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.

Zur Situation der deutschen Ernährungswirtschaft 1993

HEINZ WENDT

1 Rahmenbedingungen

Im Januar 1993 begann mit dem Gemeinsamen Binnenmarkt auch formal eine neue Ära in der EG, die schon seit längerem Entscheidungen und Veränderungen in der Wirtschaft entscheidend prägte. Entwicklungen in der deutschen Ernährungswirtschaft sind zunehmend unter europäischen Aspekten zu sehen und die Orientierung an administrativen Grenzen wird den tatsächlichen Marktgegebenheiten immer weniger gerecht[1]). Da bislang aber grenzüberschreitend keine ausreichende und vergleichbare Datenbasis vorliegt, um diesen Aufbruch nach Europa zu analysieren und zu dokumentieren, konzentrieren sich die folgenden Ausführungen vor allem auf Entwicklungen in Deutschland, die in starkem Maße von den Auswirkungen der Vereinigung Deutschlands geprägt wurden.

1.1 Beginn des Gemeinsamen Binnenmarktes

In den vergangenen Jahren waren die Aktivitäten in Wirtschaft, Politik und Verwaltung darauf gerichtet, den Herausforderungen gerecht zu werden, die aus dem Binnenmarktprogramm von 1985 und der formalen Verwirklichung des Gemeinsamen Binnenmarktes zum 1.Januar 1993 resultieren und die die Basis künftigen Handelns bestimmen. Von dem Vertrag von Maastricht werden weitere Impulse für die europäische Integration erwartet, wenngleich hier, wie z.B. die Turbulenzen im Europäischen Währungssystem jüngst belegen, noch erhebliche Hindernisse zu beseitigen und Rückschläge einzukalkulieren sind.

Von den im Weißbuch zur Vollendung des Binnenmarktes aus dem Jahr 1985 für notwendig erachteten Richtlinien sind zur Zeit ca. 95 % auf EG-Ebene verabschiedet (vgl. ED, Nr. 50 v. 6.5.1993). Die Umsetzung dieser Richtlinien in nationales Recht hinkt zwangsläufig hinterher und ist in den einzelnen Mitgliedstaaten in unterschiedlichem Ausmaß verwirklicht. Daß es bei der praktischen Umsetzung, wie z.B. im Falle der Vergabe und Kenntnis der Umsatzsteueridentifikationsnummern, zu Anlaufschwierigkeiten kam, ist für die betroffene Wirtschaft ärgerlich aber angesichts der Fülle neuer Regelungen nicht unbedingt überraschend. Kritischer ist dagegen zu beurteilen, daß die nationale Umsetzung und praktische Anwendung einzelner Regeln nicht immer den Intentionen des Gemeinsamen Binnenmarktes folgten, sondern alte Hemmnisse zumindest vorübergehend durch neue, ähnlich komplizierte Regelungen ersetzt wurden, z.B im Bereich der indirekten Steuern, und die Ausgestaltung und Umsetzung auch genutzt wurden, um vermeintliche nationale Interessen zu wahren, z.B. im Bereich von Kontrollmaßnahmen. Es bleibt abzuwarten, inwieweit sich daraus in Zukunft Wettbewerbsverzerrungen ergeben und ob es gelingt, ihnen Einhalt zu gebieten. Dieser Aspekt läßt erkennen, daß das Binnenmarktprogramm keine statische Angelegenheit ist, sondern fortlaufend zu überprüfen und den aktuellen Notwendigkeiten anzupassen ist. Die EG-Kommission hat hierfür ein "strategisches Programm zur Verwaltung und Weiterführung des Binnenmarktes vorgelegt" (vgl. Bundesratsdrucksache 478/93).

Die Unternehmen des Ernährungsgewerbes und des Lebensmittelhandels haben vielfältige Strategien zur Behauptung im Markt unter den Bedingungen des Binnenmarktes entwickelt. Die Ausweitung der Geschäftstätigkeit auf ausländische Märkte oder die europaweiten und nationalen Akquisitionen und Kooperationen – alle mit dem Ziel europaweiter Präsenz – zählen dazu ebenso wie die erfolgreiche Besetzung von Marktnischen, die im Rahmen von Euro-Strategien nur unzureichend abgedeckt werden können. Es wird interessant sein, weiter zu beobachten, unter welchen Bedingungen sich die Strategien im einzelnen längerfristig als erfolgreich erweisen.

Eine unmittelbare Auswirkung des Gemeinsamen Binnenmarktes, die insbesondere in der deutschen Öffentlichkeit Beachtung fand, ergab sich durch die Neuregelung des Bananenmarktes zum 1. Juli 1993[2]). Die vorher speziell für Deutschland geltenden Zollvergünstigungen beim Bananenimport aus dem Dollarraum wurden abgeschafft und eine Importabgabe von 100 ECU/t im Rahmen eines Kontingents von derzeit 2 Mill. t pro Jahr eingeführt. In den Rahmen dieses Kontingents fallen neben den sogenannten Dollarbananen oder Drittlandsbananen auch die zollfreien Importmengen aus herkömmlichen Lieferländern der EG unter den AKP-Ländern, die über die traditionellen Einfuhren aus diesen Ländern in Höhe von 857 700 t hinausgehen. Für Importe über dieses Kontingent hinaus werden Abgaben von 850 ECU/t bei Drittlandsimporten erhoben.

In Deutschland führte diese Neuregelung zu Preissteigerungen bei Bananen, wobei einmal die Weitergabe der Einfuhrabgaben eine Rolle spielte, aber auch die durch die Bananenmarktordnung vorgegebene Verteilung der Importkontingente auf einzelne Importeure, die in Deutschland zu Angebotsverknappungen und einschneidenden Umsatzverlusten bei Unternehmen des Fruchtgroßhandels führte. Die Marktlage wurde dabei durch die starke Marktstellung von Importeuren noch verschärft, die vor dem Hintergrund der Neuregelungen traditionelle Lieferbeziehungen zu anderen Fruchtgroßhändlern abbrachen und diese nicht mehr belieferten (vgl. u.a. LZ, Nr. 36 v. 10.9.1993). Gegen die Bananenmarktregelung eingeleitete juristische Schritte innerhalb der EG blieben bislang erfolglos. Eine abschließende juristische Beurteilung steht hier allerdings ebenso noch aus wie das Ergebnis einer Panel-Untersuchung im GATT, die auf Initiative von Exportländern der sogenannten Dollarbananen eingeleitet wurde.

1.2 Reform der Agrarpolitik und GATT-Verhandlungen

Wesentliche Veränderungen in den Rahmenbedingungen ergeben sich für die Ernährungswirtschaft auch aus der Reform der Agrarpolitik der Europäischen Gemeinschaft (vgl.

1) Beispiele dafür sind u.a. die Milch-Union Hocheifel, eine Genossenschaft mit Mitgliedern und Milchlieferungen aus Deutschland, Luxemburg und Belgien oder die Konditionsverhandlungen zwischen Industrie und Handel in einzelnen EG-Ländern, die mit dem Druckmittel der Marktstellung des Handels in anderen EG-Ländern geführt werden (vgl. LZ, Nr. 47 v. 20.11.1992).

2) VO(EWG), Nr. 404/93 v. 13.2.1993, ABIEG, Nr. L 47/1 v. 25.2. 1993.

z.B. MANEGOLD, 1993) sowie den GATT-Verhandlungen und den in diesem Zusammenhang erzielten Blair House-Beschlüssen. Die Auswirkungen in einzelnen Branchen sind dabei unterschiedlich, je nachdem, inwieweit sie vorher von den Regelungen beeinflußt worden sind. Veränderungen ergeben sich u.a. in folgenden Bereichen:

– Soweit der Absatz von Nahrungsmitteln durch EG-Maßnahmen gestützt wurde, z.B. durch Festlegung von Exporterstattungen über die Rohstoffinzidenz hinaus oder durch überhöht kalkulierte Verarbeitungsmargen im Rahmen der Preisstützung, und ein Abbau vorgesehen ist, ist tendenziell mit rückläufigem Absatz zu rechnen.

– Die Abhängigkeit von agrarpolitischen Beschlüssen nimmt tendenziell ab. Unternehmerisches Handeln und die Marktkräfte gewinnen auf den nationalen und internationalen Märkten mehr an Bedeutung, wobei nach PORTER (1990) Preisführerschaft oder Qualitätsführerschaft, z.B. über die Schaffung von Marken, angemessene Strategien in gesättigten Märkten darstellen.

– Die Rohstoffbeschaffung wird risikoreicher sowohl im Hinblick auf die benötigten Mengen als auch auf die Preise. Um diese Risiken zu mildern, werden Warenbörsen, vertragliche Regelungen und vertikale Integration an Bedeutung für das Marktgeschehen gewinnen.

1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen

Aus der Fülle rechtlicher Regelungen, die für die Ernährungswirtschaft Bedeutung haben, soll hier nur auf einige Aspekte eingegangen werden, die sich aus dem EG-Recht, aber auch aus nationalen Regelungen ergeben.

1.3.1 Lebensmittelrecht

Seit dem 1. Januar 1993 sind Lebensmittel, die in einem EG-Mitgliedstaat verkehrsfähig sind, in der Regel auch in anderen EG-Mitgliedsstaaten verkehrsfähig. Anstelle von umfassender Harmonisierung ist bei der Umsetzung des EG-Binnenmarktes vor allem auf das Prinzip der gegenseitigen Anerkennung nationaler Verkehrsfähigkeitsvorschriften gesetzt worden. Dies setzt eine ausreichende Produktkennzeichnung voraus, um die Verbraucher vor Irreführung und Täuschung zu schützen und lauteren Wettbewerb zu sichern[3]). Jeder Mitgliedsstaat ist darüber hinaus berechtigt, im Sinne eines Wettbewerbs der Systeme und unter Anwendung der optionellen Methode den Herstellern in seinem Land von den EG-Regeln abweichende Maßnahmen abzuverlangen (Umkehrdiskriminierung), solange dadurch nicht der freie Warenverkehr beeinträchtigt wird[4]).

Zu den zahlreichen Regelungen, die getroffen worden sind oder im Entwurf vorliegen, zählen u.a. der Vorschlag einer Kennzeichnungsrichtlinie für Lebensmittel mit Vorschriften über die quantitative Angabe von Zutaten und die Richtlinie zum Schutz von geographischen Bezeichnungen und Herkunftsbezeichnungen einschließlich der damit verbundenen Anmeldung von Gattungsbezeichnungen bei der EG-Kommission (VO(EWG), Nr. 208/92). Zu nennen ist auch die seit 1.7.93 in Deutschland geltende Änderung bei der Lebensmittelkennzeichnung, die an Stelle des bisherigen Mindesthaltbarkeitsdatums bei leichtverderblichen Lebensmitteln ein Verbrauchsdatum vorschreibt.

Zur Zeit werden auch die Vorschläge über Regelungen im Bereich von neuartigen Lebensmitteln einschließlich gentechnisch veränderter Lebensmittel und von Lebensmittelzusatzstoffen sowie im Bereich der Bestrahlung diskutiert. Umstritten ist hier insbesondere, ob und in welcher Form eine Kennzeichnung erfolgen soll und welches Beurteilungs- und Zulassungsverfahren bei neuartigen Lebensmitteln zur Anwendung kommen soll. Im Sinne der von der EG im Zusammenhang mit dem Gemeinsamen Binnenmarkt so in den Vordergrund gestellten Konsumentensouveränität müßte die Kennzeichnung obligatorisch sein. Ein Verzicht auf die obligatorische Kennzeichnung in den aufgeführten Fällen scheint auch unter Berücksichtigung der Beobachtung, daß durch ein Übermaß an oft nur schwer verständlichen Informationen beim Verbraucher eher Resignation eintritt und die gegebenen Informationen unzureichend oder gar nicht wahrgenommen werden, nicht überzeugend begründbar.

Für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft haben Regelungen im Bereich der Lebensmittelhygiene besondere Bedeutung. Die auf Harmonisierung zielenden vorgesehenen Regelungen machen das Inverkehrbringen von Produkten auf EG-Märkten (Milch und Fleisch), aber auch nationalen Märkten (Fleisch), von der Einhaltung und Kontrolle vorgegebener Standards abhängig. Um diese Standards zu erreichen und damit längerfristig Marktpräsenz zu sichern, sind oft Investitionen erforderlich. Im Hinblick auf regional begrenzte, kleinräumige Fleisch- und Fleischwarenmärkte können diese in Teilen als überzogen angesehen werden und kleine und mittlere Unternehmen in ihrer Existenz gefährden und damit gleichzeitig indirekt Einfluß auf die Entwicklung der Verarbeitungsstrukturen nehmen.

Zur Überwachung der lebensmittelrechtlichen Regelungen werden von der EG einheitliche Bedingungen unter Ausfüllung der seit 1989 vorliegenden Grundregelung angestrebt. Die Etablierung eines an ISO-Normen orientierten Qualitätssicherungssystems in allen Lebensmittel produzierenden Betrieben steht dabei im Mittelpunkt. Unabhängig davon, welchen Stellenwert diese Bestrebungen der EG letztendlich erhalten, sind die Unternehmen der Ernährungswirtschaft auch aus Eigeninteresse sicher gut beraten, wenn sie interne Qualitätssicherungssysteme implementieren. Zum einen können sie dadurch bessere Vorsorge vor Schäden durch fehlerhafte Produkte treffen und zum anderen läßt sich eine solche Maßnahme beim qualitätsbewußten, kritischen Kunden im Rahmen der Kommunikationspolitik nutzen.

