



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

*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.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Besch, M.: Vertikale und horizontale Koordination als Instrumente zur Anpassung des landwirtschaftlichen Angebots an die Anforderungen des Lebensmittelmarktes in der Bundesrepublik Deutschland – Empirische Befunde und Entwicklungstendenzen. In: Weinschenk, G.: Die zukünftige Entwicklung der europäischen Landwirtschaft – Prognosen und Denkmodelle. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 10, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (1973), S. 250-271.

VERTIKALE UND HORIZONTALE KOORDINATION ALS INSTRUMENTE
ZUR ANPASSUNG DES LANDWIRTSCHAFTLICHEN ANGEBOTS AN DIE
ANFORDERUNGEN DES LEBENSMITTELMARKTES IN DER BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND - EMPIRISCHE BEFUNDE UND ENTWICKLUNGSTENDENZEN -

von

Prof. Dr. M. B e s c h , Gießen

1	Einleitung: Problemstellung und Gliederung	250
2	Entwicklung und Struktur des Lebensmittelmarktes	250
2.1	Strukturwandel und Konzentration im Lebensmittelhandel	251
2.1.1	Strukturwandel im funktionellen Lebensmittelhandel	251
2.1.2	Einkaufskonzentration im funktionellen Lebensmittelhandel	253
2.1.3	Entwicklungstendenzen im Lebensmittelhandel	254
2.2	Strukturwandel und Konzentration im Ernährungsgewerbe	255
2.2.1	Konzentrationsgrad in ausgewählten Branchen der Ernährungs- industrie	255
2.2.2	Entwicklungstendenzen im Ernährungsgewerbe	256
3	Das landwirtschaftliche Angebot auf dem Lebensmittelmarkt	257
3.1	Wandel der Absatzwege für Agrarprodukte (näher erläutert am Beispiel des Vieh- und Fleischmarktes)	257
3.2	Die landwirtschaftliche Angebotsstruktur	259
3.3	Konzentration des landwirtschaftlichen Angebots durch horizontale und vertikale Koordination	259
4	Vertikale Koordination beim Schlachtviehabsatz - eine Fallstudie aus Mittelhessen	262
4.1	Sektorale und regionale Rahmenbedingungen	262
4.2	Zielsetzung und organisatorischer Aufbau der vertikalen Vermarktungskette	262
4.3	Leistungen und Probleme des Absatzsystems	263
5	Schlußfolgerungen	266

1 Einleitung: Problemstellung und Gliederung

Die zunehmende volkswirtschaftliche Verflechtung der Landwirtschaft im Rahmen der Nahrungswirtschaft ist nicht auf das Gebiet der Produktionsmittelbeschaffung beschränkt, sie äußert sich in gleicher Weise in einer fortschreitenden Eingliederung der landwirtschaftlichen Erzeugung in den Bereich der Verarbeitung und Verteilung von Nahrungsstoffen und Lebensmitteln.

Strukturelle Veränderungen auf dem Lebensmittelmarkt - im Bereich der Ernährungsindustrie und des Lebensmittelhandels - werden also in steigendem Maße die Gestaltung des landwirtschaftlichen Absatzes beeinflussen. Es soll daher im folgenden versucht werden, die tiefgehenden Wandlungsprozesse bei der Herstellung und Verteilung von Lebensmitteln während der letzten 20 Jahre in ihren prägnanten Erscheinungsformen und in ihren Auswirkungen auf den Agrarabsatz darzustellen, um die dadurch entstandenen Probleme und Schwierigkeiten aufzuzeigen und Lösungsmöglichkeiten diskutieren zu können.

Hierzu wird es nötig sein, zunächst den Bereich des Lebensmittelhandels einer eingehenden Analyse zu unterziehen. Die zunehmenden horizontalen und vertikalen Konzentrationsprozesse im Lebensmittelhandel während der Nachkriegszeit, deren Intensität auch in den kommenden Jahren weiter anhalten wird, haben die Nachfragestruktur nach Erzeugnissen der Ernährungsindustrie und der Landwirtschaft grundlegend verändert.

Die steigende Nachfragekonzentration auf dem Lebensmittelmarkt vergrößert das Ungleichgewicht zur landwirtschaftlichen Angebotsstruktur, es wächst die Notwendigkeit eines optimalen Mengen- und Qualitätsausgleiches zwischen Agrarangebot und gewerblicher Nachfrage.

Im Rahmen des gestellten Themas sind hier die Anpassungsmöglichkeiten zu erörtern, die sich durch horizontale und vertikale Koordination des landwirtschaftlichen Marktangebots bieten. Dabei sollen ausgehend von den von THIMM (34) entwickelten Modellen und den staatlichen Förderungsmaßnahmen die gegenwärtige Situation und die Aufgaben der Erzeugergemeinschaften dargelegt werden.

Unter Koordination werden dabei nach THIMM (34, S. 27 ff) alle Formen der überbetrieblichen Zusammenarbeit einschließlich der genossenschaftlichen verstanden, bei denen die Entscheidungsfreiheit der Einzelunternehmen gewahrt bleibt. Horizontale Koordination ist Zusammenarbeit von Unternehmen auf einer Produktionsstufe, vertikale Koordination erstreckt sich über mehrere Produktions- bzw. Handelsstufen. Zusammenschlüsse von Unternehmen werden dagegen als Integration bezeichnet.

Als empirisches Beispiel wird abschließend ein von der Erzeugungs- bis zur Einzelhandelsstufe aufgebautes Verbundsystem für den Schlachtviehabsatz vorgestellt. Hieran können die Möglichkeiten und Grenzen der horizontalen und vertikalen Koordination des Agrarangebots unter kleinbetrieblichen Erzeugungsbedingungen in einer Mittelgebirgslage gezeigt werden. Obgleich jede Fallstudie wegen ihrer spezifischen Bedingungen nur eingeschränkt verallgemeinerungsfähig ist, lassen sich unter Beachtung der vorliegenden sektoralen und regionalen Rahmendaten einige generelle Schlußfolgerungen gewinnen.

2 Entwicklung und Struktur des Lebensmittelmarktes

In den folgenden Abschnitten sollen die strukturellen Veränderungen im Bereich des Lebensmittelhandels und der Ernährungsindustrie behandelt werden. Als Untersuchungsperiode wird - soweit es das vorliegende Datenmaterial erlaubt - der Zeitraum von 1950 bis 1970 herangezogen, wobei auch die voraussehbaren Entwicklungstendenzen dargelegt werden sollen.

2.1 Strukturwandel und Konzentration im Lebensmittelhandel

Trotz häufiger Verwendung der Begriffe "Struktur" und "Strukturwandel" ist eine vorherige Verständigung über den Inhalt dieser Bezeichnungen keineswegs unnötig, da es eine allgemeinverbindliche Bedeutung des Strukturbegriffes in der Ökonomie nicht gibt (BOMBACH, 10). Hier sollen die Definitionen von NIEHANS (26, S. 19) herangezogen werden, der unter Struktur "einfach das Verhältnis der Teile eines Ganzen" zueinander versteht. Damit werden Strukturwandlungen "zu Verschiebungen in der Proportion der Komponenten, zu Abweichungen von der gleichmäßigen, homogenen Entwicklung aller Teile".

In enger Beziehung zum Phänomen des strukturellen Wandels steht die Erscheinung der Konzentration in der Wirtschaft.

Wird Konzentration nach ARNDT und OLLENBURG (1, S. 7) ganz allgemein als "Ballung ökonomischer Größen" definiert, so bedarf dieser umfassende Begriff im Einzelfall einer näheren Präzisierung. Unter den verschiedenen Arten der Konzentration ist für unser Thema die Unternehmenskonzentration im Lebensmittelhandel – vor allem in ihrer spezifischen Ausprägung als Einkaufskonzentration – von ausschlaggebender Bedeutung.

2.1.1 Strukturwandel im funktionellen Lebensmittelhandel

Das eigentliche Ausmaß der vertikalen und horizontalen Konzentrationsvorgänge im Lebensmittelhandel der Nachkriegszeit erschließt sich erst bei einer funktionellen Betrachtungsweise. Dabei wird die Zuordnung zum Lebensmittelhandel nach den tatsächlich auf dem Lebensmittelmarkt ausgeübten Handelsfunktionen vorgenommen. Infolgedessen werden nicht nur der institutionelle Handel mit Nahrungs- und Genußmitteln sondern auch das Ernährungshandwerk sowie die Warenhäuser mit ihren Lebensmittelabteilungen zum funktionellen Lebensmittelhandel gerechnet. (Vgl. ELI, 11, S. 23 ff, und TIETZ, 36, S. 311 ff!)

Im Handel mit Lebensmitteln lassen sich drei funktionelle Stufen unterscheiden. Auf der Einzelhandelsstufe erfolgt die Versorgung der Konsumenten mit Lebensmitteln für den privaten Verbrauch. Die Großhandelsstufe zerfällt in zwei Funktionskreise. Zum einen ist das der örtlich bzw. regional tätige Großhandel, der die regelmäßige und kurzfristige Belieferung der Einzelhandelsbetriebe mit den Waren des von ihnen geführten Sortiments übernimmt. Im bundesweiten Großeinkauf und im Importgeschäft auf Bundesebene operieren zentrale Großhandelsbetriebe, die ihrerseits den regionalen Großhandel beliefern.

Im Verlauf der Nachkriegszeit haben sich intensive vertikale Bindungen zwischen den drei funktionellen Handelsstufen herausgebildet. Sie beruhen zum Teil auf freiwilliger vertraglicher Basis, zum Teil auf genossenschaftlichen Zusammenschlüssen, zu einem erheblichen Teil aber auch auf Unternehmenskonzentration zwischen Groß- und Einzelhandel.

Als Ergebnis dieser vertikalen Koordinations- und Integrationsprozesse treten heute auf dem Lebensmittelmarkt dreistufig gegliederte Handelsgruppen auf, die von verschiedenen Ausgangspositionen aus aber mit ähnlichen Organisationsprinzipien den Fluß der Waren-, Kapital- und Informationsströme über die drei funktionellen Handelsstufen hinweg aufgebaut haben.

Die Entwicklung der Marktanteile der Handelsgruppen und Betriebsformen des funktionellen Lebensmittelhandels auf der Zentralgroßhandelsstufe, der örtlichen Großhandelsstufe und auf der Einzelhandelsstufe zwischen 1957 und 1968 bzw. 1969 zeigt das folgende Schaubild, das ebenfalls die Umsatzstruktur des Fachgroßhandels gliedert nach Warengruppen für die beiden Stichjahre wiedergibt. (Die der Darstellung zugrundeliegenden Umsatzzahlen entstammen Berechnungen des Ifo-Instituts München. Vgl. BATZER – GEML – GREIPL, 4, S. 47 ff).

