

# **Patenschaften in der Landwirtschaft als Finanzierungs- und Absatzalternative**

Minke Mosler, Prof. Dr. Markus Beinert

8. Hochschulforum – Ökonomie und Innovation in der  
Agrar- und Ernährungswirtschaft in Neubrandenburg am  
11.05.2023

# Forschungsfragen

- Wie können Patenschaften in der Landwirtschaft definiert und von anderen Modellen abgegrenzt werden?
- Wie können Patenschaftsangebote optimiert werden?

# Gliederung

1. Qualitative Fallstudie → Definition
2. Quantitative Umfrage (Conjoint- und Cluster-Analyse)
  - Vorstellung Construal Level Theory als Grundlage
  - Ergebnisvorstellung
3. Erkenntnisse und Optimierungsvorschläge

# Qualitative Fallstudie



- 102 Patenschaftsangebote aus dem Internet
- 40 Unternehmen oder Plattformen für die Vermittlung
- Landwirtschaftliche Betriebe, keine Zoos oder Gnadenhöfe

# Definition: Tabelle 1: Morphologischer Kasten zu Patenschaftsangeboten

| Parameter                   | Parameterausprägung                                 |                                     |  |   |                    |
|-----------------------------|---|-------------------------------------|--|---|--------------------|
| <b>Objekte</b>              | Nutztier –<br>Fleisch oder<br>tierische<br>Produkte | Nutztier –<br>Dienst-<br>leistungen | Pflanze                                      | Fläche  | Sonstiges          |
| <b>Preis</b>                | 1 €   | 50 €                                | 85 €   | 150 €   | 2.500 €            |
| <b>Dauer in<br/>Monaten</b> | 0   | 12                                  | 36   | 60  |                    |
| <b>Gegen-<br/>leistung</b>  | Besuch  | Fotos/<br>Newsletter                | Ernte/<br>Produkte/<br>Dienst-<br>leistungen | Rabatte   | Einfluss-<br>nahme |
| <b>Ziel</b>                 | Investition/<br>Aufbau eines<br>Projektes           | Wissens-<br>vermittlung             | Regionalität                                 | Artenschutz/<br>Nutztier-<br>rassenschutz/<br>Sorten-schutz | Umwelt-<br>schutz  |