1.3.2 Problem Verpackungsmüll

Das Problem des Verpackungsmülls, insbesondere von Verkaufsverpackungen, hat derzeit hohe Aktualität, weil der dazu aus Kreisen der Wirtschaft mit dem Dualen System Deutschland (DSD) entwickelte Lösungsansatz schon in der Anfangsphase zu scheitern droht. Hintergrund für das Entstehen des DSD ist die deutsche Verpackungsverordnung[5]). Sie ist seit dem 12.6.1991 in Kraft (BGBl I, Nr. 36 v. 20.6.1991). In der dritten Stufe sieht sie seit dem 1. Januar 1993 Verpflichtungen einzelner Wirtschaftsunternehmen zur Rücknahme, Verwertung sowie zur Pfanderhebung bei

3) Eine solche Kennzeichnung verursacht nicht nur Kosten bei den Herstellern sondern auch Kosten der Informationssammlung und -nutzung beim Verbraucher.

4) Zum Problem der Umkehrdiskriminierung siehe STREINZ (1991).

5) Zur Harmonisierung der Verpackungsregelungen innerhalb der EG hat die EG-Kommission 1992 auch einen Vorschlag unterbreitet.

Verkaufsverpackungen vor[6]). Von diesen Individualverpflichtungen kann die Wirtschaft befreit werden, wenn durch ein flächendeckendes System innerhalb von Zeiträumen, die durch die Verpackungsordnung gesetzt sind, bestimmte Quoten bei der Erfassung und stofflichen Verwertung erreicht werden. Nach langwierigen Diskussionen innerhalb der beteiligten Wirtschaftskreise wurde dazu das DSD geschaffen und fand durch die staatlichen Organe insoweit Anerkennung, als die Freistellung zunächst erteilt wurde.

Die Aufgabe des DSD ist die Organisation und Abwicklung von Erfassung, Sammlung, Sortierung und stofflicher Verwertung des Verpackungsmülls. Zur Finanzierung und als Zeichen der Aufgabenerfüllung dient der Grüne Punkt. Für die Benutzung des Grünen Punktes auf Verpackungen sollte eine Gebühr an das DSD bezahlt werden, die bis September nur nach dem Volumen der Verpackung gestaffelt war und seit 1. Oktober 1993 unter Berücksichtigung unterschiedlicher Verwertungskosten gestaffelt ist. Diese Kosten tragen über die Produktpreise die Verbraucher.

Von Anfang an hatte das DSD mit Problemen zu kämpfen. Erwähnt werden können u.a. die kurze Zeitspanne, die für die Implementierung des Systems zur Verfügung stand, oder verfassungsrechtliche und kartellrechtliche Bedenken. Auch wurde, wie jetzt erkennbar wird, der Grüne Punkt von Teilen der Wirtschaft benutzt, ohne dafür ausreichend zu bezahlen, so daß es bei offenbar unzulänglicher Vertragsgestaltung und Finanzkontrolle durch das DSD zu Liquiditätsengpässen kam, die nun das DSD gefährden. Diese Probleme sollten aber nicht darüber hinwegtäuschen, daß das DSD, bezogen auf die drei Ziele der Abfallpolitik – Vermeidung, Verwertung, Entsorgung -, das Schwergewicht vor allem auf die Verwertung und Entsorgung legt und zu wenig auf die Vermeidung. Dies ist neben dem nur schwer zu kontrollierenden Griff in die Taschen der Verbraucher ein wesentlicher Kritikpunkt am DSD. Die mehr am Verursacherprinzip orientierte Änderung der Gebühren ab Oktober 1993 hat diese Kritik zwar aufgegriffen, aber nur unzureichend beseitigt, weil sie nach wie vor zu undifferenziert gestaltet ist und die gesamtwirtschaftlichen Kosten unzureichend erfaßt. Deren Ermittlung ist allerdings im konkreten Fall auch schwierig, wie z.B. jüngste Versuche einer ökologischen Bewertung von Einweg- und Mehrwegverpackungen bei Getränken zeigen, die nach bisher vorliegenden Informationen nicht zu eindeutigen Ergebnissen hinsichtlich einer allgemeinen Vorteilhaftigkeit einer der beiden Möglichkeiten kommen (vgl. HB, Nr. 183 v. 22.9.1993). Ob und wie bei einem Scheitern des DSD die in der Verpackungsverordnung vorgesehenen Maßnahmen praktisch umgesetzt werden könnten, ist derzeit nicht erkennbar, da Alternativen zum DSD nicht entwickelt worden sind.

1.3.3 Wettbewerbsrecht

Nach zähen Verhandlungen wurde am 21.12.1989 im Ministerrat der EG Einigung über die "Verordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen" erzielt, die dann am 21.9.1990 in Kraft trat[7]). In Deutschland blickte man im August 1993 auf die Einführung der Fusionskontrolle mit der 2. Novelle des Kartellrechts im Jahre 1973 zurück. Die in den zurückliegenden Jahren gewonnenen Erfahrungen mögen auch erklären, warum der EG-Fusionskontrolle in Deutschland besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Bedenken werden insbesondere dahingehend geäußert, daß auf EG-Ebene wettbewerbsrechtliche und industriepolitische Betrachtung zu wenig scharf voneinander getrennt werden und im Zweifel industriepolitische Argumente die Entscheidungen beeinflussen (vgl. z.B. Monopolkommission, 1992; Sachverständigenrat, 1991; KRAKOWSKY, 1989). Durch den Vertrag von Maastricht würde ein solches Vorgehen noch erleichtert[8]). Um dies zu vermeiden wird für den Verfahrensgang der EG-Fusionskontrolle eine Trennung von wettbewerbspolitischer und industriepolitischer Beurteilung vorgeschlagen, wobei die wettbewerbspolitische Beurteilung durch ein europäisches Kartellamt erfolgen könnte (vgl. z.B. SCHMIDT, 1992; Monopolkommission, 1992). Angesichts der bislang geringen Erfahrungen mit der Anwendungspraxis der europäischen Fusionsregelung ist eine Beurteilung derzeit noch verfrüht.

Die deutsche Fusionskontrolle könnte aus den EG-Regelungen aber durchaus auch Anregungen erhalten (vgl.z.B. SCHMIDT, 1990). Dies gilt z.B. für eine Lockerung der Kopplung der Fusionskontrolle an das Marktbeherrschungskriterium im Sinne einer Aufrechterhaltung des Wettbewerbs und eine stärkere Berücksichtigung der Entwicklung des Wettbewerbs, wie sie u.a. durch größere Unternehmenseinheiten im europäischen Maßstab erreicht werden kann[9]).

Im Bereich des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) wird demnächst das Verbot der preisvergleichenden Werbung fallen. Hintergrund dafür ist ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EUGH) vom 18.Mai 1993, der in diesem Verbot eine Behinderung des freien Warenverkehrs sieht, die weder zum Schutz der Verbraucher noch des lauteren Wettbewerbs erforderlich sei (HB, Nr.182 v. 21.9.1993).

1.4 Wirtschaftliche Lage

In Deutschland wird die wirtschaftliche Situation in starkem Maße von den Anpassungsprozessen infolge der Vereinigung geprägt, die durch die wirtschaftliche Rezession noch erschwert werden. Die Wirtschaft in Deutschland befindet sich seit längerem in einem Konjunkturtal. In den Jahren 1990 und 1991 wurde dies zunächst noch durch wirtschaftliche Impulse im Gefolge der Vereinigung Deutschlands verdeckt, aber seit dem vergangenen Jahr ist die wirtschaftliche Rezession unverkennbar. Im Vorjahresvergleich ist das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in konstanten

6) Zu Einzelheiten der Verpackungsverordnung und ihrer Problematik gibt es eine Fülle von Informationen, vgl. u.a. PAFFENHOLZ, 1993 sowie ein Zeitgespräch mit STROETMANN et. al.

7) (VO (EWG), Nr. 4064/89 v. 21.12.1989, ABIEG, Nr. L 395 v. 30. 12. 1989.

8) "Während Art. 3 Ziff. I EWGV geltende Fassung die Errichtung eines Systems vorsieht, "das den Wettbewerb innerhalb des Gemeinsamen Marktes vor Verfälschungen schützt" - und damit das Wettbewerbsprinzip zum Grundpfeiler der Europäischen Wirtschaftsordnung macht - beabsichtigt Art. 3. Ziff. I EWGV neue Fassung ausdrücklich "die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Industrie der Gemeinschaft". Damit werden in Art. 3. EWGV neue Fassung das Wettbewerbsprinzip und das als Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Industrie der Gemeinschaft umschriebene Prinzip der Industriepolitik gleichgestellt, womit sich eine völlig neue Rechtslage ergibt" (SCHMIDT, 1992).

9) Dieser Aspekt wird auch in dem Minderheitsvotum eines Mitglieds der Monopolkommission im Gutachten zum Zusammenschlußvorhaben der BayWa AG mit der WLZ Raiffeisen AG deutlich (Monopolkommission, 1992b, S. 59 ff.).

Preisen seit dem Frühjahr 1992 nur geringfügig gestiegen und war im ersten Halbjahr des Jahres 1993 rückläufig (vgl. MÜLLER-KRUMHOLZ, 1993). Ein wirtschaftlicher Aufschwung ist derzeit zuverlässig nicht erkennbar. Die Stimmung in der Wirtschaft ist anhaltend unbefriedigend (vgl. ifo, 1993) und das Kostenmanagement tritt verstärkt in den Mittelpunkt wirtschaftlicher Überlegungen.

Bei einem ostdeutschen Anteil am realen Bruttoinlandsprodukt von 7,4 % (vgl. MÜLLER-KRUMHOLZ, 1993) ist die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland vor allem von den Veränderungen in Westdeutschland abhängig. Die Fortschritte beim tiefgreifenden Umbau der Wirtschaft in Ostdeutschland, wie sie z.B. in einer anhaltenden Erhöhung des realen BIP in Ostdeutschland zum Ausdruck kommen, werden in den Gesamtergebnissen verdeckt. Allerdings verlor die konjunkturelle Entwicklung in Ostdeutschland zuletzt etwas an Schwung.

Die gesamtwirtschaftlichen Nachfrageaggregate weisen unterschiedliche Entwicklungen in Ost- und Westdeutschland auf. Während zuletzt in Westdeutschland bis auf die Bauinvestitionen die übrigen Nachfragebereiche (Privater Verbrauch, Staatsverbrauch, Ausrüstungsinvestitionen, Außenbeitrag) real im Vorjahresvergleich schrumpften, konnten in Ostdeutschland real positive Wachstumsraten erreicht werden, wenn auch mit großen Unterschieden in den einzelnen Verwendungsbereichen.

Die wirtschaftliche Entwicklung der Ernährungswirtschaft ist im wesentlichen vom Privaten Verbrauch abhängig (vgl. DIW, 1992). Ausgehend von einem niedrigen Niveau von 11 700 DM je Einwohner im Jahr 1991 (Westdeutschland: 22 200 DM; vgl. ESSIG und STROHM, 1993) erhöhte sich der Private Verbrauch in Ostdeutschland nominal im Vorjahresvergleich fortlaufend in allen Quartalen und erreichte im Jahr 1992 mit 13 700 DM fast 60 % (1991: 53 %) des Niveaus in Westdeutschland. Das Wachstum war hier verhalten bzw. in einigen Quartalen auch rückläufig und führte zu einem ausgesprochen mäßigen Konsumklima (vgl. HB, Nr. 141, v. 26.7.1993), dessen Auswirkungen auch die Ernährungswirtschaft spürte und noch spürt.

Die Preissteigerungsraten im Bereich der Lebenshaltung verharren im Vorjahresvergleich mit ca. 4 % in Westdeutschland und über 8 % in Ostdeutschland auf einem hohen Niveau. In Westdeutschland verteuerten sich u.a. die Dienstleistungen, Wohnungen und Kraftstoffe, während in Ostdeutschland die zweite Stufe der Mietanpassung eine große Rolle spielte. Die Entwicklung der Nahrungs- und Genußmittelpreise hatte dagegen in Deutschland insgesamt dämpfenden Einfluß auf die Preisentwicklung.

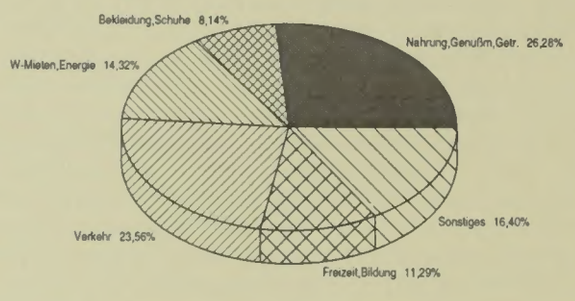
Die Bevölkerung in Deutschland nach dem Gebietsstand vom 3.10.1990 steigt seit Ende der achtziger Jahre wieder an. Anfang 1990 lag die Bevölkerungszahl für Gesamtdeutschland bei 79,0 Mill, davon 62,7 Mill. in der Bundesrepublik und 16,3 Mill. in der DDR. Seitdem ging die Bevölkerungszahl in Ostdeutschland zurück auf 15,8 Mill. und stieg in Westdeutschland auf 64,5 Mill. im Jahr 1992 an, was insgesamt einen Zuwachs von 1,3 Mill. Menschen ausmacht. Dieser hat seine Ursache in umfangreichen Zuwanderungen von Asylbewerbern und Aussiedlern nach Deutschland. Für Anfang 1993 wird die Bevölkerungszahl auf 81,0 Mill. geschätzt (vgl. SCHULZ, 1993).