Das überdurchschnittliche Umsatzwachstum des Sortimentsgroßhandels ist eine Folge der Entwicklungen auf der Einzelhandelsstufe: Der Siegeszug der Selbstbedienungsgroßraumläden mit vollem

Marktanteile im funktionellen Lebensmittelhandel

Zentralgroßhandel

Umsatz	1957	1968
in Mrd. DM	3,6	12,8
<u>davon in %</u>		

Kaufring	6	5
		10
GEG	22	16
Gedelfi	8	
Einkaufskontore	12	18
Kettenzentralen		4
Edeka-Zentralen	31	30
Rewe-Zentralen	10	11
Bägeno-Zentr.	8	6
Zentrage		

Sortimentsgroßhandel

Umsatz	1957	1968
in Mrd. DM	11,9	39,6
<u>davon in %</u>		

Zentr. d. Wrnhs.		5
Konsumgenoss.	16	9
Filialbetriebe		17
	20	
ungebdn. Sortiment		21
	17	
Kettengrhd.	16	25
Edeka genoss.	14	14
Rewe genoss.	5	5
Bäcker- genoss	5	5
Fleischer-		

Einzelhandel

Umsatz	1957	1969
in Mrd. DM	39,3	85,6
<u>davon in %</u>		

Warenhäuser	6	6
Co op-Läden		
Filialgeschäfte	7	13
ungebdn. Einzelhändler	25	33
Kettenläden	13	
Edeka geschäfte	12	12
Rewegeschäfte	5	5
Bäckereien	12	10
Fleischereien	19	18

Fachgroßhandel

Umsatz	1957	1968
in Mrd. DM	23,4	44,4
<u>davon in %</u>		

Fgh.m. Kart., Obst u. Gem.	26	19
Fgh.m. Mehl, Zuck., Süßw.	8	9
Fgh.m. Milch, Fett u. Eiern	17	21
Fgh.m. Fisch, u. Fleisch	11	14
Fgh.m. sonst. Nahrge- u. Gen. mitteln	22	22
Fgh.m. Tabak	16	15

Lebensmittelsortiment führte zu Funktionsverlagerungen und Einkaufskonzentration auf leistungsfähige Sortimentsgroßhandlungen und begünstigte die Entwicklung der großen Handelsgruppen auf dem Lebensmittelmarkt.

Die einschneidendste Veränderung auf der Einzelhandelsstufe war das starke Zusammenschumpfen des Marktanteils der ungebundenen Lebensmittelgeschäfte. Im Lauf der 60er Jahre haben sich praktisch alle in Frage kommenden Einzelhändler einer Einkaufsvereinigung angeschlossen. Von dieser Entwicklung haben im betrachteten Zeitraum vor allem die freiwilligen Ketten profitiert, während die Expansionsphase der Einkaufsgenossenschaften zeitlich früher lag. Dieses Wachstum der Ketten läßt sich über die regionale Großhandelsstufe (Kettengroßhandel) bis hin zur Zentralgroßhandelsstufe (Kettenzentralen, Einkaufskontore) verfolgen.

Als Ergebnis des Strukturwandels auf den funktionellen Handelsstufen hat sich eine deutliche Konzentration des Lebensmittelhandels auf etwa 15 große Handelsgruppen bzw. Großunternehmen herausgebildet, die über das ganze Bundesgebiet verbreitet sind. Daneben bestehen noch etwa 40 - 50 größere Gruppen bzw. Unternehmen mit regionaler Bedeutung und eine Vielzahl kleinerer Betriebe vor allem im Bereich des ungebundenen Lebensmittelhandels und des Nahrungsmittelhandwerks. Der Lebensmittelmarkt kann also als ein Teiloligopol im Sinne der Marktformenlehre bezeichnet werden.

2.1.2 Einkaufskonzentration im funktionellen Lebensmittelhandel

Die für die Marktpartner des Lebensmittelhandels - Ernährungsindustrie und Landwirtschaft - entscheidende Frage ist die nach dem Grad der tatsächlichen Einkaufskonzentration innerhalb der Handelsgruppen. Es gilt also zu untersuchen, wie stark das von den verschiedenen Gruppen entwickelte Instrumentarium zur Bezugsbindung zwischen den funktionellen Handelsstufen eingesetzt wird.

Im Falle der Großbetriebsformen des Einzelhandels (Warenhäuser, Filialunternehmen, Konsumgenossenschaften) kann die Einkaufsbindung zwischen den Geschäften auf der Einzelhandelsstufe und den jeweiligen Fimenzentralen als nahezu total angesehen werden. Der Grad der Einkaufskonzentration der regionalen Konsumgenossenschaften bei der GEG 1) beträgt nach Angaben der Unternehmensgruppe co op (44, 1970, S. 27) gegenwärtig 53 %. Für Mitte der 60er Jahre nennt ELI (11, S. 69) eine Einkaufsquote der Lebensmittelfilialbetriebe bei der Gedelfi 2) von 20 %. Die ständige überproportionale Umsatzzunahme der Gedelfi gegenüber anderen Großhandelszentralen deutet auf einen seitherigen weiteren Anstieg der Einkaufskonzentration hin (42).

Bei den Einkaufsgenossenschaften ist die Bezugsbindung zwischen den Zentralen und den örtlichen Genossenschaften erheblich größer (für die Edeka werden 80 % angegeben 3)) als zwischen den Genossenschaften und den angeschlossenen Einzelhändlern. Für Mitte der 60er Jahre nennt ELI (11, S. 98 u. 103) 54 % als durchschnittliche Einkaufsquote der Edeka- und Rewe-Einzelhändler bei ihren Genossenschaften. Nach Angaben des Edeka-Verbandes konnte diese für den Edeka-Bereich bis 1969 auf immerhin 66,5 % erhöht werden 3).

Am lockersten ist die Verbindung innerhalb der freiwilligen Ketten. Den Grad der Einkaufskonzentration zwischen den Kettenzentralen und dem Kettengroßhandel schätzt ELI (11, S. 89 ff) für Mitte der 60er Jahre auf höchstens 10 %, den zwischen Groß- und Einzelhändlern auf 30 %. Aufgrund der in den letzten Jahren erfolgten Konzentrationsprozesse innerhalb der freiwilligen Ketten ist aber auch hier inzwischen mit einer intensiveren Bezugsbindung zu rechnen.

1) Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften mbH.

2) Großeinkauf deutscher Lebensmittelfilialbetriebe GmbH.

3) "Ernährungswirtschaft" 1/1971, S. A 10.

Die genannten Zahlen sind Durchschnittszahlen für das gesamte Sortiment. Eine Aufteilung auf die einzelnen Produktgruppen ist nur anhand spezieller Untersuchungen möglich, die nur für einige Warenbereiche zum jeweiligen Erhebungszeitpunkt vorliegen (z.B. BATZER - ELI - LAUMER, 3; WÖLK, 40; FACKLER, 13). Als generelle Tendenz ist jedoch festzuhalten, daß der zentrale Einkauf bei Waren des sog. Trockensortiments, also bei haltbaren Produkten, sowie bei Importen wesentlich stärker verbreitet ist, als bei Waren des Frischsortiments (Frischfleisch, Milcherzeugnisse, Obst und Gemüse) inländischer Herkunft.

2.1.3 Entwicklungstendenzen im Lebensmittelhandel

Die Mitte der 60er Jahre abgeschlossene Gruppenbildung im Lebensmittelhandel hat zur Entstehung eines intensiven Gruppenwettbewerbs geführt (ELI, 11, S. 135 ff). Das Streben der Handelsgruppen nach Wettbewerbsvorteilen kann grundsätzlich in zwei Richtungen verlaufen: einmal in der Straffung des Waren-, Dienstleistungs- und Informationsflusses in vertikaler Richtung zwischen den Handelsstufen und zum anderen in der Rationalisierung des Funktionsablaufes auf den einzelnen Handelsstufen. Die Auswirkungen dieser Bestrebungen zeigen sich in organisatorischen Änderungen des Gruppenaufbaus sowie in Konzentrationsvorgängen und Fusionen innerhalb bzw. zwischen den Handelsgruppen.

Besonders konsequent wird diese Politik der inneren Konzentration von der Unternehmensgruppe co op, der Edeka- und der Rewe-Organisation betrieben. In allen drei Handelsgruppen wird die Zahl der regionalen Großhandelsbetriebe (Genossenschaften) in den nächsten Jahren durch Zusammenlegungen bzw. Neugründungen von Handelsgesellschaften weiter drastisch verringert werden. Durch Umwandlungen der Zentralgenossenschaften in Aktiengesellschaften sollen ebenso die Finanzierungsmöglichkeiten wie die Beweglichkeit der Handelsgruppen am Markt verstärkt werden (vgl. 51, 1971 und Presseberichte 1)!).

Bei den freiwilligen Ketten nehmen die Bestrebungen zur engeren Zusammenarbeit der einzelnen Ketten untereinander zu. Diese äußern sich einmal in wechselnden Querverbindungen zwischen verschiedenen Kettengroßhändlern auf der regionalen Stufe, zum anderen in Gemeinschaftsgründungen bzw. Zusammenlegungen im Bereich der Kettenzentralen (vgl. BATZER - GEML - GREIPL, 4, S. 40). TIETZ (37) schätzt, daß von den z.Zt. noch bestehenden rund 20 freiwilligen Ketten in einigen Jahren durch weitere Verschmelzungen nur noch 4 oder 5 Handelsketten übrig bleiben werden.

In der Zukunft haben demnach die Marktpartner des Lebensmittelhandels mit einer steigenden Nachfragekonzentration im Handel zu rechnen. Auf der Seite des Lebensmittelhandels werden den Produzenten in den nächsten Jahren voraussichtlich die folgenden Großabnehmer gegenüberstehen:

- a) die Zentralen von vier großen Warenhauskonzernen mit bundesweiter Verbreitung einschl. deren Tochtergesellschaften,
- b) eine co op-AG als zentrale Einkaufsorganisation für 20 regionale co op-Großgenossenschaften,
- c) die Gedelfi, deren Bedeutung als zentrale Einkaufseinrichtung für die 74 angeschlossenen Massenfilialbetriebe weiter zunehmen wird, wobei sich die Zahl der Filialunternehmungen durch Fusionen weiter verringern dürfte,
- d) eine Edeka-Zentral-AG mit 40 - 50 Edeka-Handelsgesellschaften auf der regionalen Großhandelsstufe,
- e) eine Rewe-Zentral-AG mit 20 - 25 Rewe-Handelsgesellschaften,

1) "AGRA-EUROPE" 24/72 (13. 6. 72); "FAZ" v. 4.2., 25.5., 29.6.72; "Handelsblatt" v. 25.5. und 28.6.72.

