

daß der Mehreinsatz von Kapital in allen kalkulierten Fällen einen großen positiven Effekt bewirkt hat.

Wie man sieht, liegen die Zuwachsraten der Reinerträge erheblich über denjenigen der Kapitalkosten, und zwar sowohl in den kleineren als auch in den größeren Betrieben und in allen Bodennutzungssystemen. Ganz besonders groß ist

der Effekt in den Futterbaubetrieben, wo die Zuwachsraten der Reinerträge diejenigen der Kapitalkosten um das 3- bis 4fache übertreffen. Unter der Voraussetzung, daß er einer sinnvollen höheren Mechanisierung und Rationalisierung der Betriebe dient, macht sich ein vermehrter Einsatz von Kapital auch in der Landwirtschaft immer bezahlt.

Ewald Böckenhoff, Institut für landwirtschaftliche Marktforschung

ENTWICKLUNGSTENDENZEN IN DER SCHLACHTVIEHVERMARKTUNG¹⁾

Soweit es sich um die Versorgung der größeren Verbrauchsplätze handelt, erfolgt die Schlachtviehvermarktung in der Bundesrepublik im allgemeinen in zwei Stufen: Die Schlachttiere werden im Auftrage und für Rechnung der Erzeuger von den Genossenschaften und vom Handel zu den Schlachtviehmärkten in den großen Städten gebracht und dort dann vorwiegend an die Ladefleischer verkauft. Der Transport erfolgt auch über größere Entfernungen in lebendem Zustand. Alle weiteren Funktionen vom Schlachten über die Be- und Verarbeitung bis zum Verkauf an die Verbraucher werden von meist kleinen, handwerklich ausgerichteten Fleischerbetrieben ausgeführt (vgl. Bild 1). Dieses Vermarktungssystem hat sich in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts entwickelt. Es wurde durch die Einrichtung kommunaler Schlachthanlagen gefördert, die ihrerseits die hygienischen Verhältnisse bei der Fleischversorgung der großen Städte verbessern sollten. Seither haben sich aber die wirtschaftlichen und technischen Bedingungen grundlegend geändert. Hohe Löhne und Verknappung der Arbeitskräfte zwingen zur Spezialisierung der Unternehmen und der Arbeitskräfte sowie zur Mechanisierung möglichst vieler Arbeitsgänge. Beides ist aber nur bei stärkerer Arbeitsteilung möglich, die wiederum eine Änderung der Struktur des Vermarktungswesens voraussetzt. Durch die Entwicklung der Technik, besonders der Kühltechnik und des Transportwesens (Lastwagen), sind gleichzeitig die wesentlichen Voraussetzungen hierfür geschaffen worden.

Diese Strukturänderung zur Anpassung an die sich wandelnden volkswirtschaftlichen und technischen Verhältnisse hat sich innerhalb der letzten 50 Jahre in vielen Ländern bereits vollzogen. Aus der Lebendviehvermarktung hat sich dort eine Fleischvermarktung entwickelt, die je nach dem Stand der volkswirtschaftlichen und technischen Entwicklung eine mehr oder weniger starke Arbeitsteilung und Spezialisierung aufweist. Die Fleischvermarktung ist hauptsächlich dadurch gekennzeichnet, daß das Schlachtvieh nach Schlachtgewicht bezahlt und im geschlachteten Zustand aus den Erzeugergebieten an die Verbraucherplätze ge-

bracht wird und daß die Schlachtung wie auch der überwiegende Teil der Verarbeitung nicht in handwerklichen Fleischerbetrieben, sondern in größeren Industriebetrieben als Fließarbeit ausgeführt und weitgehend mechanisiert werden.

Vorzüge der Fleischvermarktung

Im einzelnen hat die Fleischvermarktung folgende wesentliche Vorzüge gegenüber der in Deutschland meist üblichen Lebendviehvermarktung:

1. Niedrigere Bewegungskosten

Mit der Verlagerung des Standortes der Schlachtung und der Verarbeitung verringern sich die **Bewegungskosten**: die Transportkosten sind beim Fleischversand wesentlich niedriger als beim Lebendversand, da die Ladekapazität der Transportfahrzeuge bei Fleisch besser ausgenutzt werden kann als bei lebendem Vieh. Der Vorteil der besseren Gewichtsauslastung wird durch die Kosten, die durch die höheren Anforderungen an die Kühlfahrzeuge und durch die Kühlung auf dem Transport entstehen, nicht annähernd aufgehoben. Die Transportverluste beim Lebendversand (Transportschäden und Substanzverlust) sind erheblich größer als die Verluste beim Fleischversand (Gewichts- und ggf. Qualitätsverluste). Bei der Fleischvermarktung können darüber hinaus die Kosten für die Fütterung am Markt und vor dem Versand im Stall der Erzeuger bzw. an der Verladerrampe eingespart werden.

