



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.*

Hildenbrand, A., Kühl, R.: Beobachtbare Milchauszahlungspreise: Chance für Milcherzeuger – Risiko für Endverbraucher. In: Kühl, R., Aurbacher, J., Herrmann, R., Nuppenau, E.-A., Schmitz, M.: Perspektiven für die Agrar- und Ernährungswirtschaft nach der Liberalisierung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 51, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (2016), S. 251-257.

BEOBSACHTBARE MILCHAUSZAHLUNGSPREISE: CHANCE FÜR MILCHERZEUGER – RISIKO FÜR ENDVERBRAUCHER¹

Andreas Hildenbrand² und Rainer Kühn³

Zusammenfassung

Ob beobachtbare Milchauszahlungspreise die wirtschaftliche Situation von Milcherzeugern eher verbessern oder verschlechtern, ist strittig. Anhand eines spieltheoretischen Modells zeigen wir, dass beobachtbare Milchauszahlungspreise wettbewerbsbeschränkend und gewinnerhöhend sein können, falls die Konzentrationstendenz im Bereich der Molkereien anhält. W hingegen beobachtbare Milchauszahlungspreise für Milcherzeuger eine Chance auf eine höhere Produzentenrente bieten, bergen sie für Endverbraucher ein Risiko auf eine niedrigere Konsumentenrente. Wir argumentieren insbesondere mit der Organisationsform der Genossenschaft, da sie im Bereich der Molkereien vorherrschend ist. Unsere Argumentation lässt sich auf andere Organisationsformen übertragen.

Keywords

Beobachtbarkeit, Milchauszahlungspreis, Genossenschaften

1 Einleitung

In Anbetracht der vom BUNDESKARTELLAMT geäußerten kartellrechtlichen Bedenken in Bezug auf die Beobachtbarkeit der identifizierenden Milchauszahlungspreise hat die AGRARMARKT-INFORMATIONSGESELLSCHAFT (2014) ihr Informationssystem (Milchpreisspiegel) angepasst. Im Milchpreisspiegel werden keine solchen Milchauszahlungspreise mehr veröffentlicht, die nicht mindestens sechs Monate alt (historisch) sind. Das heißt, die aktuellen Milchauszahlungspreise sind zumindest dort nicht mehr beobachtbar. Das BUNDESKARTELLAMT (2011) argumentiert mit dem eingeschränkten Wettbewerb auf den Märkten für Rohmilch. Es hält mehr Transparenz für *schädlich* für Milcherzeuger. Für Endverbraucher werden keine Überlegungen angestellt.

Auch BRÜMMER et al. (2011) argumentieren mit den Märkten für Rohmilch. Sie kommen aber zum entgegengesetzten Ergebnis. Sie befürworten ein Informationssystem, das nicht nur historische, sondern auch aktuelle Milchauszahlungspreise beobachtbar macht. Sie halten mehr Transparenz daher auch für *nützlich* für Milcherzeuger. Die Endverbraucher werden auch von ihnen nicht miteinbezogen.

Wir betrachten nicht die Märkte für Rohmilch, sondern die Märkte für Molkereiprodukte, um die Wirkung von beobachtbaren Milchauszahlungspreisen zu untersuchen. Wir zeigen, dass beobachtbare Milchauszahlungspreise wettbewerbsbeschränkend und gewinnerhöhend sein können, falls die Konzentrationstendenz im Bereich der Molkereien anhält. Wir halten mehr Transparenz daher auch für *nützlich* für Milcherzeuger. Sie bietet eine Chance auf eine höhere Produzentenrente. Allerdings besteht aufgrund dessen ein Risiko auf eine niedrigere Konsumentenrente.

¹ Dies ist eine Kurzfassung. Die Langfassung ist im *German Journal of Agricultural Economics* erschienen.

² Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Justus-Liebig-Universität Gießen, Senckenbergstraße 3, 35390 Gießen, Germany: andreas.hildenbrand@agr.uni-giessen.de.

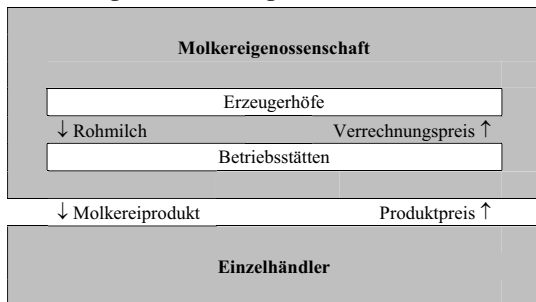
³ Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Justus-Liebig-Universität Gießen, Senckenbergstraße 3, 35390 Gießen, Germany: rainer.kuehl@agr.uni-giessen.de.

