



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.

Horizontale und vertikale Kooperation bei der Vermarktung von Agrarprodukten in den neuen Bundesländern

RICHARD BALLING

1 Einleitung

Nach der Wende haben sich die Größenverhältnisse zwischen Landwirtschaft und nachgelagerten Stufen in den neuen Bundesländern für die Erzeugerseite verschlechtert: Die landwirtschaftlichen Produktionseinheiten sollten westdeutschen Verhältnissen angenähert werden. Eine teilweise Zersplitterung von Produktionseinheiten und Marktangebot war die Folge (zum Beispiel durch die gezielte Förderung der Wiedereinrichter). Ernährungsindustrie und vor allem Lebensmittelhandel wurden überwiegend durch Westfirmen übernommen. Ein weiterer Konzentrationsschub auf der Nachfrageseite war die Konsequenz. So stellt zum Beispiel die Lebensmittel-Zeitung, die führende Fachzeitschrift der Branche, im März 1993 zur Entwicklung des ostdeutschen Lebensmittelhandels fest: "So hat sich in Ostdeutschland in kaum mehr als zwei Jahren vollzogen, wozu es in den alten Bundesländern wenigstens zwei Jahrzehnte brauchte. Durchgesetzt haben sich die großen Filialisten" (VOGEL, 1993, S. J 10).

Die tatsächlichen Marktverhältnisse und damit auch die zum Teil erdrückende Marktmacht der Abnehmer werden vor dem Hintergrund der zunehmenden Handlungsunfähigkeit der staatlichen Agrarmarktpolitik immer wichtiger. Drastisch gestiegene Marktordnungskosten, leere Kassen und das Versagen der staatlichen Markteingriffe zwingen zu einer Neuorientierung im Bereich der Vermarktung von Agrarprodukten. Die Marktposition der landwirtschaftlichen Erzeuger und deren Beeinflussung sowie Strategien zur optimalen Nutzung der Marktposition rücken in den alten wie in den neuen Bundesländern in den Mittelpunkt. Horizontale und vertikale Kooperationen¹⁾ im Vermarktungsbereich sind zwei Möglichkeiten, diese Marktposition zu beeinflussen oder die gegebene Position effizienter zu nutzen.

Im Hinblick auf horizontale Kooperationen in den neuen Bundesländern sind die wesentlich größeren Unternehmenseinheiten in der Landwirtschaft als Faktum anzusehen. Im Februar 1992 wurden nach Angaben des Agrarberichts 75,5 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche von 3035 juristischen Personen mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 1 268 ha LF bewirtschaftet (Bundesregierung, 1993, S. 13). Von Kooperations-Skeptikern wird deshalb eingewandt, daß sich horizontale Kooperationen in den neuen Bundesländern (beispielsweise in Form von Erzeugergemeinschaften) weitgehend erübrigen würden.

Der Bereich der vertikalen Kooperationen im Vermarktungsbereich erfährt gegenwärtig eine Belebung durch Impulse aus der Praxis infolge veränderter Rahmenbedingungen (Produkthaftungsgesetz, Qualitätssicherungs-Systeme,

Produktionsbedingungen als Differenzierungskriterium im Lebensmittelmarketing²⁾. Ein Wiederaufgreifen der wissenschaftlichen Diskussion aus den 60er Jahren (siehe dazu beispielsweise STRECKER et al., 1963; SCHOPEN, 1966) unter den veränderten Rahmenbedingungen ist die Folge (BÖCKENHOFF und LOHNER, 1992; BETTERAY, 1991). Im Hinblick auf die Realisierung des EG-Binnenmarktes und die Wettbewerbsstellung der deutschen Landwirtschaft wird in einem Bericht des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten der im Vergleich zu einigen anderen Mitgliedsstaaten relativ geringe Umfang vertikaler Kooperation in der deutschen Agrarwirtschaft in Form des vertragsgebundenen Absatzes festgestellt. Speziell im Vieh- und Fleischbereich, aber auch bei Getreide, wird die Möglichkeit einer Verbesserung der Vermarktungssituation durch vertikale, vertragliche Bindungen hervorgehoben (BML, 1990, S. 16 ff., S. 105 f. und S. 120).

Auf der Grundlage einer kurzen Darstellung wichtiger Elemente der Kooperationstheorie werden im folgenden Beitrag Rahmenbedingungen und Einflußfaktoren für horizontale und vertikale Kooperationen im Vermarktungsbereich in den neuen Bundesländern erörtert. Ziel ist die Entwicklung von Thesen zu den Perspektiven dieser Kooperationsformen bei der Vermarktung von Agrarprodukten in den neuen Bundesländern.

Empirische Basis der Thesenentwicklung sind die Ergebnisse einer schriftlichen und telefonischen Befragung der für die Marktstrukturförderung und die Anerkennung von Erzeugergemeinschaften zuständigen Stellen in den Ministerien und nachgeordneten Behörden der neuen Bundesländer. Die Ergebnisse dieser Anfang April 1993 durchgeführten Erhebung wurden ergänzt durch zahlreiche Expertengespräche mit Spezialisten im Kooperationsbereich in den alten und neuen Bundesländern.

2 Elemente der Kooperationstheorie

Als Verständnisgrundlage sollen einführend einige wichtige Elemente der Kooperationstheorie kurz aufgezeigt werden. Unter dem Begriff Kooperation ist im folgenden "die explizite Abstimmung des eigenen Verhaltens mit dem eines bekannten Partners im Hinblick auf die Erreichung eines gemeinsamen Zieles" zu verstehen. Kooperation ist im Gegensatz zu Markttransaktionen, die auf Verschränkung individueller Interessen beruhen, nicht anonym und zufällig, sondern kommt aufgrund von Vereinbarungen zustande. (HAURY, 1989, S. 2, S. 53)

1) Kooperation ist "die explizite Abstimmung des eigenen Verhaltens mit dem eines bekannten Partners im Hinblick auf die Erreichung eines gemeinsamen Zieles" (HAURY, 1989, S. 2). Unter horizontaler Kooperation ist die Kooperation von Akteuren einer Marktstufe (z.B. l.d.w. Erzeuger) zu verstehen. Vertikale Kooperation meint die Kooperation von Akteuren verschiedener Marktstufen (z.B. Landwirte mit Vermarktern und/oder Verarbeitern).

2) Auf Verbraucherseite ist eine Zunahme der Qualitätsunsicherheit bei Lebensmitteln zu beobachten (HALK, 1993, S. 1). Unter anderem daraus resultieren veränderte, umfassendere Qualitätserwartungen der Verbraucher, die insbesondere auch die Produktion der Nahrungsmittel betreffen (siehe dazu z.B. BALLING, 1992, S. 75 ff.) Eine Befriedigung dieser steigenden Qualitätserwartungen kann durch eine marktliche Koordination der Austauschprozesse kaum oder nicht mehr geleistet werden. Verschiedene Formen der vertikalen Kooperation sind notwendig.

