



**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](mailto: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.*

---

Zachariasse, L. C.: Die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Landwirtschaft. In: von Alvensleben, R.; Koester, U.; Langbehn, C.: Wettbewerbsfähigkeit und Unternehmertum in der Land- und Ernährungswirtschaft. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 36, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (2000), S.275-286.

---



# DI E WETTBEWERBSFÄHIGKEIT DER EUROPÄISCHEN LANDWIRTSCHAFT

von

L.C. ZACHARIASSE\*

## 1 Einleitung

Bei Wettbewerbsfähigkeit geht es um den relativ erfolgreichen Einsatz der Fähigkeit, sensibel auf Verbraucherwünsche zu reagieren. Neben marktfähigen Individualgütern und Dienstleistungen sollten wir auch die öffentlichen Güter nicht vergessen. Landwirtschaft ist kein Ziel an sich; ihre Bestimmung ist der Dienst an der Gesellschaft. Die Bedürfnisse stehen an erster Stelle. Da sich die Wünsche ständig ändern, ist Wettbewerb nicht einfach eine Frage der Effizienz. Es ist ein dynamischer Prozess mit beweglichen Zielsetzungen. Ich persönlich bin davon überzeugt, daß die europäische Landwirtschaft eine Zukunft hat – trotz des zunehmenden außereuropäischen Wettbewerbs durch weitere Handelsliberalisierung. Jedoch ist konstante Anpassung erforderlich. Die Landwirte können nicht einfach wartend die Hände in den Schoß legen; sie müssen die Signale des Marktes im voraus erspüren, auf die Bedürfnisse der Gesellschaft reagieren und die ‘Lizenz zum Produzieren’ erwerben. Sie sollten innovativ sein, indem sie Wissen entwickeln und einsetzen, und sich entsprechend organisieren.

## 2 Betrachtungen zur Wettbewerbsfähigkeit

Über Wettbewerbsfähigkeit gibt es keine allgemeine Theorie. Wettbewerbsfähigkeit ist ein zentrales Konzept innerhalb verschiedener sozioökonomischer Disziplinen, d.h. Handlungstheorie, Industrial Organisation, Betriebswirtschaft und Marketing. Diese Disziplinen beschäftigen sich mit Wettbewerbsfähigkeit auf der Makro-, Meso- oder Mikroebene. Man kann sagen, daß die Theorie bei einer Bewegung von der Makro- hin zur Mikroebene weniger stringent wird. Vielmehr muss detaillierter und komplexer gedacht werden, gleichzeitig jedoch weniger präzise (allgemeine Theoreme) und elegant. Wollen wir jedoch unsere Wettbewerbsfähigkeit erhöhen, so sollten wir die Vorstellung hinter uns lassen, daß Wettbewerbsfähigkeit in der Landwirtschaft nur eine Sache der natürlichen Bedingungen ist, wie absolute und relative Faktorausstattung.

Wettbewerb ist ein relatives Konzept und kann nur dann angemessen beurteilt werden, wenn eine eindeutige Vergleichsgrundlage vorhanden ist. In Relation zu *was* befindet sich der betreffende Gegenstand in einer Wettbewerbsposition? (Hertel, 1996). Wird mit Bauernhofpreisen gehandelt, so sind Argentinien, die USA und Kanada beim Weizen wettbewerbsfähiger als die EU, beim Rindfleisch sind es Südamerika, Australien und Neuseeland und für Milchprodukte wieder Neuseeland. Dies ist jedoch nicht notwendigerweise der Fall, wenn Preise auf Groß- oder Einzelhandelsebene in Betracht gezogen werden. Daher schlägt Hertel (1996) vor, den Preis eines exportierten Produktes in Relation zum vom Kunden bezahlten Einzelpreis zu setzen. Letzteres mißt die Kosten des Kunden, dessen Bedürfnisse in Anbetracht des derzeitigen Produkt- und Preisangebotes in diesem Markt auf einer gewissen Ebene befriedigt werden. Dies bezieht sich auf die Heterogenität des Verbrauchers, die Anzahl der vorhandenen unterschiedlichen Angebote sowie auf die relativen Preise, und deckt zudem die Determinanten der ‘harten’ und ‘weichen’ Werte bei der Festlegung der Preise.

---

\* Prof.Dr. Vinus Zachariasse, Direktor, Agricultural Economics Research Institute LEI, Niederlande. Der Verfasser dankt Dr. Huib Silvis, Dr. Frank van Tongeren, und Drs. Siemen van Berkum, (alle LEI) für ihre Beiträge.

**Tabelle 1:** Wettbewerbsfähigkeit: Eine Übersicht theoretischer Vorgehensweisen und ihrer Schlüsselemente (Hack et al 1998)

Theorie	Schlüsselemente	Von den Sektoren/Unternehmen beeinflussbare Schlüsselemente:
Handelstheorie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Traditionelle Handelstheorie: relative Kostendifferenzen, die durch unterschiedliche Arbeitsproduktivität (Ricardo) und Faktorausstattung verursacht werden.</li> <li>- Linder: unterschiedliche Nachfragebedingungen in den verschiedenen Ländern;</li> <li>- Vanek: natürliche Ressourcen;</li> <li>- Neotechnologische Handelstheorien: Durch Innovation entstehen zeitweilig einzigartige Produkte;</li> <li>- Moderne Handelstheorien: Produktdifferenzierung und Größenvorteil</li> </ul>	<p>Kosten Produktivität Innovation Produktdifferenzierung Größenvorteil</p>
Gewerbliche Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Porter 90: Faktorbedingungen, Nachfragebedingungen, verwandte und unterstützende Branchen, Unternehmensstrategien, Struktur und Rivalität, Zufall und die Rolle der Regierung.</li> <li>- Porter 80/85: Strategie (niedrige Kosten oder Differenzierung), die Wettbewerbskräfte, die Wertkette (neun strategische Aktivitäten zur Wertschöpfung durch die Verwendung zugekaufter Einsatzgüter, Humankapital und Technologie), das Wertesystem (Koordination und Kooperation, Produktstrom, Informationsstrom).</li> </ul>	<p>Strategie (niedrige Kosten oder Differenzierung), die Wertkette (neun strategische Aktivitäten zur Wertschöpfung durch die Verwendung zugekaufter Einsatzgüter, Humankapital und Technologie), das Wertesystem: Koordination und Kooperation, Produktstrom, Informationsstrom).</p>
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktorientierung: Produktdifferenzierung, Produktinnovationen, Qualität, Service oder eine geeignete Produktpalette (Sortiment).</li> </ul>	<p>Marktorientierung: Produktdifferenzierung, Produktinnovationen, Qualität, Service oder eine geeignete Produktpalette (Sortiment).</p>
Strategisches Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Theorie a. d. Grundlage von Ressourcen: Ressourcen oder Kernkompetenzen; Strategie muß flexibel sein und auf die Anpassung und Erneuerung dieser Ressourcen abzielen.</li> <li>- Hamel und Prahalad: Schaffung von Kernkompetenzen, die für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit voraussichtlich erforderlich sein werden; die Fähigkeit zur Anpassung an externe Vorgänge; Langzeitstrategie.</li> </ul>	<p>Kernkompetenz Ressourcen Strategie Flexibilität Vision</p> <p>Schaffung neuer Kernkompetenzen</p>

