau of Statistics (UBOS) (2008): Five-year Strategic Plan for Orphans and other vulnerable Children (OVC). Kayunga: Kayunga District Local Government.

UgoCert (2011): Uganda Organic Certification Body. <http://www.ugocert.org/operators.html> [Zugriff am: 09.01.2012].

Uganda Investment Authority (UIA) (2011): Fruits and Vegetables Sector Profile.
<http://www.ugandainvest.go.ug/index.php/agriculture/fruits-and-vegetables> [Zugriff am: 12.10.2012].

Uganda National Bureau of Standards (UNBS) (2012): UNBS in brief.
<http://www.unbs.go.ug/index.php/about-us/unbs-in-brief> [Zugriff am: 13.10.2012].

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2003): Trade Performance and Commodity Dependence. Genf: UNCTAD.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2007): World Investment Report. Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. New York, Genf: UNCTAD.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2010): UN Comtrade Statistics. <http://comtrade.un.org/> [Zugriff am: 27.08.2012].

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2012): UNCTAD field case studies show success stories in Uganda, Ethiopia, and Senegal for horticulture trade.
http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=155undSitemap_x0020_Taxonomy=UNCTAD%20Home [Zugriff am: 15.07.2012].

UNdata (2012): Uganda. World Statistics Pocketbook.
<http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Uganda> [Zugriff am: 30.10.2012].

United Nations Development Programme (UNDP) (2012): Uganda Country Profile: Human Development Indicators. <http://hdrstats.undp.org/en/countries/profiles/UGA.html> [Zugriff am: 10.10.2012].

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2008): Capacity Building Task Force on Trade, Environment and Development. Best Practices for Organic Policy. What developing country Governments can do to promote the organic agriculture sector. New York, Geneva: United Nations.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2009): Organic agriculture in Uganda.
<http://www.unep.org/greeneconomy/SuccessStories/OrganicagricultureinUganda/tabid/29866/Default.aspx> [Zugriff am: 18.07.2012].

United Nations Environment Programme UNEP (2012): Success Stories. Organic agriculture in Uganda.
<http://www.unep.org/greeneconomy/SuccessStories/OrganicagricultureinUganda/tabid/29866/language/en-US/Default.aspx> [Zugriff am: 17.11.2012].

United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) (1995): Social Progress through Industrial Development. - UNIDO Position Paper to the World Summit for Social Development. Vienna: UNIDO.

United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) (2006): Responsible trade and market access. Opportunities or obstacles for SMEs in developing countries? Wien: UNIDO.

United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) (2009): Independent Evaluation Uganda. UNIDO Integrated Programme. Agro-processing and Private Sector Development – Phase II. Vienna: UNIDO.

Van Ommen, Paulette (2009): Mainstreaming responsible trade in tropical agricultural global supply chains. London: BiD Network.

World Fair Trade Organization (WFTO) (2012): The World Fair Trade Organization. http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=890&Itemid=292 [Zugriff am: 29.12.2012].

World Bank (WB) (2009): Uganda. Gross Domestic Product. <http://data.worldbank.org/country/uganda> [Zugriff am: 11.11.2012].

World Bank (WB) (2012): Fact Sheet: The World Bank and Agriculture in Africa. <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/AFRICAEXT/0,,contentMDK:21935583~pagePK:146736~piPK:146830~theSitePK:258644,00.html> [Zugriff am: 13.12.2012].

World Bank (WB) (2013a): GDP growth (annual %) <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries/UG-zf?display=graph> [Zugriff am: 24.03.2013].

World Bank (WB) (2013b): World Development Indicators. Lending interest rates. <http://databank.worldbank.org/data/views/reports/chart.aspx> [Zugriff am: 15.04.2013].

Worldstat (2012): World info Uganda. <http://en.worldstat.info/Asia/Uganda/Land>. [Zugriff am: 15.01.2013].

World Trade Organization (WTO) (2011): Sanitary and Phytosanitary Measures: Formal Meeting. Members take first steps on private standards in food safety, animal-plant health. http://www.wto.org/english/news_e/news11_e/sps_30mar11_e.htm [Zugriff am: 19.07.2012].

World Trade Organization (WTO) (2012): Introduction to the SPS Agreement. SPS and TBT measures. http://www.wto.org/english/tratop_e/sps_e/sps_agreement_cbt_e/c1s4p1_e.htm [Zugriff am: 19.07.2012].

Yoshino, Yutaka/Ngungi, Grace/Asebe, Ephrem (2011): Enhancing the Recent Growth of Cross-Border Trade between South Sudan and Uganda. Africa Trade Policy Notes. Mimeo: World Bank.

