



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.*

Heberle, D.: Funktionszusammenhänge im Branchenwettbewerb – Mineralwasser als Beispiel. In: Schmitz, P. M.; Weindlmaier, H.: Land- und Ernährungswirtschaft im europäischen Binnenmarkt und in der internationalen Arbeitsteilung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 27, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (1991), S.245-252.

FUNKTIONSZUSAMMENHÄNGE IM BRANCHENWETTBEWERB MINERALWASSER ALS BEISPIEL

von

Doris HEBERLE, Gießen

0 Einleitung

Der Plan der Vollendung des Europäischen Binnenmarktes hat für viele Bereiche der Ernährungsindustrie zu Diskussionen über die zukünftige Marktstruktur, das Wettbewerbsverhalten von Großunternehmen und damit die Zukunftschancen mittelständisch strukturierter Branchen geführt. So wird eine steigende Anbieterkonzentration auf den nationalen Märkten entweder erhofft oder befürchtet und ein verstärktes Auftreten ausländischer Anbieter erwartet, wobei insgesamt die dahinter stehenden Kräfte zu einem verstärkten Wettbewerb führen sollen. Hier soll der Versuch unternommen werden, anhand eines Produktmarktes die Zusammenhänge zwischen Marktstruktur und Marktverhalten der Anbieter in einem Zweiländervergleich aufzuzeigen. Als Produkt wurde Mineralwasser gewählt, da hierfür in der Bundesrepublik Deutschland und in Frankreich stark verschiedene Marktstrukturen vorzufinden sind und zudem durch eine EG-Rechtsharmonisierung die gesetzlichen Rahmenbedingungen schon Anfang der achtziger Jahre angeglichen wurden.

1 Wettbewerbstheoretische Grundgedanken

Die aus der neoklassischen Preistheorie entwickelte Vorstellung, die Struktur des Marktes bestimme Wettbewerbsverhalten und Wettbewerbsergebnis und die mehr in der Tradition des klassischen Liberalismus stehende Betonung der dynamischen Eigenschaften des Wettbewerbs können als Gegenpole angesehen werden, zwischen denen die Positionen der verschiedenen, in der Literatur diskutierten Ansätze eingegliedert werden können.

1.1 Strukturorientierte Wettbewerbsbeurteilung

Ausgehend von der Analyse der Preisbildung im Monopol, Oligopol und im vollkommenen Polypol hat sich eine deterministisch ausgeprägte Sicht des Wettbewerbs entwickelt. Dabei steht die Suche nach den strukturellen Voraussetzungen eines funktionsfähigen Wettbewerbs im Vordergrund (CLARK, 1940; BAIN, 1959; KANTZENBACH, 1967). Die Marktstruktur wird dabei nicht mehr nur mit der Anzahl der Anbieter und Nachfrager charakterisiert, sondern um Kennzeichen wie Produkthomogenität, konglomerate und vertikale Integration und -koordination und Marktzutrittsschranken erweitert (SCHERER, 1980, S. 3 f.). Aber auch weitere Ergebnismaßstäbe, insbesondere die Erfüllung von Innovationsleistung und Anpassungsflexibilität, werden herangezogen.

Im wesentlichen kommen die strukturorientierten Forschungsrichtungen zu dem Schluß, daß hohe Marktanteile einzelner, insbesondere konglomerater Unternehmen, enge Oligopole sowie Märkte mit hohen Marktzutrittsschranken ungünstige Wettbewerbsvoraussetzungen bieten, da die strukturell bedingte Marktmacht vor allem Allokationsineffizienzen und Faktoreinsatzineffizienzen (X-Ineffizienz) bewirken kann. Das weite Oligopol mit mäßiger Produktdifferenzierung bietet dagegen die Voraussetzungen für optimale Wettbewerbsintensität (KANTZENBACH, 1967, S. 49).

1.2 Wettbewerb als Entdeckungsverfahren

Entsprechend der neuklassischen Wettbewerbsvorstellungen liegen die Voraussetzungen für Wettbewerb nicht in strukturellen Gegebenheiten sondern allein in der wirtschaftlichen Freiheit der Konkurrenten zu Innovation und Imitation (Parallelprozeß) sowie in der Freiheit, zwischen Alternativen auswählen zu können (Austauschprozeß). Der Wettbewerb wird dabei als ein Such- und Entdeckungsverfahren gesehen, das zu unvorhersehbaren Marktprozessen führt (HOPPMANN, 1967, S. 85). Als Kriterien des Vorhandenseins von Wettbewerbsfreiheit können beim Austauschprozeß die funktionelle und reaktive Austauschbarkeit von Gütern und die Produktionsflexibilität herangezogen werden, beim Parallelprozeß das Vorhandensein potentieller Mitbewerber, die Unabhängigkeit des Aktionsparametereinsatzes und das Vorliegen imitatorischen und innovatorischen Wettbewerbs (HOPPMANN, 1967, S. 93).

