

Kielyte, Julda

Working Paper

Strukturwandel im baltischen Lebensmittelhandel

Discussion Paper, No. 33

Provided in Cooperation with:

Leibniz Institute of Agricultural Development in Transition Economies (IAMO), Halle (Saale)

Suggested Citation: Kielyte, Julda (2001) : Strukturwandel im baltischen Lebensmittelhandel, Discussion Paper, No. 33, Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe (IAMO), Halle (Saale), <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-22981>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/28555>

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.

DISCUSSION PAPER

Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe

STRUKTURWANDEL IM BALTISCHEN LEBENSMITTELHANDEL

JULDA KIELYTE

**DISCUSSION PAPER No. 33
2001**



Theodor-Lieser-Straße 2, D-06120 Halle (Saale), Deutschland
Telefon: +49-345-2928 110
Fax: +49-345-2928 199
E-mail: iamo@iamo.uni-halle.de
Internet: <http://www.iamo.de>

Julda Kielyte ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO), Abteilung: Agrarmärkte, Agrarvermarktung und Weltagrarhandel, in Halle (Saale), Deutschland. Ihr Forschungsschwerpunkt liegt auf dem Gebiet der Analyse der Vermarktung in den mittel- und osteuropäischen Ländern.

Adresse: Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO)
Theodor-Lieser-Straße 2
D-06120 Halle (Saale)
Deutschland

Telefon: +49-345-2928224
Fax: +49-345-2928299
E-mail: iamo@iamo.uni-halle.de
Internet: <http://www.iamo.de>

Die *Discussion Papers* stellen vorläufige, nur eingeschränkt begutachtete Berichte über Arbeiten des Institutes für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO) dar. Die in den *Discussion Papers* geäußerten Meinungen spiegeln nicht notwendigerweise die des IAMO wider. Kommentare sind erwünscht und sollten direkt an den Autor gerichtet werden.

Die Reihe *Discussion Paper* wird herausgegeben von:

Prof. Dr. Klaus Froberg (IAMO)
Prof. Dr. Monika Hartmann (IAMO)
Prof. Dr. Dr. h.c. Peter Tillack (IAMO)

ISSN 1438-2172

ZUSAMMENFASSUNG

Im zentralplanwirtschaftlichen System der ehemaligen Sowjetunion war der Einzel- und Großhandel stark vernachlässigt. In den Transformationsjahren nahm sein Beitrag sowohl gemessen an seinem Anteil am BIP als auch anhand der Zahl der Beschäftigten erheblich zu.

Das Ziel dieses Diskussionspapiers ist es, die Entwicklung der Strukturen im baltischen Lebensmittelhandel zu analysieren. Besonderes Interesse gilt dabei den Veränderungen der Betriebs- und Organisationsformen sowie der Marktstruktur.

Die Umstrukturierung der Wirtschaft hatte erhebliche Veränderungen im baltischen Lebensmittelhandel zur Folge. Zu Reformbeginn führte die Privatisierung und zahlreiche Neugründungen zu einer Zersplitterung des Lebensmittelhandels. Leichte Teilbarkeit der zu privatisierenden Handelsbetriebe sowie mangelnde Kapitalverfügbarkeit der neuen Unternehmer hatte zur Folge, dass vor allem kleine (Familien-)Betriebe gegründet wurden. Seit 1996 sind zunehmende Konzentrationstendenzen zu beobachten. Durch die Modernisierung innovativer inländischen Unternehmen und dem Engagement westlicher Handelsorganisationen hat sich der Wettbewerbsdruck auf dem baltischen Lebensmittelmarkt stark erhöht. Die Dynamik des Wettbewerbs zeigt sich anhand zahlreicher Markteintritte (westlicher Handelsketten) und -austritte (unrentabler heimischer Unternehmen) sowie anhand zunehmender Konzentration von Marktanteilen bei größeren Unternehmen. Diese Entwicklungen lassen eine Erhöhung der Effizienz im baltischen Lebensmittelhandel erwarten.

JEL: Q13

Schlüsselwörter: Lebensmittelhandel, Baltische Länder, Strukturwandel, Transformation.

ABSTRACT

In the centrally planned economy of the former Soviet Union, retail and wholesale trade were very much neglected. Since the beginning of transition the share of trade has increased considerably both in terms of its contribution to national product and employment.

This paper analyses the structural development in the food retail sector of the Baltic states since the beginning of transition. It focuses mainly on the organisational changes, and change of the forms of enterprises as well as on changes in market structure in the Baltic food retail trade.

The transformation of the economy has resulted in substantial changes in the Baltic food retail sector. At the beginning of reformation privatisation and establishment of numerous new forms has led to fragmentation in the food retail trade. Easy divisibility of trade enterprises included into privatisations as well as the lack of capital for new entrepreneurs are the major reason for the creation of mostly small (family) enterprises. However, from 1996 an increased tendency to concentration can be observed. Competition on the Baltic food market has intensified due to the modernisation of innovative domestic enterprises and appearance of western trading organisations. The dynamics of the competition becomes obvious by numerous market entrances (western trade concerns) and exits (of unprofitable domestic enterprises) as well as by an increased concentration of larger enterprises. This development allows to expect an efficiency increase in the Baltic food trade.

JEL: Q13

Keywords: Food retailing and wholesaling, Baltic States, Structural Changes, Transition.

INHALTSVERZEICHNIS

Zusammenfassung	3
Abstract	3
Inhaltsverzeichnis	5
Verzeichnis der Tabellen.....	7
Verzeichnis der Abbildungen.....	7
Verzeichnis der Abkürzungen.....	8
1 Einleitung	9
2 Bedeutung und Funktionen des Handels	10
2.1 Handel in unterschiedlichen Wirtschaftsordnungen.....	10
2.1.1 Begriff und Funktionen des Handels.....	10
2.1.2 Baltische Distributionsstruktur in der Planwirtschaft.....	11
2.1.3 Entwicklungen im Lebensmittelhandel in Westeuropa als Vergleichsmaßstab.....	11
2.2 Stellung des Lebensmittelhandels in den baltischen Volkswirtschaften.....	14
3 Veränderung der Rahmenbedingungen für den Lebensmittelhandel im Baltikum	16
3.1 Privatisierung im baltischen Handel.....	16
3.1.1 Estland.....	16
3.1.2 Lettland.....	17
3.1.3 Litauen.....	18
3.1.4 Eine Bewertung des Privatisierungsprozesses.....	19
3.2 Nachfrage nach Nahrungsmitteln.....	19
3.3 Agraraußenhandelsentwicklung im Baltikum mit Schwerpunkt Lebensmittel.....	24
3.4 Umstrukturierung der Ernährungsindustrie.....	25
4 Strukturveränderungen im Lebensmitteleinzelhandel	26
4.1 Gründungsboom und Dekonzentration.....	26
4.1.1 Entwicklung des Straßen- und Markthandels.....	26
4.1.2 Entwicklung des stationären Einzelhandels.....	28
4.1.2.1 Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel.....	30
4.1.2.2 Konsumgenossenschaften.....	31
4.2 Zunehmende Konzentrationstendenzen.....	32
4.2.1 Verbreitung der modernen Handelsformen.....	32
4.2.2 Internationalisierung.....	33
4.2.3 Zunehmende Filialisierung.....	34
4.2.4 Horizontale und vertikale Kooperation.....	36
4.2.5 Traditioneller Handel unter Druck.....	36
4.2.6 Konzentrationstendenzen.....	37
5 Strukturwandel im Lebensmittelgroßhandel	38
5.1 Estland.....	38
5.2 Lettland.....	39
5.3 Litauen.....	41

5.4 Probleme und Zukunftsaussichten des baltischen Lebensmittelgroßhandels	41
6 Indikatoren zur Leistungsfähigkeit und zum Entwicklungspotential des baltischen Lebensmittelhandels	42
6.1 Umsatzentwicklung.....	42
6.2 Sortimente	43
6.3 Investitionstätigkeit.....	44
6.4 Kapitalstruktur	45
6.5 Kostenstruktur	46
6.6 Umsatzstruktur	47
6.7 Ausgewählte Kennzahlen zur Ertragslage, Liquidität und zum Investitionsverhalten	48
7 Fazit	50
Literaturverzeichnis	52
Anhang	57

VERZEICHNIS DER TABELLEN

Tabelle 1:	Zahl der Einzelhandels- und Lebensmittelgeschäfte im Baltikum 1990-1998	29
Tabelle 2:	Zugehörigkeit der Verkaufsstätten zu einem Lebensmittelhandelsunternehmen, 1998	34
Tabelle 3:	Konzentration im baltischen Lebensmittelhandel 1996-1998.....	38
Tabelle 4:	Ausgewählte Kennzahlen des Lebensmittelgroßhandels in Estland 1996	39
Tabelle 5:	Ausgewählte Kennzahlen des Lebensmittelgroßhandels in Lettland 1996.....	40
Tabelle 6:	Ausgewählte Kennzahlen des Lebensmittelgroßhandels in Litauen 1996.....	41
Tabelle 7:	Kapitalstruktur im estnischen und litauischen Einzel- und Großhandel 1997	46
Tabelle 8:	Unternehmensstruktur des baltischen Lebensmitteleinzelhandels nach Beschäftigtenzahl im Jahr 1997, in %.....	48
Tabelle 9:	Wirtschaftsergebnisse des litauischen Einzel- und Großhandels 1996-1998.....	49
Tabelle 10:	Wirtschaftsergebnisse des estnischen Einzel- und Großhandels 1994-1997.....	49
Tabelle 11:	Wirtschaftsergebnisse des estnischen Einzel- und Großhandels nach Größe der Unternehmen 1997	50
Tabelle A:	Bedeutung des Handels in den baltischen Volkswirtschaften 1990-1998.....	57

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN

Abbildung 1:	Vertriebstypen- und Umsatzanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 1985 und 1997, in %	13
Abbildung 2:	Bedeutung des Einzel- und Großhandels in den baltischen Ländern 1998, in %	14
Abbildung 3:	Lebensmittelanteil am Einzelhandelsumsatz in den baltischen Ländern 1990-1998, in %	15
Abbildung 4:	Marktanteile verschiedener Eigentumsformen im lettischen Lebensmittelhandel 1993-1997, in %	17
Abbildung 5:	Marktanteile verschiedener Eigentumsformen im litauischen Lebensmittelhandel 1993-1997, in %	18
Abbildung 6:	Entwicklung der Reallöhne in den baltischen Ländern (1990=100).....	20
Abbildung 7:	Entwicklung der CPI und CPI-Food in den baltischen Ländern (1993=100).....	21
Abbildung 8:	Durchschnittslohn in den baltischen Ländern 1993-1998, in US\$.....	21

Abbildung 9:	Anteil der Lebensmittelausgaben an den gesamten Haushaltsausgaben im Baltikum 1989-1998, in %	22
Abbildung 10:	Agraraußenhandelsbilanz der baltischen Länder 1994-1998, in Mio. US\$	24
Abbildung 11:	Verkaufstellen- und Verkaufsflächendichte im Lebensmitteleinzelhandel Baltikums und Deutschlands	30
Abbildung 12:	Struktur der Absatzkanäle im estnischen Lebensmittelgroßhandel in und außerhalb der Region Tallinn 1996, in %	39
Abbildung 13:	Absatzstruktur im lettischen Großhandel 1996 und 1998	40
Abbildung 14:	Veränderung der realen Lebensmittelumsätze im Baltikum (1992=100) .	43
Abbildung 15:	Entwicklung der Investitionen im baltischen Handel 1990-1998, in % (1990=100)	44
Abbildung 16:	Kapitalinvestitionen je Beschäftigten im baltischen Handel 1994-1998, in TDM	45
Abbildung 17:	Kapitalintensität je Beschäftigten im estnischen und litauischen Einzel- und Großhandel 1997, in TDM	46
Abbildung 18:	Kostenstruktur (ohne Wareneinkauf) im estnischen und litauischen Groß- und Einzelhandel 1997, in %	47
Abbildung 19:	Verteilung der Unternehmen nach Umsatz im litauischen Einzel- und Großhandel 1997, in %	47
Abbildung 20:	Verteilung der Unternehmen nach Umsatz im estnischen Einzel- und Großhandel 1997, in %	48

VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

ADI	Ausländische Direktinvestitionen
Anz.	Anzahl
BVL	Bundesverband des Deutschen Lebensmittel-Einzelhandels e.V.
CPI	Consumer Price Index
CR	Konzentrationsrate
DHI	Deutsches Handelsinstitut Köln e.V.
ECU	Währung der Europäischen Union
EH	Einzelhandel
Einw.	Einwohner
EK	Estnische Krone (estnische Währung)
EU	Europäische Union
GH	Großhandel
IMF	International Monetary Fond
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
LS	Lats (lettische Währung)
LT	Litas (litauische Währung)
OECD	Organisation for Economic Co-Operation and Development
SB	Selbstbedienung
TDM	Tausend Deutsche Mark
VSt.	Verkaufsstätte

1 EINLEITUNG

Einer der Sektoren, die im zentralplanwirtschaftlichen System der ehemaligen Sowjetunion am meisten vernachlässigt wurden, war der Handel (SEITZ 1992, S. 4). Dies gilt auch für den Lebensmitteleinzel- und -großhandel. Zu Zeiten der Planwirtschaft kam dem Lebensmittelhandel lediglich Verteilungsfunktion zu; Mengen und Preise waren staatlich festgelegt. Die Konsumentenpräferenzen spielten kaum eine Rolle, so dass die Versorgung der Bevölkerung nur mangelhaft sichergestellt war (STEHMANN 1993). In marktwirtschaftlichen Systemen fungiert der Handel als ein wichtiges Verbindungsglied zwischen Produzenten und Konsumenten und trägt damit zum Wettbewerb und zur effizienten Güterallokation bei. Vor diesem Hintergrund kommt dem Aufbau eines effizienten Lebensmittelhandels während der Transformation der Wirtschaften eine wichtige Rolle zu.

Der Lebensmittelhandel ist aus verschiedenen Gründen relevant. Aufgrund des absolut niedrigen Einkommensniveaus in allen drei baltischen Ländern entfällt noch fast die Hälfte der privaten Ausgaben auf Lebensmittel¹. Deshalb hat die Höhe der Lebensmittelpreise, die Handelsspanne und letztlich die Frage, wie gut der Handel funktioniert, eine erhebliche Bedeutung für die Situation weiter Bevölkerungsteile in den baltischen Ländern. Aber auch für die Landwirtschaft und die Ernährungsindustrie spielt ein effizienter Lebensmittelhandel eine sehr wichtige Rolle. Eine Analyse des Entwicklungspotentials des Lebensmittelhandels im Baltikum ist auch vor dem Hintergrund eines bevorstehenden EU-Beitrittes dieser Länder und der zunehmenden Internationalisierung der Märkte von Bedeutung.

Ziel dieses Papiers ist es, die Entwicklungen im baltischen Lebensmittelhandel seit Anfang der Transformation aufzuzeigen und zu analysieren. Mit der Aufhebung staatlicher Regulierung eröffnete sich im baltischen Lebensmittelhandel ein erweiterter Handlungsspielraum. Wie die Wirtschaftssubjekte im baltischen Lebensmittelhandel diesen genutzt haben und welche Strukturveränderungen sich im Zeitablauf identifizieren lassen, ist der Gegenstand dieser Untersuchung. Dabei wird auf folgende Bereiche besonderes Gewicht gelegt:

- Rahmenbedingungen des Lebensmittelhandels;
- Entwicklung der Strukturen im Lebensmittelhandel;
- Anpassungsprozesse und wirtschaftliche Ergebnisse.

Die Arbeit hat den Charakter einer vergleichenden Studie. Obwohl alle drei baltischen Länder ähnliche Startbedingungen hatten, sind in der Entwicklung der letzten Jahren und in den erzielten Ergebnissen Unterschiede zu beobachten.

Der Beitrag ist wie folgt gegliedert: Nach der Einleitung erfolgt im ersten Teil des 2. Kapitels ein Vergleich der Funktionen des Handels unter plan- und marktwirtschaftlichen Bedingungen. Der marktwirtschaftliche Handel dient dabei als Referenzgröße zur Abschätzung der potentiellen Entwicklung des baltischen Lebensmittelhandels im Transformationsprozess. Die Bedeutung des Handels in den baltischen Volkswirtschaften wird im zweiten Teil des Kapitels 2 erörtert. Im 3. Kapitel werden die Veränderungen der Rahmenbedingungen und ihre Auswirkungen auf die Entwicklung des baltischen Lebensmittelhandels untersucht. Das 4. Kapitel widmet sich den Veränderungen sowie der zu erwartenden Entwicklungen der Betriebs- und Organisationsformen sowie der Marktstrukturen im baltischen Lebensmittelhandel. Im 5. Ka-

¹ Dabei differiert diese Zahl für die verschiedenen Bevölkerungsgruppen sehr stark. Bei der Bevölkerungsgruppe mit dem niedrigsten Einkommen lag die vergleichbare Zahl z. B. in Litauen sogar bei fast 70% (OECD, 2000, S. 154) (s. dazu auch Kapitel 3.2).

pitel werden die Strukturveränderungen im baltischen Lebensmittelgroßhandel analysiert und aktuelle Probleme aufgezeigt. Im abschließenden 6. Kapitel gilt es, die wirtschaftlichen Ergebnisse der baltischen Handelsunternehmen und ihr Leistungspotential zu untersuchen.

Für diesen Beitrag wurde primär auf Veröffentlichungen sowie einige unveröffentlichte Materialien der nationalen Statistischen Ämter und der Wirtschaftsministerien der baltischen Länder zurückgegriffen. Informationen stellte auch die M+M EURODATA zur Verfügung. Daneben liefern Berichte baltischer Medien sowie Informationen aus dem Internet zusätzliches Material.

2 BEDEUTUNG UND FUNKTIONEN DES HANDELS

2.1 Handel in unterschiedlichen Wirtschaftsordnungen

2.1.1 Begriff und Funktionen des Handels

Der Begriff "Handel" wird in vielfältigem Sinne gebraucht. Während die funktionale Abgrenzung auf die Tätigkeit oder Leistung abzielt, befasst sich die institutionelle Abgrenzung mit den verschiedenen Trägern von Handelsfunktionen (BATZER 1991, S. 49). Im institutionellen Sinne wird von Handelsbetrieben (als Einrichtung) gesprochen, wenn sie ausschließlich oder überwiegend Waren beschaffen und diese ohne oder nur mit geringfügiger Be- oder Verarbeitung² weiter veräußern (MÜLLER-HAGEDORN 1984, S. 16; PEPELS 1998, S. 113). Im funktionalen Sinn wird der Handel als "Austausch von Gütern zwischen Wirtschaftssubjekten" verstanden (WEINBERG 1987, S. 220; PEPELS 1998, S. 113).

Bei der Einbindung gegenüber Marktpartnern unterscheidet man Großhandel und Einzelhandel. Der Einzelhandel setzt die Ware und die damit verbundenen Dienstleistungen vorwiegend an Endverbraucher ab. Institutionell gesehen sind das die Betriebe, die überwiegend Einzelhandel im funktionellen Sinne betreiben und das Bindeglied zwischen dem Großhandel und den Endkonsumenten bilden. Die Tätigkeit des Großhandels bezieht sich überwiegend auf Absatz von Waren an Wiederverkäufer, Wiederverarbeiter und Großverbraucher (PESCH 1984, S. 138; TIETZ 1993, S. 1). Im institutionellen Sinn kann der Großhandel auch als Handel unter Kaufleuten definiert werden. Für diese Untersuchung wird vor allem die institutionelle Betrachtung des Handels zugrunde gelegt, da dieser statistisch erfasst wird.

Der Handel fungiert als Verbindungsglied zwischen Produzenten und Konsumenten und sorgt dabei für die Überbrückung von Raum- und Zeit in der Warenbeschaffung und im Warenabsatz. Weitere Funktionen des Handels sind der Mengen- und Sortimentsausgleich unter Beachtung der Präferenzen der nachgelagerten Handelsstufe (Einzelhandel, Konsumenten) sowie die Bedarfsantizipation (Marktforschung) und Bedarfsweckung (Werbung) (AHRENS et al. 1993, S. 9f.; TIETZ 1993, S. 12ff.; PEPELS 1998, S. 114f.). Handelsunternehmen tragen somit entscheidend zur Bildung von Nachfrage und Angebot auf den Märkten bei. Gleichzeitig erhöhen sie auf den stets unvollkommenen Märkten die Informationstransparenz für die Marktbeteiligten. Schließlich reduzieren leistungsfähige Handelsunternehmen durch Angebots- und Nachfragebündelung die Zahl der notwendigen Kontakte zwischen Hersteller und Endverbraucher und können dadurch erheblich die Transaktionskosten senken (AHRENS et al. 1993, S. 10f.).

² Ausgenommen sind allerdings eigene Handelsmarken.

2.1.2 Baltische Distributionsstruktur in der Planwirtschaft

Der Lebensmitteleinzelhandel in den baltischen Sowjetrepubliken war durch eine Gliederung in die zwei Systeme des staatlichen und des sogenannten genossenschaftlichen Handels charakterisiert. Die staatlichen Einzelhandelsläden konzentrierten sich auf die Stadtgebiete³ und waren überwiegend in Ketten bzw. in Filialsystemen zusammengeschlossen, die dem Zentralverband Zentrosojus untergeordnet waren. Auf dem Land waren fast ausschließlich die (staatlichen) Konsumgenossenschaften mit eigenen Verkaufsstätten tätig. Etwa zwei Dritteln des Einzelhandelsumsatzes entfiel auf staatlichen Handel, ein Drittel wurde durch die Konsumgenossenschaften abgewickelt. Nach Sortimentsbereichen gegliederte staatliche Großhandelsunternehmen waren dem Einzelhandel zugeordnet. Neben dem staatlichen und konsumgenossenschaftlichen Lebensmittelhandel existierten die sogenannten Kolchosmärkte, auf denen vor allem Frischwaren und gering verarbeitete landwirtschaftliche Produkte angeboten wurden. Einen privaten Lebensmittelhandel gab es im Baltikum, wie auch in anderen mittel- und osteuropäischen Ländern, mit Ausnahme von Polen und Ungarn, bis Ende der 80er Jahre auch in Teilbereichen nicht (AHRENS et al. 1993, S. 228f.; HENRY und VOLTAIRE, 1995, S. 274; SEITZ 1992, S. 4).

Die Entfaltungsmöglichkeiten des Lebensmittelhandels im Baltikum waren wegen der Kontingentierung der Warenmengen, der Festlegung des anzubietenden Sortiments sowie staatlicher Vorgabe von Bezugs- und Verbraucherpreisen begrenzt. Staatliche Pläne und Lieferbedingungen hatten Gesetzeskraft. Der Handel hat seine Aufgaben allein in der Zeit- und Raumüberbrückung erfüllt, ohne allerdings Preisbefugnisse oder andere ökonomische Entscheidungsmöglichkeiten zu haben (JAEHNE und PENKAITIS 1987, S. 28). Der Lebensmitteleinzelhandel war weitgehend von der heimischen Nahrungsmittelindustrie abhängig. Hinzu kam, dass zu Sowjetzeiten hier ein typischer Verkäufermarkt vorherrschte, in dem das Gesamtangebot nach Qualität und Quantität fast nie ausreichte, um den Bedarf zu befriedigen. Immer wieder traten Versorgungsschwierigkeiten auf (PRICE WATERHOUSE 1990, S. 13). Die Versorgung der Bevölkerung war somit nur mangelhaft sichergestellt.

Wegen des ausbleibenden Wettbewerbs zeichneten sich die Lebensmittelmärkte durch wenig differenzierte und über Jahrzehnte nicht veränderte Betriebsformen, mit geringer Flächenausstattung, und – wegen ausbleibender Investitionen – einer veralteten Technologie aus.

Der Lebensmitteleinzelhandel bestand in der Regel aus kleinen, traditionellen Nachbarschaftsläden oder Fachgeschäften für bestimmte Sortimentsausschnitte. Die Selbstbedienung war zum Teil vorhanden – in Lettland z. B. waren im Jahr 1987 etwa 49% der staatlichen und 63% der kooperativen Lebensmittelläden durch Selbstbedienung organisiert (GOSUDARSTVENIJ KOMITET 1988, S. 108). Die Serviceorientierung des Handels kann trotz Selbstbedienung nur als mangelhaft bezeichnet werden.

2.1.3 Entwicklungen im Lebensmittelhandel in Westeuropa als Vergleichsmaßstab

Der westeuropäische Lebensmittelhandel hat sich in den letzten Jahrzehnten strukturell bedeutend verändert. Diese Entwicklung ist durch nationale Unterschiede aber auch zunehmend durch internationale Konvergenztendenzen geprägt. Aufgrund der Kürze des Beitrags kann im weiteren nur auf die wichtigsten "typischen" Entwicklungsprozesse im westeuropäischen Lebensmittelhandel eingegangen werden.

³ Etwa 70% der baltischen Bevölkerung lebten in den Stadtgebieten.

Die Lebensmittelmärkte in westeuropäischen Ländern sind weitgehend oligopolistisch strukturiert, wobei eine kleine Anzahl von Unternehmen die Märkte dominiert, während eine Vielzahl von kleinen Händlern die verbleibenden Marktanteile unter sich aufteilen. Hierbei ist nicht nur die hohe **Konzentration** der Anbieter ausschlaggebend, sondern auch, dass sich die großen Händler ihrer Marktmacht bewußt sind und diese konsequent einsetzen. Die Umsatzkonzentration war und ist zwar von Land zu Land unterschiedlich, die Konzentrationsbemühungen nahmen jedoch in allen Ländern in den letzten Jahrzehnten zu (OVERLACK 1992, S. 53, SPILLER 1990, S. 11ff.; DAWSON 1999, S. 5f.). So stieg beispielsweise die Konzentrationsrate für die 5 größten Lebensmittelhandelsunternehmen in Deutschland von 26,3% im Jahr 1980 auf 63,7% im Jahr 1998 (M+M EURODATA 1999). Gemessen am Anteil der 3 führenden Unternehmen erreichte die Konzentration 1995 in den Ländern Norwegen, Finnland und Schweiz schon über 80%, in Deutschland, Großbritannien und Frankreich kontrollierten die 3 größten Unternehmen 40 bis 50% des Lebensmittelmarktes (PILAT 1997, S. 9). Manche Autoren stellen bereits fest, dass der gesamtwirtschaftlich zu befürwortende Konzentrationsgrad bereits überschritten ist (MONOPOLKOMMISSION 1985, S. 126f.; POTUCEK 1987, S. 283ff.) und der Wettbewerb gefährdet werden kann (DOBSON und WATERSON 1999, S. 134; SMITH 1999, S. 2).