Um zu verstehen, warum das Welthandelsvolumen in landwirtschaftliche Produkte und Nahrungsmittel, eignen sich moderne Handelstheorien besser als die klassischen. Auch heute noch dominieren traditionelle Handelstheorien bei Untersuchungen, die historische Handelsmuster erläutern und zukünftige Handelsströme der agrarischen Rohstoffe voraussagen wollen. Diese Konzepte jedoch sind unzureichend, wenn es gilt, wichtige Phänomene im Agrarhandel zu erklären – wie z.B. die Wissensvermittlung beim Export von (Investitions)gütern. Ein großer Teil des Agrar- und Nahrungsmittelhandels findet zwischen den Industrieländern statt; davon der Großteil innerhalb der Handelsblöcke (EU, NAFTA, ASEAN, APEC, Mercosur). Des weiteren steigt die Bedeutung des Handels mit verarbeiteten Agrarerzeugnissen zum Nachteil des Handels mit Rohstoffen; auch ist dieser Handel mit verarbeiteten Produkten in zunehmendem Maße intra-industrieller Art.

Nach der Auffassung der Wirtschaftswissenschaftler über Bedarf und Auswirkung von Handelspolitik beobachten wir eine Evolution von reinen Befürwortern des liberalen Handels hin zu einer mehr differenzierten Sicht der teilweisen Liberalisierung und Regulierung von seiten des Staats oder der Handelsblöcke im Zusammenhang mit unvollständigen Wettbewerb auf Märkten für die üblichen, landwirtschaftlichen Produkte.

### **3 Liberalisierung**

In einem autarken System – d.h. bei dauerhafter Protektion – ist externe Wettbewerbsfähigkeit nicht interessant, da sie formal abgesichert wird. Die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Landwirtschaft ist relevant, da die gemeinsame Agrarpolitik, GAP, unter dem Druck der Handelsliberalisierung steht. Eine neue Runde multilateraler Handelsverhandlungen (die "Millennium-Runde") ist für den November diesen Jahres angesetzt. Die Landwirtschaft ist dabei ein wesentlicher Tagesordnungspunkt. Handelspartner und Verhandler bereiten sich bereits auf die Verhandlungsrunde vor. In diesen Verhandlungen ist die Europäische Union erneut den Angriffen von Agrar-Exporteuren mit einer weniger protektionierten Landwirtschaft, wie der Cairns-Gruppe und den USA, ausgesetzt.

#### **3.1 EU und globaler Wettbewerb**

Bei einem radikalen Liberalisierungsszenario sähen sich die europäischen Landwirte mit starkem Wettbewerb aus den Weltmärkten konfrontiert, was ernstzunehmende Auswirkungen auf die Einkommensbildung und den Vertrieb haben würde. EU-Preise würden in Richtung Weltmarktpreise konvergieren. Mit dem GTAP-Modell (Van Tongeren, et al, 1999) wurde eine Reihe von Kalkulationen erstellt, aus denen ersichtlich werden sollte, ob sämtliche Sektoren innerhalb der europäischen 'Agramahrungsmittelindustrie' eine Beeinträchtigung erfahren würden, oder ob einige Sektoren selbst positive Auswirkungen eines solchen globalen Liberalisierungsszenarios verzeichnen könnten. Es stellte sich die Frage: Was wäre, wenn alle (bilateralen) Importzölle für Agrarrohstoffe in allen Ländern eliminiert, und gleichzeitig alle 'verzerrenden' (bilateralen) Maßnahmen zur Exportunterstützung beseitigt würden, während die Inlandsteuern und Kostensubventionen in der bisherigen Höhe gehalten werden? Tabelle 2 zeigt die Auswirkungen auf die sektorbezogene Produktionsleistung, wobei die Welt in 7 Regionen eingeteilt wird. Die meisten Zeichen für den EU-Agrarsektor sind negativ. Bis auf drei Sektoren erfahren alle ein negatives Wachstum unter dem Liberalisierungsszenario. Die (bescheidenen) Gewinner wären: Gemüse (Gartenbau), andere Fleischprodukte (einschl. Schwein und Geflügel) und andere verarbeitete Lebensmittel. Dies ist zum Teil auf die niedrigeren Preise von Kostenfaktoren wie Futtermittel und anderen Rohstoffen zurückzuführen.