Als erstes wichtiges Funktionselement der Kooperations-
theorie sind die Antriebsmomente und Bestimmungsfakto-
ren einer vertikalen Kooperation darzustellen. Dieses Mo-
dell basiert auf der Transaktionskostentheorie von COASE,
die von WILLIAMSON weiterentwickelt wurde (siehe dazu
insbesondere COASE, 1937 und WILLIAMSON, 1990).

Zum Verständnis dieses Modells sind die beiden zentra-
len Begriffe Transaktion und Transaktionskosten zu erläu-
tern: Eine Transaktion findet dann statt, wenn ein Gut oder
eine Leistung über eine technisch trennbare Schnittstelle
hinweg übertragen wird. Transaktionskosten entsprechen
der "Reibung" bei der Übertragung (WILLIAMSON, 1990, S.
1) Darunter versteht man die Kosten für Informationsversu-
che, Verhandlungen, für die Steuerung und Kontrolle der
Transaktion sowie Anpassungsmaßnahmen an Änderungen
(PICOT, 1990, S. XIII). Eine Rolle spielen häufig auch die
Kosten für mißlungene Transaktionsversuche ("sunk costs";
HAURY, 1989, S. 29 f.). Außerdem unterscheidet WILLIAM-
SON (1990, S. 22 ff.) zwischen ex-ante-Transaktionskosten
(Transaktionskosten, die bis zur Transaktion entstehen: Kos-
ten für Entwurf, Verhandlungen und Absicherung einer
Vereinbarung) und ex-post-Transaktionskosten (Transak-
tionskosten, die nach der Transaktion entstehen: unter ande-
rem die Kosten des Feilschens bei ex-post-Korrekturen
oder der Sicherungsaufwand zur Durchsetzung verlässlicher
Zusagen).

Abbildung 1 veranschaulicht die Wirkungszusammenhän-
ge auf der Grundlage der Transaktionskostentheorie und die
Einordnung der "Kooperation" zwischen "Markt" und
"Hierarchie".

Spezifische Investitionen bei beschränkter Rationalität
der Marktbeteiligten und opportunistischem Verhalten der
Marktakteure bedingen Transaktionsunsicherheit.

Die Unsicherheit, unter der die jeweilige Transaktion ab-
gewickelt wird, die Häufigkeit, mit der diese Transaktion
stattfindet, und der Grad der Partnerspezifität der Investi-
tionen, welche die Transaktion bedingt, bestimmen die
Höhe der Transaktionskosten.

Austauschprozesse (Transaktionen) können innerhalb ei-
nes Kontinuums koordiniert werden. Die Austauschpro-
zesse erfolgen auf diesem Kontinuum:

- als Steuerung über den "Markt",
- über verschiedene Formen der vertikalen "Kooperation"
mit zunehmender Bindungsintensität ("vertragliche Integ-
ration" in der Terminologie von STRECKER et al., 1962,
S. 32)

bis hin zur Steuerung über

- "Hierarchien" (bzw. Unternehmensintegration; STRECKER
et al., 1962, S. 32)

Aufgrund von Transaktionskosten sollen spezifischen Ko-
ordinationsproblemen in diskriminierender Weise konkrete
Organisationsformen zugewiesen werden. Das heißt, je hö-
her die Spezifität der Investitionen, die Transaktionsunsich-
erheit und die Transaktionshäufigkeit, desto höher werden
die Transaktionskosten und desto stärker bewegt sich die
Organisation der Transaktionen weg vom "Markt", hin
zu "Kooperationen" und "Hierarchien".

Nach diesen grundsätzlichen modelltheoretischen Überle-
gungen zur vertikalen Kooperation auf der Basis der Trans-
aktionskostentheorie stellt sich die Frage, welche Voraus-
setzungen im einzelnen für das Zustandekommen von Ko-
operationen gegeben sein müssen. Diese Voraussetzungen
für Kooperationen sind in nachfolgenden vier Punkten zu-
sammengefaßt (siehe dazu beispielsweise HAURY, 1989, S.
52-56):

1. Effizienzbedingung (Grundlage der Kooperation).

Kooperation ist dort sinnvoll, wo die Leistung der Koope-
ration (des Teams) größer ist als die Summe der individuel-
len Leistungen der Kooperationsmitglieder (ohne Koopera-
tion) und die Kosten für Organisation und Disziplinierung
der Kooperation.

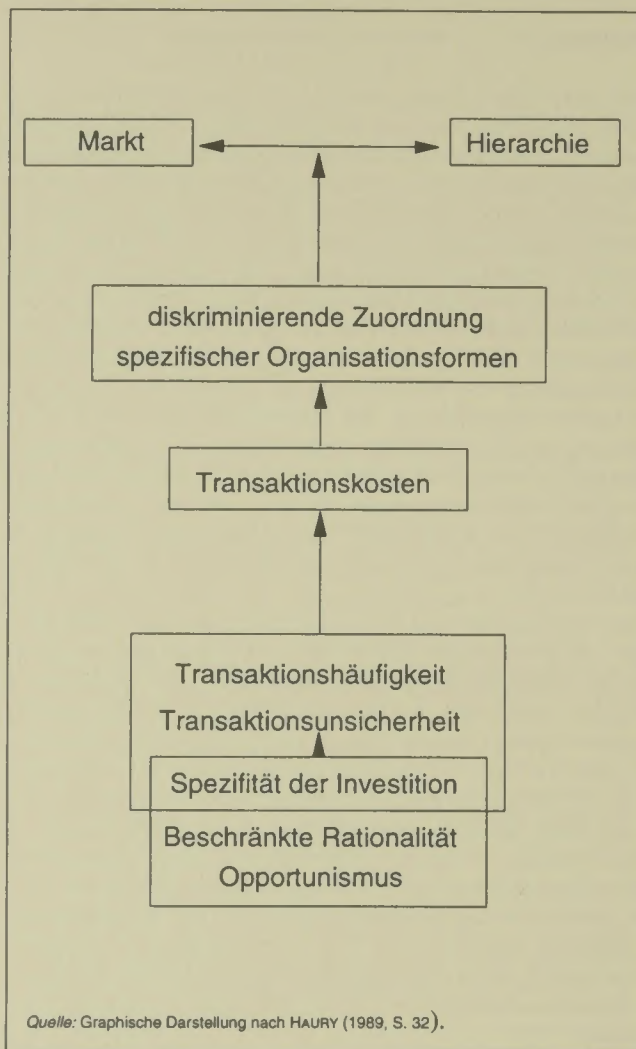


Abbildung 1: Bestimmungsfaktoren ökonomischer Orga-
nisation (nach WILLIAMSON)

Als Ursachen für einen Kooperationsmehrwert unter-
scheidet GROSEKETTLER (1978, S. 350) zwei Quellen: (1)
Machtvorteile und (2) Produktivitätsvorteile. (1) Machtvor-
teile sind rein pekuniärer Natur. Die Einkommensverteilung
wird zugunsten der Kooperationsmitglieder verändert. Vor-
teilen der Beteiligten stehen Nachteile der Nichtbeteiligten
gegenüber. Die Effizienzsteigerung für die Kooperations-
mitglieder resultiert lediglich aus einer Umverteilung. (2)
"Produktivitätsvorteile von Kooperationen sind im Gegen-
satz zu Machtvorteilen realer Natur. Sie sind das Ergebnis
organisatorischer Fortschritte in einer Volkswirtschaft und
haben zur Folge, daß sich die wert- und/oder mengenmäßige
Produktivität des volkswirtschaftlichen Produktionspro-
zesses erhöht." Die Einkommenssituation der Koopera-
tionsmitglieder kann verbessert werden, ohne daß sich da-
mit die Situation von Nichtbeteiligten verschlechtert.

