

Preissetzungsverhalten im Lebensmitteleinzelhandel

– eine empirische Analyse –

Dissertation

Dipl. agr. oec. Eike Christian Schmedes

Kurzfassung

Die Preise stellen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) nicht nur für den Konsumenten, sondern insbesondere für den Entscheidungsträger eine bedeutende Variable dar. Bei gegebenen Einstandspreisen bestimmen die Umsätze den Gewinn. Preisentscheidungen müssen in einer komplexen Situation unter Berücksichtigung vieler Artikel und unter variierenden Wettbewerbsbedingungen sowie im Detail unbekanntem Käuferverhalten getroffen werden. Ein Modell der theoretisch optimalen Preisentscheidung kann nicht ohne das Treffen vereinfachender Annahmen bestimmt werden.

Ziel der Untersuchung ist die Herausarbeitung der personellen und organisatorischen Preisbestimmung im LEH sowie die Identifikation der Entscheidungsträger. Ein wichtiges Augenmerk wurde auf die Ausarbeitung jener Kriterien gelegt, anhand derer Preisentscheidungen in der Praxis getroffen werden. Der zentrale Beitrag der vorliegenden Arbeit liegt darin, die Einflussfaktoren und Ausprägungen der realen Preisentscheidung aufzuzeigen und das Preissetzungsverhalten im LEH zu analysieren. Der Handlungsrahmen, dem sich die Entscheidungsträger in ihren betriebswirtschaftlichen Entscheidungen gegenübersehen, wird aufgezeigt und empirisch überprüft.

Als Datengrundlage dient eine hierzu durchgeführte empirische Untersuchung, die einerseits Preisdaten einer Querschnittsanalyse analysiert und andererseits qualitative Aussagen einer Expertenbefragung in Geschäften und Handelsunternehmen des LEH berücksichtigt.

Die Analyse der Preisgestaltung in den Geschäften, Vertriebslinien und Unternehmen des LEH anhand zweier Warenkörbe ergab signifikante Preisunterschiede. Diese sind durch die Höhe der Handlungskosten und die Betriebsgröße gemessen am Umsatz zu erklären. Ein signifikanter Einfluss der Intensität des Wettbewerbsumfeldes auf die Höhe des Preisniveaus ist nachgewiesen worden. So werden an Standorten mit geringerer Wettbewerbsintensität höhere Handelsspannen und folglich höhere Preise realisiert. Wesentliche Einflussfaktoren auf die Zentralität der Preisentscheidung sind die Selbständigkeit und die Betriebsgröße.

Der preispolitische Handlungsrahmen und der Ablauf der Preisentscheidung werden vorrangig durch die Deckung der Handlungskosten bestimmt. Die Orientierung am Kundenverhalten sowie am Wettbewerb stellen diesbezüglich zweitrangige Kriterien dar und finden in unterschiedlichem Ausmaß in der Preisentscheidung ihre Berücksichtigung. Differenzierte Angebote der Händler und unvollkommene Preisinformation der Verbraucher ermöglichen dabei in den Geschäften Preisdifferenzierungen hinsichtlich einiger Produkte.