Wir argumentieren insbesondere mit der Organisationsform der Genossenschaft, da sie im Bereich der Molkereien vorherrschend ist (vgl. auch BUNDESKARTELLAMT, 2009: 29 ff.). Unsere Argumentation lässt sich auf Privatmolkereien übertragen. Voraussetzungen hierfür sind lediglich, dass sowohl für die Molkereien als auch für die Erzeuger jeweils Periodenerfolge ermittelt werden und dass ein gewisses Maß an Koordination besteht. Diese Voraussetzungen erscheinen uns unproblematisch.

2 Organisationsform und Marktstruktur

Molkereigenossenschaften sind *dezentral organisiert*. Das heißt, es gibt verschiedene Geschäftsbereiche: mindestens einen Erzeugerhof (respektive drei Erzeugerhöfe nach § 4 des Genossenschaftsgesetzes) und eine Betriebsstätte – meistens mehrere Erzeugerhöfe und einige Betriebsstätten. Auf den Erzeugerhöfen wird Rohmilch erzeugt. In den Betriebsstätten wird Rohmilch zu Molkereiprodukten verarbeitet. Da für jeden Geschäftsbereich einer Molkereigenossenschaft ein Periodenerfolg ermittelt wird, stellt jeder Geschäftsbereich der Molkereigenossenschaft ein Profit-Center dar (vgl. bspw. FRESE, 1995). Sowohl die (rechtlich selbständigen) Erzeugerhöfe als auch die (rechtlich unselbständigen) Betriebsstätten sind Profit-Center der Molkereigenossenschaft (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Molkereigenossenschaft und Profit-Center



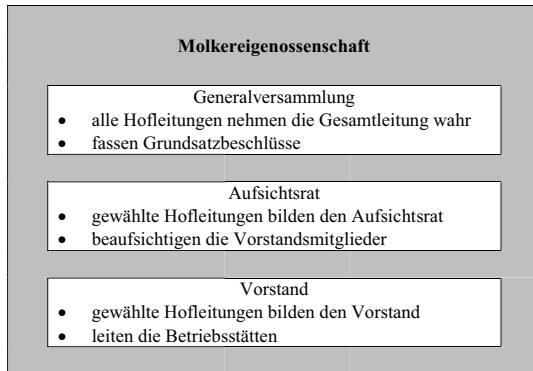
Quelle: eigene Darstellung

Wird Rohmilch zwischen einem Erzeugerhof und einer Betriebsstätte einer Molkereigenossenschaft ausgetauscht, wird ein Verrechnungspreis zur Ermittlung der Periodenerfolge der Geschäftsbereiche benötigt (vgl. auch SCHMALENBACH, 1908/09). Dieser Verrechnungspreis heißt Milchauszahlungspreis. Wird Rohmilch mit einem *Milchauszahlungspreis bewertet*, entstehen Erlöse im (anbietenden) Erzeugerhof und Kosten in der (nachfragenden) Betriebsstätte. Wird ein Molkereiprodukt verkauft, entsteht in der Betriebsstätte ein Erlös in Höhe des Produktpreises. Die Periodenerfolge beider Geschäftsbereiche (also Erzeugerhof und Betriebsstätte) werden durch die Höhe des Milchauszahlungspreises, die Höhe des Produktpreises und das Verhalten der Bereichsleitungen determiniert. Der Milchauszahlungspreis ist ein Verrechnungspreis in dem Sinn, dass er ex ante kalkuliert wird. Entsteht in den Betriebsstätten ex post ein Überschuss, wird dieser an die Erzeugerhöfe rückvergütet, da den Erzeugerhöfen die Molkereigenossenschaft gehört. Die Leitungen der Erzeugerhöfe (Hofleitungen) sind die Genossenschaftsmitglieder.

