



Tobias Henkel (Autor)
**Erfolgskontrolle des Qualitäts- und
Herkunftssicherungssystems „Geprüfte Qualität -
Hessen“ unter besonderer Berücksichtigung der
Vertragsregelungen**

JUSTUS-LIEBIG-
UNIVERSITÄT
GIESSEN

Gießener Schriften
zur Agrar- und Ernährungswirtschaft

36

Tobias Henkel

**Erfolgskontrolle des Qualitäts-
und Herkunftssicherungssystems
„Geprüfte Qualität – Hessen“
unter besonderer Berücksichtigung
der Vertragsregelungen**



Cuvillier Verlag Göttingen
Internationaler wissenschaftlicher Fachverlag

<https://cuvillier.de/de/shop/publications/7597>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentzsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>



Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	XI
TABELLENVERZEICHNIS.....	XIII
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	XV
1 EINLEITUNG	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung.....	3
1.3 Vorgehensweise.....	5
1.3.1 Inhaltliche Vorgehensweise	5
1.3.2 Eingebettete empirische Untersuchungen	7
2 DARSTELLUNG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON BROTGETREIDE ZU BACKWAREN.....	11
2.1 Landwirtschaftliche Produktion von Brotgetreide.....	14
2.1.1 Deutschland.....	14
2.1.2 Hessen	19
2.2 Mühlensektor	20
2.2.1 Deutschland.....	20
2.2.2 Hessen	23
2.3 Bäckerhandwerk.....	25
2.3.1 Deutschland.....	25
2.3.2 Hessen	29
3 DIE QUALITÄTSMARKE „GEPRÜFTE QUALITÄT – HESSEN“	33
3.1 Hintergrund und Entwicklungsgeschichte	33
3.2 Qualitätsmarke „Geprüfte Qualität – HESSEN“: Bekanntheit und Verbrauchereinstellungen	38
3.2.1 Datenbasis und Beschreibung der Stichprobe	38
3.2.2 Ergebnisse.....	40
3.2.2.1 Bekanntheit der „Geprüften Qualität - HESSEN“	40
3.2.2.2 Quellen der Bekanntheit der „Geprüften Qualität – HESSEN“	44
3.2.2.3 Kenntnis der Inhalte der „Geprüften Qualität – HESSEN“	46
3.2.2.4 Einstellungen der Verbraucher zur „Geprüften Qualität – HESSEN“	48
3.2.2.5 Bedeutung der Qualitätsmarke „Geprüfte Qualität – HESSEN“ beim Lebensmittelkauf.....	56



3.2.2.6	Determinanten der Kaufentscheidung von Qualitätsmarken-Produkten	57
3.2.2.6.1	Methodik und Datenaufbereitung.....	58
3.2.2.6.2	Ergebnisse.....	61
3.2.2.6.3	Diskussion der Ergebnisse	65
3.3	Ökonomische Bedeutung der „Geprüften Qualität – HESSEN“.....	68
3.3.1	Auswahl der Indikatoren	68
3.3.2	Methodik der Untersuchung	69
3.3.3	Ergebnisse der Untersuchung	72
3.3.3.1	Beschreibung der Untersuchungspopulation	72
3.3.3.2	Umsätze der Qualitätsmarke „Geprüfte Qualität – HESSEN“	73
3.3.3.3	Ökonomische Wirkungen der Systemteilnahme auf betrieblicher Basis: Nutzen	76
3.3.3.4	Ökonomische Wirkungen der Systemteilnahme auf betrieblicher Basis: Kosten	78
3.3.3.5	Ökonomische Bedeutung der Wertschöpfungskette Brotgetreide und Backwaren	82
3.4	Zwischenfazit	84
4	VERTRÄGE UND VERTRAGSGESTALTUNG	85
4.1	Recht als gesellschaftliche Notwendigkeit	85
4.2	Verträge und Vertragsgestaltung aus rechtlicher Sicht	87
4.3	Verträge und Vertragsgestaltung aus ökonomischer Sicht.....	91
4.3.1	Grundlagen	91
4.3.2	Verträge als Mechanismus der Risikoreduktion in der Landwirtschaft	94
4.3.2.1	Begriff des Risikos.....	94
4.3.2.2	Individuelle Risikoeinstellung und deren Messung.....	98
4.3.2.3	Maßnahmen zur Risikoreduzierung	102
4.3.2.4	Risikoreduktion durch Verträge: Theoretische Ausführungen	109
4.3.3	Die Neue Institutionen-Theorie als erklärende Theorie	114
4.3.3.1	Annahmen der Neuen Institutionen-Theorie.....	114
4.3.3.2	Transaktionskostentheorie	118
4.3.3.3	Prinzipal-Agenten-Theorie	120
4.3.3.3.1	Lösungsmöglichkeiten bei Adverser Selektion	124
4.3.3.3.2	Lösungsmöglichkeiten bei Moral Hazard	126
4.3.3.3.3	Lösungsmöglichkeit bei Hold-up-Problematiken	128
4.3.3.4	Property-Rights-Theorie.....	129