Die Zahl der Erwerbspersonen in Deutschland wird für 1992 auf 38,8 Mill. geschätzt, gegenüber 39,1 Mill. 1991 (vgl. ESSIG und STROHM, 1993). Über die Beteiligung der Frauen am Erwerbsleben liegen keine aktuellen Angaben vor. Es ist aber anzunehmen, daß der in der Vergangenheit in der alten Bundesrepublik zu verzeichnende Trend einer verstärkten Beteiligung der Frauen am Erwerbsleben anhält. In Ostdeutschland war die Beteiligung der Frauen am Erwerbsleben ohnehin weit stärker verbreitet. Die Haushalte sind in Ostdeutschland mit durchschnittlich 2,38 Personen etwas größer als in Westdeutschland (2,25), aber der Anteil der Ein-Personen-Haushalte liegt mit ca. 35 % in Westdeutschland deutlich über dem ostdeutschen Wert (27,6 %; vgl. VOIT, 1993).

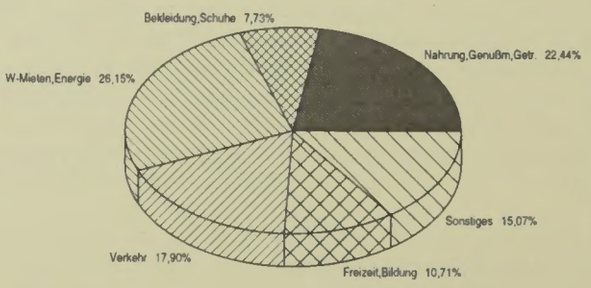
Die Struktur des Privaten Verbrauchs weist noch erhebliche Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland auf (vgl. Schaubild 1), wenn auch schon eine deutliche Angleichung zu verzeichnen ist. In Ostdeutschland haben die Nahrungsmittelausgaben und die Ausgaben für den Verkehr ein größeres, die Wohnungsmieten dagegen ein geringeres Gewicht als in Westdeutschland.

Struktur des Privaten Verbrauchs in Deutschland im Jahr 1992*

Neue Bundesländer
Privater Verbrauch insges. 2 969 DM je Monat



Alte Bundesländer
Privater Verbrauch insges. 3 978 DM je Monat



* Durchschnittliche monatliche Angaben des Vier-Personen-Arbeitnehmerhaushalts mit mittlerem Einkommen.

Quelle: Statist. Bundesamt: Wirtschaftsrechnungen.- Fachserie 15, Reihe 1.

Schaubild 1

2 Situation im Produzierenden Ernährungsgewerbe

Die Darstellung der Situation im Produzierenden Ernährungsgewerbe mit seinen 28 Branchen kann derzeit nur auf einer unzureichenden Datenbasis erfolgen. Die Verfügbarkeit von vergleichbaren oder einheitlichen Daten für Ost- und Westdeutschland hinkt der politischen Vereinigung weit hinterher[10]). Die folgenden Ausführungen beziehen sich daher, soweit sie auf amtlich ermittelten Daten beruhen, im wesentlichen auf Westdeutschland.

2.1 Ernährungsgewerbe insgesamt

Die wirtschaftliche Situation im Ernährungsgewerbe wird augenblicklich vor allem durch die konjunkturelle Flaute und gedämpfte Umsatzerwartungen geprägt.

Durch die Vereinigung war zunächst ein Nachfrageboom nach Westwaren in Ostdeutschland ausgelöst worden, an dem das westdeutsche Ernährungsgewerbe in erheblichem Umfang partizipierte. Bei nur unzulänglich ausgelasteten Kapazitäten in vielen Bereichen des westdeutschen Ernährungsgewerbes waren Produktionserhöhungen ohne größere Investitionen kurzfristig leicht möglich. Dies spiegelt sich in erheblichen realen Zuwachsraten beim Umsatz in den Jahren 1989 bis 1991 wider. Mit dem Abflauen der Sondereinflüsse folgte im Jahr 1992 eine Konsolidierung der Umsätze in Westdeutschland mit Zuwachsraten von nominal 3,4 und real 0,8 %. In diesen Angaben sind Verzerrungen enthalten, die sich z.B. daraus ergeben, daß landwirtschaftliche Rohstoffe aus Ostdeutschland in westdeutschen Unternehmen verarbeitet werden. Dies ist z.B. bei Zucker und Milch noch in größerem Umfang der Fall.

Für Ostdeutschland weisen die seit 1991 vorliegenden Daten des Ernährungsgewerbes insgesamt im Jahr 1992 ein nominales Umsatzwachstum von 2 % aus. Legt man ähnliche Preissteigerungsraten der industriellen Erzeugerpreise wie in Westdeutschland zugrunde, so verbleibt real eher ein leichter Rückgang. In dieser Entwicklung kommen Fortschritte beim Umbau und der Umstrukturierung des ostdeutschen Ernährungsgewerbes nur unzureichend zum Ausdruck. Gemessen an anderen Branchen konnte der Privatisierungsprozeß im Ernährungsgewerbe zügig umgesetzt und weitgehend abgeschlossen werden. Eine eigenständige Umstrukturierung gelang dabei nur in Ausnahmefällen. In erheblichem Umfang sind daran Unternehmen des westdeutschen Ernährungsgewerbes beteiligt, aber auch Unternehmen vor allem aus dem europäischen Ausland.

Bis die im Umstrukturierungsprozeß getätigten Investitionen sich auch in tatsächlichem Marktangebot auswirken, vergeht naturgemäß einige Zeit. Nimmt man als Indiz die Produktionsentwicklung, wie sie durch den Index der Nettoproduktion mit der Basis 2.Halbjahr 1990=100 dargestellt wird, so wurde das Ausgangsniveau im Jahr 1992 zwar noch nicht wieder erreicht, aber nach einem kräftigen Rückgang im Jahr 1991 folgte im Jahr 1992 eine deutliche Aufwärtsentwicklung. Diese setzte sich im bisherigen Verlauf des Jahres 1993 fort. In einigen Branchen, wie den Mahl- und Schälmühlen, der Herstellung von Teigwaren, Nährmitteln, Kartoffelerzeugnissen und Margarine, konnten sogar kräftige Zuwachsraten der Produktion gegenüber der Ausgangssituation erzielt werden. Dabei ist aber, wie bei Kartoffelerzeugnissen, die teilweise geringe Bedeutung zu beachten, die diese Produktgruppen vom Umfang her früher hatten.

Fortschritte der Umstrukturierung in Ostdeutschland werden auch hinsichtlich der Produktivität deutlich. Gemessen am Umsatz je geleisteter Arbeiterstunde wurden im Jahre 1991 in Ostdeutschland 35 % des Westniveaus erreicht, im Jahr 1992 waren es bereits 47 % und in den ersten fünf Monaten im Jahr 1993 lag das Verhältnis bei 55 %[11]).

Vor dem hier nur kurz angerissenen vielschichtigen Hintergrund können die Perspektiven des heutigen ostdeutschen Ernährungsgewerbes in weiten Bereichen durchaus optimistisch eingeschätzt werden. Vielfach werden auch mit staatlicher Unterstützung Investitionen in modernste Anlagen getätigt, die nach Fertigstellung eine kostengünstige und den Markterfordernissen gerecht werdende Produktion erlauben, die zunehmend auch Absatz in Westdeutschland und anderen europäischen Märkten finden wird. Mit dem Voranschreiten der wirtschaftlichen Umstrukturierung in den osteuropäischen Ländern dürften sich auch hier mittel- und längerfristig wieder gute Absatzmöglichkeiten für das ostdeutsche Ernährungsgewerbe bieten. Auch spektakuläre Rückschläge, wie z.B. bei der Sachsenmilch, ändern an dieser Einschätzung wenig. In manchen Bereichen ist es bereits zu einer Verlagerung der Produktion von West- nach Ostdeutschland gekommen. Der Einstieg bei ostdeutschen Unternehmen wird von westdeutschen Unternehmen darüber hinaus für den Eintritt in neue Marktsegmente genutzt und verstärkt hier den Wettbewerb[12]). Es wird interessant sein, zu beobachten, in welchem Maße die großbetriebliche Rohstoffproduktion in Ostdeutschland in Zukunft als wettbewerbsbestimmender Faktor Bedeutung erhält.

Neben den konjunkturellen und vereinigungsbedingten Einflüssen bestehen längerfristige Tendenzen fort. Hierzu zählt bei steigendem Wohlstand insbesondere der rückläufige Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel an den Gesamtausgaben der Verbraucher. Bei dem erreichten Sättigungsgrad des Lebensmittelkonsums sind die Verbraucherbedürfnisse und ihre Veränderungen wesentliche Determinanten für den Erfolg von Produkten und bewirken innerhalb des Nahrungsmittelsortiments differenzierte Entwicklungen. Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen Rezession haben die Produktpreise dabei sicher noch an Bedeutung gewonnen, aber auch ein starkes Qualitäts-, Gesundheits- und Umweltbewußtsein vieler Verbraucher, hohe Ansprüche an die Produktsicherheit und Convenience-Eigenschaften der Produkte sowie eine starke Genußorientierung, insbesondere im expandierenden Freizeitbereich, sind wesentliche derzeit wirkende Einflußfaktoren der Lebensmittelnachfrage.

---

10) Für Ostdeutschland liegen für das Produzierende Ernährungsgewerbe ab 1991 Angaben für den Index der Nettoproduktion für die vierstellige Untergliederung der Wirtschaftszweige (WZ) und für die Merkmale Beschäftigung, Umsatz und Betriebe nur für die zweistellige Untergliederung der WZ vor. Erst ab Januar 1993 gibt es auch für die vierstellige Untergliederung Angaben für Ostdeutschland; diese werden aber nicht separat, sondern nur für Gesamtdeutschland veröffentlicht. Vor diesem Hintergrund ist die Beurteilung von Entwicklungen im Vorjahresvergleich für Ostdeutschland seit einigen Jahren problematisch und mit großen Vorbehalten behaftet. Immerhin konnten für das Produzierende Ernährungsgewerbe in Westdeutschland die Daten für 1993 separat beschafft werden, so daß zumindest hier Entwicklungen auf der Basis fachlicher Betriebsteile dargestellt werden können. Die Zuordnung der Angaben für Betriebsteile erfolgt dabei entsprechend ihrer Produktion und nicht nach dem Schwerpunkt, gemessen an der Beschäftigtenzahl.

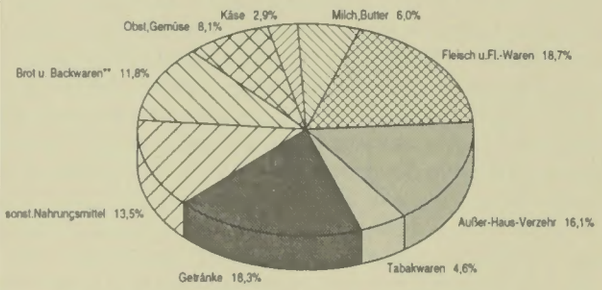
11) Diese Angaben beziehen sich auf die Erhebungseinheit Betrieb und nicht fachliche Betriebsteile.

12) Ein Beispiel ist die Milupa AG, die nach Übernahme der in Beelitz bei Berlin ansässigen Bekina Lebensmittel GmbH & Co KG nun im Markt für Baby-Gläschenkost, der bisher von Hipp und Alete dominiert wird, für Belebung sorgen will (vgl. LZ, Nr. 38 v. 24. 9. 1993).

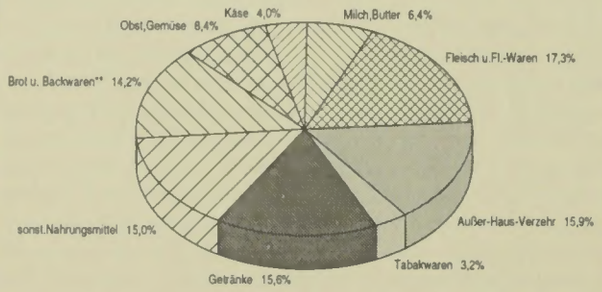
Die Struktur der Nahrungsmittelausgaben in den neuen und alten Bundesländern ist für größere Produktgruppen in Schaubild 2 dargestellt. Auf diesem Aggregationsniveau sind bemerkenswerte Unterschiede zwischen beiden Teilen Deutschlands erkennbar. Käse sowie Brot und Backwaren einschließlich Getreideerzeugnisse haben in Westdeutschland größere Bedeutung im Ausgabenbudget der Haushalte. Fleisch und Fleischwaren, Getränke sowie Tabakwaren haben in Ostdeutschland größeres Gewicht. Bei tieferer Produktaufgliederung erscheinen u.a. die geringere Bedeutung von Eiern, Kartoffelerzeugnissen und Mineralwasser sowie die größere Bedeutung von Margarine, feinen Backwaren und alkoholischen Getränken in Ostdeutschland besonders erwähnenswert.