# Fallstudie - Kosten

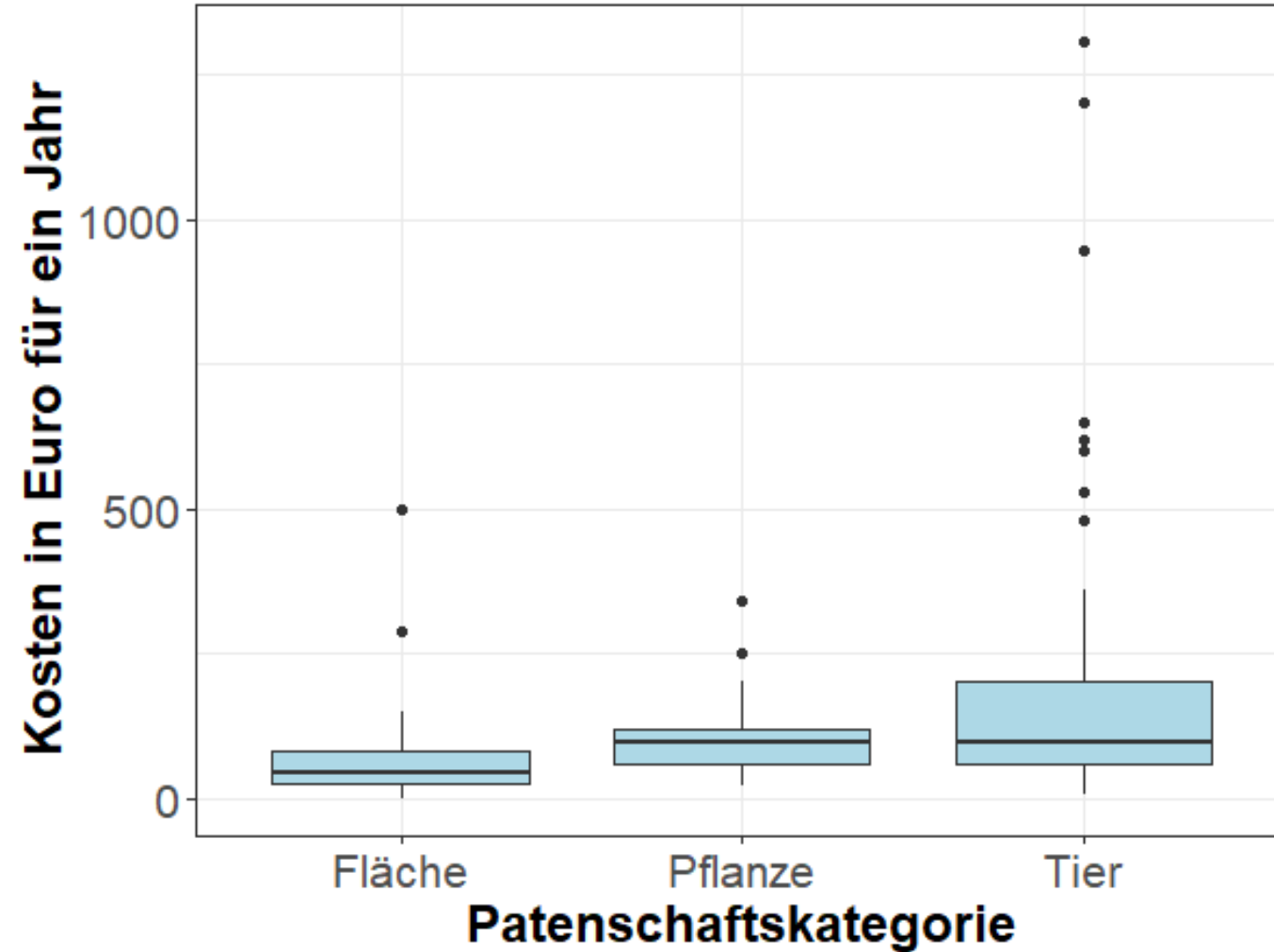


Abbildung 1: Kosten für ein Jahr einer Patentschaft in Euro nach Patentschaftskategorie

# Definition: Tabelle 1: Morphologischer Kasten zu Patenschaftsangeboten

| Parameter                   | Parameterausprägung                                 |                                     |  |   |                    |
|-----------------------------|---|-------------------------------------|--|---|--------------------|
| <b>Objekte</b>              | Nutztier –<br>Fleisch oder<br>tierische<br>Produkte | Nutztier –<br>Dienst-<br>leistungen | Pflanze                                      | Fläche  | Sonstiges          |
| <b>Preis</b>                | 1 €   | 50 €                                | 85 €   | 150 €   | 2.500 €            |
| <b>Dauer in<br/>Monaten</b> | 0   | 12                                  | 36   | 60  |                    |
| <b>Gegen-<br/>leistung</b>  | Besuch  | Fotos/<br>Newsletter                | Ernte/<br>Produkte/<br>Dienst-<br>leistungen | Rabatte   | Einfluss-<br>nahme |
| <b>Ziel</b>                 | Investition/<br>Aufbau eines<br>Projektes           | Wissens-<br>vermittlung             | Regionalität                                 | Artenschutz/<br>Nutztier-<br>rassenschutz/<br>Sorten-schutz | Umwelt-<br>schutz  |