Im Bild 2 sind die **Transportkosten** für Schlachttiere und Fleisch bei unterschiedlichen Entfernungen dargestellt. Hierbei wurde eine optimale Ausnutzung der Ladekapazität eines Wagens der Deutschen Bundesbahn angenommen. Beim Lebendversand wurden je Wagen 20 Rinder oder 80 Schweine, beim Fleischversand 65 geschlachtete Rinder oder 130 geschlachtete Schweine unterstellt. Mit steigender Entfernung nimmt der absolute Kostenvorteil des Fleischversandes vor dem Lebendversand zu. Die relative Kosteneinsparung steigt bis zu einer Entfernung von 250 km an; bei größeren Entfernungen bleibt der Kostenvorteil nahezu gleich. Er beträgt dann bei Schweinen etwa 10 % und bei Rindern fast 25 %. Bei kurzer Entfernung ist der Kostenvorteil nur gering, unter Umständen ist der Fleischversand dann sogar teurer.

¹⁾ Eine ausführliche Untersuchung des Verfassers ist unter dem Titel „Das Vermarktungssystem bei Schlachtvieh und Möglichkeiten zu seiner Rationalisierung“ als Sonderheft 10 der „Agrarwirtschaft“ (Hannover 1960) veröffentlicht worden.

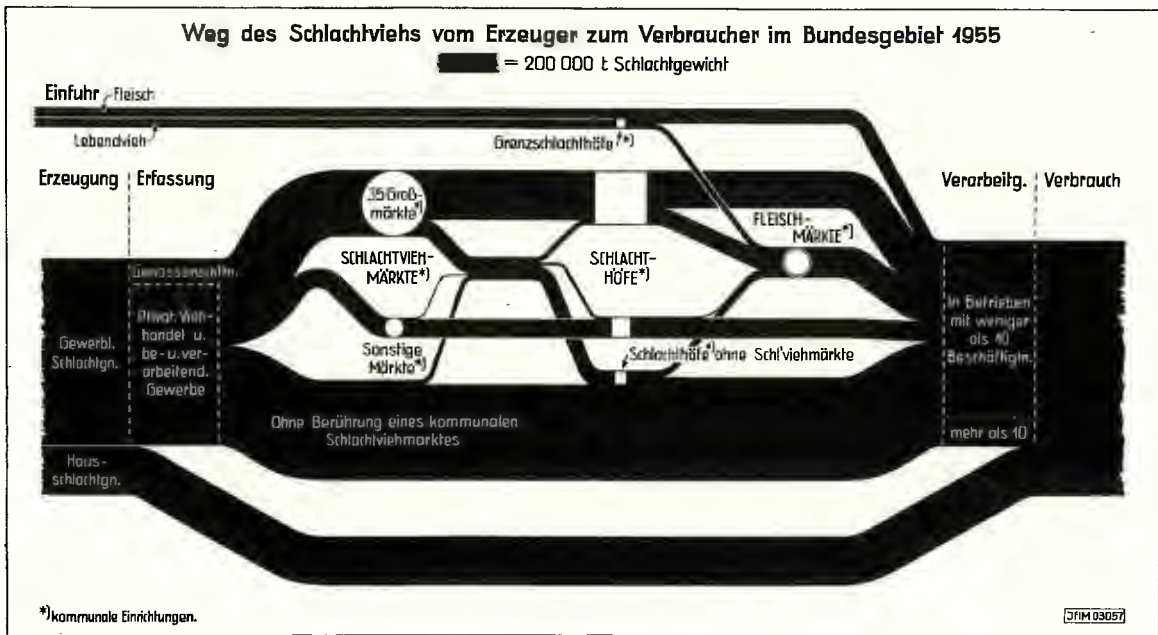


Bild 1

Die Tarife der privaten Transportunternehmer für den Versand von Fleisch entsprechen zwar etwa den Tarifen der Deutschen Bundesbahn, der Fleischversand mit Thermoslastwagen ist jedoch im allgemeinen kostenmäßig noch günstiger, da ein Thermoslastzug bis zu 220 geschlachtete Schweine transportieren kann. Die Kosten liegen bei dieser Tierzahl und bei einer Transportlänge von z. B. 500 km um 25 % niedriger als beim Transport lebender Schweine mit der Deutschen Bundesbahn. Der Transport mit Thermoslastwagen hat darüber hinaus den großen Vorteil, daß er nicht an die Verladebahnhöfe der Bundesbahn gebunden ist, sondern unmittelbar von Betrieb zu Betrieb erfolgt und daß ein Zu- und Entladen beliebig oft möglich ist.