Young Leaders Think Tank for Policy Alternatives (2011): A Paper on the challenges of Youth. (Un) Employment in Uganda. http://www.kas.de/wf/doc/kas_29017-1522-2-30.pdf?111020125918 [Zugriff am: 20.09.2012].

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: “Key determinants of value chain governance	23
Abbildung 2: GDP Growth (Uganda and Sub-Saharan Africa)	62
Abbildung 3: Ugandas Import and Export Development	63
Abbildung 4: Uganda’s GDP in agriculture/industry/service sector	63
Abbildung 5: Uganda’s main agricultural exports	64
Abbildung 6: leading agricultural crops for Uganda’s export	65
Abbildung 7: seasonal fruit calendar	67
Abbildung 8: nationale WSK Familienbetriebe	74
Abbildung 9: nationale WSK Großbetriebe	74
Abbildung 10: regionale WSK Großbetriebe	75
Abbildung 11: globale WSK KMU	76
Abbildung 12: „Uganda: Value of organic export in million US dollars 2002-2010”	83
Abbildung 13: Distrikt Kayunga in Zentraluganda	93
Abbildung 14: Distrikt Masaka in Süduganda	94
Abbildung 15: Geschlechteraufteilung in den Unterbezirken	95
Abbildung 16: höchste Einnahmen generierende Agrargüter	96
Abbildung 17: stabile Einnahmen generierende Agrargüter	97
Abbildung 18: Gründe für den Anbau	98
Abbildung 19: persönliche Zufriedenheit gegenwärtig und in der Vergangenheit	101

Anhang 1: Teilstrukturierter Fragebogen für Kleinbäuerinnen und Kleinbauern

Farmers Questionnaire

Date: _____ District: _____
Village: _____ Name: _____
Age: _____ Sex: _____
Number of years in farming: _____ Number of children: _____

1. Educational background

- | | | |
|------------|---------------|------------|
| 1. Primary | 2. O-Level | 3. A-Level |
| 4. Diploma | 5. University | 6. Other |

2. Sources of household income?

(Salary, Petty trade, Sale of livestock, Farming, Relatives, Other)

3. How many people in your household are generating income?

4. What is the size of your farm land in acres?

5. Are you employing people on your farm?

No ☐

Yes ☐ How many?

6. What type of farming are you practicing?

Conventional ☐

Organic ☐

Fair-trade ☐

Others ☐

7. Are you using agro inputs/services/machinery for your farming activities?

No ☐

Yes ☐ Which one?

8. In your own opinion, how is the accessibility of those inputs/services/machinery?

Good ☐

Not Good ☐ Probe on the reasons why the accessibility is not good:

9. Are there products/services/machinery you demand, but you are unable to get?

No ☐

Yes ☐ Which one?

10. Probe on reasons for failure to acquire products/services/machinery:

a. If the reason is financial, what are you doing to overcome this problem?

☐ Applying for a loan

☐ Leaving the investment

☐ Asking family members/friends for assistance

☐ Other alternatives

11. What main crops do you produce on your farm? Estimate the yield in bags per acre?

12. Why have you decided to cultivate especially these crops?

13. Are you producing on subsistence or commercial level?

a. If commercial, to whom are you selling?

14. Which crops deliver highest benefit in terms of monetary income?

15. Which crops gain comparatively stable income without major price fluctuations?

16. How do you describe your revenue/turnover from your farming business per year?

a. Is it enough?

Yes ☐

No ☐

How are you overcoming the shortages:

Applying for loans ☐

Borrowing money from relatives ☐

Cutting expenditures ☐

Other alternatives ☐

17. What do you personally think can be a solution to overcome these shortages? (more solutions can be chosen)

☐ Increasing productivity

☐ Buying/renting new land

☐ Getting better prices for crops

☐ Shifting to other businesses

☐ Diversifying in other businesses

☐ Other alternatives

18. What benefits do farmers receive from NGOs and other non-profit making entities?

a. Do you personally benefit?

☐ Yes How?

☐ No Why? What are possible reasons?

19. Why have you decided to be active in agribusiness, in particular, farming?

20. Have you ever thought of leaving behind the farming business?

☐ No

☐ Yes What hinders you to do it?

21. If your children are grown up, do you advice them to be engaged in farming?

☐ Yes Why?

☐ No Why? What would be alternatives?

