

Hoffmann, Dieter

Article

Der Markt für Wein

Agrarwirtschaft: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Marktforschung und Agrarpolitik

Provided in Cooperation with:

Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. (GEWISOLA)

Suggested Citation: Hoffmann, Dieter (2005) : Der Markt für Wein, Agrarwirtschaft: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Marktforschung und Agrarpolitik, ISSN 0002-1121, Deutscher Fachverlag, Frankfurt a. M., Vol. 54, Iss. 1, pp. 85-88,
<https://doi.org/10.52825/gjae.v54i1.1618>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/304640>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Der Markt für Wein

Dieter Hoffmann

Forschungsanstalt Geisenheim

1. Der Weltmarkt

Im Weltmarkt für Wein hat sich auch im Jahre 2004 die Tendenz zur Internationalisierung fortgesetzt. Dabei haben die Europäer diese Tendenz besonders drastisch zu spüren bekommen, weil sie, von wenigen Ausnahmen abgesehen, auf den Weltmärkten außerhalb Ihrer Erzeugerländer zunehmend durch Erzeuger und Produktkonzepte aus der sogenannten Neuen Welt (USA, Chile, Argentinien, Australien, Neuseeland und Südafrika) verdrängt werden. Das große internationale Leitbild – die französischen Weine – verblasst zunehmend und wird von innovativen Produktkonzepten mit konsequenter Kundenorientierung aus der Neuen Welt ersetzt. Auch in Asien und Indien steigt das Interesse an Wein, sowohl für den Konsum in der wohlhabenden Oberschicht als auch als Investitionsobjekt in der Produktion.

Die Weinerzeugung ist nach den vorliegenden Meldungen, die aber keine gesicherte statistische Basis darstellen, im Wirtschaftsjahr 2003/2004 leicht angestiegen auf 261 Mio. hl, wobei auch der Konsum international einen weiteren Zuwachs erfuhr (Abbildung 1). Dennoch nehmen die Überschüsse nicht nur in Europa, sondern auch in der Neuen Welt zu, da viele Erzeuger die von Ihnen hergestellten Qualitäten nicht in dem gewünschten Umfang oder zu den für eine nachhaltige Erzeugung erforderlichen Preisen absetzen konnten. In internationalen Handelskreisen wird die zunehmende Produktionsausweitung sowohl in Europa als auch in der Neuen Welt mit kritischen Kommentaren begleitet, da der Konsumzuwachs in den wirtschaftlich prosperierenden Ländern (u.a. Asiens) nicht im gleichen Umfang Schritt hält. Wenn auch Wein weiterhin als ein bevorzugtes Getränk der wirtschaftlichen und intellektuellen

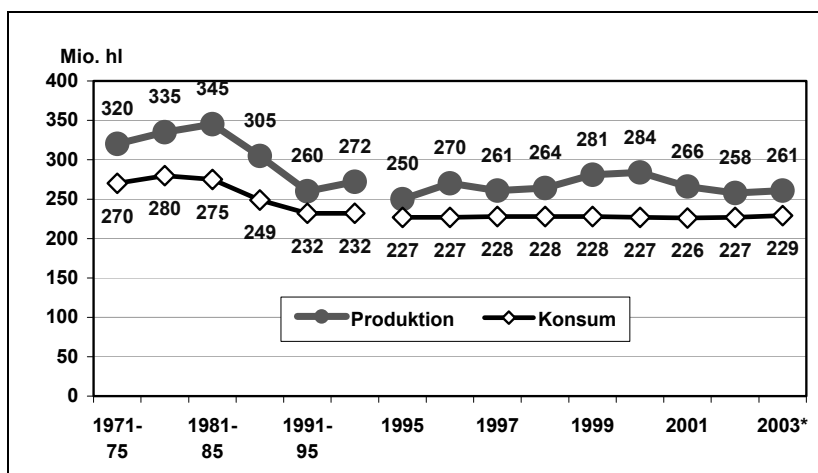
Oberschicht nahezu aller Länder angesehen und zunehmend geschätzt wird, so sind dennoch in Ländern mit verschlechterten wirtschaftlichen Bedingungen Rückgänge des Weinverbrauchs zu verzeichnen. Sowohl in Lateinamerika als auch in Mittel- und Osteuropa leidet der Konsum unter den schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Demgegenüber nimmt in West- und Nordeuropa sowie in Asien und in Nordamerika der Weinverbrauch geringfügig zu. In den mediterranen Ländern, in denen in der Vergangenheit der überwiegende Teil des internationalen Weinkonsums erfolgte, geht der Weinverbrauch weiter zurück, weil die modernen Lebensformen der Dienstleistungsgesellschaft nicht einen so hohen Weinkonsum zulassen, wie er früher bei der handwerklich und landwirtschaftlich strukturierten Bevölkerung üblich war.

Im Jahre 2004 nahm die Konzentration der Weinerzeugung und Vermarktung in großen amerikanischen und australischen Unternehmen deutlich zu, wie durch den Kauf der „Mondavi-Gruppe“ durch „Constellations Brands“ eindrucksvoll dokumentiert wird. „Constellations Brands“ erreicht mit 2,8 Milliarden US\$ Umsatz die absolute Spitzenposition. Gleichzeitig besetzen die Position 1 und 2 internationaler Weinunternehmen mit „Constellations Brands“ und „Gallo“ zwei amerikanische Unternehmen. Durch den Zusammenkauf mittelständischer, überwiegend familiengeführter Weinunternehmen entstehen Größenordnungen, die früher nur in anderen Getränkebereichen, wie z.B. Spirituosen und Bier üblich waren. Von diesen Unternehmen ausgehende konsequent auf Marken und Konsumenten orientierte Marketingkonzepte durchdringen mit der großen Finanzmacht die überwiegend mittelständig und kleinbetrieblich strukturierte Weinwirtschaft Europas.

In Lateinamerika haben vor allem Chile und Argentinien die Möglichkeiten der Vermarktung von internationalen Rebsortenweinen vor allem auf dem europäischen Markt erkannt und betreiben eine expansive Produktions- und Marketingstrategie.