# Fallstudie – Gegenleistungen

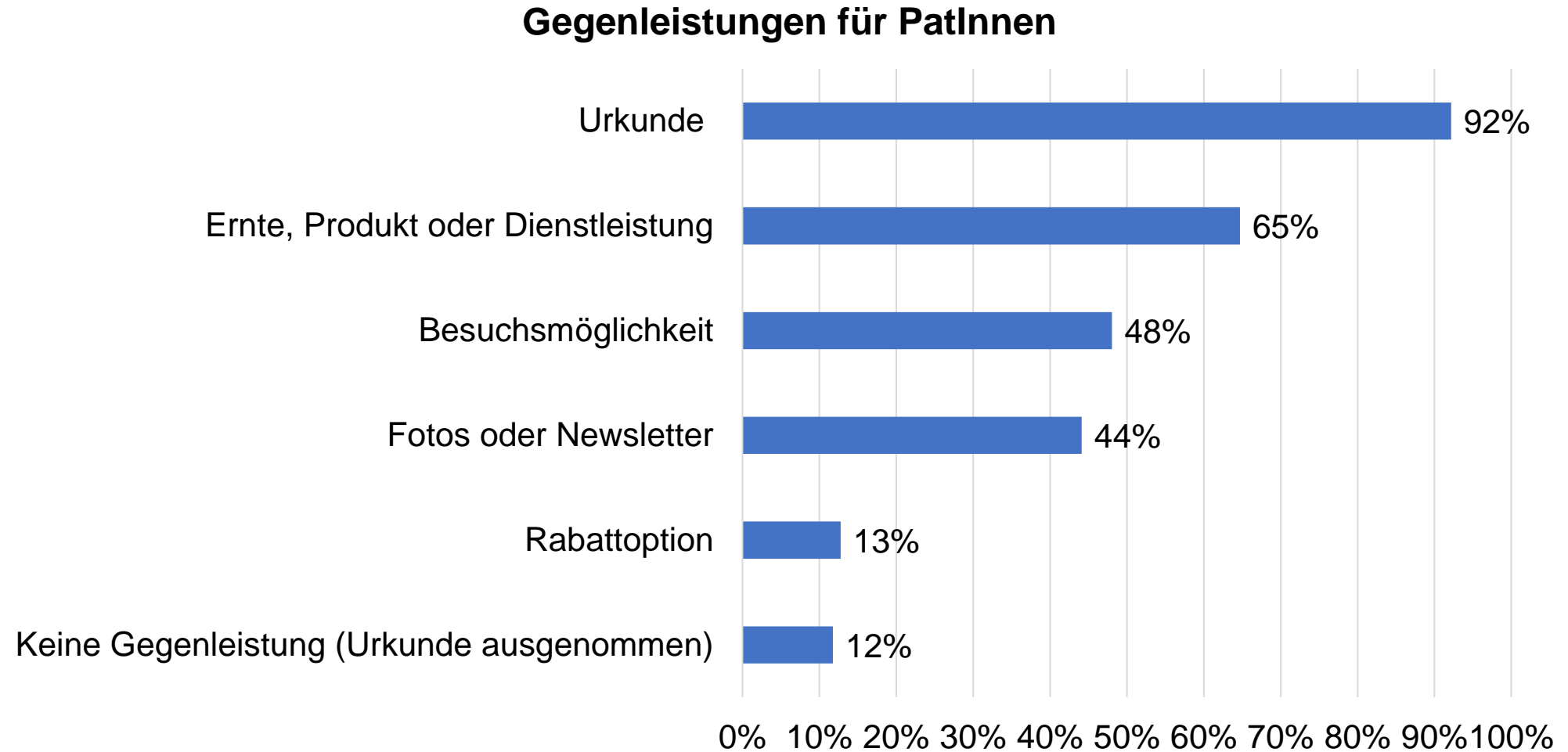


Abbildung 2: Gegenleistungen für PatInnen in der Stichprobe



# Parallelen und Unterschiede von Patenschaften zu anderen Modellen

- Alternative Food Networks (AFN)
- Spenden und Sponsoring
- **Solidarische Landwirtschaft**
- Sharing-Economy
- Crowdfunding
- Kuh-Aktien / Hofaktien

# Quantitative Umfrage

- Erstellung: „Unipark“
- Online gestellt zwischen Juli und August 2022
- Beantwortet
  - 318 Personen vollständig
  - 515 teilweise
- Auswertung mit R (Version 4.1.2)
  - Conjoint-Analyse
  - Cluster-Analyse
  - Friedman-Test
  - Fisher-Test
  - Kruskal-Wallis
  - Mann-Whitney-U-Test

