



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.*

Hülsemeyer, F.: Entwicklungstendenzen in der Vermarktung von Agrarprodukten – Korreferat zu den Tagungsbeiträgen von K.-J. Heynen, D. Prüsse und W. Meyer. 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. 173-177.

Entwicklungstendenzen in der Vermarktung von
Agrarprodukten

Korreferat zu den Tagungsbeiträgen von K.-J.
HEYNEN, D. PRÜSSE und W. MEYER

von

Friedrich H ü l s e m e y e r , Kiel

Vor dem Hintergrund der hinlänglich bekannten Veränderungen und Unwägbarkeiten im wirtschaftlichen Umfeld der Vermarktung land- und ernährungswissenschaftlicher Erzeugnisse muß jener lapidar resümierende Optimismus MEYERS, "die Genossenschaften (könnten) - indem sie das ökonomisch Notwendige und Machbare tun - einer weiterhin erfolgreichen Entwicklung beruhigt entgegensehen", zumindest verwundern.

Rahmenbedingungen, die sich in der Summe aller Betriebe, Regionen und Länder als eine zunehmende Verschärfung des Verdrängungswettbewerbs darstellen, weisen - so auch HEYNEN aus seiner Sicht - in Analogie zum Erfordernis einer rationellen Erzeugung einer effizienten Vermarktung sowie, für alle Marktstufen gleichermaßen, einer konsequenten Nutzung des absatzpolitischen Instrumentariums herausragende Bedeutung zu.

In diesem Zusammenhang kann der von MEYER und PRÜSSE aufgezeigte, zumal in den 1970er Jahren bemerkenswerte Schrumpfungsprozeß des Agrargewerbes nicht darüber hinwegtäuschen, daß es "nach wie vor zu viele zu kleine (Unternehmen) gibt, für die in nächster Zeit Strukturveränderungen zwingend werden" (2, S. 110).

Dabei liegt die Vermutung nahe, daß die Standort- und Strukturgegebenheiten des genossenschaftlichen Wettbewerbers, weil - zumindest noch im Bereich des Landwarenhandels - durch das Prinzip einer in der Regel kleinbetrieblichen Flächenabdeckung geprägt, zunächst stärker als jene des erwerbswirtschaftlichen Konkurrenten tangiert werden, der sich bereits mehrheitlich auf die günstigeren landwirtschaftlichen Produktionsstandorte zurückgezogen hat und hier dank überdurchschnittlich gut strukturierter Unternehmen vergleichsweise am wettbewerbsfähigsten ist.

Allerdings zeichnen sich im Gefolge eines solchen fortgesetzten Konzentrationsprozesses Probleme ab (vgl. 1, S 129 ff.), die insoweit genossenschaftsspezifisch sind, als dieser Marktpartner mit zunehmender Größe der Unternehmen nicht nur wesentliche Wettbewerbsvorteile wie die spezifische Intensität der Handelsbeziehungen mit den einzelnen Kunden und damit zumindest einen Teil des Integrationsvermögens zur Erfassung des gesamten Waren- und Leistungsaustausches zumal der klein- und mittelbäuerlichen Betriebe verliert, sondern überdies in dem Maße immer konkreter mit dem von MEYER zum Postulat erhobenen "prinzipiellen Grundsatz der Gleichbehandlung der Mitglieder" konfrontiert wird, wie verstärkt größere Unternehmen die sehr kostensteigernde Betreuung kleinerer Lieferanten bzw. Abnehmer mit mengen- und wertmäßig bescheidenem Umfang der einzelnen Geschäftsvorgänge, der sie sich bislang durch eine Selektion der Kundschaft entziehen konnten, zu übernehmen haben.

Generalisierend ist daraus zu folgern, daß durchschnittliche Betriebsgrößenverschiebungen im Agrargewerbe, die sich schneller vollziehen als die durchschnittliche Veränderung der landwirtschaftlichen Betriebsgrößenstruktur, im Zeitablauf tendenziell steigende Bezugs- bzw. Absatzkosten implizieren. Entsprechend müßten sich die Handelsspannen erhöhen - vorausgesetzt, der Wettbewerb läßt die Bezahlung der unter erschwerten Bedingungen erbrachten Leistungen zu.

Das jedoch muß vor dem Hintergrund einer zusehends unbefriedigen-

deren Wirtschaftslage der Landwirtschaft in Frage gestellt werden; solche Rahmenbedingungen verstärken vielmehr den Erwartungsdruck der Landwirte hinsichtlich Leistungen in Bezug und Absatz gegenüber der agrargewerblichen Wirtschaft.

Ein solcher vermehrter Erwartungsdruck gegenüber dem Agrargewerbe korrespondiert mit der Notwendigkeit dieser Branche, dem Konzentrationsprozeß zumal auf den nachgelagerten Märkten im Interesse der eigenen Wettbewerbsfähigkeit folgen zu müssen, dies um so mehr, je weniger sich die verbraucherorientierte Vermarktungsstufe mit der Wahrnehmung reiner Verteilungsfunktionen begnügt. Wenn demzufolge die Konzentration in den der Landwirtschaft nachgeordneten Bereichen der Nahrungsmittelproduktion und -distribution eine Koordinierung bei der quantitativen, qualitativen und zeitlichen Planung der landwirtschaftlichen Erzeugung und ihrer Vermarktung erzwingt, so ist jenes präsidiale Zitat MEYERS "Wir haben zu verwerten, was sie (die Landwirte) produzieren" zumindest mißverständlich.

