

Preisbeziehungen auf Märkten der Agrar- und Ernährungswirtschaft

Carsten Steinhagen, M.Sc.

1. Berichterstatter: Prof. Dr. Jens-Peter Loy

Die im Zuge der Agrarreformen reduzierte Preisstützung und die gestiegenen Volatilität der Preise haben insbesondere auf dem Milchmarkt zu einer verstärkten Diskussion um Preisanpassungen durch den Lebensmitteleinzelhandel geführt. Die hohe Konzentration der Einzelhändler und die daraus resultierende Verhandlungsposition sind immer wieder Kern dieser Diskussionen. Ein häufiger Verdacht ist, dass diese Position ausgenutzt wird und insbesondere Preissenkungen nur verzögert und unvollständig weitergegeben werden (asymmetrische Preistransmission). Erzeugerverbände beklagen, dass der hohe Druck auf die Preise die Auswirkungen der reduzierten Preisstützung verschärft und zu zusätzlichen Erlösrückgängen beiträgt. Verbraucherschutzorganisationen hingegen fordern eine schnellere Anpassung an sinkende Produkteinstiegspreise. Discounter stehen häufig im Mittelpunkt dieser Diskussionen, da sie insbesondere auf dem Milchmarkt hohe Marktanteile haben und ihrer Preissetzung häufig Signalwirkung unterstellt wird.

Die vorliegende Dissertation verfolgt zwei Fragestellungen. Die erste Fragestellung adressiert die Preistransmission zwischen Molkereiabgabepreisen und Verbraucherpreisen im Lebensmitteleinzelhandel. Die zweite Fragestellung adressiert die Auswirkungen der Reform der gemeinsamen Marktordnung für Milch auf den Milchzahlungspreis und die Erlöse der Milcherzeuger. Diese Fragestellungen werden in vier verschiedenen Beiträgen empirisch untersucht.

Die Untersuchungen in den Kapiteln 2 und 3 untersuchen die Preistransmission bei Konsummilch und Butter und berücksichtigen dabei produkt- und geschäftsspezifische Unterschiede. Es können signifikante Asymmetrien in der Preisanpassung gezeigt werden. Aufgrund von Preisänderungen im Verhältnis zu große Margen werden langsamer an ein langfristiges Gleichgewicht angepasst als zu kleine Margen. Produktspezifisch lässt sich zeigen, dass bei Handelsmarken schnellere Anpassungen an die durchschnittliche Marge stattfinden als bei anderen Produkten. Die Unterschiede zwischen Geschäftsformaten sind dabei gering. Geschäftsspezifisch wird deutlich, dass Discounter auf einem geringeren Preisniveau anbieten und bei Preisanpassungen eine geringe Toleranz gegenüber Abweichungen vom langfristigen Gleichgewicht besitzen. Eine genauere Betrachtung der Asymmetrien zeigt, dass diese die Preisanpassungen erst bei relativ großen Preisänderungen beeinflussen. Dies gilt insbesondere für relativ starke Marken. Diese operieren insgesamt mit hohen Margen und langsameren Preisanpassungen. Folgt man der Hypothese, dass starke Marken Marktmacht besitzen, lässt sich ein Zusammenhang zwischen Marktmacht und asymmetrischen Preisanpassungen nicht zeigen.

In einem Exkurs auf den österreichischen Tankstellenmarkt in Kapitel 4 wird die Preistransmission zwischen dem Rohöl- und dem Dieselpreis an Tankstellen untersucht. Charakteristika der räumlichen Anordnung der einzelnen Tankstellen dienen in diesem Beitrag als Indikatoren für den Einfluss lokaler Marktmacht. Für diese Indikatoren lässt sich ebenfalls kein Zusammenhang zum Umfang beobachteter Asymmetrien zeigen. Vielmehr zeigt sich, dass Tankstellen mit geringer Konkurrenz höhere Margen durchsetzen können und Abweichungen der Preise langsamer anpassen werden.

Die zweite Fragestellung wird in Kapitel 5 adressiert, in dem die Auswirkungen der Reform der gemeinsamen Marktordnung für Milch auf den Milchzahlungspreis untersucht werden. Die durchgeführten Analysen zeigen, dass die Preisstützung mittels Exporterstattungen einen signifikanten Einfluss auf die Preisentwicklung im Inland hat und bei der Beurteilung der Auswirkungen der Reform berücksichtigt werden sollte. Die in dem Beitrag gestellte Frage nach dem Umfang der Kompensation von Landwirten für im Zuge der Reform gesunkene Milchpreise kann dahingehend beantwortet werden, dass diese in dem betrachteten Zeitraum nicht vollständig kompensiert wurden.