



**AgEcon** SEARCH  
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

---

Dams, Th.: Defizite und Prioritäten in Forschung und Lehre. In: Besch, M., Kuhlmann, F., Lorenzl, G. Unter Mitwirkung von Hanf, C.-H., Riebe, K.: Vermarktung und Beratung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 20, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (1983), S. 477-487.

---



Defizite und Prioritäten in Forschung und Lehre  
von

Theodor D a m s , Freiburg

(1) (2)

---

1 Vorbemerkung

Im November 1977 hatte sich eine internationale Arbeitsgruppe auf Einladung der DSE zusammengefunden, um das Problem "Marketing and Rural Development" in einer "International Expert Consultation" zu behandeln. O. STRECKER hat - unter Hinweis auf andere Untersuchungen in seinem Grundsatzreferat auf die entsprechende Veröffentlichung Bezug genommen und ist zu dem Ergebnis gekommen, daß "Forschungslücken und -bedarf zu einem überaus umfangreichen Katalog führen" (S.1). Basierend auf der o.g. DSE-Tagung und den veröffentlichten "Working-Papers" hatte das BMZ unmittelbar nach dieser Veranstaltung eine umfassende und hochfinanzierte Studie an die GTZ vergeben; das "Rohmanuskript...Band Agrarvermarktung liegt nunmehr vor" (LAMPE, S.11). Da internationale Agrarökonom - im Bereich der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte tätig - seinerseits eine Katalysator-Rolle beim Zustandekommen dieser ent-

- 
- (1) Bei der Abfassung dieses Beitrages wurden das Übersichtsreferat von O. STRECKER (29.09.82) sowie einzelne Beiträge der Sitzung C (30.09.82): M. SIEVERS, D. VINCENT/H. DICK, M. v. OPPEN, A. BASLER,  
(2) F. DONHAUSER/DE HAEN, K. LAMPE, H.J. MITTENDORF berücksichtigt.

wicklungspolitisch wichtigen und richtigen Entscheidung gespielt haben, wäre es gut, wenn jetzt ein "feed back" von der projektorientierten Verwaltung zur angewandten agrarmarktökonomischen Forschung - im Sinne der vorliegenden Fragestellung - erfolgen könnte. Dabei ist O. STRECKER zuzustimmen, daß "allgemeine Detailrezepte für die Agrarmarktförderung dubios sind" (S.6); jedoch sind gerade deshalb verstärkte Anstrengungen für die Bearbeitung und Überprüfung von Einzelfällen "anhand des Zielsystems" (O. STRECKER, S.6) und von Projekten erforderlich, um zu allgemeingültigen Erkenntnissen von Theorie(n) der Vermarktung sowie Theorie(n) der sektoralen und ländlichen Entwicklung zu gelangen (siehe W. WARMBIER).

Insgesamt sollten Forschung und Lehre dabei als Einheit gesehen werden, obwohl sie - oft zum Nachteil der Universitäten - institutionell getrennt vertreten werden; "Lehre" sollte das Spiegelbild problemorientierter Forschung sein und - je nach Zielgruppen - die entsprechenden curricularen Arbeiten leisten sowie entsprechende pädagogisch-didaktische Konzepte erarbeiten (Beispiele: H.J. MITTENDORF, S. 7; A. WEBER, Nairobi-Erfahrungen, etc.). Für die BR Deutschland sind institutionelle Defizite unübersehbar (sowohl für die Ausbildung inländischer als auch ausländischer Studierender im Studiengang "post graduates").

Vor dem Hintergrund dieser Feststellung der "Einheit von Forschung und Lehre" wird auf eine getrennte Darstellung verzichtet.

## 2 Einige grundsätzliche Feststellungen

In der Mehrzahl der Beiträge zu dieser Tagung wird zwar das Defizit in der "allgemeinen Theorie" der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte aufgezeigt, aber es wird m.E. keine offensive Forschungsstrategie zu ihrer Entwicklung aufgezeigt. Eine Vorab-Entscheidung, daß es eine "allgemeine Theorie" nicht geben könnte (wegen der Komplexität der Phänomene, der unterschiedlichen Ziel-systeme etc.), sollte von Wirtschaftswissenschaftlern nicht akzeptiert werden. Wie könnte dieses "Theorie-Defizit" in etwa überwunden werden?

