

Angebotsmacht durch Größe? Molkereien auf Wachstumskurs

A. Hildenbrand und R. Kühl¹

Abstract - Im Juni 2008 leitet das Bundeskartellamt eine Sektoruntersuchung der Milchwirtschaft ein. Anlass ist die Vermutung, dass der Wettbewerb in Teilen der Wertschöpfungskette Milch nicht funktioniert. Die Vermutung, dass die Lebensmitteleinzelhändler über Nachfragemacht gegenüber den Molkereien verfügen, bestätigt sich weitgehend. Die Monopolkommission kommt in ihrem aktuellen Hauptgutachten zu einem ähnlichen Ergebnis. Wir untersuchen, inwieweit die Machtverteilung zwischen den Molkereien und den Lebensmitteleinzelhändlern von den Akteuren selbst beeinflusst werden kann. Im Zentrum der Untersuchung steht die Frage, ob die Molkereien der Nachfragemacht der Lebensmitteleinzelhändler mit Größe entgegentreten können.

EINLEITUNG

Im Januar 2007 beschließt der Bundesverband Deutscher Milchviehhalter (BDM), ein Interessenvertreter der Milcherzeuger mit etwa 30.000 Mitgliedern, die gemeinsam rund 45 Prozent der in Deutschland erzeugten Milchmenge repräsentieren, ab Oktober einen Mindestmilchauszahlungspreis in Höhe von 40 Cent (pro Kilogramm Milch) von den Molkereien zu fordern. Eine Einigung kommt nicht zustande. Der durchschnittliche Milchauszahlungspreis im Jahr 2007 ist 34 Cent.

Im April 2008 fällt der Milchauszahlungspreis drastisch. Mit großer Mehrheit sprechen sich die Mitglieder des BDM für einen Milchlieferstopp aus. Vom 26. Mai bis zum 5. Juni werden die meisten Molkereien nicht vollumfänglich beliefert. Viele Molkereien werden blockiert. Ab Juni steigt der Milchauszahlungspreis wieder. Der durchschnittliche Milchauszahlungspreis im Jahr 2008 ist 35 Cent.

Was ist passiert? Vordergründig ist es zu einem Konflikt zwischen den Milcherzeugern und den Molkereien gekommen. Hintergründig hat es sich um mehr gehandelt: nämlich um die Machtverteilung zwischen den Molkereien und den Lebensmitteleinzelhändlern (LEH). Dem Verfall des Milchauszahlungspreises sind Preiszugeständnisse der Molkereien an die LEH vorangegangen. Der Beendigung des Milchlieferstopps sind Preiserhöhungen der LEH vorausgeeilt. Während des Milchlieferstopps hat nicht nur der BDM, sondern auch der Deutsche Bauernverband (DBV) versucht, die Molkereien zu drängen, ihre Verträge mit den LEH aufzulösen. Der DBV hat

überdies angeregt, dass eine „koordinierte Verhandlungsgruppe von Molkereien“ die neuen Verhandlungen mit den LEH führt (Bundeskartellamt, 2008: 6).

Mit seiner Anregung zielt der DBV auf die Gewinnung von Angebotsmacht durch Größe ab. Ob die Molkereien der Nachfragemacht der LEH mit Größe entgegentreten können, untersuchen wir mit dem Instrumentarium der Institutionenökonomik.

VORGEHENSWEISE

Wohingegen das Konzept der Angebotsmacht eindeutig ist, ist das Konzept der Nachfragemacht nicht wohldefiniert. Angebotsmacht liegt dann vor, wenn ein Anbieter die Fähigkeit besitzt, den Marktpreis durch seine Angebotsentscheidung beeinflussen zu können. Diese Definition ist so allgemein, dass sie umgedreht werden kann (vgl. Blair und Harrison, 1993): Nachfragemacht liegt dann vor, wenn ein Nachfrager die Fähigkeit besitzt, den Marktpreis durch seine Nachfrageentscheidung beeinflussen zu können. Hiernach zeigt sich die Ausübung von Nachfragemacht in einer Reduktion der Beschaffungsmenge, um den Preis auf dem Beschaffungsmarkt zu senken.