Struktur der Ausgaben für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren in Deutschland im Jahr 1992*

Neue Bundesländer
Nahrungsmittel, Getränke und Tabak insges. 780 DM
(davon Nahrungsmittel 61,02 %)



Alte Bundesländer
Nahrungsmittel, Getränke und Tabak insges. 892 DM
(davon Nahrungsmittel 65,3 %)



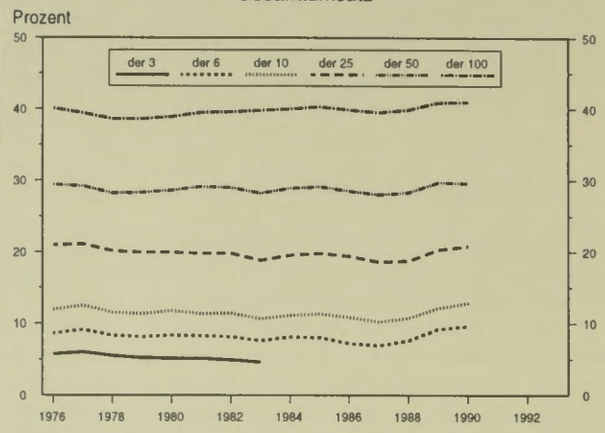
* Durchschnittliche monatliche Angaben des Vier-Personen-Arbeitnehmerhaushalts mit mittlerem Einkommen. – ** Einschl. Getreideerzeugnisse.

Quelle: Statist. Bundesamt: Wirtschaftsrechnungen.- Fachserie 15, Reihe 1.

Schaubild 2

Konzentration im Produzierenden Ernährungsgewerbe der BR Deutschland 1976-1990
– Alte Bundesländer –

Anteile ... umsatzgrößten Unternehmen am jeweiligen Gesamtumsatz



Anzahl der Unternehmen	3 768	3 792	3 602	3 533	3 447	3 413	3 735
Umsatz (Mrd.DM)	117,2	131,5	145,5	152,6	153,4	152,0	180,5
HH-Koeffiz.*	3,04	2,94	2,94	3,10	2,70	2,81	4,02
Var.-Koeffizient	3,23	3,19	3,10	...	2,88	2,93	3,74

* Herfindahl-Hirschmann Koeffizient.

Quelle: Statist. Bundesamt, Wiesbaden: Konzentrationsstatistische Daten für den Bergbau und im Verarbeitenden Gewerbe.- Fachserie 4, Reihe 4.2.3, versch. Jgg.

Schaubild 3

Die Bedeutung der Auslandsmärkte hat sich für das westdeutsche Ernährungsgewerbe in den vergangenen Jahren vor dem Hintergrund der Vereinigung Deutschlands etwas verringert. Die Exportquote, bezogen auf den Umsatz, lag im Jahr 1992 bei 9,5 % gegenüber 10,6 % im Jahr 1989. Dies deutet darauf hin, daß der Präsenz auf dem ostdeutschen Markt gegenüber der Belieferung von Auslandsmärkten zumindest vorübergehend Vorrang eingeräumt wurde.

Die Unternehmenskonzentration, dargestellt durch verschiedene Konzentrationsgrade, den Herfindahl-Hirschmann-Koeffizienten und den Variationskoeffizienten, ist im westdeutschen Ernährungsgewerbe nach wie vor im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen gering. Auch die Ausrichtung auf den Gemeinsamen Binnenmarkt führte insgesamt bis zum Jahr 1990 nicht zu einer aus dieser Statistik ableitbaren Konzentrationserhöhung (vgl. Schaubild 3). Für die Beurteilung der Konzentration auf einzelnen Märkten ist eine Abgrenzung nach Güterklassen zweckmäßig. Aus dem Bereich des Ernährungsgewerbes werden dabei 23 Güterklassen erfaßt[13]). Die Anbieterkonzentration

13) Im Jahr 1990: Mahl- und Schälmühlenerzeugnisse (Anteil der drei größten Anbieter am Produktionswert der Güterklasse (CR3) 28,4 %); Nährmittel (CR3 41,6 %); Stärke und Stärkeerzeugnisse (CR3 71,2 %); Backwaren (CR3 11,9 %); Zucker (CR3 59,5 %); Verarbeitetes Obst und Gemüse (CR3 14,6 %); Süßwaren (CR3 22,9 %); Milch und Milcherzeugnisse (CR3 8,8 %); Erzeugnisse der Ölmühlen (CR3 57,9 %); Margarine, Platten- und andere Nahrungsfette (CR3 76,4 %); Fleisch und Fleischerzeugnisse (CR3 13,3 %); Fisch und Fischerzeugnisse (CR3 32,5 %); Röstkaffee, bearbeiteter Tee und teeähnliche Erzeugnisse (CR3 37,5 %); Bier (CR3 13,4 %); Spirituosen (CR3 30,0 %); Trauben- und andere Weine (CR3 42,6 %); Tafelwässer und alkoholfreie Erfrischungsgetränke (CR3 9,7 %); Essig, Senf, Essenzen, Gewürze (CR3 26,8 %); Kartoffelerzeug-

kann in den vom Umsatz und der Wertschöpfung her bedeutenden Produktbereichen[14]) mit Ausnahme der Nährmittel als gering oder mäßig bezeichnet werden. Bemerkenswerte Veränderungen hat es im Zuckermarkt gegeben, wo der Anteil der drei größten Anbieter von etwas unter 45 % Anfang der achtziger Jahre auf fast 60 % im Jahr 1990 gestiegen ist.

Der Umstrukturierungsprozeß in den neuen Bundesländern wurde vom Kartellamt verfolgt und im Hinblick auf die Vereinbarkeit mit dem Kartellrecht überprüft. Dabei war das Kartellamt allerdings an die fusionsrechtliche Eingriffsschwelle gebunden, so daß die Hauptverantwortung für das Entstehen wettbewerblicher Strukturen bei der Treuhandanstalt lag. Beim Ernährungsgewerbe nahm das Kartellamt besonders in 3 Fällen Einfluß:

– Im Zuckerbereich wurde von der beabsichtigten konsortialen Übernahme der ostdeutschen Zuckerwirtschaft durch die führenden westdeutschen Hersteller auf Drängen des Kartellamtes abgesehen. Das dänische Unternehmen Danisco A/S engagierte sich als neuer Anbieter im deutschen Markt und übernahm neben den westdeutschen Herstellern Teile der ostdeutschen Zuckerwirtschaft.

– Die Schorfheider Fleischwerke in Eberswalde-Britz wurden aufgrund von Bedenken des Kartellamtes nicht von der Moksel AG übernommen, sondern von dem dänischen Mischkonzern The East Asiatic Company.

– Auch die Übernahme der Burger Knäcke GmbH durch die schweizerische Sandoz AG, der Muttergesellschaft des führenden deutschen Knäckebrotanbieters Wasa, scheiterte an Bedenken des Kartellamtes.

Impulse für eine Verstärkung des Wettbewerbs im deutschen Ernährungsgewerbe durch Markteintritte ausländischer Newcomer blieben aufgrund der geringen Zahl solcher Fälle begrenzt. Als Beispiel kann auf die Mehrheitsbeteiligung des niederländischen Nahrungsmittelkonzerns CSM N.V. an dem Teigwarenhersteller Möwe GmbH, Waren, hingewiesen werden.

2.2 Branchenentwicklungen

Die Entwicklung in den 28 Branchen des Produzierenden Ernährungsgewerbes ist für die alten Bundesländer in Übersicht 1 dargestellt und zeigt erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen. Bezieht man die Entwicklung der Erzeugerpreise des Produzierenden Ernährungsgewerbes mit ein, so verzeichneten viele Branchen reale Umsatzrückgänge im Jahr 1992. Im bisherigen Verlauf des Jahres 1993 verstärkten sich diese rückläufigen Tendenzen vielfach noch und weitere Branchen waren davon betroffen.

Vor dem Hintergrund erheblicher Überkapazitäten in West- aber auch in Ostdeutschland hat sich die Marktstruktur bei den Mahl- und Schälmühlen in den vergangenen Jahren erheblich verändert. Neben dem bisherigen Marktführer VK Mühlen AG bildeten sich zwei weitere größere Mühlengruppen. Das Kartellamt spricht in seinem Bericht 1991/92 von einem bundesweit führenden Oligopol, erwartet aber derzeit aufgrund der noch nicht abgeschlossenen Umstrukturierung der drei Gruppen noch wesentlichen Wettbewerb (vgl. Deutscher Bundestag, 1993).

Nachdem die Übernahme der Plange-Mühle in Hamburg durch den Marktführer VK-Mühlen AG durch ein vom Kartellamt erzwungenes Entflechtungsverfahren rückgängig gemacht worden war, ist unter Führung der Landwirtschaftlichen Rentenbank eine neue, bundesweit tätige Mühlengruppe entstanden, die auf den regionalen Märkten in Baden-Württemberg sowie Nord- und Nordostdeutschland eine starke Marktposition hat und bundesweit die drittgrößte Gruppierung darstellt. Im einzelnen sind dieser Gruppe neben der Plange-Mühle zuzurechnen: Stuttgarter Bäckermühlen AG, Bietigheim-Bissingen; Parkmühlen GmbH, Mannheim; Fetzer GmbH & Co., Sontheim a.d. Brenz; Diamalt GmbH & Co., München; Braunschweiger Mühlenwerke, Sickte; Mühlenwerke Mecklenburg-Vorpommern, Richtenberg; Strelow GmbH, Berlin.

Die zweitgrößte Mühlengruppe stellen die im Werhahn-Konzern unter der Werhahn-Mühlen OHG zusammengefaßten Mühlen dar. Neben den Mühlen im Raum Düsseldorf/Neuß und Mannheim zählen hierzu vor allem die neu erworbenen Mühle Rüningen AG in Braunschweig[15]), die die größte Mühle in Norddeutschland betreibt und eine Mühle in Magdeburg übernommen hat, sowie die Dresdner Mühlen GmbH. Insbesondere im Bereich der Vermahlung und des Vertriebs von Hartweizen konnte dadurch die führende Position (40 %) vor den VK Mühlen (30 %) erreicht werden. Der Wettbewerb ist nach Ansicht des Kartellamtes dennoch nicht gefährdet, da der größte Verbraucher von Hartweizengrieß, die Birkel-Sonnen-Bassermann GmbH, als Tochter des französischen Nahrungsmitelkonzerns BSN über gute Ausweichmöglichkeiten im Ausland verfügt.

Das Brot- und Backwarengewerbe in den alten Bundesländern, das nach den Brauereien mit fast 4,5 Mrd. DM die zweithöchste Bruttowertschöpfung innerhalb des Ernährungsgewerbes im Jahr 1991 erzielte, konnte sich bislang den allgemein rückläufigen Tendenzen erfolgreich widersetzen, obwohl der Verbrauch an Brot und Backwaren eher stagniert. Möglicherweise steht dies auch in Zusammenhang damit, daß die Produktionsentwicklung in den neuen Bundesländern, gemessen am Index der Nettoproduktion, seit 1991 unterhalb des Niveaus vom 2. Halbjahr 1990 stagniert und insofern die Versorgung durch Lieferungen aus den alten Bundesländern eine große Rolle spielt, zumal auch das Bäckerhandwerk in Ostdeutschland im Vergleich zu Westdeutschland eine geringere Bedeutung hat.

Die Expansion der Firma Wendeln durch Akquisitionen im Brot- und Kuchenbereich zum unangefochtenen Marktführer mit nationaler Distribution prägte die Entwicklung der Marktstruktur in den zurückliegenden Jahren. Der Umsatz von Wendeln, der im Jahr 1987 noch auf etwa 300 Mill. DM geschätzt wurde, wird zur Zeit auf ca. 1 Mrd. DM geschätzt (vgl. HB, Nr. 165 v. 27./28.8.1993). Die Weber-Gruppe (geschätzter Umsatz: ca. 500 Mill. DM), die Pain Jacquet/Rugenberger-Gruppe (ca. 370 Mill. DM), Harry-Brot (333 Mill. DM) und die Lieken-Urkorn-Gruppe (mehr als 300 Mill. DM) als nächstgrößere Unternehmen haben bislang regionale Schwerpunkte der Distribution, so daß der Kampf um Marktanteile vor allem in regionalen Teilmärkten und mit jeweils unterschiedlichen Unternehmen stattfindet.

Der von der Bedeutung her eher zu vernachlässigende Gewürzmarkt erregte unter zwei Aspekten Aufmerksamkeit: Zum einen zwang die bei Kartoffelchips festgestellte

nisse (CR3 47,2 %); Andere Erzeugnisse des Ernährungsgewerbes (CR3 34,9 %); Futtermittel (CR3 35,7 %); vgl. Monopolkommission, 1992a.

14) Hierzu zählen insbesondere Bier, Backwaren, Nährmittel, Milch und Milcherzeugnise, Süßwaren sowie Fleisch und Fleischerzeugnisse.

15) Im Falle der Mühle Rüningen handelt es sich um eine Mehrheitsbeteiligung.