22. You told me about the type of farming you are doing (conventional, organic, fair-trade) ... now tell me ...

- a. Why have you decided to do so? Main reasons?
- b. Are you aware of those different production practices?
- c. Do you have experience in other types of farming as well (beside the one you are currently practicing?)
 - ☐ No
 - ☐ Yes Which one?

23. Are you interested in changing the type of farming?

- ☐ No
- ☐ Yes Which type of farming do you prefer?
What has hindered your change, so far?

24. What are main challenges you are facing in your current business?

Agro-Processing

25. Are you involved in agro-processing activities? (fruit drying, juice production, etc.)

- ☐ No
- ☐ Yes Which activity?

26. For how many years are you practicing agro-processing now?

27. Are you practicing agro-processing additional to farming?

- ☐ No
- ☐ Yes

28. What are the benefits/obstacles?

29. Who told you about agro-processing?

30. Have you attended training programs?

- ☐ No
- ☐ Yes Was it helpful for your current activities?

31. Whom are you supplying with processed fruits?

32. If you are involved in farming, as well as agro-processing ...

- a. Which one generates highest benefit?

b. Which one carries more obstacles?

c. Which one are you mostly comfortable with?
Why?

33. Where do you perceive your farming sub-sector in the next 5 years?

1. Diversify ☐ 2. Expand ☐ 3. Phase out ☐
4. No change ☐ 5. Change of farming type ☐ 6. Add on Processing ☐

34. If you look on your own and on your village level (neighbours, friends, etc.) have there been any improvements for farmers since the last 5 years?

- ☐ No
☐ Yes What do you think are the reasons for it?

35. Are you cooperating with other processors and producers?

- ☐ Yes Why? Are there any benefits?
☐ No What hinders you?

36. Are you aware of other operators?

37. Have you ever faced problems with buyers/middlemen/cooperating farmers?

- ☐ No
☐ Yes What are you doing to overcome the problem?

38. Define your personal level of content concerning your current activities:

Ranging from 1 (not content at all) to 10 (very content)

39. If you compare your situation to that of your surroundings (neighbours, friends), how do you describe yourself? Pick the most suitable for you!

- ☐ I'm better of.
☐ They are doing better. What could be reasons for it?
☐ We are all on the same level
☐ Some are better. Some are worse What could be reasons for it?

40. Just imagine you could turn back time for 10 years ... (choose one statement)

- ☐ I'd do everything again in the same manner!
☐ I'd change everything completely! What?
☐ I'd change some manners but most of the things I'd do in the same way! Which ones?

41. In your opinion, suggest ways to promote farming activities in your region!

(eg. improving markets, access to farm inputs, improving infrastructure, etc.)

Anhang 2: Leitfaden ExpertInneninterview

Interview Guideline Small and Medium Enterprises (SME)

1. Describe the organizational background of this company!
 - a. Since when are you operating?
 - b. Are you still operating?
 - c. What was the trigger behind? (Self-initiative; development programmes; etc.)
2. Why have you decided to engage in that kind of business?
 - a. Which professional background do you have?
3. What are you (currently) processing? What have you been processing?
4. For which market are you producing? (domestic; export; regional)
 - a. Where is your main market?
5. Which technology are you using?
 - a. Are you comfortable with it?
 - b. Where is it coming from?
6. How many tons/kilograms of produce are you processing? (daily/monthly/weekly/yearly)
 - a. How many of them go to the export market?
7. Are you having a trade partnership?
 - a. Why? What are the benefits?
 - b. Where did you find him/her/it?
 - c. Was it difficult to find your current business partner?
8. Can you tell me about the ratio between demand and supply in your situation? (in general?)
 - a. Are you able to meet the demand?
 - b. Whether YES or NO, what are the consequences?
9. Are you only processing with your technology or are you buying from other suppliers?
10. What are the main challenges in your current business?
 - a. If there are obstacles and challenges evolving: Is there any possibility of assistance?
 - b. Are there institutions, programmes, associations, individuals, etc. you can ask for support/advice?
11. What is your personal opinion about standards?
 - a. Is your company (currently) holding an organic certificate?
 - b. Why does it so? Why not?
 - c. Can you shortly explain the procedure of how applying for / getting it?

- d. Are you using voluntarily certifications? (fair trade, organic)
 - e. Why are you using private standards?
12. Are you interested in other types of value adding?
- a. What are the main challenges and obstacles?
13. What is your personal opinion about “Value Chain upgrading”?
- a. What does it mean for you?
 - b. What does it mean for Uganda?
14. Where do you see yourself in around 5 years?