Nach den Vorstellungen in der Chicago-Schule steht die einzelökonomische Effizienz im Vordergrund der Betrachtungen. Es wird davon ausgegangen, daß der Wettbewerb langfristig immer die effizientesten Marktstrukturen und Verhaltensweisen hervorbringt, solange leistungsorientierte Gewinne entstehen (DEMSETZ, 1973, S. 9). Hohe Marktanteile oder Konzentrationen sind damit nur Ausdruck der jeweils effizientesten Lösung.

2 Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen eines Marktes kennzeichnen einen Teil der Freiräume der Wettbewerber, bzw. sie determinieren nach der Vorstellung der strukturorientierten Schulen die Marktstruktur.

2.1 Rechtliche Regelungen zu Erzeugung, Handel und Verpackung

Mineralwasser gehört zu den Erzeugnissen, bei denen eine EG-weite Harmonisierung der Rechtsvorschriften durchgesetzt worden war. Durch die Richtlinie 80/777/EWG ergaben sich für die Abfüller in der Bundesrepublik Deutschland und in Frankreich zum Teil bedeutsame Änderungen, die insgesamt die Produktvielfalt erhöht haben:

In der *Bundesrepublik* war natürliches Mineralwasser durch einen Mindestgehalt an Mineralien oder Kohlensäure gekennzeichnet, bevor von der EWG Richtlinie der Nachweis natürlicher Reinheit und günstiger physiologischer Eigenschaften gefordert wurde. Auch wurde zuvor in Deutschland der Begriff Mineralwasser nicht nur für natürliches Mineralwasser benutzt; das heute als "Tafelwasser" zu deklarierende Wasser hieß nach altem Recht "künstliches Mineralwasser".

In *Frankreich* waren dagegen keinerlei physikalische Behandlungen von Mineralwasser erlaubt. Durch die EG-Richtlinie dürfen nun auch Mineralwässer, denen z.B. Kohlensäure zugesetzt worden ist, in Frankreich gehandelt werden. Außerdem entfiel für die französischen Abfüller die Restriktion, keine Erfrischungsgetränke aus Mineralwasser herstellen zu dürfen.

Mit der Rücknahme- und Pfandverordnung für Getränkeverpackungen aus Kunststoff wurde 1988 in der Bundesrepublik ein weiteres, in den Markt eingreifendes Gesetz erlassen (Pfand-VO). Diese Verordnung wurde besonders von den ausländischen Anbietern als Markteintrittsbarriere kritisiert, da diese sehr häufig die leichteren Kunststoffflaschen für ihre kohlenstoffarmen Mineralwässer benutzen.

2.2 · Basisdaten des Mineralwassermarktes

Als Folge der natürlichen Gegebenheiten und der rechtlichen Rahmenbedingungen ist die Verbrauchsstruktur in der Bundesrepublik und in Frankreich sehr unterschiedlich. Während in Frankreich 1986 83 Prozent des im Inland abgesetzten Mineralwassers keine Kohlensäure enthält (CSEM, 1990), wurde in der Bundesrepublik Deutschland zu 86 Prozent stark kohlensäurehaltiges Mineralwasser abgesetzt (STODT, 1989, S. 70).

Das Verbrauchsniveau der beiden Länder hat sich mittlerweile angeglichen. 1970 lag der Verbrauch in Frankreich mit 42 Litern je Kopf (MARFELS, 1984, S. 97) noch deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittsverbrauch von 12,5 Litern (VDM, 1990). 1988 wurden in beiden Ländern 73 Liter je Kopf verbraucht, wenn man in Frankreich den Verbrauch an Quellwasser mit berücksichtigt (VDM, 1990; berechnet aus Mda-SCEES, Production 1988. - MDEF, 1990. - SAEG, 1990).

