



*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.*

*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.*

---

Stamer, H.: Vermarktung von Agrarprodukten in Überfluggesellschaften – Kennzeichen und Tendenzen. In: Besch, M., Kuhlmann, F., Lorenzl, G. Unter Mitwirkung von Hanf, C.-H., Riebe, K.: Vermarktung und Beratung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 20, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (1983), S. 9-25.

---



# Vermarktung von Agrarprodukten in Überflußgesellschaften

- Kennzeichen und Tendenzen -

von

Hans S t a m e r , Kiel

---

## 1 Kennzeichen der Überflußgesellschaften

1.1 Zur Definition

1.2 Die Politik verursacht den Überfluß

1.3 Hohe Arbeitsproduktivität und Überernährung in Überflußgesellschaften

## 2 Tendenzen in der Agrarvermarktung

2.1 Hohe Löhne erzwingen eine fortschreitende Arbeitsteilung

2.2 Die Unternehmenskonzentration wächst

2.3 Der Wettbewerb verschärft sich

2.4 Sinkende Handelsspannen und steigende Kosten

2.5 Der Marktanteil der Genossenschaften wächst

2.6 Bürger sehen die Grenzen des Wachstums

## Schlußbetrachtung

---

## 1 Kennzeichen der Überflußgesellschaften

### 1.1 Zur Definition

Unter Agrarvermarktung verstehen wir das gesamte System der Beschaffungs- und Absatzmärkte für Agrarerzeugnisse bis hin zum Lebensmittelangebot für den Verbraucher. Da der Verbraucher einen beachtlichen Anteil seines Einkommen für Agrarerzeugnisse ausgibt, ist die Entwicklung in der Agrarvermarktung auch zugleich von großer volkswirtschaftlicher Bedeutung und von noch weit größerer für die der Landwirtschaft in den entsprechenden Regionen.

Es sei dahingestellt, ob es in der heutigen Zeit mit großer Arbeitslosigkeit überhaupt "Überflußgesellschaften" gibt. Doch hierauf näher einzugehen liegt sicherlich nicht im Interesse der Veranstalter, die mir dies Thema gestellt haben. Deshalb werden nachstehend unter "Überflußgesellschaften" Staaten verstanden, die Agrarerzeugnisse im Überfluß produzieren - also mehr, als sie im eigenen Land zu Marktpreisen absetzen können. Sie sind in der Regel auf den Agrarexport zu niedrigeren Preisen, als sie im Inland erzielt werden, angewiesen. Überflußländer in diesem Sinne sind vor allem die westlichen Industriestaaten Europas und Nordamerikas.

## 1.2 Die Politik verursacht den Überfluß

Charakteristisch für die Überflußgesellschaft im Vergleich zu den Entwicklungsländern ist, daß diese vor allem aufgrund ihres "Wohlstandes" eine protektionistische Agrarpolitik betreiben. Die Agrarpreise werden aus politischen Gründen höher festgesetzt, als es für die Erlangung des Marktgleichgewichts notwendig wäre, deshalb entstehen die Überschüsse.

In den Entwicklungsländern ist man demgegenüber bestrebt, für die städtische Bevölkerung vor allem in den Slums eine preisgünstige Versorgung mit Nahrungsmitteln sicherzustellen. Die städtische Bevölkerungsgruppe wird dort als sozialer Unruheherd angesehen, der zufriedengestellt werden muß, wenn die Existenz der eigenen Regierung gesichert bleiben soll. Dort werden die Grundnahrungsmittel deshalb subventioniert.

Aus ökonomischer Sicht gesehen wird die Agrarproduktion in den Überflußländern zu stark begünstigt, und in den Entwicklungsländern wird sie durch zu niedrige Preise benachteiligt. Alle Bemühungen der Agrarökonomen, dies zu ändern, waren bisher wenig erfolgreich, weil die politischen Zwänge als bedeutender angesehen wurden. In den Entwicklungsländern glaubt man, auf billige Grundnahrungsmittel nicht verzichten zu können. In Überflußgesellschaften waren bisher die Mittel zur Förderung der Produktion und zur Beseitigung der Überschüsse immer noch vorhanden. Da sich die politische Interessenlage beider Ländergruppen entspricht, hat es sich eingebürgert, daß die Überflußländer Agrarprodukte an die Entwicklungsländer preisgünstig abgeben. Dadurch bleibt es bei dem Ungleichgewicht: Verkümmern der Landwirtschaft auf der einen Seite sowie Überfluß und Überproduktion auf der anderen.