Die Europäer öffneten durch die Absenkung des Außenhandelschutzes – sowohl tarifärer als auch nichttarifärer Art – die Türen für den Zugang von Weinen aus der Neuen Welt, vor allem nach West- und Nordeuropa. Gleichzeitig wird diese Öffnung von den Unternehmen der Neuen Welt konsequent genutzt. Sie erobern die Märkte innerhalb kurzer Zeit, weil die Konsumenten ihre Produktkonzepte besser verstehen und die geschmacklichen Ausprägungen dieser Weine mehr an Konsumenten als am Expertengeschmack orientiert sind. Interessanterweise treten die Weinunternehmen aus der Neuen Welt nur als Anbieter auf den europäischen Märkten auf. Sie trauen sich nicht,

Abbildung 1. Weltweinproduktion und –konsum



Quelle: erstellt nach Daten der Internationalen Weinorganisation (Paris) verschiedene Jahrgänge, <http://www.OIV.int> sowie eigene Berechnungen durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim

in die Erzeugung europäischer Weine unter europäischen Rahmenbedingungen durch Zukauf europäischer Weinunternehmen einzutreten.

2. Der Weinmarkt in Europa

Die Europäer sind von dem Vordringen der Weine aus Übersee besonders hart betroffen, weil ihnen die Kunden unmittelbar vor ihrer Haustür zunehmend den Rücken zukehren. Vor allem England, die nordeuropäischen Länder und Deutschland sind als Signalmärkte dieses schnellen und tiefgreifenden Strukturwandels hervorzuheben. Aufgrund der hohen Exporterfolge der Neuen-Welt-Weine, die im abgelaufenen Weinwirtschaftsjahr 2003/2004 schätzungsweise mehr als 10 Mio. hl in die europäische Gemeinschaft exportierten, sank der Export der europäischen Gemeinschaft (EU der 15) auf unter 12 Mio. hl ab. Innerhalb von 10 Jahren hat sich damit die internationale Weinwirtschaft von einer stark standort- und produktionsorientierten Branche zu einem professionellen, internationalen Weinbusiness entwickelt. Gerade im Jahre 2004 fand in allen Weinproduktionsländern in Europa eine intensive Diskussion über die Folgen des Wandels statt, die die Erzeuger in diesem Umfang und in der Schnelligkeit nicht erwartet haben. Die Konsumenten reagieren schneller und weit weniger traditionsbewusst, als es die Erzeuger in Westeuropa erwartet haben (Abbildung 2).

Als markantes Zeichen dieser Entwicklung sind die tiefgreifenden und öffentlich ausgetragenen Diskussionen im französischen Nobelanbaugebiet Bordeaux anzusehen. Zweistellige Rückgänge im Export und in den Inlandsumsätzen führen zu nachhaltigen finanziellen Problemen vieler Weingüter und Handelshäuser. Eine intensive Diskussion über neue Lösungsansätze für die Absicherung der Weinwirtschaft in Frankreich hat begonnen. Während die italienische

Weinwirtschaft sich schon frühzeitig auf den internationalen Strukturwandel eingestellt hat und mit ähnlichen markenorientierten Produktkonzepten sowohl in als auch außerhalb Europas agierte, war die französische Weinwirtschaft bis vor wenigen Jahren starr auf die herkunfts- und traditionsbezogene Produktgestaltung ihrer Weine fixiert.

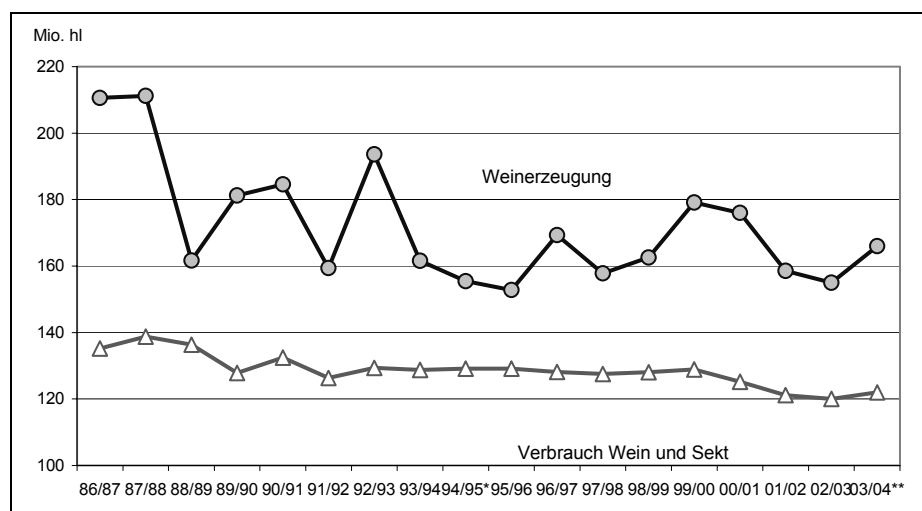
Die Folgen des schnellen Vordringens der kundenorientierten Weine der Neuen Weinwelt waren steigende Interventionen durch Marktentlastungsdestillation mit Geldern der EU (vor allem in den Jahren 1999-2001), die wieder das Interventionsvolumen auf weit über 20 Mio. hl ansteigen ließen. Als davon am meisten betroffenes Land hat sich Spanien herausgestellt, in dem z.T. mehr als 30 % der Jahrerzeugung durch EU-Mittel destilliert wurden.

Gleichzeitig wird in Europa ein weiterer kontinuierlicher Anstieg der Weinerzeugung erwartet, weil die seit 4 Jahren laufenden Umstrukturierungsbeihilfen der EU von Rebflä-

chen nun zu einer schnelleren Erneuerung der Rebanlagen mit leistungsfähigem Pflanzmaterial und modernen Weinbautechnologien führt. Ob das Ziel der Subventionen durch schnelle Produktionsumstellungen eine schnellere Marktausrichtung zu erreichen gelingt oder diese Maßnahmen die weniger wettbewerbsfähigen Weine anderer Herkünfte und Produzenten schneller verdrängen, muss abgewartet werden. Ob mit den Erneuerungs-Subventionen die Marktanpassung gefördert oder möglicherweise die Überschusserzeugung angeheizt wurde, bleibt gegenwärtig offen.

