

Preisbildung im Pferdemarkt - Realisierbarkeit von Internetauktionen für Fohlen

Stephanie Pigisch, Karin Hartung und Enno Bahrs¹

Abstract – Die Auktion stellt einen wesentlichen Preisbildungsmechanismus im Pferdemarkt dar. Ziel der Untersuchung war es, die preisbestimmenden Produktattribute im Teilmarkt für Fohlen anhand einer statistischen Auswertung von Ergebnissen Baden-Württemberger Fohlenauktionen zu ermitteln und darauf aufbauend, die Durchführbarkeit von Fohlenauktionen im Internet zu erörtern. Nur ein Teil der untersuchten Eigenschaften zeigte einen signifikanten Einfluss auf den Verkaufspreis. Dies weist darauf hin, dass weitere nicht beschreibbare Faktoren kaufentscheidend und preisbestimmend sind. Diese emotionalen, individuellen Aspekte sowie die Schwierigkeit der Qualitätsbeurteilung bestimmter Attribute über das Internet stellen das größte Hemmnis für die Realisierbarkeit von Internetauktionen dar. Handelspartner im Fohlenmarkt werden daher vermutlich weiterhin die klassischen Vermarktungswege bevorzugen.

EINFÜHRUNG

Der Pferdemarkt ist aufgrund der vielfältigen Verwendungszwecke des heterogenen Produkts Pferd komplex und vielschichtig. Es lassen sich Teilmärkte für Fohlen, Junghengste, Reitpferde (Sportpferde bzw. Freizeitpferde) und Zuchtstuten abgrenzen, die durch verschiedene Anforderungen der Käufer an die Produkteigenschaften gekennzeichnet sind.

Aufgrund von Qualitätsunterschieden in den preisbestimmenden Produktattributen sind die Unterschiede in den realisierten Preisen beim Pferdeverkauf sehr groß. Die Preisspanne zwischen Qualitätsprodukten und Pferden geringerer Qualität vergrößert sich zunehmend. Neben den Qualitätsunterschieden in den Produkteigenschaften sind jedoch auch subjektive Aspekte ausschlaggebend und tragen zur Preisbildung bei, da Pferde nicht nur als Wirtschaftsgüter, sondern auch als Konsumgüter oder Liebhaberobjekte gekauft werden. Diese subjektiven Erwägungen sind individuell und daher nicht eindeutig zu ermitteln (Schneider, 2008).

Die vorherrschenden Handelsformen im Pferdemarkt sind bilateraler Handel und Auktionen. Letztere werden vorrangig bei der Vermarktung von vorselektierten Fohlen, Junghengsten und Sportpferden eingesetzt. Da es sich um einzigartige Güter handelt, für die gerade im hochqualitativen Segment die Zahlungsbereitschaft der Käufer nicht bekannt ist, stellt die englische Auktion einen adäquaten Mechanismus zur Offenbarung der Wertschätzungen und damit Preisbildung dar (Wolfstetter, 1996).

Mit der Internettechnologie und der Entwicklung des world wide web entstanden Internetauktionsplattformen mit stark wachsendem Handelsvolumen (Lucking-Reiley, 2000). Die zunehmende Bedeutung der Auktionsabwicklung über das Internet wirft die Frage auf, ob auch Auktionen im Pferdemarkt über spezielle Auktionsplattformen im Internet durchgeführt werden können. Eine Besonderheit des Produkts Pferd, verglichen mit anderen über Internetauktionen verkauften Produkten, sind die vielen wesentlichen, schwer über das Internet vermittelbaren Produkteigenschaften. Die Realisierbarkeit von Internetauktionen – beschränkt auf den Teilmarkt für Fohlen – wird im Rahmen dieses Beitrags dargelegt. Um die ökonomisch relevanten Produktattribute im Fohlenmarkt zu ermitteln und basierend hierauf die Durchführbarkeit von Fohlenauktionen im Internet zu diskutieren, wurden die Ergebnisse Baden-Württemberger Fohlenauktionen der Jahre 2002-2009 statistisch ausgewertet.