Wie schon Schumpeter feststellte, sind die Menschen offenbar mit zunehmendem Wohlstand bereit, relativ mehr "Wohltaten" zu verteilen, d.h. einen größeren Anteil des Bruttosozialprodukts für soziale Zwecke aufzuwenden. Davon profitiert auch die Landwirt-

schaft. Die Erzeugerpreise werden aus sozialpolitischen Gründen - d.h. um die Einkommen der Landwirte zu erhöhen - marktwirtschaftlich zu hoch festgesetzt. Schumpeter sah mit dieser Entwicklung den "Marsch in den Sozialismus" auf uns zukommen. Dieses düstere Bild wird bisher jedenfalls nur von wenigen geteilt. Deshalb findet sich auch politisch keine Mehrheit, die "mehr Markt" durchzusetzen in der Lage ist. Vielleicht liegt dies aber auch an unserem System oder, genauer gesagt, daran, daß die Funktionäre der großen Interessenverbände (vor allem die der Gewerkschaften) die Waffe der Mehrheit in unserer Demokratie nicht unbedingt im Interesse der Schwächeren, sondern im Sinne der politisch Stärkeren einsetzen. Sie vertreten zunehmend ihre eigenen Interessen und weniger die der Allgemeinheit, zum Teil nicht einmal die ihrer Mitglieder.

Staatliche Einflußnahmen sind aber auch im Bereich der Agrarvermarktung von großer Bedeutung. Herr Heynen wird in seinem Referat darauf eingehen. Ich möchte hier nur die Förderpolitik erwähnen. Der Staat wendete erhebliche Mittel zur Verbesserung der Vermarktungsstruktur auf. Zahlreiche Unternehmen - so vor allem in der Milch- und Fleischvermarktung - wurden mit staatlicher Hilfe finanziert. Die Erzeugergemeinschaften, die sich während der letzten Jahre gebildet haben, wären ohne eine solche Förderpolitik heute vermutlich nicht existent. Auch viele Einzugs- und Absatzgebiete für Milch sähen heute anders aus, wenn nicht entsprechende politische Eingriffe vorhanden gewesen wären.

### 1.3 Hohe Arbeitsproduktivität und Überernährung in Überflußgesellschaften

Ein wichtiges Charakteristikum der Überflußländer ist, wie gesagt, der hohe Lebensstandard. Er kennzeichnet die Agrarvermarktung; die dort tätigen Betriebe werden - genau wie in der Landwirtschaft - gezwungen, die ständig steigenden Löhne durch Kapital zu substituieren.

Diese ökonomische Notwendigkeit führte zu einem beachtlichen Strukturwandel. Die Zahl der in der Agrarvermarktung vorhandenen Arbeitskräfte und Unternehmen verringerte sich ständig und der Umsatz pro Unternehmen und pro Arbeitskraft stieg. In den Überflußgesellschaften gelang es während der letzten Jahrzehnte, die Agrarproduktion pro landwirtschaftliche Arbeitskraft alle zehn Jahre ungefähr zu verdoppeln. Die Zahl der in der Landwirtschaft Beschäftigten nahm kräftig ab und die Flächenerträge stiegen.

In den Entwicklungsländern verhinderte das große Bevölkerungswachstum den Rückgang der in der Landwirtschaft Beschäftigten und somit stieg die landwirtschaftliche Arbeitsproduktivität alle zehn Jahre überhaupt nicht oder bestenfalls um 10 oder 20 v.H. - Auch in den sozialistisch regierten Staaten gelang es bisher nicht, die Arbeitsproduktivität beachtlich zu verbessern. Der Arbeitskräfteeinsatz in der Landwirtschaft ist in diesen Regionen immer noch relativ hoch.

Die Agrarvermarktung ist in Überflußgesellschaften also durch eine beachtliche Erhöhung der Arbeitsproduktivität gekennzeichnet. Es herrscht auf allen Vermarktungsstufen Wettbewerb, die Prinzipien der Marktwirtschaft werden im großen und ganzen befolgt. Dies ist in vielen Entwicklungsländern oft nicht der Fall. Diese allgemeinen Aussagen gelten natürlich nur mit Einschränkungen.