Die Aufgabe der Leitung einer Molkereigenossenschaft (Gesamtleitung) ist die indirekte Führung der Betriebsstätten und der Erzeugerhöfe. Die *Gesamtleitung koordiniert* die Geschäftsbereiche, indem sie jede Bereichsleitung so vergütet, dass jeder Bereichsgewinn maximiert wird, und den Milchauszahlungspreis so festlegt, dass das Genossenschaftsziel verfolgt wird (vgl. auch MERCHANT, 1989). Die Gesamtleitung obliegt den Hofleitungen als Genossen-

schaftsmitglieder. Sie sitzen in den Genossenschaftsorganen: Generalversammlung, Aufsichtsrat und Vorstand (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Organe der Molkereigenossenschaft



Quelle: eigene Darstellung

In der Literatur werden drei Typen von Verrechnungspreisen diskutiert (vgl. bspw. EWERT und WAGENHOFER, 2008: 581 ff.), die zur Bestimmung des Milchauszahlungspreises herangezogen werden können: *marktorientierte* Verrechnungspreise, *kostenorientierte* Verrechnungspreise und *ausgehandelte* Verrechnungspreise. Würde ein Markt für Rohmilch existieren, auf dem vollkommener Wettbewerb herrschen würde, entspräche der Marktpreis den Grenzkosten der Rohmilchproduktion. Das hieße, das Marktergebnis wäre effizient. Würde so ein Marktpreis als Milchauszahlungspreis verwendet, würde der Gesamtgewinn maximiert (vgl. auch HIRSHLEIFER, 1956).

Da kein Markt für Rohmilch existiert, auf dem vollkommener Wettbewerb herrscht (vgl. auch BUNDESKARTELLAMT, 2009: 46 ff.), kann der optimale Milchauszahlungspreis in Höhe der Grenzkosten der Rohmilchproduktion nur mit Unterstützung des Rechnungswesens oder unter Verwendung eines Verhandlungstisches erzielt werden. In der Praxis wird der Milchauszahlungspreis von den Hofleitungen in der Generalversammlung ausgehandelt und in der Milchlieferordnung festgeschrieben.

Die Höhe des optimalen Milchauszahlungspreises wird durch die Genosschaftsorganisation bestimmt, wenn vollkommener Wettbewerb auf den Märkten für die Molkereiprodukte herrscht.

Solang vollkommener Wettbewerb auf den Märkten für die Molkereiprodukte noch herrscht, entspricht der optimale Milchauszahlungspreis den Grenzkosten der Rohmilchproduktion.

Jedoch hat sich die Konzentrationstendenz im Bereich der Molkereien verstärkt. Das BUNDESKARTELLAMT (2012: 19 ff.) will deswegen Zusammenschlüsse von Molkereien künftig intensiver prüfen. Der Entstehung von Marktmacht auf den Märkten für Rohmilch entgegenzuwirken, ist für das BUNDESKARTELLAMT insbesondere dann wichtig, wenn damit gerechnet werden kann, dass die Milchauszahlungspreise beobachtbar sind. Für Milcherzeuger positive Rückwirkungen von den Märkten für Molkereiprodukte bei beobachtbaren Milchauszahlungspreisen werden nicht gesehen. Für Endverbraucher werden keine Überlegungen angestellt.

Sobald kein vollkommener Wettbewerb auf den Märkten für die Molkereiprodukte mehr herrscht, wird die Höhe des optimalen Milchauszahlungspreises auch durch die Marktbedingungen bestimmt. Das heißt, der optimale Milchauszahlungspreis ist ein strategischer Verrechnungspreis. Existiert ein Markt für ein Molkereiprodukt, auf dem oligopolistischer Wett-

bewerb herrscht, kann der Gesamtgewinn erhöht werden, indem ein Milchauszahlungspreis oberhalb der Grenzkosten der Rohmilchproduktion verwendet wird (vgl. auch SCHILLER, 2000). Der höheren Produzentenrente steht eine niedrigere Konsumentenrente gegenüber. Voraussetzung ist jedoch, dass der Milchauszahlungspreis beobachtbar ist. Dies wird im Folgenden mithilfe eines Modells gezeigt und diskutiert (vgl. auch GÖX, 1999: 23 ff.; KÜHL und HILDENBRAND, 2014). Zur Vereinfachung werden nur zwei Molkereigenossenschaften modelliert. Das Ergebnis des Duopolmodells unterscheidet sich qualitativ nicht vom Ergebnis eines allgemeineren Oligopolmodells mit mehreren Molkereigenossenschaften. Lediglich die Effekte fallen kleiner aus.

3 Modell und Ergebnis

Es gibt zwei Molkereigenossenschaften. Molkereigenossenschaft i , $i = 1, 2$, produziert Molkereiprodukt i . Die Menge von Molkereiprodukt i heißt q_i .