- f) die Zentralen der Bäcker- und Fleischergenossenschaften für den zentralen Handelswarenbezug ihrer Mitgliedsbetriebe,
- g) die Zentralen von 4 - 5 großen freiwilligen Ketten, deren regionale Großhandelsstruktur durch Kooperation zwischen den Kettengrossisten gleichfalls gestrafft werden wird und
- h) schließlich noch einige größere ungebundene Sortimentsgroßhändler und 7 regionale Einkaufskontore, deren Verflechtungen mit den Ketten auf der regionalen Großhandelsstufe weiter zunehmen werden.

Über diese Großabnehmer auf der zentralen und auf der regionalen Großhandelsstufe wird ein hoher Prozentsatz der im Einzelhandel verkauften Lebensmittel nachgefragt werden. Es wird Aufgabe der Marktpartner des Handels sein, sich dieser Nachfragekonzentration durch geeignete Maßnahmen zur Konzentration des Angebots anzupassen.

2.2 Strukturwandel und Konzentration im Ernährungsgewerbe

Wie sich an einem zeitlichen Vergleich der Entwicklung des Rohstoffbezuges von Ernährungsindustrie und Nahrungsmittelhandwerk und der gesamten Verwendung von Agrarprodukten nachweisen läßt, hat sich der Anteil der gewerblichen Verarbeitung am Gesamtverbrauch der wichtigsten Nahrungsmittel zwischen 1954 und 1967 durchweg erhöht, bei allerdings erheblichen Unterschieden zwischen den einzelnen Produkten (KHADEMADAM, 25, S. 34 ff). Somit ist die Bedeutung des Ernährungsgewerbes als Marktpartner für die Landwirtschaft im Ganzen gesehen weiter gestiegen. Die starken Konzentrationsvorgänge im Lebensmittelhandel lassen nach ähnlichen Erscheinungen im Ernährungsgewerbe fragen.

2.2.1 Konzentrationsgrad in ausgewählten Branchen der Ernährungsindustrie

Mit den Methoden der sekundärstatistischen Analyse ist es nicht möglich, alle Aspekte der Konzentration zu messen. So lassen sich beispielsweise auch einer nach Unternehmen aufbereiteten Statistik keine Angaben über kapitalmäßige und personelle Verflechtungen entnehmen. Hier müssen empirische Analysen und Beobachtungen der Einzelmärkte (anhand von Verbandsstatistiken, Firmenangaben, Presseberichten und Primärerhebungen) weiter helfen. Aus solchen empirischen Untersuchungen ergibt sich, daß die im allgemeinen mittelständisch strukturierte Ernährungsindustrie in einigen Zweigen infolge der Marktbedeutung weniger konzerneigener Großunternehmen einen beachtlichen Konzentrationsgrad aufweist (vgl. ELI, 11, S. 26 ff).

So hält der Unilever-Konzern über die Margarine-Union GmbH (seit April 1972 "Union Deutsche Lebensmittelwerke GmbH") und deren Tochtergesellschaften einen Anteil von 75 % am westdeutschen Margarinemarkt 1). Die deutsche Unilever-Gruppe (Nahrungsmittelumsatz 1970 etwa 2,5 Mrd. DM) ist weiterhin am Käse- und Joghurt-Markt ("Milkana", "Elite"), am Getränke- und auf dem Fischmarkt ("Nordsee") engagiert und hält über die Langnese-Iglo GmbH einen Marktanteil von 50 % bei Eiskrem, von 55 % beim Tiefkühlkostabsatz über den Einzelhandel 2).

Über namhafte Firmen ist der Schweizer Nestlé-Konzern auf einer Reihe von Nahrungsmittelmärkten der Bundesrepublik maßgeblich vertreten (Gesamtumsatz in der BRD einschließlich Ursina-Franck 1970 etwa 1,7 Mrd. DM). So besitzt die Deutsche Nestlé GmbH bei Pulverkaffee einen Marktanteil von einem Drittel, die Maggi GmbH von einem Viertel bei Suppen. Eine gewichtige Stellung haben die Nestlé Unternehmungen Deutschland auch auf dem Kondensmilchmarkt (Deutsche Libby GmbH, Alpenmilch AG 3)) inne.

1) "FAZ" vom 13.1.1972, "Handelsblatt" vom 22.12.1971.

2) "FAZ" vom 24.3.1971, "Handelsblatt" vom 16.3.1972.

3) "Wirtschaftswoche" Nr. 4/71 (22.1.1971), Nr. 29/71 (16.7.1971).

Als weiterer Großkonzern auf dem westdeutschen Nahrungsmittelmarkt ist die Oetker-Gruppe zu nennen, die über eine weitgefächerte Firmenpalette schwerpunktmäßig auf dem Nahrungsmittelmarkt (Puddings und Suppen), auf dem Tiefkühlsektor (10 % Marktanteil bei Tiefkühlkost, 15 % bei Eiskrem), bei Fisch (20 % Marktanteil bei Frischfisch, 16 % bei Frostfisch) und auch besonders auf dem Getränkemarkt (Bier, Fruchtsaftgetränke) vertreten ist 1).

Eine weitergehende Analyse der einzelnen Branchen der Ernährungsindustrie und des Nahrungsmittelhandwerks kann hier jedoch nicht erfolgen. Zu diesem Zweck sei auf die einschlägige Literatur (HEINICKE, 21; GERL, 15; BATZER - ELI, 2, S. 63 ff; THIMM - BESCH, 35, S. 100 ff) sowie auf den Beitrag von GROSSKOPF zu dieser Tagung verwiesen.

2.2.2 Entwicklungstendenzen im Ernährungsgewerbe

Als bestimmend für das Wachstum der Ernährungsindustrie während der Nachkriegszeit lassen sich drei Faktoren herausstellen:

1. die Entwicklung der Nachfrage nach den einzelnen Nahrungsmitteln,
2. die Übernahme bisher vom Handwerk oder Einzelhandel ausgeübter Funktionen in den industriellen Fertigungsprozeß und
3. die Mitlieferung von "eingebauten Dienstleistungen" in bestimmten Erzeugnissen der Industriegruppe.

Dabei ist die Nachfrageentwicklung nach den einzelnen Erzeugnisgruppen, die sich im wesentlichen in der Verbrauchsentwicklung der agrarischen Rohstoffe ausdrückt, als Grundgegebenheit für die Absatzgestaltung in der Ernährungsindustrie anzunehmen. Wie detaillierte Nachfrageanalysen nachgewiesen haben (GOLLNICK u. MACIEJ, 17; STAMER u. WOLFRAM, 32; WÖHLKEN, 39) gehen jedoch die Einkommenselastizitäten der mengenmäßigen Nachfrage bei fast allen Nahrungsmitteln tendenziell zurück. Damit werden die zusätzlich zum Warenwert der Rohstoffe durch den Verarbeitungsprozeß geschaffenen Leistungen der Ernährungsindustrie immer wichtiger für den Absatzerfolg.

Eine Übernahme bisher handwerklicher Funktionen in die industrielle Fertigung ist nur für die Branchen der Fleischverarbeitung und der Brot- und Backwarenherstellung von Belang, in denen noch ein wesentlicher Anteil der Gesamtproduktion aus Handwerksbetrieben stammt. Mit der Ausdehnung der Selbstbedienung auf nunmehr 91 % der Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels (53, H. 5/1972) ist die Expansion auf dem Verpackungssektor zu Ende gegangen.

Die Einbeziehung von Dienstleistungen in das Produktionsprogramm der Ernährungsindustrie verspricht jedoch auch noch für die Zukunft ein breites Wachstumspotential (vgl. HOPPE, 22). Waren koch- oder bratfertige Konserven und Tiefkühlprodukte die "convenience-goods" der 60er Jahre, so werden Fertiggerichte die Wachstumsträger von morgen sein.

Fertigmenüs werden heute in drei Herstellungsverfahren produziert: als Naßgerichte in Konserven, als Trockengerichte und als Tiefkühlkost. Dabei entfallen immer noch ungefähr 3/4 des Verbrauchs auf Naßkonserven, der Rest zu etwa gleichen Teilen auf Trockenkonserven und Tiefkühlmenüs. Für die Zukunft ist aber mit einem stärkeren Vordringen der Fertiggerichte auf Tiefkühlbasis zu rechnen. Wachstumsfördernd ist vor allem die Zunahme der Außer-Haus-Verpflegung, mehr als 90 % des Umsatzes mit tiefgekühlten Fertigmenüs entfallen auf Großabnehmer. Bei einem weiteren Anstieg der Einkommen verbunden mit weiterer Zunahme der Berufs-

1) "FAZ" vom 10.1.1971, 15.4.1972, 26.4.1972.

tätigkeit verheirateter Frauen dürften aber auch die Fertiggerichte in Haushalten ein größeres Absatzfeld finden 1).

Wichtig für unser Thema ist die relativ hohe Konzentration auf dem Markt der Fertigenhersteller, das betrifft vor allem den Bereich der Tiefkühlfertigerrichte. Hier haben nur 5 Firmen (Apetito-Düsterberg, Carolus Magnus, Hansa-Fertigenher, Langnese-Iglo, Dr. Oetker) einen Marktanteil von 90 %, davon vereinigt die erstgenannte 30 % des Absatzes an Großabnehmer auf sich. Als Ursache der starken Konzentration werden vor allem die hohen Entwicklungskosten und die Anforderungen des Vertriebssystems genannt 1).

Einen ähnlichen Konzentrationsgrad weist der Gesamtmarkt für Tiefkühlprodukte auf. Hier besitzt der Branchenführer Langnese-Iglo (eine Tochtergesellschaft der Unilever-Gruppe unter Beteiligung von Nestlé) einen Marktanteil von knapp 40 % (55 % beim Absatz an den Einzelhandel, 15 % beim Absatz an Großverbraucher). Es folgen die beiden nächstgrößten Firmen (Dr. Oetker und Tiko/GEG) mit Marktanteilen von je etwa 10 % (vgl. WÖLK, 40, S. 105 ff; HEIN, 20; Presseberichte 1)!).

Die Rohstofflieferanten der Ernährungsindustrie - Landwirtschaft und Erfassungshandel - haben also davon auszugehen, daß die Wachstumsmärkte der Zukunft - Fertigerrichte und Tiefkühlkost - von wenigen Großunternehmen mit einer konzentrierten Nachfrage getragen werden.