Während in den Entwicklungsländern die Bevölkerung unaufhaltsam weiterwächst und die Nahrungsmittelversorgung nach wie vor unzu-

reichend bleibt, ist es in den Überflußgesellschaften gerade umgekehrt. Die Bevölkerungszahl sinkt in der Regel und die Nahrungsmittelüberschüsse steigen. Nach dem Ernährungsbericht, den die Deutsche Gesellschaft für Ernährung im Auftrage der Bundesministerien für Gesundheit und Arbeit anfertigte, essen sich immer mehr Deutsche zu Tode. Über die Hälfte stirbt an ernährungsbedingten Erkrankungen, jeder Dritte hat Übergewicht. Von 1952 an nahmen die Erkrankungen der Herzkranzgefäße um 227 v.H. zu. Der Verbrauch an Fett, Zucker und Alkohol ist zu hoch und der von Ballaststoffen zu gering.

## 2 Tendenzen in der Agrarvermarktung

### 2.1 Hohe Löhne erzwingen eine fortschreitende Arbeitsteilung

Mit Hilfe des technischen Fortschritts gilt es - und dies erfolgte vor allem in marktwirtschaftlich ausgerichteten Gesellschaftssystemen - immer mehr "Handarbeit" durch Kapitaleinsatz zu ersetzen. So wurden Paletten- und Containersysteme im Bereich des Landwarenhandels eingeführt, und weitere neue technische Fortschritte dieser Art sind zu erwarten. Mit der Ware werden zunehmend Dienstleistungen angeboten, so beispielsweise beim Kauf von Pflanzenschutz-, Dünge- oder Futtermitteln. Kalk, Pflanzenschutz- oder auch Düngemittel - wie Harnstoff - werden zum großen Teil schon ausgestreut bzw. ausgespritzt geliefert. Firmen verkaufen Legehennenfutter nicht mehr nach Gewicht, sondern nach dem Nährwertgehalt. Sie garantieren eine bestimmte Nährstoffversorgung der einzelnen Legehennen und damit eine sparsamere Fütterung, die bei gleicher Legeleistung ein Verfetten der Legehennen verhindert. Auch in der Milchviehfütterung sind mit dem Einsatz von computergesteuerten Abrufautomaten noch erhebliche technische Fortschritte zu erwar-

ten, die zu einer engen Zusammenarbeit zwischen dem Futtermittel-lieferanten und dem Landwirt führen werden.

Ähnlich verlief die Entwicklung im Lebensmittelhandel. Auch hier hat der Großhandel immer mehr "Dienstleistungen" für den Einzelhandel übernommen, so vielfach den Einkauf, die Werbung, die Kalkulation, die Buchführung, die Ladeneinrichtung und die Finanzierung sowie vieles mehr. Der außerordentlich hohe Leistungsstand der Lebensmittelvermarktung entwickelte sich in den "Überflußländern" nicht zuletzt aufgrund dieser Rationalisierung und Spezialisierung.

## 2.2 Die Unternehmenskonzentration wächst

Die Übernahme von technischen Fortschritten und neuen Funktionen führt aber auch zu größeren Unternehmen. Prüße wird dies Problem für den Bereich des Landwarenhandels aufzeigen. Im allgemeinen ist der Konzentrationsprozeß innerhalb der Landwirtschaft geringer verlaufen als im Ernährungsgewerbe. Nur größere Handelsbetriebe verfügen oft über die technischen Kapazitäten zur Erfassung und Aufbereitung der Agrarerzeugnisse. Sie handeln vor allem mit der größeren und leistungsfähigeren landwirtschaftlichen Kundschaft. Sie sind oft der Motor des technischen Fortschritts. Kleine Handelsbetriebe scheiden aus; sie werden übernommen oder sie diversifizieren. So wird im Landwarenhandel beispielsweise das Sortiment um die bisher atypischen Bestandteile Brenn-, Treib- und Baustoffe erweitert. Der Absatz an Kleinverbraucher wird - häufig in Form der sogenannten "grünen Warenhäuser" - intensiviert. Dadurch wird versucht, den zu geringen Handelsumsatz auszugleichen (vgl. STAMER, 16, S. 31 und BUSCH, 2, S. 80ff).