Über die Höhe der Substanzverluste beim Transport lebender Schlachttiere wurden in den letzten Jahren einige Untersuchungen gemacht. Diese Substanzverluste stellen im Gegensatz zu den Nüchternungsverlusten einen echten Verlust an den Schlachthälften und damit auch am Verkaufswert der Tiere dar. Diese Untersuchungen zeigen, daß mit steigender Transportlänge der Verlust zunimmt; er war, bezogen auf die Gewichtseinheit, bei Schweinen größer als bei Rindern. Bei einer Entfernung zwischen Erzeugergebiet und Markt von z. B. 450 km entstand ein Substanzverlust, der bei einem Schlachtschwein von 120 kg Lebendgewicht etwa 2,45 kg und bei einem Schlachtrind von 500 kg mindestens 4,45 kg betrug. Darüber hinaus entstand auch ein Verlust an der Leber, so daß die Wertminderung beim Schwein etwa 9 DM und beim Rind mindestens 21 DM betragen dürfte.

2. Sinkende Kapital- und Lohnkosten

Die Schlacht- und Verarbeitungskosten sind bei der Fleischvermarktung niedriger als bei der Lebendvermarktung. Durch Arbeitsteilung, Spezialisierung und Einsatz arbeitssparender Maschinen sinken die Arbeitskosten;

durch die bessere Ausnutzung der Schlacht- und Verarbeitungsanlagen sinken die Kapitalkosten. Heute werden die Schlachtkapazitäten in den kommunalen Anlagen durchschnittlich nur zu 40 % ausgenutzt. Die fixen Kosten für Abschreibung, Verzinsung und Unterhaltung der Anlagen belasten infolgedessen den einzelnen Schlachtvorgang sehr hoch. In den Versandschlachtereien verteilen sich die Anlieferungen und Schlachtungen fast gleichmäßig auf die ganze Woche, so daß die Anlagen

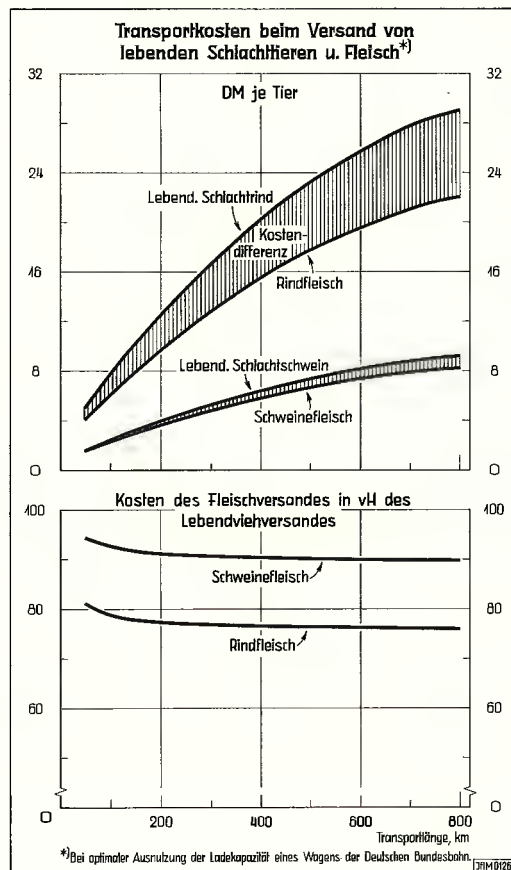


Bild 2

wesentlich kleiner gehalten werden können als in den Städten. Die fixen Kosten des Schlachtens sind bei der besseren Kapazitätsausnutzung beträchtlich niedriger.

Auch die Lohnkosten sind in den kommunalen Anlagen relativ hoch. Die Arbeitskräfte sind dort nicht die ganze Woche gleichmäßig ausgelastet, da meist nur an zwei Tagen geschlachtet wird. Bei der Fleischvermarktung können die Arbeitskräfte praktisch die ganze Woche gleichmäßig beschäftigt werden, da die Schlachtung und Verarbeitung nicht so sehr an Anlieferungs- und Markttermine gebunden sind.

Darüber hinaus werden die einzelnen Arbeitsvorgänge in den Versandschlachtereien weitgehend als Fließarbeit durchgeführt, wodurch eine sehr hohe Arbeitsproduktivität erreicht wird. Bei der Lebendviehvermarktung ist ein so rationeller Einsatz der Arbeitskräfte in der Regel nicht möglich. Allenfalls können Teilarbeiten, wie etwa das Schlachten durch Kopfschlachter-Kolonnen, als Fließarbeit organisiert werden.

3. Bessere Qualitätsübersicht

Die Markttransparenz ist im Laufe der Zeit zwar verbessert worden, sie hat jedoch immer noch erhebliche Mängel. Diese beruhen im wesentlichen auf der schlechten Übersicht über die tatsächliche Qualität der Schlachttiere. Infolge der Schwierigkeit, Schlachttiere im lebenden Zustand einwandfrei zu beurteilen, ist auch eine korrekte Klassifizierung der Schlachttiere nahezu unmöglich. Mit wachsendem Wohlstand der Konsumenten und schärferer Qualitätsdifferenzierung erhält dieser Mangel immer größeres Gewicht.