Dem starken Verbrauchszuwachs entsprechend erhöhte sich die *bundesdeutsche* Erzeugung in den achtziger Jahren mit durchschnittlich 7,3 % ganz deutlich. Durch die Harmonisierungsbemühungen erleichtert stiegen die Einfuhren im gleichen Zeitraum verstärkt an, so daß der Selbstversorgungsgrad von 97,6 % auf 95,3 % zurückging (vgl. Übersicht 1).

**Übersicht 1: Versorgung mit Mineral- und Quellwasser
Bundesrepublik Deutschland und Frankreich**

	Deutschland		Frankreich	
	1979-82	1985-88	1979-82	1985-88
Mio Liter				
Erzeugung	2462	3749	3520	4774
Ausfuhr	21	26	552	914
Einfuhr	82	211	3	22
inländ. Verbrauch	2523	3934	2971	3882
Jährlicher Zuwachs¹⁾ (%)				
Erzeugung	7,3		5,2	
Verbrauch	7,7		4,6	
Kennzahlen zur Versorgungssituation (%)				
Selbstversorgungsgrad²⁾	97,6	95,3	118,5	123,0
Einfuhrquote²⁾	3,2	5,4	0,1	0,6
dgl. netto²⁾	2,4	4,7	-18,5	-23,0
Ausfuhrquote³⁾	0,9	0,7	15,7	19,2
dgl. netto³⁾	-2,5	-4,9	15,6	18,7

¹⁾ Nach Zinsezins. - ²⁾ Erzeugung, Einfuhr bzw. Netto-Einfuhr in % des Verbrauchs. - ³⁾ Ausfuhr bzw. Netto-Ausfuhr in % der Erzeugung.

Quelle: SBA, Produktion 1988 sowie frühere Ausgaben. - SBA, Außenhandel 1988 sowie frühere Ausgaben. - Mda-SCEES, Production 1988 sowie frühere Ausgaben. - MDEF, 1990.

In *Frankreich* wurde der Erzeugungsanstieg von 5,2 % bei einer merklichen Verbrauchszunahme im Inland (4,6 %) auch stark von der ausländischen Nachfrage getragen. Die Ausfuhrquote der französischen Abfüller erreichte im Durchschnitt der Jahre 1985-88 beachtliche 19,2 % (vgl. Übersicht 1). Wichtigste Bestimmungsländer waren im Zeitraum von 1985-88 Belgien (282,3 Mio. l), die Bundesrepublik Deutschland (211,5 Mio. l) und die USA (122,1 Mio. l), die zusammen 67 Prozent der Ausfuhrmengen aufnahmen (MdEF, 1990). Die Einfuhren nach Frankreich decken dagegen noch nicht einmal 1 Prozent des inländischen Verbrauchs.

Festzuhalten bleibt, daß in beiden Ländern die Erzeugung deutlich ansteigt, so daß von dem Gesichtspunkt der Marktsättigung noch keine Markteintrittsbarrieren bestehen. Der wachsende Anteil ausländischer Mineralwässer in der Bundesrepublik zeugt von niedrigen Zutrittsschranken in diesen Markt.

3 Marktstruktur und Marktverhalten

Die Marktstruktur auf den beiden Mineralwassermärkten soll anhand der Anbieterkonzentration sowie an dem Ausmaß horizontaler und vertikaler Koordination bzw. Integration gekennzeichnet werden, da dies in den strukturorientierten Wettbewerbstheorien Merkmale von Marktmacht sind.

3.1 Zahl und Größe der Anbieter

In der *BR Deutschland* gibt es 159 Mineralwasser abfüllende Unternehmen mit 177 Betrieben (SBA, 1990). Auf die Hälfte der Unternehmen entfiel 1988 93 Prozent der Gesamterzeugung (SBA, 1990). Die vier größten Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen (Überkingen-Teinach AG, Gerolsteiner Brunnen, Blaue Quellen, Appolinaris) erzeugten 31 Prozent der von deutschen Mineralbrunnen abgesetzten Menge, der Konzentrationskoeffizient der sieben bedeutendsten Unternehmen betrug 41 Prozent (berechnet aus LZ, 1990, S.J 26. - Meiniger, 1990, S. 24 f. - VDM, 1990).