**Tabelle 2:** Auswirkungen der sektoralen Produktionsleistung bei radikaler Handelsliberalisierung

	EU15	Australien Neusee- land	Rest asiat.- Paz. Raum	Ost- europa	NAFTA	Latein- Amerika	Rest der Welt
Weizen	-	+	-	+	+	+	-
Andere Getreide	-	-	-	+	+	+	+
Gemüse, Früchte, Nüsse	+	-	+	-	+	-	-
Ölsaaten	-	+	+	+	-	+	-
Rohr-/ Rübenzucker	-	+	-	-	-	+	+
Getreide, übr. Gewächse	-	-	+	-	-	+	+
Rinder, Schafe u. Ziegen	-	+	-	+	+	+	+
Pflanzl. Öle & Fette	-	+	+	+	-	+	-
Rohmilch	-	+	-	+	+	+	+
Rindfleisch	-	+	-	+	+	+	+
Andere Fleischprodukte	+	-	+	-	+	+	+
Milchprodukte	-	+	-	+	+	+	+
Sonst. tierische Produkte	-	-	+	-	+	+	-
Andere verarbeitete Lebensmittel	+	+	+	-	+	+	-
Textilien und Bekleidung	-	-	+	-	-	-	-
Pflanzenfasern	-	-	+	-	+	-	+
Andere Rohstoffe	+	-	-	-	+	-	+

Die Resultate stammen vom GTAP-Modell mit der Version 4-Datenbasis. Detaillierte Simulationsresultate sind auf Anfrage erhältlich.

### 3.2 'State of the art' in der Handelsliberalisierung

In der Praxis sind wir von der vollständigen Liberalisierung des Agrarhandels noch weit entfernt. Das endgültige Ergebnis, das die Uruguay-Runde 1994 erzielte (und zu dem langwierige Verhandlungen geführt hatten, die bereits 1986 begonnen waren), war nicht mehr als ein erster Schritt in Richtung weltweite Liberalisierung des Agrarhandels. Im Agrarvertrag stimmten die Länder der Einschränkung landwirtschaftlicher Unterstützung und Protektion zu, indem sie Regeln in den Bereichen

- einheimische Unterstützung
- Marktzugang
- Exportunterstützung

einrichteten.

Trotz der lediglich marginalen Auswirkungen auf die weltweiten Handelsströme der Nahrungsmittel aus der Landwirtschaft konnten mit Hilfe des Vertrags neue Regeln für den Agrarhandel geschaffen werden. Neue Handelshemmnisse wurden eliminiert, bereits vorhandene wurden transparenter. Des weiteren trug der Vertrag dazu bei, daß die Inlandsunterstützung sich von der Preis- hin zur Einkommensunterstützung bewegte, was den Handel weniger stark verzerren soll.

### 3.3 Auf dem Weg zur Liberalisierung

Wie bereits erwähnt, findet der übergroße Teil des Welthandels innerhalb von Handelsblöcken wie der EU, NAFTA, ASEAN, APEC und Mercosur statt. Hier stehen Produzenten und Produktionsketten im Wettbewerb zueinander, wobei in zunehmendem Maße Marken miteinander konkurrieren, und nicht so sehr die Länder an sich. In der EU wird der freie heimische Wettbewerb für einige Produkte durch Regulierungen der Kontingente für Milch und Zucker

(-rüben) eingeschränkt. Für andere Bereiche wie den Gartenbau und intensive Nutztierhaltung kann innerhalb der EU ein dynamischer Wandel beobachtet werden: Gegenüber dem Zeitfaktor gewinnt die Reallokation der Produktion an Bedeutung. Die zukünftige EU-Erweiterung um die Mittel- und Osteuropäischen Länder, MOEL, könnte den Produktionsvertrieb beeinflussen. Viele Landwirte der EU fürchten, daß die freie Einfuhr von Produkten aus 'dem Osten' auf ihre Kosten gehen wird. Erstens wird die Unterstützung für die Landwirtschaft aufgrund budgetärer Restriktionen der EU gesenkt werden. Zweitens geht man davon aus, daß die Produktionskosten in den MOEL wesentlich niedriger sind als im Westen. Und schließlich investieren die Lebensmittelverarbeitungsbetriebe der EU bereits in hohem Maße (FDI, die ausländische Direktinvestition) in die MOEL, was selbst ohne eine Erweiterung ein Zeichen für die Verlagerung ihrer Aktivitäten sein könnte.

In kürzlich erschienenen Studien von Van Berkum und Van Meijl (1998) und wurde jedoch gezeigt, daß die Komposition bilateralen Handels zwischen der EU und MOEL sich nach der Reform zunehmend im Verarbeitungsbereich abspielt, vor allem, da die EU verstärkt verarbeitete Produkte exportiert (die von den MOEL importiert werden). Der Anteil verarbeiteter Produkte bei den EU-Exporten in allen 10 MOEL hat sich auf über 60 % des gesamten bilateralen Handels erhöht, wohingegen ein Anteil von 30 - 35 % der verarbeiteten Produkte in MOEL in die EU exportiert werden. Am Grubel und Lloyd-Index kann eindeutig abgelesen werden, daß der intra-industrielle Handel im letzten Jahrzehnt beträchtlich gewachsen ist. Diese Index stieg von 0,2 auf 0,4. Das bedeutet, daß bilaterale Agrarhandelsströme zwischen der EU und den MOEL zunehmend von nicht-komparativen Vorteilsfaktoren gesteuert werden, und daß die Bedeutung der unterschiedlichen Faktorausstattung der Länder abzunehmen scheint. Dies betrifft in erster Linie den vertikalen IIH (intra-industriellen Handel), wobei die EU hochwertige Qualität exportiert und qualitativ minderwertigere Ware unterschiedlicher Sorten derselben Produktart importiert. Laut Blandford (1998) ist diese Entwicklung zu erwarten gewesen. Wie auch in den Entwicklungsländern der Dritten Welt verfügen die MOEL in der Zweiten Welt über keinerlei effektiven komparativen Vorteil in der modernen Landwirtschaft. Ihr Nachteil ist am größten, wenn es um hochwertige Produkte geht, für die Kapital, ausgebildete Fachkräfte und Wissen besonders wesentlich sind. Da dieselben Faktoren stark von anderen Wirtschaftsbereichen angezogen werden, ist ein relativer Rückgang der Landwirtschaft nahezu unvermeidlich, u.a. wegen der höheren Rendite dieser knappen Faktoren in anderen Sektoren. Wissen und Innovation sind offensichtlich die dynamischen, kritischen Erfolgsfaktoren und werden beim zukünftigen Wettbewerb vielleicht selbst an Bedeutung gewinnen.