Bei der Fleischvermarktung können die Tiere im geschlachteten Zustand klassifiziert werden. Die Beurteilung des Schlachtwertes ist hierbei wesentlich einfacher als am lebenden Tier. Die Ausschachtung braucht nicht mehr geschätzt zu werden, sondern läßt sich nach der Schlachtung mit der Waage genau ermitteln. Fleisch:Fett-Verhältnis und Fleischqualität (Marmorierung, Konsistenz und dgl.) sind am aufgehauenen Tier verhältnismäßig einfach zu erkennen. Bei Schweinen kann man das Fleisch:Fett-Verhältnis sogar ziemlich exakt aus der Speckdicke ermes- sen.

4. Bezahlung nach Schlachtgewicht

Die Preise und damit die Verkaufserlöse des Erzeugers entsprechen infolge der unzureichenden Beurteilungsmöglichkeit heute nicht immer dem tatsächlichen Schlachtwert der Tiere. Somit ist auch die Bezahlung nach dem Lebendgewicht nur unzureichend geeignet, die Qualitätserzeugung zu fördern. Alle Bemühungen, die Erzeuger über die Ansprüche des Marktes aufzuklären, um sie zur Produktion marktgerechter Schlachttiere zu veranlassen, bleiben ohne durchschlagenden Erfolg, solange nicht vom Preis her ein Anreiz hierzu besteht. Die Bezahlung nach Schlacht-

gewicht und Qualität kann den nötigen Anreiz bringen.

5. Milderung der kurzfristigen Preisschwankungen

Die Art der Preisbildung im Lebendviehhandel führt kurzfristig zu ganz erheblichen Preisschwankungen, und zwar schwanken die Preise von Markttag zu Markttag und von Marktort zu Marktort. Die wöchentlichen Preisschwankungen sind in erster Linie eine Folge der kurzfristigen Auftriebsschwankungen. Bei der großen Zahl von Einsendern kann das Angebot der Aufnahmefähigkeit des Marktes nicht immer richtig angepaßt werden. Eine nachträgliche Korrektur des Angebots durch Ergänzung der Auftriebe oder durch Abtrieb von Schlachtvieh ist verboten. Bei überbesetzten Märkten ist auch die Preisspanne innerhalb einzelner Klassen besonders groß. Aus Furcht vor einem Überstand, der erhebliche Kosten verursacht, sind nämlich die Agenten gegen Ende des Marktes zu größeren Preiszugeständnissen bereit. Der Preis, den der einzelne Einsender für sein Vieh erhält, ist also sehr stark vom Zufall abhängig.

Am Fleischmarkt erfolgt im Gegensatz zum Lebendviehmarkt die Zufuhr in der Regel nur auf Bestellung. Die Fleischgroßhändler können aber den Bedarf am Markt unvergleichlich besser beurteilen als die Vielzahl der Lebendviehanlieferer, so daß das Angebot der Nachfrage besser angepaßt wird. Das ist um so eher möglich, als sich der Fleischhandel nicht auf wenige Stunden an einem Tag in der Woche zusammendrängt, sondern sich nahezu über die ganze Woche erstreckt. Die kurzfristigen Preisschwankungen sind somit bei dieser Art der Vermarktung geringer als bei der Lebendviehvermarktung. Für den Markt Frankfurt, an dem in den letzten Jahren schon beträchtliche Mengen Zufuhrfleisch umgesetzt wurden, sind im Bild 3 die Preise für lebende Schweine und Schweinefleisch dargestellt.

6. Bessere Gesamtbewertung

Bei der Lebendviehvermarktung kauft der Ladefleischer ganze Schlachttiere und verwertet in der Regel auch alle Teilstücke eines Tieres in seinem Betrieb. Das bringt gewisse Nachteile mit sich, da die einzelnen Teilstücke des Tierkörpers nicht immer in dem Verhältnis anfallen, wie sie von den Kunden in den einzelnen Geschäften gefragt werden. Die Verwertung des Schlachtviehs kann folgedessen nicht optimal sein.

Bei der Fleischvermarktung ist der Fleischer nicht gezwungen, ganze Tierkörper zu kaufen, sondern er kann einzelne Teilstücke oder auch fertige Fleischwaren jeweils in dem Verhältnis einkaufen, das seinen Absatzverhältnissen entspricht. Durch den Preis gesteuert, gelangt so jedes Teilstück dorthin, wo es am besten verwertet wird. Für das gesamte Tier ergibt sich dadurch eine optimale Verwertung, und die Wünsche der Konsumenten werden besser befriedigt.