Die meisten Unternehmen distribuieren im lokalen oder regionalen Umkreis, wenige Mineralwässer werden auch überregional oder national vertrieben. Auf die regionalen Märkte bezogen ist die Angebotskonzentration deshalb höher einzuschätzen, allerdings mit wechselnden Marktführern. In Nordrhein-Westfalen zum Beispiel erzeugten 1989 unter den 33 Brunnenbetrieben die vier ausstoßstärksten Betriebe 57 Prozent der in diesem Bundesland abgefüllten Gesamtmenge (LDS-NRW, 1990). Da gerade der nordrhein-westfälische Markt auch aus den angrenzenden Bundesländern beliefert wird, ist diese Konzentrationsrate wiederum zu hoch angesetzt.

In *Frankreich* füllen 33 Unternehmen in 49 Betrieben Mineralwasser ab. Die 5 größten Betriebe erwirtschafteten 1987 89 Prozent des gesamten Branchenumsatzes, 1984 waren es noch 84 Prozent (berechnet aus MdA-SCEES, Enquête 1987 und 1984). Die wirtschaftliche Konzentration ist in Frankreich jedoch noch höher, da die drei großen Gruppen (Perrier, Nestlé, BSN) jeweils mehrere Betriebe oder Tochterunternehmen besitzen.

Mengenmäßig gesehen ist der inländische Markt unter Berücksichtigung des Quellwassers weniger stark konzentriert, etwa 70 Prozent des mengenmäßigen Absatzes entfällt dann auf die drei großen Gruppen (LSA, 1989, S. 48). In jedem Falle kann man hier von dem Vorliegen eines engen Oligopols ausgehen.

3.2 Koordination und Integration

Was die horizontale Integration betrifft, sind es in Deutschland und Frankreich vor allem die größeren Unternehmen, die sich für den weiteren Zukauf von Mineralbrunnen interessieren. Besonders in der Bundesrepublik kann sich die Zahl der Firmenübernahmen weiter erhöhen, da dort nach meiner Erhebung die kleinen und mittleren Unternehmen (Stichprobe von 34 Unternehmen mit bis zu 80 Mio. Füllungen im Jahr) in der Finanzierung von Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen sowie in der Modernisierung ihrer Produktionsanlagen größere Schwierigkeiten auf sich zukommen sehen als die 19 größeren Unternehmen mit über 80 Mio. Füllungen je Jahr (eigene Erhebung). Der Übernahmewille der Großen zeigt sich auch in den Aktivitäten auf dem Gebiet der ehemaligen DDR, wo der zweitgrößte deutsche Brunnen schon Mehrheitsbeteiligungen bei den zwei größten Mineralbrunnen Ostdeutschlands erworben hat.

In der vertikalen Integration bedeutender Marktteilnehmer kann einerseits eine Marktzutrittsschranke, andererseits der Ausdruck erhöhter Effizienz gesehen werden.

In der *BR Deutschland* beschränken sich sowohl vertikale Integration als auch Koordination auf den nachgelagerten Bereich. Während Kooperationen mit dem Getränkefachgroßhandel vom überwiegenden Teil der deutschen Brunnen zur eigenen Existenzsicherung als wichtig empfunden werden, besteht kaum das Bedürfnis nach eigenverantwortlicher Übernahme von Großhandelsfunktionen; einzelne Unternehmen (unterschiedlicher Größe) nennen dagegen gerade den integrierten Großhandel als eine besondere Stärke ihres Unternehmens (eigene Erhebung).

In *Frankreich* engagieren sich die Unternehmen kaum im nachgelagerten Bereich. Die Übernahme von Großhandelsfunktionen wird als unwichtig erachtet (eigene Erhebung) und hat auch keine Bedeutung (GESEM, 1985, S. 220). Dafür ist die vertikale Integration in den vorgelagerten Bereich stark ausgeprägt. Die meisten französischen Unternehmen haben die Herstellung von Kunststoffflaschen in den Betriebsablauf integriert (GESEM, 1985, S. 222).

Die Versorgung mit Verpackungen ist in der *Bundesrepublik* dagegen über horizontale Koordination in Form eines Mehrwegemballagenpools, auf den 93 Prozent aller Füllungen entfallen, organisiert. Gegen diesen Pool bestehen keine wettbewerbstheoretischen Bedenken, außer daß ausländischen Anbietern der Zugang verwehrt bleibt und damit eventuell der Markteintritt erschwert sein kann.

3.3 Diversifikation und Produktpolitik

Die mögliche und die tatsächliche Produktionsflexibilität bestimmt einen Aspekt der Anpassungsfähigkeit der Unternehmen an veränderte Rahmenbedingungen oder Wettbewerbssituationen.

