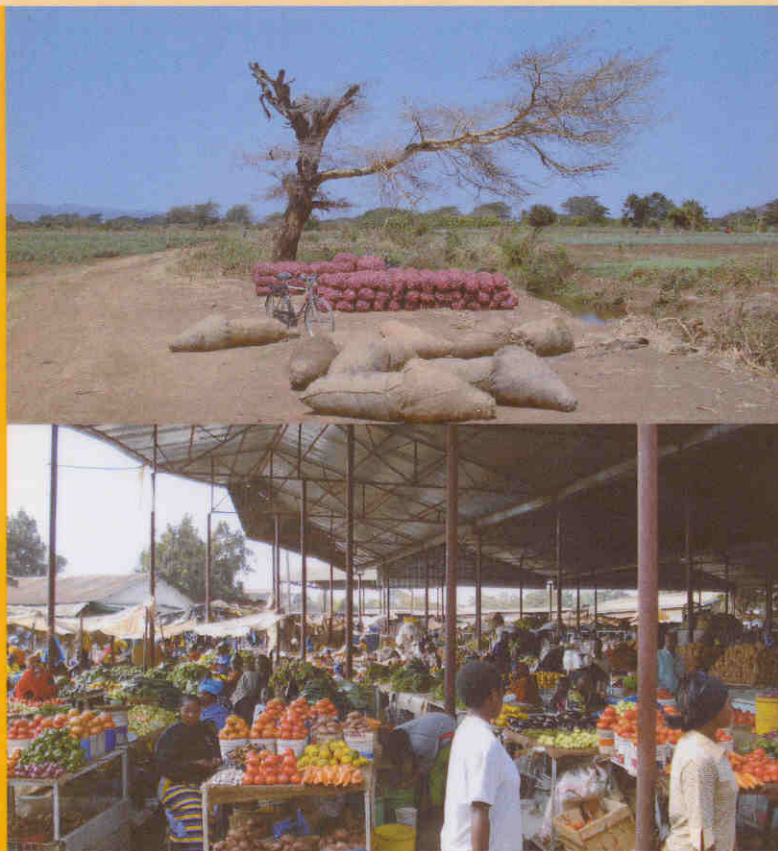


**SLE Publication Series - S228 -**



**SLE**

**Market-driven development and poverty reduction:  
A value chain analysis of fresh vegetables in Kenya  
and Tanzania**



SLE Publication Series

# Market-driven development and poverty reduction: A value chain analysis of fresh vegetables in Kenya and Tanzania

Commissioned by

Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH –  
Beratungsgruppe Entwicklungsorientierte Agrarforschung (BEAF)

African Insect Science for Food and Health (icipe)

and

The World Vegetable Center – Regional Centre for Africa (AVRDC-RCA)

Associated Partners

GTZ – PSDA Nairobi

Ministry of Agriculture, Kenya

Project Team:

Thomas Koenig (Team Leader), Jantje Blatt, Kristian Brakel, Kristina Kloss, Thorsten Nilges, Franziska Woellert

Nairobi, Berlin, January 2008



## Zusammenfassung

Der Gemüsesektor in Ostafrika hat in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen. Von der steigenden globalen Nachfrage profitieren mittlere und große exportorientierte Unternehmen. Gleichzeitig ist ein zunehmender Gemüseverbrauch auf den nationalen Märkten zu beobachten. Eine stark wachsende städtische Bevölkerung und ein positives Wirtschaftswachstum, das mit einer relativ hohen Einkommenselastizität der Nachfrage nach Gemüse verbunden ist, sorgten in den vergangenen Jahren für diese Entwicklung. Die Landwirtschaft spielt in Kenia und Tansania insgesamt volkswirtschaftlich eine ausgesprochen wichtige Rolle, wie ihr Anteil am jeweiligen Bruttosozialprodukt beider Ländern zeigt (24% in Kenia und 45% in Tansania).

Da die Mehrheit der armen Bevölkerung im ländlichen Raum lebt und arbeitet, kann von einer Stärkung des arbeitsintensiven Gemüsesektors ein Beitrag zur Armutsreduzierung erwartet werden. So lautet eine zentrale These der hier vorliegenden Studie. Unter Gemüsesektor wird in diesem Zusammenhang nicht nur die Primärproduktion verstanden, sondern die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Konsum. Tomaten und Zwiebeln wurden als Untersuchungsprodukte ausgewählt, weil sie für die nationalen Märkte einschließlich des regionalen Handels eine wesentliche Rolle spielen. Gleichzeitig haben die beiden Forschungsinstitute icipe und AVRDC, mit denen das Projektteam eng zusammengearbeitet hat, ein besonderes Interesse an diesen Produkten.