Seit Jahren gewinnt die Internationalisierung der westeuropäischen Lebensmittelhändler an Intensität (AKEHURST und ALEXANDER 1995, S. 1f; COLLINS und BURT 1999, S. 674; PILAT 1999, S.13). Obwohl es inzwischen viele Auslands-Engagements gibt, erzielen bislang aber nur wenige Unternehmen hohe Umsatzanteile außerhalb ihres Heimatmarktes. Diese wenigen Firmen gehören allerdings fast ausnahmsweise zu den größten des europäischen Lebensmittelhandels: *Promodès* (mit 44% Auslandsanteil, 12 Länder), *Metro* (33%, 20 Länder), *Carrefour* (20 Länder), *Aldi* (30%, 9 Länder) (M+M EURODATA 1998b). Seit Beginn der 90er Jahre hat darüber hinaus die Expansion in die mittel- und osteuropäischen Märkte eine besondere Dynamik bekommen. Insbesondere deutsche und französische, aber auch englische und skandinavische Handelsunternehmen sind in mittel- und -osteuropäischen Märkten stark vertreten. Inzwischen nehmen sie in einigen dieser Länder wie Polen, Tschechien und Ungarn die Marktführerschaft ein (*Metro*) oder gehören zur Spitzengruppe des jeweiligen Landes (*Rewe*, *Tengelmann*) (M+M EURODATA 1998b, 1999).

Unmittelbare Folge dieses Internationalisierungsprozesses ist die ansteigende Konzentration im westeuropäischen Lebensmittelhandel. 1997 erreichten die 10 größten Firmen im westeuropäischen Lebensmittelhandel einen Marktanteil von 36,2%, im Vergleich zu 27,6% im Jahr 1992 (M+M EURODATA 1998b). Da der Anteil der größten Handelsunternehmen am gesamten Lebensmittelmarkt auch weiter ansteigt, wird vermutet, dass sie den Markt im wesentlichen unter sich aufteilen werden (DRESCHER 1999, S. 231).

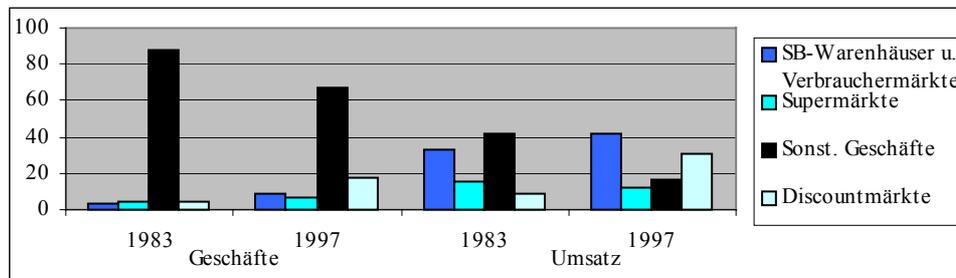
Der Konzentrationsprozess wird von einer Bildung von **Handelssystemen** (Einkaufsgenossenschaften, Filialunternehmen, Freiwillige Verbundgruppen usw.) und einer Verringerung der Zahl der Unternehmen durch Zusammenschlüsse sowie Marktaustritte (vor allem sogenannter traditioneller "Tante-Emma-Läden") begleitet. Der kleine und mittelständische Einzelhandel gerät durch diese Handelskonzentration aufgrund struktureller Schwächen verstärkt unter Druck (DAWSON 1999, S. 3). Die wichtigsten Gründe hierfür sind: Kostenvorteile der Großunternehmen durch höhere Effizienz, Größenvorteile bei Beschaffung, Logistik und Werbung sowie Verbundvorteile, z. B. Risikostreuung durch mehrere Betriebstypen (FISCHER 1997, S. 23). Der intensive Wettbewerb auf dem westeuropäischen Lebensmittelmarkt setzt aber auch große Unternehmen massiv unter Druck. Strategische Abwehrmaßnahmen bestehender Bewerber erschweren den Marktzugang neuer Einzelhandelsbetriebe. Dennoch zeigen die jüngsten Markteintritte des französischen Unternehmens *Promodès* in den deutschen so-

wie des US-amerikanischen Unternehmens *Wal-Mart* in den deutschen und englischen Lebensmittelmarkt, dass ein potentieller Wettbewerb nicht ausgeschlossen ist.

Die zunehmende Marktmacht im Lebensmittelhandel kann aber "zu Wettbewerbsproblemen auf den Beschaffungsmärkten führen" (MONOPOLKOMMISSION 1994, S. 21). So betrachtet die Ernährungsindustrie die Konzentration im Handel als existentielle Gefahr. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie haben nur wenige Ausweichmöglichkeiten bei der Wahl der Abnehmer und sind auf die Absatzkanäle der führenden Handelsunternehmen angewiesen. Eine Auslistung bei einem großen Unternehmen kann zu einem erheblichen Absatzverlust führen und die Existenz eines Unternehmens gefährden (DRESCHER 1999, S. 231).

Der Strukturwandel im Lebensmittelhandel war neben der Einkaufskonzentration durch die großen Handelsgruppen durch die Dynamik der **Vertriebsformen** gekennzeichnet. So kam es z.B. in Deutschland zu einem starken Wachstum der Discount- und Verbrauchermärkte, während der traditionelle Lebensmittelhandel immer mehr an Bedeutung verlor (OVERLACK 1992, S. 43f.; TIETZ 1993, S. 261f.). Gliedert man den Umsatz im deutschen Lebensmittelhandel 1983 und 1997 nach einzelnen Betriebsformen⁴ auf, ergibt sich folgendes Bild: der Marktanteil der Discounter stieg von 9% im Jahr 1983 auf über 30% im Jahr 1997, aber auch große SB- Warenhäuser und Verbrauchermärkte nahmen erheblich an Bedeutung zu (s. Abbildung 1). Im Ländervergleich haben Deutschland, Schweden und die Schweiz den höchsten Versorgungsgrad mit großflächigen Betriebsformen, gemessen an der Verkaufsfläche in qm je Tausend Einwohner zu verzeichnen. Italien, Spanien, Norwegen und die Niederlanden sind dagegen die Nachzügler (LINGENFELDER 1996, S. 35). Die Internationalisierungsprozesse tragen auch zur Vereinheitlichung der Handelsformen in den europäischen Lebensmittelmärkten bei, da oft die im Heimatland erfolgreichen Betriebstypen auf andere Länder übertragen werden (z. B. erfolgreiche Übertragung des Discounterkonzepts durch *Aldi*, *Lidl*) (LINGENFELDER 1996).

Abbildung 1: Vertriebstypen- und Umsatzanteile im deutschen Lebensmittel-einzelhandel 1985 und 1997, in %



Quelle: BVL (1998, S. 71f.).

Der Strukturwandel und Konzentrationsprozess gingen mit Rationalisierungsmaßnahmen – wie Durchsetzung der Selbstbedienung, Zunahme der Ladengröße, Ausweitung der Sortimente sowie weitgehender Serviceverzicht – einher, womit Kostensenkungen verbunden waren (APPEL 1992, S. 76ff.). Die Verbraucher profitierten davon in Form günstigerer Preise und eines besseren Warenangebots (FRISCH und SACKSOFSKY 1994, S. 72; OVERLACK 1992, S. 85f.). Dennoch hat der Konsument infolge der Handelskonzentration ein Stück "Lebensqualität" verloren, beispielsweise durch schlechtere Nahversorgung (insbesondere in schwach be-

⁴ Die Betriebsformen lassen sich im wesentlichen nach folgenden Kriterien unterteilen: nach Art und Umfang des Sortiments (Fachgeschäft, Supermarkt, Versandhaus usw.), nach Bedienungsform (Bedienungsgeschäfte, SB-Warenhäuser u.a.) und nach der Preisgestaltung (z. B. Discounter). Im weiteren bezieht sich die Gliederung der Betriebstypen nach Deutschem Handelsinstitut (DHI 1991, S. 352ff.).

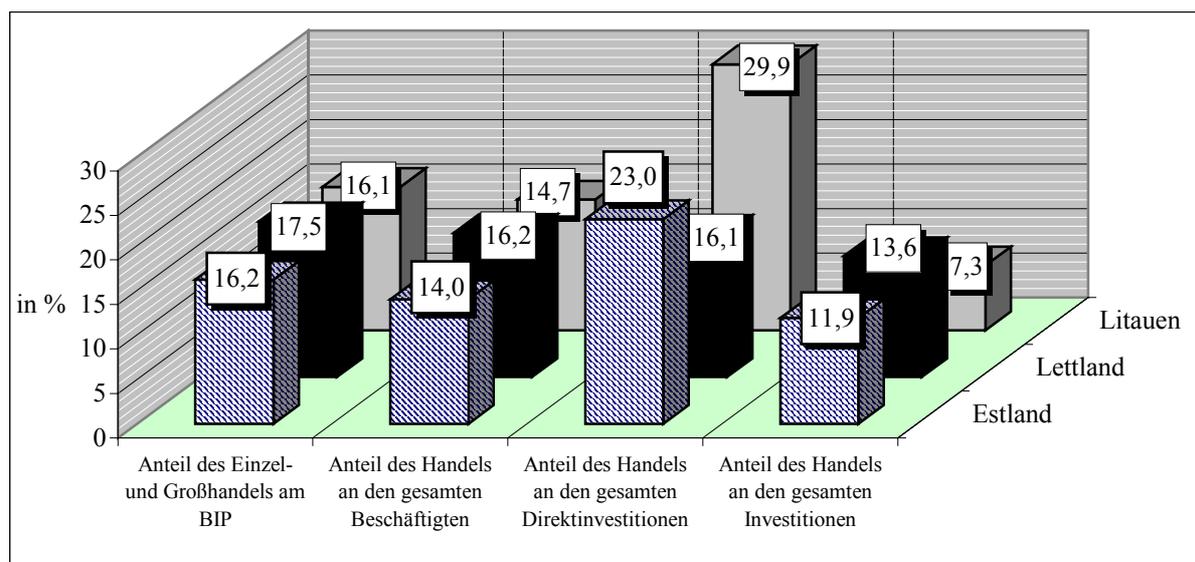
siedelten Gebieten), geringeren Service und Verringerung von Arbeitsplätzen (wegen der Substitution von Personal durch Verkaufsfläche) (KERSTEN 1997, S. 14; NIESCHLAG et al. 1994, S. 440; OVERLACK 1992, S. 87f.).

Die Veränderungen der letzten Jahrzehnte auf den westeuropäischen Lebensmittelmärkten zeigen die grobe Richtung, in welche sich die Distributionssysteme im Baltikum entwickeln könnten. Die Geschwindigkeit dieser Entwicklung und die Übertragbarkeit ist aber im hohen Maße von den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen wie dem Verlauf der Privatisierung, den Veränderungen im Nachfrageverhalten, dem Angebot an heimischen und Importprodukten in den Baltischen Ländern, vom Engagement ausländischer Handelsunternehmen (und Höhe der Investitionen) sowie der fortlaufender Modernisierung der heimischen Unternehmen abhängig. Es ist dennoch zu vermuten, dass neben länderspezifischen Einflussfaktoren auch die Internationalisierung in den Baltischen Ländern die zukünftige Entwicklungen auf den Lebensmittelmärkten prägen wird. Im weiteren gilt es deshalb, die wichtigsten Einflussfaktoren auf die Entwicklung des baltischen Lebensmittelhandels herauszuarbeiten und zu analysieren.

2.2 Stellung des Lebensmittelhandels in den baltischen Volkswirtschaften

Seit Anfang des Transformationsprozesses nahm die Bedeutung des Handels sowohl gemessen am Beitrag zum Sozialprodukt als auch an den Beschäftigten in allen drei baltischen Ländern zu. Der Anteil des Handels am BIP wuchs von ca. 5% im Jahr 1990 kontinuierlich an und betrug im Jahr 1998 in Litauen 16,1%, in Estland 16,2% und in Lettland 17,5% (s. Anhang A). Der Handel war damit nach der Industrie die wichtigste Wirtschaftssektor in den Ländern. Hierbei ist aber zu berücksichtigen, dass der deutlich stärkere Rückgang des produzierenden Sektors, bei einer insgesamt schrumpfenden Wirtschaft und einer nicht wachsenden Kaufkraft der Bevölkerung, Anteilsveränderungen am BIP zugunsten des Handels verursachte.

Abbildung 2: Bedeutung des Einzel- und Großhandels in den baltischen Ländern 1998, in %



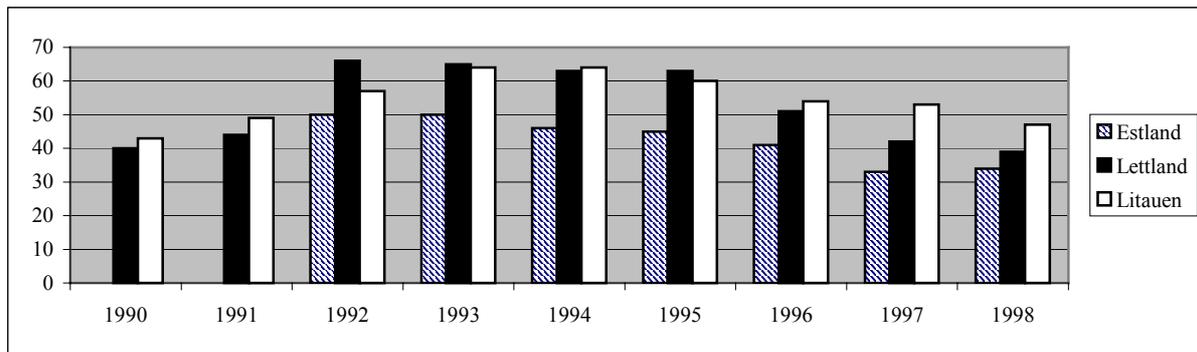
Anm.: Investitionsanteil im Handel für Estland und Lettland von 1997.

Quelle: Eigene Darstellung nach LATVIJAS STATISTIKA (1999a, S. 30, 79, 1998c); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999d, S. 97, 353, 359, 542); STATISTIKAAMET (1999, S. 190f., 203, 278); EESTI PANKA (2000).

Der Beschäftigtenanteil im Handel ist seit Reformbeginn von ca. 5% (1990) auf etwa 14-16% (1998) angestiegen. Die absolute Beschäftigtenzahl legte seit Transformationsbeginn im baltischen Handel ungefähr um ein Drittel zu (s. Anhang A). Dies war vor allem auf die explodierende Zunahme des ambulanten⁵ Handels sowie kleiner und mittlerer Handelsgeschäfte im stationären⁶ Handel, die im Zuge der Privatisierung und durch Neugründungen entstanden sind, zurückzuführen. Es ist zu vermuten, dass die absolut steigende Beschäftigtenzahl im Handel in erheblichem Maße eine Form der versteckten Arbeitslosigkeit darstellt.

Der Anteil des Handels an den gesamten ausländischen Direktinvestitionen (ADI) des jeweiligen Landes lag 1998 in Estland bei 23%, in Litauen bei 29,9% und in Lettland bei 16,1%. In Litauen entfiel etwa die Hälfte aller Unternehmen mit ADI auf den Handel. Der Anteil des Handels an den gesamten volkswirtschaftlichen Investitionen lag bis zum Jahr 1990 bei ca. 2-3%, er nahm aber in den drei Ländern unterschiedlich zu und betrug im Jahr 1998 im estnischen Handel 11,9%, im lettischen 13,6% und im litauischen 7,3% aller Investitionen (s. Abbildung 2). Im Vergleich zum Anteil des Handels am BIP ist dieser Wert für Litauen relativ gering.

Abbildung 3: Lebensmittelanteil am Einzelhandelsumsatz in den baltischen Ländern 1990-1998, in %



Quelle: Eigene Darstellung nach LATVIJAS STATISTIKA (1994, 1996b, 1997, 1998d, 1999a); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1992, 1994ff., 1997, 1998e, 1999d.); STATISTIKAAMET (1998c, 1999).

Die Entwicklung des Anteils von Lebensmitteln am Gesamtumsatz des Einzelhandels ist der Abbildung 3 zu entnehmen. Dieser stieg von 30-40% im Jahr 1990 bis auf 50-65% in den Jahren 1992-1994 an. Der Anteil des Handelsumsatzes, der mit Nahrungsmitteln erzielt wird, liegt in Litauen und Lettland etwas höher als in Estland. Dies lässt sich mit den vergleichbar höheren Löhnen in Estland sowie den niedrigeren Nahrungsmittelausgaben der estnischen Konsumenten erklären. Mit steigender Kaufkraft der Bevölkerung nahmen aber auch in Litauen und Lettland die Handelsumsätze, die mit Nicht-Lebensmitteln erzielt werden, zu. 1998 betrug der Einzelhandelsumsatz mit Lebensmitteln 34% in Estland, 39% in Lettland und 46% in Litauen.

⁵ Darunter versteht man den Verkauf von Waren, der überwiegend außerhalb einer festen Betriebsstätte erfolgt. Diese Absatzform umfasst Markt-, Straßen- und Hausierhandel (EMA-ABSATZWEGE 1999).

⁶ Beim stationären Einzelhandel erfolgt der Verkauf von Waren überwiegend innerhalb einer festen Betriebsstätte. Diese Absatzform umfasst neben den verschiedenen Erscheinungsformen von Ladengeschäften (z. B. Kaufhäuser, SB-Warenhäuser, Nahrungs- und Genussmittelgeschäfte) (DHI 1991, S. 352).

3 VERÄNDERUNG DER RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DEN LEBENSMITTELHANDEL IM BALTIKUM

Der Übergang zur Marktwirtschaft, begleitet durch die Freigabe der Preise, die Streichung der Subventionen sowie den Wegfall bisher gesicherter Absatzmärkte im Osten mit zeitgleicher Umgestaltung der Eigentumsverhältnisse in der Volkswirtschaft haben zu einem tiefgreifenden Wandel der ökonomischen Rahmenbedingungen geführt. Die Privatisierung, die Öffnung des baltischen Marktes, das veränderte Konsumverhalten der Verbraucher sowie Umstrukturierungsprozesse in der Ernährungsindustrie waren dabei die wesentlichen Determinanten, die das Entstehen neuer Betriebsformen sowie Vertriebsstrukturen im baltischen Lebensmittelhandel beeinflusst haben. Darauf wird in diesem Kapitel näher eingegangen.

3.1 Privatisierung im baltischen Handel

Wie in der Sowjetunion gab es auch im Baltikum Ende der achtziger Jahre Pachtbetriebe und Kooperativen, die eine Keimzelle des Privathandels bildeten⁷. Die ersten rechtlichen Grundlagen für die private unternehmerische Tätigkeit und private Eigentumsformen wurden in den baltischen Ländern Anfang der neunziger Jahre geschaffen⁸. Der eigentliche Privatisierungsprozess begann mit der Verabschiedung von Gesetzen zur sogenannten kleinen und großen Privatisierung. Weitgehend parallel verliefen auch die Neugründungen von Unternehmen.

3.1.1 Estland

Das *"Gesetz über die kleine Privatisierung"* vom 13. Dezember 1990 in Estland betraf die Privatisierung aller Dienstleistungs-, Handels- und Versorgungsunternehmen mit einem Bilanzwert unter 500 Tausend Rubel. In den ersten Jahren überwog bei der Privatisierung im estnischen Handel die Betriebsübergabe an die Mitarbeiter (80 bis 90% der privatisierten Betriebe), die sich jedoch vor dem Hintergrund des Kapital- und Kenntnismangels als problematisch herausstellte. Danach folgte der sogenannte *"Ideenwettbewerb"*⁹. Bis 1992 durften nur estnische Bürger an der Privatisierung teilnehmen. In der Gesetzesänderung der kleinen Privatisierung vom Mai 1992 wurde sowohl der Belegschaftsprivatisierung wie auch dem Ideenwettbewerb eine Absage erteilt. Seit Ende 1992 gewannen Auktionen und Ausschreibungen an Bedeutung, an denen auch Ausländer teilnehmen konnten (AHRENS et al. 1993, S. 236f.; SCHRADER und LAASER 1994, S. 40f.; VINCENTZ 1993, S. 104). Der Bilanzwert der Betriebe wurde auf 600 Tausend Estnischer Kronen (EK) angehoben. Die Konsumgenossenschaften wurden seit 1993 in die Selbständigkeit entlassen. Die große Privatisierung begann mit der Parlamentsentscheidung *"Verordnung und Beantragung des Gesetzes über die Privatisierung des Dienstleistungs-, Handels- und Gaststättengewerbe"* von April und Juni 1991. Im Rahmen der großen Privatisierung wurden die Großhandelsunternehmen und die großen Einzel-

⁷ Mit der Verabschiedung des *"Kooperativen-Gesetzes"* im Jahr 1987 wurde die Gründung privater Kooperativen ermöglicht. Infolgedessen sind bis 1990 zahlreiche Kooperativen im Kleingewerbe und Handelsbereich entstanden. Die Gesetzesänderungen Anfang 90er führten zur Umwandlung dieser Betriebe in eine andere Rechtsform.

⁸ Mit der Verabschiedung des *"Gesetzes der Unternehmen"* vom 13.06.1990 und des *"Gesetzes über die Grundlagen der Eigentumsreform"* vom 13.06.1991 in **Estland**, des *"Gesetzes der Unternehmen"* vom 8.05.1990 sowie der Gesetze zu den einzelnen Unternehmensformen, des *"Gesetzes über die Bedingungen der Bürgerrechte in Bezug auf Eigentumsrestitution"* (9.07.91, ergänzt 1992) zu Restitutionsen in **Litauen**, des *"Gesetzes über die unternehmerische Tätigkeit"* vom 26.09.1990 sowie darauf basierender Gesetze über die einzelnen Unternehmensrechtsformen in **Lettland**.

⁹ Darunter ist ein Ausschreibungsverfahren zu verstehen, bei dem verschiedene Kriterien, wie Geschäftsplan, Investitionen, Anzahl der Mitarbeiter usw. über die Vergabe von Mitteln entscheiden.

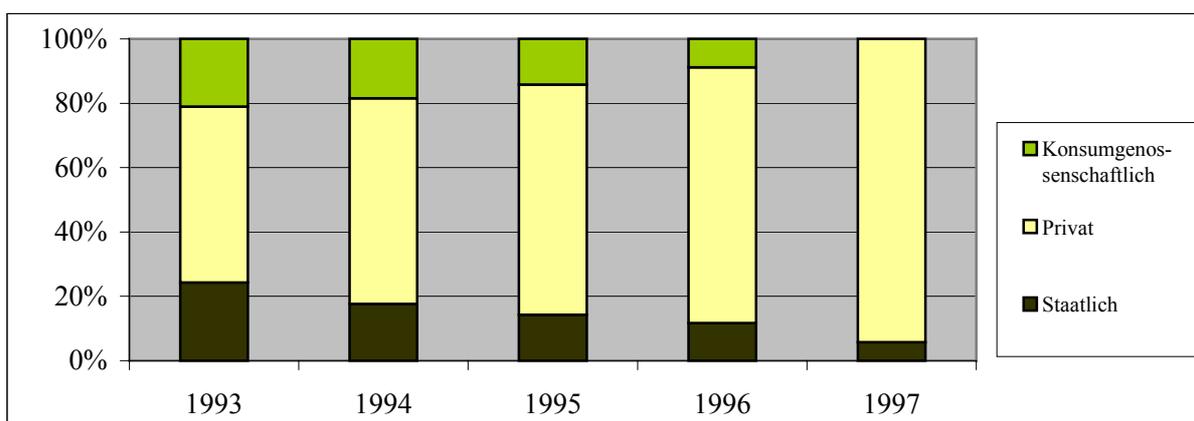
handelsunternehmen durch Auktionen oder Ausschreibungen an in- und ausländische Investoren verkauft.

Die Privatisierung des Handels in Estland geschah rasch. So sank der Anteil der staatlichen Handelsunternehmen von 1991 bis 1993 von 41% auf 10%, der von Konsumgenossenschaften von 58% auf 30% und der Anteil der privaten Betriebe erhöhte sich auf 60% mit einem Anteil von 86% am Einzelhandels- und 72% am Großhandelsumsatz (BURGER und LENZNER 1996, S. 37; SCHRADER und LAASER 1994, S. 34). Im Jahr 1997 waren schon 99% aller Handelsunternehmen in Estland in privaten Händen, etwa 7% der Unternehmen befanden sich im Eigentum ausländischer natürlicher und juristischer Personen (s. Abbildung 4). Hierbei ist hervorzuheben, dass trotz der vor allem am Anfang vorherrschenden Insider-Privatisierung eine relativ hohe Beteiligung der Ausländer erreicht wurde. Der Anteil der ausländischen Unternehmen am Kapital im estnischen Handel lag 1996 bis 1997 bei 20-25% (STATISTIKAAMET 1999, S. 131ff.).

3.1.2 Lettland

In Lettland wurde das Gesetz zur kleinen Privatisierung "*Gesetz über die Privatisierung der kommunaleigenen Objekte des Handwerks und des Handels, der Restaurants, Cafés und des Dienstleistungsbereichs*" am 5. November 1991 verabschiedet. Die kleine Privatisierung erfolgte auf dem Wege des Verkaufs oder der Verpachtung. Die Unternehmen konnten von natürlichen und juristischen Personen des In- und Auslandes erworben werden. Den Arbeitnehmern wurden aber Präferenzen eingeräumt. Seit der Gesetzesänderung vom 25. Februar 1992 gab es keine Arbeitnehmerpräferenzen mehr. In der Praxis wurden aber die Belegschaften und das Management von den Privatisierungskommissionen bevorzugt. Die große Privatisierung erfolgte im Rahmen der Gesetze "*Gesetz über die Privatisierung von staatlichen und kommunalen Eigentum*" und "*Gesetz über das Verfahren der Privatisierung von Objekten im staatlichen oder kommunalen Eigentum*" vom 10. bzw. 16. Juni 1992. Die Privatisierung der Konsumgenossenschaften startete im Juli 1992; seitdem wurden zahlreiche Geschäfte an Privatunternehmen übergeben.

Abbildung 4: Marktanteile verschiedener Eigentumsformen im lettischen Lebensmittelhandel 1993-1997, in %



Anm.: Ab 1997 werden die Konsumgenossenschaften zum privaten Handel gezählt.

Quelle: Eigene Darstellung nach LATVIJAS STATISTIKA (1997, 1998d).

Die Privatisierung erfolgte am Anfang etwas schleppend, so waren zum 1. September 1993 nur 341 (13%) der staatlichen Handelsunternehmen verkauft und 838 (32%) an private Unternehmen verpachtet (SCHRADER und LAASER 1994, S. 53). Um die Effizienz und das Tempo

der Privatisierung in Lettland zu erhöhen, wurde Anfang 1994 die *Lettische Agentur für Privatisierung* (LAP) gegründet. So wurden durch die LAP unter anderem die Aktien der zu privatisierenden Unternehmen an der Börse gehandelt. 1997 trug der private Sektor zu 98% der Wertschöpfung des Handels bei (MINISTRY OF ECONOMY REPUBLIC OF LATVIA 1998, S. 98; s. Abbildung 4).