### **3.4 Handelsliberalisierung und ihre Nebenwirkungen**

Die Liberalisierung des Agrarhandels wird von Ländern sehr betont, deren Landwirtschaften für die wichtigsten Massenprodukte mit geringen Kosten arbeiten, z.B. der Cairns-Gruppe. Der Fokus liegt nicht nur auf einem offeneren Zugang zu Auslandsmärkten, sondern besonders auf der Verhütung von Dumping und anschließender Verzerrung des Weltmarkts als Ergebnis heimischer Politik. Letzteres gilt auch für die wichtigsten Massenprodukte der Landwirtschaft. Das 'Karthago' dieser Länder ist die Agrarpolitik hochindustrialisierter Länder wie der Europäischen Union, Japan, Norwegen usw., die ihre Politik bisher für gewöhnlich in den Bereichen der landwirtschaftlichen Produktion und ländlichen Entwicklung aufeinander abgestimmt haben.

Die Kombination von Funktionen, landwirtschaftlicher Produktion und ländlicher Entwicklung einschließlich des Erhalts von Natur und Landschaft ist ein wichtiges Thema heimischer Politik. Bislang war die Vergütung der Produzenten für beide Funktionen in der heimischen Agrarpolitik und den betreffenden Preisen enthalten. Weltmarktpreise jedoch decken die Kosten der Aktivitäten für beide Funktionen nicht; gegebenenfalls müßte eine separate Vergütung erfolgen. Dadurch würden Unterschiede bei der regionalen Nachfrage und Knappheit möglicherweise auf verschiedenen Ebenen bewertet. Diese Denkweise – die Aufteilung landwirtschaftlicher Preise in Komponenten für ein landwirtschaftliches Erzeugnis und ein Natur-



und Landschaftsprodukt – eröffnet Möglichkeiten, mit den direkten Einkommenszahlungen auf andere Weise umzugehen. Indem diese direkten Zahlungen an die Produktion von Natur und Landschaft gekoppelt werden, werden sie zu 'Preisen' für wirkliche, von der Gesellschaft gewünschte Produkte. Gleichzeitig stellt dies eine Verlagerung von Subventionen hin zur Vergütung für wirkliche Produkte dar, was diese Konstruktion vom politischen Standpunkt aus weitaus weniger verletzlich machen würde. Auch könnte dadurch die Idee unterstützt werden, private Parteien öffentliches Gut wie Natur und Landschaft privaten zur Verfügung stellen zu lassen. Bisher hat sich die EU jedoch für eine integrierte ländliche Entwicklungspolitik entschieden und auf diese Weise das Europäische Agrarmodell betont. Diese Kombination landwirtschaftlicher Produktion und ländlicher Entwicklung wird bisher nicht betreut von Multinationals und ist meiner Ansicht nach eine der bedeutsamsten Nebenwirkungen einer Handelsliberalisierung, die von den Politikern hinlängliche Beachtung erfordert. Autoren wie Josling (1999) sehen komplementäre politische Richtungen hinsichtlich der globalen Nahrungsmittelketten und des Erhalts der ländlichen Gebiete, doch dies kann stark bezweifelt werden. Bei Paradigmen für Strategie und Vorgehen bei den weltweiten Nahrungsmittelversorgungsketten wurde die ländliche Entwicklung als solche bisher nicht berücksichtigt. Die Notwendigkeit einer 'Lizenz zum Produzieren' wird jedoch mittlerweile auf die Tagesordnung der großen multinationalen Konzerne gesetzt. Unilever zum Beispiel wirbt für seine Bemühungen um nachhaltige Fischereiwirtschaft bei der Marine Stewardship. Auch für die Aktivitäten an Land kann man einen stärkeren Appell für eine 'grüne' Einmischung der Unternehmen oder Versorgungsketten erwarten. Bei Diskussionen über den Unterschied im europäischen und US-amerikanischen Modell ist dieses Thema durchaus dominierend.

### 3.5 Perspektiven

Was wird die Millennium-Runde bringen? Obwohl von anderen WTO-Partnern wie Japan und Korea und auch den importierenden Entwicklungsländern erwartet wird, in den Verhandlungen eine aktivere Rolle zu spielen als in der Uruguay-Runde, so wird doch ein neuer Kompromiß zwischen den USA und der EU ein maßgeblicher Faktor für das Ergebnis sein. Interessanterweise sahen sich die USA kürzlich gezwungen, der Landwirtschaft zusätzliche Einkommensunterstützung zukommen zu lassen. Grund dafür waren die extrem niedrigen Weltmarktpreise für landwirtschaftliche Rohstoffe. Das neue FAIR-Gesetz, ein eher liberales Gerüst für die Agrarpolitik der USA, war offensichtlich ein unzulängliches Auffangnetz.

Innerhalb der EU werden öffentliche Debatten darüber geführt, ob weitere Liberalisierung wünschenswert ist hinsichtlich der Gewährleistung von Nahrungsmittelqualität, umweltfreundlicher Produktion landwirtschaftlicher Nahrungsmittel, Tierschutz usw. usw. (Multifunktionalität, Verbraucherschutz). Kommissar Fischler hat, mit starker Unterstützung der COPA, das Europäische Agrarmodell eingeführt und tritt für dessen Aufnahme als Tagesordnungspunkt während der WTO-Verhandlungen ein.

Die Schlußfolgerungen der Agenda 2000-Reform weisen darauf hin, daß die EU die heimische Unterstützung gemäß den Messungen des AMS (Aggregate Measure of Support) senken will: um – 18 % in den Jahren 2006/7 im Vergleich zu 1995. Diese Reduktion in der gelben Box wird teilweise durch die direkten Einkommenszahlungen kompensiert und führt zu einer Erhöhung von fast 44 % in der blauen Box. Die blaue Box jedoch wird in den Verhandlungen eine Zielscheibe darstellen, und diese Einkommensunterstützung könnte durch eine weitere Verlagerung auf die grüne Box durch die Loskopplung von Unterstützung und Produktion sichergestellt werden.