2. Interessenharmonie > Interessengegensätze.

Kooperationen setzen nicht vollständig deckungsgleiche Interessen der Partner voraus. Im Falle vollständiger Interessenharmonie wären Kooperationsbeziehungen aus Sicht der Beteiligten immer problemlos. Schwierigkeiten entstehen aber, weil die Beteiligten gleichzeitig unterschiedliche Interessen verfolgen, die zum Teil auch im Widerspruch zu den Zielen der Kooperation stehen können. Eine Zusammenarbeit kann nur soweit erfolgreich sein, wie es die strategischen Interessen der Partner erlauben.

3. Kooperation ist die beste einzelbetriebliche Handlungsalternative.

Aus einzelbetrieblicher Sicht, der Perspektive des einzelnen Akteurs, muß Kooperation die beste Alternative sein, das heißt die höchsten Gewinne erwarten lassen.

4. Alle Beteiligten müssen sich aus der Kooperation eine Quasirente aneignen können.

Unter Quasirente ist in diesem Fall ein finanzieller Kooperationsmehrwert für alle Beteiligten zu verstehen. Eine Gleichverteilung des Kooperationsnutzens zwischen den Kooperationsbeteiligten ist jedoch nicht notwendig.

Als dritter Teilbereich der theoretischen Überlegungen ist die zentrale Frage der Verteilung der Kooperationsergebnisse kurz darzulegen. Ausgangspunkt der Überlegungen ist, daß in der Regel in Kooperationen keine direkte Zurechnung der Leistungsbeiträge für die einzelnen eingesetzten Produktionsfaktoren möglich ist. Es wird außerdem gleiches Verhandlungsgeschick der Kooperationsbeteiligten angenommen. Als Konsequenz daraus ergibt sich, daß die Aufteilung als Ergebnis der relativen Einflußposition der Kooperationspartner erfolgt (HAURY, 1989, S. 57).

Die wettbewerbstheoretischen Überlegungen PORTERS zur relativen Einflußposition im Rahmen einer vertikalen Austauschbeziehung sind nachfolgend zu fünf Punkten zusammengefaßt. Dafür wurden die Bedingungen eines ungleichgewichtigen Marktseitenverhältnisses ausgewählt, bei dem die Abnehmerposition stärker ist als die Verkäuferposition. Gedanklicher Hintergrund ist dabei das Beispiel Vermarktungssituation der Landwirtschaft einschließlich der neuen Bundesländer.

Abnehmer sind einflußreich gegenüber Verkäufern, wenn:

- die Abnehmergruppe konzentriert ist oder einen großen Anteil an den Gesamtumsätzen der Verkäufer hat;
- standardisierte oder nicht differenzierte Produkte bezogen werden;
- nur geringe Umstellungskosten bei einem Lieferantenwechsel auftreten;
- die nachgefragten Produkte von geringer Bedeutung für die Qualität der vom Abnehmer erzeugten Endprodukte sind;
- die Abnehmer über umfassende Informationen zum Anbieter verfügen (PORTER, 1990, S. 51 f.)

Konsequenz dieser Überlegungen zur vertikalen Beziehung: Eine horizontale Kooperation der Verkäufer (hier: der Landwirte) kann an verschiedenen dieser Punkte ansetzen, um die relative Einflußposition der Verkäufer bei der Verteilung der Kooperationsergebnisse zu verbessern.

3 Horizontale Kooperation in der Landwirtschaft am Beispiel der Erzeugergemeinschaften nach dem Marktstrukturgesetz

Die Ausführungen zur horizontalen Kooperation beschränken sich auf die Erzeugergemeinschaften nach dem Marktstrukturgesetz. Auf andere Formen der horizontalen Vermarktungskoope- ration in der Landwirtschaft wird nicht näher eingegangen³).

Zunächst ein kurzer Überblick über die zahlenmäßige Entwicklung von Erzeugergemeinschaften in den alten und neuen Bundesländern im Zeitablauf. (siehe Abbildung 2). In den alten Bundesländern war ein kontinuierlich starker Anstieg seit Erlass des Marktstrukturgesetzes zu beobachten. Nach 1990 gab es allerdings einen Rückgang in der Zahl der anerkannten Erzeugergemeinschaften, der ausschließlich auf die "Strukturbereinigung" in Niedersachsen durch das dortige Landesministerium zurückzuführen ist (siehe die Entwicklung der Angaben in den Agrarberichten seit 1990 für Niedersachsen - Bundesregierung, 1991, Materialband, S. 132; Bunderegierung, 1992, Materialband, S. 134; Bundesregierung, 1993, Materialband, S. 148 - sowie top agrar, 1993).

Zum 1.7.1992 wurde das Marktstrukturgesetz in den neuen Bundesländern vorzeitig in Kraft gesetzt. Der im Einigungsvertrag vorgesehene Termin 1.1.1994 wurde damit um eineinhalb Jahre vorgezogen (Bundesregierung, 1993, S. 123). Die Aussagen der für die Anerkennung von Erzeugergemeinschaften zuständigen Stellen in den neuen Ländern lassen erwarten, daß bis Ende 1993 die Zunahme von anerkannten Erzeugergemeinschaften in den neuen Bundesländern den zahlenmäßigen Rückgang der letzten beiden Jahre in den alten Ländern kompensiert haben wird. Gegenwärtig ist in den neuen Bundesländern noch ein Süd-Nord-Gefälle in der Anerkennung zu beobachten: In Thüringen waren zum 1.4.1993 zehn und in Sachsen vierzehn Erzeugergemeinschaften rechtskräftig anerkannt. In Brandenburg hatten zu diesem Zeitpunkt lediglich zwei und in Sachsen-Anhalt eine Erzeugergemeinschaft ihre Anerkennung bereits in Händen. In Mecklenburg-Vorpommern war noch keine Erzeugergemeinschaft anerkannt. Nach Einschätzung der verantwortlichen Stellen in den Länderministerien werden sich diese Unterschiede bis zum Jahresende 1993 jedoch weitgehend nivellieren. Die für die Anerkennung zuständigen Institutionen in den neuen Ländern erwarten bis Ende 1993 bereits rund 120 Erzeugergemeinschaften nach dem Marktstrukturgesetz im Osten Deutschlands (vgl. Abbildung 2).

