

**INSTITUT FÜR AGRAR- UND SOZIALÖKONOMIE IN DEN TROPEN UND SUBTROPEN
DER UNIVERSITÄT HOHENHEIM**

Prof. Dr. Matthias von Oppen

Diplomarbeit zum Thema:

**MARKTPREISE UND QUALITÄTSMERKMALE VON BOHNEN
(*PHASEOLUS VULGARIS*, L.)
Anwendung der hedonischen Preisanalyse**

von:

Luz Alicia Jiménez Portugal

Diese Arbeit wurde gefördert aus Mitteln der Vater und Sohn Eiselen-Stiftung, Ulm.

STUDIENGANG ALLGEMEINE AGRARWISSENSCHAFTEN

7 Zusammenfassung

Ziel der Arbeit ist es, eine bereits erfolgreich angewandte Methode weiter zu entwickeln, mit deren Hilfe die Präferenz für neue Bohnensorten prognostiziert werden kann. Mit der Verfeinerung dieser Methode wird versucht, ein Verfahren für die Bohnenzüchtung bereitzustellen, das Voraussagen über die Wettbewerbsfähigkeit neuer Sorten zuläßt. Grundlage der Prognose sind Kenntnisse über die Verbraucherpräferenz und Akzeptanz.

Die vorliegende Studie geht aus von der Beobachtung, daß auf dem kolumbianischen Markt zwischen den täglich angebotenen Handelspartien von Bohnen große Preisunterschiede bestehen. Mit Hilfe der hedonischen Analyse wird hier die Hypothese untersucht, daß diese Preisschwankungen qualitätsbedingt sind.

Die zentrale Annahme des Modells ist, daß der Preis in den Merkmalen des Produktes zum Ausdruck kommt. Die Produkte werden also nach ihrem Nutzen und/oder ihrer Qualität preislich bewertet. Der hedonische Preis wird definiert als die preisliche Bewertung eines Produktes nach seinem Nutzen und/oder seiner Qualität.

Die hedonische Preisanalyse, die für die Preiserklärung der industriellen Güter entwickelt wurde (Rosen, S., 1974), eignet sich auch für die Erklärung der Preise bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen, wie Von Oppen, M., (1976); Ladd und Martin (1976); Pachico et al. (1980); Altemeier et al.,(1989), und andere festgestellt haben und wie im Rahmen dieser Arbeit bestätigt werden konnte.

Die hedonische Preisanalyse ist auf Grund ihrer relativ einfachen und schnellen Datenerfassung geeignet, um die Absatzchancen und Verbrauchertendenzen rechtzeitig festzustellen. Somit kann bei Bohnen der Preis in Abhängigkeit von kryptischen (k) und nicht-kryptischen Merkmalen (nk) ex-ante erklärt werden. Diese nicht-kryptischen, preisbestimmenden Merkmale (nk) sind Korngewicht, Färbung, Maserung und Form. Sie sind während des Einkaufs bemerkbar und erfordern keine besonderen Erfahrungshintergründe. Dagegen sind

die inneren Merkmale einer Bohnenpartie nicht sichtbar, also kryptisch (k). Kryptische Merkmale können weiter unterteilt werden in ernährungsphysiologische Aspekte (kEA) und physische Veränderungen (kpV) der Bohnen während des Zubereitungsprozesses, wie z.B. kEA: Proteingehalt, Verdaulichkeit des Proteins, toxische Substanzen, u.a.; kpV: Quellvermögen, Kochzeitdauer, Textur, Dickflüssigkeit der Brühe, usw.

Die Verbraucherpräferenz wird offensichtlich von sichtbaren, also *nicht-kryptischen* Merkmalen der Körnerleguminosen stark beeinflusst.

Die Beziehung zwischen Preis und nk Merkmalen ist bei allen Bohnensorten sehr deutlich. Das Korngewicht und die Form haben sich dabei als stabilere Parameter erwiesen im Vergleich zu Farbe und Muster. Auch für die kryptischen Merkmale Schalenfestigkeit und Eiweißgehalt ergibt sich ein signifikanter Zusammenhang. In den Modellrechnungen, die die am häufigsten nachgefragten Sorten berücksichtigen, ist der durch die k und nk Merkmale erklärte Preisanteil mit über 68,75% sehr hoch.

Es ist schwierig, diesen Zusammenhang für alle auf dem Markt angebotenen Sorten nachzuweisen, weil bestimmte Sorten vom Verbraucher nicht mehr als Bohnen wahrgenommen werden, sondern einer anderen Produktart zugerechnet werden. Als Beispiel sei die weiße Bohnensorte (*Blanquillo*) in Cali angeführt, die weder Verbraucher noch Verkäufer als Bohne klassifizieren, sondern eher den Linsen zurechnen. Linsen erzielen aber einen wesentlich niedrigeren Preis als Bohnen. Die Bohnensorte *Blanquillo* ist in die Modellberechnung also mit einem Preisniveau für Linsen eingegangen, während die Merkmalsabstufungen im Bereich der Bohnensorten liegen.

Die Datengrundlage für das Modell ist einfach, schnell und kostengünstig zu erstellen. Die korrespondierenden Laboranalysen sind aufwendiger, bieten aber Ansätze zur Vereinfachung. Das hedonische Modell erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen den Wissenschaftlern verschiedener Disziplinen. Züchter, Ernährungswissenschaftler und Sozioökonomien müssen sich über die Auswahl der wesentlichen Parameter verständigen sowie über die Interpretierung der Ergebnisse. In dieser Arbeit haben sich Informationsdefizite über die Verbraucherpräferenz als Grenzen der Methode erwiesen.