Die Kostenfunktionen sind linear. Molkereigenossenschaft i produziert Rohmilch in Erzeugerhof i mit konstanten Grenzkosten in Höhe von c und verarbeitet Rohmilch in Betriebsstätte i mit konstanten Grenzkosten von 0. Das heißt, von Verarbeitungskosten in den Betriebsstätten wird abstrahiert, und die Produktionskosten in den Erzeugerhöfen sind identisch. Daraus folgt, dass die Betriebsstätten nicht gesondert modelliert werden müssen und die Erzeugerhöfe zu einem Erzeugerhof zusammengefasst werden können. Im Folgenden wird so vorgegangen.

Der Preis von Molkereiprodukt i heißt p_i . Die Molkereiprodukte sind heterogen. Es könnte sich um Herstellermarken der gelben oder der weißen Linie handeln. Molkereigenossenschaft i sieht sich der Nachfrage $q_i = a - p_i + b p_{3-i}$ mit $a > c > 0$ und $0 < b < 1$ gegenüber. Parameter b gibt den Grad der Heterogenität an. Je kleiner b ist, desto heterogener sind die Molkereiprodukte. Bei A-Herstellermarken läge b in der Nähe von 0, und bei C-Herstellermarken oder Handelsmarken läge es in der Nähe von 1. In Deutschland ergibt sich über alle Betriebsformen des Einzelhandels hinweg ein Handelsmarkenanteil von rund 53 Prozent (Bundeskartellamt, 2009: 101 f.).

Es herrscht simultaner Preiswettbewerb auf dem Markt für Molkereiprodukt i . In Deutschland sind die Produktions- und Verarbeitungsmengen auch kurzfristig flexibel. Sowohl der Viehbesatz der Erzeugerhöfe als auch die Auslastung der Betriebsstätten können angepasst werden, da tendenziell Überkapazitäten existieren (BUNDESKARTELLAMT, 2012: 94; FAHLBUSCH et al., 2014: 42 ff.). Der Preis einer Herstellermarke wird in vertraulichen Jahresgesprächen individuell ausgehandelt (BUNDESKARTELLAMT, 2009: 103 f.). Der Preis einer Handelsmarke wird durch Ausschreibungen ermittelt. Solche Ausschreibungen finden in der Regel jährlich, halbjährlich oder monatlich statt (BUNDESKARTELLAMT, 2009: 103). Gesamtleitung i ist daran interessiert, den Gesamtgewinn zu maximieren. Der Gesamtgewinn von Molkereigenossenschaft i heißt π_i . Er setzt sich aus dem Genossenschaftsgewinn und dem Hofgewinn zusammen.

3.1 Referenzlösung (RL)

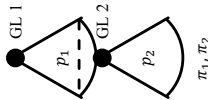
Werden Milchauszahlungspreise in Höhe der Grenzkosten der Rohmilchproduktion verwendet, entspricht die Konstellation einer Situation, in der jede Gesamtleitung ihre Molkereigenossenschaft direkt führt, das heißt, in der sie auf eine Profit-Center-Rechnung mit Milchauszahlungspreisen verzichtet. Diese Überlegung ist nur ein Gedankenexperiment, um das Optimierungsproblem der Gesamtleitung anschaulich zu lösen.

Gesamtleitung i (in Abbildung 3: GL) maximiert den Gesamtgewinn, indem sie Preis i setzt:

$$\max_{p_i} \{(p_i - c) (a - p_i + b p_{3-i})\}.$$

Die Preise werden simultan gesetzt. Es handelt sich somit um ein einstufiges Spiel (vgl. Abbildung 3), dessen Nash-Gleichgewicht nun gesucht wird (vgl. bspw. FUDENBERG und TIROLE, 1991).

Abbildung 3: Extensivform des Spiels in der Referenzlösung



Quelle: eigene Darstellung

Die wechselseitig optimalen Preise heißen Gleichgewichtspreise. Gleichgewichtspreis i ist

$$p_i^{RL} = \frac{a+c}{2-b}$$

Gleichgewichtsmenge i ist

$$q_i^{RL} = \frac{a+b-c}{2-b}$$

Der gleichgewichtige Gesamtgewinn i ist

$$\pi_i^{RL} = \frac{[a-(1-b)c]^2}{(2-b)^2}$$

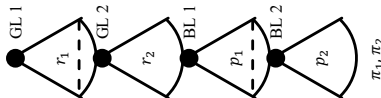
Das heißt, werden Milchauszahlungspreise in Höhe der Grenzkosten der Rohmilchproduktion verwendet, erzielt jede Molkereigenossenschaft einen Gesamtgewinn in Höhe von π_i^{RL} .

