

Wertschöpfung und Margen in Landwirtschaft und nachgelagerten Industrien

Wie haben sich die Margen in den der Landwirtschaft nachgelagerten Lebensmittelverarbeitenden Industrien in den letzten zehn Jahren entwickelt und sind die Margen auf Kosten der Landwirtschaft gewachsen? Welche Auswirkungen hätte eine Grenzöffnung auf die Margen- und Preisentwicklung und welche Massnahmen sollen getroffen werden, damit ein möglichst grosser Anteil des Konsumentenfrankens bei der Landwirtschaft ankommt?

■ Nadja El Benni, Werner Hediger

Dies sind Fragen, die mit dem Projekt «Wettbewerbsfähigkeit Landwirtschaft – nachgelagerte Industrien» im Auftrag des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) vom Zentrum für wirtschaftspolitische Forschung ZWF der HTW Chur untersucht wurden. Mit Hilfe ausgewählter statistischer Verfahren wurden die Entwicklung der Bruttomargen und die Anpassung der Preise zwischen der Landwirtschaft und den nachgelagerten Wertschöpfungsstufen für ausgewählte Fleisch- und Milchprodukte analysiert. Dafür standen Daten der Marktbeobachtung des BLW zur Verfügung. Diese umfassen die Einstandspreise, Nettoeinnahmen und Bruttomargen von Grosshandel, Gastrobranche und Detailhandel für Rind-, Kalb- und Schweinefleisch. Zudem wurden die Produzentenpreise für Milch sowie die Konsumentenpreise für Vollmilch, Fruchtjoghurt, Gruyère und Emmentaler untersucht.

Margenentwicklung bei Fleisch und Milchprodukten

Für Rind-, Kalb- und Schweinefleisch kann zwischen 2000 und 2013 ein signifikanter Anstieg in den Bruttomargen in den Sparten Grosshandel und Detailhandel festgestellt werden, was entweder durch einen Preisanstieg aufseiten der nachgelagerten Wertschöpfungsstufen oder durch Kosteneinsparung begründet ist. Im Gegensatz dazu sanken die Bruttomargen in der Gastrobranche, was auf einen starken Wettbewerbsdruck hindeutet. Ebenfalls sind die Bruttomargen des Detailhandels für alle untersuchten Milchprodukte seit 2000 signifikant gesunken.

Insgesamt deuten die empirischen Ergebnisse nicht darauf hin, dass die Margen der nachgelagerten Industrien auf Kosten der Landwirtschaft gewachsen sind. Sowohl die Produzentenpreise als auch die Preise der nachgelagerten Industrien haben sich gleichläufig zueinander entwickelt. Die Datenlage erlaubt jedoch keine Aussagen über die Nettomargen, da Informationen zu Kostenentwicklungen auf den entsprechenden Stufen fehlen.

Wettbewerb in der Ernährungsbranche

Ein funktionierender Wettbewerb zeichnet sich unter anderem dadurch aus, dass Preissignale ohne Verzögerung zwischen den Produzierenden und Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben werden. Mit ökonometrischen Modellen wurde untersucht, ob Asymmetrie in der Preisanpassung zwischen der Landwirtschaft und den nachgelagerten Wertschöpfungsstufen vorliegt; d.h. ob Preiserhöhungen bzw. Preissenkungen mit unterschiedlicher Geschwindigkeit zwischen den verschiedenen Wertschöpfungsstufen weitergegeben werden.

Weder für Fleisch noch für Milch konnte mit den zur Verfügung stehenden Daten eine Asymmetrie in der Preistransmission festgestellt werden. Es liegt daher keine empirische Evidenz vor, welche auf ein wettbewerbsverzerrendes Verhalten der nachgelagerten Industrien gegenüber den landwirtschaftlichen Produzentinnen und Produzenten schliessen lassen würde.