In der *Bundesrepublik Deutschland* füllen die meisten Unternehmen das Mineralwasser für die Gastronomie in 0,25 l Flaschen und für die privaten Haushalte in 0,7 oder 0,75 l Flaschen ab. Die Produktpalette an selbst erzeugten Getränken ist groß: über 3/4 der in der Stichprobe erfaßten Unternehmen erzeugt neben normalen Mineralwasser auch Limonaden, Mineralwasser mit reduzierten CO₂-Gehalt, diätetische Getränke und Fruchtsaftgetränke, 58 Prozent füllen auch Heilwasser ab (eigene Erhebung). Der Erzeugungsschwerpunkt liegt bei fast allen Unternehmen in der Wasserabfüllung, wobei der Anteil der Mineral- und Heil-

wässer recht breit gestreut ist: So füllen zum Beispiel 9 der 55 erfaßten Unternehmen zu über 90 Prozent Mineral- und Heilwasser ab, 14 Unternehmen dagegen zwischen 50 und 69 Prozent (eigene Erhebung).

Die großen *französischen* Mineralbrunnen haben traditionell keine anderen Getränke abgefüllt, erzeugen aber innerhalb der Gruppen auch Erfrischungsgetränke. Im Jahre 1986 begannen zwei Unternehmen (Perrier und Vittel) aromatisierte Mineralwässer auf den Markt zu bringen, andere sind inzwischen nachgezogen (LSA, 1987, S. 46). Bei den Verpackungen ist in Frankreich lange Zeit trotz individueller Einwegflaschen nur eine beschränkte Vielfalt geboten worden. Das häufigste Füllvolumen beträgt 1,5 Liter und wird entweder in eckigen (Volvic, Vittel) oder runden PVC-Flaschen angeboten. 1985 wurde erstmals von Evian (BSN) ein Drehverschluß verwendet und auch eine 0,5 l Flasche eingeführt. Beide Innovationen wurden kurz darauf von den anderen großen Mitbewerbern nachgeahmt (LSA, 1987, S. 44 ff.).

4 Beurteilung

Auch wenn bei der vorliegenden Darstellung nicht alle wettbewerbstheoretisch relevanten Gesichtspunkte berücksichtigt werden konnten, soll dennoch eine Beurteilung erfolgen.

Auf dem wenig konzentrierten Markt der *Bundesrepublik Deutschland* deuten Produktinnovationen und Imitationen auf einen regen Wettbewerb. Die große Produktpalette der meisten Anbieter läßt vermuten, daß Vorteile der Verbundproduktion auch in kleineren Produktionseinheiten genutzt werden können. Damit ist eine beachtliche Produktions- und Anpassungsflexibilität der Unternehmen feststellbar. Allerdings sprechen die geäußerten Finanzierungsprobleme der kleinen und mittleren Unternehmen für einen Substanzverzehr bzw. ungünstige Kostenstrukturen. Der Marktzugang scheint relativ leicht und auf absehbare Zeit gesichert zu sein. Allerdings rechnen 95 Prozent der befragten Unternehmen mit einem wachsenden bis stark wachsenden Marktanteil der 10 größten Unternehmen (eigene Erhebung), eine Einschätzung, die dem Verhalten der größeren Anbieter entspricht.

In *Frankreich* ist eine hohe und steigende Umsatzkonzentration feststellbar, womit aus strukturorientierter Sicht der Wettbewerb gefährdet ist. Nach Presseberichten ändern sich jedoch die Marktanteile der beteiligten Unternehmen innerhalb der Führungsgruppe. Die drei großen Gruppen zeigen seit Mitte der achtziger Jahre verstärkte Innovationsbemühungen und eine hohe Reaktionsverbundenheit im Sinne von Verfolgungsaktivitäten. Daneben sind alle drei Gruppen im Export stark engagiert und beweisen dort gutes Marktaufbaumvermögen. Der inländische Markt und die Ausfuhren zeigen deutliches Wachstum. Von daher ist kein hohes Ausmaß möglicher Marktabsprachen zu vermuten. Der Marktzutritt mag in Frankreich strukturell zwar schwerer als in Deutschland sein, aber nicht unmöglich, wie der wachsende Anteil der regionalen Quellwässer und der steigende Importanteil nahelegen.