Folgende drei Untersuchungsschwerpunkte wurden für die Studie formuliert:

- Untersuchung des Potentials zur Armutsbekämpfung und der Bedingungen einer marktgesteuerten Entwicklung bezüglich der betrachteten Wertschöpfungsketten,
- Analyse des grenzüberschreitenden Handels von Zwiebeln zwischen Tansania und Kenia,
- Darstellung der Wertschöpfungsketten im Ländervergleich.

Zur Bearbeitung dieser Schwerpunkte sind die armen Akteure der Wertschöpfungsketten identifiziert, das Verhältnis und die Machtverteilung unter den Akteuren betrachtet und die gesetzlichen Rahmenbedingungen insbesondere der Aspekt der relevanten Standards untersucht worden.

Die Analyse der Wertschöpfungsketten von unverarbeitetem Gemüse umfasst die Bereitstellung der Produktionsinputs, den Anbau selbst, die unterschiedlichen Vermarktungsstufen und den Konsum. Transport wird als Querschnittsthema betrachtet, weil er an mehreren Stellen der Ketten von unterschiedlichen Akteuren durchgeführt wird. Der regionale Zwiebelhandel von Tansania nach Kenia wird unter

statistischen Aspekten unter nationalem Handel subsumiert und hier gesondert betrachtet.

Zu dieser funktionalen Betrachtung der Wertschöpfungskette kommt noch die institutionelle Ebene hinzu, in der die Akteure den Kettengliedern unter der Frage zugeordnet werden, was sie zur Wertschöpfungskette beitragen. Die letztere, akteursorientierte Betrachtung ist in der Studie mit dem Livelihood-Ansatz kombiniert, um so mit zusätzlichen Angaben über den Lebensstandard und die Anfälligkeit der betrachteten Akteure einen deutlichen Armutsbezug in den Wertschöpfungsketten aufzuzeigen. Als Datengrundlage wurden quantitative und qualitative Erhebungen in Produktionsgebieten der Region Arusha sowie die wichtigsten Märkte in der Stadt Arusha (Tansania) und auf Märkten in Nairobi und zwei Produktionsgebiete nördlich der Hauptstadt in der Zentralprovinz (Kenia) erhoben. Diese Auswahl von Produktionsgebieten und Märkten war ebenfalls relevant für die Analyse des grenzüberschreitenden Zwiebelhandels von Tansania nach Kenia. Das Projektteam hat von beiden Enden der Wertschöpfungskette die Untersuchungen durchgeführt.

Das grundsätzliche Merkmal der beiden Gemüsearten, dass sie saisonal produziert werden, hat zur Folge, dass Kosten und Profite pro Produkt je nach Saison zu beschreiben sind: einmal für die Zeit hohen Angebotes und einmal für die Zeit niedrigen Angebotes. Diese saisonbedingte Angebotsschwankung bewirkt nicht nur eine große Preisvarianz zu unterschiedlichen Jahreszeiten sondern auch, dass je nach Angebotsmenge unterschiedlich viel Akteure an der Wertschöpfungskette beteiligt sind. Deutlich wird dies bei den ‚Brokern‘, die von ihrer Information über das Marktgeschehen profitieren. Sie erwerben i.d.R. das Produkt nicht können aber aufgrund ihres Informationsvorsprungs anderen Akteuren Geschäftsbeziehungen vermitteln. Bei hoher Angebotsmenge ist ihre Information sehr wichtig, bei niedrigem Angebot hingegen finden sich Anbieter und Nachfrager meistens ohne diese vermittelnde Dienstleistung. Weiterhin ist festzustellen, dass die Wertschöpfungsketten durch eine Vielzahl von Wirtschaftsbeziehungen gekennzeichnet sind. Es gibt nicht nur ‚den‘ einen Vermarktungsweg, sondern das Produkt gelangt unterschiedlich zum Endverbraucher/ zur Endverbraucherin. Dies ist u.a. in dem variierenden Organisationsgrad der Akteure begründet. Wenn Produzenten ihre Vermarktung gemeinsam organisieren oder einen direkten Zugang zum Großmarkt haben, sind weniger Akteure in die Kette involviert. Bei Tomaten fällt auf, dass in der Zeit niedrigen Angebotes wesentlich weniger Broker in der Kette auftreten, weil ihre Informationsdienstleistung nicht nachgefragt wird. Transport hingegen wird vor allem in der Zeit hohen Angebotes viel benötigt und ist dann entsprechend teuer.