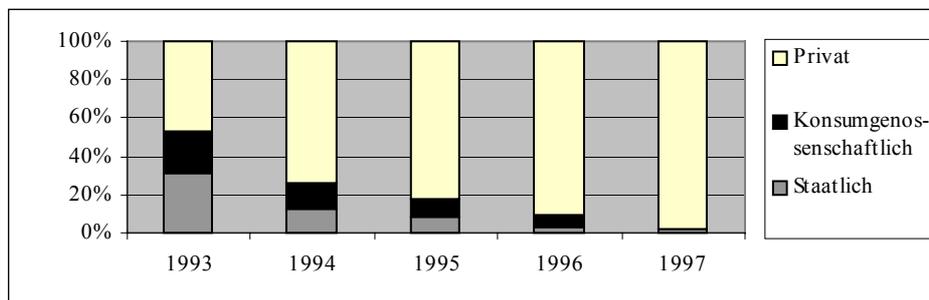
3.1.3 Litauen

Der litauische Gesetzgeber hat am 28. Februar 1991 das "*Gesetz über die Privatisierung von staatlichem Eigentum*" verabschiedet, das als einheitliche Rechtsgrundlage für die kleine und große Privatisierung der Betriebe in der verarbeitenden Industrie, im Baugewerbe, im Transport sowie im Handels- und Dienstleistungssektor dienen sollte. Die Auswahl der Privatisierungsmethode war vom Unternehmenswert sowie Käuferkreis abhängig. Die meisten Unternehmen wurden über Auktionen oder öffentliche Aktienzeichnung privatisiert (ausgewählte staatliche Unternehmen wurde gegen Hartwährung angeboten, dies traf für den Handel aber nicht zu). Der Teilnehmerkreis beschränkte sich auf litauische natürliche und juristische Personen. Die zunehmende Arbeitslosigkeit führte dazu, dass im April 1992 das "*Gesetz über die Bevorzugung von Arbeitnehmern bei Aktienkäufen der zu privatisierenden Unternehmen*" verabschiedet wurde. Laut dem Gesetz mussten insgesamt 30% (nach der Gesetzänderung vom Januar 1993 sogar 50%) der Anteile an Belegschaften und Betriebsrentner zu Präferenzpreisen verkauft werden.

So wurden in den meisten Fällen kleine Handelsbetriebe an die Belegschaft verkauft oder verpachtet. Zum 1. Januar 1994 waren schon fast die Hälfte der für die Privatisierung vorgesehenen Handelsunternehmen (1412) privatisiert (SCHRADER und LAASER 1994, S. 65). Neben dem Verkauf der Betriebe an die Mitarbeiter wurde vorwiegend¹⁰ auch die "Inländerprivatisierung" praktiziert.

Der Anteil des staatlichen Handels betrug im Jahr 1997 lediglich 2%. Die Bedeutung der Konsumgenossenschaften nahm auch deutlich ab, ihr Anteil dürfte im gleichen Jahr schätzungsweise noch etwa 4 bis 5% betragen haben (ab 1997 werden die Konsumgenossenschaften zum privaten Handel gezählt) (s. Abbildung 5).

Abbildung 5: Marktanteile verschiedener Eigentumsformen im litauischen Lebensmittelhandel 1993-1997, in %



Quelle: Eigene Darstellung nach STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1994, 1997, 1998e).

¹⁰ Ausgewählte Staatsunternehmen wurde auch gegen Hartwährung an Ausländer verkauft (SCHRADER und LAASER 1994, S. 62). Dies bezog sich aber nicht auf Handelsunternehmen.

3.1.4 Eine Bewertung des Privatisierungsprozesses

Bei der Privatisierung des Handels stand insbesondere in Litauen und Lettland (am Anfang der Privatisierung auch in Estland) sehr stark die "Gerechtigkeitskomponente" (in Form von Arbeitnehmerpräferenzen) im Vordergrund. Neben der Förderung eines privaten unternehmerischen Mittelstandes im Handel wurde damit das Ziel verfolgt, das Interesse und die Motivation der Mitarbeiter am Unternehmen zu erhöhen. Durch den Verkauf der Kapitalanteile an die Mitarbeiter und durch die praktizierten Formen der "Inländerprivatisierung" ist aber das für die Erhöhung der Effizienz der Betriebe notwendige Kapital nicht erzielt worden. Die entstandenen Eigentumsstrukturen behindern die Umstrukturierung der Unternehmen und die damit verbundenen Investitionen auch deshalb, weil die Restrukturierungsmaßnahmen sowohl bei der Belegschaft als auch beim Management auf geringe Akzeptanz stößt. Die Modernisierung der Unternehmen wird von ihnen mit kurzfristigem Einkommensverzicht, dem Verlust des Arbeitsplatzes oder der Privilegien verbunden. Dies hat den Strukturwandel und die Modernisierung der Betriebe im baltischen Lebensmittelhandel stark beeinflusst.

Die ausländischen Investoren kamen bei der kleinen Privatisierung in Litauen und Lettland kaum zum Zuge. Neben den restriktiven Privatisierungsbedingungen war das Interesse der ausländischen Investoren in Lettland und Litauen auch deshalb gering, weil hier der Erwerb und/oder die Verpachtung des Bodens an Ausländer bis 1995 bzw. 1998 nicht erlaubt war. In Estland war dies dagegen bereits seit 1992 möglich. Durch die rechtliche Situation in Litauen und Lettland wurde somit zum einen die Möglichkeit, westliche Erfahrung und Kapital zu nutzen, eingeschränkt. Andererseits wurden die inländischen Unternehmen am Anfang nicht sofort einem unbeschränkten Wettbewerb ausgesetzt. Eine Beteiligung der ausländischen Handelsunternehmen fand nur im Rahmen der großen Privatisierung statt. In Estland trug die ausländische Beteiligung insbesondere in den späteren Phasen der Privatisierung zur Beschleunigung des Modernisierungsprozesses im Handelssektor bei.

3.2 Nachfrage nach Nahrungsmitteln

Gemäß der traditionellen Nachfragetheorie wird die Veränderung des Nahrungsmittelkonsums durch folgende Determinanten beeinflusst: Veränderungen der Realeinkommen und der relativen Preise (DEALTON und MUELLBAUER 1980) sowie der Präferenzen. Erweiterungen der traditionellen Nachfragetheorien beziehen weitere sozioökonomischen Faktoren, wie demographische Veränderungen, Lebensstile und Marktsegmentierung (SENAUER et al. 1991, S. 2ff.), ethische Normen und Verbrauchermotivation ein (STEENKAMP et al. 1995).

Soziodemografische Größen

Im Jahr 1998 stellte Litauen mit 3,7 Millionen Einwohner im Ländervergleich den größten nationalen Gesamtmarkt der baltischen Länder dar. Lettland und Estland zählten in demselben Jahr 2,5 bzw. 1,5 Millionen Einwohner. Die Bevölkerungsstruktur ist nach Altersgruppen und Geschlecht in allen drei Ländern annähernd gleich¹¹. Die Bevölkerungswachstumsraten waren zwischen 1990 und 1998 negativ, sie betragen durchschnittlich -1% pro Jahr in Estland und Lettland sowie -0,1% in Litauen (OECD 2000, S. 158). Die wichtigsten Gründe dafür waren

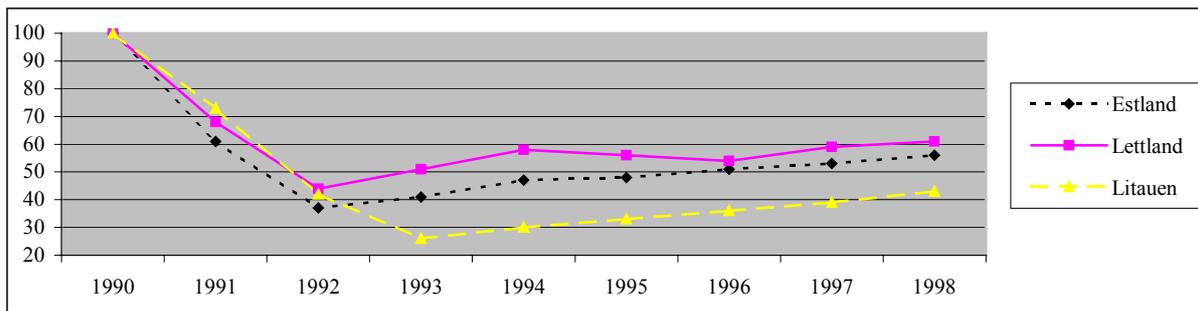
¹¹ 1999 waren etwa 66-67% der baltischen Bevölkerung 15 bis 65 Jahre alt. In Litauen waren 20,3% jünger als 15 Jahre und 13% älter als 65 Jahre (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999d, S. 31). In Lettland lagen die vergleichbaren Zahlen bei 19,2% und 14,3%, und in Estland bei 18,5% und 14,5% (LATVIJAS STATISTIKA 1999a, S. 56; STATISTIKAAMET 1999, S. 32). Der Männeranteil betrug an der baltischen Bevölkerung ca. 47% (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999d, S. 30; LATVIJAS STATISTIKA 1999a, S. 49; STATISTIKAAMET 1999, S. 32).

sinkende Geburtenraten und Migration (vor allem russischsprachiger Einwohner in die Länder der Gemeinschaft der Unabhängigen Staaten (GUS)). Die Bevölkerungsdichte ist relativ gering und lag in Litauen bei 57, in Lettland bei 38 und in Estland bei 32 Einwohner je qkm. Im westeuropäischen Durchschnitt waren es 102,4 Einwohner je qkm (EUROSTAT 1997, S. 9). Etwa ein Drittel der baltischen Bevölkerung wohnt in ländlichen Gebieten.

Preise, Einkommen und Kaufkraft

In der Planwirtschaft lagen die Nahrungsmittelpreise insbesondere die für Produkte tierischer Herkunft durch hohe Subventionen künstlich auf einem sehr niedrigen Niveau. Dies hat den Lebensmittelverbrauch zugunsten von Fleisch sowie anderen tierischen Erzeugnissen verzerrt. Die Preisliberalisierung in den Jahren 1991 und 1992 führte zu einem Anstieg der Nahrungsmittelpreise. Dabei erhöhten sich die Preise für tierische Produkte stärker als die der pflanzlichen Produkte, so dass sich die Preisrelationen verschoben und die Konsumstruktur sich zugunsten pflanzlicher Erzeugnisse veränderte (vgl. auch HOSSAIN und JENSEN 2000, S. 8). So hat sich in Litauen der Pro-Kopf-Konsum bei Eiern, Fisch und Fischprodukten um 40%, bei Milch und Milchprodukten, Fleisch und Fleischerzeugnissen sowie Zucker um ca. 30% und bei Gemüse um 15% (1991-1997) vermindert. Eine Ausdehnung der Nachfrage ist lediglich bei inferioren Nahrungsgütern wie Mehl, Nudeln, Brot zu verzeichnen (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1998e, S. 367).

Abbildung 6: Entwicklung der Reallöhne in den baltischen Ländern (1990=100)

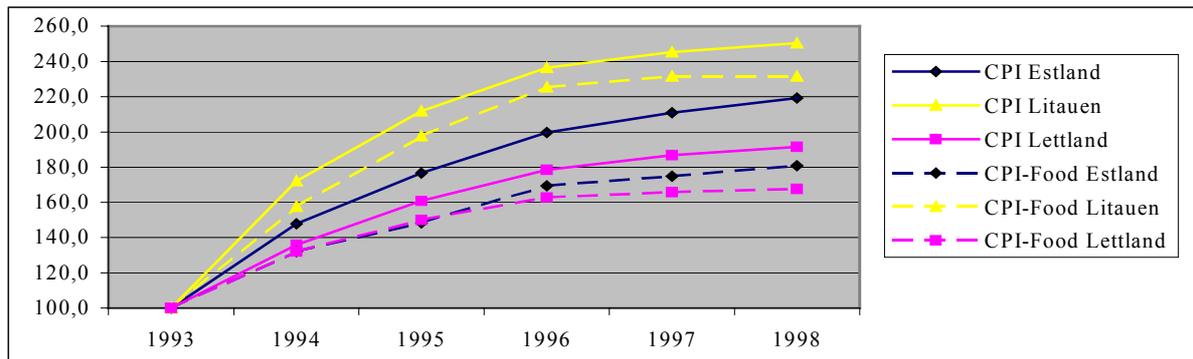


Quelle: OECD (2000, S. 156).

In den ersten Jahren der Transformation blieb die durchschnittliche Lohnentwicklung deutlich hinter dem Preisanstieg zurück. Die allgemeine Inflationsrate war dagegen noch weit höher als der Preisanstieg für Nahrungsmittel (s. Abbildung 6 und 7).

Daraus resultierte ein erheblicher Rückgang der Realeinkommen und damit der Kaufkraft der Bevölkerung. Die Situation stabilisierte sich weitgehend ab Mitte der 90er Jahre. Die Realloohnerhöhung blieb dennoch hinter der Steigerungsrate der Lebensmittelpreise zurück. In Lettland wurde die Kaufkraft der Bevölkerung in den Jahren 1995 und 1996 zusätzlich durch die Ende 1995 auftretende Bankenkrise geschwächt. In Litauen stiegen die Reallöhne in den Jahren 1997 und 1998 bereits schneller als die Nahrungsmittelpreise. Der starke Rückgang der Nahrungsmittelsexporte in die GUS-Länder infolge der Russlandkrise von August 1998 führte zu einer Erhöhung des Absatzes der heimischen Lebensmittel auf den Binnenmärkten. Dies hatte zur Folge, dass die Nahrungsmittelpreise sanken bzw. stabil blieben. Aber auch die Lohnsteigerungen wurden dadurch insbesondere in Litauen und Lettland stark eingeschränkt (IMF 1999a, 1999c). Für die nächsten Jahre wird ebenfalls eine eher moderate Entwicklung der Lebensmittelpreise in den baltischen Ländern erwartet.

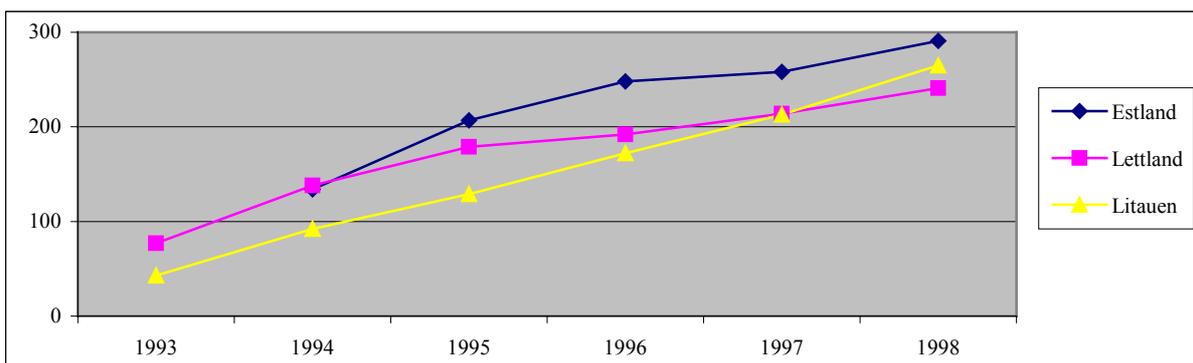
Abbildung 7: Entwicklung der CPI und CPI-Food in den baltischen Ländern (1993=100)



Quelle: Latvijas Statistika (1999a); Statistikaamet (1999); Statistikos departamentas (1998b, 1999d).

Der monatliche Durchschnittslohn in den baltischen Ländern hat sich im Zeitraum von 1993 bis 1998 mehr als verdoppelt und betrug im Jahr 1998 in Estland 291 US\$, in Litauen 265 US\$ und in Lettland 241 US\$ (s. Abbildung 8).

Abbildung 8: Monatlicher Durchschnittslohn in den baltischen Ländern 1993-1998, in US\$



Quelle: IMF (1999a, S. 30).

Neben der durchschnittlichen Einkommensentwicklung ist zu berücksichtigen, dass die Einkommensunterschiede zwischen armen und reichen¹² sowie zwischen städtischen und ländlichen Bevölkerungsgruppen¹³ beträchtlich sind und zunehmen. Hierbei zeichnet sich eine zunehmende Polarisierung der Einkommen (gemessen in Dezilen) zwischen den Bevölkerungsgruppen ab – mit einem kleinen Segment des höheren Einkommens und einem großen Segment des niedrigen Einkommens – was für die Entwicklung des Handels von besonderer Bedeutung ist. In Estland sind neben den heimischen Konsumenten auch die zahlungskräftigen Einkaufstouristen aus den skandinavischen Ländern insbesondere aus Finnland, zu berücksichtigen. Ihre Kaufkraft – etwa 2,5 Mio. Tagestouristen pro Jahr mit einem Anteil von 10% an den Einzelhandelsverkäufen - trug vermutlich zur positiven Entwicklung des estnischen

¹² In Lettland betrug 1998 die Relation der niedrigsten und höchsten Quintile der Löhne rund 1:9, gegenüber dem Vorjahr hat sich das Gefälle verdoppelt (BORRMANN 1999, S. 28); in Estland lagen die höchsten Einkommen 10mal höher als die niedrigsten Einkommen (STATISTIKAAMET 1998d, S. 32ff).

¹³ Das verfügbare Einkommen städtischer Haushalte lag in Litauen und in Lettland 1998 im Durchschnitt etwa 25-30% höher als das der ländlichen (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999d, S. 192; LATVIJAS STATISTIKA 1998a, 1999a, S. 88).

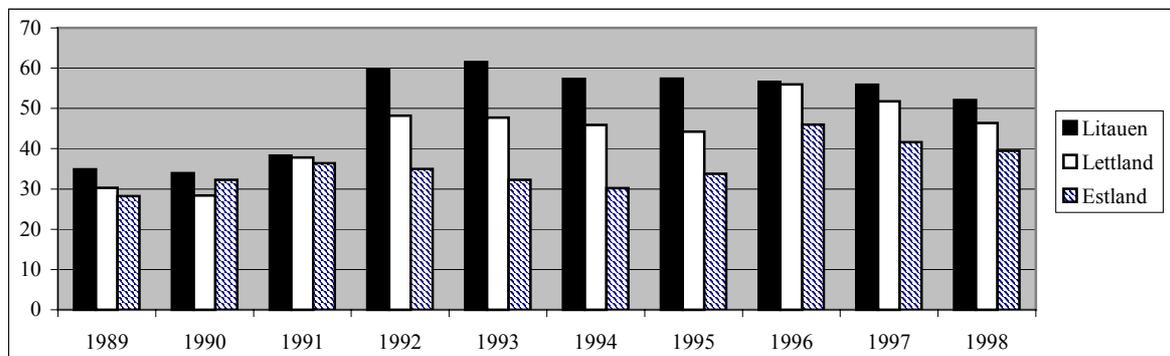
Lebensmittelhandels insbesondere in der Region Tallinn erheblich bei (REPRÄSENTANZ DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT IN ESTLAND 1999, S. 32). Somit lohnen sich die Investitionen in die Modernisierung des estnischen Handels auch eher.

Die erzielbaren Einkommen und damit die Kaufkraft der Bevölkerung beeinflussen die weitere Entwicklung im baltischen Lebensmittelhandel in erheblichem Maße. Mit steigendem Einkommen nähme erstens die Nachfrage nach Qualitätsprodukten zu (anstatt der minderwertigen Sortimenten der Produkte). Der Ausgabenanteil für Nahrungsmitteln sollte mit steigendem Einkommen laut dem *Engelschen Gesetz* abnehmen (SENAUER et al. 1991, S. 134ff.).

Ausgaben für Nahrungsmittel

Betrachtet man die Verwendung des privaten Verbrauchs, so gaben die Litauer 1998 mit durchschnittlich 52,1% der gesamten Haushaltsausgaben am meisten für Lebensmittel (inklusive Getränke und Tabakwaren) aus, aber auch die Letten lagen mit 46,4% und die Esten mit 39,5% (s. Abbildung 9) weit über dem westeuropäischen Durchschnitt (18%).

Abbildung 9: Anteil der Lebensmittelausgaben an den gesamten Haushaltsausgaben im Baltikum 1989-1998, in %



Quellen: Eigene Darstellung nach EUROPEAN COMMISSION (1998a, 1998b); OECD (1998); STATISTIKAAMET (1998b, 1999).

Die Einkommensunterschiede innerhalb der einzelnen Länder spiegeln sich auch in der Ausgabenstruktur der Haushalte wider. Die litauischen und lettischen Haushalte mit dem niedrigsten Einkommen gaben 1998 durchschnittlich noch 66% ihres verfügbaren Einkommens für Lebensmittel aus, die Haushalte mit dem höchsten Einkommen 31% in Litauen und 26% in Lettland (OECD 2000, S. 154). Der Anteil der Nahrungsmittelausgaben am Gesamtbudget lag in den städtischen Haushalten in Litauen bei 44,3% und in den ländlichen Haushalten bei 59% (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999d, S. 198f.). In Estland lag der Anteil der Ausgaben für Lebensmittel in dem untersten Einkommensdezil 1998 mit 55% dreifach so hoch wie in dem höchsten Einkommensdezil (17%) (OECD 2000, S. 154), die städtischen Haushalte gaben 1997 durchschnittlich 34,5% und die ländlichen 45,6% ihres Einkommens für Lebensmittel aus (STATISTIKAAMET 1998d, S. 41). Die Zahlen belegen deutliche Disparitäten im Konsum zwischen den verschiedenen Einkommensgruppen sowie der regionalen Zugehörigkeit der Haushalte. Die Unterschiede deuten auf die Entstehung einer "gespaltenen Nachfrage" im baltischen Lebensmittelmarkt hin.

Konsumverhalten

Die ökonomischen Bestimmungsfaktoren der Nachfrage (Preise und Einkommen) bedingen immer noch sehr stark das Einkaufsverhalten der baltischen Konsumenten. Die nicht-ökonomischen Faktoren spielen aber eine zunehmend größere Rolle.

Abhängig vom Einkommensniveau ist ein unterschiedliches Verhalten der Konsumenten zu vermuten. Die Verbraucher mit niedrigem Einkommen beschränken sich in der Regel auf die Grundnahrungsmittel (sog. inferiore Nahrungsmittel) und konsumieren hochwertigere Nahrungsmittel, wie z. B. Fleisch, in geringeren Mengen, in schlechterer Qualität und mit geringerem Verarbeitungsgrad. Die besserverdienenden Verbraucher kaufen in wachsendem Umfang auch Convenience-Produkte (wie Fertiggerichte und Tiefkühlkost), die mit einem deutlich höheren Dienstleistungsanteil versehen (und dadurch auch teurer) sind, und Importprodukte, die mit der Öffnung der Grenzen zunehmend im Sortiment angeboten werden. Somit existieren unterschiedliche Nachfragemuster.

Die Entstehung einer Vielfalt von Betriebsformen des Lebensmittelhandels im Baltikum ist auch vor dem Hintergrund der Entwicklung der Nachfrage nach Nahrungsmitteln und des Konsumentenverhaltens zu interpretieren. So kaufen die Konsumenten mit niedrigem Einkommen die Nahrungsmittel vorwiegend auf den Märkten und in den ein begrenztes Sortiment bietenden kleinen Nachbarschaftsläden ein. Die Bevölkerungsschichten mit höherem Einkommen versuchen dagegen eher, westliche Konsummuster zu kopieren. Sie möchten beim Einkauf eine große Auswahl an Produkten haben, Zeit sparen sowie mehr erleben. Dies beeinflusst die Bildung unterschiedlicher Handels(betriebs-)formen. Entstehende großflächigen Geschäfte (mit breitem und tiefem Sortiment) und Handelszentren (mit vielen unterschiedlichen Geschäften) sprechen gerade diese Nachfragergruppe an. Gleichzeitig fahren die großflächigen Anbieter jedoch auch zunehmend Niedrigpreisstrategien, um auch einkommensschwächere Haushalte anzusprechen, die besonders preisbewusst sind.

Die regionale Entwicklung des Lebensmittelhandels wird auch durch Unterschiede im Einkommen und der Kaufkraft zwischen der Stadt und dem Lande determiniert. In den ländlichen Regionen sind dabei hohe Selbstversorgungsgrade, ein viel niedrigeres Einkommen und eine wesentlich höhere Arbeitslosigkeit als in den Städten zu berücksichtigen. Zudem kauft die ländliche Bevölkerung vermehrt Waren in den Städten ein, weil in den kleinen dörflichen Läden nur ein kleines Sortiment zu höheren Preisen erhältlich ist. Wegen der geringeren Bevölkerungsdichte und dem niedrigeren Einkommen werden hier i.d.R. bescheidenere Einzelhandelsumsätze erzielt. Als Standorte sind sie damit oft aus ökonomischen Gründen unattraktiv. Deshalb ist die Modernisierung des Lebensmittelhandels zuerst in den größeren Städten zu erwarten, wo das verfügbare Einkommen der Bevölkerung und die Gesamtnachfrage wesentlich höher liegt.

Die anfängliche Euphorie gegenüber importierten westlichen Lebensmitteln kurz nach der Öffnung der Märkte ist mittlerweile vergangen. Die westlichen Produkte, die zunächst mehr wegen des Designs ihrer Verpackung oder einfach wegen des Reizes am Neuen gekauft wurden, übertrafen die Qualität der inländischen Ware nicht im erwarteten Ausmaß. Auch die Preise der Importprodukte liegen oft höher als die heimischer Lebensmittel (REPRÄSENTANZ DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT IN ESTLAND 1999, S. 33). Die baltischen Konsumenten präferieren wieder mehr heimische Nahrungsmittel. Dies belegen auch Ergebnisse einiger Konsumentenbefragungen (BUSINESS & THE BALTICS 1996; A. C. NIELSEN GMBH 1999). So wurde in einer Studie für Lettland festgestellt, dass 42% aller Befragten lettische Lebensmitteln bevorzugen. Sie kauften diese wegen ihres besseren Geschmacks, ihrer ökologischen Reinheit sowie des niedrigeren Preises. Produkten aus Europa, USA oder Kanada gaben nur 14% der Befragungsteilnehmer den Vorrang, 29% der Befragten hatten keine eindeutigen Präferenzen. Westliche Produkte werden wegen längerer Haltbarkeit, praktischerer Verpackung sowie aus Prestige Gründen geschätzt (BUSINESS & THE BALTICS 1996, S. 5). Die baltische Nahrungsmittelindustrie hat sich in den letzten Jahren auch verstärkt darum bemüht, den Konsumenten-

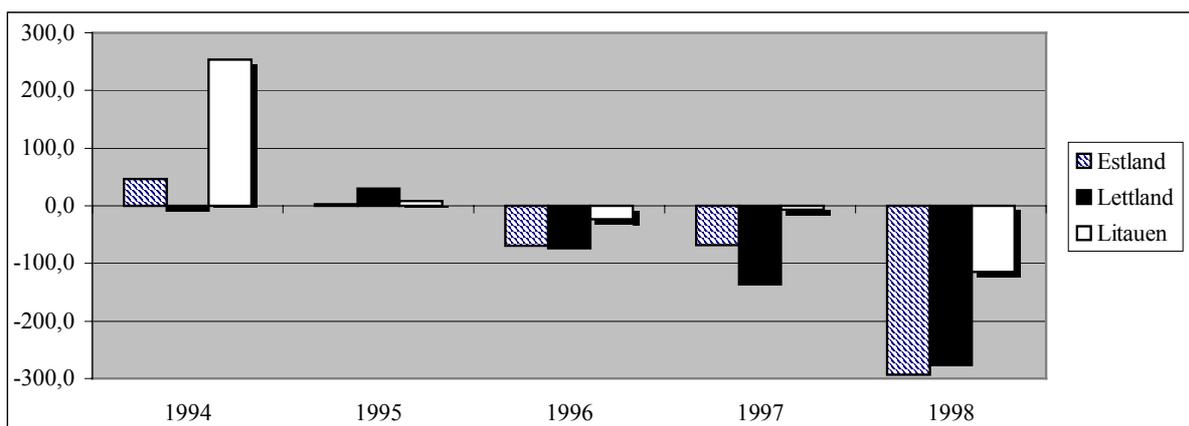
wünschen (insbesondere bezüglich der Verpackung) stärker zu entsprechen (M+M EURODATA 1998a).