4.3.4	Ein Prinzipal-Agenten-basiertes Modell der Vertragsnachfrage am Beispiel der Landwirtschaft.....	133
4.3.4.1	Einzelbetrieblicher Ansatz	134
4.3.4.2	Sektorales Modell.....	139
4.4	Verträge in der landwirtschaftlichen Produktion	143
4.4.1	Verträge als Organisationsform	146
4.4.1.1	Spot-Markt-Beziehungen	147
4.4.1.2	Mehrjährige Lieferbeziehungen	148
4.4.1.3	Einfache Vermarktungsverträge	148
4.4.1.4	Produktionsverträge.....	151
4.4.1.5	Lohnproduktion bzw. Lohnmast.....	152
4.4.1.6	Vertikale Integration	153
4.4.2	Das Vertragsdesign landwirtschaftlicher Verträge	154
4.4.3	Zusammenfassende Darstellung	160
5	STUDIEN ZU VERTRAGSREGELUNGEN IN DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN PRODUKTION.....	163
5.1	Internationale Studien	163
5.1.1	Studien zu Wirkungen von Verträgen	163
5.1.2	Studien zu Determinanten der Vertragsnutzung	166
5.1.3	Studien zur Präferenz vertraglich gebundener Produktion	172
5.2	Studien zum Verhalten deutscher Landwirte	175
5.3	Zusammenfassung der bisherigen Befunde.....	179
5.4	Ableitung des Forschungsbedarfs	180
6	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG ZUR AUSGESTALTUNG DER VERTRAGSREGELUNGEN UND GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON BROTTGETREIDE ZU BACKWAREN.....	183
6.1	Hintergrund der Wahl der Erhebungsmethodik	183
6.1.1	Auswahl des qualitativen Forschungsansatzes	184
6.1.2	Auswahl des Instruments der qualitativen Befragung.....	185
6.1.3	Auswahl des Leitfadeninterviews als Erhebungsinstrument	187
6.1.4	Entwicklung der Interviewleitfäden	188
6.2	Auswahl der Untersuchungspopulation	191
6.3	Erhebung und Auswertung der Daten.....	192
6.3.1	Erhebung der Interviews	193
6.3.2	Durchführung von Aktualisierungsinterviews	193
6.3.3	Transkription der Interviews	194
6.3.4	Auswertung der Interviews	196