Hemmnisse des Strukturwandels

Schon zu Beginn dieses Jahrhunderts waren auch in Deutschland Versuche unternommen worden, das Schlachtvieh in Erzeugernähe zu schlachten und Fleisch statt Lebendvieh zu versenden. Diese Versuche scheiterten damals hauptsächlich an den technischen Schwierigkeiten; das Kühl- und Transportwesen war noch zu wenig entwickelt. Mit dem steigenden Lohnniveau und der technischen Entwicklung wuchs jedoch in den folgenden Jahrzehnten der Vorteil der Fleischvermarktung vor der Lebendviehvermarktung und damit das Interesse an der neuen Vermarktungsform.

Wenn die Fleischvermarktung trotz ihrer beträchtlichen Vorteile noch keine größere Bedeutung erlangt hat, so ist das auf einige staatliche Eingriffe zurückzuführen:

1. Durch das Gesetz über die Gebühren der Schlachtviehmärkte, Schlachthäuser und Fleischmärkte von 1933, das heute noch in Kraft ist, werden Gemeinden mit eigenem Schlachthof ermächtigt, eine „Ausgleichsabgabe“ für alles von außerhalb zugeführte frische Fleisch zu erheben. Die Einnahmen aus dieser Abgabe sind zur Senkung der Schlachthofgebühren zu verwenden. Diese Regelung bedeutet praktisch eine Subventionierung der Lebendviehvermarktung auf Kosten der Fleischvermarktung.
2. Für die reihenweise Untersuchung von Schlachttieren der Fleischversand- und -verarbeitungsbetriebe muß, sofern die Schlachtung nicht in einem kommunalen Schlachthof erfolgt, nach der heute gültigen Gebührenordnung der Länder eine ebenso hohe Gebühr gezahlt werden wie für die Untersuchung einzelner Tiere bei der Hausschlachtung. Diese Gebühr enthält zudem eine Abgabe an das Land, aus der die Kosten der allgemeinen Veterinärverwaltung gedeckt werden. Für die Untersuchung der Schlachttiere in den kommunalen Schlachthäusern wird dagegen eine Gebühr erhoben, die etwa den hierbei entstehenden Kosten entspricht; eine Abgabe an das Land ist hierin nicht enthalten. Die Fleischvermarktung ist also mit erheblich höheren Untersuchungsgebühren belastet als die Lebendviehvermarktung.
3. Die Erhöhung der Umsatzsteuersätze nach dem Kriege hat die Entwicklung einer stärkeren Arbeitsteilung sehr behindert. Bis Anfang 1957 galt die Schlachtung als umsatzsteuerschädliche Bearbeitung. Wenn das Schlachten in der Großhandelsstufe erfolgte, mußten mithin 4 statt 1% Umsatzsteuer entrichtet

werden. Bei dem hohen spezifischen Wert der Ware und der geringen Wertschöpfung, die das Schlachten darstellt, bedeutet das eine starke Belastung. Seit 1957 gilt zwar das Schlachten nicht mehr als umsatzsteuerschädlich; das Zerlegen der Schweinehälften und Rinder Viertel ist aber immer noch mit der hohen Umsatzsteuer belastet, obgleich auch diese Bearbeitung keine große Wertschöpfung darstellt. Für die Umstellung der Vermarktung ist das aber ausschlaggebend, weil das Zerlegen der Schlachttierhälften in der Großhandelsstufe und der Teilstückhandel erst eine wesentlich bessere Verteilung der Funktion auf die verschiedenen Vermarktungsstufen ermöglicht.

Bis zur Einführung der Marktordnung des Reichsnährstandes im Jahre 1935 haben das Gesetz über die Schlachthofgebühren von 1933 und die Bestimmung über die Untersuchungsgebühren bei Schlachtungen außerhalb kommunaler Schlachthäuser jede Änderung des Vermarktungssystems verhindert; die Zufuhren von Fleisch zu den Großstädten gingen sogar wieder zurück. Von 1935 bis 1949 war das Vermarktungssystem durch die Lenkung der Warenströme und durch die Schlachtkontingentierung ohnehin völlig zementiert. Seit dieser Zeit wird die Änderung des Vermarktungssystems wieder durch die nicht kostengerechten Gebühren und