Neben der Definition der *Nachfragemacht als Marktmacht* bietet Coase (1988: 114) eine weitere Definition an: *Nachfragemacht als Verhandlungsmacht* in bilateralen Handelsbeziehungen zwischen Anbietern und Nachfragern. Für Inderst und Wey (2008) stellt diese Definition den geeigneten Analyserahmen für die Untersuchung von Nachfragemacht dar. Wohingegen mit dem Marktmacht-Analyserahmen nur dort gearbeitet werden kann, wo ein Gut zu einem einheitlichen Preis gehandelt wird, kann der Verhandlungsmacht-Analyserahmen auch dort benutzt werden, wo der Preis von einem Gut individuell ausgehandelt wird. Damit eignet sich der Verhandlungsmacht-Analyserahmen vor allem zur Untersuchung der Handelsbeziehung zwischen den Herstellern von Herstellermarken und den LEH. Nachfragemacht manifestiert sich in der Vorzugsbehandlung eines Nachfragers. Wird kein Nachfrager bevorzugt behandelt, liegt keine Nachfragemacht im Sinn von Verhandlungsmacht vor: Das Gut wird zu einem einheitlichen Preis gehandelt. Möglicherweise liegt dann Nachfragemacht im Sinn von Marktmacht vor. Das gilt auch für Angebotsmacht.

Jede bilaterale Verhandlung besteht aus zwei Teilen. Der eine Teil betrifft die Ausgestaltung der realen Leistung (der Menge mit einer bestimmten Qualität), und der andere Teil betrifft die Aufteilung der monetären Rente (des gemeinsamen Gewinns).

¹ Andreas Hildenbrand und Rainer Kühle arbeiten am Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Justus-Liebig-Universität Gießen, Senckenbergstraße 3, 35390 Gießen, Germany (andreas.hildenbrand@agrar.uni-giessen.de, rainer.kuehl@agrar.uni-giessen.de).

Die Aufteilung des Gesamtgewinns wird durch die sogenannten Drohpunkte der Verhandlungspartner determiniert. Der Drohpunkt eines Verhandlungspartners entspricht dem Gewinn, der im Fall eines Scheiterns der Verhandlungen maximal erzielt werden kann. Die Differenz zwischen dem gemeinsamen Gewinn und den summierten Drohpunkten ist der Rest des Gesamtgewinns, über den verhandelt werden kann. Wenn unterstellt wird, dass die Verhandlungspartner diesen Rest hälftig unter sich aufteilen, dann erhält der Verhandlungspartner mit dem höheren Drohpunkt den größeren Anteil am gemeinsamen Gewinn. Da sich die Verhandlungsmacht unter dieser Annahme nur aus der Attraktivität der besten Alternativen speist, kann die Machtverteilung zwischen den Molkereien und den LEH untersucht werden, indem auf die Drohpunkte abgestellt wird. Dieser Ansatz ist weitverbreitet (vgl. auch Wey, 2011). Er wird hier verwendet.

ERSTE ERGEBNISSE

Die Höhe der Drohpunkte hängt im Allgemeinen von zwei drei Faktoren ab, die im Speziellen überprüft werden müssen. Der erste Faktor ist die *Größe der Verhandlungspartner*. Verursacht die Belieferung von großen Nachfragern weniger Kosten als die Belieferung von kleinen Nachfragern, hat der größte Nachfrager die beste Verhandlungsposition. Ist ein Nachfrager so groß, dass die Anbieter auf ihn angewiesen sind, wird die Verhandlungsposition der Anbieter geschwächt: Der Nachfrager fungiert als „Türsteher“.

Der zweite Faktor ist die *Substituierbarkeit der Produkte*. Die Verhandlungsposition der Anbieter wird weiter geschwächt, wenn die Produkte der Anbieter homogene Güter sind: Der Nachfrager hat gute Substitutionsmöglichkeiten. In diesem Licht erscheint die Differenzierung der Produkte lohnend für die Anbieter. Eine Produktdifferenzierung ist aber mit Kosten verbunden. Zudem kann sich die Türsteher-Problematik verschärfen, wenn die Vertriebskanäle mit zunehmender Produktdifferenzierung enger werden. Es erscheint möglich, der Türsteher-Macht eines Nachfragers mit Größe entgegenzutreten zu können: Der Anbieter ist dann unentbehrlich, wenn die Nachfrager auf ihn angewiesen sind.