3 Das landwirtschaftliche Angebot auf dem Lebensmittelmarkt

Zwischen dem Angebot an Agrarprodukten und der Nachfrage der Verarbeiter und Verbraucher dieser Erzeugnisse bestehen eine Reihe von Divergenzen quantitativer, qualitativer, räumlicher und zeitlicher Art, die sich in den letzten 20 Jahren noch beträchtlich verstärkt haben. So nahmen die Unterschiede zwischen der zersplitterten Produktionsstruktur der Landwirtschaft und dem mengenmäßigen Bedarf der Abnehmer infolge der fortschreitenden Konzentration in der Ernährungsindustrie und vor allem im Lebensmittelhandel erheblich zu. Die gestiegenen Verbraucheransprüche erfordern immer neue Aufbereitungsarbeiten, um aus dem landwirtschaftlichen Rohwarenangebot in qualitativer Hinsicht marktgerechte Produkte zu machen. Die wachsende Bevölkerungsbildung in den Verdichtungsräumen verstärkt die Raumüberbrückungsprobleme. Schließlich sind die privaten Haushalte immer weniger bereit, die Funktion des zeitlichen Ausgleichs zwischen periodischem Produktionsanfall und kontinuierlichem Verbrauch zu übernehmen.

3.1 Wandel der Absatzwege für Agrarprodukte

Die geschilderten strukturellen Veränderungen im Lebensmittelhandel und in der Ernährungsindustrie haben die Absatzwege für Agrarprodukte einer weitgehenden Umgestaltung unterzogen. Der früher auf den landwirtschaftlichen Warenmärkten dominierende Fachgroßhandel - sei er nun einzelwirtschaftlich oder genossenschaftlich - sieht sich einer völlig veränderten Marktlage gegenüber. Die traditionellen Abnehmer auf der Einzelhandelsstufe - die ungebundenen Lebensmittelgeschäfte - sind von leistungsfähigeren Handelsgruppen weitgehend aus dem Markt verdrängt. Die klassische Arbeitsteilung des Fachgroßhandels: Erfassungs- bzw. Versandhandel auf dem flachen Land - Empfangs- bzw. Platzhandel an den großen Marktorten, ist von einer Neuverteilung der absatzwirtschaftlichen Funktionen zwischen den Produzenten und den großen Handelsgruppen abgelöst worden (vgl. SCHMITT, 29 !).

Diese Funktionsneuordnung ist eine Folge der zunehmenden zentralen Warendisposition der

1) Deutsches Tiefkühlinstitut (50) und Presseberichte ("FAZ" vom 24.3.71; 18.1., 29.2., 30.3. und 15.4.1972; "Handelsblatt" 7./8.1., 29.2., 15. und 16.3.1972; "Der Volkswirt" Nr. 16 v. 17.4.1970).

Großbetriebs- und Kooperationsformen des Lebensmittelhandels auch im Bereich der landwirtschaftlichen Frischprodukte. Neue Bedürfnisse einer Gruppe von Marktteilnehmern stellen jedoch an die bisherigen Träger der Absatzfunktionen neue Anforderungen. Offensichtlich sind zahlreiche Unternehmen vor allem des einzelwirtschaftlichen Fachgroßhandels – als Beispiele seien die Sparten Viehhandel, Fleischgroßhandel und Früchtegroßhandel aufgeführt – den veränderten Bedingungen nicht gewachsen, wie die seit Jahren rückläufige Zahl der selbständigen Händler in diesen Branchen beweist.

Die auf den Agrarmärkten eingetretenen Veränderungen seien am Beispiel des Vieh- und Fleischmarktes näher erläutert.

Beispiel: Wandel der Schlachtvieh- und Fleischvermarktung

Der tiefgreifende Strukturwandel auf dem Vieh- und Fleischmarkt, den vor allem BÖCKENHOFF (8, 9) ausführlich untersucht hat, erhielt seine Impulse von einigen grundlegenden technischen und organisatorischen Veränderungen in Verarbeitung und Vertrieb.

Einer der wichtigsten Faktoren war hierbei die zunehmende Verlagerung der Schlachtungen von den Verbrauchszentren in die Erzeugergebiete. Rinder und vor allem Schweine wurden in steigendem Maße von Versandschlachtereien und Fleischfabriken in den Überschussgebieten geschlachtet und in Form von Hälften bzw. Vierteln und Verarbeitungsware den großen Bedarfszentren zugeführt.

Eine weitere einschneidende Veränderung auf dem Vieh- und Fleischmarkt – die ebenfalls eine ganze Reihe von Folgerungen nach sich zog – war die Aufnahme von Frischfleisch in das Sortiment des allgemeinen Lebensmittelhandels.

Während das Fleischerhandwerk 1960 noch mit 77 % am gesamten Absatz von Fleisch und Fleischwaren auf der Einzelhandelsstufe beteiligt war, ging dieser Anteil bis 1968 auf 62 % zurück. Demgegenüber haben die Großbetriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels – hier vor allem die Warenhäuser und Verbrauchermärkte – und besonders die Einkaufsgenossenschaften und Ketten einen zunehmenden Anteil an der Versorgung der Verbraucher übernommen (vgl. BATZER – GREIPL – LAUMER – MEYERHÖFER, 5, S. 137 f.).

Am Fall der Fleischvermarktung läßt sich das durch die neuen Bedürfnisse der Großbetriebs- und Kooperationsformen des Lebensmittelhandels sowie durch neue technologische Möglichkeiten in Verarbeitung und Vertrieb ausgelöste Zuordnungsproblem der absatzwirtschaftlichen Funktionen gut demonstrieren. Die Aufteilung der Schlacht- und Verarbeitungsfunktionen auf dem Vieh- und Fleischmarkt auf die drei potentiellen Träger Genossenschaften, Fleischwarenindustrie und Lebensmittelhandel ist noch nicht abgeschlossen. Offenbar stellt die Zusammenarbeit zwischen den Versandschlachtereien bzw. Fleischwarenfabriken und den Großeinkaufseinrichtungen des Lebensmittelhandels schwierige Koordinierungsaufgaben. Nach langem Zögern hat sich beispielsweise die Edeka-Handelsgruppe zum Aufbau eigener Fleischwarenfabriken entschlossen 1) und folgt damit dem Beispiel der Unternehmensgruppe co op, die zu den größten Fleischwarenprominenten der Bundesrepublik gehört.

Andere Gruppen des Lebensmittelhandels haben bisher diesen Schritt noch nicht getan. Damit bieten sich weiterhin Chancen für ein erfolgreiches Vorgehen von Versandschlachtereien und Fleischwarenfabriken am Markt: Den Bedarf der Einkaufsvereinigungen und Großbetriebsformen des Handels an Frischfleisch und Fleischwaren in qualitativer und quantitativer Hinsicht und in direkter Geschäftsbeziehung zu decken.

1) "FAZ" vom 14.6.1972.

3.2 Die landwirtschaftliche Angebotsstruktur

Die neuen Bedingungen auf den Agrar- und Lebensmittelmärkten der Bundesrepublik zwingen auch die landwirtschaftlichen Erzeuger zu Anpassungsmaßnahmen, wenn sie nicht Marktanteile an ausländische Konkurrenten abtreten wollen (vgl. HOTTELMANN, 23, S. 91 ff !).

Alle Maßnahmen zur Koordination des landwirtschaftlichen Angebots haben vorläufig von der Gegebenheit der kleinbetrieblichen Produktionsstruktur der westdeutschen Landwirtschaft auszugehen, an der sich trotz aller agrarstrukturellen Verbesserungen in der Nachkriegszeit nichts Grundlegendes geändert hat. Die in den folgenden beiden Tabellen zusammengestellten Zahlen unterstreichen diese Aussage nachhaltig.

Die Tabelle 1 gibt massenstatistische Daten für die westdeutsche Landwirtschaft wieder, die den Ernteerhebungen und Viehzählungen des Statistischen Bundesamtes sowie der EWG-Strukturerhebung in der Landwirtschaft entstammen. In der Tabelle 2 sind Ergebnisse einer Stichprobenerhebung von landwirtschaftlichen Betriebsleitern aus 100 Landgemeinden des Bundesgebietes zusammengestellt, die DIRKSMEYER (12) kürzlich durchgeführt hat.

Beim Vergleich der Befragungsergebnisse mit den massenstatistischen Daten ist zu beachten, daß erstere aus einer relativ kleinen Stichprobe stammen; insbesondere können die erhobenen Zucker- rübenverkaufsmengen von nur 40 Betrieben nicht als repräsentativ gelten. Aufschlußreich ist jedoch die bei einigen Erzeugnissen große Differenz zwischen produzierenden und verkaufenden Betrieben, ein Zeichen der starken innerbetrieblichen Verwendung der pflanzlichen Erzeugung sowie der Selbstversorgung mit tierischen Produkten. Die an sich schon niedrigen Jahresverkaufsmengen erfahren eine weitere Stückelung durch verschiedene Sorten und Reifetermine bei Getreide und Kartoffeln bzw. durch die einzelnen Mastperioden bei Schlachtvieh.

Eine Anpassung der Produktionsstruktur der Landwirtschaft an die quantitative Nachfrage der Verarbeitungs- und Handelsbetriebe ist weder im Rahmen unserer Wirtschaftsordnung praktikabel noch ist sie ökonomisch sinnvoll. Die Aufgaben einer landwirtschaftlichen Absatzwirtschaft bestehen daher in der Ausrichtung der einzelbetrieblichen Erzeugung auf die Anforderungen des Lebensmittelmarktes, um die Spannungen zwischen Angebot und Nachfrage im Sinne SCHÄFER'S (28) auszugleichen.

3.3 Konzentration des landwirtschaftlichen Angebots durch horizontale und vertikale

Koordination

Die wachsende Bedeutung der absatzwirtschaftlichen Funktionen im Bereich zwischen der landwirtschaftlichen Erzeugung und der Lebensmittelnachfrage der Konsumenten wirft die Frage auf, ob einige dieser Aufgaben von den landwirtschaftlichen Erzeugern bzw. deren Zusammenschlüssen mit übernommen werden können.

Vom Extremfall des Erzeuger - Verbraucher - Direktabsatzes abgesehen, werden sich die absatzwirtschaftlichen Aktivitäten der Landwirtschaft in den meisten Fällen darauf beschränken, das Angebot in quantitativer und qualitativer Hinsicht so weit aufzubereiten, daß unter Verzicht auf eine Zwischenhandelsstufe mit einem Marktpartner der Ernährungsindustrie bzw. des Lebensmittelhandels in direkte Geschäftsbeziehung getreten werden kann.