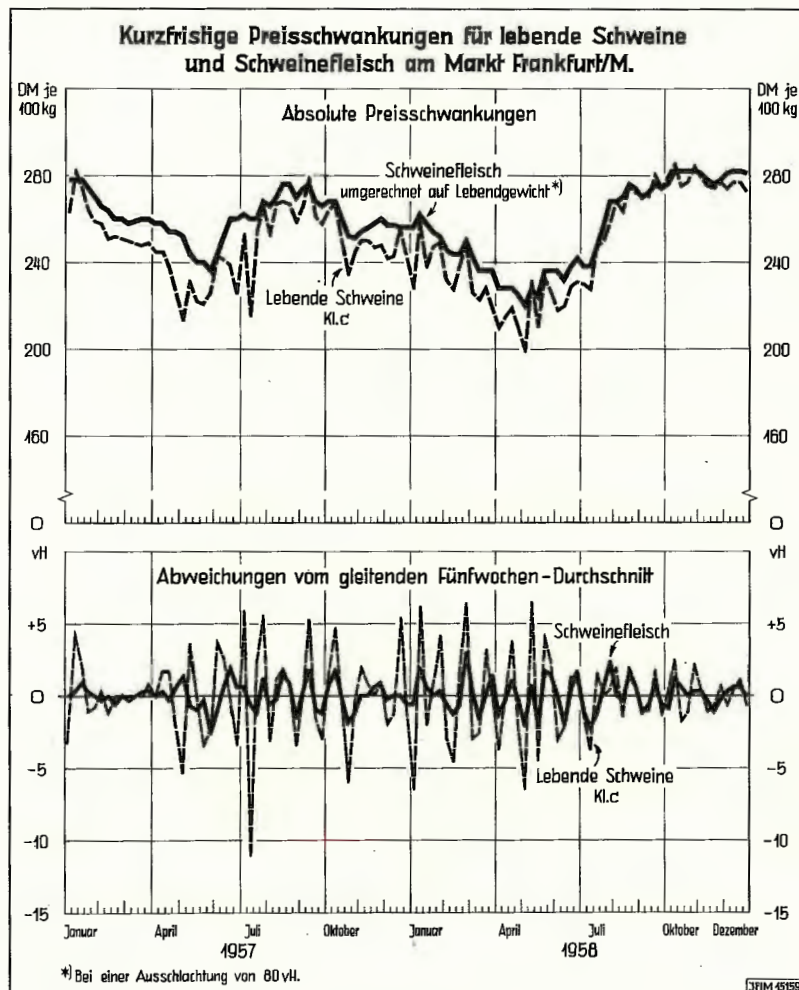


Bild 3

durch die ungleiche Belastung mit Abgaben, besonders aber durch die Umsatzsteuergesetzgebung behindert. Die Beseitigung der Umsatzsteuerschädlichkeit des Schlachtens in der Großhandelsstufe hat nur eine Erleichterung gebracht; die Befreiung des Zerlegevorganges von der hohen Umsatzsteuer wird erst eine stärkere Strukturänderung ermöglichen.

Kosten- und Wirtschaftlichkeitsvergleich

Offensichtlich ist aber trotz dieser aufgeführten Hemmnisse unter bestimmten Verhältnissen auch heute die Fleischvermarktung schon vorteilhafter als die Lebendvermarktung. Sie hat nämlich in den letzten Jahren im Bundesgebiet, besonders in den marktfernen Gebieten, an Bedeutung gewonnen. So werden z. Z. allein in Niedersachsen jährlich fast eine Million Schweine in Erzeugernähe geschlachtet, nach dem Schlachtgewicht bezahlt und in Form von Hälften zu den Verbrauchsplätzen im rheinisch-westfälischen Industriegebiet und im Rhein-Main-Gebiet sowie nach Berlin verschickt. Der Verkauf erfolgt dort über die kommunalen Fleischmärkte oder direkt an die verarbeitenden Betriebe.

Um die Kosten- und Erlösverhältnisse für die beiden Vermarktungsformen an einem praktischen Beispiel zu demonstrieren, wurden vom Institut für landwirtschaftliche Marktforschung 1958 und 1959 zwölf Monate hindurch Verkaufsunterlagen einer großen Zahl von Schweinen ausgewertet. Die Schweine kamen aus dem Raum Oldenburg und wurden in Frankfurt über den Lebendviehmarkt, über den Fleischmarkt und direkt an verarbeitende Betriebe im Rhein-Main-Gebiet abgesetzt. Leider war es nicht möglich, den gesamten Vermarktungsweg vom Erzeuger bis zum Verbraucher zu analysieren; man mußte sich auf die Stufen zwischen Erzeuger und Verkauf der Hälften an die verarbeitenden Betriebe beschränken. Es ist jedoch zu berücksichtigen, daß die Rationalisierungsmöglichkeiten in der Vermarktung zwischen Fleischgroßmarkt und Verbraucher wesentlich größer sind als in der hier untersuchten Stufe zwischen Erzeuger und Fleischgroßmarkt.