Anhang 3: Liste der InterviewpartnerInnen

	Name of Company	Name of Candidate	Position within company/organization	Date of Interview	Interview Location
1.	African Organic/Amfri Farms Ltd.	Mrs. Lilian Anguparu	Product Manager	26 th July 2012	Kampala
2.	Africa 2000 Network (Soleil Enterprises Ltd.)	Mrs. Juliane Tushabe	Product Manager	14 th July 2012	Iganga
3.	Britania Allied Industries Ltd.	Mrs. Carolyn Night	Quality Manager	6 th August 2012	Kampala
4.	BioUganda Ltd.	Mr. Edward Mulondo	Managing Director	6 th August 2012	Entebbe
5.	Envalert – Environmental Alert	Mr. Patrick Kivumbi	Managing Director	24 th July 2012	Kampala
6.	Flona Commodities Ltd.	Mr. Stephen Isiko Nabongo	Director of the Company	22 nd August 2012	Kampala
7.	Flona Commodities Ltd.	Mr. Nelson Bakabulindi	Freelance Collaborator	1 st August 2012	Kangulumira
8.	Fruits of the Nile Ltd.	Mr. James Babumba	Product Manager	31 st July 2012	Jinja
9.	Masaka Organic Producers	Mrs. Josephine Kizza	Executive Director	20 th August 2012	Busense
10.	NOGAMU – National Organic Movement of Uganda	Mr. Charity Namuwoza	International Marketing Officer	4 th August 2012	Kampala
11.	RUCID – Rural Community in Development	Mr. Samuel Nyanzi	Executive Director	28 th July 2012	Jinja
12.	UgoCert – Uganda Organic Certification Ltd.	Mr. Martin Majanja	Training Manager, Inspector	7 th August 2012	Kampala

Anhang 4: Zusammenfassung

Obwohl der Anteil des Agrarsektors an der ugandischen Wirtschaftsleistung rückläufig ist, erweist sich jener Sektor nach wie vor als größter Arbeitgeber. Trotz eines seit Jahren anhaltenden wirtschaftlichen Aufwärtstrends ist Armut innerhalb Ugandas weiterhin ein weit verbreitetes Phänomen. Am stärksten betroffen ist davon die ländliche Bevölkerung, welche sich überwiegend aus Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zusammensetzt. Gleichzeitig sind sie es, die der ostafrikanischen Nation durch ihre Tätigkeit einerseits die Ernährung sichern und andererseits einen enormen Anteil der Exporteinnahmen erwirtschaften. Trotz ihrer Marginalisierung sind Ugandas Kleinbäuerinnen und -bauern demnach wichtige Akteure, die zum wirtschaftlichen Fortschritt des Landes beitragen. Um der Ursache ihrer Position am Rande der Existenz auf den Grund zu gehen und mögliche Wege aus der Armut aufzuzeigen, ist es notwendig, jenes Handelssystem genauer zu analysieren, in welchem Kleinbäuerinnen und -bauern zurzeit agieren. Gegenwärtig ist sowohl nationaler als auch internationaler Handel durch eine Kettenstruktur gekennzeichnet, die verschiedene Akteure von der Produktion bis zum Konsum miteinander verbindet. Ugandas Kleinbäuerinnen und -bauern befinden sich als ProduzentInnen von Agrarrohstoffen am unteren Ende dieser Produktionskette. Das Ziel dieser Arbeit ist nun zu klären, ob Veränderungen dieser Struktur Möglichkeiten bieten ein Einkommen zu generieren, das sie befähigt, ihren Lebensstandard langfristig und nachhaltig zu verbessern. Diese Arbeit fokussiert sich auf die Potenziale, die Aufwertungsprozesse, wie die Weiterverarbeitung von Agrarrohstoffen und der verantwortungsvolle Handel für Kleinbäuerinnen und -bauern bieten und welche Rolle kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in diesem Prozess einnehmen. Um das Themengebiet einzugrenzen, fokussiert sich diese Arbeit ausschließlich auf den Obstsektor. Auf Basis einer quantitativen und qualitativen Feldforschung in Kayunga, Masaka und Kampala Stadt sowie sorgfältiger Literaturanalyse, werden derzeitige Herausforderungen und Chancen für Ugandas Kleinbäuerinnen und -bauern am lokalen, regionalen und globalen Obstverarbeitungsmarkt herausgearbeitet. Im Zuge der Diplomarbeit wird deutlich, dass die beiden im Zentrum stehenden Aufwertungsstrategien – verantwortungsvoller Handel und Agro-Processing – einen bedeutenden Beitrag leisten, um langfristig und nachhaltig Verbesserungen der Lebensumstände von Kleinbäuerinnen und -bauern zu ermöglichen. Ebenso kann bestätigt werden, dass es dazu der Miteinbeziehung weiterer Akteure entlang der Produktionskette bedarf. Im vorliegenden Fallbeispiel verfügen vor allem Ugandas KMU über dieses notwendige Kompetenzprofil.