# Bekanntheit

## Bekanntheit des Modells "Patenschaft"

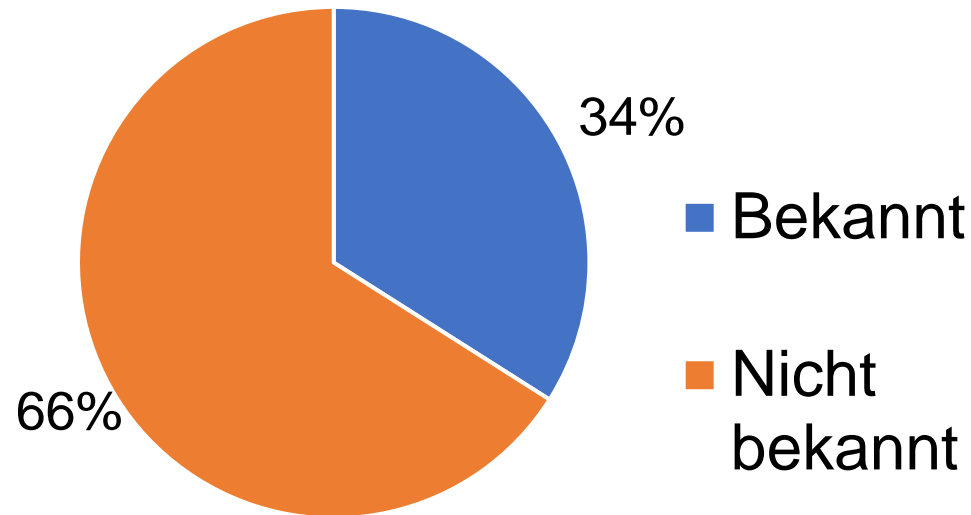


Abbildung 3: Bekanntheit des Modells Patenschaft in der Stichprobe

## Abgeschlossene Patenschaften

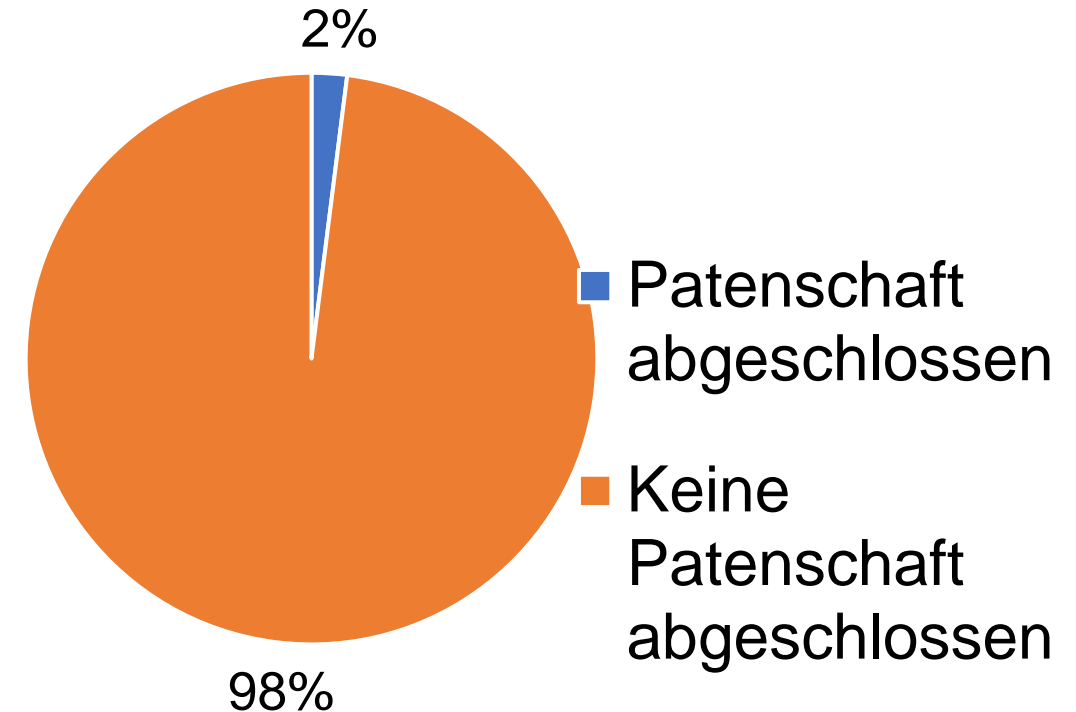


Abbildung 4: Anteil abgeschlossene Patenschaften in der Stichprobe

# Hypothesen – Nähe und Distanz

- Construal Level Theory (Trope und Liberman 2010)
  - Geeignete Theorie für das Betrachten von Patenschaften, da sie die Auswirkungen von Nähe und Distanz erforscht
  - Auswirkungen von Psychologischer Distanz und Abstraktion
    - *Psychologische Distanz* = Entfernung vom egozentrischen Ankerpunkt (ich, hier, jetzt, nicht hypothetisch)
    - Psychologische Distanz führt zu Abstraktion
- Hypothese: Psychologische Distanz führt zu unterschiedlichen Teilnutzenwerten bei Patenschaftsbewertungen

# Test der Hypothese mittels Conjoint-Analyse

- Zufällige Zuordnung in eine von zwei Gruppen
  - Patenschaft verschenken
  - Patenschaft für sich selbst
  - → Annahme, dass Nähe/Distanz zum Empfänger einen Einfluss hat
- Bewerten Angebote bestehend aus
  - Objekt (Freizeittier Alpaka, Nutztier Kuh oder Fläche)
  - Gegenleistung (Newsletter, Besuch oder Ertrag)
  - Preis (günstiger Preis Q1, mittlerer Preis Q2, hoher Preis Q3)
- Jede Kombination (z.B. Alpaka und günstiger Preis) kommt genau einmal vor

# Tabelle 2: Agglomerierte Teilnutzenwerte der zwei Gruppen mit unterschiedlicher sozialer Distanz

Statistisch signifikanter Unterschied der Gruppen (Mann-Whitney-U-Test) bei Besuch

| <b>Agglomerierte Teilnutzenwerte der zwei Gruppen mit unterschiedlicher sozialer Distanz</b> |                 |                                     |                                  |
|--|-----------------|-------------------------------------|----------------------------------|
|  | Antwortoption   | Für sich / niedrige soziale Distanz | Geschenke / hohe soziale Distanz |
| Objekt   | Alpaka          | 0,02                                | 0,04                             |
|  | Kuh             | 0,20                                | -0,29                            |
|  | Fläche          | -0,22                               | 0,25                             |
| Preis  | Günstiger Preis | 0,59                                | -0,62                            |
|  | Mittlerer Preis | -0,08                               | 0,09                             |
|  | Höherer Preis   | -0,51                               | 0,53                             |
| Kontaktform  | Besuch          | -0,32                               | 0,02                             |
|  | Newsletter      | -1,28                               | 1,46                             |
|  | Materielles     | 1,60                                | -1,48                            |