Das Ergebnis der Kostenuntersuchung zeigt die Übersicht 1: Bei den derzeitigen Kosten und Gebühren ist der Fleischversand über einen kommunalen Fleischgroßmarkt für ein Schlachtschwein von 100 kg Anlieferungsgewicht um etwas mehr als 7 DM, der Verkauf von Fleisch ohne Berührung eines Marktes — je nach den Verhältnissen, ob der Käufer ausgleichsabgabepflichtig ist oder nicht — mehr als 12 bzw. mehr als 18 DM billiger als der Lebendviehverkauf über den Markt. Bei den Einzelkosten zeigt sich, daß die größte Kosteneinsparung bei der Fracht, den Futterkosten, den Substanzverlusten und bei den Kosten des Schlachtens gegeben ist. Beim Fleischversand treten demgegenüber größere Kosten durch die Umsatzsteuer und die Ausgleichsabgabe auf. Bei den Direktverkäufen fallen die Marktkosten und z. T. auch die Ausgleichsabgabe fort. Der Kostenvorteil des Fleischversandes wird noch wesentlich größer sein,

Übersicht 1
Vermarktungskosten bei Lebendvieh- und Fleischversand aus dem Raum Oldenburg in das Rhein-Main-Gebiet
(DM/Tier)¹⁾

Kostenart	Lebend- versand	Fleischversand		
		über den Fleisch- markt	ohne Berührung eines Fleisch- marktes	
			mit	ohne
			Ausgleichs- abgabe	Ausgleichs- abgabe
I. Fracht und Verkauf				
1. Vorfracht	1,20	1,20	1,20	1,20
2. Wiegegebühr	0,45	0,45	0,45	0,45
3. Fracht	7,11	4,80	5,14	5,14
4. Versicherung	0,80	0,80	0,80	0,80
5. Erfassungs- provision	4,19	3,68	3,70	3,70
6. Futterkosten				
a) vor Versand	0,90	—	—	—
b) am Viehmarkt	1,20	—	—	—
7. Marktgebühr	1,40	1,56	—	—
8. Sonstige Marktkosten	2,70	6,25	—	—
9. Agentur- provision	3,59	—	3,68	3,68
10. Umsatzsteuer	—	2,48	—	—
11. Ausgleichs- abgabe	—	4,67	6,23	—
12. Substanzverlust	7,15	—	—	—
	30,69	25,89	21,20	14,97
II. Kosten des Schlachtens				
1. Untersuchung		3,30	3,30	3,30
2. Kosten der Benutzung der Schlacht- einrichtungen	6,00	5,10	5,10	5,10
3. Schlachterlohn	3,00			
4. Schlacht- versicherung	1,50	—	—	—
5. Sonstige Kosten	0,45	—	—	—
	10,95	8,40	8,40	8,40
Kosten insgesamt	41,64	34,29	29,60	23,37
Kostendifferenz gegenüber dem Lebendversand	—	— 7,35	— 12,04	— 18,27

¹⁾ März 1958 bis Februar 1959; Anlieferungsgewicht lebend 100 kg.

wenn beiden Vermarktungswegen durch Fortfall der Ausgleichsabgabe und durch Einführung kostengerechter Gebühren gleiche Wettbewerbsbedingungen eingeräumt werden. Insgesamt dürfte die Fleischvermarktung in dieser Stufe dann um 30 % billiger sein als die Lebendvermarktung.

Interessant ist natürlich die Frage, wem diese Kosteneinsparung zugute kommt. Bei den untersuchten Verhältnissen erhielt der Erzeuger für die Schweine, die geschlachtet verwertet wurden, je Tier 8 bis 9 Mark mehr, als wenn sie über den Lebendviehmarkt gegangen wären. Bei den Direktverkäufen kam dem Käufer ein Teil der Kosteneinsparung zugute. Das braucht aber nicht immer so zu sein. Ganz allgemein ist hierzu folgendes zu sagen: Solange der überwiegende Teil des Schlachtviehs lebend vermarktet wird und die Lebendvermarktung preisbestimmend ist, dürfte der Kostenvorteil des Fleischversandes weiterhin in der Regel dem Erzeuger zugute kommen. Da jedoch die Schweineproduktion sehr preiselastisch ist, werden die höheren Verkaufserlöse, die bei der

Fleischverwertung erzielt werden, zu einer verstärkten Produktion von Schlachtschweinen führen. Sobald die Fleischvermarktung vorherrscht und preisbestimmend geworden ist, dürften sich die Erzeugerpreise wieder etwa auf dem Niveau einpendeln, das sie auch bei der Lebendvermarktung haben würden. Der Kostenvorteil wird dann stärker den Konsumenten zugute kommen. Dem Erzeuger verbleiben jedoch die oben angeführten sonstigen Vorteile, die keineswegs geringer zu bewerten sind als die eigentliche Kosteneinsparung.