Die nach wie vor sehr produktionsorientierte europäische Weinmarktordnung wurde im Rahmen eines durch die EU-Kommission in Auftrag gegebenen Gutachtens evaluiert. Große Teile der europäischen Weinwirtschaft drängen auf eine Lockerung der Produktions- und Kennzeichnungsvorschriften, um flexibler auf die von außen erzwungenen Marktveränderungen reagieren zu können. Innerhalb der europäischen Weinwirtschaft ist eine breite Diskussion zwischen den Befürwortern weiterer restriktiver Regelungen einerseits und den marktwirtschaftlich orientierten Gegnern engerer Produktions- und Kennzeichnungsregeln andererseits ausgebrochen.

Abbildung 2. Weinerzeugung und Weinverbrauch in der EU-15



* bis 94/95 EU 12

** Schätzungen

Quelle: erstellt nach Daten von EUROSTAT, verschiedene Quellen u. Jahrgänge durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim

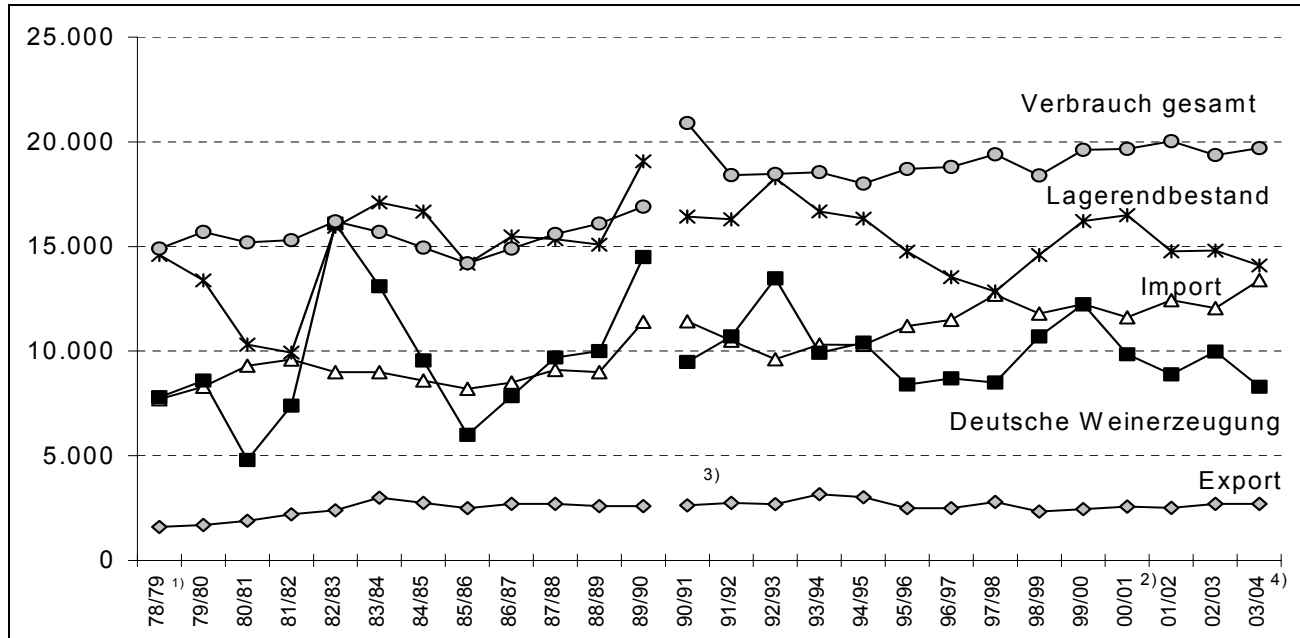
3. Der Weinmarkt in Deutschland

Die schlechte wirtschaftliche Stimmung in Deutschland hat sich mittlerweile auch tiefgreifend auf den Weinmarkt ausgewirkt. Die in den Vorjahren erkennbare Kaufzurückhaltung der Verbraucher schlägt sich vor allem in einer schnellen Veränderung der von den Verbrauchern bevorzugten Einkaufsstätten nieder. Nach vorliegenden kurzfristigen Datenerhebungen kann für das abgelaufene Weinwirtschaftsjahr 2003/2004 von einem konstanten bis leicht ansteigenden Konsumvolumen in der Größenordnung von gut 20 Mio. hl ausgegangen werden (Abbildung 3), wobei allerdings die Weinumsätze durch den drastischen Rückgang der Zahlungsbereitschaft nachließen. Auch in diesem Jahr ist der Weinmarkt von dem großen Erfolg der Discounter als Einkaufsstätte für den alltäglichen Weinverbrauch bestimmt (Abbildung 4). Fach- und Lebensmittel-

handel leiden ebenso unter diesem Konsumentenverhalten wie die direktbeliefernden Erzeuger, die nur durch eine noch intensivere Kundenbetreuung und Preisnachlässe einen gewissen Ausgleich schaffen konnten. Mit knapp 50 % des Nachfragevolumens privater Haushalte an Wein

in Deutschland liefern die Discounter eine außerordentlich marktbedeutende Weinmenge und erfordern daher eine schnelle Reorganisation der Erzeuger in Deutschland wie auch der Importunternehmen. Für diesen Strukturwandel sind die großen Unternehmenseinheiten mit großen Liefer-

Abbildung 3. Wein- und Sektmarkt in Deutschland, Erzeugung, Lagerbestand, Außenhandel, Verbrauch, in 1 000 hl



