

Preisstrategien zur Steigerung der Wertschöpfung in der Biomilch Wertschöpfungskette

Hellberg-Bahr, A.¹, Pfeuffer, M., Brümmer, B. und Spiller, A.

Keywords: Wertschöpfung, Preisstrategien, Biomilch, Fairness

Abstract

In recent years, growing price volatilities in the milk market have triggered a discussion about fair prices in agricultural supply chains. Given the increasing complaints by German farmers, agricultural organizations and politicians reached the conclusion that farmers felt unfairly treated due to their dissatisfaction with the current prices for agricultural products. In the context of this discussion the question arose of what fair and innovative pricing systems in the German organic milk supply chain might be. Results of scanner data analysis and a survey of 531 farmers lead us to recommend a supplier oriented fair pricing system including fairness communication to consumers (fair distribution of margins).

Einleitung und Zielsetzung

Schwankende Marktpreise, vor allem auf der Milcherzeugerebene, führen dazu, dass die Diskussion um Preisgestaltungsmöglichkeiten und Verteilung der Margen in der Milchwirtschaft vielfach diskutiert werden. Von Erzeugerseite wird oftmals der Begriff fairer Preise genutzt. Offenbar führen niedrige und volatile Marktpreise zu der Wahrnehmung von Unfairness. Alternativen werden im Hinblick auf die Steigerung der Wertschöpfung und die gerechtere Verteilung der Margen in der Wertschöpfungskette (WSK) diskutiert. Bislang existieren wenige Studien, die sich mit den Möglichkeiten eines umfassenden Fairpreissystems für die Biomilch-WSK empirisch auseinandersetzen. Daher war es Ziel dieses BÖLN-geförderten Forschungsprojektes², anhand verschiedener methodischer Ansätze innovative Konzepte für eine faire Preisfindung in der ökologischen Milchwirtschaft zu erarbeiten. Es zeigt auf, welche Preissetzungsstrategien derzeit in der Biomilch-WSK im Naturkost Einzelhandel (NKH) verwendet werden. Daraufhin erfolgt eine Befragung zum Fairnessverständnis von landwirtschaftlichen Erzeugern. Anhand dieser Ergebnisse werden Handlungsempfehlungen für eine faire Preisgestaltung gegeben.

Preisstrategie für Biomilch und Milchprodukte

Kernelement des ersten Projektabschnittes sind Scannerdaten aus dem NKH (Bio-Vista) zu Absatzmengen und Preisen für Bio-Milchprodukte der Jahre 2005 bis 2009. Diese wurden mittels ökonomischer Analysen im Hinblick auf das Preissetzungsverhalten der Händler (Rigiditäten und Preissynchronisation) und Preiselastizitäten der Verbraucher analysiert. Kernergebnisse der umfangreichen Studie sind:

¹Alle Autoren Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Platz der Göttinger Sieben 5, 37073, Göttingen, Deutschland, abahr@gwdg.de (Kontakt), www.agrarmarketing.uni-goettingen.de

²Förderkennzeichen: 2808OE127, Endbericht unter: <http://orgprints.org/21387/>; dort auch Details zu den genutzten statistischen Methoden.

- Die Preise sind auf einem hohen Niveau sehr rigide/stabil (seltene Preisänderungen). Die Sonderangebotsintensität ist gering.
- Die Verbraucher sind relativ preisunempfindlich, je kleiner die Geschäftsstätte, desto preisunempfindlicher.
- Die Vermeidung eines starken Preiswettbewerbs zeigt sich u. a. in der hohen Preissynchronisation (zeitgleiche, branchenweite Preisänderungen). Viele Indizien weisen auf eine dominante Position des Bio-Großhandels in der WSK hin.
- Die Weitergabe von Preisveränderungen entlang der Kette erfolgt nur bedingt. Das Preisniveau wurde in der generellen Hochpreisphase 2007/2008 angehoben und bis zum Ende des Beobachtungszeitraums relativ hoch gehalten. Die Erzeugerpreise sind im Zeitraum zwar ebenfalls gestiegen, jedoch nicht in gleichem Umfang und mit gleicher Dauer.

Die Ergebnisse belegen, dass Biomilch und Bio-Milchprodukte derzeit einer klassischen Premium-Preis-Strategie folgen, welche konstant hohe Preise im oberen Segment der Preisgrenze beinhaltet (Hellberg-Bahr *et al.* 2010). Diese Preisstrategie verzichtet auf die Sonderangebote, um die Premiumpreise glaubwürdig zu kommunizieren und Preiserwartungen zu stabilisieren. Zusätzlich zeigt sich, dass preispsychologische Methoden nützlich sind (Diller 2000): Schwellenpreise („0,99 €“ u. ä. nicht überschreiten), eine hohe Preisrigidität (wenige Preisänderungen), Preissynchronisation (Angleichung von Artikelpreisen gleicher Qualität) und asymmetrische Preistransmission (schnellere Weitergabe von steigenden Erzeugerpreisen, verzögerte Weitergabe von sinkenden Erzeugerpreisen an den Verbraucher). Diese Merkmale konnten in der Preissetzung für Bio-Milchprodukte im NKH wiedergefunden werden, welche grundlegend für ein hohes Preisniveau waren.