Der Konzentrationsprozeß wird sich auch im Bereich der Agrarvermarktung vermutlich weiter fortsetzen. Extrapoliert man beispielsweise den im Landwarenhandel Schleswig-Holsteins vollzogenen Kon-

zentrationenprozeß der Jahre 1955 bis 1980, so werden im Jahre 2000 nach KÜHL und HANF (10, S. 266) nur noch zwei Unternehmen von fünf im Jahre 1980 existieren. Es ist zu wünschen, daß sich dieser Prozeß verlangsamt.

Ähnlich wie im Landwarenhandel verhält es sich bei anderen Absatzmärkten. Die Großen werden größer. Erinnert sei vor allem an den Lebensmittelhandel. Mehr als 50.000 Lebensmittelläden wurden in der Bundesrepublik Deutschland während der letzten zehn Jahre aufgegeben. Die großen Filialisten, Genossenschaften und Ketten haben sich durchgesetzt und beherrschen heute den Markt. Der Konzentrationsprozeß ist immer noch nicht abgeschlossen. Er ist aber im Bereich des Lebensmittelhandels weiter fortgeschritten als beispielsweise in der Fleisch- oder Getreidevermarktung. Eine sich weiter fortsetzende Konzentration führt vielfach zu einem sich verschärfenden Wettbewerb, vor allem zwischen den Genossenschaften und den privaten Unternehmen. Wird die Unternehmenskonzentration zu groß, so leidet darunter die Wettbewerbsintensität.

### 2.3 Der Wettbewerb verschärft sich

Die Entwicklung in der Agrarvermarktung war während der letzten Jahre durch sinkende Betriebshandelsspannen und steigende Kosten gekennzeichnet. Dieser Druck von beiden Seiten bewirkte eine Verschärfung des Wettbewerbs und eine Verschlechterung der durchschnittlichen Betriebsergebnisse. Zugleich verminderte sich die Zahl der beteiligten Handwerksbetriebe. Beides deutet auf einen harten Verdrängungswettbewerb hin, der nicht zuletzt wegen des begrenzten Marktvolumens im gesamten Bereich der Agrarvermarktung herrscht.

Es kommt hinzu, daß die Waren, die jedes Handelsunternehmen im Agrarbereich kauft oder verkauft, eine zunehmende materielle Gleichwertigkeit erreichen. Dadurch hat der Landwirt, der die ver-

schiedenen Firmen meist eindeutig nach ihrer Preisgestaltung beurteilt, eine gute Vergleichsmöglichkeit. Als weiteres wettbewerbsverstärkendes Element sei angeführt, daß sich die Erfassungs- und Absatzgebiete der einzelnen Handelsbetriebe ständig weiter überlagern. Die Vorteile, die einzelne Unternehmen in bestimmten Räumen genießen, werden abgeschwächt. Es kommen neue Konkurrenten hinzu, die die Möglichkeit einer Ausgleichskalkulation in diesen Gebieten mit geringerem Wettbewerb erschweren.

Besonders intensiviert wurde der Wettbewerb noch durch die Bildung von Erzeugergemeinschaften, d.h. durch die Zahlung von Start- und Investitionsbeihilfen an Erzeugergemeinschaften. Sie haben zum Teil einen dritten Vermarktungsweg geschaffen. Überwiegend aber fassen sie das Angebot nur zusammen und handeln die Verkaufskonditionen gegenüber den vorhandenen Vermarktungsunternehmen aus. Untersuchungen von HÜLSEMEYER u.a. (7, S. 148) zeigen, daß sie für Waren gleicher Qualität einen besseren Preis als die nicht organisierten Landwirte erhalten und damit den Wettbewerb außerordentlich verschärfen. Dies hat in der letzten Zeit zu Unstimmigkeiten geführt, und in einigen Fällen zu der Forderung, beispielsweise die Schlachtviehvermarktung neu zu überdenken. Angegriffen wurde vor allem die 4. und 6. Durchführungsverordnung zum Vieh- und Fleischgesetz sowie die Klassifizierung und Überwachung der Geschlachtetervermarktung. Die sich verbreitende Unzufriedenheit führt zu einer gewissen Renaissance der Lebendviehvermarktung ab Hof, weil die Bauern möglichst schon ab Hof wissen möchten, welchen Preis sie für ihre Waren erzielen. Sie wollen ihre Erzeugnisse verkaufen und nicht nur abliefern.