Verunreinigung mit Salmonellen zu kostspieligen Rückholaktionen und führte zu Verunsicherungen beim Verbraucher, zum anderen geriet die Anbieterstruktur europaweit in Bewegung. Neu gegründet wurde ein Joint Venture European Spice Partners, an dem die niederländische Rabobank (25 %), der weltweit größte Gewürzanbieter McCormick (37,5 %) und der CPC-Konzern[16]) (37,5 %) beteiligt sind und das, vorbehaltlich der Zustimmung der Kartellbehörden, den deutschen Marktführer Ostmann übernehmen will. Darüber hinaus entwickelten auch der Ferruzzi-Konzern in Frankreich (Übernahme von Ducros) und der australische Konzern Burns Philip in den Niederlanden und England Akquisitionsaktivitäten (vgl. LZ, Nr. 37 v. 17.9.1993). Der Blick auf den europäischen Markt dürfte eine wesentliche Antriebsfeder für die Bildung größerer Unternehmenseinheiten sein, wobei auch unterschiedliche Regelungen hinsichtlich der Bestrahlung von Gewürzen in den EG-Ländern eine Rolle gespielt haben können.

Übersicht 1: **Beschäftigte, Umsatz und Exportquote der fachlichen Betriebsteile des Produzierenden Ernährungsgewerbes in Deutschland – Alte Bundesländer**[1]

Wirtschaftszweig (H. v. = Herstellung von)	Beschäftigte 1991	Beschäftigte 1992	Umsatz[2] 1991 Mill. DM	Umsatz[2] 1992 Mill. DM	Umsatz[2] 1992 gegen 1991 in %	Umsatz[2] 1.Hj.1993 gegen 1.Hj.1992 in %	Exportquote[3] 1991 %	Exportquote[3] 1992 %
Mahl- u. Schälmühlen	4 284	4 241	2 672,9	2 713,5	1,5	–1,7	11,4	11,1
Herstellung von (H.v.) Teigwaren	2 182	2 208	691,7	723,8	4,6	0,1	3,3	2,7
H. v. Nährmitteln	18 136	17 988	6 280,8	6 420,9	2,2	–1,6	13,4	14,5
H. v. Stärke u. Stärkeerzeugnissen	2 300	2 290	1 452,4	1 435,5	–1,2	–3,8	36,0	33,6
H. v. Kartoffelerzeugnissen a)	6 688	6 561	1 627,0	1 631,3	0,3	–7,9	11,0	11,1
H. v. Backwaren	83 888	84 858	9 016,8	9 522,7	5,6	3,4	3,3	3,1
H. v. Dauerbackwaren	17 367	17 276	3 611,4	3 687,3	2,1	1,4	13,3	13,6
Zuckerindustrie	8 548	8 460	5 239,0	6 305,6	20,4	–3,0	13,1	14,6
Obst- u. Gemüseverarbeitungsind. a)	22 295	21 926	9 485,4	9 532,0	0,5	–7,1	11,5	11,8
H. v. Süßwaren	45 151	42 570	14 009,7	14 380,0	2,6	1,4	10,1	11,0
Molkerei u. Käserei	29 743	29 865	20 592,0	21 547,9	4,6	0,1	12,9	12,9
H. v. Dauermilch, Schmelzkäse	10 359	10 005	6 855,1	6 824,1	–0,5	3,4	19,4	22,5
Ölmühlen, H. v. Speiseöl	2 290	2 292	3 405,6	3 611,5	6,0	(–)	28,0	27,5
H. v. Margarine	4 404	4 502	1 977,8	1 982,4	0,2	–4,1	3,7	4,0
Talgschmelzen, Schmalzsiedereien a)	613	568	188,2	181,4	–3,6	(–)	39,6	40,4
Schlachthäuser	17 041	16 937	10 279,3	10 144,9	–1,3	–9,2	5,6	5,1
Fleischwarenindustrie	42 836	42 072	12 830,1	13 384,8	4,3	–4,2	2,8	2,8
Fleischerei	18 308	18 259	3 937,8	3 935,8	–0,1	(–)	3,0	2,6
Fischverarbeitung a)	10 905	10 386	2 780,2	2 760,7	–0,7	–4,0	15,2	16,1
Verarbeitung v. Kaffee u. Tee	8 290	8 254	7 106,1	7 230,9	1,8	4,2	7,7	7,5
Brauerei	49 728	49 275	14 845,1	15 535,5	4,7	0,5	5,8	5,7
Mälzerei a)	1 123	1 091	1 103,4	1 075,8	–2,5	–13,0	16,4	16,4
Alkoholbrennerei a)	1 138	1 129	416,0	387,8	–6,8	–21,3	0,6	0,8
H. v. Spirituosen a)	5 782	5 677	5 738,7	5 637,9	–1,8	–1,5	1,8	2,4
Verarbeitung v. Wein	3 169	3 099	2 287,7	2 428,2	6,1	–4,4	1,9	1,9
Mineralbrunnen a)	23 806	23 925	8 240,1	8 621,4	4,6	3,1	1,4	1,0
Übriges Ernährungsgewerbe	19 453	19 829	5 618,1	5 968,4	6,2	–3,2	8,6	10,2
H. v. Futtermitteln a)	12 581	12 427	8 185,4	8 618,5	5,3	–1,6	9,0	12,4
Prod. Ernährungsgewerbe zus.	472 408	467 969	170 473,9	176 230,4	3,4	–1,3	9,1	9,5

[1] Ernährungsindustrie und Ernährungshandwerk; Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten bzw. bei mit a) gekennzeichneten Wirtschaftszweigen: 10 und mehr Beschäftigten. [2] Ohne MwSt. – [3] Auslandsumsatz in % des Gesamtumsatzes. – (–) keine Angaben verfügbar.

Quelle: Statist. Bundesamt, Wiesbaden, Fachserie 4, Reihe 4.1.1, versch. Jgg. sowie persönliche Mitteilung.

Die Molkereiwirtschaft befindet sich in einer Phase schwieriger Anpassungsprozesse. In den Haupterzeugungsländern der EG müssen die Verarbeitungskapazitäten den Absatzmöglichkeiten innerhalb der Gemeinschaft und im nicht subventionierten Drittlandsexport angepaßt werden. Infolge der Reform der Agrarpolitik und der im Rahmen der GATT-Verhandlungen getroffenen Vereinbarungen ist insbesondere im Bereich der Exporte mit erheblichen Rückgängen zu rechnen. Angesicht rückläufiger Absatzmöglichkeiten verschärfte sich der Wettbewerbsdruck auf den nationalen und internationalen Märkten. Die Molkereiunternehmen suchen strategische Antworten auf die Markterfordernisse in verschiedenen Bereichen. Rationalisierungsmaßnahmen zur Senkung der Kosten spielen dabei ebenso eine Rolle, wie die Neu- bzw. Weiterentwicklung nationaler und europäischer Marken und in starkem Maße auch nationale und grenzüberschreitende Fusionen, Kooperationen und Übernahmen.

Nicht allen Unternehmen gelang es, sich in dem härter werdenden Wettbewerb durch geeignete Maßnahmen zu behaupten. Sie gerieten in wirtschaftliche Schwierigkeiten, wie in Deutschland die Meierei-Gesellschaft Nordmark und jüngst die Südmilch AG, oder in Frankreich die Molkereigenossenschafts-Gruppe Union Laitière Normande.

Die Umstrukturierung der Molkereiwirtschaft in den neuen Bundesländern ist meist unter Beteiligung westdeutscher, aber auch europäischer Unternehmen und mit erheblicher staatlicher Unterstützung weit fortgeschritten, kann aber noch nicht als abgeschlossen angesehen werden. Bei stark rückläufigem Milchaufkommen sank die Zahl der

16) Zum CPC-Konzern gehören in Deutschland bereits der Gewürzanbieter Ubena, Knorr und neuerdings auch Pfanni (z.B. Kartoffelchips, Fertiggerichte).

Betriebsstätten von 264 im Jahr 1989 auf 64 im Jahr 1992 und die der Unternehmen von 119 auf 51 im gleichen Zeitraum. Unter dem Blickwinkel, die wirtschaftliche Entwicklung in den neuen Bundesländern voranzutreiben, verdient der künftige Umfang von Rohmilchtransporten aus den neuen Bundesländern nach Westdeutschland, aber auch den Niederlanden, Beachtung. Im Jahr 1992 wurden gut 12 % der Milch- und Rahmanlieferungen der ostdeutschen Erzeuger nicht in den neuen Ländern verarbeitet (vgl. Die Molkereizeitung WELT DER MILCH 47 (1993), Nr. 10, S. 414).

Während in den alten Bundesländern der Verbrauch alkoholischer Getränke stagniert bzw. leicht rückläufig ist, steigt der Verbrauch von alkoholfreien Getränken an. Insbesondere der Mineralwasserverbrauch, aber auch der Verbrauch an kalorienarmen Getränken und Sportlergetränken, weiten sich kontinuierlich aus (vgl. BREITENACHER, 1993). Im Bereich der alkoholfreien Getränke liegt der Verbrauch in den neuen Bundesländern noch erheblich unter dem in den alten Bundesländern, aber eine Annäherung der Trinkgewohnheiten ist unverkennbar.

Die Stagnation im Biermarkt hält seit längerem an und konnte auch durch Bemühungen um eine Neupositionierung von Bier als höherwertigem Genußmittel mit Premium-Qualität nicht überwunden werden. Profilierte Marken konnten sich gut im Markt behaupten. Auch die Produktinnovationen im Bereich der Leichtbiere und der alkoholfreien Biere finden immer mehr Akzeptanz (vgl. WANGEN, 1993). Als Absatzweg gewinnt der Lebensmittelhandel immer größere Bedeutung zu Lasten des Gastgewerbes. Nach erheblichen Produktionseinbußen nach der Vereinigung ist die Bierherstellung in den neuen Bundesländern inzwischen wieder deutlich gestiegen, wobei diese Entwicklung durch eine Rückbesinnung der Verbraucher auf heimische Produkte begünstigt wurde. Im Rahmen der Umstrukturierung konnten sich nur wenige selbständige mittelständische Brauereien in Ostdeutschland gegenüber dem Engagement westdeutscher Brauereien behaupten. Der Anbieterkreis im deutschen Biermarkt hat in jüngerer Zeit mit dem Erwerb deutscher Brauereien durch Brauereiunternehmen aus anderen Mitgliedstaaten der EG[17]) eine interessante, in diesem Markt bislang unbekannte Erweiterung erfahren. Auch die jüngst getroffenen Kooperationsvereinbarung zwischen der Stuttgarter Hofbräu Brauerei und der weltweit operierenden Heineken Brauerei aus den Niederlanden bestätigt das ausländische Interesse am deutschen Biermarkt. Es bleibt abzuwarten, ob und inwieweit sich hieraus auch Veränderungen im Markt ergeben

3 Tiefkühlkost

Nach wie vor im Trend der Verbrauchergunst liegt Tiefkühlkost. Der Gesamtabsatz von Tiefkühlkost ohne Geflügel und Eiskrem stieg nach Angaben des Deutschen Tiefkühlinstituts[18]) in Deutschland im Jahr 1992 mengenmäßig um 5,5 % auf fast 1,4 Mill. t und wertmäßig um 12,4 % auf 9,58 Mrd.. DM. Die infolge der Vereinigung Deutschlands 1990 und 1991 zu beobachtenden zweistelligen Zuwachsraten bei der Mengenentwicklung flachten damit deutlich ab.

Im europäischen Vergleich[19]) nimmt Deutschland beim Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlkost ohne Geflügel und Speiseeis mit 17,3 kg zur Zeit eine Mittelstellung ein (vgl. Schaubild 4). Außer in Dänemark, wo mit 35,5 kg das höchste Verbrauchsniveau in Europa zu verzeichnen ist, Norwegen, Finnland und der Schweiz setzte sich der Wachstumstrend der Vergangenheit beim Absatz und Verbrauch von Tiefkühlkost in den übrigen erfaßten Ländern im Jahr 1992 fort, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß.

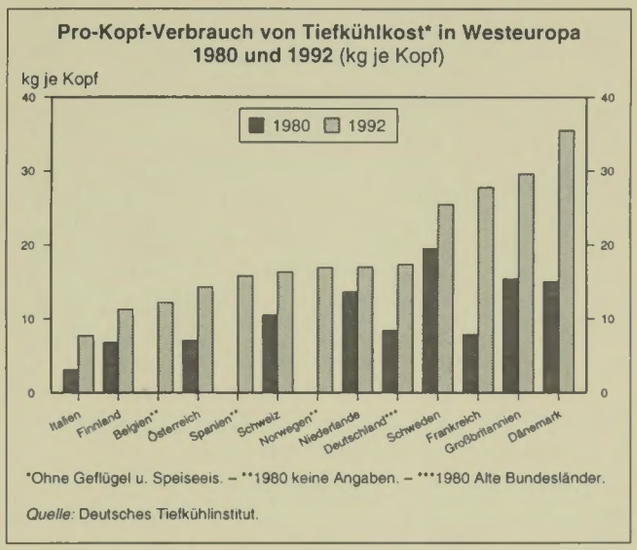


Schaubild 4

In der alten Bundesrepublik betrug der Pro-Kopf-Verbrauch im Jahr 1980 noch 8,4 kg (Gesamtabsatz 521 150 t) und erhöhte sich dann fortlaufend bis auf 16,6 kg im Jahr 1989 (Gesamtabsatz ca. 1 Mill. t). Der nach der Vereinigung aufgrund des niedrigeren Verbrauchsniveaus in den neuen Bundesländern zu verzeichnende Rückgang beim Pro-Kopf-Verbrauch für Deutschland insgesamt wurde inzwischen mehr als ausgeglichen. Im Jahr 1992 wurden 37,5 % (Vorjahr 37,8 %) des wertmäßigen und 44,2 % (43,8 %) des mengenmäßigen Tiefkühlabsatzes als Großverbraucherpackungen abgesetzt gegenüber wertmäßig 62,5 % (62,2 %) und mengenmäßig 55,8 % (56,2 %), die als Haushaltspackungen abgesetzt wurden.