VORGEHENSWEISE

Als Datengrundlage für die statistische Analyse standen die Auktionsdaten der Fohlenauktionen in Riedlingen und Fronhofen der Jahre 2002-2009 des Pferdezuchtverbandes Baden-Württemberg e.V. zur Verfügung. Der Datensatz umfasste 627 Warmblutfohlen, die bei den genannten Auktionen einen Zuschlag erhalten hatten. In einer multifaktoriellen Varianzanalyse wurde der Einfluss der Variablen Auktionsjahr, Auktionsort, Geschlecht, Alter in Tagen, Farbe, Fohlenbewertung und Abstammung (Vater) auf den Verkaufspreis untersucht. Die Variable Vater wurde als zufälliger Effekt, alle weiteren Variablen als feste Effekte getestet. Die Fohlenbewertung ging dabei in drei verschiedenen Varianten in die Analyse ein: in Form der vier Einzelbewertungskriterien Typ, Gebäude und Korrektheit, Bewegungsablauf und Gesamteindruck, in Form der Gesamtpunktzahl als Summe der Wertnoten der Einzelbewertungskriterien oder in Form der unterschiedlichen Plaketten, die anhand der Gesamtpunktzahl vergeben wurden. Für jede dieser Varianten wurde eine eigene Varianzanalyse mit dem Statistikprogramm SAS 9.2 und der Prozedur MIXED durchgeführt. Zur Erzielung der Voraussetzungen der Varianzhomogenität und Normalverteilung der Residuen wurden die Verkaufspreise mit dem natürlichen Logarithmus transformiert. Im Signifikanztest mit $P < 0,5$ angegebene Einflussfaktoren wurden mittels multipler Mittelwertvergleiche weitergehend analysiert. Dazu wurden adjustierte Mittelwerte

¹ S. Pigisch, K. Hartung und E. Bahrs, Universität Hohenheim, (stephanie.pigisch@uni-hohenheim.de).

(least square means, LSM) berechnet, deren paarweise Differenzen auf Signifikanz untersucht wurden.

ERGEBNISSE UND DISKUSSION

Die Varianzanalyse des Datensatzes zeigte, dass die Interaktion aus Auktionsjahr und Auktionsort sowie je nach Analysemodell die beiden Einzelbewertungskriterien Gebäude / Korrektheit und Bewegungsablauf bzw. die Gesamtpunktzahl bzw. die Plakette den Verkaufspreis signifikant beeinflussten. In Tabelle 1 sind die logarithmierten LSM-Werte sowie die rücktransformierten LSM-Werte in Euro aufsteigend für die einzelnen Klassen der signifikanten Einflussfaktoren dargestellt. Der mit „Jahr*Ort“ beschriebene Effekt testete die Interaktion zwischen Auktionsjahr und Auktionsort in der Beeinflussung der Zielvariable. Das Preisniveau am Auktionsort Riedlingen war signifikant höher als das in Fronhofen. Fohlen mit besserer Fohlenbewertung erzielten höhere Preise. Dies galt jedoch nur für zwei der vier Einzelbewertungskriterien, die mit Wertnoten zwischen 6 (befriedigend) und 10 (ausgezeichnet) bewertet wurden. Deutlich war dieses Ergebnis für die Gesamtpunktzahl, die als Summe der Einzelnoten Werte von 27 bis 37 Punkte annahm, sowie für die mit steigender Gesamtpunktzahl vergebene Anerkennungs-, Bronze-, Silber- bzw. Gold-Plakette. Der als zufälliger Effekt getestete Einfluss des Vaters auf den Verkaufspreis war signifikant; keinen Einfluss hatten die Variablen Geschlecht, Alter, Farbe, Typ und Bewegungsablauf. Der insgesamt geringe Anteil signifikanter Einflussfaktoren bezüglich der gesamten untersuchten Parameter deutet darauf hin, dass nicht nur beschreibbare Variablen die Kaufentscheidung und den Preis beeinflussten. Diese Schlussfolgerung ist für die Durchführbarkeit von Internetauktionen für Fohlen bedeutend.