Welche Entwicklungen für die horizontale Kooperation in den neuen Bundesländern wahrscheinlich sind und auf welchen Faktoren sich diese Erwartungen gründen, ist nachfolgend zu drei Thesen zusammengefaßt und erläutert:

1. Horizontale Kooperationen in Form von Erzeugergemeinschaften nach dem Marktstrukturgesetz werden in den neuen Bundesländern rasch zunehmen.

Die empirische Erhebung hat gezeigt,

- daß ein sehr großes und noch wachsendes Interesse in den einzelnen Ländern nach horizontaler Kooperation registriert wird;
- daß eine Vielzahl von Gründungen horizontaler Koopera-

3) Genossenschaften, Erzeugerorganisation für Obst und Gemüse/Fischwirtschaftliche Erzeugnisse/Hopfen nach EG-Recht, Erzeugerzusammenschlüsse zur Förderung der Vermarktung nach besonderen Regeln erzeugter landwirtschaftlicher Erzeugnisse.

tionen zu beobachten ist;
 - daß die Zahl der Anerkennungen von Erzeugergemeinschaften aktuell sehr stark zunimmt.

Maßgeblich beeinflusst wird die Gründungsinitiative horizontaler Kooperationen auch durch die Startbeihilfen nach dem Marktstrukturgesetz. In der Gründungsphase gezahlte Subventionen schaffen einen starken Anreiz für die Bildung von Erzeugergemeinschaften. Neben den Startbeihilfen spielen auch die möglichen Investitionsbeihilfen für Erzeugergemeinschaften selbst und für Wirtschaftsunternehmen der aufnehmenden Hand, die auf der Basis langfristiger Verträge mit Erzeugergemeinschaften zusammenarbeiten (DRV, 1992, S. 11 f., S. 61 ff., S. 71 ff.), als Gründungursache eine wichtige Rolle.

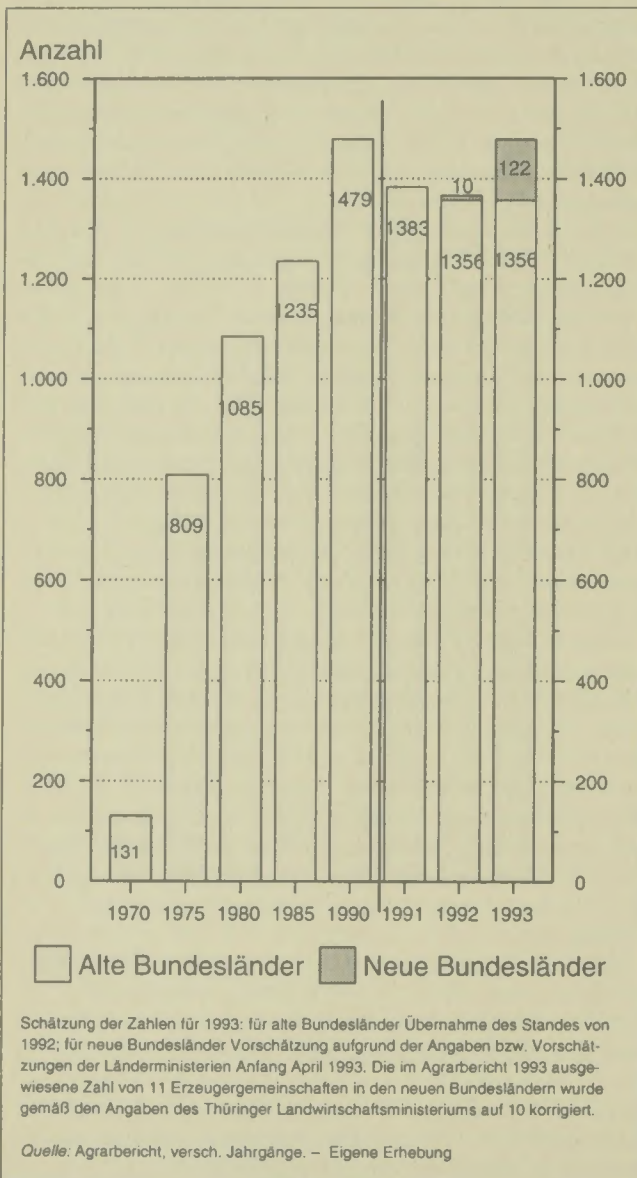


Abbildung 2: Entwicklung der Zahl der Erzeugergemeinschaften in der Bundesrepublik

2. Horizontale Kooperationen werden auch in den neuen Bundesländern eine Verbesserung der Anbieterposition ermöglichen.

Drei Faktoren stützen diese These:
 - Mitgliederzahl und Struktur

Erzeugergemeinschaften mit 1 000 und mehr Mitgliedern wie in den alten Bundesländern (Beispiel: Raps-Erzeugergemeinschaft Unterfranken mit über 4 000 Mitgliedern) wird es in den neuen Bundesländern nicht geben. Häufig sind es weniger als ein Dutzend landwirtschaftlicher Betriebe, die sich unter dem Dach einer Erzeugergemeinschaft zusammenfinden. Die geringe Anzahl an Mitgliedern bringt Übersichtbarkeit, schnelleren Konsens und eine bessere Disziplinierung. Eine höhere Schlagkraft am Markt wird dadurch möglich. Zur Struktur ist anzumerken, daß an nahezu allen bekannten Erzeugergemeinschaften auch die juristischen Personen (das heißt die LPG-Nachfolgeunternehmen) beteiligt sind. Auch in diesen Größenordnungen werden also noch Vorteile von einem Vermarktungszusammenschluß erwartet.

- Bündelung großer bis sehr großer Angebotsmengen
 Die auch in den neuen Bundesländern bestehende mengenmäßige Diskrepanz zwischen Angebots- und Nachfragepositionen ist als nachhaltig wirkendes Antriebsmoment für horizontale Kooperationen auf der Verkäuferseite (Landwirte) einzustufen. Die starken Konzentrationsprozesse in der Verarbeitungsindustrie führen sogar zu einer weiteren Stärkung der Machtposition der Abnehmer. Diese Konzentrationsprozesse auf der Abnehmerseite werden zum Teil durch die maßgeblich von einer Degression der Stückkosten geleiteten Sektorpläne für die neuen Länder gefördert.

- Vermarktungs(Marketing-)spezialisten
 Durch das gemeinsame Engagieren von Vermarktungsspezialisten kann der Mangel an Vermarktungserfahrung unter EG-Bedingungen, wie er in den neuen Bundesländern Faktum ist, kompensiert werden.