3.2 Strategische Verrechnungspreise (SV)

Nutzt jede Gesamtleitung ihr Wissen über die Organisationsform und die Marktbedingungen, können die Gesamtgewinne erhöht werden, indem jede Gesamtleitung ihre Molkereigenossenschaft indirekt führt, das heißt, indem sie eine Bereichsleitung für die Betriebsstätten (also Vorstandsmitglieder) bestellt und eine Profit-Center-Rechnung mit beobachtbarem Milchauszahlungspreis für diesen Geschäftsbereich verwendet.

Wird in jeder Molkereigenossenschaft ein Profit-Center eingerichtet, ein beobachtbarer Milchauszahlungspreis eingeführt und die Bereichsleitung (in Abbildung 4: BL) motiviert, ihren Bereichsgewinn (also den Überschuss) zu maximieren, ergibt sich ein optimaler Milchauszahlungspreis, der oberhalb der Grenzkosten liegt. Der Milchauszahlungspreis in Molkereigenossenschaft i heißt r_i . Zuerst werden die Milchauszahlungspreise simultan festgelegt, und dann werden die Preise für die Molkereiprodukte simultan gesetzt. Es handelt sich somit um ein zweistufiges Spiel (vgl. Abbildung 4), dessen teilspielperfektes Nash-Gleichgewicht nun mit Hilfe der (verallgemeinerten) Rückwärtsinduktion gesucht wird.

Abbildung 4: Extensivform des Spiels bei strategischen Verrechnungspreisen



Quelle: eigene Darstellung

Bereichsleitung i maximiert den Bereichsgewinn, indem sie Preis i setzt:

$$\max_{p_i} \{(p_i - r_i) (a - p_i + b p_{3-i})\}.$$

Gleichgewichtspreis i ist $p_i^{SV} = \frac{2a+a b+2 r_i+b r_{3-i}}{4-b^2}$. Da die Gleichgewichtspreise von den Milchauszahlungspreisen abhängen, ist eine Voraussetzung für die Berechenbarkeit der Gleichgewichtspreise, dass die Milchauszahlungspreise beobachtbar sind. Es handelt sich bei den Gleichgewichtspreisen um *Anreizbedingungen* der Bereichsleitungen.

Gesamtleitung i maximiert den Molkereigenossenschaftsgewinn, indem sie die Anreizbedingungen berücksichtigt und Verrechnungspreis i festlegt:

$$\max_{r_i} \{ (p_i^{SV} - c) (a - p_i^{SV} + b p_{3-i}^{SV}) \}.$$

Die wechselseitig optimalen Milchzahlungspreise heißen Gleichgewichtsmilchzahlungspreise. Gleichgewichtsmilchzahlungspreis i ist

$$r_i^{SV} = \frac{a b^2 - 2 b c - 2 b^2 c + b^3 c + 4 c}{4 - 2 b - b^2}.$$

Gleichgewichtspreis i ist jetzt

$$p_i^{SV} = \frac{2 a - b^2 c + 2 c}{4 - 2 b - b^2}.$$

Gleichgewichtsmenge i ist dann

$$q_i^{SV} = \frac{(a + b c - c) (2 - b^2)}{4 - 2 b - b^2}.$$

Der gleichgewichtige Gesamtgewinn i ist

$$\pi_i^{SV} = \frac{2 (2 - b^2) [a - (1 - b) c]^2}{(4 - 2 b - b^2)^2}.$$

Das heißt, werden strategische Verrechnungspreise verwendet, erzielt jede Molkereigenossenschaft einen Gesamtgewinn in Höhe von π_i^{SV} .

Werden strategische Verrechnungspreise verwendet, sind die Gesamtgewinne höher als bei der Verwendung von Milchzahlungspreisen in Höhe der Grenzkosten:

$$\pi_i^{SV} - \pi_i^{RL} = \frac{b^3 (4 - 3 b) [a - (1 - b) c]^2}{(8 - 8 b + b^3)^2} > 0.$$

Die strategischen Verrechnungspreise liegen oberhalb der Grenzkosten:

$$r_i^{SV} - c = \frac{b^2 [a - (1 - b) c]}{4 - 2 b - b^2} > 0.$$

Der Preis von Molkereiprodukt i ist höher:

$$p_i^{SV} - p_i^{RL} = \frac{b^2 [a + (b - 1) c]}{8 - 8 b + b^3} > 0.$$

Die Menge von Molkereiprodukt i ist kleiner:

$$q_i^{SV} - q_i^{RL} = \frac{(b - 1) b^2 [a + (b - 1) c]}{8 - 8 b + b^3} < 0.$$

Das heißt, die Konsumentenrente ist niedriger.