Im Verbrauch bestehen noch erhebliche Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland, wenn auch eine zunehmende Angleichung zu verzeichnen ist. Die Verbrauchsmengen liegen in Westdeutschland höher als in Ostdeutschland. In der Verbrauchsstruktur bestehen u.a. Unterschiede hinsichtlich einer geringeren Bedeutung von TK-Gemüse, TK-Kartoffelprodukten, TK-Suppen und Pizzas und einer größeren Bedeutung von TK-Backwaren und -Kuchen in den neuen Bundesländern, wobei sich letzteres möglicherweise aus den bestehenden Lücken in der Versorgung mit Verkaufsstellen des Lebensmitteleinzelhandels und des -handwerks erklärt.

17) Mit dem Zusammenschluß der United Breweries Ltd., Kopenhagen (Marken: Tuborg und Carlsberg) und der Hannen-Brauerei begann diese Entwicklung, die sich mit der Mehrheitsbeteiligung der niederländischen Großbrauerei Grolsch International B.V. an der Rheinisch-Bergischen Brauerei Wuppertal (Marken u.a. Wicküler, Kölsch und Küppers) fortsetzte.

18) Dabei handelt es sich um freiwillige Angaben teilnehmender Unternehmen, die nicht immer das vollständige Marktvolumen umfassen.

19) Aufgrund unterschiedlicher Erfassung in den einzelnen Ländern ist die Vergleichbarkeit der europäischen Daten eingeschränkt.

Die Struktur des Absatzes von Tiefkühlkost nach Produktgruppen in Deutschland seit dem Jahr 1960 verdeutlicht Schaubild 5. Auffällig sind die Sortimentsverschiebungen zu Lasten von Gemüse, Fisch und zuletzt auch Kartoffelprodukten, während Fertiggerichte zu den Gewinnern im Markt für Tiefkühlkost zählten, insbesondere wenn man beachtet, daß auch bei Gemüse und Fisch Teilgerichte ihre Marktanteile halten (Gemüse) oder ausbauen konnten (Fisch). Bemerkenswert ist bei diesen Verschiebungen der Marktanteile, daß sie sich vor dem Hintergrund von Mengenwachstum in allen genannten Produktaggregaten allein aufgrund unterschiedlicher Wachstumsraten ergaben.

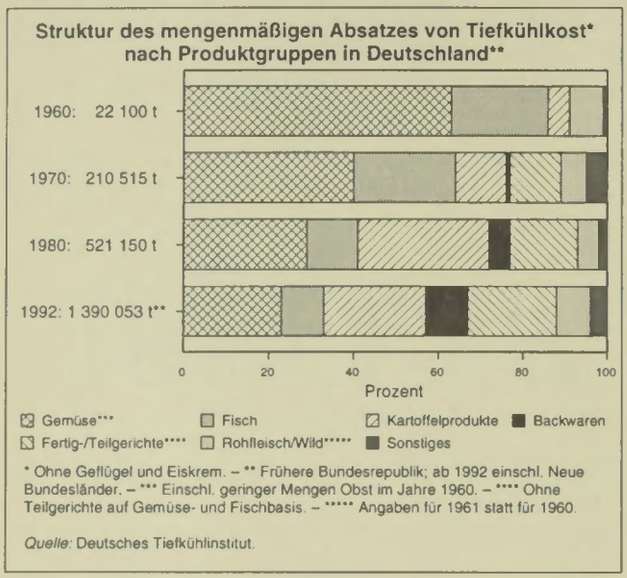


Schaubild 5

Betrachtet man einzelne Produktbereiche, so fallen im Jahr 1992 gegenüber dem Vorjahr vor allem der Rückgang beim Absatz von Pommes frites um 2,2 % sowie zweistellige Zuwachsraten bei Süßwasserfischen und -fischteilen (18,8 %), Teigen und Teiglingen (33,8 %), Torten, Rollen, Tortenstücke (14,4 %), Kuchen, Strudel, Törtchen, Kleingebäck (23,3 %), Komplettgerichten (12,3 %), Teilgerichten (12,9 %), Pizzas (10,0 %), Rohfleisch, Hackfleischprodukte, Fleischzubereitungen (15,8 %) und Wild (portioniert) und Wildgeflügel (12,1 %) auf. Der permanente Wandel im Tiefkühlangebot wird darüber hinaus auch durch das Aufkommen von Light-Produkten, cholesterinarmer Kost sowie Vollwertprodukten unterstrichen oder durch das Angebot von Tiefkühlprodukten aus ökologischem Landbau bei Tengelmann.

Interessanterweise sind es vor allem kleinere und mittlere Hersteller (z.B. Freiberger und Wagner bei Pizzas; Coppenrath & Wiese bei Backwaren), die in diesen Marktsegmenten, soweit sie sich auf den Absatz im Lebensmittelhandel und im Großverbraucherbereich beziehen, stark wachsen und sich gegenüber großen Konzernen erfolgreich behaupten. Auch in den angestammten Produktbereichen wie Gemüse und Fisch machen kleinere und mittlere Unternehmen wie Nordstern den Marktführern spürbar Konkurrenz. Die Spezialisierung auf einzelne oder wenige Produktbereiche bzw. Absatzsegmente (Haushalte/Großverbraucher) ist dabei kennzeichnend. Daneben behaupten sich auch die auf die Absatzstrategie der Belieferung frei Haus setzenden Unternehmen weiterhin erfolgreich im Markt.

Genaue Angaben über Marktanteile im Gesamtmarkt für Tiefkühlkost liegen im einzelnen nicht vor. Als Marktführer im Bereich Tiefkühlkost insgesamt wird Langnese-Iglo (Unilever) mit einem Marktanteil von gut einem Drittel genannt (vgl. LZ, Nr. 12 v. 26.3.1993), allerdings bei rückläufigen Marktanteilen[20]). Der Konzern ist insbesondere in den Bereichen Gemüse und Fisch tätig. Dahinter scheint die zweite Position von Oetker, mit Angebotsschwerpunkten bei Backwaren und Fertiggerichten, zunehmend durch andere Anbieter gefährdet. Der Nestle Konzern (Nestle-Findus), der in verschiedenen europäischen Ländern und weltweit als bedeutender Anbieter von Eiskrem und Tiefkühlkost vertreten ist[21]), tut sich schwer, nach 20-jähriger Abstinenz wieder im deutschen Tiefkühlmarkt Fuß zu fassen und versucht dies neuerdings in Teilsegmenten über den Preis (vgl. LZ, Nr. 29 v. 23.7.1993).

Die rückläufigen Marktanteile der Marktführer, die vorrangig im Markenartikelbereich operieren, stehen auch in Einklang mit der Beobachtung, daß Handelsmarken und preisgünstige Angebote im Gesamtmarkt an Bedeutung gewonnen haben. Eine hohe Preissensibilität aufgrund niedriger Kaufkraft in den neuen Bundesländern, die im Vergleich zu Westdeutschland auch zu höheren Marktanteilen preisgünstiger Anbieter geführt hat, ist dafür ein wichtiger Erklärungsfaktor, aber auch die wirtschaftliche Rezession in Westdeutschland.

Für die nähere Zukunft kann für Tiefkühlkost weiterhin mit Wachstum gerechnet werden[22]), wenngleich infolge der Rezession etwas verzögert. Nachfrageimpulse sind dabei weiterhin von der Fortentwicklung der Absatzwege und Trends, wie der Zunahme der berufstätigen Frauen, der Ein-Personen-Haushalte, der zunehmenden Freizeitbeschäftigung, des zunehmenden Außer-Haus-Verzehrs, starker Genuß- und Gesundheitsorientierung sowie der weiten Verbreitung von Gefrier- und Mikrowellengeräten zu erwarten, aber auch von für den Nahrungsmittelbereich ungewöhnlich hohen positiven Einkommenselastizitäten für Tiefkühlkost (vgl. PAWLIK, 1993).

4 Ernährungshandwerk[23])

Ähnlich wie im Produzierenden Ernährungsgewerbe muß sich eine Darstellung der Entwicklung im Ernährungshandwerk in Deutschland zur Zeit noch vorrangig auf die alten Bundesländer beziehen, da für die neuen Bundesländer nur punktuell Informationen vorliegen. Im westdeutschen Ernährungshandwerk stiegen zwar, wie in den vergangenen Jahren, die Umsätze auch 1992 nominal um 3,5 % an (vgl. Übersicht 2), aber real war ein Rückgang um 0,5 % zu verzeichnen (vgl. RWI, 1993).

Umsatzstärkster Bereich ist nach wie vor das Fleischer-

20) Leider wird bei diesen Angaben nicht immer ganz deutlich, ob sie sich auf den Gesamtmarkt für Tiefkühlkost beziehen oder nur Teile davon.

21) Unter der Marke Findus ist Nestle in verschiedenen Ländern präsent. In Italien wurde mit der Übernahme von Italgel Mitte 1993 nach Unilever der zweite Platz in der Marktanteilsskala erreicht, wobei allerdings die Prüfung dieser Übernahme durch die EG-Kommission noch aussteht.

22) In einer Prognose bis zum Jahr 1995, die auf der Grundlage einer Nachfrageanalyse für die Jahre 1975 bis 1989 für die alte Bundesrepublik erstellt wurde, ermittelte PAWLIK (1993) für 1995 einen Pro-Kopf-Verbrauch von voraussichtlich 27,6 kg.

23) Unter Handwerk werden in diesem Kapitel Unternehmen erfaßt, die in der Handwerksrolle eingetragen sind.

handwerk. Der seit einigen Jahren zu beobachtende Rückgang des Fleischverbrauchs (1990: 102 kg/Kopf; 1992: 95,6 kg/Kopf) dämpft die Wachstumsmöglichkeiten erheblich und kann nur begrenzt durch Ausweitung von Dienstleistungsangeboten ausgeglichen werden. Nachdem man längere Zeit Marktanteile an den Lebensmitteleinzelhandel verloren hat, scheint sich bei stagnierenden realen Umsätzen jetzt mit einem geschätzten Marktanteil von 53 % eine gewisse Stabilisierung abzuzeichnen. Bei rückläufiger Anzahl der Fleischereibetriebe stieg die durchschnittliche Betriebsgröße. Einschließlich der Filialen wird die Zahl der Verkaufsstellen mit ca. 31 000 angegeben (vgl. afz, Nr.23 v. 20.3.1993).

Übersicht 2: **Beschäftigte und Umsatz im Ernährungshandwerk in Deutschland – Alte Bundesländer**

Handwerkszweig	Beschäftigte (1000) 1970	1985	1990	1991	1992	I-1993[1]	Umsatz (Mill. DM) 1970	1985	1990	1991	1992	I-1993[1]
Handwerk insg.	3891,2	3668,6	3747,3	3821,2	3872,0	0	162 502,5	326 026,3	440 649,4	492 482,2	527 668,1	–6,4
Ernährungshandw.	468,2	478,1	479,1	482,8	484,2	–0,4	30 418,2	52 407,5	57 112,4	59 046,2	61 119,8	–0,2
darunter:												
Bäcker	198,0	217,0	231,8	235,4	240,2	+0,6	8 579,2	16 415,4	18 485,7	19 443,6	20 145,5	+1,4
Konditoren	36,7	39,7	38,4	38,4	37,5	–0,8	1 215,1	2 397,4	2 698,5	2 872,3	2 921,5	+4,7
Fleischer	209,0	201,5	189,0	189,1	186,4	–2,6	18 109,4	30 036,2	32 031,6	32 680,1	33 901,4	–2,9

[1] Veränderung 1. Quartal 1993 zu 1. Quartal 1992 in Prozent. – *Quelle:* RWI-Handwerksberichte 40 (1993).

Übersicht 3: **Umsatz, Beschäftigte und Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel[1] in Deutschland**

Vorgang	Alte Bundesländer 1970	1980	1985	1990	Alte und Neue Bundesländer 1990	1991	1992 absolut	1992 % z.VJ[2]
Geschäfte[3] (1 000)	172,6	91,6	77,0	67,0	92,0	86,4	82,7	–4,3
Gesamtumsatz (Mrd. DM)	57,8	103,9	121,5	144,0	182,0	188,0	192,0	+2,1
Beschäftigte (1 000)	505,6	408,4	414,0	422,2	(–)	508,9	490,4	–3,6
Verkaufsfläche (Mill. m²)	11,5	16,1	17,6	19,4	(–)	22,8	23,7	+3,9

[1] Ohne Aldi und Lebensmittelabteilungen der »klassischen« Warenhäuser. – [2] Veränderung 1992 zu 1991 in Prozent. – [3] Jeweils am Jahresende. – (–) Keine Angaben verfügbar.

Quelle: A.C. Nielsen GmbH.