Zum Aufbau solcher vertikalen und horizontalen Koordinationssysteme hat THIMM (34) eine Reihe von Vorschlägen unterbreitet. Dabei ging er von der kleinbetrieblichen Struktur der westdeutschen Landwirtschaft aus, die bei den vier untersuchten Erzeugnissen: Qualitätsweizen, Speisekartoffeln, Schlachtschweinen und Eiern im allgemeinen nur kleine Produktionsmengen je Betrieb erbringen kann. So werden Anbaugemeinschaften von 12 bzw. 20 Betrieben mit 24 bzw. 50 ha Anbaufläche für die Speisekartoffel- und Qualitätsweizenerzeugung konzipiert. Diese lasten zwar Spezialmaschinen für Anbau und Ernte, aber keine Lagerhäuser aus. Hierzu

Tabelle 1: Erntemengen und Tierbestände je anbauender Betrieb bzw. je Tierhalter in der Bundesrepublik Deutschland

Erntemengen (Ø 1966/67) und anbauende Betriebe (WJ 1966/67)			
	Erntemengen 1000 t	Betriebe 1000	Menge/Betrieb t
Getreide	16 426	1 064	15,4
Kartoffeln	20 067	1 004	20,0
Zuckerrüben	13 082	167	78,3
Viehbestände u. Viehhalter (Dez. 1970)			
	Bestände 1000 Stk.	Halter 1000	Tier/Halter Stk.
Rindvieh	14 026	843	16,6
Schweine	20 969	1 028	20,4
Hühner	98 600	1 305	75,6

Quelle: BMELF (45, errechnet aus Tab. 103, 109, 153, 157, 162, 165)

Tabelle 2: Durchschnittliche Jahresverkaufsmengen und Partiegrößen bei ausgewählten Produkten in 381 landwirtschaftlichen Betrieben der BRD - Befragungszeitraum: Wirtschaftsjahr 1969/70

	Betriebe mit <u>Erzeugung</u>	Betriebe mit Verkauf	Jahresver- kaufsmengen	Partie- größen
	Anzahl		t bzw. Stk. Vieh	
Getreide	338	126	18,2	2,9
Kartoffeln	238	81	19,3	4,4
Zuckerrüben	40	40	237,2	-
Milch	278	267	31,2	-
Kälber	-	179	4,9	-
Mastrinder	-	265	5,4	1,2
Mastschweine	305	250	27,9	4,0

Quelle: DIRKSMEYER (12, S. 162 ff.)

ist die Zusammenarbeit von mehreren Anbaugemeinschaften erforderlich (THIMM, 34, S. 55 ff und S. 67 ff).

Ähnliche Modelle werden für die horizontale und vertikale Koordination des Absatzes bei der Schweine- und Eierproduktion entwickelt. Im Bereich der Schlachtschweinerzeugung sind beispielsweise Gemeinschaften (Kontrollringe) von 10 Ferkelerzeugern und 50 - 100 Mästern mit einer Jahresproduktion von 5 000 Schweinen vorgesehen. Zur Auslastung einer Versandschlachtereier müsste sich jedoch eine Arbeitsgemeinschaft von 10 solcher kleinen Erzeugergemeinschaften zusammenfinden (THIMM, a.a.O., S. 109 ff).

Durch das 1969 erlassene Marktstrukturgesetz¹⁾ erfuhr dieses Grundprinzip der Verknüpfung von horizontalem Erzeugerzusammenschluß und vertikaler Bindung an Verarbeitungs- und Handelsunternehmen eine staatliche Förderung (vgl. GOEMAN - v. GRUBEN - SOTZECK, 16 !). Allerdings liegen die geforderten Mindestproduktionsmengen erheblich über den von THIMM vorgeschlagenen Schwellen.

Bisher ist die Erfolgsbilanz des Marktstrukturgesetzes im Ganzen gesehen jedoch noch bescheiden. Ende 1971 bestanden im Bundesgebiet knapp 460 anerkannte Erzeugergemeinschaften, von denen nach Erhebungen des Bundesverbandes der Raiffeisen-Warengenossenschaften rd. 330 (also 72 %) auf Initiative der Genossenschaften - durch Umbildung oder Neugründung - entstanden sind (48). Zum gleichen Zeitpunkt waren insgesamt sieben Vereinigungen von Erzeugergemeinschaften anerkannt.

Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, daß alle Neuerungen eine gewisse Anlaufphase zu überwinden haben. In der Tat wurden 70 % der Ende 1971 ermittelten Erzeugergemeinschaften erst im Verlauf des vergangenen Jahres anerkannt. Wie der Agrarbericht 1972 vermerkt (43, S. 59), liegen zahlreiche Neuanträge auf Anerkennung vor. Hinter den Gesamtzahlen für das Bundesgebiet verbirgt sich auch, daß in einigen Regionen und in einigen Produktionsbereichen (z.B. Qualitätsweizen in Schleswig-Holstein, Ferkel und Schlachtschweine in Nordwestdeutschland) Erzeugergemeinschaften bereits einen erheblichen Teil zum Marktangebot beitragen (43, Materialband, Tab. 96).

Die wesentlichen Aufgaben der Erzeugergemeinschaften im Rahmen einer landwirtschaftlichen Absatzwirtschaft liegen in der Einflußnahme auf die Produktionsbedingungen der Mitgliedsbetriebe. Die Verwendung von einheitlichen Sorten und Zuchtmaterial und die bindende Einhaltung gemeinsamer Erzeugungsrichtlinien bieten die einzige Möglichkeit, auch bei zersplitterter Produktionsstruktur zu einem zusammenfaßbaren Angebot zu kommen.

Von entscheidender Bedeutung ist aber, ob es gelingt, eine Einbindung dieser horizontalen Erzeugerzusammenschlüsse in den modernen Lebensmittelmarkt zu erreichen. Damit ist die Verknüpfung des Produktionsbereichs der Landwirtschaft mit leistungsfähigen Vermarktungssystemen gemeint, die in der Lage sind, einerseits den Strom der Informationen von den großen verbrauchernahen Handelsgruppen bis zur landwirtschaftlichen Erzeugungsstufe zu leiten, andererseits den Fluß der Ware über die einzelnen Verarbeitungs- und Handelsstufen den Anforderungen des Handels entsprechend zu rationalisieren.

Ziel solcher koordinierten Absatzsysteme müßte es sein, das aus zahlreichen kleinen Produktionseinheiten stammende Agrarangebot auf die Ebene zumindest der regionalen, möglichst aber auch der zentralen Großeinkaufseinrichtungen des Lebensmittelhandels zu transponieren. Hierfür sind Organisationsstrukturen notwendig, die im genossenschaftlichen Bereich schon vorgebildet sind.

1) Gesetz zur Anpassung der landwirtschaftlichen Erzeugung an die Erfordernisse des Marktes (Marktstrukturgesetz). BGBl. I, S. 423.

Zur Exemplifizierung dieser Aussagen soll ein von uns untersuchter Fall eines mehrstufigen Absatzsystems für die Schlachtvieh- und Fleischvermarktung dienen.

4 Vertikale Koordination beim Schlachtviehabsatz – eine Fallstudie aus Mittelhessen 1)

Das vorliegende Beispiel, eine von der Erzeugung bis in die Einzelhandelsstufe reichende Vermarktungskette, weist eine Reihe von Eigentümlichkeiten auf, die nur durch die spezifischen sektoralen und regionalen Gegebenheiten erklärbar sind.

4.1 Sektorale und regionale Rahmenbedingungen

Als sektorale Rahmenbedingung ist hierbei der Wandel in der Schlachtviehvermarktung aufzufassen. Das Aufkommen des Fleischversands hat dazu geführt, daß die Versorgung der großen Verbrauchsplätze im Westen des Bundesgebietes in zunehmendem Maße durch die nordwestdeutschen Versandschlachtereien erfolgt. Dadurch sind die hessischen Schweineproduzenten in den Konkurrenzbereich von Erzeugern gelangt, die infolge niedriger Futtermittelpreise, besserer Produktionstechnik und nunmehr auch kostengünstiger Vermarktung ihre Hälften auf dem Frankfurter Fleischmarkt zu relativ niedrigen Preisen anbieten können.

Die regionalen Besonderheiten des Einzugsgebietes – der hessische Vogelsberg mit seinen nordöstlichen, westlichen und südwestlichen Hanglagen einschließlich der angrenzenden Wetterau – haben Zielsetzung und organisatorischen Aufbau des Vermarktungssystems maßgeblich bestimmt.

Der Vogelsberg ist eine typische Mittelgebirgslage mit noch relativ hohem landwirtschaftlichen Bevölkerungsanteil, relativ geringer Industrialisierung und dementsprechend verlangsamter agrarstruktureller Anpassung. Die landwirtschaftlichen Produktionsbedingungen sind durch einen hohen Grünlandanteil gekennzeichnet, der aber selbst in den höchstgelegenen Lagen den Ackerbau nicht ganz zu verdrängen vermag. Daraus resultiert eine starke Rindviehhaltung, die vornehmlich der Milcherzeugung dient. Etwa die Hälfte der anfallenden Kälber wird jedoch zur Mast aufgestellt. Der Getreide- und Kartoffelbau auf den Ackerflächen bildet die Grundlage für eine ausgedehnte Schweinehaltung.

Bei stagnierender Bevölkerungsentwicklung im Vogelsberg und gleichzeitig zunehmender agrarischer Produktion – vor allem in der Milch- und Schlachtvieherzeugung – fallen zwangsläufig Überschüsse an. Das natürliche Absatzgebiet für Vogelsberger Überschüsse ist aber das Rhein-Main-Gebiet mit dem expandierenden Wirtschaftsraum Frankfurt.

4.2 Zielsetzung und organisatorischer Aufbau der vertikalen Vermarktungskette

Die geschilderte regionale Marktconstellation machte sich schon Anfang der 60er Jahre in rückläufigen Erzeugerpreisen, vor allem für die lebend in den Frankfurter Raum vermarkteten Schlachtschweine bemerkbar. In dieser Situation beschloß eine Gruppe Vogelsberger Bauern durch Übernahme eines kleineren Verarbeitungsbetriebes im Vogelsberg nebst Verkaufsstand in der Frankfurter Kleinmarkthalle selbst in den Vermarktungssektor vorzustoßen.