Der dritte Faktor ist die *Spezifität der Investitionen* (vgl. hierzu Williamson 1990: 34–37, 60–64). Eine Investition ist dann spezifisch, wenn der Produktionsfaktor, in den investiert wird, für eine bestimmte Verwendung vorgesehen und der Wert der Investition in jeder anderen Verwendung geringer ist. Investiert ein Anbieter transaktionsspezifisch, bindet er sich an die Transaktion. Einerseits kann eine solche Investition die Verhandlungsposition des Anbieters schwächen. Andererseits kann die Wirkung symmetrisch sein: Der Nachfrager verfügt über keine andere Bezugsquelle, die so günstig ist. Im Übrigen ist denkbar, dass nicht nur der Anbieter, sondern auch der Nachfrager transaktionsspezifisch investiert.

Investiert eine Molkerei in die Herstellung einer Marke, bindet sie sich an die LEH. Handelt es sich bei der Herstellermarke um eine Marke, die für die LEH unentbehrlich ist, stärkt die Investition die Verhandlungsposition der Molkerei. Verliert die Marke an Bedeutung, wird die Verhandlungsposition ge-

schwächt. Ist die Marke entbehrlich, unterscheidet sich die Verhandlungsposition der Molkerei nicht von der Verhandlungsposition eines Herstellers von Handelsmarken.

Da ein Hersteller von Handelsmarken nicht in die Marken investiert, kann er im Vergleich zu einem Hersteller einer Herstellermarke die LEH leichter umgehen. Wegen der begrenzten Kapazität zur Aufnahme von Molkereiprodukten der Industrieunternehmen und Großverbraucher ist die Flexibilität der Hersteller von Handelsmarken ebenso begrenzt. Exporte sind nur dann ein Ausweichmöglichkeit, wenn die Molkereien im Ausland nicht auch auf deutsche LEH treffen. Überdies lassen kurze Mindesthaltbarkeiten große Transportentfernungen nicht immer zu. Kurz- bis mittelfristig kann von fehlenden zusätzlichen Ausweichmöglichkeiten, die wirtschaftlich sind, ausgegangen werden. (Mittel- bis langfristig ist das womöglich anders.)

Es sind diese fehlenden zusätzlichen Ausweichmöglichkeiten, die die Verhandlungsposition der LEH stärken: Für die Molkereien sind die LEH zentral. Umgekehrt ist das nicht der Fall: Für die LEH sind die Molkereien dezentral. Es erscheint daher fraglich, ob die Molkereien der Nachfragemacht der LEH allein mit Größe entgegentreten können.

AUSBLICK

Wären aber nur große Molkereien in der Lage, unentbehrliche Marken herzustellen, würde Größe eine notwendige Voraussetzung für die Stärkung der Verhandlungsposition der Molkereien. Hinreichend wäre Größe jedoch nicht. Einerseits könnte dieser Zusammenhang den Konzentrationsprozess bei den Molkereien erklären. Andererseits sind es oft die großen Molkereien, die keine bedeutenden Marken herstellen.

Betrachten wir nochmals die Anregung des DBV, die Verhandlungsposition der Molkereien durch eine „koordinierte Verhandlungsgruppe“ zu stärken. Das Markenbildungsargument scheidet hier aus. Kurz- bis mittelfristig fehlen Alternativen. Ferner steht das Kartellrecht der Bildung einer Verhandlungsgruppe, die alle Molkereien beinhaltet, entgegen. Angebotsmacht allein durch Größe? Wir sind eher skeptisch.

LITERATUR

- Blair, R. und Harrison, J. (1993). *Monopsony*. Princeton: Princeton University Press.
- Bundeskartellamt (2008). *Beschluss in dem Verwaltungsverfahren Bundesverband Deutscher Milchviehhalter*. Bonn: Bundeskartellamt.
- Coase, R. (1988). *The Firm, the Market, and the Law*. Chicago: University of Chicago Press.
- Inderst, R. und Wey, C. (2008). Die Wettbewerbsanalyse von Nachfragemacht aus verhandlungstheoretischer Sicht. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik* 9(4):465–485.
- Wey, C. (2011). Nachfragemacht im Handel. *Ordnungspolitische Perspektive* 21. Düsseldorf: Institut für Wettbewerbsökonomie, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.
- Williamson, O. (1990). *Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus*. Tübingen: Mohr Siebeck.