3. Kurz- bis mittelfristig unterliegen horizontale Kooperationen in den neuen Bundesländern spezifischen Restriktionen.

Diese dritte These basiert vor allem auf zwei Punkten:
 - Kein Kapital für eigene Investitionen
 Der Kapitalmangel der einzelnen Betriebe setzt sich in die Zusammenschlüsse hinein fort. Die Übernahme von Funktionen der Vermarktungs- und der ersten Verarbeitungsstufe sind deshalb eher unwahrscheinlich, vor allem wenn diese Funktionsübernahme umfangreiche Investitionen verlangt.
 - Angespannte Länderhaushalte begrenzen zum Teil die Fördermöglichkeiten

Das jeweilige Bundesland muß bei der Förderung nach der Gemeinschaftsaufgabe komplementäre Mittel bereitstellen. Wenn diese nicht ausreichend vorhanden sind, kann auch keine Förderung in vollem Umfang erfolgen. Allerdings handelt es sich dabei nur um einen Nebenaspekt, da (1) dieser Faktor nur zeitweilig und länderspezifisch wirkt und (2) die Förderung nur Starthilfe und keine nachhaltige Subvention zur Besserstellung der Kooperationsmitglieder sein kann.

Anknüpfend an die theoretischen Überlegungen PORTERS zur relativen Einflußposition in vertikalen Austauschprozessen (vgl. die Zusammenstellung am Ende des zweiten Kapitels) sollen nachfolgend konkrete Ansatzpunkte für die Aktivitäten von Erzeugergemeinschaften aufgezeigt werden:

- Die in der zweiten These angesprochene Mengenbündelung kann die Vermarktungsposition der landwirtschaftlichen Erzeuger gegenüber ihren Abnehmern stärken. Eine solche Mengenbündelungsstrategie wirkt auf den ersten und

dritten Punkt der Zusammenstellung nach PORTER ("die Abnehmergruppe konzentriert ist oder einen großen Anteil an den Gesamtumsätzen der Verkäufer hat"; "nur geringe Umstellungskosten bei einem Lieferantenwechsel auftreten").

– Durch den horizontalen Zusammenschluß steigen auch die Möglichkeiten einer aktiven Marktbearbeitung im Bereich der Produktpolitik. Durch eine maßgebliche Mitwirkung an Marketingkonzepten in Form von Produktdifferenzierungsstrategien kann der zweite und der vierte Punkt ("standardisierte oder nicht differenzierte Produkte bezogen werden"; "die nachgefragten Produkte von geringer Bedeutung für die Qualität der vom Abnehmer erzeugten Endprodukte sind") zugunsten der Anbieter beeinflußt werden.

– Über Aufbau und Nutzung eines Informationsnetzes kann der horizontale Zusammenschluß ein Gegengewicht zum Informationsvorsprung der professionellen Marktakteure auf der Abnehmerseite aufbauen. Die im fünften Punkt angesprochene Informationsasymmetrie ("die Abnehmer über umfassende Informationen zum Anbieter verfügen") kann durch diese Maßnahme verringert werden.

Ergänzend ist anzumerken, daß durch die horizontale Kooperation auch die Position gegenüber den Lieferanten auf dem Beschaffungsmarkt entscheidend gestärkt werden kann. Da sich der vorliegende Beitrag jedoch auf den Vermarktungsbereich konzentriert, soll in diesem Rahmen nicht näher darauf eingegangen werden.

Ein pauschales Plädoyer für die Funktionsübernahmen horizontaler Erzeugerzusammenschlüsse im vor- oder nachgelagerten Bereich, wie es von Seiten einiger Marktbeteiligter immer wieder provokativ gefordert wird, erscheint jedoch sowohl für die neuen als auch für die alten Bundesländer wenig sinnvoll. Zu rechtfertigen ist die Funktionsübernahme nur dann, wenn relativ hohe Gewinnmargen auf der jeweiligen vor- oder nachgelagerten Marktstufe realisiert werden⁴⁾ oder durch die Funktionsübernahme Rationalisierungsvorteile ermöglicht werden⁵⁾.

4 Vertikale Kooperation – vertragliche Zusammenarbeit der Landwirtschaft mit nachgelagerten Wirtschaftsstufen

Welche Entwicklungen im Bereich der vertikalen Kooperation – der vertraglichen Zusammenarbeit der Landwirtschaft mit den nachgelagerten Wirtschaftsstufen – in den neuen Bundesländern zu erwarten sind, fassen die beiden folgenden Thesen zusammen.

4) Zum Beispiel aufgrund eingeschränkter Wettbewerbs auf der Abnehmerseite bzw. einer monopolartigen Marktstellung eines Abnehmers: Ziel ist dann die Umverteilung innerhalb der Wertschöpfungskette zugunsten der landwirtschaftlichen Erzeuger.

5) (A) Vergleich der relativen Kosten und Gewinnmöglichkeiten: Auf wettbewerbsintensiven Marktstufen mit Überkapazitäten sind die Gewinnspannen und damit die durch Funktionsübernahmen realisierbaren Gewinne sehr gering (häufig die Situation auf den der Landwirtschaft unmittelbar vor- oder nachgelagerten Marktstufen; Beispiel Getreideerfassung und -lagerung, Viehhandel und Schlachtung); (B) Transaktionskostenüberlegungen: Übergang vom "Markt" zur "Hierarchie" (Beispiel: Erzeugergemeinschaft Osnabrück integriert die Schlachtfunktion, aufgrund der Faktor- bzw. Produktspezifität. Bessere Behandlung und Kontrolle des spezifischen Produktes Markenfleisch).

1. Mittel- bis langfristig wirken in den neuen Bundesländern verschiedene Faktoren, die vertikale Kooperationen fördern und eine überproportionale Bedeutung im Vergleich zu den alten Bundesländern erwarten lassen.

– Eine moderne Verarbeitungsindustrie entsteht, deren Qualitätssicherungssysteme die Einbeziehung der Rohstoffbasis erfordern.

Mit der modernen Technologie in der entstehenden Verarbeitungsindustrie in den neuen Ländern werden auch neue Management- und Unternehmenskonzepte rascher eingeführt. Qualitätssicherungssysteme als ein notwendiger Erfolgsfaktor der Ernährungsindustrie in den 90er Jahren werden installiert und damit die vertragliche Einbindung des Rohstoffes in die Produktkonzepte gefördert.

– Die vertikale Kooperation ist ein Instrument der Rohstoffsicherung für den Verarbeiter bei stark rückläufiger Produktion (Beispiel Fleisch).

Dabei handelt es sich um ein als aktuell zunehmend wichtig betrachtetes Antriebsmoment, das jedoch von der Realisierung der Sektorpläne einerseits (d.h. dem Aufbau von Verarbeitungskapazitäten) und der weiteren Entwicklung der Agrarproduktion andererseits (d.h. Investitionen in die Tierproduktion, Entwicklung der Flächenstilllegung usw.) abhängt.

– Starke Expansion der ökologischen Erzeugung erfordert Bindung an industrielle Verarbeiter oder Handelsketten, da die traditionellen Vermarktungswege diese Mengenausdehnung nicht leisten können.