Es zeigte sich jedoch bald, daß sich der Wunsch der Erzeuger nach höheren Auszahlungspreisen nur verwirklichen läßt, wenn sämtliche Rationalisierungsreserven im ganzen Bereich der Schlachtviehvermarktung ausgeschöpft werden. Infolgedessen wurde unter starker finanzieller Beteiligung der Bäuerlichen Hauptgenossenschaft (BHG) Frankfurt eine mehrstufige Vermarktungskette aufgebaut: das Mastvieh der Mitgliedsbetriebe wird durch eine genossenschaftliche Unternehmensgruppe

1) Der folgenden Darstellung liegt eine Untersuchung des Verfassers (6) aus den Jahren 1967 und 1968 zugrunde, die durch eine Nacherhebung von HEIM (19) im Winter 1971/72 ergänzt wurde.

geschlachtet, verarbeitet und verkauft. Die Konsequenz dieser speziellen Zielsetzung ist aber, daß eine Aufstockung der Bestände in Mitgliedsbetrieben bzw. Aufnahme von neuen Mitgliedern nur möglich ist, wenn zusätzliche Marktanteile auf der Verarbeitungs- und Einzelhandelsstufe gewonnen werden.

Nach einigen Umgruppierungen erhielt das Verbundsystem den folgenden organisatorischen Aufbau:

Die bäuerlichen Erzeuger sind in einer Schlachtviehverwertungsgenossenschaft zusammengefaßt, die inzwischen als Erzeugergemeinschaft anerkannt wurde und die mit der Bäuerlichen Absatz-Zentrale (BAZ) Frankfurt über Gesellschaftsvertrag verbunden ist. Die Tätigkeit der BAZ innerhalb des Unternehmensverbundes erstreckt sich auf die Erfassung und die Schlachtung des Viehs der Mitgliedsbetriebe. Die Schlachtungen werden auf den kommunalen Schlachthöfen in Alsfeld, Frankfurt und Wiesbaden durchgeführt.

Im Rahmen der Bäuerlichen Absatz-Zentrale ist die Hauptgenossenschaft Frankfurt als zweiter Gesellschafter vertraglich gehalten, die Schlachtkörper zu übernehmen und zu verwerten. Zu diesem Zweck hat sich die BHG drei Fleischwarenfabriken in Frankfurt und Wiesbaden nebst zugehörigem Filialnetz als Tochtergesellschaften angegliedert.

Die gesamte Verarbeitungskapazität beträgt gegenwärtig 35 000 Schweine und 2 000 Stück Großvieh jährlich. Die Produktion - ein normales Metzgerladenprogramm mit einigen Spezialitäten - wird zu 50 % über eigene Filialen vertrieben und zu 50 % an den Lebensmittelhandel abgesetzt. Besonders enge Geschäftsbeziehungen bestehen dabei zur Edeka (hier werden die Fleischabteilungen in zwei Supermärkten bewirtschaftet) und zur Spar-Einkaufsorganisation.

Das Schaubild 2 gibt einen Überblick über den vertikalen Aufbau des Verbundsystems. Das untersuchte Beispiel ist hier einem Stufenmodell einer spezialisierten und vollkoordinierten Schlachtschweinerzeugung und -vermarktung gegenübergestellt, welches WEIERS (38, S. 43 ff) kürzlich anhand von Untersuchungen in Großbritannien beschrieben hat. Wie aus dem Schema ersichtlich, ist im vorliegenden Fall der BAZ/BHG die Arbeitsteilung im Vermarktungsbereich weit fortgeschritten. Im Produktionsbereich sind dagegen erst Ansätze zu einer Trennung von Ferkelerzeuger- und Mastbetrieben vorhanden; die Leitung des Verbundsystems ist bemüht, eine spezialisierte Ferkelerzeugung im Untersuchungsgebiet aufzubauen. Ein Übergang zur Hybridzucht, wie im Modell gezeigt, ist zunächst noch nicht vorgesehen.

4.3 Leistungen und Probleme des Absatzsystems

Eine Beurteilung der Leistungen der Vermarktungsorganisation hat von der ursprünglichen Zielsetzung, nämlich von der Sicherung eines möglichst hohen Auszahlungspreises an die Mitgliedsbetriebe auszugehen.

Bei unseren Erhebungen Ende 1967 (6) und Anfang 1972 (19) haben wir sowohl rund 220 Mitgliedsbetriebe der Erzeugergemeinschaft als auch eine Vergleichsgruppe von knapp 110 Betrieben aus denselben Gemeinden nach ihren durchschnittlichen Verkaufserlösen für Schlachtschweine befragt. Die Ergebnisse sind in der Tabelle 3 zusammengestellt.

Das Abrechnungsverfahren der Bäuerlichen Absatz-Zentrale ist an die Preisentwicklung auf dem Frankfurter Lebendviehmarkt gebunden. Die Schlachtkörper werden in fünf Qualitätsklassen eingeteilt, für die Preisabschläge von der Höchstnotiz festgesetzt sind; die Auszahlungspreise werden in Schlachtgewicht umgerechnet. Diese Abrechnung wurde in der Tabelle 3 (2. Zeile) nachvollzogen und stimmt mit den von den Mitgliedsbetrieben bei der Befragung genannten Preisen gut überein.

Der in der Tabelle zum Ausdruck kommende Preisrückgang ist eine Folge der zyklischen Preisschwankungen auf dem Schweinemarkt sowie der inzwischen erfolgten EWG-Getreidepreissenkung.

Schweineerzeugung und-absatz in mehrstufiger Organisation

Modellaufbau

Beispiel BAZ/BHG

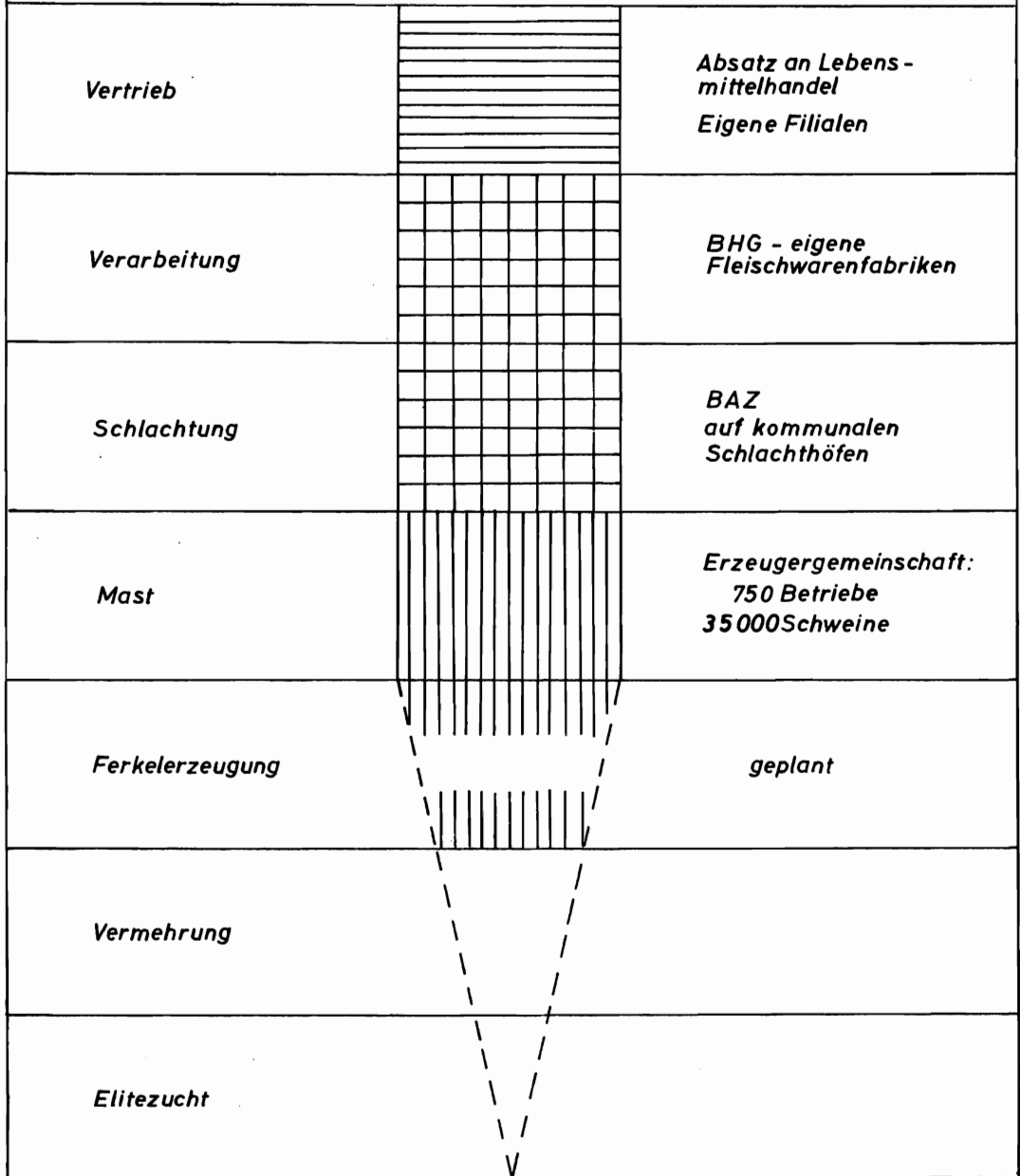


Tabelle 3: Verkaufserlöse für Schweine in den befragten Betrieben des Vogelsberges im Vergleich zu den amtl. Notierungen am Frankfurter Schlachtviehmarkt 1966 und 1971

	1966	1971	Differ. 1971/1966
	DM/100 kg Lebendgew.		%
Höchstnotierung Frankfurt Schweine, Klasse c	326,7	273,8	- 16,2
Rechn. Auszahlungspreis BAZ	309,9	251,1	- 19,0
Angaben der Mitgliedsbetriebe	301,4	247,1	- 18,0
Angaben der Vergleichsbetriebe	272,6	251,9	- 7,6

Quelle: Marktberichte und Befragungsergebnisse (6, 19)
Zahl der befragten Mitgliedsbetriebe 1967: 225; 1972: 222
Zahl der befragten Vergleichsbetriebe 1967: 107; 1972: 105.

Entscheidend ist jedoch, daß der Preisvorsprung der Mitgliedsbetriebe, der im Jahresdurchschnitt 1966 etwa 10 % betrug, bei der zweiten Befragung für 1971 nicht mehr nachzuweisen ist.

Die Ursache hierfür liegt – wie sich bei der Befragung herausstellte – in der veränderten Absatzstruktur der Vergleichsbetriebe. Während 1967 61 % der Vergleichsbetriebe angaben, ihre Schlachtschweine überwiegend an den Viehhandel abzusetzen und nur 29 % vorwiegend an die Metzger, hatte sich dieses Ergebnis bei der zweiten Befragung derselben Betriebe in diesem Frühjahr umgekehrt. Gegenwärtig liefern 70 % der Vergleichsbetriebe überwiegend an die örtlichen Metzger und nur noch 24 % verkaufen ihre Schweine lebend auf den Schlachtviehmärkten außerhalb des Vogelsberg-Gebietes.