Die Frage, wer innerhalb einer Wertschöpfungskette die Gewinner und die Verlierer sind, wurde mithilfe einer Profitverteilung in Kombination mit der Auswertung der Livelihood-Angaben ermittelt. Die Profitspannen bei Tomaten in Kenia beispielsweise ergaben, dass die Landwirte während des Niedrigangebotes die höchsten Gewinne pro Kilogramm realisieren. Die Einzelhändler rangieren auf Platz 2 gefolgt von den Großhändlern. Die Ermittlung der Gewinnspannen unter Einbeziehung der umgesetzten/gehandelten Mengen ergibt ein anderes Bild: In beiden Saisons verdienen die Großhändler am meisten, wobei die zu verteilenden Gewinne in der Saison mit niedrigem Angebot insgesamt höher sind als in Zeiten eines hohen Angebotes. Die Angaben aus den Livelihood-Daten bestätigten die oben genannten Eindrücke. Die ärmsten Akteure in den betrachteten Wertschöpfungsketten sind die 'Porter', also einerseits Träger, die auf den Märkten die Zwiebelsäcke oder Tomatenkisten von Hand tragen, und andererseits Handkarrenfahrer, die die Waren auf ihren Karren z. B. von dem Großmarkt zum Marktstand des Einzelhändler fahren. Die qualitativen Interviews haben dieses Ergebnis klar unterstützt. Diese Situation stellt sich im Ländervergleich sehr ähnlich dar. Als ein wesentliches Ergebnis ist festzuhalten, dass die Landwirte nicht zu den ärmsten Akteuren beider Wertschöpfungsketten gehören, obwohl es sich hauptsächlich um Kleinbauern handelt. Diejenigen Landwirte, die Gemüse als cash-crops anbauen verfügen im Vergleich mit vielen Akteuren des informellen Sektors über eine gute Faktorausstattung.

In Bezug auf die Marktsteuerung des Gemüsesektors konnte festgestellt werden, dass dieser Markt von keiner staatlichen Mengen- oder Preisregulierung beeinflusst wird. Viele Akteure im Bereich Handel und Transport agieren im informellen Sektor. Standards in Bezug auf die Lebensmittel selbst oder auf Gewichtseinheiten existieren, sind jedoch bei den Akteuren wenig bis gar nicht bekannt. Demzufolge wurde gegenwärtig kein positiver 'trickle-down' Effekt des Exportsektors auf die Entwicklung/Umsetzung von Standards auf den nationalen Märkten festgestellt. Die Nachfrage nach Tomaten und Zwiebel ist generell recht hoch, eine spezifische Nachfrage z. B. in Bezug auf die Lebensmittelqualität spielt im Marktgeschehen eine eher untergeordnete Rolle. Eine Ausnahme bildet hier die Nachfrage nach tansanischen Zwiebeln in Kenia. Diese Zwiebeln sind von höherer Qualität (Lagerfähigkeit, Aussehen) bei in etwa gleichem Preis / kg, so dass sie sowohl von Händlern als auch Konsumenten preferiert werden und die Märkte Nairobis und des Umlandes beherrschen. Bei diesem Handel sind beim Grenzübergang weitere Akteure tätig ('clearing agents'), die damit ein profitables Geschäft betreiben. Die kenianischen Zwiebelproduzenten erfahren durch den Import aus Tansania eine große Konkurrenz, auf die sie sich durch Diversifizierung einstellen müssen.

Die Forschungs- und Handlungsvorschläge basieren auf den identifizierten Engpässen und Entwicklungsmöglichkeiten. Beispielsweise ist der Gesichtspunkt des Vertragsanbaus sehr kontrovers diskutiert worden. Die Landwirte stehen dieser vertraglichen Bindung sehr skeptisch gegenüber, während viele NGOs und staatliche Akteure darin eine Chance zur Verbesserung und Stabilisierung der Situation von Landwirten sehen, vor allem von Kleinbauern. Eine weiterführende Untersuchung könnte helfen, diese Fragen zu klären, aus welchen Gründen lehnen viele Landwirte den Vertragsanbau ab bzw. wie müsste gestaltet sein, damit er eine größere Akzeptanz erfährt. Als zweites Beispiel hat das Projektteam bei unterschiedlichen Akteuren der Wertschöpfungskette einen Bedarf an Fremdkapital festgestellt. Es geht oft um kleine Beträge, die durch den begrenzten Zugang zum Finanzsektor schwer zu bekommen sind. Bauern müssen ihre Inputs finanzieren oder Einzelhändler benötigen Bargeld, um ihre Tagesware auf dem Großmarkt zu kaufen. Dieser Nachfrage stehen unterschiedliche Angebote von Banken und Mikrofinanzinstitutionen gegenüber. Bei den Anbietern von (Klein-)Krediten konnte festgestellt werden, dass diese sich durchaus auf die Bedingungen ihrer Kunden einzustellen versuchen. Dennoch klafft eine Marktlücke zwischen Angebot und Nachfrage bei Mikrofinanzdienstleistungen. Ein Implementierungsvorschlag ist, auf dem Großmarkt in Nairobi direkt mit Kunden in Verbindung zu treten bzw. die Information über die Angebotsvielfalt zu verbessern.



**Arusha Central Market, Tanzania**

(Source: SLE-Team)