Eine vollständige Abschaffung der Exportunterstützung durch die EU wird jedoch nicht erwartet. Nachhaltige Protektion wird zumindest mittelfristig eine gewisse (notwendige) Entlastung für die EU-Landwirtschaft darstellen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, daß mit Blick auf frühere Erfahrungen und den derzeitigen politischen und ökonomischen Kontext eine vollständige Liberalisierung nicht in Frage kommt. Es wäre jedoch nicht ausgeschlossen, daß das neue Abkommen, das Verhandlungsgegenstand in der Millennium-Runde sein wird, weitere Verpflichtungen in den drei

gleichen Bereichen wie das derzeitige Abkommen enthalten wird, d.h. in den Bereichen heimische Unterstützung, Marktzugang und Exportunterstützung. Die Verhandlungen werden jedoch durch neue Themen wie Verbraucherschutz und Multifunktionalität der Landwirtschaft kompliziert werden. Solange wird nicht nur der Freihandel die Basiskomponente der übergreifenden Grundlagen – oder den Kontext zum Wettbewerb – darstellen, sondern auch angepasste Handelspolitik und Abkommen, die reformierte Gemeinsame Agrarpolitik der EU sowie deren Preis- und Einkommenspolitik und Regulierungen.

#### **4 Richtung für den Sektor der landwirtschaftlichen Nahrungsmittel**

Die Auswirkung (über)staatlicher Regulierungen gerät mit den Strategien und Operationen (multi)nationaler Unternehmen der nationalen, EU- und weltweiten Märkte in Konflikt. Vor allem im Einzelhandelswesen schreiten Konzentration und Internationalisierung rasch voran. Unternehmen für landwirtschaftliche Nahrungsmittel organisieren sich in zunehmendem Maße in vertikalen Ketten, um hohe Qualität und gesundheitsunschädliche Lebensmittel gewährleisten zu können. Die Profilierung erfolgt über Marken, um so die differenzierten Verbraucheranforderungen in den Marktsegmenten erfüllen zu können.

##### **4.1 Verbraucherorientiertheit**

Die Nachfrage nach landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Diensten wird einerseits von den Verbrauchern herbeigeführt (in verstärktem Maße in (Super)märkten) sowie andererseits von den Regierungen (öffentliches Gut). Diese privaten und öffentlichen 'Nachfrager' sind heterogen, und ihre Bedürfnisse und Möglichkeiten, diese zu befriedigen, entwickeln sich kontinuierlich.

Die Verbraucher lassen sich in verschiedene Typen gliedern. Vier wesentliche Verbraucher-Images sind: der vernunftorientierte Verbraucher, den ehrgeizige Verbraucher, der kooperative Verbraucher und der verantwortungsbewußte Verbraucher.

Der vernunftorientierte Typ ist der bekannte "Verbraucher, wie er im Wirtschaftslehrbuch steht": weiß Wirtschaftlichkeit zu schätzen (niedrige Preise), funktionell, berechenbar. Lebensmittel sind der Brennstoff für die effiziente Teilnahme am zivilen und ökonomischen Prozeß. Geschwindigkeit und Bequemlichkeit sind relevant: vorgeschnitten, vorverarbeitet.

Der kooperative Verbraucher: kollektiv, traditionell, regional. Essen und Trinken sind gesellige, angenehme Aktivitäten. Zeit spielt eine untergeordnete Rolle, die Herkunft des Produktes dagegen ist wichtig.

Der ehrgeizige Verbraucher ('Verbraucher, wie er im Marketinglehrbüchern steht'): individuell, trendy, unberechenbar. Alle neuen und außergewöhnlichen Produkte sind 'cool'. Der Lebenszyklus der Produkte ist kurz, und der Preis ist weniger oder überhaupt nicht relevant.

Der verantwortungsbewußte Verbraucher: Nachhaltigkeit, sozial, sorgsam. Der Fokus liegt auf dem Fertigungsprozeß und auf der Produktion für zukünftige Generationen.

Im wirklichen Leben finden wir verschiedene Facetten in einer einzigen Person. In einer Den Haager Umfrage (Hansman, H.J.M. und Dagevos, J.C., 1999) belief sich sowohl der Prozentsatz der rationalen als auch der kooperativen Verbraucher jeweils auf 35 %. Ebenfalls gleich groß waren die Gruppen der ehrgeizigen und verantwortungsbewußten Verbraucher mit jeweils 15 %. Produzenten benötigen ein klares Bild ihrer Zielgruppen, und diese Gruppen könnten große Unterschiede im Fertigungsprozeß, in der Produktspezifizierung, im Lebenszyklus des Produktes usw. ausmachen. Auch Regierungen sollten sich dessen bewußt werden, daß sie die Anforderungen einer sehr breit gefächerten Kundschaft erfüllen müssen.

##### **4.2 Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit**

Auf der Grundlage der verschiedenen theoretischen Annäherungsweisen an Wettbewerbsfähigkeit (Abschnitt 2) haben wir am LEI ein Instrument entwickelt, mit dem die internationale Wettbewerbsfähigkeit landwirtschaftlicher Industrien regelmäßig evaluiert werden kann: den sogenannten Wettbewerbsfähigkeits-Monitor. Der Einsatz dieses Instruments liefert uns Re-

sultate, die als Spiegel für landwirtschaftliche Industrie und Handel dienen können; auch werden praktische Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt. Die Grundlage besteht aus vier determinierenden Schlüsselfaktoren.

**Tabelle 3:** Grundlagen determinierender Schlüsselfaktoren, zugrunde liegenden Variablen und Themen für den Fragebogen (Hack, et al, 1998).