Durch die Aktivität der Bäuerlichen Absatz-Zentrale – jährlich werden etwa 20 000 Schweine aus dem engeren Vogelsberggebiet herausgeschafft – hat sich offenbar die lokale Nachfrage so weit stabilisiert, daß das örtliche Preisniveau im Vergleich zum Frankfurter Markt beträchtlich gestiegen ist. Hinzu kommt, daß die Verwertung der Schlachtschweine über die kurzen Absatzwege im Bundesdurchschnitt generell etwas günstiger ist 1), da die Metzger – ausreichende Wettbewerbsverhältnisse vorausgesetzt – einen Teil der eingesparten Vermarktungskosten an die Erzeuger weitergeben. Ferner sind die zyklischen Preisausschläge erfahrungsgemäß auf den lokalen Märkten nicht so hoch wie auf den großen Handelsplätzen, in die bei Preisverfall die übergebetlichen Überschüsse drängen.

Offensichtlich sind aber im vorliegenden Fall die Rationalisierungsmöglichkeiten im Bereich der Schlachtung und Verarbeitung weitgehend ausgeschöpft. Die nach Aufbau der Vermarktungsorganisation anstehende Aufgabe der generellen Verbesserung der Erzeugungsleistung ist bisher nur für den Bereich der Qualitätserzeugung gelöst, nach wie vor wird aber zumindest im Vogelsberg, dem Haupteinzugsgebiet der Bäuerlichen Absatz-Zentrale, die Schweinemast in zu kleinen Beständen und nahezu vollständig auf der wirtschaftseigenen Futtergrundlage betrieben.

1) 1970/71 wurden bei Verkäufen an die Metzger 234 DM/dz LG Schwein gegenüber 229 DM im Ø aller Lebendviehabsatzwege erzielt (BMELF, 46).

Somit wird das Mißverhältnis zwischen einem schlagkräftigen Absatzsystem und einer weitgehend rückständigen Erzeugung vorläufig bestehen bleiben. Natürlicher Standort und Betriebsgrößenstruktur prädestinieren die Milchviehhaltung als führenden Betriebszweig im Vogelsberg, die Veredlung der Ackerfrüchte über die Schweinemast dient darüber hinaus der notwendigen Erhöhung der Arbeitseinkommen.

Das Management der Vermarktungsorganisation hat aus dieser Situation die nötigen Konsequenzen gezogen und strebt neben der Konzentrierung von Schlachtung und Verarbeitung im Rhein-Main-Gebiet auch eine Schwerpunktverlagerung der Erzeugung an. Denkbar wäre eine längerfristige Politik des Verbundsystems, innerhalb der angeschlossenen landwirtschaftlichen Betriebe zu einer regionalen Arbeitsteilung zu kommen, indem die Ferkelerzeugung in die kleinen und grünlandstarken Betriebe des Vogelsbergs verlegt wird, während die Mast bevorzugt in den größeren und auch für den Futtermittelzukauf frachtgünstig gelegenen Betrieben der Wetterau und des Rhein-Main-Raumes betrieben wird.

5 Schlußfolgerungen

Die zunehmende Konzentration im Lebensmittelhandel und in der Ernährungsindustrie verstärkt die Nachfrage nach großhandels- und großverarbeitbaren Partien von Agrarprodukten. Aus der gegebenen kleinbetrieblichen Struktur der Landwirtschaft in der Bundesrepublik resultiert somit die Notwendigkeit der Zusammenfassung und Aufbereitung des einzelbetrieblichen Angebots. Die Ausrichtung der Erzeugung auf die Markterfordernisse muß jedoch auf der Produktionsstufe beginnen.

Aus dieser Sicht erscheinen die Erzeugergemeinschaften des Marktstrukturgesetzes, denen die Einhaltung gemeinsamer Erzeugungsregeln bindend und gemeinsames Anbieten grundsätzlich vorgeschrieben ist, als geeignete Instrumente zur Koordination des landwirtschaftlichen Angebots (HAUSMANN, 18). Die den Erzeugergemeinschaften gegebene Einflußnahme auf die Produktion geht wesentlich über die Möglichkeiten von einzelwirtschaftlichen Erfassungsunternehmen und auch der traditionellen Genossenschaften hinaus (FRAGNER, 14, S. 65 ff).

Die Bemühungen der Erzeugergemeinschaften um eine marktgerechte Produktgestaltung bedürfen der Ergänzung durch eine adäquate Wahl der Absatzwege. Die landwirtschaftlichen Erzeuger müssen sich als Anfangsglieder der Vermarktungsketten für die einzelnen Produkte begreifen, die bei der Beschaffung der Produktionsmittel für die Agrarerzeugung beginnen und auf den Regalen der Supermärkte enden, wo über den Produktionserfolg oder -mißerfolg entschieden wird (vgl. auch STRECKER - ROLLER - SAFT - SCHUCH, 33 !).

Aus dieser an der Konzeption "Nahrungswirtschaft" orientierten Auffassung über die Stellung der Agrarproduktion im modernen Lebensmittelmarkt ergibt sich die Forderung nach einer funktionalen Eingliederung der Erzeugergemeinschaften in vertikale Vermarktungssysteme. Dadurch würden im Rahmen eines koordinierten Agrarmarketings mehrstufig aufgebaute Gruppen entstehen, die sich als Partner der großen Handelsgruppen am Markt behaupten könnten. Die Bemühungen der Genossenschaften, das Instrument der Erzeugergemeinschaften in ihr Organisationssystem einzubauen (48; vgl. auch FRAGNER, 14 !), können als Schritte in dieser Richtung gedeutet werden.

Vertikale Koordination zwischen den Marktstufen bringt vor allem beim Auftreten monopolistischer Tendenzen die Gefahr von Wettbewerbsbeschränkungen mit sich, worauf SCHMITT (30) hingewiesen hat. Das Beispiel des Lebensmittelhandels zeigt aber, daß gerade die Entstehung der großen Handelsgruppen die "Erstarrungstendenzen des Wettbewerbs" (WOLL, 41, S. 48 ff) beseitigt hat. Im Fall des Agrarmarktes mit seinen zahlreichen konkurrierenden Absatzkanälen für die einzelnen Erzeugnisse, die sich in unterschiedlichem Maße für eine vertragliche Absatzbindung eignen (vgl. SCHOPEN, 31; v. OPPEN, 27), erscheint eine monopolartige Zusammenfassung des Gesamtangebots allerdings sehr unwahrscheinlich. Vielmehr würde hier schlagkräfti-

gen vertikalen Verbundsystemen die Aufgabe zukommen, die "Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs" im Sinne KANTZENBACH's (24, S. 144 ff) zu verbessern.

Aus dem untersuchten Fall einer sich von der Erzeugung- bis in die Einzelhandelsstufe erstreckenden Schlachtvieh- und Fleischvermarktungskette lassen sich einige Richtlinien für den Aufbau solcher mehrstufiger Absatzorganisationen ableiten:

1. Die Bindung der Agrarproduktion an die natürlichen und ökonomischen Standortfaktoren ist eine Grundgegebenheit der landwirtschaftlichen Absatzwirtschaft. Die regionalen Produktionsbedingungen müssen daher eine ausreichende Basis für die Vermarktungseinrichtungen gewährleisten.
2. Vertikale Koordinationssysteme für den Agrarabsatz dienen der Zusammenfassung des Angebots und kommen somit in erster Linie für die übergebietliche Vermarktung in Frage. Die Mitglieder der Erzeugerzusammenschlüsse sollten daher größere Produktionseinheiten besitzen, die für den Direktabsatz auf den lokalen Märkten weniger geeignet sind.
3. Bei mehrstufigen Vermarktungseinrichtungen, die unter Einschluß von Verarbeitungsprozessen bis an die Einzelhandelsstufe herangeführt werden, übersteigt der notwendige Einsatz von Kapital und Management in der Regel die Möglichkeiten der landwirtschaftlichen Erzeuger. Auf eine finanzielle Beteiligung der Erzeugergruppen an "ihren" Absatzunternehmen sollte jedoch nicht verzichtet werden.
4. Für die gegenseitige Beeinflussung und Abstimmung der einzelnen Stufen des Verbundes müssen geeignete Kommunikationssysteme aufgebaut werden. Diese sollten der marktnahen Führungsspitze die erforderlichen Einflußmöglichkeiten geben, gleichzeitig eine Rückkoppelung der Informationen von den Erzeugern her gewährleisten.
5. Eine einheitliche Unternehmensstrategie muß entwickelt werden, mit der sich alle Mitglieder des Verbundsystems identifizieren können. Daraus müßte ein gemeinsames "Gruppenbewußtsein" entstehen. Dieses wird jedoch nur Bestand haben, wenn die Aufteilung von Leistungserstellung und -vergütung auf die einzelnen Stufen des Verbundes funktionell und dynamisch erfolgt.

Wie jeder Einzelfall aus der Wirtschaftswirklichkeit unterliegt auch dieser ganz bestimmten Voraussetzungen und Gegebenheiten, die bei einer Übertragung auf andere Regionen und Märkte zu beachten sind. Der exemplarische Wert des vorgeführten Beispiels wird davon jedoch nicht berührt.

Mit den Möglichkeiten und Grenzen der vertikalen und horizontalen Koordination auf zwei weiteren Agramärkten (Eier und Geflügel) befaßt sich der folgende Beitrag von HÜLSEMEYER zu dieser Tagung.