Kein weiteres Aufhalten der Strukturänderung

Wenn eine Anpassung des Vermarktungssystems an die sich wandelnden technischen und volkswirtschaftlichen Verhältnisse weiter durch Gebühren und Abgaben künstlich aufgehalten wird, werden sich einige schwerwiegende Nachteile einstellen:

1. Die Unterschiede in der Effizienz der Vermarktung zwischen den verschiedenen westeuropäischen Ländern werden bislang durch Zölle und andere Einfuhrbeschränkungen verdeckt. Nach Bildung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft ist der Wettbewerb der Partnerländer unbehindert. Wenn die deutschen Produzenten ihren einheimischen Markt behaupten wollen, so werden sie die in einer Änderung der Vermarktungsweise liegenden Vorteile wahrnehmen müssen.
2. Der Wettbewerb zwischen den verschiedenen Fleischarten ist heute behindert. Wie gerade aus

der jüngsten Entwicklung im Bundesgebiet zu erkennen ist, stellt das Geflügelfleisch für die „roten“ Fleischarten, insbesondere für das fette Schweinefleisch, eine wachsende Konkurrenz dar. Dies ist teils auf die Verlagerung der Nachfrage zu magerem Fleisch und auf die Rationalisierung in der Geflügelproduktion, sehr stark aber auch auf die Nutzung aller gegebenen Möglichkeiten in der Geflügelvermarktung zurückzuführen. Wenn das Rind- und das Schweinefleisch ihre heutige Marktstellung behalten sollen, so wird es notwendig sein, auch dieses Fleisch nach rationellen Gesichtspunkten zu vermarkten.

3. An vielen kommunalen Schlachthöfen sind Neuinvestitionen geplant. Wird bei der Realisierung dieser Vorhaben nicht die sich anbahnende Entwicklung in der Vermarktung berücksichtigt, so werden sich diese Maßnahmen teilweise bald als Fehlinvestitionen erweisen.

Aus all diesen Erwägungen ergibt sich, daß die Frage nach dem Vermarktungssystem bald entschieden werden muß. Selbstverständlich wird eine derartige Strukturwandlung für die hiervon betroffenen Berufsgruppen größere Auswirkungen mit sich bringen und auch Umstellungen notwendig machen. Dies sollte aber nicht dazu führen, daß eine Anpassung, die auf weitere Sicht doch unvermeidlich ist, durch Gebühren, Abgaben und Steuern weiter aufgehalten wird.

Harald Kunert, Institut für Betriebswirtschaft

LEISTUNGEN UND KOSTEN DER VERSCHIEDENEN LANDWIRTSCHAFTLICHEN ERZEUGNISSE IM LÄNDERVERGLEICH

Für einen Vergleich zwischen Betrieben des In- und Auslandes bieten sich grundsätzlich zwei Wege an:

1. Vergleich mit Hilfe von Buchführungsbetrieben,
2. Vergleich mit Hilfe von Normalkalkulationen.

Zu 1: Voraussetzung hierzu ist, daß die in Frage kommenden Länder über eine genügende Anzahl von Buchführungsbetrieben mit einer entsprechenden statistischen Auswertung verfügen. Durch Vergleich können dann wertvolle Einblicke in die tatsächlichen Rentabilitätsverhältnisse der landwirtschaftlichen Betriebe gewonnen werden.

Da die Buchführungspflicht für landwirtschaftliche Betriebe in den Ländern sehr unterschiedlich gehandhabt wird, sind aber nicht überall ausreichende Buchführungsdaten vorhanden. Ländervergleiche mit dem z. Z. vorhandenen Buchführungsmaterial sind auch noch durch die Unterschiede in den Buchführungsbegriffen und Buchführungsperioden sowie durch die landeseigenen statistischen Abgrenzungen erschwert. Betriebsvergleiche auf der Grundlage von Buchführungsbetrieben könnten da-

her erst nach einer zentralen Erfassung und Auswertung ermöglicht werden.

Zu 2: Die Normalkalkulationen basieren auf Normaldaten. Hierbei handelt es sich auf der einen Seite um den betriebsnotwendigen Aufwand, der unter normalen Verhältnissen für die Erzeugung erforderlich ist. Der Normalaufwand für ein Erzeugnis wird in Anlehnung an die wissenschaftlichen Bedarfswerte für die Handarbeit, Zugkraft, Nährstoffversorgung von Tier und Pflanze, Pflanzenschutz, Materialverbrauch u. ä. unter Berücksichtigung einer gewissen Verlustquote ermittelt. Dem Normalaufwand wird der Normalertrag gegenübergestellt. Für die verschiedenen Ertragsverhältnisse läßt sich der entsprechende Normalaufwand bestimmen. Durch die Normalisierung werden somit die Einflüsse der individuellen Betriebsweise ausgeschaltet, wie sie z. B. bei einer schlechten oder auch überdurchschnittlichen Bewirtschaftung in Buchführungsdaten hervorgerufen werden kann.