Determin. Schlüsselfaktor	Zugrunde liegende Variablen	Thema für Fragebogen
Fähigkeit zur Anpassung an den Markt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produkt innovation</li> <li>- Differenzierung von Produkten</li> <li>- Service</li> <li>- Qualität</li> <li>- Produktpalette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl der Produkteinführungen</li> <li>- Anzahl erfolgreicher Produkteinführungen</li> <li>- Qualität der Produkteinführungen</li> <li>- Markenposition</li> <li>- Herkunftsland als differenzierende Eigenschaft</li> <li>- Verpackung</li> <li>- Logistischer Service z. Erfüllung v. Kundenwünschen</li> <li>- Anderer Service zur Erfüllung von Kundenwünschen</li> <li>- Kundenkontakt</li> <li>- Eingehen auf sich ändernde Wünsche</li> <li>- Produktqualität</li> <li>- Umfang der Produktpalette</li> <li>- Anpassung der Produktpalette</li> </ul>
Effektivität der Versorgungskette	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationsaustausch</li> <li>- Logistik</li> <li>- Koordination und Kooperation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zeitige Information</li> <li>- Vollständigkeit der Information</li> <li>- Relevanz der Information</li> <li>- Integrierte Vorgehensweise</li> <li>- Zuverlässigkeit</li> <li>- Unnötige Logistikkosten</li> <li>- Koordinationsweise</li> <li>- Koordinationsintensität</li> <li>- Rückverfolgbarkeit des Produkts in der Kette</li> </ul>
Kosten und Wirtschaftlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zugekaufte Einsatzgüter</li> <li>- Faktorkosten</li> <li>- Produktivität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preis-Leistungs-Verhältnis</li> </ul>
Strategisches Potential	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kernkompetenz</li> <li>- Solvenz/ Verletzlichkeit</li> <li>- Flexibilität und Strategie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Startposition für die Zukunft</li> <li>- Vorhandensein einer Kernkompetenz</li> <li>- Entwicklungsmöglichkeiten neuer Kernkompetenzen</li> <li>- Finanzielle Position</li> <li>- Marktrisiken und Gelegenheiten</li> <li>- Umweltabhängigkeit</li> <li>- Flexibilität zur Veränderung des Produktionsprozesses</li> <li>- Vorhandensein einer Langzeitstrategie</li> <li>- Externe Orientierung</li> <li>- Marktintelligenz</li> <li>- Wettbewerbsintelligenz</li> </ul>

*Fähigkeit zur Anpassung an den Markt:* Das Maß, in dem Industriezweige erfolgreich eine gute Wettbewerbsposition zu erobern wissen, indem sie die Wünsche/ Anforderungen aus dem Markt erfüllen.

*Effektivität der Versorgungskette:* Der Umfang der Koordinierung zwischen den Parteien in der Versorgungskette bei der Organisation des Güter- und Informationsstroms im Hinblick auf

die zureichende Erfüllung der Anforderungen des Markts. Je angemessener der Informations- und Güterstrom, desto größer die Wettbewerbsfähigkeit

*Kosten und Wirtschaftlichkeit:* der Umfang der Kostenkontrolle und effizienten Nutzung von Ressourcen von Unternehmen und Industriezweigen.

*Strategisches Potential:* das Maß, in dem Unternehmen und Industriezweige in der Lage sind, ihre Position zu stärken, neue Ideen umzusetzen und in schwierige Zeiten bestehen zu können.

Das Instrument wurde in einer Reihe Pilotversuchen auf der Meso-Ebene (Sektoren der niederländischen Landwirtschaft sowie des niederländischen Gartenbaus) getestet und wird nun auch in ein Instrument zur Messung von Wettbewerbsfähigkeit auf der Mikroebene (Unternehmen) abgewandelt.

In der Schnittblumenstudie erbrachte der niederländische Betriebszweig deutlich bessere Leistungen als der Wettbewerb bei zwei von vier Schlüsselfaktoren im deutschen Markt. Im französischen Markt übertraf die niederländische Betriebszweig den Wettbewerb bei allen vier Schlüsselfaktoren. In der Käsestudie auf dem spanischen Markt gab es bei zwei Schlüsselfaktoren statistisch signifikante Unterschiede zwischen der Leistung der niederländischen Betriebszweig und der des Wettbewerb; auf dem deutschen Markt nur bei einem Schlüsselfaktor. In beiden Studien überschätzten die niederländischen Exporteure ihre wettbewerbliche Kraft in beiden Märkten aufgrund einer Unterschätzung der Leistungen des Wettbewerbs. In jedem Schlüsselfaktor fand man einige zugrunde liegende Variablen, durch die sich die niederländische Betriebszweig deutlich vom Wettbewerb unterschied.

In der Geflügelstudie erbrachte der niederländische Sektor bei keinem von vier Schlüsselfaktoren deutlich bessere Leistungen als der Wettbewerb im Markt in Deutschland und Vereinigten Königreich. Im Deutschland haben die heimischen Produzenten einen Vorsprung bei den Kunden. Im deutschen Markt ist die Wettbewerbsposition der niederländischen Produzenten gleich der der französischen aber deutlich besser als die der ungarischen Konkurrenten. Im englischen Markt dagegen ist die niederländischen Position deutlich stärker als die der französischen oder brasilianischen Konkurrenten. Die niederländischen Exporteure überschätzten ihre wettbewerbliche Kraft in beiden Märkten aufgrund einer Unterschätzung der Leistungen des Wettbewerbs, ins besondere von der heimischen Produzenten. Der Wettbewerbsmonitor gibt für 30 Faktoren die Positionen der unterschiedlichen Länder, und das Gewicht der Faktoren in der Meinungsbildung von Kunden und Exporteuren an.

Diese Analysen sind so sensibel, auch auf Sektorebene, daß öffentliche Publikation manchmal als 'nicht gewünscht' beurteilt wurde. Unser Meinung nach gibt es ein kräftiges Marktanalyseinstrument für Sektoren und einzelne Betriebe.

### **4.3 Konsequenzen für die Strategie der Agrarbetriebe**

In vielen (stark bevölkerten) Regionen steht die europäische Landwirtschaft nicht nur im Wettbewerb zu Konkurrenten der Welt oder der EU, sondern auch um Platz und Raum auf regionaler Ebene. Eine Reihe anderer Funktionen versuchen, ihren Platz in ländlichen Gegenden zu erweitern. Die meisten dieser Funktionen, wie zum Beispiel der Wohnungsbau, bieten eine höhere Preis für Land, als sich die Landwirtschaft leisten könnte. Aufgrund verschiedener Faktoren erobern, ja erzwingen diese anderen Funktionen ihren Platz im strategischen Entscheidungsprozeß der Landwirtschaft. Insbesondere wegen der Verlagerung vom angebot- zum nachfragegesteuerten Markt für landwirtschaftliche Produkte sind die Preise den Märkten gegenüber sensibler und anpassungsfähiger geworden. Ein weiterer Grund sind die quantitativen Restriktionen und qualitativen Anforderungen.