Auch in der Zukunft wird das Verhalten des größten Teils der Konsumenten durch eine weiterhin geringe Kaufkraft geprägt sein, was vermuten lässt, dass der Preis für viele Kunden ein wesentlicher Faktor der Kaufentscheidung bleiben wird. Dabei spielt auch das noch fehlende Qualitäts- und Markenbewusstsein (z. B. geringe Markentreue) der baltischen Bevölkerung eine große Rolle (A. C. NIELSEN GMBH 1998).

3.3 Agraraußenhandelsentwicklung im Baltikum mit Schwerpunkt Lebensmittel

Zu Sowjetzeiten besaß der Staat das Außenhandelsmonopol, d. h. der Außenhandel der ganzen UdSSR wurde zentral über Allunionsaußenhandelsorganisationen abgewickelt. Der baltische Außenhandel war in das sowjetische Handelssystem integriert. Eine Liberalisierung des Außenhandels wurde in den baltischen Ländern schon Ende der 80er eingeleitet, indem man einigen großen staatlichen Betrieben Lizenzen für den Außenhandel erteilte. Nach der Unabhängigkeit und mit der Privatisierung der Wirtschaft ist der Außenhandel aus staatlichen in private Hände übergegangen. Zur Zeit ist der Außenhandel dezentralisiert und kann von juristischen Personen, Handelsfirmen, Verarbeitungsunternehmen oder Privatpersonen durchgeführt werden. Der Staat kontrolliert lediglich in Litauen und in Lettland den Außenhandel mit Spirituosen und Tabak, in dem er Importlizenzen an wenige Privatunternehmen gegen eine hohe Gebühr vergibt (OECD 1996a, 1996b). Der Export der baltischen Republiken war vor allem auf die Versorgung der russischen Ballungsgebiete Leningrad und Moskau mit Milch- und Fleischprodukten ausgerichtet. Die Nahrungsmittelimporte waren früher sehr gering (PENKAITIS 1996, S. 129). Der Produktionsrückgang in der Landwirtschaft und in den Verarbeitungsbetrieben sowie der Verlust der Absatzmärkte in Russland und anderen GUS-Staaten hatten dazu geführt, dass die einst hohen Überschüsse im Agraraußenhandel in den letzten Jahren rückläufig waren, während die Agrarimporte, vor allem aus westeuropäischen Ländern, steigende Tendenz aufweisen (s. Abbildung 10). Die Importe aus Westeuropa waren durch stark verarbeitete Produkte dominiert.

Abbildung 10: Agraraußenhandelsbilanz der baltischen Länder 1994-1998, in Mio. US\$



Quelle: Eigene Darstellung nach STATISTIKAAMET (1998d, 1999); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998b, 1999d); EUROPEAN COMMISSION (1998a, S. 45).

Für den Außenhandel von Bedeutung ist somit insbesondere die fortschreitende Umorientierung auf westliche Bezugs- und Absatzländer. 1997 entfielen auf die EU Länder etwa 20% der estnischen Agrarexporte und zirka 58% der Agrarimporte (STATISTIKAAMET 1998d). Die Agrarimporte aus der EU betragen 1997 etwa 45% der gesamten litauischen Agrarimporte, der

betreffende litauische Exportanteil lag bei 20% (EUROPEAN COMMISSION 1998b, S. 24). Mit 80% ging der Hauptteil der lettischen Agrarexporte (10,5% der Gesamtexporte) im Jahr 1997 immer noch in die GUS-Staaten, auf die EU entfiel lediglich 15%. Die Importstruktur dominierten dagegen mit 53% im gleichen Jahr die Einfuhren aus der EU (EUROPEAN COMMISSION 1998a, S. 46).

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen, erscheinen im Warenangebot des baltischen Lebensmittelhandels zunehmend aus dem Westen importierte Güter. Wegen der wachsenden Konkurrenz für das einheimische Angebot erhöht sich der Druck auch seitens des Handels auf die lokale Industrie, ihre Produkte qualitativ und optisch an die westlichen Erzeugnisse sowie an die Verbraucherwünsche anzupassen (s. auch Kapitel 3.4).

3.4 Umstrukturierung der Ernährungsindustrie

Seit Beginn der Transformation war die baltische Ernährungsindustrie starken Veränderungen in ihren Eigentums- bzw. Marktstrukturen ausgesetzt. Der Rückgang der landwirtschaftlichen Produktion¹⁴, der Wegfall der (Ost-)Absatzmärkte, zunehmender Wettbewerb durch steigende Importe aus Westeuropa, eine sinkende Nahrungsmittelnachfrage sowie Präferenzänderungen der Konsumenten führten zu bedeutenden Kapazitätseinschränkungen in der verarbeitenden Nahrungsmittelindustrie des Baltikums. Der Produktionsausstoß schrumpfte im Zeitraum von 1990 bis 1997 bedeutend¹⁵ mit der Folge erheblicher Kapazitätsstillegungen sowie dem Ausscheiden unrentabler Unternehmen aus dem Markt. Wegen der unzureichenden Anwendung der Konkursgesetze kam es insbesondere in den ersten Jahren nicht immer zur Schließung von Betrieben. So betrug in Litauen der Anteil der mit Verlust arbeitenden Betriebe 1997 noch 38%.

Die Privatisierung der baltischen Verarbeitungsindustrie begann in den Jahren 1992-1993 und kann als fast abgeschlossen bezeichnet werden. Die Privatisierung der Schlachthäuser, der Fleisch- und Wurstfabriken sowie Molkereien gestaltete sich oft schwierig, weil die meisten Unternehmen mit veralteten Technologien arbeiteten sowie aufgrund schlechter wirtschaftlicher Lage bei den (ausländischen) Investoren nur wenig Interesse weckten. Als weiteres Hindernis einer erfolgreichen Umstrukturierung dieser Sektoren erwies sich, dass den landwirtschaftlichen Erzeugern Präferenzen bei der Privatisierung der Unternehmen eingeräumt wurden. Die Privatisierung anderer Produktionsbereiche der Ernährungsindustrie wie der Süßwaren-, Backwaren-, Tabak- sowie der Getränkeindustrie, die hochwertige Fertigprodukte erzeugen, geschah relativ schnell. Dabei gelang es, zahlreiche ausländische Investoren zu gewinnen, die Kapitalanteile erwarben¹⁶. In diesen Sektoren haben sich viele internationale Unternehmen engagiert und dabei teilweise auch die für ihre Produkte erforderlichen Absatzkanäle geschaffen¹⁷.

¹⁴ Auf nähere Erläuterungen zu Entwicklungen in der baltischen Landwirtschaft wird in diesem Beitrag verzichtet. Mehr zur Lage der baltischen Landwirtschaft findet man u.a. in PENKAITIS (1996).

¹⁵ So sank die Fleischproduktion von 1990 bis 1997 in der baltischen Ernährungsindustrie fast um 80%; in der Milchverarbeitung wurde in den Jahren 1995 und 1996 nur noch 35-40% des Niveaus von 1990 erzeugt, inzwischen steigt hier der Ausstoß wieder an. In den anderen der Landwirtschaft unmittelbar nachgelagerten Unternehmen (Mühlen, Ölraffinerien etc.) verlief der Prozess ähnlich (LATVIJAS STATISTIKA 1999a, S. 216f.; STATISTIKAAMET 1999, S. 267; STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999d, S. 274f.).

¹⁶ Zur Privatisierung und zu Privatisierungsergebnissen in der baltischen Ernährungsindustrie, siehe JAJSKO et al. (1998, S. 11ff.), GIRGZDIENE et al. (1998, S. 15ff.).

¹⁷ Zu den bedeutendsten ausländischen Unternehmen gehören dabei Coca Cola Export Corporation (USA), PepsiCo (USA), Baltic Beverages Holding AB (Schweden/Finnland), Kraft Jacobs Suchard (Schweiz), Danisco (DK), Philip Morris (USA), Valio Oy (Finnland), Gustav Paulig AB (Finnland), Moon Holding AS (Norwegen),

Ausländische Direktinvestitionen sowie Importe ausländischer Ware haben die baltischen Nahrungsmittelhersteller zur Anpassung ihres Angebotes an die Konsumentenwünsche bezüglich der Lebensmittelqualität, der Breite der Produktpalette sowie der Verpackung gezwungen (EUROPEAN COMMISSION 1998a, S. 53f.). Die Einführung neuer Verarbeitungs-, Transport- und Organisationsmethoden beschleunigt den Wandel des Nahrungsmittelangebots und somit auch die Entfaltung moderner Vertriebsformen im baltischen Handel. Es werden zunehmend Produktions- und Verpackungstechnologien angewandt, die strengen Hygiene- sowie neuen Marketinganforderungen genügen.

Aufschlussreich sind die Absatzkanäle der Nahrungsmittelhersteller. Die estnische Ernährungsindustrie setzte 49% ihrer Waren an den Großhandel, 37% an den Lebensmitteleinzelhandel, 12% an andere Hersteller sowie 2% an übrige Kunden ab (M+M EURODATA 1998). Im Gegensatz dazu verfügt die Ernährungsindustrie in Litauen und Lettland zum größten Teil über eigene Läden (s. GIRGZDIENE et al. 1999, S. 18f.; JASJKO et. al. 1999, S. 19, 29). Kleinere Verarbeitungsunternehmen setzen ihre Produkte meistens auf den offenen Märkten ab. Dies gilt insbesondere für den Fleischsektor in Litauen, wo etwa die Hälfte des Umsatzes mit Fleischprodukten auf diesen Absatzkanal entfiel. Zunehmende Sättigung auf den baltischen Lebensmittelmärkten führt auch zu einer scharfen Konkurrenz unter den verarbeitenden Betrieben um die Absatzkanäle. Aus diesem Grunde ist zu erwarten, dass die Bestrebungen zu einer vertikalen Bindung bzw. Kooperation mit den Handelsunternehmen zunehmen werden, um die Absatzchancen für die Zukunft zu sichern.

Die aufgezeigten Veränderungen in der Eigentumsstruktur, im Nachfrageverhalten sowie ein sich änderndes Nahrungsmittelangebot infolge der Marktöffnung und der Umstrukturierung der heimischen Ernährungsindustrie beeinflussen maßgeblich den Strukturwandel im Lebensmitteleinzel- und -großhandel. Im folgenden wird auf die Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel eingegangen.

4 STRUKTURVERÄNDERUNGEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

4.1 Gründungsboom und Dekonzentration

Noch stärkeren Einfluss auf die Entwicklung des Lebensmitteleinzel- und Großhandels als die Privatisierung ehemaliger staatlicher Einzelhandelsläden bzw. Konsumgenossenschaften hatten die Gründungsaktivitäten im privaten Handel. Wie auch in anderen Staaten Mittel- und Osteuropas kam es im Baltikum zunächst zu einem explosionsartigen Wachstum im Straßen- und Markthandel und später zu einem starken Wachstum im Ladeneinzelhandel.

4.1.1 Entwicklung des Straßen- und Markthandels

Neben dem offiziellen Distributionssystem entstand im Baltikum schon zu sozialistischen Zeiten eine Schattenwirtschaft meistens in Form des illegalen Straßen- und Markthandels. Unmittelbar nach dem Zusammenbruch des sozialistischen Systems gewannen diese Handelsformen rasch an Bedeutung. Wegen des aufgestauten Nachfrageüberhangs, dienten diese Märkte in den ersten Jahren der Transformation als Distributionszentren für Waren, die staatliche Handelsbetriebe nicht anboten. Zum Teil wurden die Waren auf dem Markt aus dem Ausland geschmuggelt. Mit wachsendem stationärem Einzelhandel und Unterbindung der illegalen Einfuhren sowie Legalisierung des Straßen- und Markthandels selbst wandelte sich

das Warenangebot auf den Märkten in Richtung "preiswerter Güter". Bei Lebensmitteln handelt es sich hierbei meistens um heimische Produkte, die direkt von Landwirten oder kleineren Verarbeitern bezogen werden. Die Preise auf den Märkten liegen oft niedriger als in den Bedienungsgeschäften oder in Supermärkten, was in erheblichen Maße die Kaufentscheidung der preisbewussten baltischen Bevölkerung beeinflusst. Da die Markthändler nur Abgaben an die kommunalen Behörden zu entrichten haben (aber z. B. in Litauen keine Mehrwertsteuer zahlen), kann die Ware billiger angeboten werden. Vor allem für die einkommensschwachen und immobilen Bevölkerungsteile nehmen die Märkte damit wichtige Versorgungsfunktionen wahr. Darüber hinaus dienen sie als Existenzgrundlage für viele, die nach dem Systembruch ihren Arbeitsplatz verloren haben. Aufgrund der niedrigen erforderlichen Investitionen, z. B. nur für Miete eines Verkaufsstandes, erschien diese Form der Tätigkeit im Handelsbereich auch für die Leute ohne größeres Startkapital besonders attraktiv. So eröffnet die Tätigkeit im Markthandel vielen "Transformationsverlierern" die Möglichkeit, eine Selbständigkeit zu realisieren (zu Gründungsmotiven vgl. auch PÜTZ 1998, S. 114f.). Eher aus sozialen denn aus ökonomischen Gründen werden deshalb die Märkte auch von den städtischen Verwaltungen und der Regierung geduldet.

Märkte und Basare sind immer noch ein fester Bestandteil des Lebensmittelhandels in Osteuropa. So wurden in Litauen im Jahr 1995 rund 170 offene Märkte (39 in den Städten und 131 in Rayonzentren und ländlichen Gebieten) gezählt, auf die 30,7% (1994) des gesamten Einzelhandelsumsatzes entfielen (EUROSTAT 1997, S. 116). In Lettland gab es 1998 etwa 87 offene Märkte – im Vergleich zu 35 Märkten im Jahr 1993 mit 16 Tausend Verkaufsplätzen und einer Verkaufsfläche von 418800 qm. Dies entspricht – etwa 40% der gesamten Verkaufsfläche im lettischen Ladeneinzelhandel (LATVIJAS STATISTIKA 1999b, S. 36). Nach Schätzung von A. C. Nielsen GmbH (1998) liefen im Jahr 1996 noch zirka 30% der gesamten Lebensmittelumsätze im Baltikum über diese Märkte. Auch laut den Ergebnissen einer 1998 durchgeführten Haushaltsbudgeterhebung in Litauen werden durchschnittlich etwa 28,5% aller Lebensmittel¹⁸ nicht im Geschäft gekauft (LIETUVOS RESPUBLIKOS UKIO MINISTERIJA 1998). Die nationalen Statistiken weisen demgegenüber niedrigere Zahlen auf. Dies kann daran liegen, dass die offenen Märkte eine erhebliche Zahl von Händlern beherbergen, die ihre Waren illegal verkaufen¹⁹. Nach offizieller Statistik wurde 1998 auf den offenen Märkten in Litauen ca. 12% des gesamten Einzelhandelsumsatzes mit Lebensmitteln erzielt (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999c, S. 18f., 70). Nach Angaben der lettischen Statistik betrug der Anteil des Markthandels 1998 in Lettland etwa 4% des gesamten Einzelhandelsumsatzes; 1990 waren es nur noch 1,5% (LATVIJAS STATISTIKA 1999b, S. 18). Für Estland liegen leider keine vergleichbaren Informationen über den Markthandel vor. Es ist aber zu vermuten, dass dem Markthandel in Estland eine etwas geringere Bedeutung als in Litauen und Lettland zukommt.

Der Straßen- und Markthandel erfüllt unterschiedliche Funktionen. So können am Beispiel Litauens folgende Typen von Märkten unterschieden werden:

- Märkte, die sich vor allem auf die Versorgung der Endverbraucher konzentrieren. Darunter sind offene Wochenmärkte zu verstehen, die i.d.R. 7 Tage die Woche geöffnet haben und wo in erster Linie Frischwaren von den heimischen Landwirten direkt vermarktet werden. Auf diesen Märkten werden aber auch andere sowie Lebensmittel sowie sonstige Verbrauchsgüter angeboten (M+M EURODATA 1998a). Dieser Typ von Markt ist in jeder

¹⁸ Dabei 47,8% des Fleisches, 36,7% des Geflügels, 69,7% der Kartoffeln, 37,9% des frischen Fisches, 55,6% der Eier, 46,3% des Öls, 40,5% des Zuckers, 44% des Kaffees und 38,7% alkoholischer Getränke und Tabakwaren.

¹⁹ Ende 1996 wurde der Anteil der Schattenwirtschaft z.B. in Lettland auf ca. 14% geschätzt.

größeren Stadt und in den Rayonzentren zu finden. Einige der Märkte existierten als sogenannte Kolchosmärkte schon zu Sowjetzeiten, andere sind gleich nach dem Systembruch entstanden.

- Märkte, die vornehmlich Großhandelsfunktionen wahrnehmen. Sie liegen meistens am Rande der größten Städte (z. B. Vilnius und Kaunas). Hier kaufen kleinere lokale Einzelhändler, vorwiegend aber Händler der kleineren städtischen Märkten ihre Ware ein. Auch von großstädtischen Konsumenten werden diese Märkte wegen der niedrigen fast auf Großhandelsniveau liegenden Preisen für den Großeinkauf genutzt. Es handelt sich hierbei um sogenannte "urmo bazes": kleine Geschäfte, die gleichzeitig als Groß- und Einzelhändler aktiv sind und meistens in alten Großhandelslagern errichtet wurden.

Es ist zu erwarten, dass dem Markthandel auch mittelfristig noch eine wichtige Rolle im baltischen Handel zukommt. Da diese Art des Handels im erheblichen Maße eine Form der versteckten Arbeitslosigkeit darstellt und viele Beschäftigte wegen fehlender alternativer Beschäftigungsmöglichkeiten Opportunitätskosten von Null haben, ist davon auszugehen, dass sich diese Form des arbeitsintensiven Kleinhandels erst deutlich reduziert, wenn sich der Arbeitsmarkt nachhaltig entspannt.

Für die weitere Entwicklung im baltischen Markthandel sind aber erhebliche Investitionen notwendig. Es könnten feste Markthallen errichtet werden, die äußerlich großflächigen Einzelhandelsbetrieben (wie Super- oder Verbrauchermärkten) ähneln würden, anstatt eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes aber viele Stände erhalten. So wurde z. B. Ende 1997 ein Dachverband *Latvijas tirgus savieniba* der lettischen Wochenmärkte gegründet. In den nächsten 4-5 Jahren sind nach eigenen Angaben Investitionen in Höhe von ca. 60-70 Mio. Lats in die Erneuerung der Markthallen geplant. Auch vom Litauischen Verein der Handelsunternehmen sowie Kommunen wird die Modernisierung der Märkte als notwendig und zukunftsträchtig angesehen. Auf diese Weise könnte sich der Markthandel langfristig als eine eigenständige Betriebsform im baltischen Handel etablieren.

4.1.2 Entwicklung des stationären Einzelhandels

Verglichen mit dem Wachstum im ambulanten Handel²⁰ nahmen auch die Aktivitäten des Ladeneinzelhandels mit einiger Verzögerung zu. Im baltischen LEH setzte ein "Atomisierungsprozess" ein. Die Zahl der Lebensmittelläden stieg von 1990 bis 1995 in Litauen von 2117 auf 6648, in Lettland von 2009 auf 4420 und in Estland von 1259 auf 2421 an (s. Tabelle 1).

Die Entwicklung in den Städten verlief dabei deutlich dynamischer als in den ländlichen Gebieten. Nach einer Erhebung von AS PROFINDEX TALLINN (zitiert in: M+M EURODATA 1998) hat sich die Zahl der Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte zwischen 1990 und 1997 in den städtischen Regionen Estlands fast verdoppelt, in den ländlichen Regionen ist für diesen Zeitraum sogar ein Rückgang der Geschäftsstellen festzustellen (zu Gründen s. Kapitel 4.2). In den litauischen Städten nahm die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte zwischen 1991 und 1998 um das fünffache zu, in den ländlichen verdoppelte sie sich lediglich (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999c).

Begünstigt wurde die Zunahme der Ladengeschäfte einerseits durch die problemlose Teilbarkeit der Handelsbetriebe und andererseits durch den verhältnismäßig niedrigen Kapitalbedarf für die Betreibung eines Lebensmittelgeschäfts. Viele Menschen, die ihren Arbeitsplatz im

²⁰ Darunter versteht man den Verkauf von Waren, der überwiegend außerhalb einer festen Betriebsstätte erfolgt. Diese Absatzform umfaßt Markt-, Straßen- und Hausierhandel (EMA-ABSATZWEGE 1999).

Zuge der Umstrukturierung der Wirtschaft verloren haben, begannen sich deshalb im Einzelhandel zu engagieren. Kapitalmangel der neuen Unternehmer und die fehlende Verfügbarkeit an großflächigen Ladenlokalen führte dazu, dass vor allem kleinflächige Geschäfte gegründet wurden. So repräsentieren die Lebensmittelgeschäfte mit einer Fläche von etwas mehr als 50 qm die überwiegende Mehrheit der Geschäftstypen im baltischen Lebensmitteleinzelhandel. Mehr als die Hälfte der Lebensmittelgeschäfte in Lettland hatten Verkaufsflächen nur bis zu 50 qm (55%). Im Jahr 1994 verfügten noch ein Viertel (26%) aller Einzelhandelsgeschäfte in Litauen über eine Verkaufsfläche von 100-500 qm (etwa 3% sogar über 500-1000 qm). Bis zum Jahr 1995 stieg der Anteil der Läden mit einer Verkaufsfläche unter 100 qm auf 90% an (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1996, S. 26). Dies führte zu einer erheblichen Zersplitterung im baltischen Lebensmitteleinzelhandel.

Tabelle 1: Zahl der Einzelhandels- und Lebensmittelgeschäfte im Baltikum 1990-1998

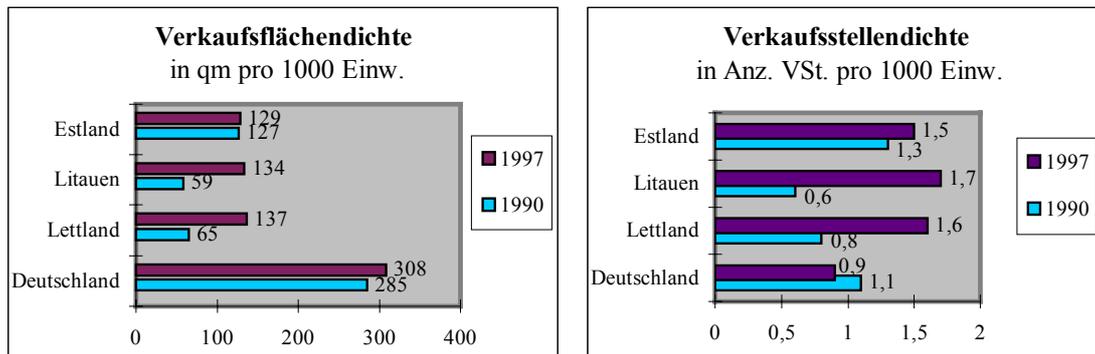
	1990	1991	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Estland								
Einzelhandelsgeschäfte	3260	3387	3296	3763	4772	4386	4278	k. A.
darunter								
Lebensmittelläden	1259	1544	1843	2018	2421	2180	1748	k. A.
<i>Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Lebensmittelgeschäft, in qm</i>	k. A.	95	91	95	86	87	99	k. A.
Lettland								
Einzelhandelsgeschäfte	5975	5998	7388	9881	10760	9545	10080	11282
darunter								
Lebensmittelläden	2009	2232	2580	2120	4420	4236	3947	4055
<i>Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Lebensmittelgeschäft, in qm</i>	86	79	70	90	108	106	87	74
Litauen								
Einzelhandelsgeschäfte	6709	6335	11126	15856	22112	19421	18275	19153
Darunter								
Lebensmittelläden	2117	1987	3446	5334	6648	6516	6253	7407
<i>Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Lebensmittelgeschäft, in qm</i>	103	110	79	71	84	76	79	78

Anm.: Wegen der Umstellung der Statistiken fehlt das Jahr 1992.

Quelle: Eigene Zusammenstellung nach STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1992, 1994ff., 1997, 1998d, 1999c); LATVIJAS STATISTIKA (1992, 1994f., 1996b, 1996c, 1997, 1998d, 1999b); STATISTIKAAMET (1991, 1998c, 1998e, 1998f, 1999).

Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Geschäft verringerte sich dabei insbesondere in Litauen von 103 qm (1990) auf 71 qm (1994), in Lettland von 86 qm (1990) auf 70 qm (1993) und in Estland von 96 qm (1991) auf 86 qm (1995). Ab 1996 (in Lettland ab 1995) stieg die durchschnittliche Verkaufsfläche wieder leicht an. Dies ist vor allem auf eine Zunahme großflächiger Lebensmittelgeschäfte infolge der Modernisierung und Internationalisierung zurückzuführen (s. dazu auch Kapitel 4.2.2 und 4.2.3).

Abbildung 11: Verkaufstellen- und Verkaufsflächendichte im Lebensmitteleinzelhandel Baltikums und Deutschlands



Anm.: Zahlen für Estland von 1996.

Quelle: Eigene Darstellung nach Daten aus LATVIJAS STATISTIKA (1992, 1998d); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1992; 1998d); STATISTIKAAMET (1991, 1998c, 1998e, 1998f); BVL (1998, S. 67).

Die Zahl der Lebensmittelverkaufsstellen pro Tausend Einwohner stieg im Baltikum von 0,6-0,8 (1990) auf 1,6-1,8 (1995) und sank bis 1997 wieder leicht ab (s. Abbildung 11). Die Zahl lag somit über dem Niveau von Deutschland (0,9 in 1997) und erreichte die in Westeuropa üblichen Größen (ca. 1,5). Für den Konsumenten hat dies vor allem den Vorteil kürzerer Wege. Die Verkaufsflächendichte stieg im baltischen Lebensmittelhandel von etwa 60 qm pro Tausend Einwohner im Jahr 1990 auf etwa 130 qm im Jahr 1997, konnte den deutschen Durchschnitt von 300 qm pro Tausend Einwohner aber noch nicht erreichen (s. Abbildung 11).

4.1.2.1 Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel

Die Lebensmittelversorgung im baltischen LEH wird damit vorwiegend vom kleinflächigen (traditionellen) LEH bestimmt. Über die Aufteilung der Lebensmittelgeschäfte nach Betriebsformen sind Erhebungen für Lettland und Litauen für Anfang 1996 von der A. C. NIELSEN GmbH (zitiert in: M+M EURODATA 1998a) verfügbar. So zählten 65% der Lebensmittelgeschäfte in Lettland und 20% in Litauen zu den traditionellen Bedienungsgeschäften. Der Anteil der Supermärkte im westlichen Sinne war sehr gering (ca. 1% aller Geschäfte).