Die Agrarhandelsbetriebe versuchen, den hier aufgezeigten, meist sehr harten Wettbewerb möglichst etwas abzumildern. Sie erschweren den Landwirten teilweise den Preisvergleich durch die Gewährung von sonstigen Konditionen. Dadurch führt die Entwicklung immer mehr von einem überwiegenden Preiswettbewerb weg in Richtung eines verstärkten Konditionswettbewerbs. Nach Befragungen von Kühl ist im Bereich des Landwarenhandels nicht nur die Höhe des Preises für

die Kaufentscheidung wichtig, sondern auch der Standort des Unternehmens, die langjährigen Geschäftsverbindungen, die pünktliche Belieferung und vieles andere mehr (vgl. KÜHN, 9, S. 24). Auch nach dieser Untersuchung ist anzunehmen, daß der Wettbewerb noch härter werden wird.

#### 2.4 Sinkende Handelsspannen und steigende Kosten

Die Möglichkeiten zur Anhebung der Handelsspannen über die Preise müssen für die Zukunft dann äußerst gering eingeschätzt werden, wenn ihre Angemessenheit seitens einer mit ständig verbesserter Markttransparenz versehenen Kundschaft nicht akzeptiert wird. Dabei interessiert wenig, ob die Preiserhöhungen durch gestiegene Kosten in dem jeweiligen Handelsbetrieb begründet werden. Entscheidend ist vielmehr, ob sich der einzelne Betrieb innerhalb eines allgemein anerkannten Durchschnitts bewegt, ungeachtet dessen, daß er aufgrund struktureller Erschwernisse ein höheres Entgelt für die erbrachten Handels- und Dienstleistungen begründen könnte. Diese Situation kennzeichnet in etwa das Dilemma, in dem sich die kleinen Handelsbetriebe derzeit befinden, und das in Zukunft noch deutlicher hervortreten dürfte. Handelsspannenerhöhungen beschränken sich also in Zukunft relativ auf das Maß, das auch für die mit der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung einhergehenden Kostensteigerungen gilt. Wenn auch weiterhin eine Ausgleichskalkulation in geringem Umfang für viele Handelsbetriebe möglich sein wird, so scheidet die Handelsspannengestaltung als Maßnahme zur Verbesserung des Betriebsergebnisses in Zukunft doch weitgehend aus. Da diese Aussage den Einfluß starken Wettbewerbs impliziert, kann sie allerdings regional abgewandelt sein.

Große Bedeutung für die Verbesserung des Betriebsergebnisses erlangt künftig vor allem die Kostenseite. In den letzten Jahren war der Gesamtkostenverlauf im genossenschaftlichen wie im privaten Agrarhandel und in allen Betriebsgrößen durch eine steigende Ten-

denz gekennzeichnet, hinter der die relative Handelsspannenentwicklung als Ergebnis des verschärften Wettbewerbs ständig etwas zurückgeblieben ist. Mit einer langfristig weiterhin steigenden Gesamtkostenentwicklung ist besonders deshalb zu rechnen, weil die Nutzung des technischen Fortschritts zur innerbetrieblichen Rationalisierung begrenzt ist, d.h. der relativ steigende Anteil der Personalkosten an den Gesamtkosten stellt die Hauptursache für weiterhin steigende Gesamtkosten dar. Eine weitere Ursache für Kostensteigerungen ist aus dem künftig steigenden Umfang der gesamten Handels- und Dienstleistungen abzuleiten, der die zunehmende Arbeitsteilung mit der Landwirtschaft nach außen dokumentiert. Ein Rationalisierungserfolg wird dabei umso eher möglich, je mehr die Einzelbereiche des Betriebes sinnvoll aufeinander abgestimmt werden. Daraus ergibt sich, daß der technische Fortschritt im Agrarhandel nicht isoliert durchführbar ist, sondern nur in Einklang mit dem technischen Stand in der Landwirtschaft einerseits und dem Lebensmittelhandel andererseits. Insofern bleiben diese Rationalisierungsmöglichkeiten durch äußere Einflußnahmen begrenzt.