Beispiel Mecklenburg-Vorpommern: Hier wird ein Flächenanteil von bis zu 5 % ökologischer Erzeugung prognostiziert und damit der aktuelle Bundesdurchschnitt von weniger als 1 % um ein Mehrfaches übertroffen. Die im Öko-Sektor übliche Vermarktung über den Erzeuger-Verbraucher-Direktabsatz und die Vermarktung über Naturkostgroßhändler und Naturkostfachgeschäfte wird diese Mengen nicht bewältigen können.

– Durch Großstrukturen weitgehende Ausschaltung der erstaufnehmenden Hand.

Der klassische Erfassungshandel, wie er in den alten Bundesländern als Abnehmer kleiner Betriebe (noch überall) anzutreffen ist, wird sich in den neuen Bundesländern in dieser Form nicht entwickeln. Das betrifft zum Beispiel auch den Viehhandel. Die Sammelfunktion, die Funktion der Lagerung im pflanzlichen Bereich und zum Teil auch die Versandfunktion erübrigen sich weitgehend bzw. wird von den landwirtschaftlichen Betrieben und deren Zusammenschlüssen selbst wahrgenommen. Diese Verkürzung der Absatzkette vereinfacht und erleichtert vertikale Kooperationen mit Verarbeitern oder Lebensmittelhandel.

– Geringe Anzahl von landwirtschaftlichen Einzelbetrieben erleichtert Koordination und Kontrolle.

Vor allem bei sehr hohen Produkthanforderungen spielt die Anzahl der zu beratenden, zu koordinierenden und zu kontrollierenden Einheiten für den Gesamtaufwand eine erhebliche Rolle, d.h. dieser Punkt wirkt in Abhängigkeit vom Kontrollaufwand je zugehöriger Einheit.

Das Beispiel der Pfanni Werke mit der Umsiedlung von München nach Stavenhagen in Mecklenburg-Vorpommern veranschaulicht diese Unterschiede: Lieferten im Raum München zuvor rund 1 000 Landwirte die gut 100 000 Tonnen, so sind im neuen Werk in Stavenhagen nur mehr zwischen 50 und 60 Lieferbetriebe nötig. Statt mit 20 Bauern muß nur noch mit einem einzigen Lieferanten verhandelt, beraten und koordiniert werden.

2. Kurz- bis mittelfristig beeinträchtigt Instabilität auf beiden Marktseiten das Zustandekommen vertikaler Kooperationen

- Die wirtschaftliche Unsicherheit auf beiden Kooperationsseiten erschwert langfristige Planung und Bindung.

Auf landwirtschaftlicher Seite sind noch immer viele LPG-Nachfolgeeinrichtungen als instabil anzusehen. Der Agrarbericht 1993 stellt dazu in einer Vorschätzung fest: "Bis zu einer endgültigen Stabilisierung der Betriebsstrukturen ... dürften noch einige Jahre vergehen" (Agrarbericht, 1993, S. 56; siehe dazu auch den Mitte 1993 vom BML vorgelegten Bericht zur Lage der Landwirtschaft im I. Quartal 1993: "In den neuen Ländern hält der Umstrukturierungsprozeß unvermindert an"; BML, 1993, S. 7). Auch im Bereich der Verarbeitungsindustrie ist der Bereinigungsprozeß noch nicht abgeschlossen. Ein anhaltend starker Strukturwandel in der Ernährungswirtschaft ist zu beobachten (Bundesregierung, 1993, S. 92). Die durch vertikale Bindungen angestrebte Absatz- bzw. Bezugssicherung kann bei zweiseitiger Instabilität nicht erreicht werden.

Mit Hilfe der modelltheoretischen Darstellung nach WILLIAMSON (vgl. Abbildung 1) sollen diese Thesen bezüglich ihrer Wirkungsweise eingeordnet werden. Zur ersten These "Zunahme der vertikalen Kooperation" ist anzumerken, daß die drei Faktoren "Qualitätssicherungssysteme", "Rohstoff-sicherung" und "Ökologische Erzeugung" im Modell an der "Spezifität der Investition" ansetzen. Diese Faktoren bewirken eine Zunahme der Spezifität und induzieren damit eine Förderung der vertikalen Kooperation.

Die zweite These "Kurz- bis mittelfristig beeinträchtigt Instabilität die vertikale Kooperation" setzt im Modell an der Transaktionsunsicherheit an. Die Absicherung partnerspezifischer Investitionen als ein zentraler Antriebsfaktor für die Zusammenarbeit in der Kooperationstheorie wird durch die Instabilität auf beiden Marktseiten gravierend in Frage gestellt. Die gesuchte Sicherheit wird durch Unsicherheit von anderer Seite konterkariert. Dieser Umstand wirkt diametral gegen vertikale Kooperationen.

Der Einfluß der historischen Erfahrungen der Agrarwirtschaft in den neuen Ländern mit den vertikalen Liefersystemen der alten Planwirtschaft wird sehr unterschiedlich beurteilt. Einerseits resultierte aus diesen Erfahrungen eine generelle Bindungskepsis unmittelbar nach Auflösung der alten Vermarktungsstrukturen. Andererseits werden jedoch inzwischen in zunehmendem Maße die Vorteile und Möglichkeiten einer abgesicherten Zusammenarbeit von Seiten der landwirtschaftlichen Unternehmen wieder positiver eingeschätzt.

Positive Impulse erhält die vertikale Kooperation auch durch die Förderung⁶⁾ vertikal organisierter Vermarktungskonzepte durch die CMA (CMA, 1991, S. 61 f.). Im Rahmen des "Zentral-regionalen Marketing" werden von der CMA Vermarktungskonzepte gefördert, bei denen die Position der landwirtschaftlichen Erzeuger berücksichtigt und weitestmöglich sichergestellt wird. Eines der Kernziele der "Zentral-regionalen Kooperationsprojekte zur Förderung des Absatzes von Produkten der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft" ist "die Stellung der ...

6) Bei der Projektfinanzierung "wird eine gleichhohe finanzielle Beteiligung der regionalen und zentralen Organisationen der Absatzförderung angestrebt. Eine Beteiligung der Partner der Wirtschaft ist in jedem Fall Bedingung. Im Einzelfall ist eine Beteiligung der CMA bis zu 50,0 % der nachgewiesenen ... Projektkosten möglich." Die Laufzeit der Unterstützung ist auf zwei Jahre begrenzt (CMA, 1993, S. 3 f.).

Unternehmen der Landwirtschaft zu verbessern. ... Dadurch soll insbesondere die vertraglich gesicherte Integration zwischen der Landwirtschaft und den nachgelagerten Vermarktungs-, Be- und Verarbeitungs- sowie Verteilungsstufen vorangetrieben werden. Der Nutzen der "Zentral-regionalen Kooperationsprojekte" soll direkt den Unternehmen der Landwirtschaft zugute kommen können" (CMA, 1993, S. 1).