6.3.5	Kennzeichnung der Interviews	198
6.4	Darstellung der Untersuchungspopulation	199
6.4.1	Organisation und Struktur der Wertschöpfungskette von Brot und Backwaren.....	199
6.4.1.1	Landwirtschaftliche Produzenten	200
6.4.1.2	Erzeugergemeinschaften.....	201
6.4.1.3	Mühlen	202
6.4.2	Motive der Teilnahme am System der „Geprüften Qualität – HESSEN“	204
6.4.2.1	Landwirtschaftliche Produzenten	204
6.4.2.2	Erzeugergemeinschaften.....	205
6.4.2.3	Mühlen	205
6.4.3	Aufwendungen der Teilnehmer für die Teilnahme an der „Geprüften Qualität – HESSEN“	206
6.4.3.1	Landwirtschaftliche Produzenten	206
6.4.3.2	Mühlen	207
6.4.4	Absatzwege vor der Teilnahme an der Qualitätsmarke „Geprüfte Qualität – HESSEN“	208
6.5	Analyse der Vertrags- und Preisbildung im System der Qualitätsmarke.....	208
6.5.1	Allgemeine Skizzierung der Geschäftsbeziehung zwischen landwirtschaftlichen Produzenten und Mühlen.....	209
6.5.1.1	Mühle 1	209
6.5.1.2	Mühle 2	211
6.5.2	Darstellung der Vertragsregelungen zwischen Erzeuger und Verarbeiter	212
6.5.2.1	Qualitätsanforderungen	212
6.5.2.2	Liefer- und Transportregelungen	214
6.5.2.3	Mengenregelungen	216
6.5.2.4	Sanktionsregelungen.....	217
6.5.2.5	Darstellung der Preisregelungen.....	219
6.5.2.5.1	Preisregelungen in den Kontrakten von Mühle 1.....	219
6.5.2.5.2	Preisregelungen in den Kontrakten von Mühle 2.....	230
6.5.3	Gründe für das Eingehen von Verträgen.....	232
6.5.4	Bewertung der Vertrags- und Preisregelungen.....	234
6.5.4.1	Regelungen mit Mühle 1	234
6.5.4.1.1	Erzeugergemeinschaften	235
6.5.4.1.2	Einzelerzeuger.....	240
6.5.4.2	Regelungen mit Mühle 2	241



6.6	Relevanz langfristiger Verträge.....	245
6.6.1	Schnittstelle zwischen Landwirt, Erzeugergemeinschaft und Mühle	245
6.6.2	Schnittstelle zwischen Mühle und Bäckereiunternehmen	247
6.7	Bedeutung verschiedener Determinanten für Verhandlungen	250
6.7.1	Risikoeinstellung der Landwirte	250
6.7.2	Langfristige Geschäftsbeziehungen.....	253
6.7.3	Alternative Absatzwege.....	256
6.7.3.1	Außerhalb des Qualitätsmarken-Systems	256
6.7.3.2	Innerhalb des Qualitätsmarken-Systems	260
6.7.4	Nutzung von Informationen und Preisdaten.....	266
6.7.4.1	Frei verfügbare Informationen.....	267
6.7.4.2	Konditionen anderer Erzeuger	269
6.7.5	Konkurrenz	272
6.7.5.1	Innerhalb der Wertschöpfungsstufen	272
6.7.5.2	Zwischen den Wertschöpfungsstufen.....	273
6.7.6	Lagerhaltung.....	275
6.7.7	Mengenflexibilität	277
6.7.8	Zugang zum Kapitalmarkt.....	279
6.8	Bewertung der Verhandlungsposition	282
6.8.1	Subsystem Mühle 1	282
6.8.2	Subsystem Mühle 2	285
6.9	Zusammenfassender Überblick: Extrahierte Probleme	288
6.9.1	Informationsfluss zwischen Akteuren	288
6.9.2	Konkurrenzproblematik zwischen Akteuren	290
6.9.3	Mengeninflexibilität	294
6.9.4	Absicherungsproblematik.....	295
6.9.5	Stoppelweizenproblematik	298
6.9.6	Marktmacht in der Wertschöpfungskette	303



7	ABLEITUNG VON HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR DIE QUALITÄTSMARKE	307
7.1	Landwirtschaftliche Produzenten	307
7.2	Erzeugergemeinschaften als Bündler	308
7.3	Mühlen als Verarbeiter	311
7.4	Bäckereien als Vermarkter	316
7.5	MGH als Zeichenträger	321
8	DISKUSSION UND AUSBLICK.....	329
9	ZUSAMMENFASSUNG.....	337
	LITERATURVERZEICHNIS	345
	ANHANG	391

[X]