Das Ausmaß künftiger Kostensteigerungen kann schließlich noch durch weitere Konzentration in der Agrarvermarktung beeinflusst werden. Vollzieht sich diese Konzentration wie bisher wesentlich stärker als der entsprechende Strukturwandel in der Landwirtschaft, so bedingt dies, daß die im Marktgeschehen verbleibenden größeren Handelsbetriebe zunehmend auch die Versorgung der kleineren Kunden zu übernehmen hätten, was unmittelbar zu weiteren Kostenerhöhungen führen müßte (vgl hierzu BUSCH, 2, S. 90ff). Aus zwei Gründen dürfte diese Kostenerhöhung größer sein als bei der Versorgung durch kleinere Handelsbetriebe: zum einen würden sich die durchschnittlichen Kundenentfernungen vergrößern, zum anderen müßten größere Betriebe die kostensteigernde Geschäftstätigkeit mit wertmäßig unterdurchschnittlichen Kleinumsätzen übernehmen, der sie sich bisher durch die eingetretene Kundenselektion weitgehend entziehen konnten.

## 2.5 Der Marktanteil der Genossenschaften wächst

Bei der bisherigen Unternehmenskonzentration konnten die Genossenschaften im allgemeinen ihren Marktanteil relativ besser halten als die privaten Firmen. So stieg ihr Marktanteil bei Getreide in Schleswig-Holstein nach KÜHL (S. 14) von 1955 bis 1980 von 20 auf 50 v.H. In einzelnen Branchen ist der genossenschaftliche Anteil in der Vermarktung inzwischen verhältnismäßig groß geworden, so für die Bundesrepublik im Bereich der Milchvermarktung. In einigen skandinavischen Ländern trifft dies aber auch für die Fleisch- und Getreidevermarktung zu. Dies führt so weit, daß beispielsweise in Schweden der Preis für Schlachtvieh von den Genossenschaften schon im voraus bestimmt wird und alle Betriebe im Land den gleichen Preis zu zahlen haben. Einiges deutet darauf hin, daß sich mit steigendem Lebensstandard ein solches Vermarktungssystem mehr und mehr durchsetzt. Dies heißt, daß durch staatliche Eingriffe den politischen Vorstellungen des landwirtschaftlichen Berufsstandes entsprechend ein starkes bäuerliches Vermarktungswesen aufgebaut wird, welches in der Lage ist, die agrarpolitischen Ziele der Industrieländer besser zu unterstützen als eine im harten Wettbewerb stehende private Marktwirtschaft. Diese Entwicklung liegt in der Richtung der erwähnten Prophezeiungen von Schumpeter und kann auch zu weit führen. Die deutschen Landwirte wünschen sich jedenfalls überwiegend nicht die Verhältnisse, wie sie in Dänemark und Schweden üblich sind. Sie fordern die Erhaltung des Wettbewerbs zwischen den Genossenschaften und den privaten Firmen. Noch mehr aber liegt es im volkswirtschaftlichen Interesse, daß sich in der Agrarvermarktung weiterhin ein leistungsstarkes, kostengünstig arbeitendes Absatzwesen entwickelt. Dieses wird jedoch nur geschehen, wenn in allen Stufen der Vermarktung Unternehmen tätig sind, die rationelle Entscheidungen treffen können und die die geforderten Leistungen unter Wettbewerb vollbringen müssen.

Es ist daher eine vordringliche Aufgabe der öffentlichen Hand, durch geeignete Maßnahmen dahin zu wirken, daß der Wettbewerb funktionsfähig bleibt. Insgesamt gesehen erfüllt die öffentliche