Das Internet wird im Pferdemarkt aktuell vorrangig als Informationsmedium eingesetzt, es existieren nur wenige Auktionsplattformen mit einer verschwindend geringen Anzahl angebotener Pferde. Für Fohlen sind derartige Auktionen in dezentraler Organisation ähnlich der Auktionsplattform eBay mit großer Wahlfreiheit des Verkäufers bezüglich der Auktionsparameter Zeitpunkt, Dauer, Startpreis und eventuell geheimer Reservationspreis vorstellbar. Allerdings ist auch die zentrale Durchführung und zeitlich konzentrierte Abwicklung durch Organisationen wie Zuchtverbände oder Gestüte denkbar. Eine detaillierte Beschreibung der Produkteigenschaften und Angabe aller verfügbaren Informationen ist unabhängig von der Organisationsform unerlässlich. Vorteilhaft an der Durchführung von Fohlenauktionen im Internet wären deutliche Transaktionskostensparnisse und die weltweite Verfügbarkeit für eine enorme Anzahl potentieller Kunden. Problematisch ist die Unsicherheit in der Qualitätsbeurteilung der angebotenen Fohlen durch die fehlende Inaugenscheinnahme. Dies betrifft insbesondere Produktattribute wie das Interieur, die über das Internet schwierig darzustellen sind. Wie durch die Ergebnisse der vorliegenden statistischen Auswertung angedeutet, spielen nicht nur beschreibbare Attribute bei der Kaufentscheidung und Preisfindung eine Rolle. Individuelle, emotionale Aspekte, die über das Inter-

net schlecht transportiert werden können sind zusätzlich bedeutsam.

Tabelle 1. LSM-Werte der signifikanten Einflussfaktoren.

Einflussfaktor	Klasse	LSM	Standardfehler	LSM (Euro)
Jahr*Ort	2004 F	7,4633	0,0813	1743
	2002 F	7,5118	0,0817	1830
	2005 F	7,6979	0,0880	2204
	2003 F	7,7421	0,0808	2303
	2009 F	7,8460	0,0819	2556
	2006 F	7,8871	0,0900	2663
	2007 F	7,9415	0,0850	2812
	2008 F	7,9685	0,0838	2889
	2004 R	8,0891	0,0768	3259
	2005 R	8,1698	0,0801	3533
	2002 R	8,1820	0,0797	3576
	2009 R	8,2377	0,0834	3781
	2006 R	8,2461	0,0807	3813
	2003 R	8,2498	0,0798	3827
	2007 R	8,2915	0,0817	3990
	2008 R	8,3136	0,0788	4079
Wertnote	7	7,8893	0,0724	2669
Gebäude und Korrektheit	8	7,9446	0,0599	2820
	9	8,1357	0,0720	3414
Wertnote Bewegungsablauf	6	7,8354	0,2466	2529
	7	7,8707	0,0439	2619
	8	7,9191	0,0278	2749
	9	8,0323	0,0324	3079
	10	8,2918	0,1487	3991
Gesamtpunktzahl (Summe aus vier Einzelwertnoten)	27	7,6317	0,3564	2063
	28	7,7278	0,1503	2271
	30	7,7585	0,0950	2341
	29	7,7914	0,0984	2420
	31	7,7988	0,0428	2438
	32	7,8787	0,0301	2640
	33	7,9214	0,0315	2756
	34	8,0053	0,0316	2997
	35	8,1037	0,0616	3307
	36	8,1854	0,0829	3588
	37	8,5856	0,3368	5354
Plakette	Anerkennung	7,6481	0,3579	2097
	Bronze	7,7719	0,0647	2373
	Silber	7,8788	0,0218	2641
	Gold	8,0311	0,0291	3075

F = Auktionsort Fronhofen, R = Auktionsort Riedlingen.

Bei abschließender Betrachtung ergibt sich, dass sich Internetauktionen für Fohlen unter diesen Bedingungen wahrscheinlich nicht etablieren werden. Die Nachteile der Qualitätsunsicherheit und des fehlenden subjektiven, emotionalen Bezugs sind gravierender als die möglichen Vorteile.

LITERATUR

- Lucking-Reiley, D. (2000). Auctions on the Internet: What's being auctioned, and how? *The Journal of Industrial Economics* 48(3):227-252.
- Schneider, T. (2008). *Den Wert eines Pferdes – sachverständig ermitteln*. 2. Auflage, Sankt Augustin: HLBS-Verlag.
- Wolfstetter, E. (1996). Auctions: An Introduction. *Journal of Economic Surveys* 10(4): 367-420.