Tatsächlich werden sich die Aufgaben der der Landwirtschaft nachgelagerten Stufen in einer sich ständig mehr konzentrierenden Wirtschaft zunehmend in den organisatorischen Bereich zu verlagern haben.

Wenn dem der bis dato erreichte Entwicklungsstand intra- und intersektoraler Zusammenarbeit auf einer Mehrzahl deutscher Agrarmärkte (noch) nicht entspricht, so werden hier vor dem von HEYNEN aufgezeigten Hintergrund ungleich höheren Organisationsgrades der Vermarktung zumal in Frankreich, den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich mit zudem weitergehenden Zielsetzungen sowie der daraus abgeleiteten, aber offen bleibenden Frage, wie aus hiesiger Sicht den durch eine unterdurchschnittliche Organisation der Agrarvermarktung begründeten Wettbewerbsverzerrungen "entschieden zu begegnen" sei, auch merkliche Forschungsdefizite deutlich.

Auf sich gestellt, können Genossenschaften solche Koordinierungs-

funktionen leichter wahrnehmen als die agrargewerbliche Wirtschaft, sofern "diese sich aus ihrer besonderen Stellung, sprich aus Individualität und Risikobereitschaft nicht soweit zu lösen bereit ist, wie darüber hinausgehende Zusammenschlüsse die Individualität begrenzen" (5, S. 12) - ein Sachverhalt, der über den zuvor diskutierten Zusammenhang hinausreicht und generell den wettbewerbspolitischen Standort des privaten Agrargewerbes gegenüber dem genossenschaftlichen Konkurrenten anspricht:

Wenn die Aufteilung des Marktes in den zurückliegenden Jahren zugunsten der Raiffeisen-Organisation verlaufen ist (vgl. u.a. 3, S. 11 ff.), so liegen entscheidende Ursachen dafür in Strukturschwächen der agrargewerblichen Wirtschaft begründet (vgl. 3, S. 88 ff.; S. 95 ff.):

Die Funktion des Agrargewerbes als Bindeglied zwischen Landwirtschaft und Markt verlangt einerseits eine Ausrichtung auf nahezu unverändert polypolitische, andererseits eine solche auf zusehends oligopolistischere Marktstrukturen.

Diesen einzelbetrieblich divergierenden Erfordernissen entspringt zwar bei beiden Wettbewerbern der prinzipiell gleiche Gedanke der Verbundbildung; indessen ist die Realisierung unterschiedlich weit vorangeschritten (vgl. 3, S. 24 ff.):

Während nämlich die Konzentration der primär-genossenschaftlichen Bezugs- und Absatzwege über die Zentralgeschäftsanstalten durchweg mehr als 60 v.H. der Umsätze erreicht, dies, wie aus einem stärkeren Umsatzwachstum der Sekundärstufe gegenüber den Primär-genossenschaften ablesbar, zudem mit weiter wachsender Tendenz, deutet die aus einer Auftragskonzentration von allenfalls 30 v.H. abzuleitende mangelnde Bereitschaft des privaten Agrargewerbes, seine wirtschaftlichen Vereinigungen vermehrt zu nutzen, offenkundig Schwierigkeiten an, die absatzpolitischen Chancen der Kooperation für sich isoliert und kurzfristig zu bewerten.

Das stützt jenes von PRÜSSE gefundene Ergebnis, demzufolge "die

Wettbewerbsintensität von den privaten Landwarenhändlern höher eingeschätzt wird als von den genossenschaftlichen".

Um so problematischer aber muß sich im Interesse der Erhaltung eines "funktionsfähigen und ausgeglichenen Wettbewerbs" (4, S. 172) auf dieser Stufe ein fortgesetztes ausschließlich individuelles Beharrungsvermögen ausnehmen; das unterstellt freilich nicht, daß sich hierauf die "beruhigende" Gewißheit MEYERs gründet, mit der die Genossenschaften einer weiterhin erfolgreichen Entwicklung entgegensehen können glauben.

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

1. BUSCH, E.: Entwicklung des Landwarenhandels in Schleswig-Holstein. (Agrarmarkt-Studien aus dem Institut für Agrarpolitik und Marktlehre der Universität Kiel, H. 19.) Hamburg und Berlin 1974.
2. HAUSMANN, F.B.: Konzentration und Spezialisierung im ländlichen Genossenschaftswesen der Bundesrepublik Deutschland. In: Konzentration und Spezialisierung im Agrarbereich. (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Bd. 16.) Münster-Hiltrup 1979, S. 95 - 113.
3. OSTERHOLZER, M.: Strukturelle Entwicklungen und Veränderungsmöglichkeiten durch zwischenbetriebliche Kooperation im privaten Landhandel Bayerns. Weihenstephaner Dissertation 1981.
4. PLATE, R: Agrarmarktpolitik. Bd. 1: Grundlagen. München, Bern, Wien 1975.
5. STROTHE, A.: Strukturpolitische Konsequenzen der Konzentration. Referat anlässlich der Mitgliederversammlung der Produktionsbörse Nürnberg am 5. Oktober 1978 (Hektogr.)