¹⁾ Wirtschaftsjahre 1.9. - 31.8.,

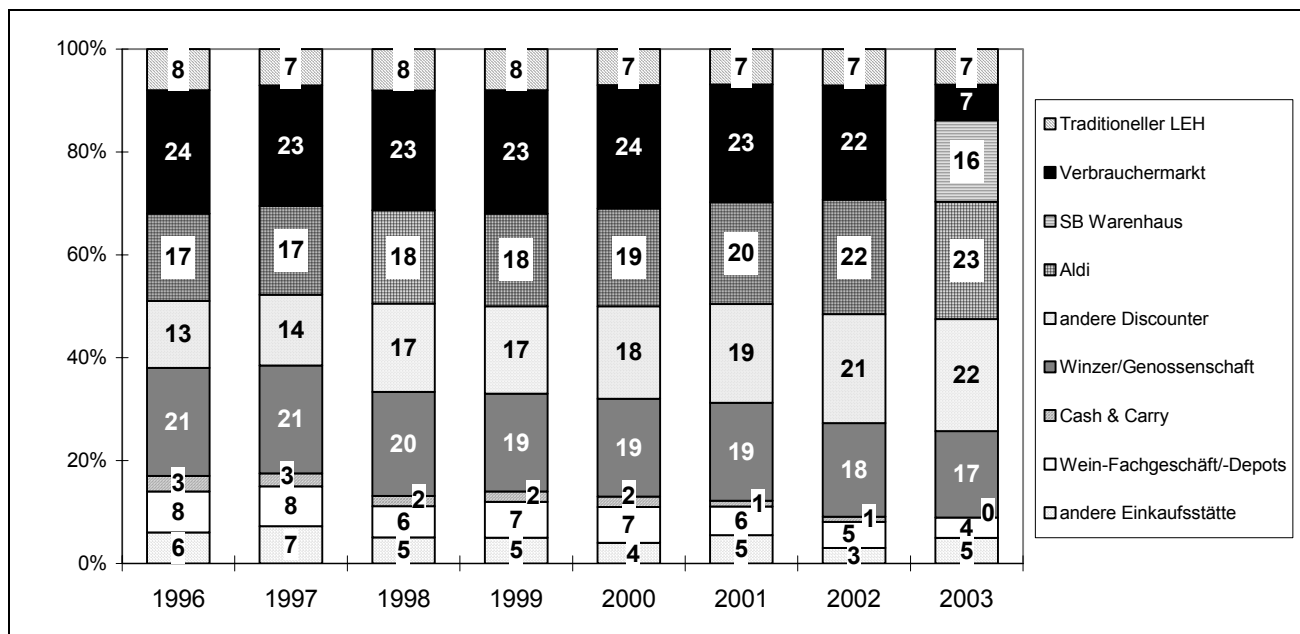
²⁾ ab der Periode 00/01 erstreckt sich das Weinwirtschaftsjahr vom 1.8. - 31.7.,

³⁾ ab 1991 einschl. der neuen Bundesländer,

⁴⁾ Schätzung

Quelle: Weinmarktbilanz des Deutschen Weinbauverbandes, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden und eigene Berechnungen durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim

Abbildung 4. Einkaufsstätten für Wein der privaten Haushalte in Deutschland 1996 bis 2003 (Anteil der Einkaufsstätten in % der erfassten Weinmenge)



Quelle: erstellt nach Daten des GfK-Haushaltspanels durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim im Auftrag des Deutschen Weininstituts (Basis: 13 000 berichtende Haushalte)

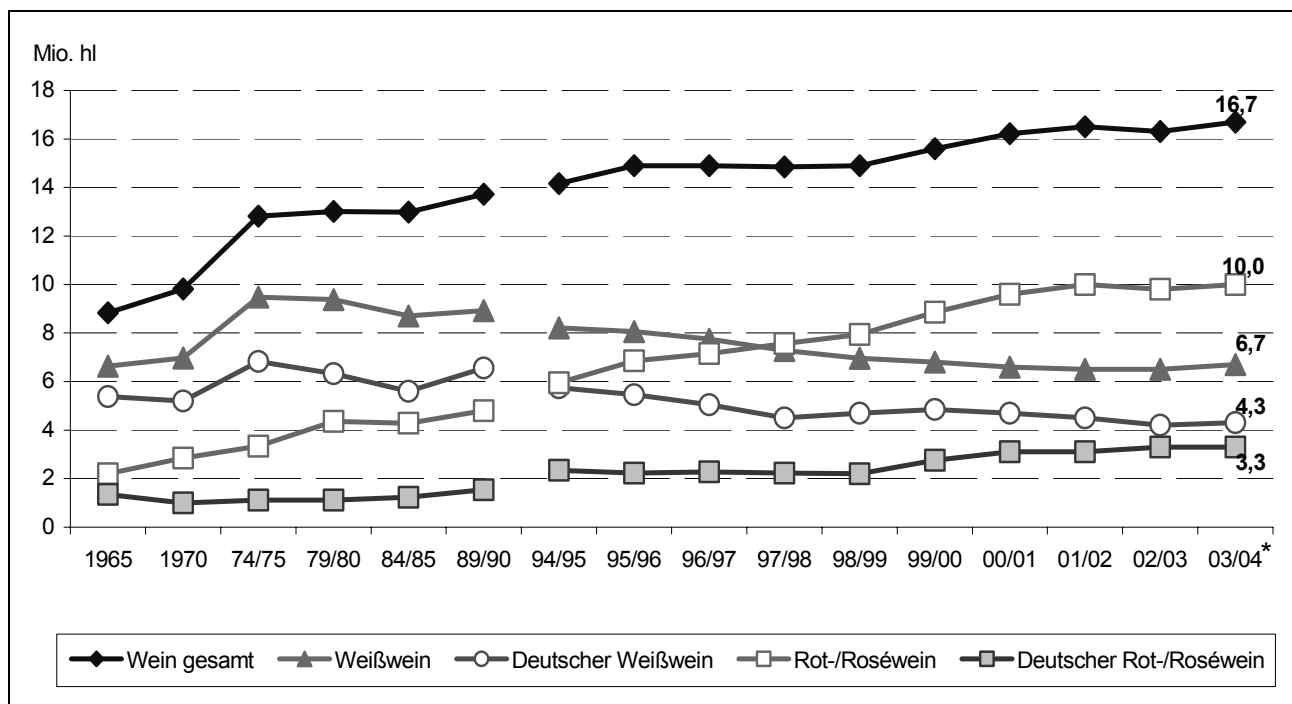
mengen einheitlicher Qualität aus der Neuen Welt weitaus besser gerüstet, als viele Erzeuger in den verschiedenen, meist kleinstrukturierten Anbaugebieten und Unternehmen der europäischen Weinwirtschaft. Der hohe Anteil von Weinen aus der Neuen Welt in den Geschäften der Discounter machen diesen intensiven Preis- und Strukturwettbewerb deutlich.