- 1) Beim Vorliegen "komplexer Phänomene" agrarischer Vermarktung, die sich einer erklärenden Modell-Konstruktion mit der Zielsetzung der Erarbeitung von Quasi-Gesetzmäßigkeiten entziehen, sollten wir auf eine - in den Wirtschafts-/Sozialwissenschaften übliche - nachvollziehbare einfache Beschreibung zurückgreifen; sie sollte allerdings mit der Formulierung plausibler Hypothesen verbunden werden, die Elemente einer später vorzulegenden erklärenden Theorie sind.
- 2) Dazu ist allerdings erforderlich, daß eine Brücke zwischen "großer" Theorie und "großer" Empirie geschlagen wird, um einmal dieses "Theorie-Defizit" abzubauen und andererseits die Realitätsbezogenheit für die praktische Entwicklungspolitik zu vergrößern. - Bei Durchsicht vorliegender Arbeiten überwiegen die empirischen Arbeiten - meist ohne klare Angabe der zugrundeliegenden erklärenden oder wertenden Theorien. Das erschwert die Verwendung ihrer Ergebnisse für die Erarbeitung einer allgemein gültigen Theorie, die ihrerseits (im Sinne erklärender Theorien) durch empirische Fakten einer laufenden Überprüfung und Weiterentwicklung zu unterziehen ist. - Es wäre wünschenswert, wenn hierzu ein Forschungskonzept erarbeitet werden könnte, wobei auf "vorgetane" Arbeit zurückgegriffen werden

könnte (z.B. T. BALOGH, M.R. SOLOMON).

- 3) J. MELLOR hat auf der IAAE-Konferenz (August 1982) in Jakarta darauf verwiesen, daß die von ihm und BRUCE JOHNSTON vor 25 Jahren vorgelegten Zusammenhänge "Beiträge der Landwirtschaft zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung" und daraus sich ergebende Konsequenzen für die Agrarwirtschaft auch noch heute unverändert Gültigkeit hätten. Das mag für den allgemeinen Referenzrahmen zutreffen (O. STRECKER, S. 5); jedoch ist dieser zu differenzieren und zu ergänzen (um weitere Elemente, u.a. Umwelt, Einkommensverteilung) sowie um die Vermarktungskomponente zu erweitern. Diese "operationale" Systematisierung ist eine brauchbare Grundlage für eine systematische Abdeckung von Einzelfragen.
- 4) Vor dem Hintergrunde von "Komplexität" und "Theoriedefizit" wird Kooperation von den verschiedenen Forschungsdisziplinen auch im Bereich der Probleme der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte gefordert :
  - a) Als Voraussetzung interdisziplinärer Zusammenarbeit sollte intradisziplinäre Kooperation praktiziert werden (Agrar-, Marktpolitik, landwirtschaftliche Betriebslehre, Agrarstrukturpolitik etc.). Die Zusammenhänge zwischen "Agrarvermarktung" und "landwirtschaftliche Produktivität" (M.v. OPPEN) und das Zusammenspiel von "constraints" bei der erfolgreichen ländlichen Entwicklung (H. DE HAEN, K.J. LAMPE, A. BASLER) sind nicht zu übersehen.
  - b) Die Konstruktion unserer Modelle ist weitgehend dadurch bestimmt, daß wir den soziologischen / sozialen und politischen Charakter unserer Forschungsproblematik in die "äußere" Struktur aufnehmen (Prämissen, Annahmen), so z.B. Partizipation der Beteiligten, Innovation, institutionelle Veflechtungen (H. DE HAEN, S. 1). Von fast allen Autoren wird die Problematik der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte als politisches Programm angesehen (K.J. LAMPE, O. STRECKER, H. DE HAEN). - Vor dem Hintergrund dieser Sachverhalte wird die Notwendigkeit interdisziplinärer Zusammenarbeit deutlich. Generell sind die bisherigen Ergebnisse sol-

cher Zusammenarbeit nicht gerade erfolversprechend. Die Agrarökonomie sollte Leitdisziplin sein (mit der Vorarbeit nach a); die Prämissen ihrer Modelle sollten durch Theorien der Sozialwissenschaften problematisiert (z.B. Theorien des sozialen Konflikts und Wandels, R. DAHRENDORF, G.C. HOMANS, D.LOCKWOOD u.a. - Theorien der Organisierbarkeit der Interessen, GALBRAITH, M. OLSON jr. etc.) und ihre Leistungsfähigkeit durch Kombination solcher verschiedenen Theorien verbessert werden.