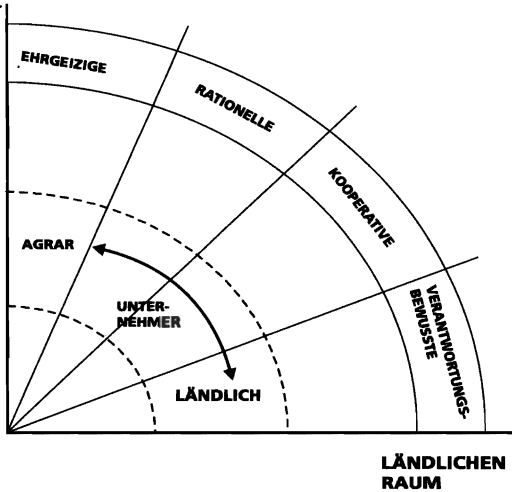
Dem ist es zum Teil zuzuschreiben, daß der primäre Sektor üblicherweise einen Teil seiner Stellung in der sogenannten 'Mehrwertkette' von Porter verloren hat, das heißt: einen relativ großen Teil in den gesamten Faktorkosten, jedoch einen für gewöhnlich sehr kleinen, wenn

nicht negativen Teil der Spanne. Trotz Vor- und Rückwärtsintegration bleibt dieser Teil üblicherweise (zu) klein.

Die Leistung des Primärsektors in der gesamten Kette versagt vor allem bei der Preisfestlegung. Aufgrund eines überwältigenden Überschusses uniformer Konkurrenzproduktmasse dominieren die sogenannten Determinanten der 'harten Werte' (Einsatzgüter, Standardqualität usw.) Die Determinanten der 'weichen Werte' wie Image und Ruf des Landwirts, Qualitätsunterschiede, After-Sales-Service, Gefühlswerte usw. haben eine zu geringe Auswirkung auf die Preisfestlegung bei traditionellen Agrarerzeugnissen. Es sind diese Determinanten der weichen Werte gemeinsam mit Innovationen im Produktbereich, die Gelegenheiten zum 'Value Pricing' erschließen. Zum Beispiel regionale und/oder Bio-Produkte, neue Produkte durch Produktdifferenzierung neuer Varianten, aber auch Produkte und Dienste in neuen Marktnischen wie Erholung, Natur- und Landschaftserhalt usw. Die Entwicklung von Marktinstitutionen und Mechanismen für diese neuen Marktnischen sind Punkte in unserem Forschungsplan.

**INTERNATIONAL  
WETTBEWERB  
MARKEN/BEQUEMLICHKEIT  
MARKT  
ÖKONOMIE  
RENTABILITÄT**

**AGRIBUSINESS  
PRODUKT-  
KETTE**



**REGIONAL  
MULTI-FUNKTIONAL  
BIOTIERSCHUTZ  
RAUM  
ÖKOLOGIE  
EINKOMMEN**

Die Extreme in der Entwicklung reichen von exklusiver Expansion in Agrarerzeugnissen (Maßstabserweiterung, zusätzliche Branchen) bis hin zur Entwicklung weiterer Funktionen (Erholung, Tourismus, Wohnungsbau, Pferde, Wohnmobile usw.).

Im nachfragegesteuerten Markt der Zukunft konzentriert sich die Produktion in Produktketten verstärkt auf den Verbraucher. Verbraucherorientierte Produktion wird für jeden Landwirt zwingend erforderlich.

Mit Blick auf die unterschiedlichen Verbraucher-Images oder -typen wird deutlich, daß die Produzenten oder vielmehr die Produktketten bestimmen müssen, auf welches Verbraucher-Image, auf welchen Verbrauchertyp sie sich konzentrieren müssen. Dies ist keine leichte Aufgabe, da die meisten Menschen verschiedene Typen verkörpern und diese z.B. im Laufe der Woche unterschiedlich stark betonen. Aus unserer Forschung lassen sich jedoch die dominierenden Typen für große Verbrauchergruppen ermitteln.

Verbindet man die Entwicklung landwirtschaftlicher Betriebe mit dem Verbrauch, so paßt die umfassendere Produktkette, die sich auf den internationalen Wettbewerb konzentriert, besser zum ehrgeizigen und vernunftorientierten Verbrauchertyp, während der multifunktionale, gewöhnlich (je Funktion) kleinere Hof in einer kohärenten ländlichen Umgebung beim verantwortungsbewussten und kooperativen Verbraucher mehr Anklang finden könnte. Die gegensätzlichen Entwicklungspfade lassen sich anhand der horizontalen und vertikalen Achsen des Diagramms ausdrücken:

<u>Kette der Agrarprodukte</u>	↔	<u>Ländliche Gegend</u>
Internationaler Fokus	↔	Regionaler Fokus
Wettbewerb durch Spezialisierung und Wachstum der Betriebsumfang	↔	Multifunktional und kleineren Umfangs je Funktion und Diversifikationsvorteil
Marken und Bequemlichkeit	↔	Bioware und Tierschutz
Markt	↔	Platz/Raum
Ökonomie	↔	Ökologie
Rentabilität	↔	Einkommen

Bei beiden Entwicklungspfaden scheinen verschiedene Paradigmen eine besondere Rolle zu spielen, beide repräsentieren Unternehmer mit unterschiedlichem Verhalten, anderen Orientierungen usw. Unterschiedliche Paradigmen bedeuten, daß die Unterschiede in der Entwicklung von Höfen an den äußeren Enden beider Achsen sich womöglich nicht mehr mit den gleichen ökonomischen Theorien erläutern lassen.