Der über Jahre hinweg kontinuierliche Wandel in der Nachfrage von Weiß- zu Rotweinen dürfte im abgelaufenen Weinwirtschaftsjahr weitgehend einen Stillstand erreicht haben. Nach den vorliegenden Erkenntnissen ist sogar ein geringer Zuwachs des Marktanteils für Weißweine zu erkennen, der aber überwiegend auf das deutlich preisaggressive Angebot der Weißweine zurückzuführen ist.

allein für die Rebsorte Riesling – anzusehen. Ob diese positive Entwicklung auf andere Länder im gleichen Umfang überspringt und den heimischen Markt erreicht, wird vielfach diskutiert. In Deutschland konnten allerdings im abgelaufenen Jahr deutsche Weißweine keine wesentlichen Fortschritte in der Zurückerobung verloren gegangener Marktanteile erzielen (Abbildung 5).

Die heimische Weinwirtschaft ist aufgrund des internationalen Preis- und Qualitätswettbewerbs gezwungen, sich durch schnelle Strukturveränderungen und Einführung kostensparender Technologie und Marktorganisation anzupassen, wenn sie erfolgreich bestehen will.

Abbildung 5. Deutscher Weinmarkt: Weinarten und Herkunft (ohne Sekt)
(in Mio. hl)



* Schätzung

Quelle: erstellt nach Daten der Weinmarktbilanz des Deutschen Weinbauverbandes und des GfK-Haushaltspans durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim

Die vor allem auf Premiumweine ausgerichteten Weinerzeuger in Deutschland konnten ihre Existenz in den letzten drei Jahren nur durch ein außergewöhnliches Engagement zur Erschließung des amerikanischen Weinmarktes mit vor allem höherwertigen Rieslingweinen sichern. Als Hoffnungsschimmer am Horizont ist für viele Erzeuger die gute Vermarktung deutscher Weißweine und die sehr wohlwollende Weinfachpresse im amerikanischen Markt – vor

Verfasser:

PROF. DR. DIETER HOFFMANN
Forschungsanstalt Geisenheim,
Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung
Von-Lade-Str. 1, 65366 Geisenheim
Tel.: 067 22-50 23 81, Fax: 067 22-50 23 80
E-Mail: d.hoffmann@fa-gm.de

Aktuelles

3. Workshop zur Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa für Doktoranden und Post-Docs

11.-13. Juli 2005 am IAMO in Halle (Saale)

Von Montag, 11. Juli, bis Mittwoch, 13. Juli 2005, findet am Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO) in Halle (Saale) zum dritten Mal ein Workshop zur Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (MOE) statt. Der inhaltliche Fokus liegt auf den verschiedenen Gebieten der Agrarökonomik (Unternehmensführung, Betriebsstrukturen und -entwicklung, Märkte für Produktionsfaktoren und Agrarprodukte, ländliche Entwicklung, Agrarpolitik, Ernährungsindustrie, Umwelt- und Ressourcennutzung). Die vom IAMO organisierte Veranstaltung wendet sich insbesondere an DoktorandInnen, Post-Docs und andere jüngere WissenschaftlerInnen und soll in erster Linie ein Forum für die Präsentation und Diskussion laufender Forschungsarbeiten bieten. Etwa zehn ausgewählte Beiträge werden in Sitzungen vertieft diskutiert. An einem Abend soll ein Fachreferat eines namhaften Wissenschaftlers zu aktuellen Themen der Agrarentwicklung in MOE das Programm ergänzen. Darüber hinaus wird Gelegenheit zur Anbahnung von formellen und informellen Kooperationen gegeben. Konferenzsprache ist Deutsch. Die Kosten für Unterkunft im Hotel und Verpflegung werden sich voraussichtlich auf etwa 100 bis 125 Euro belaufen. Teilnehmer von Forschungseinrichtungen aus MOE, deren Beitrag für

eine Arbeitsgruppensitzung ausgewählt wurde, können auf Antrag einen Zuschuss zu Fahrt- und Unterkunftskosten erhalten.

Interessenten werden gebeten, bis zum **3. April 2005** eine Zusammenfassung ihres Beitrages (max. 300 Wörter) einzusenden. Genauere Hinweise sind unter der Internetadresse des IAMO (<http://www.iamo.de>) abrufbar. Außerdem besteht die Möglichkeit, sich mit einem Posterbeitrag einschl. kurzer mündlicher Präsentation, einem Korreferat von etwa 10 Minuten Länge zu einem der ausgewählten Beiträge oder als aktiver Zuhörer und Diskussionsteilnehmer an der Veranstaltung zu beteiligen. In diesem Fall wird eine Anmeldung bis **31. Mai 2005** erbeten.

Ansprechpartner:

Dr. Martin Petrick
Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO)
Theodor-Lieser-Straße 2, 06120 Halle (Saale)
Tel.: 03 45-29 28 127, Fax: 03 45-29 28 199
E-Mail: petrick@iamo.de

Reviewer / Gutachter

The editors of the Agrarwirtschaft, the German Journal of Agricultural Economics, wish to thank the journal's reviewers for Volume 53 (2004).

Balman, Alfons
Bauer, Siegfried
Becker, Tilmann
Berg, Ernst
Böcker, Andreas
Bokusheva, Raushan
Britz, Wolfgang
Brockmeier, Martina
Brümmer, Bernhard
Enneking, Ulrich
Franke, Christian
Frohberg, Klaus
Gotsch, Nikolaus
Grethe, Harald
Grings, Michael
Hagedorn, Konrad
Heckelei, Thomas

Heißenhuber, Alois
Henning, Christian
Henningsen, Arne
Herrmann, Roland
Herrmann, Silvia
Hoff, Klaus
Holm-Müller, Karin
Isermeyer, Folkhard
Kirschke, Dieter
Koester, Ulrich
Köhne, Manfred
Kühl, Rainer
Kuhlmann, Friedrich
Leonhäuser, Ingrid-Ute
Loy, Hans-Peter
Nagel, Uwe Jens
Nuppenau, Ernst-August
Odening, Martin

Roosen, Jutta
Salamon, Petra
Salhofer, Klaus
Schamel, Günter
Schmidt, Erich
Schmitz, Peter M.
Sommer, Ulrich
Spiller, Achim
Theuvsen, Ludwig
Thiele, Holger
Thiele, Silke
von Ledebur, Ernst-Oliver
Weber, Gerald
Weindlmaier, Hannes
Wieck, Christine
Wittkopp, Antje
Zeddies, Jürgen

Buchbesprechungen

ANKE MÖSER (2002):

Intertemporale Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel – Theorie und empirische Tests.
DLG-Verlag, Frankfurt/M.; 332 Seiten (zugl.: Dissertation, Justus-Liebig-Universität Gießen);
ISBN 3 7690 4631 5

Preisänderungen im Lebensmitteleinzelhandel können ihre Ursache in einer veränderten Kosten-, Nachfrage- oder Wettbewerbssituation haben. Preisänderungen können aber auch auf Preisaktionen, mit denen der Lebensmitteleinzelhandel sich im horizontalen Wettbewerb profilieren möchte und die häufig im Wochenrhythmus durchgeführt werden, zurückzuführen sein. Anke Möser untersucht die Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel und stellt derartige ‚intertemporale Preisänderungen‘ in den Mittelpunkt ihrer Untersuchung.