Nach Jahren mit Wachstum sind die realen Umsätze im westdeutschen Bäckerhandwerk im Jahr 1992 leicht zurückgegangen (minus 0,9 %). Die nominalen Umsätze sind weiter gestiegen und bei abnehmender Zahl der Bäckereibetriebe hat die durchschnittliche Betriebsgröße zugenommen. Infolge weitverbreiteter Filialisierung verharrt die Zahl der Verkaufsstellen in den alten Bundesländern bei geschätzten 40 000. Im Markt für Brot und Backwaren dürfte sich das Bäckerhandwerk durch flexibles Eingehen auf sich verändernde Verbrauchergewohnheiten behauptet haben. Im Kampf um Marktanteile ist seine Position erneut dadurch gestärkt worden, daß das Bundesverfassungsgericht Anfang 1993 unter ausdrücklichem Hinweis auf den Mittelstandsschutz Verfassungsbeschwerden von Großbäckern gegen das Nacht- und Sonntagsbackverbot sowie das Ausfahrverbot[24]), wie schon in früheren Entscheidungen, erneut abgewiesen hat (vgl LZ, Nr. 7 v. 19.2.1993). Seit Anfang des Jahres 1993 gilt das Nachtbackverbot auch in Ostdeutschland, nachdem es dort unter Beibehaltung früherer Regelungen seit der Vereinigung ausgesetzt war.

Die Diskriminierung der selbständigen Betätigung hatte in der früheren DDR die Entwicklung einer verbrauchernahen Standortverteilung von Betrieben des Nahrungsmittelhandwerks erheblich behindert. Der Neuanfang erforderte vielfach Investitionen in Neu- oder Umbauten sowie neue Anlagen. Bei vielfach ungeklärten Eigentumsverhältnissen waren die dafür benötigten Mittel oft nur mit erheblichen Schwierigkeiten zu bekommen. Trotz dieser Schwierigkeiten hat das Ernährungshandwerk für die Versorgung der Bevölkerung in Ostdeutschland eine wichtige Bedeutung[25]). Ende des Jahres 1992 gab es ca. 4800 handwerkliche Bäckereibetriebe in Ostdeutschland (vgl. LZ, Nr. 41 v. 10. 9. 1992) und die Zahl der Fleischer-Fachbetriebe wurde im März 1993 auf 3400 geschätzt (vgl. afz, Nr. 23 v. 20. 3. 1993). Im Fleischerhandwerk spielt der Absatz über mobile Verkaufsstellen eine wichtige Rolle. Dagegen erwies sich die Anschaffung von Verkaufswagen im Bäckerhandwerk oft als Fehlinvestition, da die für eine ausreichende Rentabilität notwendigen Umsätze nicht erreicht werden konnten.

5 Lebensmittelhandel

Nach den turbulenten Jahren 1990 und 1991 trat im Lebensmittelhandel Deutschlands eine gewisse Normalisierung ein. Trends der Vergangenheit wie zunehmende Konzentration bei abnehmender Zahl von Geschäften und steigenden Umsätzen setzten sich auch in Gesamtdeutschland fort (vgl. Übersicht 3). Das Umsatzwachstum war allerdings verhalten und schwächte sich im Verlauf des Jahres 1993 weiter ab. In den ersten 7 Monaten des Jahres 1993 lagen die Umsätze um 2,65 % unter denen der Vorjahresperiode[26]). Vor diesem Hintergrund treten Schwächen in der

24) Nach § 5 des Bäckereiarbeitszeitgesetzes darf vor 4 Uhr morgens nicht mit dem Backen und vor 5.45 Uhr nicht mit der Auslieferung an den Einzelhandel begonnen werden.

25) Vgl. dazu Kap. 5.

26) Diese Angaben basieren auf dem LZ/Nielsen-Umsatzmonitor, der die Umsätze im LEH (ohne Aldi und die Lebensmittelabteilungen der "klassischen" Warenhäuser) über 400 m² erfaßt und wöchentlich in der LZ

Unternehmensführung und Organisation verstärkt zu Tage und forcieren Überlegungen zu effizienterem Kostenmanagement. Veränderungen im Bereich von Logistik und Unternehmensstrukturen standen dabei obenan.

Übersicht 4: **Anzahl und Umsatz der Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte[1] in Deutschland, 1992**

Einzelhandelstyp	Neue Bundesländer[2]				Alte Bundesländer[3]				Deutschland zus.			
	Anzahl		Umsatz		Anzahl		Umsatz		Anzahl		Umsatz	
	absolut	%	absolut	%	absolut	%	absolut	%	absolut	%	absolut	%
SB-Warenhäuser (>5000m²)	82	0,3	4 012	9,0	446	0,7	23 588	16,0	528	0,6	27 600	14,4
Gr. Verbr.-Märkte (1500-5000m²)	302	1,2	6 020	13,4	1 266	2,0	22 380	15,2	1 568	1,8	28 400	14,8
Kl. Verbr.-Märkte (800-1500m²)	4 156	17,1	4 926	11,0	3 214	5,2	26 774	18,2	7 370	8,5	31 700	16,5
Discountmärkte	967	4,0	5 304	11,8	5 875	9,5	21 696	14,7	6 842	7,9	27 000	14,1
Supermärkte (400-800m²)	1 339	5,5	9 205	20,5	3 611	5,8	18 295	12,4	4 950	5,7	27 500	14,3
restl. Geschäfte (<400m²)	17 489	71,9	15 333	34,2	47 568	76,7	34 467	23,4	65 057	75,4	49 800	25,9
Insgesamt	24 335	100	44 800	100	61 980	100	147 200	100	86 315	100	192 000	100

[1] Ohne Aldi und Lebensmittelabteilungen der »klassischen« Warenhäuser. – [2] Einschl. Berlin. – [3] Ohne Berlin.

Quelle: A.C. Nielsen GmbH

Gleichwohl wurden auch strategische Überlegungen in Richtung Europa weiter vorangetrieben und führten zur Ausweitung der Aktivitäten der deutschen Unternehmen im europäischen Ausland, aber auch zu Markteintritten europäischer Konkurrenten in den deutschen Markt[27]). Die Formierung europaweiter Einkaufskooperationen ist weiter vorangeschritten, aber in ihren konkreten Auswirkungen zur Zeit noch schwer zu fassen. Besondere internationale Aktivitäten zeigen dabei französische und deutsche Handelsunternehmen, die auch die Liste der führenden europäischen Handelsunternehmen anführen.

Bemerkenswert ist auf europäischer Ebene das Vordringen von Vertriebstypen aus dem Discountbereich. Dies gilt nicht nur in Großbritannien, wo der zunächst skeptisch betrachtete Markteintritt von Aldi inzwischen Erfolge zeigt und auch andere Anbieter zum Einstieg in dieses Marktsegment ermunterte. Auch in anderen Ländern, darunter Frankreich, gewinnt diese Vertriebsform an Bedeutung, häufig angeregt durch Aktivitäten ausländischer Unternehmen. Insofern führt der Abbau von Grenzbarrieren auf den nationalen Märkten oft zu verstärktem Wettbewerb. Andererseits ist den Gefahren für den Wettbewerb, die sich aus einer europaweiten Konzentration im Lebensmittelhandel ergeben können, in Zukunft verstärkte Aufmerksamkeit zu widmen.

Auch in Deutschland hält die Expansion im Discountbereich unvermindert an. Neben den bei diesem Vertriebstyp führenden Unternehmen Aldi, Tengelmann (Plus), Rewe (Penny), Lidl und Norma starteten u.a. auch Spar, Asko, Edeka sowie der Konsum Halle Aktivitäten in diesem Marktsegment. Die Bedeutung der Preise als Marketinginstrument ist offenbar ungebrochen, insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Die Bedeutung dieses Betriebstyps in Deutschland wird durch Übersicht 4 nur unzulänglich wiedergegeben, da der größte Anbieter Aldi mit einem geschätzten Umsatz von 25 Mrd.. DM im Jahr 1991 in ca. 2300 Filialen (vgl. LZ, Nr. 7 v. 19.2.1993) in den Daten nicht erfaßt ist. Bezieht man diese Schätzwerte mit ein, so ergibt sich ein Marktanteil der Discounter von knapp 25 % für Deutschland insgesamt.

Die Struktur des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland wies 1992 noch erhebliche Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland auf (vgl. Übersicht 4), wobei davon auszugehen ist, daß sie mehr und mehr verwischen. An die Stelle des ehemaligen staatlich organisierten Handels (HO) und weiter Teile der Konsumgenossenschaften[28]) sind in Ostdeutschland im wesentlichen westdeutsche Handelsunternehmen getreten und prägen dort ähnlich wie in Westdeutschland das Geschehen. Dabei ist eine überzogene Aufbruchsstimmung hinsichtlich der neu zu schaffenden Verkaufsflächen inzwischen einer realistischeren Einschätzung gewichen und manche Vorhaben wurden gestrichen. Bezogen auf den Umsatz hatten in Ostdeutschland im Jahr 1992 kleine Geschäfte und Supermärkte im Vergleich zu Westdeutschland ein Übergewicht. Im preisgünstigen Discountbereich lagen die Verhältnisse nah beieinander. Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser spielten dagegen noch eine geringere Rolle. In Ostdeutschland war dabei die Zahl der kleinen Geschäfte gegenüber dem Vorjahr rückläufig, die der Supermärkte war etwa stabil und die der übrigen Betriebstypen stieg teilweise erheblich an.

In dem rasanten Umstrukturierungsprozeß des Lebensmittelhandels in Ostdeutschland sind die ehemaligen kleinräumigen Versorgungsstrukturen insbesondere in ländlichen Gebieten teilweise zusammengebrochen. In der Regel konnte die dadurch gefährdete Nahversorgung, dort, wo keine neuen Geschäfte oder Handwerksbetriebe entstanden, durch Verkaufswagen, Tiefkühlheimdienste, Nachbarschaftshilfe oder verbesserte Bevorratungsmöglichkeiten im Haushalt aufgefangen werden. Darüber hinaus werden

veröffentlicht.

27) Hier kann auf die französische Promodès-Gruppe verwiesen werden, die Teile der vormaligen Coop-Gruppe übernahm, und den dänischen Einzelhandelskonzern Dansk Supermarked, der zusammen mit der Spar AG die Discount-Schiene Netto betreibt.

28) Nur wenige der ehemaligen Konsumgenossenschaften existieren als solche noch. Dazu zählt u.a. der Konsum Halle.

neue, wirtschaftlich rentable Formen für die Nahversorgung mit Lebensmitteln sowie anderen Produkten und Dienstleistungen unter den Bedingungen Ostdeutschlands getestet, wie der "Nachbarschaftsladen 2000" (vgl. HB, Nr. 181 v. 20.9.1993). Welchen Erfolg solche Initiativen haben und ob sie sich dauerhaft bewähren können, bleibt abzuwarten.

In den alten Bundesländern hat die Konzentration im Lebensmittelhandel durch einige Großfusionen zugenommen. In den letzten 10 Jahren sind von den damals 10 größten Anbietern 6 von Wettbewerbern übernommen worden. In jüngerer Zeit fanden die Übernahme von Asko durch Metro, der Wechsel von Spar beim Einkauf von Gedelfi zu Markant sowie die Übernahme von fast 50 % des Aktienkapitals der AVA, die wiederum mit einem Anteil von 25 % beim Stuttgarter Filialisten Nanz eingestiegen ist, durch Edeka besondere Aufmerksamkeit.

Die Konzentration im Lebensmittelhandel ist seit langem Gegenstand kontroverser wettbewerbspolitischer Diskussionen. Unstrittig ist dabei Konzentration solange sie die Funktion des Wettbewerbs als Ausleseprozeß im Markt unterstützt. Streitig ist vielmehr, ob und inwieweit der erreichte Konzentrationsgrad seine Ursachen auch in mißbräuchlicher Nutzung von Nachfragemacht hat, welche Indikatoren dabei zur Beurteilung geeignet sind und wie der relevante Markt zweckmäßig abgegrenzt werden kann. Das Kartellamt hat in seiner jüngsten Praxis versucht, mißbräuchlicher Nachfragemacht dadurch entgegenzuwirken, das es vor allem gestützt auf die Oligopolvermutungen des § 23a GWB verschiedene Zusammenschlußvorhaben nur mit regionalen Entflechtungsauflagen genehmigt hat (vgl. Deutscher Bundestag, 1993). Gespannt darf man auf das Ergebnis der Monopolkommission sein, die nach ihrem Sondergutachten von 1985 die Problematik der Konzentration im Lebensmittelhandel erneut aufgreifen und dabei auch europäische Aspekte einbeziehen will (vgl. LZ, Nr. 4 v. 29.1.1993).

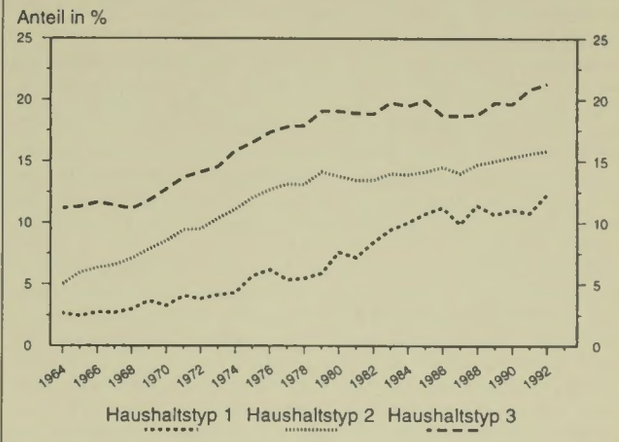
6 Außer-Haus-Verzehr

Die Bedeutung des Außer-Haus-Verzehrs hat in Westdeutschland in den vergangenen 30 Jahren zugenommen (vgl. Schaubild 6). Wachsender Wohlstand und erheblich mehr verfügbare Freizeit sind dafür wesentliche Einflußfaktoren, aber auch die zunehmende Erwerbstätigkeit in der Gesamtbevölkerung hat dazu beigetragen. Der Bedeutungszuwachs erfolgte weitgehend unabhängig vom Einkommensniveau in allen Einkommensschichten.