Die starken Punkte des einen Entwicklungspfades sind üblicherweise die schwachen des anderen und umgekehrt. Wo die Entwicklung der Technologie und des Maßstabs die Entwicklung der Produktkette bevorzugen, droht ein negatives Image hinsichtlich ethischer und emotionaler Attribute. Um mit den letzteren Attributen besser umgehen zu können, ist eine Anpassung der Landbauweise erforderlich. Für die multifunktionalen landwirtschaftlichen Betriebe gilt das Gegenteil. Dort ist der Diversifikationsvorteil unseren Analysen zufolge offensichtlich genau so wichtig wie für ihre 'agroindustriellen' Kollegen.

Die Uniformität der Entwicklungsstrategie für Höfe, die jahrzehntlang die Szene dominierte, hält nicht länger stand. Meiner Meinung nach sind unternehmerische Fähigkeiten sowie Ziele, Strategie und Operation des Landwirts die wichtigsten Faktoren innerhalb der Struktur von Gelegenheiten und Restriktionen anderer Marktteilnehmer, Politiker, Verbraucher und Konkurrenten.

## 5 **Schlußfolgerungen**

Der Kontext für die europäische Landwirtschaft der nächsten Jahre wird in erster Linie von der Entwicklung der 'lokalen' europäischen Nachfrage nach landwirtschaftlichen Produkten bestimmt: Volumen, Differenzierung, Qualität und Standort in Abhängigkeit von der Kaufkraft und den Wünschen der Verbraucher. Verstärkte Markt- und Verbraucherorientiertheit der Produzenten ist unabdingbar, insbesondere aufgrund des Liberalisierungstrends in der Politik und forciert vom politischen Ziel der Kooperation mit bzw. Integration von Ländern an den Ost- und Südgrenzen der EU. Der globale Wettbewerb wächst; Wissen und Innovation

werden zu entscheidenden Erfolgsfaktoren. Die Internationalisierung der Agrarnahrungsmittelindustrie nimmt zu, Ketten und Netzwerkstrukturen profilieren sich auf dem internationalen Markt und einige bringen 'Global Players' hervor. Innerhalb der von der WTO und den Europaabkommen vorgegebenen Rahmenbedingungen ist die Konzeptionsgrundlage für die Gemeinsame Agrarpolitik eine nachhaltige und attraktive Umwelt, ökonomische Kohäsion und vernünftige Handelsbeziehungen mit der übrigen Welt. Eine zunehmende Loskopplung von Produktion und Einkommen mit der Kompensation - oder besser: Vergütung für die Produktionskosten der Landwirtschaft in anderen Funktionen in den ländlichen Gebieten - liegt durchaus im Rahmen der Erwartungen. Die vorhandenen Instrumente der Markt- und Preispolitik genügen zu diesem Zeitpunkt noch, werden allerdings in Zukunft zu einer Art Auffangnetz für unvorhergesehene ungünstige Vorfälle. Vor allem bei der Vergütung für den Erhalt der Funktion Natur und Landschaft gibt es noch viele Ungewißheiten. In unserem Institut arbeiten wir an der Entwicklung von Theorien und Institutionen, um in diesem Bereich ein stärkeres Marktverhalten zu erzielen. Aus diesem ökologischen Blickwinkel heraus ist eine nachhaltige Umwelt kein Ziel an sich, sondern eine wesentliche Voraussetzung für die Produktion. Nicht nur die privaten, sondern auch die gesamten öffentlichen Kosten an die Gesellschaft müssen in die Produktpreise und die Produktionskosten aufgenommen werden. Auf diese Weise findet die Landwirtschaft ihren Platz in einer Welt, die nur schrittweise ein 'Global Village' für Wettbewerb und Handel wird. Die EU und die direkten Nachbarn decken den effektiven Markt ab. Viele Marktteilnehmer in der Landwirtschaft betrachten diese Veränderung eher als eine Bedrohung und weniger als Chance; der zukunftsorientierte Unternehmer jedoch weiß, daß die entsprechende Entwicklung seiner Strategie mit mehr Marktorientierung und Produktdifferenzierung und das Gleichgewicht der ökonomischen, sozialen und ökologischen Verantwortung die Herausforderung der Gegenwart und die Perspektive für die Zukunft darstellen. Eine solche Haltung sowie die entscheidenden Erfolgsfaktoren Wissen und Innovation kommen sowohl dem Verbraucher als auch der Gesellschaft zugute und sind maßgeblich für die wettbewerbliche Stellung der europäischen Landwirtschaft.

## Literatur

- The Australian Department of Foreign Affairs and Trade, 1999, *Global Trade reform. Maintaining momentum*, Canberra. <http://www.dfat.gov.au>
- BLANDFORD, D.: Understanding the determinants of structural change in world food markets: Discussion. *American J. of Agricultural Economics* 80 (Number 5, 1998).
- BERKUM, S. van; MEIJL J.C.M. van: A Survey of Trade Theories, The Hague, LEI, Research report 161, 1998.
- BERKUM, S. van: Patterns of intra-industry trade and foreign direct investment in agro-food products: implications for East-West integraton. *Moet/Most*. Vol 10, N. 1.2000 (to be published).
- COYLE, W.; et al. : Understanding the determinants of structural change in world food markets. *American J. of Agricultural Economics* 80 (Number 5, 1998).
- HACK, M.D. et al. : Competitiveness monitor for the agribusiness. *Onderzoekverslag 166*, LEI, Den Haag, 1998.
- HANSMAN, H.J.M.; J.C. Dagevos: Catching consumers. On consumer images and trust in the food market. *IAMA World food and Agribusiness Congress 1999*, Florence.
- HERTEL, Th.W.: The competitiveness of US Food Exports in the Japanese Market. In: I.M. Sheldon and P.C. Abbott. *Industrial Organization and Trade in the Food Industries*. Westview Press, 1996.
- JOSLING, T.: Trends in agri-markets and trade policy. *Plant Protection Service*, Wageningen, 1999.
- TONGEREN, F.: Personal Communication, 1999.
- SILVIS, H.J. and RIJSWICK, C.W.J. van: Tussen interventie en vrijhandel; WTO en de Nederlandse agrosector. Den Haag, LEI. Rapport 5.99.05, 1999.