Unabhängig von der Marktstruktur wäre demzufolge in beiden Ländern ein funktionierender Wettbewerb festzustellen. Die Öffnung der Grenzen für Importe durch die Rechtsangleichung hat deutliche Wirkungen gezeigt und kann als den Wettbewerb belebend angesehen werden.

Literaturverzeichnis

BAIN, J.S., Industrial Organization. New York 1959.

CLARK, J.M., Toward a Concept of Workable Competition. "American Economic Review", Jg. 30, Nr. 6 (Juni 1940), S. 241-256.

Chambre Syndicale des Eaux Minérales (CSEM), Paris, schriftl. Auskunft, Juni 1990.

DEMSETZ, Harold, Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy. "Journal of Law and Economics", April 1973, S. 1-9.

Groupement Européen des Sources d'Eaux Minérales Naturelles (GESEM), Die Mineralbrunnenindustrie in Europa. "Der Mineralbrunnen", Jg. 35, Nr. 5 (Mai 1985), S. 210-248.

HOPPMANN, E., Wettbewerb als Norm der Wettbewerbspolitik. "Ordo", Jg. 18 (1967), S. 77-94.

KANTZENBACH, E., Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. (Wirtschaftspolitische Studien 1 aus dem Institut für Europäische Wirtschaftspolitik der Universität Hamburg), 2. durchgesehene Auflage, Göttingen 1967.

Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (LDS-NRW), Hannover, schriftliche Auskunft vom 27.6.1990.

Lebensmittelzeitung (LZ), Wasserspiegel steigend. LZ-Journal Nr. 11 vom 16. März 1990, S. J 26-29.

Libre Service Actualités (LSA), Eaux Minérales: La Vague de Fond. Jg. 30, Nr. 1072 (29. Mai 1987), S. 43-53.

LSA, Eaux Minérales: L'Etat d'Ivresse. Jg. 32, Nr. 1179, 6. Oktober 1989, S. 47-52.

MARFELS, Chr., Concentration, Competition and Competitiveness in the Beverages Industries of the European Community. (Dokument der Kommission der Europäischen Gemeinschaften) Luxemburg 1984.

Meininger Magazin, Mineralwasser. (Beilage Nr. 3 der Zeitschrift "Weinwirtschaft Markt", Neustadt a.d. Weinstraße), Mai 1990.

Ministère de l'Agriculture, Service central des enquêtes et études statistiques (Mda-SCEES), Production des industries agricoles et alimentaires en 1988. Enquêtes des branches (série "s", Nr. 210) sowie frühere Ausgaben.

Mda-Scees, Enquête annuelle d'entreprise 1987. Industries agricoles et alimentaires. Résultats sectoriels et régionaux (Collections de statistique agricole, étude Nr. 285) sowie frühere Ausgaben.

Ministère de l'Economie et des Finances (MdeF), Außenhandelsstatistik nach Ländern und Waren 1978-1988, schriftl. Auskunft vom 26.7.1990.

Richtlinie (RL) 80/777/EWG des Rates vom 15. Juli 1980 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Gewinnung von und den Handel mit natürlichen Mineralwässern. "AB1.EG", Nr. L 229 vom 30.8.1980, S. 1-10.

SCHERER, F.M., Industrial market structure and economic performance. 2. Aufl., Boston 1980.

Statistisches Amt der Europäischen Gemeinschaften (SAEG), Eurostatistik. Daten zur Konjunkturanalyse 7/1990 sowie frühere Ausgaben.

Statistisches Bundesamt (SBA), Außenhandel nach Waren und Ländern (Spezialhandel) Dezember und Jahr 1988 (Fs 7: Außenhandel, Reihe 2) sowie frühere Ausgaben.

SBA, Sonderauswertung. Konzentrationskoeffizienten aus der vierteljährlichen Produktions-erhebung 1988. Wiesbaden 1990.

SBA, Produktion im Produzierenden Gewerbe des In- und Auslandes 1988. (Fs 4: Produzie-rendes Gewerbe, Reihe 3.1) sowie frühere Ausgaben.

STODT, A., Ganzheit von Natur aus. Mineralwasser, ein Markt mit Potentialen. "Getränke-fachgroßhandel", 10/1989, S. 67-71.

Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM), Bonn, schriftliche Mitteilung vom 15.6.1990.

Verordnung über die Rücknahme und Pfanderhebung von Getränkeverpackungen aus Kunststoffen vom 20. Dezember 1988. "BGB1.I", Jg. 1988, Nr. 61, S. 2455-2456.