Betrachtet man die Gesamtausgaben für den Außer-Haus-Verzehr detaillierter anhand des Haushaltstyps 2[29]), so dominierten im Jahr 1992 die Ausgaben für den Verzehr in Gaststätten mit mehr als 90 % Anteil eindeutig gegenüber dem Verzehr in Kantinen. Bei nahezu gleichem Anteil des Außer-Haus-Verzehrs an den gesamten Ausgaben für Nahrungsmittel in Ost- und Westdeutschland (vgl. Schaubild 2) ist die Struktur des Außer-Haus-Verzehrs in Ostdeutschland ganz anders. Beim Haushaltstyp 2 entfielen dort im Jahr 1992 fast 43 % der Ausgaben für den Außer-Haus-Verzehr auf den Verzehr in Kantinen. Hier kommen andere Lebensgewohnheiten in Ostdeutschland zum Ausdruck. Bei wesentlich stärkerer Berufstätigkeit der Frauen wurde z.B. dem Speisenangebot am Arbeitsplatz, in der Schule oder im Kindergarten ein hoher Stellenwert eingeräumt.

29) 4-Personen-Haushalt von Angestellten und Arbeitern mit mittlerem Einkommen

Anteil der Ausgaben für den Außer-Haus-Verzehr an den Ausgaben für Nahrungs- und Genußmittel nach Haushaltstypen in der BR Deutschland*



* Alte Bundesländer.

Haushaltstypen:
Typ 1: 2-Personen-Haushalte von Rentnern mit geringem Einkommen.
Typ 2: 4-Personen-Haushalte von Angestellten und Arbeitern mit mittlerem Einkommen
Typ 3: 4-Personen-Haushalte von Beamten und Angestellten mit höherem Einkommen

Quelle: Statist. Bundesamt, Wiesbaden, Fachserie 15, Reihe 1 versch. Jgg.

Schaubild 6

Der Bereich der Gastronomie ist statistisch nur sehr unzureichend erfaßt. Die vorliegenden Informationen weisen die Systemgastronomie[30]) als den Bereich aus, der von dem zunehmenden Außer-Haus-Verzehr vor allem profitierte und seit Jahren Zuwachsraten verzeichnet. Von der Zeitschrift "food-service" wurde für die 70 größten Anbieter im Jahr 1992 ein Umsatz von 9,53 Mrd.. DM ermittelt. Dies entspricht einem Wachstum gegenüber dem Vorjahr von 9,5 % (vgl HB, Nr. 53 v. 17.3.1993).

Unbestrittener Marktführer ist seit längerem McDonald's mit einem Marktanteil von 20 % im Jahr 1992. Die Unternehmen aus dem Bereich der Verkehrsgastronomie folgen auf den Plätzen der Marktanteilsskala, die Lufthansa Service GmbH mit 11,7 %, die Betreibergesellschaft der Autobahnraststätten mit 10,3 % und die Service-Gesellschaft der Bahn mit 4,0 %. Während bei hochpreisigem Essen gespart wurde, erzielte Fast Food mit preiswerten Angeboten ein deutliches Wachstum. Ähnlich wie in den USA erweist sich auch in Deutschland die gastronomische Hausbelieferung zunehmend als expandierender Bereich.

Zusammenfassung

Die Entwicklung der Ernährungswirtschaft in Deutschland wird derzeit vor allem durch drei Problemkreise geprägt: Den am 1.Januar 1993 in Kraft getretenen Gemeinsamen Binnenmarkt, die Vereinigung Deutschlands und die gesamtwirtschaftliche Rezession. Daneben werden auch durch die Re-

30) Unter Systemgastronomie im weiteren Sinne werden dabei Unternehmen verstanden, die über ein klares, oft zentral festgelegtes Leistungskonzept mit bestimmten Angebotsschwerpunkten und Angebotsformen verfügen. Dadurch sind die Ausnutzung von Rationalisierungsmöglichkeiten, schnelle Bedienung und die Anwendung in einem und/oder mehreren Betrieben möglich. Demgegenüber wird in der Individualgastronomie das Bild vom persönlichen Engagement und Ideenreichtum der Unternehmen geprägt.

form der Agrarpolitik, die Ergebnisse der GATT-Verhandlungen und das Problem des Verpackungsmülls wichtige Rahmenbedingungen gesetzt.

In diesem Umfeld haben sich die Branchen und Unternehmen von Ernährungsgewerbe, Nahrungsmittelhandwerk und Lebensmittelhandel unterschiedlich behauptet. Nach wie vor im Trend liegt Tiefkühlkost. Von der wachsenden Bedeutung des Außer-Haus-Verzehrs profitiert in erster Linie die Systemgastronomie.

Bei gedämpfter Absatz- und Nachfragentwicklung standen Rationalisierung und Kostenmanagement im Mittelpunkt der Unternehmenspolitik. Gleichwohl wurden auch strategische Überlegungen in Richtung Europa weiter vorangetrieben, z.B. in Form der Neu- bzw. Weiterentwicklung europäischer Marken sowie nationaler und grenzüberschreitender Fusionen, Kooperationen und Übernahmen. Insbesondere im Lebensmittelhandel nahm die Konzentration weiter zu und gewinnt zunehmend europäische Dimensionen und stellt die noch junge europäische Fusionskontrolle vor Bewährungsproben.

Bei unterschiedlichem Ausgangsniveau ist eine Angleichung der Verbrauchsgewohnheiten zwischen den alten und den neuen Bundesländern in vielen Bereichen zu beobachten. Fortschritte konnten beim Umbau und der Umstrukturierung von Ernährungsgewerbe, Nahrungsmittelhandwerk und Lebensmittelhandel in den neuen Bundesländern verzeichnet werden und die Zukunftsperspektiven können in weiten Teilen optimistisch eingeschätzt werden. Eine eigenständige Umstrukturierung gelang dabei nur in Ausnahmefällen. In erheblichem Umfang sind daran Unternehmen aus Westdeutschland aber auch dem europäischen Ausland beteiligt. Die Wirksamkeit des Wettbewerbs wurde dadurch nach jetzigem Eindruck nicht beeinträchtigt. In Teilmärkten kam es vielmehr zum Markteintritt neuer Anbieter.

Summary
Food processing and food retailing in Germany

The article discusses the current economic situation of the German food industry and trade as affected by the beginning of the Single European Market on January 1st, 1993, as well as the German unification and the economic recession. More specifically the influence on food processing and trade of the agricultural policy reform, the GATT negotiations, merger policies, and the German packaging regulations is investigated.

The 1992 and 1993 results of economic activity to be observed in food processing industries, food handicrafts and food trade were generally less favourable than previously. Frozen food and food away from home were still able to increase market shares. Low growth of consumer spending for food enforced strategies of cost reduction and rationalization.

Development and encouragement of Euro-brands indicate other forms of strategic adjustment as well as national and international mergers and acquisitions or cooperation. Concentration in retail trade continued on a European level and will prove the European merger control regulation in practise.

Consumer behavior still differs between East- and West-Germany but is getting increasingly similar. Restructuring of the food sector in East Germany makes progress and gives reason for an optimistic view of the future. European and mainly West-German companies are heavily engaged in the process of restructuring and have attained dominant influence.

Literaturverzeichnis

afz (allgemeine fleischer zeitung), versch. Nrn. u. Jgg. – BGBl (Bundesgesetzblatt), versch. Nrn. u. Jgg. – BREITENACHER, M.: Auch der Getränkesektor spürt die Rezession. – ifo-Schnelldienst 46 (1993), H. 19, S. 16-20. – Bundesrat: Drucksache 478/93 v. 25.6.1993. – Deutscher Bundestag (Hrsg.): Bericht des Bundeskartellamtes über seine Tätigkeit in den Jahren 1991/92 sowie über die Lage und Entwicklung auf seinem Aufgabengebiet. – Drucksache 12/5200. Bonn, 24.6.1993. – ESSIG, H. und STROHM, W.: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen 1992. - Wirtschaft und Statistik, H. 3, 1993, S.167-190. – HB (Handelsblatt), versch. Nrn. und Jgg. – ifo-Institut: Wirtschaftskonjunktur, H.7, 1993. – KRAKOWSKY, M.: Anforderungen an eine europäische Zusammenschlußkontrolle.- Wirtschaftsdienst 69 (1989), Nr. 2, S. 106-112. – LZ (Lebensmittelzeitung), versch. Nrn. und Jgg. – MANEGOLD, D.: Aspekte gemeinsamer Agrarpolitik.- Agrarwirtschaft 42 (1993), H. 1., S. 1-18. – Monopolkommission: Wettbewerbspolitik oder Industriepolitik: Hauptgutachten 1990/91. - Baden-Baden 1992a. – Monopolkommission: Zusammenschlußvorhaben der BayWa Aktiengesellschaft und der WLZ Raiffeisen Aktiengesellschaft. - Sondergutachten Nr. 22. Baden-Baden 1992b. – MÜLLER-KRUMHOLZ, K.: Gesamtwirtschaftliche Produktion auf niedrigem Niveau. -DIW-Wochenbericht 60 (1993), Nr. 33, S. 451-461. – PAFFENHOLZ, S.: Lebensmittelverpackung in der umweltpolitischen Diskussion. - Arbeitsbericht Nr. 14. Institut für Agrarpolitik und Marktforschung der Justus-Liebig-Universität Giessen. Gießen 1993. – PAWLIK, H.: Die Nachfrage nach Tiefkühlkost - Struktur, Bestimmungsgründe und Perspektiven. - Agrarmarkt-Studien, H. 39. Hamburg, Berlin 1993. – PORTER, M.E.: Wettbewerbsstrategie - Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. - 6. Aufl. Frankfurt am Main, New York 1990. – RWI (Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung): RWI-Handwerksberichte 40(1993).- Essen 1993. – Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung: Jahresgutachten 1991/92. - Bundestags-Drucksache 12/1618 v. 18.11.1991. – SCHMIDT, I.: Die Europäische Fusionskontroll-Verordnung. - Wirtschaftsdienst 70 (1990), Nr. 2, S. 90-95. – SCHMIDT, I.: EG-Integration: Industrie- versus Wettbewerbspolitik. - Wirtschaftsdienst 72 (1992), Nr. 12, S. 628-633. – SCHULZ, E.: Bevölkerungsentwicklung in Deutschland bis zum Jahr 2010 mit Ausblick auf 2040. - DIW-Wochenbericht 60 (1993), Nr. 29, S. 393-404. – STREINZ, R.: Das Problem "umgekehrter Diskriminierungen" im Bereich des Lebensmittelrechts. - In: STREINZ, R. (Hrsg): Deutsches und europäisches Lebensmittelrecht. - Band 1 der Schriftenreihe der Forschungsstelle für Lebensmittelrecht an der Universität Bayreuth. Bayreuth 1991. – STROETMANN, C., LENNARTZ, K. und HANSMEYER, K.-H.: Zeitgespräch: Umstrittenes "Duales Entsorgungssystem". - Wirtschaftsdienst 73 (1993), Nr. 5, S. 227-236. – VOIT, H.: Haushalte und Familien. - Wirtschaft und Statistik, H. 3, 1993, S. 191-199. – WANGEN, E.: Marketingstrategien in einem gesättigten Markt - am Beispiel des deutschen Biermarktes. - zfbf 45 (1993), H.2, S. 175-186.

Verfasser: Dr. HEINZ WENDT, Institut für landwirtschaftliche Marktforschung der Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft Braunschweig-Völkenrode (FAL), Bundesallee 50, D-38116 Braunschweig

Vorausschau auf den Schweinemarkt

Auswertung der Schweinezählung von Anfang August 1993

EWALD BÖCKENHOFF und MICHAEL LOHNER

1 Rückläufige Bestandsentwicklung in Deutschland

Das vorläufige Ergebnis der Schweinezählung von Anfang August 1993 weist für Deutschland insgesamt einen Schweinebestand von 26,80 Mill. Tieren aus; das sind 0,11 Mill. Stück oder 0,4 % weniger als 12 Monate zuvor (vgl. Übersicht 1). Verglichen mit Dezember 1989 liegt der jüngst ermittelte Schweinebestand um etwa ein Fünftel niedriger als damals in den alten Bundesländern und in der ehemaligen DDR zusammen. Der Rückgang während des abgelaufenen Viehzählungsjahres erfolgte mit Ausnahme des Bestandes an Jungschweinen bei allen Bestandsgruppen. Besonders stark eingeschränkt wurde der Bestand an erstmals trächtigen Sauen (-5,1 %). Der Bestand an trächtigen Sauen insgesamt – ein für die weitere Bestandsentwicklung außerordentlich wichtiger Indikator – lag Anfang August 1993 mit 1,94 Mill. Stück um 0,7 % niedriger als zur vergleichbaren Zeit des Vorjahres und damit wieder auf dem Niveau vom August 1991.

In den **alten Bundesländern** hat der Schweinebestand während des letzten Zähljahres allerdings noch um 0,3 % zugenommen (vgl. Übersicht 1). Gemessen an der Veränderung des Bestandes insgesamt war die Aufstockung bei den Jungschweinen mit 1,8 % überdurchschnittlich hoch. Die