Auf die Geschäfte mit universellem Sortiment entfielen 1996-1998 im baltischen Handel mehr als 95% des Lebensmittelumsatzes. Der Fachhandel spielte zu Sowjetzeiten insbesondere in den Städten wegen seines guten Service und der gehobenen Produktqualität eine wichtige Rolle. Seit Transformationsbeginn nahm seine Bedeutung aber stark ab: so entfielen 1990 auf den Fachhandel in Estland noch 20% des Einzelhandelsumsatzes, sein Anteil sank bis zum Jahr 1997 auf etwa 5%. Ähnlich verlief die Entwicklung in Litauen und Lettland. Die Bevorzugung preiswerterer Lebensmittel hat diese Veränderungen zum größten Teil beeinflusst. Im weiteren wird der Fachhandel nicht explizit behandelt, da die vorliegenden Daten meistens nur für den gesamten Lebensmittelhandel vorliegen.

Wie schon über den Markthandel erwähnt, variierten die Verkaufspreise in Abhängigkeit vom Typ des Verkaufstandes oder des Geschäftes erheblich. So waren die Preise Mitte der 90er Jahre in den ersten wenigen baltischen Supermärkten um etwa 25-30% höher – nicht zuletzt wegen des hohen Anteils an teuren importierten Produkten – als auf den Märkten sowie in den Bedienungsgeschäften, wo vorwiegend das heimische Sortiment dominierte (A. C. NIELSEN GMBH 1998; M+M EURODATA 1998a). Berücksichtigt man die allgemein niedrigen verfügbaren Realeinkommen, so richtete sich das Angebot der Supermärkte am Anfang vor allem an die Bevölkerungsteile mit überdurchschnittlichem Einkommen, da nur diese sich die teuren

Westwaren leisten konnten. Somit führten die hohen Preise der Supermärkte und ihre "Exklusivität" zuerst zu einer geringen Akzeptanz bei der baltischen Bevölkerung. Mit zunehmender Verbreitung der modernen Betriebsformen im baltischen Lebensmittelhandel ändert sich die Situation zunehmend (mehr s. Kapitel 4.2).

4.1.2.2 Konsumgenossenschaften

Eine der traditionellen Organisationsformen im baltischen Lebensmitteleinzelhandel sind die Konsumgenossenschaften. Zu Sowjetzeiten waren sie durch kleine Strukturen mit geringer Verkaufsfläche und einem gemischtem Sortiment gekennzeichnet. Auch die Standortwahl wurde mehr nach sozialen als nach ökonomischen Gesichtspunkten getroffen. So haben die Konsumgenossenschaften vor allem die ländlichen Gebiete versorgt. Mangelnde Anpassungsfähigkeit, überkommenes Management, alte Arbeitsmethoden und Kapitalmangel führten in den letzten Jahren zu einer deutlichen Abnahme ihrer Bedeutung im baltischen Lebensmittelhandel.

Somit hat sich die Versorgung der ländlichen Räume mit Lebensmitteln seit 1991 verschlechtert (vgl. auch M+M EURODATA 1998a). Die Zahl der kleinen unrentablen dörflichen Läden, die früher durch die regionale Zentrale über größere Betriebe subventioniert wurden, nahm ab. Zum Teil ist diese Entwicklung aber auch auf die gestiegene Selbstversorgung der dörflichen Bevölkerung zurückzuführen. Dies führte zu einer Ausdünnung des ländlichen Verkaufnetzes. Ein Teil der konsumgenossenschaftlichen Läden konnte sich jedoch durchsetzen.

In Lettland existierten im Jahr 1993 noch 28 regionale Konsumgenossenschaften, die über rund 3000 Einzelhandelsverkaufsstellen und 1500 Gastronomiebetriebe verfügten. Heute ist nur noch ein Teil der konsumgenossenschaftlich organisierten Geschäfte in den ländlichen Gebieten vorhanden. Nach Angaben des LATVIJAS STATISTIKA (1997, S. 25ff.) dürften 1997 noch 9,4% des gesamten Einzelhandelsvolumens über die Konsumgenossenschaften abgewickelt worden sein. Ihnen gehörten noch etwa 13% aller Einzelhandelsgeschäfte. Viele dieser Geschäfte sind jedoch klein und unrentabel. Überleben können diese langfristig nur, wenn sie sich im Management und im Verhältnis zu den Kunden marktwirtschaftlichen Erfordernissen anpassen.

Die litauischen Konsumgenossenschaften zählten im Jahr 1998 noch 99 Kooperativen mit insgesamt 13500 Mitarbeitern und 220000 Mitgliedern. Neben Haupttätigkeiten wie Groß- und Einzelhandel, Bäckereien sowie Obst- und Gemüseverarbeitung beschäftigen sich einzelne Unternehmen der Konsumgenossenschaften mit dem Aufkauf landwirtschaftlicher Rohprodukte, dem Gaststättengewerbe, der Getränkeproduktion und sogar mit Bau und Transport. 1998 gehörten der litauischen Konsumgenossenschaft noch 1350 Einzelhandelsgeschäfte. Wie viele davon dem Lebensmittelhandel zuzurechnen sind, ist schwer einzuschätzen, da ein großer Teil der auf dem Lande tätigen Geschäfte traditionell ein gemischtes Sortiment von Lebensmittel und Nicht-Lebensmitteln anbieten. In Litauen verfügten die Konsumgenossenschaften 1993 noch über 28% aller Lebensmittelgeschäfte. Bis Ende 1996 schrumpfte ihr Anteil aber auf 7% (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1997, S. 34).

Im estnischen Lebensmittelhandel spielen die Konsumgenossenschaften noch eine wichtige Rolle. Anfang 1992 stellten sie 50% aller Einzelhandelsbetriebe. Nach der Verselbständigung existieren in den ländlichen Gebieten und Kleinstädten noch etwa 30 unabhängige regionale Konsumgenossenschaften. Nach Schätzung von M+M EURODATA (1998a) wurden 1996 rund 22% des Einzelhandels und 25% des Großhandels mit Lebensmitteln von den Konsumgenossenschaften beherrscht. Für das Jahr 1998 dürfte die Zahl aber niedriger liegen. Die estnischen

Konsumgenossenschaften verfügten auch über zahlreiche Lebensmittelproduktionsstätten. In den letzten Jahren bemühten sie sich verstärkt um eine Anpassung an die veränderten marktwirtschaftlichen Bedingungen. Um dringend benötigtes Kapital für die Renovierung und Modernisierung der Geschäfte zu erhalten, hat die estnische Konsumgenossenschaften-Zentrale Gebäude und Grundstücke verkauft. Das erhaltene Geld wurde in die Erneuerung der Handelsbetriebe investiert, um sich im zunehmenden Wettbewerb zu behaupten. Man konzentriert sich auf den Hauptbereich des Lebensmittelgroß- und -einzelhandels. Im Lebensmitteleinzelhandel wird versucht, mit unterschiedlichen Betriebstypen (nach ihrer Geschäftsgröße und Sortimentsbreite) eine wichtige Filialkette im estnischen Lebensmittelhandel zu bilden.

Trotz ihrer abnehmenden Bedeutung finden bei den baltischen Konsumgenossenschaften Bemühungen statt, sich an die marktwirtschaftlichen Bedingungen anzupassen. Viele kleine unrentable Geschäfte werden aufgegeben und die verbliebenen werden modernisiert. Die estnischen Konsumgenossenschaften konnten sich durch erhebliche Modernisierungsmaßnahmen im zunehmenden Wettbewerb am besten durchsetzen. Nach Schätzung der M+M EURODATA (1998a) dürften mindestens die estnischen Konsumgenossenschaften trotz ihrer Wettbewerbsnachteile nach einer anstehenden Konsolidierungsphase zu den bedeutenderen Marktteilnehmern gehören.

4.2 Zunehmende Konzentrationstendenzen

Mit der Einführung marktwirtschaftlicher Elemente begann im baltischen Lebensmittelhandel ein dynamischer Entwicklungsprozess. Die Privatisierung und zahlreiche Neugründungen haben hier zuerst zu explosivem Wachstum des Markt- und Ladenhandels geführt, was eine erhebliche Zersplitterung des Lebensmitteleinzelhandels zur Folge hatte.

Seit 1996 sind allerdings zunehmende Konzentrationstendenzen zu beobachten. Die Verbreitung moderner Handelsformen und größerer (Filial-)Unternehmen wurden im wesentlichen durch Engagement ausländischer Handelsorganisationen und Nachahmung "westlicher" Distributionsstrategien durch heimische Lebensmittelhandelsunternehmen getragen. Die baltischen Lebensmittelmärkte zeichnen sich durch einen zunehmenden Wettbewerb aus, der seinen Ausdruck in Differenzierung der Betriebs- und Organisationsformen, Markteintritten (westlicher und heimischer Handelsketten) oder -austritten (unrentabler heimischer Unternehmen) sowie Verschiebung der Marktanteile findet. Die einzelnen Anpassungen werden im folgenden erläutert.

4.2.1 Verbreitung der modernen Handelsformen

Die Zahl der Supermärkte sowie kleinerer Filialunternehmen und deren Marktbedeutung nahmen seit 1996 im baltischen Lebensmittelhandel langsam zu. Nach Angaben der M+M EURODATA (1998a) entsprachen Ende 1996 etwa 39 Geschäfte in Lettland, 126 in Litauen und 200 in Estland den Standards westlicher Supermärkte. Dabei ist die Entwicklung in Estland, dem kleinsten aller drei baltischen Länder schneller vorangeschritten. Ladenlayouts und -struktur sowie deren Angebot sind durchaus vergleichbar mit westeuropäischen Supermärkten. Viele dieser größeren Geschäfte vermieten Teile ihrer Verkaufsfläche an Konzessionäre. Obwohl die gesamte Zahl der größeren Betriebe noch relativ niedrig ist, haben die Geschäfte mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche einen überproportionalen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche und am gesamten Lebensmittelumsatz.

So verfügen nur 39 Geschäfte in Lettland über eine Verkaufsfläche von 37 000 qm oder ca. 8% der gesamten Verkaufsfläche des lettischen Lebensmitteleinzelhandels (M+M EURODATA 1998a). Nur etwa 3% (69) aller lettischen Lebensmittelgeschäfte erzielen Monatsumsätze über

135000 DM. Ihr Anteil am gesamten Lebensmittelumsatz belief sich auf ca. 20% (M+M EURODATA 1998 a). Die etwa 200 Supermärkte in Estland hatten über die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche (189 Tsd. qm, 1996) im estnischen Lebensmitteleinzelhandel. Rund 10% aller Geschäfte (mit Verkaufsflächen von mehr als 200 qm) erwirtschaften rund die Hälfte des Gesamtumsatzes.

Auch die Unterteilung der Unternehmen nach der Beschäftigtenzahl ergibt ein ähnliches Bild. Die Zahl der größeren Betriebe (mit mehr als 100 Beschäftigten) betrug im Jahr 1997 etwa 1% aller Einzelhandelsunternehmen in Litauen und etwa 2% in Lettland. Der Umsatzanteil dieser Unternehmen lag aber bei fast 30% in Estland, bei 20% in Litauen (mit 15% der Beschäftigten) und bei 12% in Lettland (s. Tabelle 8). Dabei liegt der Umsatzanteil der größeren Unternehmen in Estland bedeutend höher als in den beiden baltischen Nachbarschaftsländern.

Die Verbreitung moderner Handelsformen/Betriebstypen und größerer (Filial-)Unternehmen wurden im wesentlichen durch zwei Faktoren geprägt: Engagement ausländischer Handelsunternehmen und zunehmende Modernisierung im heimischen Lebensmitteleinzelhandel.

4.2.2 Internationalisierung

Der Internationalisierung des baltischen Handels vollzog sich zuerst zögernd. Anfang der 90er Jahre entstanden zahlreiche Vertretungen ausländischer Hersteller- oder inländischer Firmen mit ausländischer Beteiligung. Insbesondere in Estland war dieser Prozess am Anfang des Transformationsprozesses stark ausgeprägt. Die Verbreitung der Lebensmittelfilialisten westeuropäischer Handelsorganisationen setzte aber im Vergleich zu anderen osteuropäischen Staaten wie z. B. Ungarn und der Tschechischen Republik, erst relativ spät ein. Unsichere rechtliche Rahmenbedingungen (in Litauen wurde der Erwerb und/oder die Verpachtung des Bodens an Ausländer erst ab Anfang 1998 und in Lettland ab 1995 möglich) und die vorherrschende Insider-Privatisierung waren die wichtigsten Gründe dafür.

Dabei ist die Internationalisierung im estnischen Lebensmittelmarkt im Vergleich mit den beiden anderen baltischen Märkten etwas schneller vorangeschritten. Die bedeutendste Rolle spielt hier Finnland, das mit Unternehmen wie *Inex*, *Stockmann*, *Kesko* u. a. vertreten ist, gefolgt von Norwegen mit der *Hakon-* und *Reitan-Gruppe* (mit 23 Discountgeschäften²¹ im Jahr 1999). Die Präsenz ausländischer Unternehmen hat deutlich zur Verschärfung des Wettbewerbs unter den Lebensmittelgeschäften in Estland beigetragen.

Eine ähnliche nur etwas langsamere Entwicklung zeichnet sich in Litauen und Lettland ab. Seit Ende 1992 hat sich in Litauen ein Filialsystem der französischen Firma *Palnik Liomited* unter dem litauischen Namen *IKI* ausgebreitet, das 1998 13 Geschäfte umfasste. Aufgrund der geringen Mobilität der Konsumenten konzentriert sich die Standortwahl des Unternehmens insbesondere auf die Neubaugebiete, wo eine hohe Nachfrage besteht und reichlich Fläche vorhanden ist (meistens werden die Bauten des sowjetischen Typs gekauft oder gepachtet). Mitte 1998 wurden die ersten *SPAR*-Geschäfte in Litauen mit 4 Supermärkten in Vilnius in Betrieb genommen (Lizenznehmer *Jan & Co. Ltd*). Weitere 15 Franchisemärkte sind auch in anderen Städten geplant. Die norwegische *Hakon-Reitan*-Unternehmensgruppe ist seit 1997 auch in Litauen (17 Geschäfte im Jahr 1999, Expansionspläne) und in Lettland mit Discountgeschäften tätig (mit etwa 90% Lebensmittelanteil im Sortiment). Durch das englische Lebensmittelhandelsunternehmen *Tesco* erhält die *Hakon-Gruppe* in Lettland mittlerweile ernste

²¹ Ein Lebensmittel-Discountmarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht (DHI 1991, S. 352ff.).

Konkurrenz. 1998 eröffnete *Tesco* die ersten Supermärkte in Lettland, Expansionspläne zusammen mit dem deutschen Baumarkt *OBI* sind geplant.

Durch den Markteintritt ausländischer Handelsunternehmen ändert sich die Handelslandschaft im Baltikum. Immer mehr verbreiten sich moderne Betriebsformen wie Discounter, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und Fachmärkte. Zunehmend setzt sich die Selbstbedienung durch (A. C. NIELSEN GMBH 1998).

4.2.3 Zunehmende Filialisierung

Gleichzeitig bilden sich auch im heimischen Lebensmitteleinzelhandel Unternehmen eines neueren Typs, die neue "westliche" Distributionsstrategien nachahmen. Dies beschleunigt die Modernisierung. Dieser Prozess wird vorwiegend von den inländischen Mehrbetriebsunternehmen getragen, die über ein höheres Investitionskapital als die neu gegründeten Kleinstbetriebe verfügen. Die Unternehmen wurden nicht selten erst Mitte 90er Jahre gegründet.

Dennoch hatte 1998 etwa die Hälfte aller Lebensmittelhandelsunternehmen im Baltikum nur ein Lebensmittelgeschäft (in Litauen waren es sogar 57,9%) (s. Tabelle 2). Nach unveröffentlichten Daten des STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998) und LATVIJAS STATISTIKA (1998) konnten 1998 in Lettland über 40 Unternehmen, die über mehr als 10 Ladengeschäfte verfügen und in Litauen mehr als 50 Unternehmen, die mehr als 5 Ladengeschäfte besitzen, gezählt werden.

Tabelle 2: Zugehörigkeit der Verkaufsstätten zu einem Lebensmittelhandelsunternehmen²², 1998

Zahl der zugehörigen Verkaufsstätten	Zahl der Unternehmen, in %		
	in Lettland	in Litauen	in Estland
1	49,0	57,9	51,8
mehr als 1	51,0	42,1	48,2

Anm.: Die Unternehmenszahl bezieht sich auf die Unternehmen, deren Haupttätigkeit Lebensmittelhandel ist. Für Estland konnte nur der Anteil der Unternehmen mit einem zugehörigen Geschäft ermittelt werden.

Quellen: Eigene Berechnung nach unveröffentlichten Daten des STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998); LATVIJAS STATISTIKA (1998); SEPP (1998, S. 82).

Die Modernisierung im inländischen Handel ist dabei durch zwei wesentliche Tendenzen geprägt:

- Die Imitation der von ausländischen Handelsunternehmen eingeführten großflächigen Betriebsformen wie Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser durch Unternehmen des heimischen Lebensmittelhandels, (z. B. das litauische Unternehmen *Vilniaus prekybos mazmena*, estnische Konsumgenossenschaften, die lettischen Unternehmen *Interpegro* und *Nelda*) (top-down).
- Bildung von Kooperationsverbänden: Hierunter fallen gemeinsame Aktivitäten verschiedener Unternehmen einer Handelsstufe. Diese reichen von einer Einkaufskooperationen bis zur Bildung von Unternehmensgruppen, wie z. B. das litauische Unternehmen *Jungtine prekyba, Vikonda*. (s. auch Kapitel 4.2.4). (botton-up).

Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser genossen im baltischen Lebensmittelhandel zunächst eine gewisse Exklusivität (vgl. Kapitel 4.1.2.1). Diese neue Pionierbetriebe konnten höhere Preise verlangen und haben sich vornehmlich an die kaufkräftigen Bevölke-

²² Die Zugehörigkeit einem Unternehmen wurde durch die jeweiligen Ämter in Vilnius und Riga bestimmt.

rungsschichten in den Großstädten orientiert. Mit voranschreitender Verbreitung verlieren die Supermärkte ihre Exklusivität und richten sich zunehmend an breitere Bevölkerungsschichten (auch mit mittlerem und niedrigerem Einkommen). Um eine höhere Akzeptanz der Bevölkerung zu erreichen, haben die Filialunternehmen zum einen verstärkt heimische Produkte in ihre Sortimente eingeführt. Zum anderen bieten sie Teilsortimente zu niedrigeren Preisen an, um im Preiswettbewerb der offenen Märkte zu bestehen und dadurch neue Konsumenten und höhere Marktanteile zu gewinnen. Da bei allgemein niedriger Kaufkraft der baltischen Bevölkerung der Preis ein wichtiger Bestimmungsfaktor einer Kaufentscheidung ist, vollzieht sich der Wettbewerb zwischen den Lebensmittelgeschäften zum größten Teil in Form des Preiswettbewerbs. Moderne Einkaufsumgebung, Selbstbedienung, breites Warensortiment (heimische und Importprodukte) und nicht zu hohe Preise (die durch erhebliche Modernisierung des Einkaufsbereichs sowie zunehmende Kooperation im Großhandelsbereich erreicht werden) der modernen Betriebstypen stoßen auch bei den Konsumenten immer mehr auf Anerkennung, wodurch die neuen Geschäftstypen sich weiter ausbreiten können.

Die eben beschriebenen Modernisierungsprozesse sollen im folgenden anhand einiger Beispiele aus der Praxis exemplarisch erläutert werden. Eines der ersten Einzelhandelsunternehmen in Estland ist *Tallina Kaubamaja*, ein Warenhaus- und Supermarktbetreiber (3 Warenhäuser, 1 Supermarkt), der nach eigenen Angaben einen Marktanteil von 4,1% am estnischen Einzelhandel hält (M+M EURODATA 1998a). In Zusammenarbeit mit der finnischen *SPAR* will die 1996 gegründete estnische *SPAR* ein Supermarktfilialnetz aufbauen. Die ersten drei *SPAR*-Geschäfte wurden in Tartu Anfang 1997 eröffnet.

Die Mitte 1996 gegründete *GAG Vilniaus prekybos mazmena* ist mit 68 (1999) Supermärkten und Warenhäusern in verschiedenen Städten die größte Filialkette im litauischen Lebensmittelhandel. Die gesamte Verkaufsfläche dieses Unternehmens betrug Ende 1998 ca. 28 Tsd. qm oder 6% der gesamten Verkaufsfläche der litauischen Lebensmittelgeschäfte. Der Gesamtumsatz lag nach eigenen Angaben 1997 bei etwa 500 Mio. Lt. Das Unternehmen verfügt über drei verschiedene Geschäftstypen, die sich durch Größe und Sortimentsbreite unterscheiden. "Minima" sind die Verkaufsstätten, die über eine Verkaufsfläche bis 500 qm verfügen und fast nur Lebensmittel anbieten, die "Media"-Märkte sind bis zu 2000 qm groß und bieten neben Lebensmitteln auch ein breites Konsumgütersortiment an. Die größten "Maxima"-Geschäfte ähneln den SB-Warenhäusern²³ im westlichen Sinn (DEKSNYS 1998). Auch andere kleinere Filialisten versuchen sich auf dem litauischen Lebensmittelmarkt zu etablieren. So sind *Vikonda* mit 18 Lebensmittelgeschäften, *Ekonomija* mit 9 Supermärkten (6 davon in Vilnius), *Pas Juozapa* mit 4 Supermärkten und viele weitere auf dem litauischen Lebensmittelmarkt vertreten. Nach Schätzung des Litauischen Verbandes der Handelsunternehmen betrug der Umsatzanteil der 9 größten Lebensmittelketten in der Hauptstadt Vilnius im Jahr 1998 schon etwa 60%.

Im lettischen Lebensmitteleinzelhandel sind die Unternehmen *Interpegro* und *Nelda* als die größten heimischen Filialketten zu erwähnen. In den größeren Geschäften werden neben Lebensmitteln auch Waren des täglichen Ge- und Verbrauchs angeboten, ein Teil der Fläche wird an Konzessionäre (Apotheken, Bankfilialen, Blumengeschäfte u.ä.) vermietet. *RIMI* und

²³ Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 5000 qm Verkaufsfläche, das seinen Standort außerhalb von Innenstädten hat und überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie umfangreiches Sortiment an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs anbietet (DHI 1991, S. 352ff.).

REMA1000 Discountgeschäfte unterscheiden sich von anderen Supermärkten durch eine Niedrigpreisstrategie und bieten ein begrenztes Sortiment der Waren des täglichen Bedarfs an.

4.2.4 Horizontale und vertikale Kooperation

Der baltische Lebensmitteleinzelhandel ist immer noch sehr stark zersplittert und dadurch nicht in der Lage Größenvorteile beim Einkauf zu erzielen. Die geringe Kaufkraft der Bevölkerung sowie die Konkurrenz des Markthandels zwingt die Unternehmen dazu, die Verkaufspreise möglichst niedrig zu halten. So können die Einzelhändler ihre Handelsspanne nur über eine effizientere Gestaltung des Bezuges Preisvorteile an die Konsumenten weitergeben. Unter diesen Umständen kommt der zwischenbetrieblichen Kooperation eine große Bedeutung zu. Die Kooperation im Einzelhandel ist primär auf die Verbesserung der Beschaffungsbedingungen, aber auch der Absatzbedingungen ausgerichtet. Es können unterschiedliche Bindungen differenziert werden:

- Systemträgerbestimmte Gruppen mit Exklusivität, wie z. B. Franchisesysteme haben sich am Anfang mehr im Gastronomiebereich verbreitet. Zu nennen sind hier insbesondere die Fast-Food-Ketten wie *McDonald's*, *Burger King*, u.ä. Mit zunehmendem Engagement ausländischer Handelsorganisationen im baltischen Lebensmitteleinzelhandel arbeiten viele Unternehmen auf Basis der Franchise-Lizenz, wie z. B. die *Spar*-Kette in Litauen oder die *Sky*-, *Tesco*- und *REMA*-Geschäfte in Lettland.
- Klassische Verbundgruppen mit einer Zentrale, wie insbesondere in Deutschland bekannt, sind noch nicht verbreitet. Jedoch planen viele größere Lebensmitteleinzelhandelsketten, eigene Großhandlungen zu gründen. Beispiele sind *RIMI* und *REMA*, die mit dem schwedischen Unternehmen *DAGA* in Lettland kooperieren wollen.
- Primär auf Einkauf und damit auch auf Konditionsverbesserung ausgerichtete Verbundgruppen, wie die Bildung einer Einkaufsgemeinschaft im Großhandelsbereich durch einige litauischen Einzelhandelsketten. Beispiele sind *Vilniaus prekybos mazmena*, *SPAR* und *Pas Juozapa*.

Vertikale Kooperation besteht meistens in Form von kurzfristigen vertraglichen Bindungen. So haben mehrere Befragungen in der baltischen Ernährungsindustrie ergeben, dass die Beziehungen mit dem Handel hauptsächlich durch kurzfristige Verträge geregelt sind. Der Tausch findet oft einfach spontan durch den Markt statt (SEPP 1998, S. 82; GIRGZDIENE et al. 1999, S. 32; JASJKO et al. 1999, S. 15f.). Der Vorteil ist dabei vor allem eine größere Flexibilität der Handelsbetriebe bei der Auswahl ihrer Tauschpartner. Die Suche nach einem passenden Handelspartner kann dennoch mit höheren Transaktionskosten verbunden sein.

Es gibt aber auch Beispiele einer langfristigen vertikalen Integration durch Bildung einer Unternehmensgruppe. So gehört der litauischen Unternehmensgruppe *Vikonda* sowohl eine Lebensmittelhandelskette (mit 18 Lebensmittelgeschäften) als auch viele Lebensmittel verarbeitende Unternehmen (Produktionsstätten für Fleischverarbeitung (*Josvainiu agrofirma*, *AG Krekenavos agrofirma*), Eisproduktion (*Vikeda*), Konservenproduktion (*Kedainiu konservai*) und Getreideverarbeitung (*AG Kedainiu grudai*)). Durch die gemeinsame Kontrolle der Produktion und des Vertriebs können Ersparnisse, insbesondere an Transaktionskosten, erzielt werden.

4.2.5 Traditioneller Handel unter Druck

Seit 1996 ist sogenanntes "Ladensterben" im baltischen Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. In Lettland reduzierte sich die Zahl der Lebensmittelläden bis Ende 1997 um 30%, in

Litauen um 6% und in Estland bis Ende 1996 um 10% (s. Tabelle 1). Eine leichte Zunahme der Ladenzahl im Jahr 1998 in Lettland und in Litauen kann als vorübergehende Erscheinung infolge der Russlandkrise betrachtet werden.

Es ist davon auszugehen, dass es zu einer weiteren Verringerung der Verkaufsorte kommen wird. Die Erfahrungen in den westlichen Marktwirtschaften und die hohe Preissensitivität der Bevölkerung lassen eine solche Entwicklung erwarten. Insbesondere in den traditionell unterversorgten ländlichen Gebieten ist eine weitere Abnahme der kleineren Vertriebsstellen zu vermuten, da hier die Distributionskosten (aufgrund der niedrigen Nachfrage) relativ hoch liegen (s. auch Kapitel 4.1.2.3).