Im **ersten Kapitel** präzisiert die Autorin die Problemstellung ihrer Arbeit, gibt einen Überblick über ihre Forschungsziele und stellt die Vorgehensweise ihrer Arbeit vor. Die Autorin sieht eine Forschungslücke darin, dass bisher keine umfassende Theorie zur Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel existiert. Neben einer theoretischen Fundierung der Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel widmet sich die Autorin der Aufgabe, eine umfassende empirische Analyse der Preisgestaltung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel durchzuführen.

Obwohl die Autorin das Thema der Arbeit auf die intertemporale Preisbildung einschränkt, führt die Problemstellung ‚Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel‘ zu einer thematisch recht breit angelegten Arbeit. Aufgrund der Vielzahl der Fragestellungen, die die Autorin vor allem in dem empirischen Teil ihrer Arbeit aufgreift, wäre eine strukturierte Aufzählung der Forschungsziele und eine tabellarische Übersicht über die Fragestellungen in den empirischen Untersuchungen hilfreich gewesen, damit sich der Leser leichter einen Überblick über diese sehr gehaltvolle Arbeit verschaffen kann.

Im **zweiten Kapitel**, dem theoretischen Teil der Arbeit, berichtet die Autorin einführend über die Strukturen des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland und der Lebensmittelproduktion. Anschließend erläutert sie mit der Preisbildung im Monopol und der Preisbildung im Oligopol auf unvollkommenen Märkten die für den Lebensmittelhandel relevanten fundamentalen Preisbildungstheorien. Die Perspektive der statischen Preistheorie wird daraufhin erweitert und es werden vor dem Hintergrund der dynamischen Preistheorie die Auswirkungen von Veränderungen in der Kostenstruktur, der Wettbewerbsverhältnisse sowie der Nachfrage auf die Preisbildung untersucht. Zur Erklärung des Einsatzes von Sonderangeboten stellt die Autorin eine Vielzahl theoretischer Ansätze im Schrifttum vor, die im Wesentlichen auf Verbundeffekten oder Preisdifferenzierung beruhen.

Wünschenswert wäre hier eine stärkere Strukturierung und Integration der Ansätze mit Blick auf die Forschungsziele gewesen. Während der Erklärungsbeitrag einzelner Preisbildungsmodelle relativ gering ist, kann vermutet werden, dass eine je nach Produktgattung, Betriebstyp und Wett-

bewerbssituation spezifische Kombination von Einflussfaktoren auf die Preisbildung existiert. Der Versuch einer Integration verschiedener Ansätze wird jedoch nicht unternommen. Insgesamt haben die theoretischen Ausführungen eher Lehrbuchcharakter. Mehrere der diskutierten Ansätze haben jedoch bisher noch keinen Eingang in die Lehrbücher zur Preistheorie gefunden. Es ist somit ein Verdienst der Autorin, dass sie zahlreiche theoretische Ansätze, die Erklärungsbeiträge für die Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel leisten können, zusammengestellt, klassifiziert und fundiert dargestellt hat.

Abschließend stellt die Autorin einige statistische Tests vor, mit deren Hilfe die Interaktion zwischen den Preisen auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette untersucht werden können.

Der empirische Teil der Arbeit besteht aus den Kapiteln 3, 4 und 5. Im **dritten Kapitel** gibt die Autorin zunächst einen ausführlichen Literaturüberblick über die empirische Forschung zur Preisgestaltung im Lebensmitteleinzelhandel.

Die in ihren eigenen empirischen Untersuchungen verwendete Datenbasis besteht aus einem Scannerdatensatz mit 20 Warengruppen der Produktkategorie Frühstücksprodukte. Kapitel 3 schließt mit mehreren Statistiken zur Beschreibung der Preisgestaltung in unterschiedlichen Betriebstypen und Handelsorganisationen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels. Als Testvariablen verwendet die Autorin Durchschnittspreise, die ggfs. nach Normal- und Aktionspreisen differenziert werden. Die statische Untersuchung liefert statistisch signifikante Unterschiede für die Preisniveaus verschiedener Betriebstypen und Handelsorganisationen.

Die empirischen Untersuchungen der Autorin bestätigen somit die mit den unterschiedlichen Betriebstypen assoziierten Preisstrategien: Discounter bieten ihre Produkte generell günstig an, während Verbrauchermärkte Preiswürdigkeit durch ständig wechselnde Sonderangebote zu demonstrieren versuchen.

Ein weiteres Untersuchungsfeld öffnet die Autorin mit der Preispositionierung von Handelsmarken. Der Verdacht eines Vordringens von Handelsmarken in höhere Preissegmente kann von ihr empirisch gestützt werden.

Im **vierten Kapitel** schätzt die Autorin Eigen- und Kreuzpreiselastizitäten von verschiedenen Warengruppen und einzelnen Produkten in Bezug auf die Nachfrage durch den Konsumenten im Einzelhandel. Durch einen Regressionsansatz werden anschließend am Beispiel der Produktkategorie Frühstücksprodukte Nachfragefunktionen für verschiedene Warengruppen und einzelne Produkte geschätzt. Die Autorin weist in bestimmten Produktkategorien ein habitualisiertes Kaufverhalten nach: Der Absatz der Vorwoche leistet einen signifikanten Beitrag zur Erklärung der

Nachfrage nach einem Produkt. Lagerfähige Artikel, die wie z.B. Kaffee typischerweise Gegenstand von Sonderangebotsaktionen sind, werden hingegen vorzugsweise zu Aktionspreisen nachgefragt. Die von der Autorin gemessenen Kreuzpreiselastizitäten weisen auf Substitutionseffekte hin.