# Besuchswahrscheinlichkeit

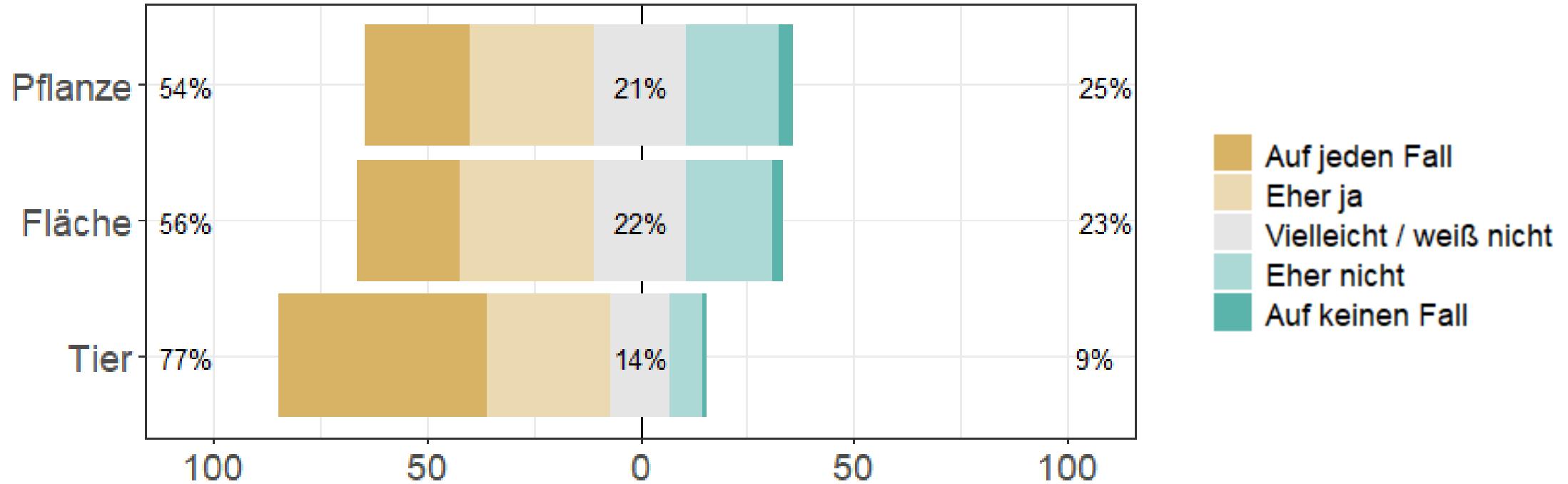


Abbildung 10: Verteilung der Likert-Skala für die Besuchswahrscheinlichkeit bei unterschiedlichen Patenschaftsobjekten

Statistisch signifikanter Unterschied zwischen Tier – Pflanze, Tier – Fläche (Friedman-Test)

# Erkenntnisse

- Psychologische Distanz zwischen TeilnehmerInnen und den Patenschaftsobjekten sowie den PatenschaftsempfängerInnen wirkt sich aus auf
  - die angegebene Besuchswahrscheinlichkeit
  - die Bewertung von Patenschaftsoptionen



# Allgemeine Erkenntnisse

- Patenschaften sind ein einfacher Weg für Kunden, landwirtschaftliche Betriebe zu unterstützen
- Die Bezahlung im Voraus eignet sich gut für die Unterhaltsfinanzierung (z.B. von Tieren) sowie für Investitionen → Ermöglichen die Umsetzung von Herzensprojekten

# Vorschläge für Patenschaftsangebote

- Cluster sowie Erkenntnisse zu beliebten Empfängern, Anlässen und Einflüssen der psychologischen Distanz für gute Angebotskombinationen nutzen
- Bekanntheit und Verständnis von Patenschaften steigern

# Quellen

- Bąk, Andrzej; Bartłomowicz, Tomasz (2012). Conjoint analysis method and its implementation in conjoint R package. In: Józef Pocięcha/Reinhold Decker (Hg.). Data analysis methods and its applications. Warszawa, C.H.Beck, 239–248.
- Bąk, Andrzej; Bartłomowicz, Tomasz (2018). Online verfügbar unter <https://cran.r-project.org/web/packages/conjoint/conjoint.pdf> (abgerufen am 26.05.2022).
- Decker, Reinhold/Bornemeyer, Claudia (2021). Marktsegmentierung auf Basis individueller Nutzenmessungen – Methodik und Beispiele. In: Daniel Baier/Michael Bruschi (Hg.). Conjointanalyse. Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg, 329–345.
- Trope, Yaacov/Liberman, Nira (2010). Construal-level theory of psychological distance. Psychological review 117 (2), 440–463. <https://doi.org/10.1037/a0018963>.