Hand in den Industriestaaten diese Aufgabe oft besser als in vielen Entwicklungsländern. Trotzdem sollte der Staat und der Bauernverband jede Diskriminierung oder Benachteiligung der privaten Unternehmen vermeiden. Als Wettbewerbsvorteil der Genossenschaften ist die günstigere Eigenkapitalversorgung und der Tatbestand anzusehen, daß die Genossenschaften als "bäuerliche Organisation" gewisse Präferenzen genießen. Sie müssen keine Erbschaftssteuer zahlen und können ihre Rückvergütungen als Betriebsausgaben absetzen und müssen eingezahlte Geschäftsanteile nicht versteuern. Auf der einen Seite sind Genossenschaften strukturell auch benachteiligt, so vor allem in ihrer spontanen Handlungsfähigkeit, denn sie können teilweise nicht so risikofreudig wie der private Betrieb entscheiden, und in der Durchsichtigkeit des Geschäftes gegenüber Nachbarn der Kunden, soweit diese Nachbarn im Vorstand oder Aufsichtsrat der Genossenschaften vertreten sind.

Sieht man in der Agrarvermarktung von politischen Eingriffen zum Nachteil der Privatunternehmen ab, so hat der private Unternehmer wenig Grund, sich zu beunruhigen. Als Beispiel hierfür sei der Lebensmittelhandel erwähnt, wo sich die Filialisten gegenüber den Genossenschaften bisher durchaus behaupten konnten. Auch bei dem großen Strukturwandel in der Eier- und Geflügelvermarktung zeigte sich die Überlegenheit von Privatbetrieben. Genossenschaften haben sich in diesem Bereich kaum durchsetzen können. Hier blieb allerdings auch die Produktion in bäuerlichen Familienbetrieben auf der Strecke. Es kam zu einer Konzentration der Erzeugung und zu einer Gruppenbildung, wie in anderen Branchen auch.

## 2.6 Bürger sehen die Grenzen des Wachstums

Die Steigerung des Wohlstandes in einem Teil der Welt und die unzureichende Entwicklung in anderen Gebieten sowie die mit dem wirtschaftlichen Wachstum verbundenen Begleiterscheinungen führten vor allem in den Überflußgesellschaften während der letzten beiden Jahrzehnte bei einigen Bürgern zunehmend zu einem "Unbehagen". Das starke wirtschaftliche Wachstum wurde kritisiert, so im Bereich der Agrarproduktion vor allem der Einsatz der "Chemie", der Tierchutz in der Legehennen- und Kälberhaltung und das sogenannte "Ausräumen der Landschaft" im modernen Ackerbau bzw. bei Maßnahmen zur Verbesserung der Agrarstruktur. Vor allem nach der Veröffentlichung des Buches von Meadows "Die Grenzen des Wachstums" entstanden Zweifel an der Dauerhaftigkeit des wirtschaftlichen Wachstums in den Überflußgesellschaften. Es entwickelten sich Alternativen im Landbau und eine Gesetzgebung, die dem Umweltschutz einen weit höheren Stellenwert als bisher einräumte. Die vielfachen Auflagen sind oft mit Kostensteigerungen verbunden und bewirkten neben anderen Faktoren einen Rückgang der Wachstumsraten. Es ist anzunehmen, daß die Wirtschaft der Überflußgesellschaften mit diesem Problem fertig werden wird. Für viele Entwicklungsländer dürften diese Forderungen beachtliche Sorgen mit sich bringen. Forderungen, in Zukunft nur ein Nullwachstum zu erwirtschaften, werden bei uns hoffentlich die Ausnahme bleiben. Sollten sie sich aber durchsetzen, so hätte dies beachtliche Konsequenzen. Welchen Weg wir weitergehen werden, entscheiden nicht zuletzt die politische Entwicklung und die Wünsche der Mehrheit der Bevölkerung. Möge diese Mehrheit weise entscheiden.

### Schlußbetrachtung

Uns sind die Vorteile der Marktwirtschaft und die des Wettbewerbs bekannt. Leider ist aber das Wissen, welches in unserer Disziplin während der letzten 200 Jahre erarbeitet worden ist, nicht festes Gedankengut bei denjenigen, die die Politik in den einzelnen Ländern entscheidend beeinflussen. Man setzt dort oft andere Prioritäten. Statt die Kräfte des Marktes zum Zuge kommen zu lassen, wird vielfach aus politischen Gründen interveniert. Viele Bürger sind - was die Kenntnisse der wirtschaftlichen Zusammenhänge angeht - Analphabeten. Sie können wirtschaftspolitische Entscheidungen in der Regel nicht beurteilen. Wir sollten deshalb mithelfen, dies zu ändern und uns auf der anderen Seite um Verständnis der politischen Belange bemühen. Es müßte dann möglich sein, dort, wo notwendig, "mehr Markt" in der Agrarvermarktung durchzusetzen und zugleich zu der Erkenntnis zu kommen, daß unsere in der Agrarvermarktung tätigen Unternehmen Beachtliches geleistet haben. Es ist ein weiter Weg für viele Entwicklungsländer, dies nachzuvollziehen.