Marktsegmentierung im Wettbewerb

Mithilfe einer komparativstatischen mikroökonomischen Analyse wurde der Einfluss einer Grenzöff-

Margenentwicklung für Fleisch und Milchprodukte

Bruttomarge in verschiedenen Vermarktungskanälen

	2000–2013	2005–2013
Rindfleisch		
Grosshandel	↗	↗
Gastrobranche	–	ns
Detailhandel	↗	↗
Kalbfleisch		
Grosshandel	↗	↗
Gastrobranche	–	↘
Detailhandel	↗	ns
Schweinefleisch		
Grosshandel	↗	ns
Gastrobranche	–	↘
Detailhandel	↗	↘

Bruttomarge Detailhandel 2000–2013

Milchprodukte	
Joghurt	↘
Vollmilch	↘
Emmentaler	↘
Gruyère	↘

ns: nicht signifikant

Quelle: Zentrum für wirtschaftspolitische Forschung

nung auf die Landwirtschaft und die nachgelagerten Industrien untersucht. Dabei ist das Verhalten der Marktakteure im Wettbewerb von besonderer Bedeutung.

Die im schweizerischen Detailhandel bereits verfolgte Strategie der Produktdifferenzierung schafft für die einzelnen Akteure im Detailhandel ein Umfeld monopolistischer Konkurrenz. Diese erlaubt es dem Detailhandel, höhere Preise zu setzen und die Zahlungsbereitschaft der Konsumentinnen und Konsumenten für Premiumprodukte abzuschöpfen. Dies ist möglich, solange diese bereit sind, einen höheren Preis für bestimmte Produkte(eigenschaften) zu bezahlen. Auf diese Weise entstehen sog. Quasi-Monopolrenten.

Ein wettbewerbspolitisch motiviertes Eingreifen des Staates ist aber nicht zwingend gerechtfertigt, da auch unter monopolistischer Konkurrenz Wettbewerb herrscht.

Auswirkungen einer Grenzöffnung

Generell dürfte eine Marktöffnung zu sinkenden Preisen für importierte Produktionsmittel führen, was sinkende Grenzkosten in der landwirtschaftlichen Produktion und damit – in Kombination mit dem wegfallenden Grenzschutz für landwirtschaftliche Produkte – sinkende Produzenten- und Konsumentenpreise mit sich bringen dürfte.

Im Standard-/Tiefpreissegment kann davon ausgegangen werden, dass der internationale Konkur-

renzdruck zu sinkenden Produzenten- und Konsumentenpreisen führen wird. In der Folge ist eine zunehmende Verlagerung der einheimischen Produktion und Verarbeitung in das Hochpreissegment mit differenzierten Produkten zu erwarten, die sich beispielsweise durch besondere Eigenschaften wie Bio oder Regionalität auszeichnen. In diesem Premiumsegment führt die monopolistische Konkurrenz kurzfristig zu höheren Konsumentenpreisen und Margen als im Standardsegment. Längerfristig sind aber auch in diesem Segment Weiterentwicklungen erforderlich, da aufgrund zunehmender Markteintritte bei einem Stillstand auch im Premiumsegment mit sinkenden Konsumentenpreisen zu rechnen ist.

Handlungsoptionen zur Erhöhung der Margen in der Landwirtschaft

Handlungsoptionen, welche die Margen in der Landwirtschaft erhöhen können, bestehen a) in der Unterstützung einer vertikalen Integration der Landwirte in die nachgelagerten Stufen der jeweiligen Wertschöpfungsketten und b) in der strikten Verfolgung einer Produktdifferenzierungsstrategie in Premiumsegmente. Letzteres führt zu einem Anstieg der Margen der gesamten Wertschöpfungskette. Gleichzeitig sinkt jedoch, trotz Preisprämien und höheren Produzentenpreisen, der prozentuale Anteil der Landwirtschaft an der gesamten Wertschöpfung. Dies liegt daran, dass bei stärker differenzierten Produkten ein zunehmend grösserer Teil der totalen Wertschöpfung durch die nachgelagerten Industrien in Form von Quasi-Monopolrenten abgeschöpft wird. Durch eine vertikale Integration entsteht die Möglichkeit, dass die Landwirte unmittelbar von der höheren Wertschöpfung profitieren.

Der vollständige Bericht steht zum Download zur Verfügung auf: www.htwchur.ch/zwf

Kontakt: Werner Hediger

Leiter

Zentrum für wirtschaftspolitische Forschung ZWF

Tel. 081 286 37 33

werner.hediger@htwchur.ch