Das **fünfte Kapitel** bildet den Kern der Arbeit. Zunächst betrachtet die Autorin Sonderangebotsaktionen und geht nach einführenden deskriptiven Statistiken zur Beschreibung der Sonderangebotspolitik des Lebensmitteleinzelhandels der Frage nach, wie sich Sonderangebote auf die Preisstabilität im Lebensmitteleinzelhandel auswirken. Die Autorin kommt insgesamt zu dem Ergebnis, dass sich Preisaktionen und dauerhafte Preisveränderungen negativ auf die Preisstabilität auswirken. Die mengenmäßigen Absatzeffekte waren bei lagerfähigen Artikeln erwartungsgemäß deutlich stärker als bei Frischeprodukten ausgeprägt.

Anschließend analysiert die Autorin den Einfluss der Kosten auf der Produktionsstufe und den Einfluss von Veränderungen der Wettbewerbssituation auf die Preissetzung im Lebensmitteleinzelhandel. Die Auswirkungen von Kostenveränderungen auf die Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel untersucht die Autorin am Beispiel des deutschen Kaffeemarktes. Als zentrales Ergebnis diagnostiziert die Autorin eine Pufferwirkung des Einzelhandels auf die Endverbraucherpreise bei Veränderung der Rohstoffpreise.

In ihrer Analyse des Einflusses von Veränderungen der Wettbewerbssituationen auf die Preisbildung steht insbesondere die Einführung neuer Produkte im Mittelpunkt der Untersuchung. Es ergeben sich keine eindeutigen empirischen Befunde für die Auswirkungen der Markteinführung neuer Produkte auf die Verkaufspreise und die Nachfrage bereits etablierter Produkte.

Die Arbeit schließt mit einer Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse im **sechsten Kapitel**.

Insgesamt stellt Anke Möser mit ihrer Arbeit eine Vielzahl handwerklich sauber durchgeführter empirischer Analysen zur Preisgestaltung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel vor. Während einige Ergebnisse die Erwartungen des Lesers mit handelsbetrieblichem Hintergrund bestätigen, leisten andere Analysen einen signifikanten Beitrag zum Verständnis der Preisbildung im Lebensmitteleinzelhandel.

Verfasser:

UNIV.-PROF. DR. RAINER OLBRICH und PD DR. DIRK BATTENFELD

FernUniversität in Hagen

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing

Universitätsstr. 41, 58084 Hagen

Tel.: 023 31-987 26 45/21 38, Fax: 023 31-987 21 88

E-Mail: rainer.olbrich@fernuni-hagen.de

dirk.battenfeld@fernuni-hagen.de

QUISUMBING, A.R., J.P. ESTUDILLO AND O. KEIJERO (2004):

Land and Schooling: Transferring Wealth across Generations.

International Food Policy Research Institute (Series), John Hopkins University Press; 314 S.; ISBN 0-8018-7842-X; US\$ 58.00 (hard back)

Dieses Buch basiert auf einer Studie, die in drei Ländern durchgeführt wurde, auf den Philippinen, in Indonesien und Ghana. Die Autoren des Buches berücksichtigen Faktoren, die die Landerbrechte in diesen Ländern sowie die Schulausbildung über Generationen betreffen. Es handelt sich hier um Länder mit sehr unterschiedlichen sozialen und kulturellen Traditionen. Anhand einer Haushaltsumfrage untersuchen die Autoren, inwieweit diese Faktoren die Einkommensverteilung und Konsumausgaben eines Haushalts beeinflussen. Aufgrund mangelnder geschlechtsspezifischer Informationen zu Landrechten untersuchten die Autoren, ob sich der Zugang der Frauen zu den zwei wichtigsten Grundlagen zur Verbesserung der Einkommenssituation, nämlich Land und Schulausbildung, verschlechtert oder verbessert hat.

Das Buch ist in fünf Hauptteile gegliedert, die sich mit länderspezifischen Fallstudien befassen. In der Einführung wird die Bedeutung von Land und Ausbildung vor geschlechtsspezifischem Hintergrund dargestellt. Anhand verschiedener Beispiele aus Schwarzafrika, Südostasien und Lateinamerika wird gezeigt, wie wichtig es ist, die geschlechtsspezifische Ungleichbehandlung bei Zugang zu Land oder Schulausbildung zu beseitigen. Die Autoren stellen die Hypothese auf, dass Eltern egalitäre und effi-

zienorientierte Motive haben, wenn sie Landerbrechte an ihre Kinder weitergeben oder in ihre Ausbildung investieren. Sie argumentieren, dass Eltern ihre Vermögensverteilung vornehmen, indem sie entweder versuchen, die Geschwister gleich zu behandeln oder einen Kompromiss zwischen Gleichbehandlung und effizienter Ressourcenverteilung zu erzielen. Daneben spielt auch das Verhandlungsgeschick des jeweiligen Elternteils eine Rolle. Die Hypothese wird durch eine Analyse in den unterschiedlichen Fallstudien empirisch untersucht und vorgestellt. Weshalb es von Vorteil für Frauen ist, auf Haushalts- und nationaler Ebene zu investieren, wird anschaulich dargestellt. Der empirische Ansatz der Untersuchung erlaubt es, eine Prüfung des „collective models“ im Gegensatz zum „unitary model“ durchzuführen. Der konzeptionelle Rahmen zum Landerbrecht und zur Schulausbildung wird in der Einführung vorgestellt. Der „Farming System“-Ansatz wird dazu verwendet, um die Veränderungen und Unterschiede in der relativen Nachfrage für weibliche und männliche Arbeitskräfte in verschiedenen Regionen der Welt (die drei Untersuchungsgebiete Philippinen, Indonesien und Ghana eingeschlossen) zu betrachten. Literatur, die sich mit Ausbildungseffekten befasst, wird betrachtet. Dabei soll empirisch ermittelt werden, ob eine Einkommenssteigerung aufgrund

von längeren Ausbildungszeiten nachgewiesen werden kann, wobei zwischen Menschen aus nicht-landwirtschaftlichen und landwirtschaftlichen Berufen verglichen wird. Die Einleitung schließt mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse zum Landeigentum und zur Schulausbildung in den drei Untersuchungsgebieten und stellt das verwendete ökonomische Modell vor.