In den Bereichen a) und b) stehen wir noch am Anfang. Es besteht jedoch die Gefahr, daß

- unser Wissenschaftsbereich zur "Leid-Disziplin" wird, wenn wir diese Kooperation nicht erfolgreich versuchen,
- wir uns im "Modell-Platonismus" bei dieser realitätsbezogenen Frage verlieren  
oder
- wir nicht in der Lage sind, mit der Vielzahl empirischer Untersuchungen Theorie-Defizite aufzuarbeiten.

### 3 Die Bedeutung ordnungspolitischer Fragen

Wer die Referate dieser Tagung analysiert, wird den Eindruck gewinnen, daß die Fragen der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte (fast) ausschließlich aus dem Blickwinkel einer marktwirtschaftlichen Ordnung behandelt werden (LAMPE, S.12, MITTENDORF, S.9); auch parastatale Einrichtungen wie Genossenschaften finden nach dieser Vorab-Entscheidung kritische Würdigung für die Erklärung von Vermarktungsproblemen. Dieser ist nach meinem Wissenschaftsverständnis zu eng angelegt. K.J. LAMPE hat auf den Zusammenhang zwischen makroökonomischen Zielsetzungen und unterschiedlichen Wirtschaftssystemen hingewiesen (S.2/3), wobei zwischen den Extremen der Zentralverwaltungswirtschaft und der reinen

Marktwirtschaft und den dazwischenliegenden "Mischformen" unterschieden wird (den Begriff "Mischformen" sollten wir ersetzen durch "mit oder ohne gestaltete Rahmenbedingungen", W. KRELLE). In diesem Zusammenhang ergeben sich folgende Forschungsaufgaben :

- a) Im Sinne unserer Fragestellung sind Wirtschaftssysteme, und damit auch die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte, gleich leistungsfähig, wenn sie den Anforderungen von Information, Koordination und Sanktion entsprechen, die mit der Innovation der Zielgruppen und ihre Identifikation mit den jeweiligen Zielvorstellungen in Beziehung zu setzen sind. Auch für die "Landwirtschaftlichen Vermarktungsprobleme in Entwicklungsländern" gelten die Grundsätze der vergleichenden Untersuchungen von Wirtschaftssystemen. Hier scheint ein Nachholbedarf der Forschung vorzuliegen.
- b) Die "Vielfalt der Systeme" (K.J. LAMPE, S.3) erfordert eine Typologie nach real vorliegenden Wirtschaftsordnungen und der daraus sich ergebenden Konsequenzen für die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte. Diese sind zu dem jeweiligen "reinen" Wirtschaftssystem (Modell) in Beziehung zu setzen (nach allgemeinem Verständnis fünf). - Es ist durchaus legitim, sich zu einem bestimmten Wirtschaftssystem zu "bekennen"; für die vorliegende Fragestellung - vor allem auch im Hinblick auf die Anerkennung der Souveränität eines Staates - erscheint es jedoch notwendig, die jeweilige Wirtschaftsordnung und ihre Auswirkung auf Agrarmarktprobleme als ein Datum anzusehen und vor diesem Hintergrund Effektivität und Effizienz zu untersuchen.
- c) Bei einem solchen Vorgehen wird deutlich, daß der dadurch formulierte "politische Wille" (K.J. LAMPE, S.10) auch seine Auswirkungen auf die Verbesserung der Agrarvermarktung hat.

#### 4 Interdependenzen und Ebenen von Forschungsansätzen

In einer Grobgliederung können für einen systematisch angelegten Aufriß von Forschungsproblemen bei der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte folgende Ebenen und Ansatzpunkte unterschieden werden, die ihrerseits Interdependenzen aufweisen :