Literatur

- 1 ARNDT, H. u. G. OLLENBURG: Begriff und Arten der Konzentration. In: Die Konzentration in der Wirtschaft. (Schriften des Vereins für Sozialpolitik, N.F. Bd. 20/1) 2. Auflage, Berlin 1971.
- 2 BATZER, E. u. M. ELI: Der deutsche Agrarmarkt. Der Absatz landwirtschaftlicher Produkte in der Bundesrepublik Deutschland. Ein Kompendium. Frankfurt/M. 1970.
- 3 BATZER, E., M. ELI, H. LAUMER: Der funktionelle Nahrungsmittelgroßhandel und die Großverbraucher landwirtschaftlicher Produkte in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Untersuchung über Struktur, Unternehmensformen, Bezugswege und Einkaufspolitik. Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, Abt. Handel, München 1965.
- 4 BATZER, E., R. GEML, E. GREIPL: Die Nahrungsmitteldistribution in Westeuropa. Erster Teilband. (Struktur und Wachstum, Reihe Absatzwirtschaft, Heft 4) Berlin-München 1971.
- 5 BATZER, E., E. GREIPL, H. LAUMER, W. MEYERHÖFER unter Mitarbeit von R. GEML: Marktstrukturen und Wettbewerbsverhältnisse im Einzelhandel. (Struktur und Wachstum, Reihe Absatzwirtschaft, Heft 3) Berlin-München 1971.
- 6 BESCH, M.: Spezielle Formen der Zusammenarbeit zwischen der Landwirtschaft und ihren Marktpartnern. Beispiel Schlachtschweine. In: Arbeitsteilung und Konzentration in der Nahrungswirtschaft und ihre Auswirkungen auf die sozialökonomische Struktur der Landwirtschaft. (Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie, Nr. 198) Bonn 1968.
- 7 BITTERMANN, E.: Neuberechnung des Erzeugeranteils an den Verbraucherausgaben für Nahrungsmittel. In: Agrarwirtschaft, Jg. 19 (1970), S. 95 - 100 und S. 241 - 242. Hannover.
- 8 BÖCKENHOFF, E.: Marktstruktur und Preisbildung bei Schlachtvieh und Fleisch in der Bundesrepublik Deutschland. (Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik u. Agrarsoziologie, Nr. 166) Bonn 1966.
- 9 BÖCKENHOFF, E.: Wandlungen auf dem Gebiete der Vermarktung von Schlachtvieh und Fleisch. In: Entwicklungstendenzen in der Produktion und im Absatz tierischer Erzeugnisse. (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues, Bd. 7) München-Basel-Wien 1970.
- 10 BOMBACH, G.: Der Strukturbegriff in der Ökonomie. In: Strukturwandlungen einer wachsenden Wirtschaft. (Schriften des Vereins für Sozialpolitik, N.F., Bd. 30/1) Berlin 1964.
- 11 ELI, M.: Die Nachfragekonzentration im Nahrungsmittelhandel - Ausmaß, Organisation und Auswirkungen. (Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, Nr. 67) Berlin-München 1968.
- 12 DIRKSMEYER, W.: Erfassung von Marktangebot und Marktverhalten landwirtschaftlicher Voll-, Zu- und Nebenerwerbsbetriebe. Diss., Gießen 1972.
- 13 FACKLER, R.: Konzentration und Kooperation im Handel mit frischem Obst und Gemüse. Eine quantitative Analyse der Warenströme vom Erzeuger zum Verbraucher für die Bundesrepublik Deutschland. (Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie, Nr. 203) Bonn 1969.
- 14 FRAGNER, H.: Genossenschaften und Erzeugergemeinschaften im Agrarbereich. Diss., Gießen 1969.

- 15 GERL, F.: Konzentrationserscheinungen in den der Landwirtschaft vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen. In: Konzentration und Spezialisierung in der Landwirtschaft. (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues, Bd. 2) München-Basel-Wien 1965.
- 16 GOEMAN, D., H. v. GRUBEN u. M. SOTZECK: Marktstrukturgesetz und Absatzfondsgesetz, zwei neue Initiativen zur Ausrichtung der deutschen Agrarmarktpolitik. "Berichte über Landwirtschaft", N.F., Bd. 47, 1969, S. 283 ff.
- 17 GOLLNICK, H. u. P. MACIEJ: Die Projektion der Nachfrage nach Nahrungsmitteln in der Bundesrepublik Deutschland bis 1965, 1970 und 1975. "Agrarwirtschaft", Jg. 14 (1965), H. 2.
- 18 HAUSMANN, F.B.: Erzeugergemeinschaften als absatzpolitisches Instrument. "Agrarwirtschaft", Jg. 17 (1968) S. 135 ff.
- 19 HEIM, N.: Auswirkungen überbetrieblicher Bindungen im Absatzbereich auf die sozial-ökonomischen Entscheidungen landwirtschaftlicher Betriebsleiter in einer hessischen Mittelgebirgslage (Vogelsberggebiet). Diplom-Arbeit, Gießen 1972.
- 20 HEIN, G.: Die Tiefkühlwirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland. "Die Ernährungswirtschaft", 17. Jg. (1970), H. 3.
- 21 HEINICKE, B.: Nahrungs- und Genußmittelindustrie. (Struktur und Wachstum, Reihe Industrie, H. 4) Berlin-München 1964.
- 22 HOPPE, E.: Das künftige Wachstum der deutschen Ernährungsindustrie. "Die Ernährungswirtschaft", Jg. 14 (1967), H. 11.
- 23 HOTTELMANN, F.W.: Umsatzanteile in- und ausländischer Nahrungsmittel in Großbetriebsformen und Zusammenschlüssen des Lebensmitteleinzelhandels. Diss., Bonn 1968.
- 24 KANTZENBACH, E.: Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. (Wirtschaftspolitische Studien, H. 1) Göttingen 1967 (2. Auflage).
- 25 KHADEMADAM, N.: Auswirkungen von Strukturänderungen der Endnachfrage nach Nahrungsgütern auf den Bereich der Nahrungswirtschaft. Diss., Gießen 1972.
- 26 NIEHANS, J.: Strukturwandlungen als Wachstumsprobleme. In: Strukturwandlungen einer wachsenden Wirtschaft. (Schriften des Vereins für Sozialpolitik, N.F., Bd. 30/1) Berlin 1964.
- 27 OPPEN, M.v.: Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung vertraglicher Regelungen beim Absatz landwirtschaftlicher Produkte. Eine marktwirtschaftliche Untersuchung. Braunschweig-Völkenrode 1968.
- 28 SCHÄFER, E.: Artikel "Absatzwirtschaft" im Handbuch der Wirtschaftswissenschaften, Bd. 1, Köln und Opladen 1966.
- 29 SCHMITT, G.: Strukturwandlungen: Erscheinungsformen, Antriebskräfte, Konsequenzen und Probleme. In: Konzentration und Spezialisierung in der Landwirtschaft. (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues, Bd. 2) München-Basel-Wien 1965.
- 30 SCHMITT, G.: Erzeugergemeinschaften im Lichte der Preistheorie. "Agrarwirtschaft", Jg. 15 (1966) S. 1 ff.
- 31 SCHOPEN, W.: Die vertikale Integration in der Landwirtschaft. (Landwirtschaft - Angewandte Wissenschaft, H. 125) Hilstrup 1966.

- 32 STAMER, H. u. R. WOLFRAM: Die Nachfrage nach Agrarprodukten - Elastizitäten und Entwicklungstendenzen. (Agrarpolitik und Marktwesen, H. 6) Hamburg u. Berlin 1965.
- 33 STRECKER, O., G. ROLLER, A. SAFT, W.H. SCHUCH: Die Landwirtschaft und ihre Marktpartner - Neue Formen der Zusammenarbeit. (Landwirtschaft - Angewandte Wissenschaft, H. 118) Hilstrup 1963.
- 34 THIMM, H.-U.: Koordination für den landwirtschaftlichen Absatz. Überbetriebliche Zusammenarbeit an praktischen Beispielen und Entwicklungstendenzen. (Agrarpolitik und Marktwesen, H. 7) Hamburg u. Berlin 1966.
- 35 THIMM, H.-U., M. BESCH u.M.: Die Nahrungswirtschaft. Zunehmende Verflechtung der Landwirtschaft mit vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen. (Agrarpolitik und Marktwesen, H. 12) Hamburg u. Berlin 1971.
- 36 TIETZ, B.: Konsument und Einzelhandel. Strukturwandlungen in der Bundesrepublik Deutschland von 1950 bis 1975. Frankfurt/M. 1966.
- 37 TIETZ, B.: Zukunftsaspekte für den Lebensmittelhandel. (Aktuelle Beiträge zur Markt- und Wettbewerbspolitik, 2) Hamburg 1969.
- 38 WEIERS, C.J. u. J. ANTONY: Integrationsformen in der britischen und niederländischen Schweinehaltung (KTBL-Manuskriptdruck, Nr. 31) Hilstrup 1971.
- 39 WÖHLKEN, E.: Die Nachfrage nach Nahrungsmitteln tierischer Herkunft unter dem Einfluß des Wirtschaftswachstums. In: Entwicklungstendenzen in der Produktion und im Absatz tierischer Erzeugnisse. (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues, Bd. 7) München-Basel-Wien 1970.
- 40 WÖLK, A.: Anforderungen des deutschen Einzelhandels an seine Lieferanten beim Führen landwirtschaftlicher Frisch- und Tiefkühlwaren. (Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie, Nr. 197) Bonn 1968.
- 41 WOLL, A.: Der Wettbewerb im Einzelhandel. Zur Dynamik der modernen Vertriebsformen. (Quaestiones oeconomicae, Bd. 2) Berlin 1964.

Statistische Quellen

- 42 Arbeitsgemeinschaft der Lebensmittel-Filialbetriebe: Die Entwicklung der Lebensmittel-filialbetriebe im Jahre 1968, 1969, 1970, 1971. Bonn o.J.
- 43 Agrarbericht 1972 der Bundesregierung und Materialband. Bundestagsdrucksache VI/3090. Bonn, 11.2.1972.
- 44 Bund deutscher Konsumgenossenschaften, Jahresbericht '68, '69, '70. Hamburg o.J.
- 45 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten: Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 1971. Bonn 1971.
- 46 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten: Landwirtschaftliche Erzeugerpreise, Zukaufpreise und Absatzwege. Wirtschaftsjahr 1970/71. Bonn 1971.
- 47 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten: Statistischer Monatsbericht, H. 2/1972, Bonn.
- 48 Bundesverband der Raiffeisen-Warengenossenschaften: Bericht über den Stand der Anwendung des Marktstrukturgesetzes in der BRD. Bonn-Bad-Godesberg, Mai 1972 (unveröffentl. Manuskript).

- 49 Deutscher Raiffeisenverband, 1970 Jahrbuch, 23. Jg., Bonn-Bad-Godesberg 1971.
- 50 Deutsches Tiefkühlinstitut Köln: Unterlagen zur Tiefkühlwirtschaft (unveröffentlichtes Datenmaterial).
- 51 EDEKA Handelsgruppe: Jahresbericht 1969, 1970, 1971. Hamburg o. J.
- 52 Hauptverband des Deutschen Lebensmittel-Einzelhandels: Der Deutsche Lebensmittel-Einzelhandel im Spiegel der Statistik. Wiesbaden, Mai 1972.
- 53 Institut für Selbstbedienung: Selbstbedienung und Supermarkt. Offizielle Zeitschrift des Instituts für Selbstbedienung, Köln.