Mitte 1993 wurden von der CMA insgesamt 15 Projekte des Zentral-regionalen Marketing in den neuen Bundesländern gefördert⁷⁾. Zahlenmäßig liegen die Schwerpunkte dieser Projekte in den beiden Bundesländern Thüringen und Sachsen, also dort, wo gegenwärtig auch die Anerkennungsschwerpunkte für Erzeugergemeinschaften nach dem Marktstrukturgesetz anzutreffen sind. In diesen beiden Ländern sind gegenwärtig jeweils fünf Projekte in der Vorbereitungs- bzw. in der Realisierungsphase (persönliche Auskunft der Abteilung Basismarketing der CMA im Juli 1993). Dieser Umstand ist nach Meinung des Verfassers als ein Indiz dafür anzusehen, daß das Vorhandensein horizontaler Vermarktungskonzepte der Landwirte förderlich ist für die Entstehung vertikaler Verbundkonzepte im Sinne des "Zentral-regionalen Marketing" der CMA.

Bei einem Vergleich der verschiedenen Branchen des Agribusiness im Hinblick auf die verschiedenen Formen, Intensitäten und Anteile der Kooperation wird deutlich: Je nach Produktgruppe sind die Voraussetzungen und Perspektiven für die vertikale (aber auch für die horizontale) Kooperation sehr unterschiedlich. Diese Unterschiede können mit Hilfe transaktionskostentheoretischer Überlegungen erklärt werden bzw. basieren auf unterschiedlich hohen Transaktionskosten. Je nach Produktgruppe und den entsprechenden Besonderheiten sowie strukturellen Rahmenbedingungen sind die Vorteile einer vertikalen Integration sehr differenziert zu beurteilen (KALLFASS, 1993).

Neben den unterschiedlichen Transaktionskosten dürften aber auch historische gewachsene Unterschiede für den so stark voneinander abweichenden Status quo in den verschiedenen Produktbereichen⁸⁾ von Bedeutung sein. Hier ist beispielsweise auf das traditionell große Bedeutungsgewicht des genossenschaftlichen Sektors in der Vieh- und Fleischbranche oder der Milchbranche hinzuweisen.

Die vorgestellten Thesen zu den Perspektiven dieser Kooperationsformen bei der Vermarktung von Agrarprodukten in den neuen Bundesländern und die daraus abgeleiteten Schlußfolgerungen sind das Ergebnis einer qualitativen empirischen Erhebung und transaktionskostentheoretischer Überlegungen. Die Thesen sind als Diskussionsgrundlage einer vertiefenden Kooperationsforschung im Vermarktungsbereich zu sehen. Die Relevanz einer gesonderten Betrachtung der neuen Bundesländer ergibt sich aus den nachhaltig sehr unterschiedlichen Voraussetzungen auf beiden Marktseiten und den unterschiedlichen historischen Voraussetzungen (den Erfahrungen bzw. der Vertrautheit mit vertikalen Liefersystemen der vorherigen Wirtschaftsordnung).

Bei einem Blick in die Zukunft sind die Rücknahme des staatlichen Garantiepreisniveaus für Standardprodukte und die zu beobachtende Differenzierung in der Vermarktung von landwirtschaftlichen Frischwaren (kontrollierte und

7) Beispiele: "Sachsgut-Schweinefleisch", "Qualitätsschweinefleisch Altenburg", "Niederlausitzer Qualitätsfleisch", "Sachsen-Getreide".

8) Und das zum Teil sehr unterschiedliche regionale Bedeutungsgewicht: Beispiel Getreidevermarktung und klassischer Landhandel.

AGRARWIRTSCHAFT
ökologische Erzeugung. M
Antriebsmomente für eine
den neuen wie den alten
tragliche Vermarktungen
für Erzeuger und Verarbeit
zu einem zunehmend wichti
von Agrarprodukten werden
Zusammenfassung
Horizontale Kooperationen erbrin
des neuen Bundesländern werden
gleichgewicht zwischen Landwirt
Unternehmensebene und hochwasser
seits. Die gegenwärtig zu beobacht
menschen sind diese Anst
Zusammenarbeit mit den nachgelag
sowie Zusammenschlüsse die
Die vertikale Kooperation von
Stufen wird nach dem Struktur
Erneuerungsmomente in vertikale
Verpflicht zu den alten Bundeslän
entstehen. Die problematische
existierende moderne Vermark
Entwicklung. Auch in diesem die
Motor der Entwicklung in Agrar
Cooperative marketing for ag
The imbalance between agricultural
and food-industry highly concerned
cause the need for horizontal cooper
parts of Germany. An increasing
this assumption.
The vertical cooperation betwe
chains will soon reach a higher le
Large scale farms and modern
Literaturverzeichnis
BALLING, R.: Marketing-Konze
fleisch-Agrarwirtschaft, S. 125
lage, Frankfurt am Main 1992.
in Agribusiness - dargestellt
Ausw
1. Noch Rückgang der Rind
Das vorliegende Ergebnis
zenber 1993 weist für die
von 15,9 Mill. Rindern auf
Stück oder 2 % weniger
Tabelle 1). Innerhalb der
Rinderbestand in Deutschland
oder rechtlich ein Einzel
gen-Rühe und die 1-1-Jah
letzten Jahr alle Bestände
terkühen allein stieg um
höher als vor vier Jahren.
den Kühen ab, so zeigt
eine deutliche Einschränkung
stand an Bullen und weib

ökologische Erzeugung, Markenprogramme) als wichtige Antriebsmomente für eine stärkere vertikale Kooperation in den neuen wie den alten Bundesländern anzusehen. Vertragliche Vereinbarungen werden die wachsenden Risiken für Erzeuger und Verarbeiter vermindern helfen und damit zu einem zunehmend wichtigen Faktor in der Vermarktung von Agrarprodukten werden.

Zusammenfassung

Horizontale Kooperation erübrigt sich durch die größeren Strukturen in den neuen Bundesländern keineswegs. Zu groß ist inzwischen das Ungleichgewicht zwischen Landwirtschaft einerseits und konzentrierter Ernährungsindustrie und hochkonzentriertem Lebensmittelhandel andererseits. Die gegenwärtig zu beobachtende rasche Zunahme von Erzeugergemeinschaften bestätigt diese Annahme. Auch speziell bei der vertraglichen Zusammenarbeit mit den nachgelagerten Wirtschaftsstufen werden horizontale Zusammenschlüsse die Position der Erzeuger verbessern.

Die vertikale Kooperation zwischen Landwirtschaft und nachgelagerten Stufen wird nach dem Strukturvereinigungsprozeß in Landwirtschaft und Ernährungsindustrie in wenigen Jahren in vielen Produktgruppen eine im Vergleich zu den alten Bundesländern überproportional große Bedeutung einnehmen. Die größeren landwirtschaftlichen Betriebe einerseits und die entstehende moderne Verarbeitungsindustrie andererseits fördern diese Entwicklung. Auch in diesem Bereich werden die neuen Bundesländer ein Motor der Entwicklung im Agrarsektor sein.