##### 4.1 Internationale Probleme der Agrarvermarktung

- a) "Änderung der Weltwirtschaftsordnung" (K.J. LAMPE, S.15), verstanden in der konkreten Behandlung der Funktionsweise von Rohstoffabkommen sowie ihren Auswirkungen auf Weltmarkt und internen Anpassungsprozessen von Strukturen und Entscheidungen ("offensiver Pragmatismus" der Entwicklungsländer vs "defensiver Pragmatismus der Industrieländer"). Erarbeitung bzw. Beurteilung von Mechanismen des Integrierten Rohstoffprogramms (UNCTAD).
- b) Preis-/Mengenschwankungen auf den Weltmärkten für Hauptprodukte der Landwirtschaft und Determinanten des Preisbildungsprozesses; eine gleiche Feststellung gilt auch industriellen Vorleistungen für die Landwirtschaft (Investitionsgüter, Betriebsmittel; siehe M. SIEVERS, S.11, Aufgaben der Forschung).
- c) Spezifische Markt- und Preispolitik aus der Sicht der Entwicklungsländer (z.B. Marketing Boards, H. DICK/D. VINCENT, S.10, jedoch auch der Einflußmöglichkeiten durch Regionalintegration von Entwicklungsländern).
- d) Einfluß der Markt- und Preispolitik der Industrieländer auf Preisniveau und Angebotsmenge des Weltmarktes (z.B. bei Getreide, Zucker etc.) und den daraus sich ergebenden Konsequenzen für Entwicklungsländer (je nach Entwicklungsstand) unter Annahme dynamischer Aspekte.
- e) Bedeutung der Strategie "Eigenversorgung vs Export" im Agrarbereich für den Welthandel für landwirtschaftliche Erzeugnisse. - Forderungen und Anforderungen an die internationale Handelspolitik, insbesondere die EG-Agrarpolitik.

- f) Handelshemmnisse der Industrieländer einschl. Schutz für landwirtschaftliche Verarbeitungsindustrien in ihren Auswirkungen auf Vermarktungsprobleme der Entwicklungsländer.
- g) Die Rolle der TNCs (1) als Nachfrager von Agrarprodukten (market imperfections); (2) als Anbieter von Investitionsgütern und Produktionsmitteln (HYV; Insektizide, Traktoren, Handelsdünger etc.). (3) Als Investoren in Entwicklungsländern (backward-forward linkages, entwicklungswichtige Beiträge makroökonomischer Art, Transfer Pricing etc.). - Gerade im Hinblick auf (3) ist ein erheblicher Nachholbedarf an empirischer Forschung festzustellen.
- h) Überlegungen der Ernährungssicherung auf Weltebene und die daraus sich ergebenden Aufgaben für die Agrarvermarktung.
- i) Die Entwicklung von "Dual Economies" (J. BOCKE) und "Triple Economies" (St. ENKE) unter Einfluß internationaler Marktkräfte.

#### 4.2 Entwicklungsstand der Wirtschaft nach Ländern und Vermarktungsprobleme

Der Anpassungsprozess der Landwirtschaft wird vor allem durch den Entwicklungsstand der Gesamtwirtschaft (Agrargesellschaft-Schwellenländer) und durch das gesamtwirtschaftliche Wachstum und seine Verteilung auf der jeweiligen Ebene bestimmt; das gilt auch für die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte.

Auch unter Berücksichtigung dieser Aspekte scheint eine Typologie der Entwicklungsländer im Hinblick auf die anstehenden Vermarktungsprobleme nützlich:

- a) Auf niedrigem Entwicklungsniveau erscheint die Erfassung von "constraints" der landwirtschaftlichen Entwicklung zusammen mit "constraints" der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte sinnvoll, um eine "integrierte" Entwicklung einleiten zu können.
- b) Auf höherem Niveau der Wirtschaftstätigkeit (Schwellenländer)

lassen sich makro-ökonomisch die Vermarktungsprobleme leichter lösen, jedoch sind mikro-ökonomisch auch die negativen sozialen Auswirkungen zu berücksichtigen. Die Anpassungsprozesse, insbesondere der landwirtschaftlichen Kleinbetriebe, werden sowohl von der Zuliefer- als auch von der Abnehmerseite her entscheidend beeinflusst. Hier wird der Zusammenhang von Vermarktung und Produktion (vergleichbare Startbedingungen für einzelne Betriebsgrößen, Regionen etc.) deutlich. Ein effizienteres Vermarktungssystem kann negative Auswirkungen auf den agrarischen Umstrukturierungsprozeß haben, wenn nicht entsprechende Maßnahmen im Rahmen der Agrarverfassung, der Organisation unterprivilegierter Gruppen usw. getroffen werden (V. OPPEN, S.11 ff.).