Teil I des Buches untersucht die Frage der Gleichbehandlung der Geschlechter in den Dörfern auf den Philippinen. Zum einen erfolgt eine Beschreibung der untersuchten Dörfer, zum anderen werden das Forschungsdesign und die Auswahl der Haushalte sowie die Auswahl der Einzelpersonen erklärt. Die Ergebnisse der beschreibenden Analyse der untersuchten Haushalte werden in Kapitel 2 dargestellt. In Kapitel 3 untersuchen die Autoren die Faktoren für Landerbrechte und Ausbildungsinvestitionen, indem sie die Daten von mehreren Generationen vergleichen. Mittels einer Regressionsanalyse werden die Effekte von Landeigentum und Ausbildung auf das landwirtschaftliche und außerlandwirtschaftliche Einkommen der Haushaltsmitglieder ermittelt. Um die Unterschiede der Lebenszeiteinkommen von Söhnen und Töchtern beurteilen zu können, benutzen die Autoren Simulationsmodelle, die auf geschätzten Einkommensfunktionen für landwirtschaftliche und außerlandwirtschaftliche Einkommen basieren. Außerdem wird geprüft, inwieweit Ausgaben für die Ausbildung zwischen Jungen und Mädchen differieren. Der erste Teil des Buchs endet mit Kapitel 4, der Analyse von Ausgabenstruktur und Schulausbildung für jüngere Kinder. Auf den Philippinen hat die Schulausbildung eine signifikante Auswirkung auf außerlandwirtschaftliche, nicht aber auf landwirtschaftliche Einkommen. Söhne werden grundsätzlich bei der Vererbung von Land bevorzugt, während Töchter eine bessere oder längere Schulbildung bekommen. Insgesamt zeichnet sich eine Tendenz dahingehend ab, dass die Vererbung von Land an Kinder rückläufig aufgrund des zunehmenden Landmangels ist.

Teil II und III stellen jeweils die Fallstudien aus Indonesien und Ghana vor. Im Vergleich zu den Philippinen sind Bodenrechte in Ghana und Indonesien komplexer aufgebaut. Im Falle Indonesiens wird keine Bewertung der Unterschiede zwischen den Lebenszeiteinkommen von Töchtern und Söhnen durchgeführt, da das derzeitige System des Landerbrechtes egalitär ist und auch die Geschlechterunterschiede, was die Schulausbildung betrifft, nicht länger signifikant sind. Stattdessen untersuchen die Autoren die möglichen Einflüsse von Veränderungen im Bereich des Landeigentums und der Schulausbildung auf die Pro-Kopf-Ausgaben. Im Falle Ghanas wird der sozialen Diskriminierung besondere Aufmerksamkeit geschenkt, aufgrund der klaren Nachteile der Frauen in den ghanaischen Untersuchungsgebieten. Sowohl in Teil II als auch in Teil III werden die Funktionen des Landbesitzes und der Ausbildung geschätzt, um Veränderungen der Gleichbehandlung der Geschlechter innerhalb des Haushaltes beurteilen zu können. In Indonesien ist bei der Übertragung von Land, von Gütern und bei der Schulausbildung ein Rückgang der

Geschlechterdiskriminierung festzustellen. In Ghana sind Töchter benachteiligt sowohl bei der Übertragung von Land als auch bei der Schulausbildung.

In Kapitel 11 des Buches werden Forschungsergebnisse und politische Zusammenhänge diskutiert. Die Ergebnisse der Studie unterstützen die Hypothese, dass der Einsatz männlicher und weiblicher Arbeitskraft zu einem entscheidenden Faktor wird, wenn es um den Transfer von Land an Männer und Frauen geht. Die Entscheidung, wem das Land hinterlassen wird, fällt in Übereinstimmung mit dem vergleichbaren Vorteil, den entweder Söhne oder Töchter in der Landwirtschaft bringen. Im Falle Ghanas besteht jedenfalls hinsichtlich Landübergaben immer noch eine soziale Diskriminierung der Töchter. In allen drei Untersuchungsgebieten werden Töchter, was die Investitionen in Schulausbildung betrifft, entweder sehr gering oder gar nicht benachteiligt. Die Autoren treten für eine Politik ein, die arbeitsintensive landwirtschaftliche Technologien vorantreibt, was zu höheren Erträgen der weiblichen Arbeitskräfte führen würde. Weiterhin treten sie für eine Politik ein, die die Schulsysteme in ländlichen Regionen stärkt und ausweitet und Wettbewerb im außerlandwirtschaftlichen Bereich unterstützt, um dadurch der Diskriminierung von Frauen entgegenzuwirken. Die Autoren haben Bedenken, wenn es darum geht, „land titling programmes“ durchzuführen, um die Rechte der Frauen zu stärken. Dies gilt vor allem deshalb, weil es das Ziel der Studie ist zu zeigen, dass es keinen Konflikt gibt zwischen einer Politik, die die Effizienz der Investitionen in Land und Humankapital stärkt, und einer Politik, die die Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern fördert.

Die Autoren stellen die ökonomischen Modelle dar, die sie in der Analyse verwendet haben. Zu jeder Länderfallstudie stehen genaue statistische Untersuchungen zur Verfügung. Zusätzlich geben die Autoren eine Zusammenfassung der Erkenntnisse am Ende eines jeden Abschnittes für diejenigen Leser, die nicht an den technisch-statistischen Ausführungen der Untersuchung interessiert sind. Am Ende des Buches findet sich eine detaillierte Quellenangabe und ein Stichwortverzeichnis.

Insgesamt gibt das Buch wertvolle Informationen und einen Einblick, wie Eltern in ländlichen Regionen von Entwicklungsländern bei der Vermögensübertragung auf ihre Kinder vorgehen, welches die bestimmenden Faktoren sind und wo Politikmaßnahmen zur Reduzierung von Diskriminierung und Steigerung von effizienter Ressourcennutzung wirksam ansetzen können. Die breit angelegte Analyse wird Studenten und Dozenten der Ökonomie und der Anthropologie interessieren, ebenso all jene, die im Bereich „gender“ und Entwicklungsstudien arbeiten.

Verfasserin:

PAMELA A. MARINDA

Universität Hohenheim, Institut für Agrar- und Sozialökonomie in den Tropen und Subtropen (490a), 70593 Stuttgart

Tel.: 07 11-459 34 76, Fax: 07 11-459 25 82

E-Mail: payiera@uni-hohenheim.de