4 Schluss

Der Wunsch der Milcherzeuger nach beobachtbaren Milchzahlungspreisen ist also rational, da sie eine Chance auf eine höhere Produzentenrente bieten. Die Bedenken des BUNDESKARTELLAMTS gegen eine Veröffentlichung aktueller Milchzahlungspreise im Milchpreisspiegel erscheinen vor diesem Hintergrund nicht unbedingt gerechtfertigt. Da beobachtbare Milchzahlungspreise für Endverbraucher ein Risiko auf eine niedrigere Konsumentenrente bergen, scheint die Entscheidung des BUNDESKARTELLAMTS aus diesem anderen Grund gerechtfertigt.

Inwieweit Nachfragemacht der Einzelhändler hier eine Rolle spielt, ist nicht berücksichtigt worden. Daran könnte angeknüpft werden, indem die vertraulichen Jahresgespräche, in denen der Preis einer Herstellermarke ausgehandelt wird, modelliert würden. Da wir diese Verhandlungen nicht modellieren, ist unsere Argumentation diesbezüglich zwar lückenhaft. Da aber der Preis einer Handelsmarke durch Ausschreibungen ermittelt wird, ist sie nicht von der Hand zu weisen. Für Handelsmarken kann unsere Argumentation überzeugen. Sie ist auch relevant. Schließlich beträgt der Handelsmarkenanteil in Deutschland gegenwärtig rund 53 Prozent.

Handelt es sich bei den Molkereien nicht um Molkereigenossenschaften, sondern um Privatmolkereien, haben die Handelnden die gleichen Möglichkeiten aufgrund der Vertragsfreiheit. Inwieweit sie diese Möglichkeiten nutzen können, ist unklar. Klar ist, dass durch einen Vertragsschluss eine Profit-Center-Struktur geschaffen wird. Würden sie ihre Milchauszahlungspreise ebenfalls veröffentlichen, bliebe die Argumentation gültig. Jedoch könnten andere Argumente wie Produktionskostenunterschiede gegen eine Veröffentlichung der Milchauszahlungspreise sprechen.

Literatur

- AGRARMARKT-INFORMATIONSGESELLSCHAFT (2014): Markt aktuell Milchpreisspiegel. Bonn.
- BRÜMMER, B., M. FAHLBUSCH, M. PFEUFFER, A. SPILLER und A. HELLBERG-BAHR (2011): Markttransparenz und Geheimwettbewerb? Das Beispiel Rohmilch. In: Wirtschaftsdienst 91 (12): 869 ff.
- BUNDESKARTELLAMT (2009): Sektoruntersuchung Milch: Zwischenbericht. Bonn.
- BUNDESKARTELLAMT (2011): Standard für kartellrechtskonforme Gestaltung von Marktinformationssystemen im Bereich der Beschaffung von Rohmilch. Bonn.
- BUNDESKARTELLAMT (2012): Sektoruntersuchung Milch: Endbericht. Bonn.
- EWERT, R. und A. WAGENHOFER (2008): Interne Unternehmensrechnung. Springer, Berlin.
- FAHLBUSCH, M., B. SCHULZE, S. KÜHL, G. BUSCH und B. BRÜMMER (2014): Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse im Jahr 2013. In: German Journal of Agricultural Economics 63 (Supplement): 38 ff.
- FRESE, E. (1995): Profit-Center und Verrechnungspreis: Organisationstheoretische Analyse eines aktuellen Problems. In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 47 (10): 942 ff.
- FUDENBERG, D. und J. TIROLE (1991): Game Theory. MIT Press, Cambridge.
- GÖX, R. (1999): Strategische Transferpreispolitik im Dyopol. Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden.
- HIRSHLEIFER, J. (1956): On the Economics of Transfer Pricing. In: Journal of Business 29 (3): 172 ff.
- KÜHL, R. und A. HILDENBRAND (2014): Strategische Verrechnungspreise. In: WISU 33 (8/9): 985 ff.
- MERCHANT, K. (1989): Rewarding Results: Motivating Profit Center Managers. Harvard Business School Press, Boston.
- SCHILLER, U. (2000): Strategische Selbstbindung durch Verrechnungspreise? In: Schildbach, T. und A. Wagenhofer (Hrsg.): Wettbewerb und Unternehmensrechnung. Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf: 1 ff.
- SCHMALENBACH, E. (1908/09): Über Verrechnungspreise. In: Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung 3 (-): 156 ff.