Als Ursache dieser Entwicklungen ist der zunehmend intensivere Wettbewerb auf dem Lebensmittelmarkt anzusehen. Durch Modernisierung und Internationalisierung des baltischen Lebensmittelhandels sehen sich vor allem die traditionellen Betriebsformen des Einzelhandels einen großen Anpassungsdruck gegenüber. Die niedrige Kaufkraft der baltischen Bevölkerung verspricht zudem keinen raschen Wachstumsschub des Einzelhandelsumsatzes in den nächsten Jahren. Mit der Verbreitung moderner großflächiger Betriebsformen (wie Supermärkten, Discountgeschäfte usw.) werden die Nachteile der traditionellen Betriebsformen immer mehr sichtbar. Sie können nur ein enges Sortiment anbieten und sind aufgrund der Bedienungsform, der logistischen Nachteile und der schlechten Einkaufskonditionen gezwungen, höhere Preise (im Vergleich zum filialisierten und modernisierten Supermärkten) zu verlangen (STEHMANN 1992, S. 173). Ein weiteres Problem dieser kleinen Handelsbetriebe liegt daran, dass sie nur über begrenzte finanziellen Mittel zur Erneuerung und Modernisierung ihrer Betriebe verfügen und dadurch kaum Chancen haben, im zunehmenden Wettbewerb mitzuhalten. Kleinen und mittelständischen Unternehmen stehen jedoch verschiedene Ausweichmöglichkeiten zur Verfügung, sie können sich spezialisieren und in Marktnischen etablieren oder verstärkt Kooperationen eingehen. Eine andere Art von Konkurrenz stellen für den traditionellen Handel die offenen Märkte dar, wo die Lebensmittel billig angeboten werden können.

Viele dieser unrentablen Kleinfirmer werden nicht sofort den Markt verlassen. Für die Weiterführung der Handelstätigkeit sind nicht nur die erzielbaren Gewinne entscheidend. Vor allem fehlende Arbeitsalternativen und mangelnde Umsetzung der Konkursgesetze führen dazu, dass der Marktaustritt unrentabler Unternehmen verzögert wird. Dies könnte insbesondere in Litauen der Fall sein, wo 40% der Einzelhandelsunternehmen mit Verlusten arbeiten, die Verringerungsrate die Anzahl der Geschäfte betrug 1996-97 durchschnittlich aber nur 3% pro Jahr.

Im Zuge der Umstrukturierung ist mit einer Zunahme der Verkaufsflächen durch die weitere Verbreitung moderner Betriebsformen (wie Supermarkt, Verbrauchermarkt u.ä.) zu rechnen. Die steigende Ausstattung mit Verkaufsfläche im baltischen Lebensmitteleinzelhandel ist aus Kundensicht positiv zu beurteilen, da sie als Voraussetzung für ein breiteres Sortiment im Handel gilt und den Konsumenten hiermit die Möglichkeit einer größeren Auswahl bietet. Die Verringerung der Anzahl der Verkaufsstätten bedeutet jedoch für die Verbraucher weitere Wege und benachteiligt dadurch vor allem die weniger mobilen Bevölkerungsteile (wie z. B. Rentner).

4.2.6 Konzentrationstendenzen

Die noch relativ niedrige Unternehmenskonzentration im Vergleich zu Westeuropa nahm infolge der verstärkten Filialisierung und Modernisierung im baltischen Lebensmittelhandel in den letzten Jahren ständig zu. Aus Tabelle 3 ist ersichtlich, dass die Konzentration, gemessen am Anteil der größten Unternehmen am Lebensmittelgesamtumsatz, in Estland etwas weiter

vorangeschritten ist als in den anderen baltischen Ländern. So lag der Anteil der 10 größten Unternehmen 1998 in Lettland bei 14,1%, in Litauen bei 16,3%, in Estland dagegen schon bei 18,5%. Die Daten bestätigen die zunehmende Konzentration in der Lebensmittelbranche seit 1996. Es ist zu vermuten, dass Konzentrationsprozesse noch lange nicht abgeschlossen sind und die Handelsstrukturen im Baltikum sich weiter verändern werden.

Tabelle 3: Konzentration im baltischen Lebensmittelhandel 1996-1998

	Litauen			Estland			Lettland		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998	1996	1997	1998
CR4	6,6	8,5	10,8	7,7	9,6	11,9	3,7	7,8	9,7
CR10	10,0	13,6	16,3	12,1	15,2	18,5	7,3	11,9	14,1

Anm.: CR – Konzentrationsrate. In Litauen bezieht sich der Umsatzanteil bei CR4 auf die 3 größten Lebensmittelunternehmen.

Quelle: Eigene Berechnung nach unveröffentlichten Daten des STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998, 1999); LATVIJAS STATISTIKA (1998, 1999); STATISTIKAAMET (1998, 1999).

5 STRUKTURWANDEL IM LEBENSMITTELGROSSHANDEL

Ähnliche Entwicklungen wie im Einzelhandel vollziehen sich auch im baltischen Großhandel. Seit Transformationsbeginn entstanden viele Großhandelsunternehmen, die hauptsächlich in den Großstädten sowie in wirtschaftlich starken Regionen anzutreffen sind. Es handelt sich um etablierte kleinere und mittlere Firmen, die ein größeres Lebensmittelsortiment und Waren des Ge- und Verbrauchs anbieten.

5.1 Estland

Im estnischen Großhandel vollzogen sich seit Transformationsbeginn noch stärkere Dekonzentrationsprozesse als im Einzelhandel. So wurden 1991 etwa 1100 Großhandelsunternehmen auf dem estnischen Markt gezählt, bis 1996 stieg ihre Zahl auf 2436²⁴ an (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999a). Davon entfielen 151 Unternehmen auf den Lebensmittelgroßhandel.

Der Lebensmittelgroßhandel war dabei von wachsender Bedeutung. So stieg der Anteil der Lebensmittelgroßhändler am gesamten Großhandelsumsatz von ca. 10% im Jahr 1994 auf 23,5% im Jahr 1997. Der mit Lebensmitteln erzielte Umsatzanteil belief sich im estnischen Großhandel 1993-1997 auf etwa 30%. Der Lebensmittelgroßhandel gehört zu den dynamisch wachsenden Branchen der estnischen Wirtschaft. Sein Umsatz nahm 1997 um 36% im Vergleich zum Vorjahr zu und erreichte damit 4,5 Bill. EK (ESTONIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 1998).

Die Mehrzahl der Unternehmen war klein (94%) und zählte weniger als 50 Beschäftigte (s. Tabelle 4). Zwar lag der Anteil der größeren Unternehmen (mit mehr als 50 Beschäftigten) im estnischen Lebensmittelgroßhandel 1996 erst bei 6%, diese Unternehmen konnten aber 43,5% der Beschäftigten, 38,8% des Umsatzes und 43,7% der Investitionen auf sich vereinigen.

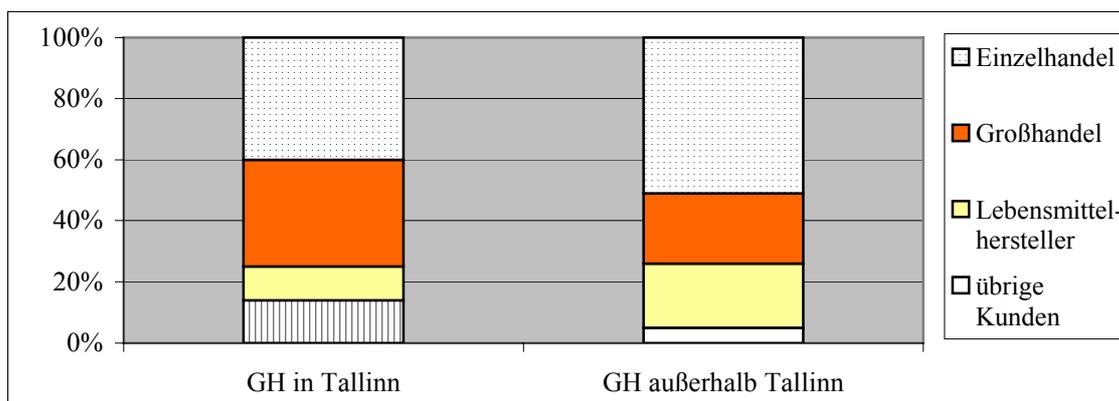
²⁴ Andere Quellen weisen für 1995 fast 9000 Großhändler auf (EUROSTAT 1997, S. 70), deren Zahl bis 1997 auf 6895 Unternehmen gesunken ist (STATISTIKAAMET 1999, S. 144). Scheinbar werden hierbei alle Betriebe berücksichtigt, die oft nur für ein einziges Import/Export Geschäft gegründet wurden und damit nur kurz existierten. Aber auch zahlreiche Vermittlungsbetriebe sind eingeschlossen. Unter einem Vermittlungsbetrieb versteht man die neu entstandenen Mittlerfirmen und Vertretungen von Westunternehmen, die oft – Dreiecksgeschäfte – mit den GUS-Ländern betreiben (s. auch AHRENS et al. 1993, S. 246 f.).

Tabelle 4: Ausgewählte Kennzahlen des Lebensmittelgroßhandels in Estland 1996

	Unternehmen		Beschäftigte		Umsatz		Produktionswert		Investitionen	
	Zahl	Anteil, in %	Zahl	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %
Gesamt	151	100	2769	100	297	100	220	100	7	100
1-9	86	57,3	397	14,3	59	19,9	39	17,7	1	14,5
10-49	56	37,1	1161	41,9	123	41,4	89	40,5	2	29,1
> 50	9	6,0	1204	43,5	115	38,8	92	41,9	3	43,7

Quelle: Eigene Berechnung nach STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999a, S. 8ff).

Der estnische Großhandel konzentrierte sich im Jahr 1995 zu 70% im Tallinn. Der größte Teil des Warenaustausches erfolgt auf dem inländischen Markt. Nur ein kleiner Teil der Ware wird aus dem Ausland bezogen oder dort abgesetzt. Der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz des estnischen Großhandels betrug 1997 etwa 14% (STATISTIKAAMET 1999, S. 144f.). Die Unternehmen mit Sitz in Tallinn widmen sich dabei mehr dem Im- und Export, als die Unternehmen in übrigen Teilen des Landes. So zeigen sich bei den Absatzkanälen Unterschiede zwischen den Firmen in Tallinn und den Lebensmittelgroßhändlern außerhalb der Region Tallinn. Der Großhandel außerhalb Tallinns konzentriert sich mehr auf die Belieferung des Einzelhandels (51%) und der Lebensmittelhersteller (21%), die sich in den peripheren Regionen Estlands befinden (s. Abbildung 12).

Abbildung 12: Struktur der Absatzkanäle im estnischen Lebensmittelgroßhandel in und außerhalb der Region Tallinn 1996, in %

Quelle: Eigene Darstellung nach M+M EURODATA (1998a).

Auch wenn die Zersplitterung des Sektors noch sehr stark ausgeprägt ist, sind insbesondere in den letzten Jahren zunehmende Konzentrationstendenzen im estnischen Lebensmittelgroßhandel zu beobachten. So haben laut einer Erhebung von M+M EURODATA (1998a) die 5 größten Lebensmittelgroßhändler in Estland ihren Anteil in den letzten Jahren stark ausgebaut und der Abstand zwischen den 5 größten Großhändlern und den übrigen Firmen in diesem Sektor nimmt Jahr für Jahr zu. Diese Entwicklung wird zusätzlich dadurch verstärkt, dass die ausländischen Lieferanten sich zunehmend weigern, an Kleinabnehmer zu liefern.

5.2 Lettland

Der Großhandelsumsatz betrug in Lettland 1997 etwa 1,4 Bill. Lats (ca. 2,4 Bill. US\$), davon entfielen etwa 33% (1997) auf Lebensmittel. Die wichtigsten Produktgruppen waren dabei Weine und Spirituosen (20%), Zucker (12%), Milchprodukte (9,3%) und Fleischerzeugnisse (4,5%).

Der lettische Lebensmittelgroßhandel war 1996 noch stärker zersplittert als in Estland. So zählten 82,6% der Unternehmen 1 bis 9 Beschäftigten. Der Anteil der größeren Unternehmen war sowohl gemessen an der Anzahl der Unternehmen als auch am Umsatz sehr gering (s. Tabelle 5).

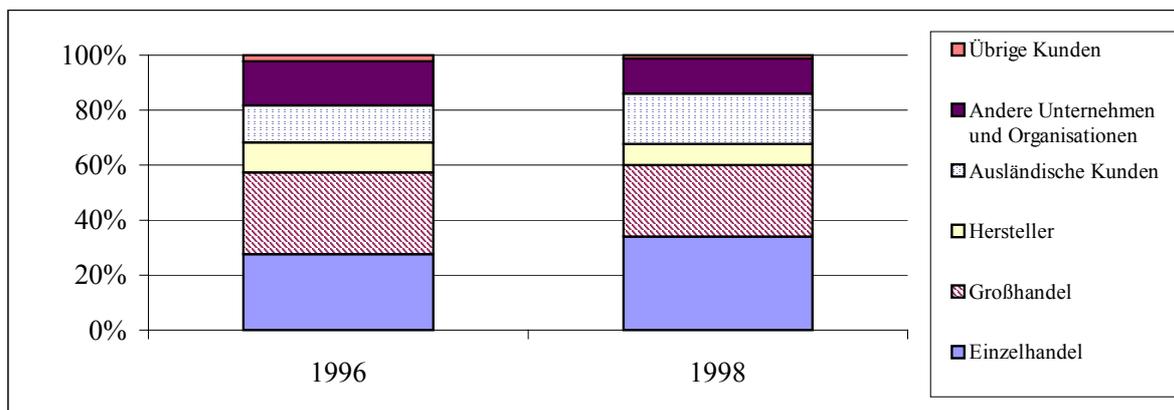
Tabelle 5: Ausgewählte Kennzahlen des Lebensmittelgroßhandels in Lettland 1996

	Unternehmen		Beschäftigte		Umsatz		Produktionswert		Investitionen	
	Zahl	Anteil, in %	Zahl	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %
Gesamt	567	100	3548	100	244	100	80	100	2	100
1-9	468	82,6	1661	46,8	103	42,0	42	52,0	1	39,9
10-49	96	17,0	1692	47,7	129	52,8	34	42,1	1	50,1
> 50	4	0,7	201	5,7	12	5,1	5	5,8	-	-

Quelle: Eigene Berechnung nach LATVIJAS STATISTIKA (1997, 1999b).

Die Lebensmittelgroßhändler arbeiten fast ausschließlich als Zustellgroßhändler und beschäftigen sich in erster Linie mit der Einfuhr und dem Verkauf ausländischer Waren (etwa 40% des Großhandelsumsatzes entfiel auf die eigene Importtätigkeit). Ein Direktbezug von der Lebensmittelindustrie erfolgt kaum, weil diese häufig noch den Direktvertrieb bevorzugt. Vor allem kleinere Verarbeitungsunternehmen erhoffen sich hiervon eine größere Gewinnspanne. Dazu kommt, dass die durch den weitgehenden Verzicht auf Konservierungsmittel bedingte geringe Haltbarkeit der Produkte möglichst kurze, direkte Vertriebswege erfordert. Die Großhandelsunternehmen sind daher auf den Importhandel und die Belieferung peripherer Gebiete angewiesen (M+M EURODATA 1998a, OECD 1996a). Die importierten Waren gelangen in der Regel über ein dreistufiges System in den Lebensmitteleinzelhandel: vom Importgroßhändler zum Großhändler-Distributeur und weiter zum Einzelhändler. Großhändler mit Sitz in Riga sind stärker am Import orientiert als Großhändler in der Mitte oder in den östlichen Gebieten des Landes.

Abbildung 13: Absatzstruktur im lettischen Großhandel 1996 und 1998



Quelle: Eigene Darstellung nach LATVIJAS STATISTIKA (1997, 1999b).

Die Lieferbeziehungen im lettischen Großhandel befinden sich noch in einer dynamischen Entwicklungsphase. So zeigen sich in der Abnehmerstruktur für 1996 und 1998 einige Veränderungen. Auf die Belieferung des lettischen Einzelhandels entfielen 1996 etwa 26% des gesamten Großhandelsumsatzes, im Jahr 1998 betrug dieser Anteil schon 33%. (s. Abbildung 13). Der größte Teil des Großhandelsumsatzes entfiel auf Lebensmittelproduzenten, ausländische Kunden sowie andere Unternehmen und Organisationen aus. Eine Besonderheit des lettischen Großhandels ist, dass die Vorprodukte über den Großhandel an die Hersteller weiter-

verkauft werden. Auch die Tätigkeit des lettischen Großhandels im Exportgeschäft nahm zu. Man kann vermuten, dass die lettische Lebensmittelindustrie sich zunehmend nur auf die Produktion konzentrieren und ihre Exportfunktionen aus dem Unternehmen herausgliedern und dem Handel überlassen.

5.3 Litauen

Auch der litauische Großhandel ist stark atomisiert. Anfang der 90er Jahre explodierte die Zahl der Großhändler – wie auch im Einzelhandel – regelrecht. Im Jahr 1993 waren 3049 Großhandelsunternehmen auf dem litauischen Markt tätig. Die Zahl der Betriebe sank bis Ende 1997 auf etwa 2 475 (um etwa 20%). Sie hatten 44000 Beschäftigte (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1998d, S. 7). 1996 gehörten 407 Unternehmen zum Lebensmittelgroßhandel. Die Zahl der Beschäftigten lag bei 6314 Personen. 67% dieser Unternehmen beschäftigten 1996 weniger als 10 Mitarbeiter (s. Tabelle 6).

Neben den recht kleinen Betrieben entwickeln sich auch einige größere und leistungsfähigere Unternehmen, die in der Lage sind ein breiteres Lebensmittelsortiment anzubieten. 37 Lebensmittelgroßhandelsunternehmen (9%) mit mehr als 50 Beschäftigten erzielten ein Drittel des gesamten Umsatzes (im Durchschnitt 4 Mio. ECU pro Jahr und Unternehmen) und tätigten 57% gesamter Investitionen im litauischen Lebensmittelgroßhandel (s. Tabelle 6). Ähnlich wie in Lettland sind die Großhandelsunternehmen vorwiegend auf den Importhandel konzentriert (vgl. auch M+M EURODATA 1998a). Die größten Importeure/Distributeure in Litauen im Lebensmittelbereich sind *Sanitex* (mit Kunden wie *Procter & Gamble*, *Tschibo*, *Mars* und *Kellog's*), *Mineraliniai vandenys* (mit einem Anteil von 44% aller Importen an alkoholischen Getränken in Litauen), *Bennet Distribution* (vorwiegender Import von alkoholischen Getränken).

Tabelle 6: Ausgewählte Kennzahlen des Lebensmittelgroßhandels in Litauen 1996

Beschäftigte	Unternehmen		Beschäftigte		Umsatz		Produktionswert		Investitionen	
	Zahl	Anteil, in %	Zahl	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %	In Mio. ECU	Anteil, in %	in Mio. ECU	Anteil, in %
Ins-gesamt	407	100	6314	100	486	100	178	100	9	100
1-9	273	67	963	15	175	36	135	76	1	14
10-49	98	24	2191	35	161	33	20	11	3	29
> 50	37	9	3159	50	149	31	24	13	5	57

Quelle: Eigene Berechnung nach STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999a, S. 8ff.).

5.4 Probleme und Zukunftsaussichten des baltischen Lebensmittelgroßhandels

Die Großhandelsmärkte sind in den baltischen Ländern noch sehr unterentwickelt. Wegen der sehr starken Zersplitterung kann der Großhandel seine Funktionen nur zum Teil wahrnehmen. Dies ist auch ein Grund dafür, dass viele der größeren Einzelhandelsketten sich bemühen, eigene Großhandlungen zu gründen bzw. schon gegründet haben. Die Logistikkapazitäten im baltischen Großhandel sind noch unterentwickelt. Die Mehrzahl der Lagerhäuser ist veraltet. Für Investitionen in neue Gebäuden fehlen bislang die Mittel. Mittelfristig dürfen aber zumindest die umsatzstärksten Großhändler westliche Standards erreichen (M+M EURODATA 1998a).

Die vielen Großhandelsfirmen im Baltikum sind zu klein, haben oft selbst mit Liquiditätsproblemen zu kämpfen und können die vom Großhandel erwartete Funktion in der Sortiments-

zusammenstellung, Kreditgewährung nicht erfüllen. Für die Hersteller wäre dabei in vielen Fällen die Einschaltung des Großhandels bei der Gewährung von Krediten vorteilhaft.

Der Absatzerfolg der Unternehmen hängt in hohem Maße von günstigen Einkaufsbedingungen ab, wenngleich den Betrieben auch andere absatzpolitische Instrumente als der Preis zur Verfügung stehen. Deshalb schließen sich die baltischen Großhandelsunternehmen – ebenso wie Einzelhandelsunternehmen – zum Zwecke des Imports zusammen, damit sie Warenmengen erreichen, die groß genug sind, um günstige Beschaffungsbedingungen im Ausland zu erwirken.

Für die weitere Entwicklung des baltischen Großhandels sind folgende Tendenzen zu berücksichtigen:

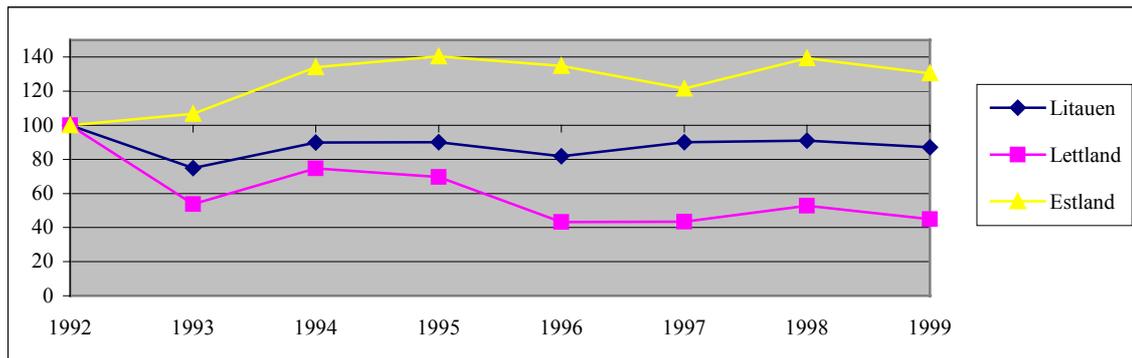
- Durch zunehmende Internationalisierung der Warenströme erfolgt eine zusätzliche Einschaltung des Großhandels. Dadurch werden die Außenhandelsaktivitäten des Großhandels vermutlich zunehmen.
- Andererseits kann aber auch die Verdrängung des Großhandels durch die Bildung von Einkaufsgemeinschaften durch Einzelhandelsbetriebe, die auch im Großhandelsbereich tätig sind, zunehmen.
- Vielfach wird der Großhandel auch im Einzelhandel des Baltikums tätig. Eine zunehmende Verflochtenheiten des Einzel- und Großhandels ist zu erwarten.

Zukünftig ist mit verstärkten Kooperations- sowie Konzentrationstendenzen zu rechnen. Es ist zu erwarten, dass viele kleine unrentable Unternehmen zunehmend aus dem Markt ausscheiden. Andererseits ist mit vermehrten Zusammenschlüssen sowie Kooperationen zu rechnen, da der Wettbewerbsdruck seitens Einzelhandels den Großhandel zwingt, günstigere Einkaufsmöglichkeiten zu finden und ausländische Partner/Lieferanten es ablehnen, an Kleinabnehmer zu liefern.

6 INDIKATOREN ZUR LEISTUNGSFÄHIGKEIT UND ZUM ENTWICKLUNGSPOTENTIAL DES BALTISCHEN LEBENSMITTELHANDELS

6.1 Umsatzentwicklung

Durch den Rückgang der Primär- und Industrieproduktion und die gesunkene Kaufkraft der Bevölkerung gingen die realen Umsätze des Lebensmittelhandels während der ersten Jahre der Transformation in Lettland und Litauen stark zurück (s. Abbildung 14). Im Jahr 1994 stiegen die realen Umsätze des Lebensmitteleinzelhandels in Litauen wieder an, in den folgenden Jahren waren aber keine deutlicheren Zuwächse zu verzeichnen. Die rückläufigen Umsätze in Lettland in den Jahren 1995-1996 können durch die aufgrund der Bankenkrise geschwächte Zahlungsfähigkeit der Bevölkerung (Rückgang der Reallöhne 1996 um fast 9% im Vergleich zum Vorjahr) erklärt werden. Der estnische Lebensmitteleinzelhandel war in den Jahren 1992-1995 dagegen durch ein hohes Wachstum gekennzeichnet. Der Umsatz stieg in Estland im Jahr 1994 real sogar um 27% gegenüber dem Vorjahr an (s. Abbildung 14). Der estnische Einzelhandel dürfte von den Einkaufstouristen vor allem aus Finnland und Schweden profitiert haben (BURGER und LENZNER 1996, S. 14 f.; s. auch Kapitel 4.2).

Abbildung 14: Veränderung der realen Lebensmittelumsätze im Baltikum (1992=100)

Quelle: Eigene Darstellung nach LATVIJAS STATISTIKA (1996c, 1998d, 1999b); LIETUVOS RESPUBLIKOS UKIO MINISTERIJA (1998); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998d, 1999); STATISTIKAAMET (1998c, 1999).

Im Ergebnis ist dabei die unterschiedliche Entwicklung in den drei baltischen Ländern deutlich zu erkennen: konnte die realen Lebensmittelumsätze im estnischen Lebensmittelhandel im Zeitraum zwischen 1992 und 1999 um etwa ein Drittel gesteigert werden, so lagen 1999 die realen Lebensmittelumsätze in Litauen und Lettland noch unterhalb des Niveaus von 1992 (s. Abbildung 14).

6.2 Sortimente

Das Sortiment des Einzelhandels hat sich erweitert und enthält zunehmend auch Importwaren, wobei die Importe fast ausschließlich durch den Großhandel bezogen werden. Das Warenangebot in den modernen Supermärkten entspricht westlichen Standards. Nahezu alle ausländischen Markenartikel sind gelistet. Insbesondere am Anfang waren die Sortimente der modernen Betriebsformen durch Importprodukte gekennzeichnet. In den traditionellen (Bedienungs-)Geschäften hingegen dominierte das heimische Sortiment, ergänzt um einige wenige Importprodukte.

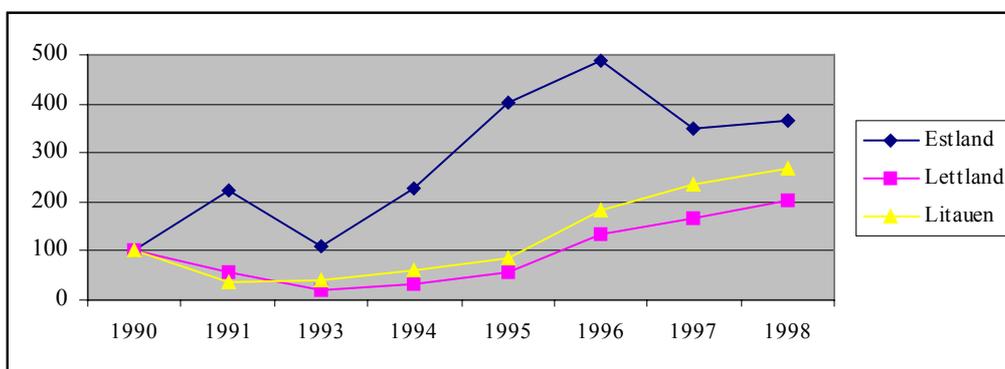
Mit der Umstellung der heimischen Ernährungsindustrie auf die Produktion qualitativ hochwertigerer und attraktiverer (insbesondere in der Verpackung) Lebensmittel, die sich ebenso wie die Importprodukte an den Konsumentenpräferenzen orientieren (s. Kapitel 3.2), hat sich das Angebot vieler neuer "heimischer" Supermarktketten in den letzten Jahren zunehmend für heimische Produkte geöffnet. So betrug der Anteil heimischer Produkte im Sortiment der meisten litauischen Supermärkten nach Schätzung des LITAUISCHEN VERBANDES DER HANDELSUNTERNEHMEN im Jahr 1998 etwa 80%. Aus der Sicht der heimischen Nahrungsmittelindustrie ist dies positiv zu bewerten.