#### 4.3 Binnenmarktprobleme und Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte

In Anlehnung an die Typologie nach 3.2. können einzelne Forschungsschwerpunkte ausgewiesen werden:

- a) Über Umfang und Bedeutung des Subsistenzsektors in der Landwirtschaft und die damit aufgeworfenen Vermarktungsprobleme scheinen unterschiedliche Auffassungen zu bestehen. Für manche Ökonomen "entfallen nur noch wenige landwirtschaftliche Betriebe auf die Kategorie der Subsistenzbetriebe im engeren Sinne (O. STRECKER, S.2), oder die Diskussion von "marketing components" im Rahmen ländlicher Entwicklungsprojekte werden als Pflichtposten abgehakt" ("...more attention should be given to aspects of marketing policy..."). Andere sehen in diesem Bereich den eigentlichen Schwerpunkt der Entwicklungspolitik (H. DE HAEN, S.3; K.J. LAMPE, S.4; V. OPPEN). Hier scheint eine Definition von "Subsistenzbetriebe" und ein Erklärungsmodell, worauf ihre Lage zurückzuführen ist und welche Rolle die Agrarvermarktung spielt, dringend erforderlich zu sein.
- b) Viel zu lange wurde die landwirtschaftliche Einkommenssteigerung als technisch zu lösendes Produktionsproblem gesehen, nicht jedoch der Zusammenhang mit der Vermarktung/Verarbeitung

der Produkte und der Zulieferung von Betriebsmitteln. Ohne ökonomische Honorierung der Anstrengungen der Landwirte durch den Markt sind positive Response-Effekte kaum zu erwarten. - Interdisziplinäre Zusammenarbeit ist gefragt, um leistungsfähige Strategien zu entwickeln, die Produktion und Vermarktung umfassen (E. ROGERS, Subculture of Peasantry vs T.W. Schultz, Incentives durch Markt-/Preispolitik).

- c) Viel Arbeit wird auf die Erfassung von Handels- und Verarbeitungsspannen landwirtschaftlicher Produkte aufgewendet; von mancher Seite wird die Ausdehnung dieser Untersuchungen als dringend angesehen. Das mag gerechtfertigt erscheinen, wenn "marketing channels" erfaßt und damit technisch-ökonomisch Rationalisierungen aufgezeigt werden. Stärkere Beachtung sollte jedoch - neutral ausgedrückt - dem Problem "Marktformen und Preisbildung" geschenkt werden; wertend ausgedrückt: der fehlverteilten ökonomischen, gesellschaftlichen und politischen Macht in Agrarverfassung und -vermarktung! - Eigene Erfahrungen haben gezeigt, daß bei einem Wettbewerb zwischen Genossenschaften und Privathandel die landwirtschaftlichen Erzeuger ökonomisch die größeren Vorteile ziehen.
- d) Beim Konzept der "Integrierten ländlichen Entwicklung" gibt es zwei "Leerstellen": Die Schaffung außerlandwirtschaftlicher Arbeitsplätze und die effiziente Agrarvermarktung. Die historisch überkommenen Verteilungsmechanismen der Agrarverfassung sind Hindernisse einer effizienteren Vermarktung der Agrarprodukte und vice versa.
- e) Bei den Strategien der "Organisierung von Interessen" ist - auch für die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte - zu unterscheiden zwischen "organisierbaren" und "nicht organisierbaren" Vorstellungen der Beteiligten. Fehlschläge bei Genossenschaften sollten vor diesem Hintergrund der theoretischen Argumentation untersucht werden.
- f) Bei der Einflußnahme auf Konzepte ländlicher Entwicklungsprogramme durch Geber-Länder sollte von diesen mehr politischer Mut gezeigt werden. Das von allen Entwicklungsländern unterzeichnete WCARRD-Dokument bietet dazu eine hervorragende

Grundlage, auch für die Einbindung der Agrarmarktprobleme in das Konzept umfassender ländlicher Entwicklung!

## 5 Schlußbemerkungen

In der vorstehenden Ausarbeitung sind Schwerpunkte gesetzt worden, die sich einerseits aus den auf der Tagung vorgelegten Referaten und zum anderen aus den Interessengebieten des Verfassers ergeben. Dabei wird bewußt offen gelassen, ob dem "Markt als Lenkungsge-  
wicht größeres Gewicht" beizumessen ist, ob "von der Entwicklung des privaten Handels die Einkommensentwicklung der Kleinbauern abhängt" usw., oder ob diese Zielsetzungen in einem planwirtschaftlichen System auch zu verwirklichen sind. Entwicklungspolitik ist mit unterschiedlichen Wirtschaftssystemen konfrontiert - und die Probleme der Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse sind jeweils im Rahmen der gegebenen politischen Ordnung zu beurteilen.