Summary

Cooperative marketing for agricultural products in East Germany

The imbalance between agricultural sector on the one hand and concentrated food-industry/highly concentrated retailing chains on the other hand cause the need for horizontal cooperation at farm level also in the eastern parts of Germany. An increasing number of farmer cooperatives confirms this assumption.

The vertical cooperation between farmers and food industry/retailing chains will soon reach a higher level than in the western parts of Germany. Large scale farms and modern food industry promote this development.

Literaturverzeichnis

BALLING, R.: Marketing-Konzeption für einen Markenartikel Rindfleisch.- Agrarwirtschaft, Sh. 125. 2. durchgesehene und aktualisierte Auflage. Frankfurt am Main 1992. - BETTERAY, K. von: Vertikale Integration im Agribusiness - dargestellt am Braugersten- und Kartoffelsektor unter

besonderer Berücksichtigung der Vertragslandwirtschaft.- Schriftenreihe der Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie, H. 290. Bonn 1991. - BÖCKENHOFF, E. und LOHNER, M.: Vertragliche Bindungen in der Landwirtschaft.- Agrarwirtschaft 41 (1992), H.1, S. 1-2. - BML (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten): Bericht zur Lage der Wirtschaft und Landwirtschaft in den neuen Ländern. I. Quartal 1993.- Bonn 1993. - BML (Hrsg.): Landwirtschaft im EG-Binnenmarkt. Bericht des BML unter Mitwirkung einer Bund-Länder-Arbeitsgruppe.- Schriftenreihe des Bundesministers für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Reihe A: Angewandte Wissenschaft, H. 382. Münster-Hiltrup 1990. - Bundesregierung (Hrsg.): Agrarbericht.- Bonn verschiedene Jahrgänge. - CMA: CMA-Neukonzept für die 90er Jahre. - Bonn 1991. - CMA: Zentral-regionale Kooperationsprojekte zur Förderung des Absatzes von Produkten der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft. Leitlinien für die Zusammenarbeit.- Bonn 1993. - COASE, R.H.: The Nature of the Firm.- *Economia*, Vol. IV (1937), S. 386-405. - DRV (Deutscher Raiffeisenverband) (Hrsg.): Marktstrukturgesetz. Gesetz, Durchführungsverordnungen, Förderungsgrundsätze und Erläuterungen.- Bonn 1992. - GROSSEKETTLER, H.: Die volkswirtschaftliche Problematik von Vertriebskooperationen.- *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen*, Bd. 28 (1978), S. 325-374. - HALK, K.: Bestimmungsgründe des Konsumentenmißtrauens gegenüber Lebensmitteln. Ergebnisse von empirischen Untersuchungen an ausgewählten Verbrauchergruppen.- ifo Studien zur Agrarwirtschaft, Nr. 30. München 1993. - HAURY, S.: Grundzüge einer ökonomischen Theorie lateraler Kooperation.- Dissertation der Hochschule St.Gallen Nr. 1126. Grösch 1989. - KALLFASS, H.H.: Kostenvorteile durch vertikale Integration im Agrarsektor?- *Agrarwirtschaft* 42 (1993), H.6, S. 228-237. - PICOT, A.: Vorwort zur deutschen Ausgabe.- In: WILLIAMSON, O.E.: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen (The economic institutions of capitalism).- Die Einheit der Gesellschaftswissenschaften, Bd. 64. Tübingen 1990, S. XIII-XIV. - PORTER, M.E.: Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten (Competitive strategy).- 6. Auflage. Frankfurt am Main und New York 1990. - SCHOPEN, W.: Die vertikale Integration in der Landwirtschaft - Erscheinungsformen und Entwicklungstendenzen mehrstufiger Zusammenarbeit.- *Landwirtschaft - Angewandte Wissenschaft*, H. 125. Münster 1966. - STRECKER, O. et al.: Die Landwirtschaft und ihre Marktpartner. Neue Formen der Zusammenarbeit.- *Landwirtschaft - Angewandte Wissenschaft*, H. 118. Münster 1963. - top agrar, H.4 (1993), S. 124: Strengere Maßstäbe bei Neugründungen. - VOGEL, M.: Konsumgenossenschaften im Osten: Unterentwickelt, schief gewickelt, abgewickelt.- *Lebensmittel-Zeitung* (1993), H. 10, S. J4-J10. - WILLIAMSON, O.E.: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen (The economic institutions of capitalism).- Die Einheit der Gesellschaftswissenschaften, Bd. 64. Tübingen 1990.

Versasser: Dr. RICHARD BALLING, Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Technische Universität München/Weihenstephan, D-85350 Freising

Vorausschau auf den Rindermarkt

Auswertung der Rinderzählung von Anfang Dezember 1993

EWALD BÖCKENHOFF und EUGEN HEIM

1 Noch Rückgang der Rinderbestände

Das vorliegende Ergebnis der Viehzählung von Anfang Dezember 1993 weist für Deutschland einen Rinderbestand von 15,9 Mill. Rindern aus; das sind nochmals 0,3 Mill. Stück oder 2 % weniger als 12 Monate zuvor (vgl. Tabelle 1). Innerhalb der letzten 4 Jahre hat sich damit der Rinderbestand in Deutschland sogar um 4,4 Mill. Stück oder reichlich ein Fünftel vermindert. Bis auf die »sonstigen« Kühe und die 1-2 Jahre alten Nutzfärsen nahmen im letzten Jahr alle Bestandsgruppen ab. Der Bestand an Mutterkühen allein stieg um 11,2 % und ist damit jetzt dreimal höher als vor vier Jahren. Sieht man von der Situation bei den Kühen ab, so zeigt die jüngste Bestandsentwicklung eine deutliche Einschränkung der Masttierhaltung. Der Bestand an Bullen und weiblichen Schlachtrindern war An-

fang Dezember 1993 zusammen um 6,8 % geringer als 12 Monate zuvor. Bei den männlichen Tieren zwischen 6 und 12 Monaten erreichte der Rückgang 6,9 % und bei den Schlachtfärsen über 1 Jahr 9,5 %. Der Bestand an Milchkühen hat im letzten Jahr um 1,4 % auf 5,29 Mill. Stück abgenommen. Gegenüber 1989, also innerhalb von 4 Jahren, wurde der Milchkuhbestand um fast ein Viertel eingeschränkt. Bei gleichzeitig rückläufigem Milchkuhbestand und wachsenden Mutterkuhzahlen hat sich das Verhältnis der Nutzungsrichtungen deutlich verändert: In 1989 entfielen erst 2 % des Kuhbestandes auf Mutterkühe, und dieser Anteil ist inzwischen auf 7,5 % gestiegen. Diese Entwicklung ist überwiegend auf die Stützung der Mutterkuhhaltung durch steigende Prämien zurückzuführen.

Die zunehmende Bedeutung der Haltung von Mutterkühen zeigte sich besonders in den neuen Bundesländern.