Im Sortiment der ausländischen Handelsunternehmen überwiegen dagegen immer noch die Importprodukte ergänzt um ein keinen Teil heimischer Produkte. Ergebnisse einer Studie zum litauischen Handel zeigen, dass die Sortimente der Unternehmen mit ausländischem Kapital durch ausländische Ware dominiert werden: litauischer Herkunft waren 1997 nur etwa 10% der Produkte (1996 noch 27%) (BRAKAUSKIENE et al. 1998). Um die Akzeptanz der baltischen Bevölkerung zu erhöhen, bemühen sich ausländische Einzelhandelsunternehmen (z. B. *REMA*) neben dem internationalen Standard auch inländische Lebensmittel anzubieten. Nach litauischer Ansicht ist dennoch mit der Ausbreitung der ausländischen Handelsorganisation die Gefahr verbunden, dass die ausländischen Lebensmitteln zunehmend die heimischen Produkte aus dem Markt verdrängen.

6.3 Investitionstätigkeit

In der Planwirtschaft wurden die Investitionen im baltischen Handel stark vernachlässigt, so dass hier zum Transformationsbeginn der Kapitalstock sehr veraltet war und ein erheblicher Nachholbedarf bestand. In Estland wurde der Rückzug des Staates rasch durch die private Investitionstätigkeit ersetzt und nahm erheblich zu. Von 1993 bis 1996 stiegen die Investitionen hier um das Fünffache an. In Lettland und in Litauen sanken dagegen anfänglich die nominalen Investitionen erheblich. Seit 1993 wuchsen sie langsam an und überstiegen im Jahr 1996 das Investitionsniveau von 1990 (s. Abbildung 15). Wenn man von ähnlich niedrigen Niveaus für 1990 in allen Ländern ausgeht, so folgt aus diesen Daten, dass der Kapitalstock in Estland viel höher und auch moderner als in Litauen und Lettland ist.

Abbildung 15: Entwicklung der Investitionen im baltischen Handel 1990-1998, in % (1990=100)



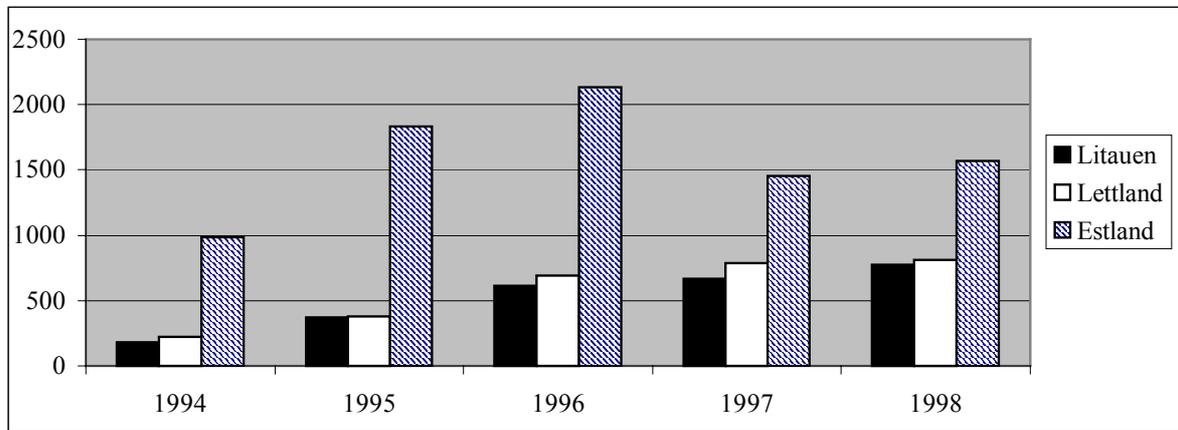
Quelle: Eigene Darstellung nach LATVIJAS STATISTIKA (1996a, 1998b, 1999a); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998b, 1999d); STATISTIKAAMET (1998d, 1999).

Diese recht unterschiedliche Entwicklung lässt sich wie folgt erklären: einerseits führte ein viel stärkeres und früheres Engagement ausländischer Unternehmen in Estland zu höheren Investitionen und schnelleren Modernisierung der Unternehmen. Andererseits, fehlten den inländischen Unternehmen die notwendigen Mittel, die Re- und insbesondere Neuinvestitionen zu tätigen, da die meisten durch Existenzgründungen entstanden sind. Dies gilt insbesondere für Litauen und Lettland. In Estland fiel die Zahl der Neugründungen deutlich geringer aus. Den kleinen Betrieben war es fast unmöglich, Bankkredite zu bekommen. So betragen die Kredite im lettischen Handel nur 2,7% (1996) aller Investitionen. Laut Ergebnissen einer Befragung im lettische Handel, wurden hohe Kreditkosten und Schwierigkeiten bei der Aufnahme von Krediten von etwa einem Viertel der befragten Manager als einer der wichtigsten hemmenden Faktoren eingeschätzt (LATVIJAS STATISTIKA 1997, S. 16).

Im estnischen Handel ging etwa die Hälfte der (Erweiterungs-)Investitionen (1997) in die Anschaffung neuer Ausrüstungen, Maschinen, Lager und Fahrzeuge, etwa 30% entfiel auf den Kauf von Gebäuden und Bauten. Die restlichen 20% dienten als Ersatzinvestitionen zur Renovierung und Wiederherstellung des Anlagevermögens (STATISTIKAAMET 1998d, S. 82). Die Investitionsquote (in % des Anlagevermögens) lag bei ca. 25% (1996). Auch im litauischen Handel wird zunehmend in die Ausrüstung und neue Maschinen (ihr Anteil stieg von 54% im Jahr 1994 auf 63% im Jahr 1997) und nicht in neue Bauten und Gebäude investiert (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1998e, S. 18). Diese Angaben deuten auf eine zunehmende Modernisierung der Unternehmen hin.

Die Kapitalinvestitionen pro Beschäftigten (Investitionsintensität) lagen 1994-1996 in Estland acht mal höher als in Litauen (s. Abbildung 16). Seit 1996 gleicht sich die Investitionsintensität in allen drei Ländern langsam an.

Abbildung 16: Kapitalinvestitionen je Beschäftigten im baltischen Handel 1994-1998, in TDM



Quelle: Eigene Berechnung nach LATVIJAS STATISTIKA (1998b, 1998c, 1999a); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998b, 1999d); STATISTIKAAMET (1998d, 1999).

Bei der Betrachtung der Investitionen im baltischen Handel lassen sich Hinweise auf die Entwicklungsfähigkeit des Handels in allen drei Ländern ableiten. Die sehr hohen Investitionen im estnischen Handel seit Transformationsbeginn deuten darauf hin, dass sich hier die Modernisierungsprozesse schon zum größten Teil vollzogen haben. Steigende Investitionsraten für Lettland und Litauen lassen eine ähnliche Entwicklung erwarten.

Direktinvestitionen

Einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung und Umstrukturierung der Handelsunternehmen können ausländische Direktinvestitionen (DI) leisten. Im Jahr 1998 entfielen in Litauen 30%, in Estland 23% und in Lettland 16,2% der gesamten Direktinvestitionen auf den Handel.

Anfangs konzentrierten sich die ausländischen Handelsorganisationen auf die größeren Städte (nicht zuletzt, weil das verfügbare Einkommen der städtischen Bevölkerung höher liegt) und breiteten sich dann weiter aus. So konzentrierten sich in Riga und in der Rigaer Region 98% (1998) der DI im lettischen Großhandel und 95% der DI im Einzelhandel. Von den DI im litauischen Handel entfielen fast 90% (1998) auf die drei größte Städte, allein in der Hauptstadt Vilnius waren etwa 73% der DI im Handel konzentriert. In die estnische Hauptstadt Tallinn flossen etwa 50% der gesamten DI.

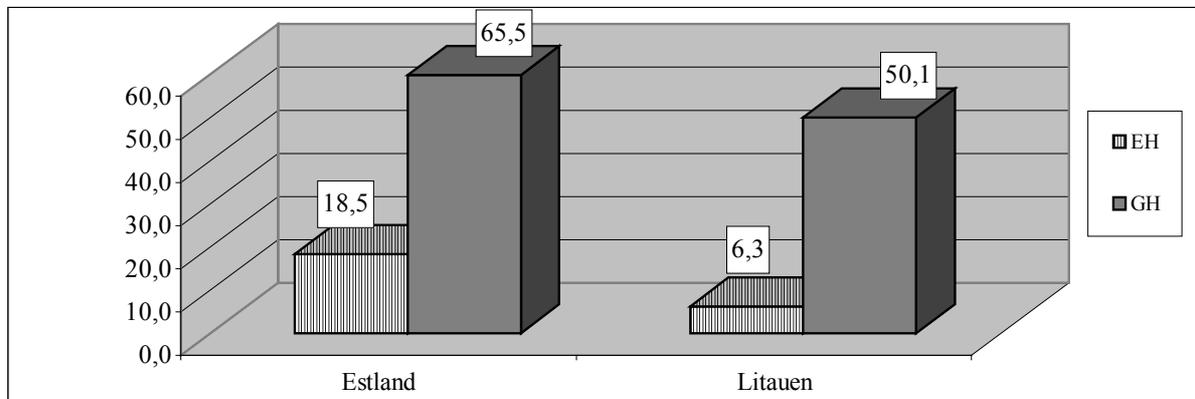
6.4 Kapitalstruktur

Die Kapitalintensität²⁵ bezogen auf die Beschäftigten zeigt, dass der Einzelhandel viel arbeitsintensiver als der Großhandel ist. Dies hängt damit zusammen, dass im Einzelhandel die Kunden bedient werden müssen. So war die Kapitalintensität im estnischen Großhandel 3,5 mal höher als im Einzelhandel (s. Abbildung 17). Insgesamt war die Kapitalintensität im litauischen Handel niedriger als im estnischen. Einerseits könnte dies auf eine Überbeschäftigung im litauischen Handel (insbesondere im Einzelhandel) hinweisen, andererseits erfordert

²⁵ Die Kapitalintensität wurde wie folgt berechnet: Gesamtkapital dividiert durch Beschäftigtenzahl.

die weiter fortgeschrittene Modernisierung der Handelsunternehmen in Estland mehr Kapitaleinsatz als in Litauen.

Abbildung 17: Kapitalintensität je Beschäftigten im estnischen und litauischen Einzel- und Großhandel 1997, in TDM



Quelle: Eigene Darstellung nach STATISTIKAAMET (1999, S. 142, 148); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999d, S. 22ff.).

Die Tabelle 7 gibt Auskunft über die Kapitalstruktur im estnischen und litauischen Einzel- und Großhandel. Die Verwendung der Mittel kann in Anlage- (z.B. Grund und Boden, Gebäude, Maschinen, Werkzeuge) und Umlaufvermögen (z.B. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Fertigfabrikate, Waren, Zahlungsmittel) unterschieden werden. Der Anteil des Anlagevermögens am Gesamtkapital lag im Großhandel bei ca. 30% und im Einzelhandel bei fast 40%. Betrachtet man die Eigentumsstruktur des Gesamtkapitals, so lag die Verschuldung estnischer Unternehmen wesentlich höher als die litauischer. Der höhere Anteil des Fremdkapitals im estnischen Handel spiegelt den besseren Zugang zu Krediten sowie den höheren Anteil ausländischen Kapitals wider.

Tabelle 7: Kapitalstruktur im estnischen und litauischen Einzel- und Großhandel 1997

	Anlagevermögen	Umlaufvermögen	Fremdkapital	Eigenkapital	Verschuldungsgrad
	in % des Gesamtkapitals		in % des Gesamtkapitals		
Litauen					
Großhandel	32,2	67,8	65,1	34,9	1,9
Einzelhandel	41,2	58,8	55,4	44,6	1,2
Estland					
Großhandel	29,4	70,6	75,2	24,8	3,0
Einzelhandel	37,8	62,2	73,1	26,9	2,7

Anm.: Verschuldungsgrad: Fremdkapital dividiert durch Eigenkapital.

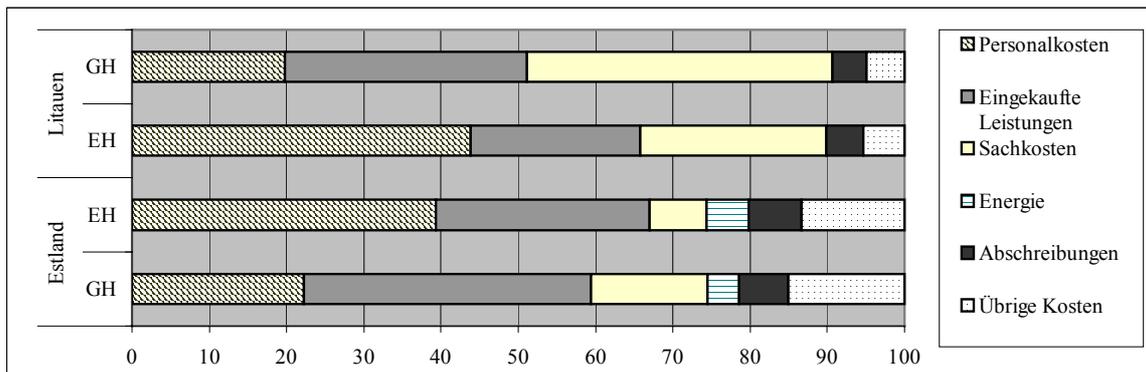
Quelle: Eigene Berechnung nach STATISTIKAAMET (1999, S. 142, 148); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999d, S. 22ff.).

6.5 Kostenstruktur

Der größte Anteil der Gesamtkosten (etwa 80%) entfiel im litauischen und im estnischen Groß- und Einzelhandel auf die gekauften Waren für den Weiterverkauf. Aus dieser Zahl wird deutlich, wie stark sich Einkaufspreisenerhöhungen auf die Verkaufspreise auswirken können. Deshalb ist es sehr wichtig, durch Rationalisierungs- und Kooperationsmaßnahmen in der Beschaffung diese Kosten niedrig zu halten bzw. zu senken.

Betrachtet man die Kostenstruktur ohne Wareneinkauf (s. Abbildung 18) so sind insbesondere die Personalkosten von erheblicher Bedeutung. Sie betragen im estnischen Einzelhandel 39% und im litauischen Einzelhandel 44% (im Jahr 1993 war es nur noch die Hälfte gewesen). Auch der Anteil der eingekauften Leistungen sowie der Sachkosten (insbesondere in Litauen) an den Gesamtkosten war sehr hoch. Der Anteil der Abschreibungen lag mit 4-5% in Litauen und 6-7% in Estland relativ niedrig (s. Abbildung 18).

Abbildung 18: Kostenstruktur (ohne Wareneinkauf) im estnischen und litauischen Groß- und Einzelhandel 1997, in %

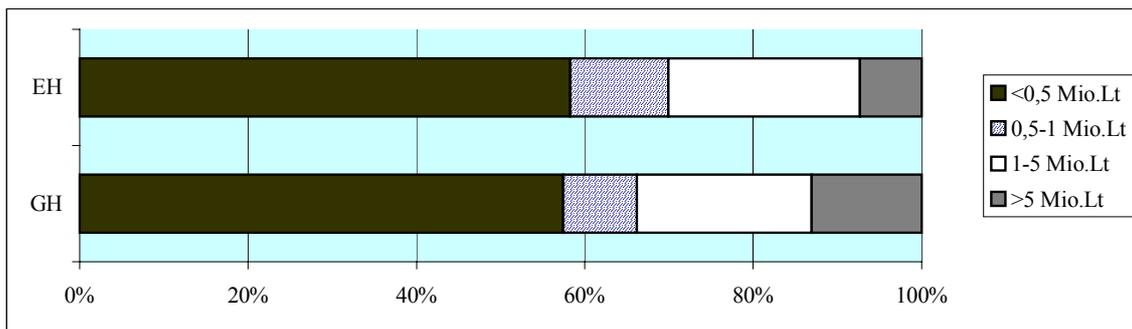


Quelle: Eigene Berechnung nach STATISTIKAAMET (1998d, S. 42f.); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999d, S. 55).

6.6 Umsatzstruktur

Untersucht man die im baltischen Lebensmitteleinzel- und -großhandel erzielten Umsätze, so lag der durchschnittliche Umsatz nahezu 60% aller Handelsunternehmen im litauischen Einzel- und Großhandel unter einer halben Million Litas (ca. 250 TDM) (s. Abbildung 19).

Abbildung 19: Verteilung der Unternehmen nach Umsatz im litauischen Einzel- und Großhandel 1997, in %

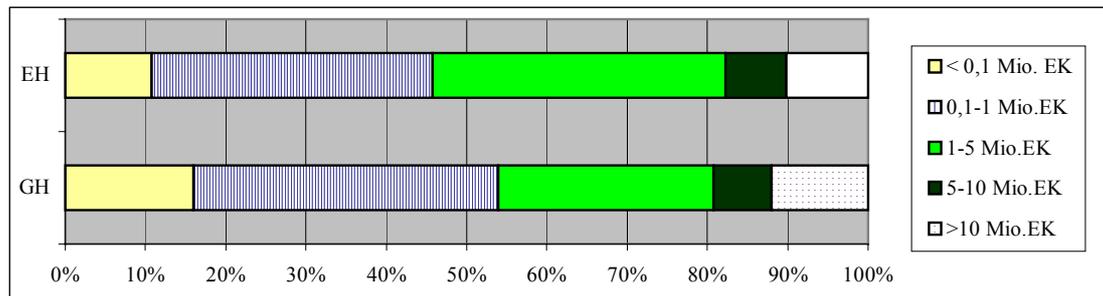


Quelle: Eigene Darstellung nach STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999b, 1999d).

Die hohe Zahl der kleinen Unternehmen, die mit sehr niedrigen Umsätzen auskommen müssen, spiegelt sich hier wider. Etwa 20% der Unternehmen erzielten einen Umsatz zwischen 1 und 5 Mio. Litas. Die höchsten Umsätze über 5 Mio. Lt (ca. 2,5 Mio. DM) erwirtschafteten 13% der Großhandels- und 7,4% der Einzelhandelsunternehmen.

Kleine Unternehmen dominierten auch den estnischen Handel. So erzielten etwa 46% der Unternehmen im Großhandel und 54% im Einzelhandel Umsätze unter 1 Mio. EK (125 TDM). Nur eine kleine Gruppe der Handelsunternehmen (10% im GH und 12% im EH) konnten Umsätze über 10 Mio. EK (1,25 Mio. DM) erreichen (s. Abbildung 20).

Abbildung 20: Verteilung der Unternehmen nach Umsatz im estnischen Einzel- und Großhandel 1997, in %



Quelle: Eigene Darstellung nach STATISTIKAAMET (1998a, S. 26; 1999, S. 40f.).

Die Verteilung der Unternehmen des baltischen Lebensmitteleinzelhandels *nach Beschäftigtenzahl* im Jahr 1997 zeigt, dass die Unternehmensstruktur vor allem durch kleine Einzelhandelsunternehmen, die bis 20 Personen beschäftigen, dominiert wird (s. Tabelle 8). So hatten etwa 90% der Unternehmen in Litauen weniger als 20 Beschäftigte, ihr Umsatzanteil lag dabei bei ca. 50%. In Lettland verfügten 97,5% aller Lebensmittelunternehmen über weniger als 20 Personen (82,7% dabei mit weniger als 10 Beschäftigten), ihr Umsatzanteil belief sich auf fast 60% (s. Tabelle 8).

Tabelle 8: Unternehmensstruktur des baltischen Lebensmitteleinzelhandels nach Beschäftigtenzahl im Jahr 1997, in %

	Beschäftigtenzahl im Unternehmen									
	1 - 9		10 - 19		20 - 49		50 - 99		> 100	
	Unternehmen	Umsatz	Unternehmen	Umsatz	Unternehmen	Umsatz	Unternehmen	Umsatz	Unternehmen	Umsatz
Lettland	82,7	29,7	14,7	38,9	1,6	12,5	0,9	7,3	0,1	11,6
Litauen	81,7	42,6	9,5	10,7	5,9	13,8	1,9	12,2	1,0	20,7
Estland	k. A.	19,2	k. A.	19,7	k. A.	19,9	k. A.	12,7	k. A.	28,5

Quelle: Eigene Berechnung nach unveröffentlichten Daten aus STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998); LATVIJAS STATISTIKA (1998); STATISTIKAAMET (1998).

In Estland lag der Umsatzanteil der Lebensmittelhandelsunternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten bei etwa 20%, weitere 20% des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaften Unternehmen mit 10 bis 20 Beschäftigten (s. Tabelle 8). Der geringere Anteil der kleinen Handelsunternehmen in Estland ist auf den weiter fortgeschrittenen Modernisierungsprozess im estnischen Handel zurückzuführen, der durch den frühen und intensiven Engagement ausländischer Handelsorganisationen induziert wurde.

6.7 Ausgewählte Kennzahlen zur Ertragslage, Liquidität und zum Investitionsverhalten

Die wirtschaftliche Situation im baltischen Lebensmittelhandel weist von Land zu Land große Unterschiede auf. Informationen bezüglich der finanziellen Lage der Handelsunternehmen waren dabei nur für Estland und Litauen zugänglich.

Litauen

Im litauischen Handel stieg der Anteil des Rohertrags am Umsatz seit 1996 langsam an. Die Nettorentabilität schwankte im Großhandel zwischen 1,0% (1996) und 3,1% (1997). Im Einzelhandel war eine abnehmende Nettorentabilität zu beobachten. So sank sie von 3,3% im Jahr 1996 auf 1,7% im Jahr 1998. Die Liquidität der Unternehmen hat sich etwas verbessert und stabilisiert. Die Umschlaghäufigkeit der Ware lag im litauischen Handel bei vergleich-

baren Größen in Deutschland (entsprechend 11,2% im GH und 5,5% im EH im Jahr 1996) (STATISTISCHES BUNDESAMT 1998, S. 247, 252).

Tabelle 9: Wirtschaftsergebnisse des litauischen Einzel- und Großhandels 1996-1998

	Großhandel			Einzelhandel		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998
Rohertrag am Umsatz, in %	11,8	12,5	14,0	12,8	15,0	16,8
Bruttorentabilität, in %	2,8	3,8	3,0	3,9	2,9	2,7
Nettorentabilität, in %	1,0	3,1	2,1	3,3	2,3	1,7
Cash-Flow, in %	-	3,8	3,10	-	3,2	2,8
Kapitalrentabilität	4,2	2,7	2,6	-	2,5	2,6
Liquiditätsindex	1,1	1,22	1,34	1,2	1,16	1,24
Lagerumschlagshäufigkeit	11,5	9,9	-	7,7	7,1	-

Anm.: Rohertrag am Umsatz: Rohertrag (Umsatz minus Wareneinsatz) dividiert durch Umsatz
 Bruttorentabilität: Bruttogewinn dividiert durch Umsatz
 Nettorentabilität: Nettogewinn (nach Besteuerung) dividiert durch Umsatz
 Kapitalrentabilität: Umsatz dividiert durch Gesamtkapital (-vermögen) des Unternehmens
 Cash-Flow: Nettogewinn plus Abschreibungen dividiert durch Umsatz
 Liquiditätsindex: Umlaufvermögen dividiert durch laufende Verbindlichkeiten
 Lagerumschlagshäufigkeit: Wareneinsatz geteilt durch durchschnittlichen Lagerbestand

Quelle: Eigene Berechnung nach STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999b, 1999c).

Die oben genannten Kennzahlen beziehen sich auf den gesamten Sektor. Allerdings ist von großen Differenzen zwischen den Unternehmen auszugehen. So konnten 70% der Unternehmen im Großhandel und 61,7% im Einzelhandel das Jahr 1997 mit Gewinn abschließen. Im Jahr 1998 hat sich die Situation weiter verschlechtert: 40% aller Großhandels- und Einzelhandelsunternehmen hatten Verluste zu tragen (STATISTIKOS DEPARTAMENTAS 1999d, S. 79, 81). Es ist zu vermuten, dass viele dieser nicht rentablen Betriebe zu klein sind und im zunehmenden Wettbewerb nicht mithalten konnten (s. Kapitel 4.2.5).

Estland

Im estnischen Einzelhandel verbesserten sich die Finanzergebnisse der Unternehmen beträchtlich. So stieg die Nettorentabilität der Einzelhandelsunternehmen von 0,43% (1994) auf 3% (1997). Im Großhandel lag sie bei etwa 1%. Gleichzeitig verbesserte sich die Zahlungsfähigkeit der Unternehmen. Auch der Liquiditätsgrad und der Cash-Flow nahmen zu (s. Tabelle 10). Man kann vermuten, dass die durchgeführte Modernisierung der estnischen Unternehmen zur Verbesserung der Lage beigetragen hat. Andererseits scheiden viele unrentablen Unternehmen mit zunehmendem Wettbewerb aus dem Markt aus. Dadurch verbessert sich insgesamt die finanzielle Lage im estnischen Handel.

Tabelle 10: Wirtschaftsergebnisse des estnischen Einzel- und Großhandels 1994-1997

	Einzelhandel			Großhandel		
	1994	1996	1997	1994	1996	1997
Bruttorentabilität, in %	1,79	1,13	3,20	2,08	1,71	3,00
Nettorentabilität, in %	0,43	0,56	3,0	1,00	0,62	1,00
Cash-Flow, in %	1,16	1,87	4,34	1,87	1,92	4,02
Liquiditätsindex	1,03	1,04	1,24	1,19	1,15	1,26
Umsatz je Beschäftigten, in 1 000 EK	-	-	127,6	-	-	321,0

Anm.: 1997 für das III. Quartal.

Quelle: Eigene Berechnung nach STATISTIKAAMET (1998a, S. 40ff.).

Je nach Größe der Unternehmen (nach Beschäftigtenzahl) sind Unterschiede in den wirtschaftlichen Ergebnissen der estnischen Handelsunternehmen zu beobachten. Im Großhandel weisen die größeren Unternehmen (mit über 100 Beschäftigten) eine überdurchschnittliche Produktivität (je Beschäftigten) und Rentabilität (mit 4%) auf. Die höchste Brutto- und Netto-rentabilität wurde im estnischen Einzelhandel von den größten Unternehmen (ab 100 Beschäftigten) erzielt. Die zweiterfolgreichste Gruppe bildeten die Unternehmen mit 20 bis 50 Beschäftigten (s. Tabelle 11).