### L i t e r a t u r v e r z e i c h n i s

1. BESCH, M., Strukturwandel auf den Märkten und Bewertung der Kooperation. In: Berichte über Landwirtschaft, Bd.59. 1981 S. 25ff
2. BUSCH, E., Entwicklung des Landwarenhandels in Schleswig-Holstein. Agrarmarktstudien. H.19. Hamburg und Berlin. 1974.
3. ERNÄHRUNGSBERICHT 1980. Hrsg. von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. im Auftrag des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit und des Bundesministers für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Frankfurt (M) 1980.
4. GROSSKOPF, W., Marktstrukturpolitische Konsequenzen der Kon-

- zentration auf den Agrarmärkten. In: Agrarwirtschaft, H.1. Hannover 1978.
5. GROSSKOPF, W. u. ALTER, R., Die Marktstruktur im Ernährungs-Sektor unter besonderer Beachtung der landwirtschaftlichen Marktstellung. "Landwirtschaft - Angewandte Wissenschaft", H.212, Münster-Hiltrup 1978. S. 88ff.
  6. HAUSMANN, F.B., Konzentration und Spezialisierung im ländlichen Genossenschaftswesen der Bundesrepublik Deutschland. In: Konzentration und Spezialisierung im Agrarbereich. Schriften für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Bd 16. Münster-Hiltrup 1979. S.,. 95ff.
  7. HÜLSEMEYER, F., Ergebnisse einer Effizienzanalyse der landwirtschaftlichen Erzeugergemeinschaften für Ferkel und Schlachtvieh. In: Der Tierzüchter. Hildesheim 1979. Nr.4 S.147f.
  8. JESSEN, L., Der private Landwarenhandel in der BRD. Bedeutung, Struktur, Entwicklungstendenzen (Agrarmarkt-Studien H.22). Hamburg, Berlin 1976.
  9. KÜHL, R., Marktstrukturelle Entwicklungen im Landwarenhandel Schleswig-Holsteins im Zusammenhang mit dem derzeitigen Marktverhalten landwirtschaftlicher Betriebe. Arbeitsbericht 82/1 (Institut für landw. Betriebs- und Arbeitslehre) Kiel 1982.
  10. KÜHL, R. und HANF, C.-H., Konzentration im Landwarenhandel Schleswig-Holsteins und die Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation. In: Agrarwirtschaft Hannover 1982. S. 265ff.
  11. LEYRER, H.-J., Der Getreideerfassungshandel in der Bundesrepublik Deutschland (Bonner Hefte für Marktforschung H. 3) Stuttgart 1970.
  12. MEYER, W., Ländliche Genossenschaften im agrar- und volkswirtschaftlichen Umfeld. "Genossenschafts-Forum" H.9/81, S. 402ff.
  13. OPPEN, M. von, Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung vertraglicher Regelungen beim Absatz landwirtschaftlicher Produkte. Berlin 1968.
  14. SCHMIDT, E., Gemeinsame Agrarpolitik und Unternehmenspolitik von Verarbeitungsbetrieben landwirtschaftlicher Produkte. "Agrarwirtschaft" H.11/81 S. 317ff.
  15. SCHUMPETER, J.-A., Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. 2.Aufl. München 1970.
  16. STAMER, H., Die Zukunft des Landwarenhandels und der ländlichen Warengenossenschaften. Sonderdruck der GIG 1975.
  17. STRECKER, O., REICHERT, J., POTTEBAUM, P., WEGE, R., FROHN, H., Agrarmarktforschung. Ein Kompendium für die Agrarwirt-

schaft. Hrsg. CMA Bonn 1980. S. 69.

18. WIESE, O., Genossenschaftlicher und privater Landwarenhandel in der Bundesrepublik Deutschland, Karlsruhe 1968.