Anhang 5: Abstract

Although the share of the Ugandan agricultural sector on the entire economic performance is steadily declining, agriculture remains Uganda's biggest employer. While, referred to Uganda's GDP, the economy is on an upward spiral for several years, poverty is still a countrywide phenomenon striking millions of people. Among the most affected is Uganda's rural population mainly consisting of small-scale farmers. At the same time, statistics indicate that those small-scale farmers are undoubtedly the backbone of the nation, nourishing the landlocked East-African state and generating an enormous share of Uganda's export earnings. Therefore, despite their vast marginalization, small-scale farmers are important players for Uganda's economic progress. Thus, seeking for the factors of their penalized position on the edge of existence is essential, in order to find ways leading to improved living standards. For that reason an analysis of the present trading system, wherein small-scale farmers are currently active, is utterly crucial. Currently, national as well as international trade is characterized by chain structures linking different players from production to consumption. As producer of agricultural raw materials, Uganda's small-scale farmers are almost exclusively situated on the bottom end of those structures.

It is against this background that this thesis seeks to classify, whether the transformation of chain structures in our current trading system offers the possibility of generating incomes paving the way for sustainably improved living standards. Therefore, it concentrates on the potentials of value chain upgrading strategies such as agro-processing and responsible trade (fair and ecologically sustainable trade) for small-scale farmers and on the role of small and medium enterprises (SME) within that process. To narrow this vast research field limitations are done and focus is on the fruit sector only.

Drawing on existing literature and data collected during fieldwork in Kayunga District, Masaka District and Kampala City, this thesis provides detailed analysis of challenges and chances for Uganda's small-scale farmers on domestic, regional and global fruit-processing markets. In the course of this research it appears that both upgrading strategies – responsible trade as well as agro-processing – contribute to sustainably improving living standards for small-scale farmers. However, research indicates that improvements are dependent on the interaction of different players along the presented production chain. Within this thesis, it is Uganda's SME sector featuring essential competences, boosting a small-scale farmer's chance of successful value chain upgrading.

Anhang 6: Lebenslauf

Persönliche Daten

Name	Katrin Harreither
Geburtsort	Amstetten, Österreich
Staatsbürgerschaft	Österreich

Studium

Seit März 2010	Psychologie (Bachelorstudium) Universität Wien
----------------	---

Seit Oktober 2008	Individuelles Diplomstudium Internationale Entwicklung Universität Wien
-------------------	---

Februar bis Juni 2012	Joint Study Exchange Programme University of Dar es Salaam, Tanzania
-----------------------	---

Schul Ausbildung

2002 bis 2007	Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe (HLW), Amstetten
---------------	---

1998 bis 2002	Hauptschule, Mauer/Amstetten
1994 bis 1998	Volksschule, Zeillern

Forschungserfahrung

Mai 2012	“Qualitative Poverty Appraisal” von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern für ein Wertschöpfungsketten- Aufwertungsprogramm von Stapelfrüch- ten Morogoro, Tanzania
----------	--

Juli bis August 2012	Qualitative und Quantitative Forschung von “Value Chain Upgrading” Initiativen für KleinunternehmerInnen und Kleinbäu- erinnen/Kleinbauern in Kayunga und Ma- saka Kampala, Uganda
----------------------	---

Berufserfahrung

September bis November 2012	Volontariat
-----------------------------	-------------

	FAIRTRADE Österreich Wien, Österreich
Februar bis Juni 2011	Praktikum Frauensolidarität Wien, Österreich
August 2010	Volontariat FLONA Commodities LTD Kampala, Uganda
August 2009	Volontariat FLONA Commodities LTD Kampala, Uganda
Oktober 2007 bis April 2008	Volontariat FADECO Radio Kayanga, Tanzania
	Volontariat Kayanga Parish, Karagwe Diocese Kayanga, Tanzania
Sprachen	
Deutsch	Muttersprache
Englisch	Sehr gute Kenntnisse, in Wort und Schrift
Französisch	Gute Kenntnisse, in Wort und Schrift
Suaheli	Gute Kenntnisse, in Wort und Schrift