Tabelle 11: Wirtschaftsergebnisse des estnischen Einzel- und Großhandels nach Größe der Unternehmen 1997

	Beschäftigtenzahl im Unternehmen				
	Durchschnitt	0-19	20-49	50-99	>100
Großhandel					
Bruttogewinn je Beschäftigten, in 1000 EK	9,6	7,5	14,0	14,2	18,9
Nettogewinn je Beschäftigten, in 1000 EK	9,0	6,8	13,3	13,5	18,1
Nettorentabilität, in %	2,8	2,5	2,9	3,4	4,0
Umsatz je Unternehmen, in 1000 EK	2,3	1,5	14,1	23,3	59,9
Einzelhandel					
Bruttogewinn je Beschäftigten, in 1000 EK	4,8	3,1	4,3	3,7	5,5
Nettogewinn je Beschäftigten, in 1000 EK	3,9	2,9	4,7	3,4	4,9
Nettorentabilität, %	3,0	2,3	3,4	3,5	3,6
Umsatz je Unternehmen, in 1000 EK	6,2	2,9	14,5	24,7	99,1

Quelle: Eigene Berechnung nach STATISTIKAAMET (1998a, S. 42f.).

7 FAZIT

Die Analyse hat gezeigt, dass seit Anfang der Transformation der Handel in den baltischen Ländern tiefgreifenden Strukturveränderungen unterliegt und sich sehr dynamisch entwickelte. Seine Bedeutung nahm sowohl gemessen an seinem Anteil am BIP als auch anhand der Zahl der Beschäftigten erheblich zu. Die Veränderungen der Strukturen im Lebensmittelhandel werden durch die sich wandelnde und zunehmende Rolle der Nachfrage (z. B. niedriges Einkommen kann das Fortbestehen der offenen Märkte beeinflussen) und das Verhalten der Konsumenten (z. B. Vorzug für heimische Produkte hat den Einfluss auf die Sortimente im Einzelhandel), die Öffnung des Marktes sowie die Umstrukturierung der heimischen Ernährungsindustrie beeinflusst.

In der Veränderung der Handelsstrukturen im Baltikum sind zwei wesentliche Phasen zu erkennen. Zu Beginn des Transformationsprozesses haben die Privatisierung und Aufspaltung der Handelskombinate sowie zahlreiche Neugründungen zu einer erheblichen Dekonzentration im baltischen Lebensmittelhandel geführt. Viele dieser recht kleinen Betriebe arbeiteten mit veralteten Technologien und Verkaufsstrategien und sind nicht rentabel. Seit 1996 sind zunehmende Konzentrationstendenzen zu beobachten. Durch die Modernisierung der innovativen inländischen Unternehmen und das zunehmende Engagement westlicher Handelsorganisationen erhöht sich der Wettbewerbsdruck auf dem baltischen Lebensmittelmarkt. Die Dynamik des Wettbewerbs zeigt sich an zahlreichen Markteintritten westlicher Handelsketten und -austritten unrentabler heimischer Unternehmen sowie an der zunehmenden Konzentration von Marktanteilen auf größere Unternehmen. Trotz zunehmender Filialisierung und Modernisierung im baltischen Lebensmittelhandel werden mittelfristig auch weniger effektive Handelsbetriebsformen wie kleine traditionelle Ladengeschäfte und ambulanter Handel weiterhin eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielen.

Angesichts der relativ hohen Personalkosten im baltischen Handel ist es zu erwarten, dass in der Zukunft Arbeit zunehmend durch Kapital substituiert wird, was zu einer weiteren Modernisierung der Handelsbetriebe beitragen wird. Diese Entwicklungen lassen eine Erhöhung der Effizienz im baltischen Lebensmittelhandel erwarten, was sich positiv auf die Konsumenten auswirken wird.

LITERATURVERZEICHNIS

- A. C. NIELSEN GMBH (1998): Trends im zentral- und osteuropäischen Lebensmitteleinzelhandel, in: <http://www.acnielsen.de/html/services/inhalt/>, 13.10.1998.
- AHRENS, CH., HALBACH, A., TÄGER, U. CH. (1993): Transformation des Binnenhandels in Osteuropa: Ansätze der marktwirtschaftlichen Umgestaltung planwirtschaftlicher Distributionssysteme, Struktur und Wachstum, *Absatzwirtschaft, Heft 13*, Berlin.
- AKEHURST, G., ALEXANDER, N. (1995): The Internationalisation Process in Retailing, *The Service Industries Journal*, Vol. 15 (4), S. 1-15.
- APPEL, V. (1992): Wettbewerbsprozesse in der deutschen Ernährungswirtschaft. Wettbewerbstheoretische und institutionenökonomische Analyseansätze, *Sonderheft 135 der Agrarwirtschaft*, Frankfurt a. M.
- BATZER, E. (1991): Der Handel in der BRD – Strukturelle Entwicklungstrends und Anpassungen an veränderte Markt- und Umfeldbedingungen, München.
- BORRMANN, CH., PLÖTZ, P., POLKOWSKI, A. (1999): Wirtschaftslage und Reformprozesse in Mittel- und Osteuropa. Estland – Lettland – Litauen, *HWWA-Report Nr. 193*, Hamburg.
- BRAKAUSKIENE, L., MACKEVICIUS, V., PAJUODIS, A., SAUSANAVICIUS, A., VENGRAUSKAS, V. (1998): Joint Ventures in the Lithuanian Retail Trade, in: STATISTIKOS DEPARTAMENTAS: The Survey of the Lithuanian Economy, 1998, Nr. 1 (May), Vilnius, S. 68-75.
- BURGER, B., LENZNER, M. (1996): Estland. Regulierung und Deregulierung im Transformationsprozess. Die wirtschaftliche und soziale Entwicklung, *HWWA-Report, Nr. 156*, Hamburg.
- BUSINESS & THE BALTICS (1996): Studie von Teleserviss un Telebizness, Nr. 125, 27. Juli 1996, Riga, S. 5.
- BVL (1998): Lebensmittelhandel im Spiegel der Statistik, Frankfurt a. M.
- COLLINS, A., BURT, S. (1999): Retail Internationalisation: Dependency Implications for Indigenous Food Manufacturers, *Journal of Marketing Management, Vol. 15 (7)*, S. 673-693.
- DAWSON, J. (1999): Retailing at Century End: Some Challenges for Management and Research, *University of Edinburgh Management School Working Paper, No. 8/1999*.
- DEALTON, A., MUELLBAUER, J. (1980): Economics and Consumer Behavior, Cambridge University Press, Cambridge.
- DEKSNYS, V. (1998): Dideja prekybos centru konkurencija [Konkurrenz zwischen den Einkaufszentren steigt], *Lietuvos rytas*, 8. Oktober 1998, Vilnius. <http://www.lrytas.lt/>.
- DHI (1991): Handel aktuell'91, Köln.
- DOBSON, P. W., WATERSON, M (1999): Retailer Power, and discussion, *Economic Policy, Vol. 28*, S. 134-164.
- DRESCHER, K. (1999): Preisbildung und Konzentration im deutschen Lebensmittelhandel, *Agrarwirtschaft 48, Heft 6*, S. 230-239.
- EESTI PANKA (2000): Statistical Indicators, <http://www.ee/epbe/makromajandus/html.en>.
- EMA-ABSATZWEGE (1999): Über welche Betriebsformen des Einzelhandels wird die Ware abgesetzt? <http://www.globalguide.de/german/absatz/a287.htm>.
- ESTONIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY (1998): The Estonian Trade and Investment Review, Nr.1 - 1st Quarter 1998, in: <http://www.koda.ee/english.html>.
- EUROPEAN COMMISSION (1998a): Agricultural Situation and Prospects in the Central and Eastern European Countries: Latvia, 1998.

- EUROPEAN COMMISSION (1998b): Agricultural Situation and Prospects in the Central and Eastern European Countries: Lithuania, 1998.
- EUROSTAT (1997): Retailing in the Central European Countries 1996, Luxembourg.
- FISCHER, M. (1993): Distributionsentscheidungen aus transaktionstheoretischer Sicht, *Marketing*, Nr. 4, S. 247-257.
- FRISCH, T., SACKSOFSKY (1994): Eine Gefahr für den Wettbewerb, *Lebensmittel Zeitung*, Nr. 2, S. 70-72.
- GIRGZDIENE, V., HARTMANN, M., KUODYS, A., VAIKUTIS, V., WANDEL, J. (1999): Industrial Organisation of the Food Industry in Lithuania: Results of an Expert Survey in the Dairy and Sugar Branch, *IAMO Discussion Paper Nr. 21*, Halle (Saale).
- GOSUDARSTVENIJ KOMITET LATVIJSKOJ SSR DLIA STATISTIKI [STAATLICHES KOMITEE DER LETTISCHEN SSR FÜR STATISTIK] (1988): Roznicnaja trgovlia v Latvijskoj SSR v 1997 godu [Einzelhandel in der Lettischen SSR im Jahr 1987], Riga.
- HENRY, R., VOLTAIRE, K. (1995): Industry note: Food Marketing in Transition in Eastern and Central Europe, *Agribusiness*, Vol. 11 (3), S. 273-280.
- HOSSAIN, F., JENSEN, H.H. (2000): Lithuania's Food Demand During Economic Transition, *CARD Working Paper, No. 236*, Iowa.
- IMF (1999a): Latvia: Selected Issues and Statistical Appendix, *IMF Staff Country Report No. 99/99*, September 1999, Washington.
- IMF (1999b): Republic of Estonia: Selected Issues and Statistical Appendix, *IMF Staff Country Report No. 99/74*, August 1999, Washington.
- IMF (1999c): Republic of Lithuania: Selected Issues and Statistical Appendix, *IMF Staff Country Report No. 99/96*, September 1999, Washington.
- JAEHNE, G., PENKAITIS, N. (1987): Getreidevermarktung in der Sowjetunion: Handel, Transport, Lagerung und Verarbeitung, Berlin.
- JASJKO, D., HARTMANN, M., MIGLAVS, A., WANDEL, J. (1999): Industrial Organisation of the Food Industry in Latvia: Results of an Expert Survey in the Dairy and Milling Branches, *IAMO Discussion Paper Nr. 22*, Halle (Saale).
- KERSTEN, M. (1997): Schwerer Stand – Folgen der Handelskonzentration, *Lebensmittel Praxis*, Nr.5, S. 14-16.
- LATVIJAS RESPUBLIKAS (1991): Latvijas tautas saimnieciba, Statistikas gadagramata'90 [Statistisches Jahrbuch '90], Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1992): Mazumtirdnieciba Latvijas Republika 1991. gada, [Einzelhandel in der Lettischen Republik im Jahr 1991], Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1994): Mazumtirdnieciba Latvija 1992. gada, [Einzelhandel in Lettland im Jahr 1992], Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1995): Mazumtirdnieciba Latvija 1993. gada, [Einzelhandel in Lettland im Jahr 1993], Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1996a): Statistical Yearbook of Latvia 1996, Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1996b): Tirdnieciba, sabiedriska edinasana un pakalpojumi Latvija 1994. gada, [Einzelhandel, Gaststättengewerbe und Dienstleistungssektor Lettlands im Jahr 1994], Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1996c): Trade, Catering and Accommodation in Latvia 1996, Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1997): Trade, Public Catering and Service in Latvia 1997, Riga.

- LATVIJAS STATISTIKA (1998a): Household Budget in 1997, Statistical Bulletin, Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1998b): Investment in Latvia, Quarterly Bulletin 2/1998, Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1998c): Statistical Yearbook of Latvia, CD-Rom, Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1998d): Tirdzniecība, sabiedriska edinasana un maksas pakalpojumi, 1997. gada I-IV ceturksni, [Einzelhandel, Gaststättengewerbe und Dienstleistungssektor, I-IV. Jahresviertel im Jahr 1997], Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1999a): Statistical Yearbook of Latvia, Riga.
- LATVIJAS STATISTIKA (1999b): Trade, Public Catering and Service in Latvia 1990-1998, Riga.
- LIETUVOS RESPUBLIKOS UKIO MINISTERIJA (1998): Vidaus prekyba 1998 metais, [Binnenhandel im Jahr 1998], Vilnius.
- LINGENFELDER, M. (1996): Die Internationalisierung im europäischen Einzelhandel. Ursachen, Formen und Wirkungen im Lichte einer theoretischen Analyse und empirischen Bestandsaufnahme, *Schriften zum Marketing, Band 42*, Duncker & Humblot, Berlin.
- M+M EURODATA (1998a): M+M Eurotrade 1998/1999, Frankfurt a. M.
- M+M EURODATA (1998b): Ungebremste Internationalisierungswelle im europäischen Lebensmittelhandel mit zunehmender Konzentration, Pressemeldungen, 8. August 1998, in: <http://www.mm-eurodata.de>.
- M+M EURODATA (1999): Lebensmittelhandel Deutschland: Konzentrationsverstärkung nach weiteren Übernahmen – Mittelstand schmilzt weiter ab, Pressemeldungen, 5. März 1999, in: <http://www.mm-eurodata.de>.
- MINISTRY OF ECONOMY REPUBLIC OF LATVIA (1998): Economic Development of Latvia, Report, Riga, Jun 1998.
- MONOPOLKOMMISSION (1994) Marktstruktur und Wettbewerb im Handel: Sondergutachten der Monopolkommission gemäß § 24 b, Abs. 5, Satz 4, GWB, Bd. 23, Nomos-Verl.-Ges., Baden-Baden.
- MÜLLER-HAGEDORN, L. (1984): Handelsmarketing, Stuttgart.
- NIESCHLAG, R., DICHTL, E., HÖRSCHGEN, H. (1994): Marketing, 17. neu bearb. Aufl., Duncker & Humboldt Verlag, Berlin.
- OECD (1996a): Review of Agriculture Policies Latvia, Paris
- OECD (1996b): Review of Agriculture Policies Lithuania, Paris.
- OECD (1998): Review of Recent Developments in Agricultural Policies, Markets and Trade in Estonia in 1998, Paris.
- OECD (2000): OECD Economic Surveys 1999-2000, The Baltic States: A Regional Economic Assessment, Paris.
- OVERLACK, Ch. (1992): Lebensmitteleinzelhandel in Europa: Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien: die vier größten Teilmärkte – Struktur, Potential und Dynamik im Ländervergleich, Dt. Fachverl., Frankfurt a.M.
- PENKAITIS, N. (1996): Die Agrarwirtschaft der baltischen Staaten auf dem Weg in die Marktwirtschaft, *Giessener Abhandlungen zur Agrar- und Wirtschaftsordnung des Europäischen Ostens, Band 217*, Berlin.
- PEPELS, W. (1998): Gabler-Lexikon Vertrieb und Handel, Gabler Verl., Wiesbaden.
- PESCH, J. (1984): Skriptum Grundzüge des Marketings, 3. Aufl. München.

- PILAT, D. (1997): Regulation and Performance in the Distribution Sector, *OECD Economics Department Working Papers, No. 180*, OECD, Paris.
- POTUCEK, V. (1987): Strukturelle Wandlungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und ihre Auswirkungen auf den Wettbewerb, in: DICHTL, E. et al. (Hrsg.): *Schriften zum Marketing*, Bd.22, Berlin.
- PRICE WATERHOUSE (1990): The Retail Trade in Eastern Europe, prepared for the Distributive Trade Unit, Commission of the European Communities, Brüssel.
- PÜTZ, R. (1998): Einzelhandel im Transformationsprozess: das Spannungsfeld von lokaler Regulierung und Internationalisierung am Beispiel Polen, L.I.S. Verl., Passau.
- REPRÄSENTANZ DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT IN ESTLAND (1999): Der Nahrungs- und Genussmittelsektor in Estland, Tallinn.
- SCHRADER, K., LAASER, C.-F. (1994): Die baltischen Staaten auf dem Weg nach Europa. Lehren aus der Süderweiterung der EG, Tübingen.
- SEITZ, H. (1992): Retailing in Eastern Europe: An Overview, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 20 (6), S. 4-10.
- SENAUER, B., ASP, E., KINSEY, J. (1991): Food Trends and the Changing Consumer, Eagan press, St. Paul, Minnesota.
- SEPP, J. (1998): Vertical Integration on Estonian Food Market, in: VENGRAUSKAS, V. (Ed.): Science and Practice in Trade, Vilnius, S. 80-82.
- SMITH, H. (1999): Supermarket Choice and Supermarket Competition Market Equilibrium, *Oxford University Applied Economics Discussion Paper, No. 207*.
- SPILLER, A. (1990): Marktstrukturen und Marketingstrategien im Europäischen Lebensmittel-Einzelhandel, *Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft*, Universität Duisburg Gesamthochschule, Nr. 124, Duisburg.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (1998): Statistisches Jahrbuch 1998 für die Bundesrepublik Deutschland, Metzler-Poeschel Verl., Stuttgart .
- STATISTIKAAMET (1991): Eesti Statistika Aastaraamat 1990, Tallinn.
- STATISTIKAAMET (1998a): Estonian Statistics of Enterprises 3/97, Tallinn.
- STATISTIKAAMET (1998b): Household's income and expenditure, Tallinn.
- STATISTIKAAMET (1998c): Kaubandus 1997 [Handel 1997]. Detsember, Tallinn.
- STATISTIKAAMET (1998d): Statistical Yearbook of Estonia 1997, Tallinn.
- STATISTIKAAMET (1998e): Trade, Accommodation and Catering 1/98, Tallinn.
- STATISTIKAAMET (1998f): Trade, Accommodation and Catering 2/98, Tallinn.
- STATISTIKAAMET (1999): Statistical Yearbook of Estonia 1999, Tallinn.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1992): Prekyba Lietuvoje 1991 metai [Handel in Litauen im Jahr 1991], Statistikos rinkinys, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1994): Prekyba Lietuvoje 1993 metai [Handel in Litauen im Jahr 1993], Statistikos rinkinys, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1995): Mazmenine prekyba 1994 metais [Einzelhandel im Jahr 1994], Statistikos rinkinys, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1996): Retail trade 1995, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1997): Retail trade 1996, Vilnius.

- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998a): Retail trade 1997, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1998b): Statistical Yearbook of Lithuania 1998, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999a): Didmenines prekybos tyrimas Vidurio Europos salyse 1996 [Großhandelsuntersuchung in mitteleuropäischen Ländern 1996], Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999b): Financial Indicators of Enterprises 1997, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999c): Retail trade and catering, December 1998, Vilnius.
- STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1999d): Statistical Yearbook of Lithuania 1999, Vilnius.
- STEENKAMP, J.-B., AVLONITIS, A., GRUNERT, K. G., TRAILL, W. B., ABEELE, P. V., WEDEL, M., AUDENAERT, A. (1995): Consumer-Led Approach to Foods in the EU: Development of Comprehensive Market-Oriented Strategies Based on Pan-European Segments. Proceedings of the 24th annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Paris, S. 2009-2018.
- STEHMANN, CH. (1993): Lebensmitteleinzelhandel in Osteuropa. Der Übergang von der Planwirtschaft zur Marktwirtschaft, Konstanz.
- TIETZ, B. (1993): Binnenhandelspolitik, 2. Aufl., Franz Vahlen Verl., München.
- TIROLE, J. (1995): Industrieökonomik, R. Oldenburg Verl., München, Wien.
- VINCENZ, V. (1993): Untersuchung der Binnenhandelssysteme und Möglichkeiten ihrer marktwirtschaftlichen Ausgestaltung. Am Beispiel Polen, Tschechische und Slowakische Republik, Ungarn, Russische Föderation und Estland, *Working Paper des Osteuropa-Institutes Nr. 159*, München, Juni 1993.
- WEINBERG, G.-M. (1987): Distribution, in: GEISBÜSCHEL, H. G., WEESER-KRELL, L. M., GEML, R. (Hrsg.): Marketing, Landsberg am Lech, S. 85-93.

ANHANG

Tabelle A: Bedeutung des Handels in den baltischen Volkswirtschaften 1990-1998

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
<i>Estland</i>									
Handelsanteil am BIP, in %	k. A.	7,3	13,5	15,2	13,5	14,8	15,3	15,1	16,2
Beschäftigtenanteil im Handel, in %	7,6	8,1	9,4	11,4	12,7	12,6	13,3	15,0	14,0
Beschäftigte im Handel (1000)	63	66	72	81	88	83	86	90	k. A.
<i>Lettland</i>									
Handelsanteil am BIP, in %	5,5	9,1	11,6	8,5	9,8	11,3	15,3	16,0	17,5
Beschäftigtenanteil im Handel, in %	7,7	8,5	10,3	12,4	13,4	14,1	13,3	14,6	16,2
Beschäftigte im Handel (1000)	109	119	138	155	162	147	136	152	169
<i>Litauen</i>									
Handelsanteil am BIP, in %	4,9	k. A.	8,3	13,7	17,5	17,7	16,8	16,5	16,1
Beschäftigtenanteil im Handel, in %	k. A.	k. A.	9,6	9,7	13,4	12,8	12,7	14,8	14,7
Beschäftigte im Handel (1000)	152	189	193	172	224	211	212	246	243

Quelle: Eigene Berechnung nach LATVIJAS STATISTIKA (1991, 1996a, 1999d); STATISTIKOS DEPARTAMENTAS (1992, 1998e, 1999d); STATISTIKAAMET (1991, 1998d, 1999).

**DISCUSSION PAPERS
DES INSTITUTS FÜR AGRARENTWICKLUNG
IN MITTEL- UND OSTEUROPA (IAMO)**

**DISCUSSION PAPERS
OF THE INSTITUTE OF AGRICULTURAL DEVELOPMENT
IN CENTRAL AND EASTERN EUROPE (IAMO)**

- No. 1 FROHBERG, K., HARTMANN, M. (1997):
Promoting CEA Agricultural Exports through Association Agreements with the EU
- Why is it not working?
- No. 2 FROHBERG, K., HARTMANN, M. (1997):
Comparing Measures of Competitiveness: Examples for Agriculture in the Central
European Associates
- No. 3 POGANIETZ, W.R., GLAUCH, L. (1997):
Migration durch EU-Integration? Folgen für den ländlichen Raum
- No. 4 WEINGARTEN, P. (1997):
Agri-Environmental Policy in Germany - Soil and Water Conservation -
- No. 5 KOPSIDIS, M. (1997):
Marktintegration und landwirtschaftliche Entwicklung: Lehren aus der Wirtschafts-
geschichte und Entwicklungsökonomie für den russischen Getreidemarkt im Trans-
formationsprozeß
- No. 6 PIENIADZ, A. (1997):
Der Transformationsprozeß in der polnischen Ernährungsindustrie von 1989 bis 1995
- No. 7 POGANIETZ, W.R. (1997):
Vermindern Transferzahlungen den Konflikt zwischen Gewinnern und Verlierern in
einer sich transformierenden Volkswirtschaft?
- No. 8 EPSTEIN, D.B., SIEMER, J. (1998):
Difficulties in the Privatization and Reorganization of the Agricultural Enterprises in
Russia
- No. 9 GIRGZDIENE, V., HARTMANN, M., KUODYS, A., RUDOLPH, D., VAIKUTIS, V.,
WANDEL, J. (1998):
Restructuring the Lithuanian Food Industry: Problems and Perspectives
- No. 10 JASJKO, D., HARTMANN, M., KOPSIDIS, M., MIGLAVS, A., WANDEL, J. (1998):
Restructuring the Latvian Food Industry: Problems and Perspectives

- No. 11 SCHULZE, E., NETZBAND, C. (1998):
Ergebnisse eines Vergleichs von Rechtsformen landwirtschaftlicher Unternehmen in Mittel- und Osteuropa
- No. 12 BERGSCHMIDT, A., HARTMANN, M. (1998):
Agricultural Trade Policies and Trade Relations in Transition Economies
- No. 13 ELSNER, K., HARTMANN, M. (1998):
Convergence of Food Consumption Patterns between Eastern and Western Europe
- No. 14 FOCK, A., VON LEDEBUR, O. (1998):
Struktur und Potentiale des Agraraußenhandels Mittel- und Osteuropas
- No. 15 ADLER, J. (1998):
Analyse der ökonomischen Situation von Milchproduktionsunternehmen im Oblast Burgas, Bulgarien
- No. 16 PIENIADZ, A., RUDOLPH, D.W., WANDEL, J. (1998):
Analyse der Wettbewerbsprozesse in der polnischen Fleischindustrie seit Transformationsbeginn
- No. 17 SHVYTOV, I. (1998):
Agriculturally Induced Environmental Problems in Russia
- No. 18 SCHULZE, E., TILLACK, P., DOLUD, O., BUKIN, S. (1999):
Eigentumsverhältnisse landwirtschaftlicher Betriebe und Unternehmen in Rußland und in der Ukraine - Befragungsergebnisse aus den Regionen Nowosibirsk und Shitomir
- No. 19 PANAYOTOVA, M., ADLER, J. (1999):
Development and Future Perspectives for Bulgarian Raw Milk Production towards EU Quality Standards
- No. 20 WILDERMUTH, A. (1999):
What Kind of Crop Insurance for Russia?
- No. 21 GIRGZDIENE, V., HARTMANN, M., KUODYS, A., VAIKUTIS, V., WANDEL, J. (1999):
Industrial Organisation of the Food Industry in Lithuania: Results of an Expert Survey in the Dairy and Sugar Branch
- No. 22 JASJKO, D., HARTMANN, M., MIGLAVS, A., WANDEL, J. (1999):
Industrial Organisation of the Food Industry in Latvia: Results of an Expert Survey in the Dairy and Milling Branches
- No. 23 ELSNER, K. (1999):
Analysing Russian Food Expenditure Using Micro-Data

- No. 24 PETRICK, M., DITGES, C.M. (2000):
Risk in Agriculture as Impediment to Rural Lending – The Case of North-western Kazakhstan
- No. 25 POGANIETZ, W.R. (2000):
Russian Agri-Food Sector: 16 Months After the Breakdown of the Monetary System
- No. 26 WEBER, G., WAHL, O., MEINLSCHMIDT, E. (2000):
Auswirkungen einer EU-Osterweiterung im Bereich der Agrarpolitik auf den EU-Haushalt
- No. 27 WAHL, O., WEBER, G. (2000):
Documentation of the Central and Eastern European Countries Agricultural Simulation Model (CEEC-ASIM Version 1.0)
- No. 28 PETRICK, M. (2000):
Land Reform in Moldova: How Viable are Emerging Peasant Farms? An assessment referring to a recent World Bank study
- No. 29 WEINGARTEN, P. (2000)
Buchbesprechung: BECKMANN, V. (2000): Transaktionskosten und institutionelle Wahl in der Landwirtschaft : Zwischen Markt, Hierarchie und Kooperation
- No. 30 BROSIG, S. (2000)
A Model of Household Type Specific Food Demand Behaviour in Hungary
- No. 31 UVAROVSKY, V., VOIGT, P. (2000)
Russia's Agriculture: Eight Years in Transition – Convergence or Divergence of Regional Efficiency
- No. 32 SCHULZE, E., TILLACK, P., GERASIN, S. (2001)
Eigentumsverhältnisse, Rentabilität und Schulden landwirtschaftlicher Großbetriebe im Gebiet Wolgograd
- No. 33 KIELYTE, J. (2001)
Strukturwandel im baltischen Lebensmittelhandel

Die Discussion Papers sind erhältlich beim Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO).

The Discussion Papers can be ordered from the Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe (IAMO).