Die Asymmetrie der Preistransmission, bei der nur ein kleinerer Teil der Preiserhöhungen bei den Landwirten verbleibt, stellt Fragen an die distributive Gerechtigkeit in der WSK (Rawls und Kelly 2006). Für eine faire Preisfindung kann es also empfehlenswert sein, die Anbieterseite mit einzubeziehen. Der folgende Abschnitt erläutert daher die Kernergebnisse zu Fairness aus Erzeugersicht.

Fairness aus Sicht landwirtschaftlicher Erzeuger

Als Grundlage dieses Abschnittes dient eine Befragung von 531 Landwirten, wovon 45 Betriebe nach den Richtlinien des ökologischen Landbaus wirtschaften, was annähernd dem deutschen Verhältnis entspricht (BÖLW 2011). Insgesamt ist die Stichprobe aufgrund soziodemografischer und betriebsstruktureller Merkmale nicht repräsentativ, kann jedoch erste Hinweise für eine faire Behandlung in der Biomilch-WSK herausstellen (BMELV 2012). Unterschiede zwischen konventionellen und ökologischen Betrieben zeigen Differenzierungsmerkmale für die Biomilch-WSK auf (Mittelwertvergleiche). Zentrale Ergebnisse der Studie für die ökologischen Erzeuger sind:

- Ökologische Landbaubetriebe bewerten die Diskussion um faire Preise signifikant als wichtiger, haben genauere Vorstellungen über faire Preise und können diese auch definieren.
- Die wahrgenommene Preisfairness wird seitens der ökologischen Erzeuger schlechter bewertet (allerdings mit hohen Standardabweichungen).
- Die Einstellung gegenüber wertorientiertem Handeln ist deutlich ausgeprägter, Biolandwirte fordern eine andere Form des Umgangs.
- Staatliche Unterstützungssysteme werden von ökologischen Landwirten deutlicher befürwortet.

- Insgesamt ist die Verfahrensgerechtigkeit für Biolandwirte bedeutender und wird stärker problematisiert als die Verteilungsgerechtigkeit.

Als Zwischenfazit kann festgehalten werden, dass die ökologischen Landwirte im Vergleich zu den konventionellen Berufskollegen die Diskussion um faire Preise wesentlich wichtiger erachten und sie eine genauere Definition ihres Fairpreisverständnisses vornehmen können und auch eine Vorstellung von fairen Preisen haben. Dies kann mit der deutlich höheren Wertorientierung der Biolandwirte begründet werden, die ein faires Preissystem berücksichtigen sollte.

Problemfelder der Premium-Preis-Strategie im Biomilch-Markt

Die Bio-Milchwirtschaft hat in den letzten Jahren erfolgreich die Wertschöpfung im NKH erhöht. Dies hat zu besseren Margen auf allen Stufen der WSK beigetragen. Die Branche nutzt damit die geringe Preissensibilität der Bio-Stammkunden im NKH. Insgesamt konnte durch die Premium-Strategie eine deutlich bessere Wertschöpfung für die gesamte WSK erzielt werden, als dies durch einzelne „Erzeugerfair-Konzepte“ möglich gewesen ist. Gleichwohl ergänzen sich beide Ansätze, da die hohe öffentliche Beachtung des niedrigen Milchpreises eine wichtige kommunikative Voraussetzung für das erfolgreiche Durchsetzen der Premiumpreise am Markt war.

Trotz dieser insgesamt erfolgreichen Premium-Preis-Strategie könnten mittel- bis langfristige drei Gesichtspunkte problematisch für die Bio-Milchwirtschaft sein:

- Es spricht vieles dafür, dass sich die Mehrzahlungsbereitschaft der Verbraucher schwerpunktmäßig auf die Erzeugerebene konzentriert (Gielissen *et al.* 2008). Unklar ist, inwieweit eine erhöhte Zahlungsbereitschaft für die Handelsstruktur besteht. Die Frage der distributiven Fairness in der WSK sollte daher diskutiert werden und damit die Frage, inwiefern der heutige Erzeugeranteil gerecht ist.
- Das Premium-Preis-Konzept beruht auf der geringen Preiselastizität der Nachfrage der Bio-Stammkunden. Die Ergebnisse zeigen, dass preispsychologische Effekte kurz- und mittelfristig gewinnbringend eingesetzt werden können. Forschungsarbeiten weisen jedoch darauf hin, dass langfristig solche Mechanismen vom Verbraucher als unfair wahrgenommen werden können (Diller 2000).
- Die empirischen Ergebnisse zeigen die hohe Relevanz der prozeduralen Fairness und Wertorientierung für Bio-Landwirte (Rawls und Kelly 2006). Die Marktpreisbildung wird als unfair wahrgenommen. Zu fragen ist, ob zwischen Molkereien und Landwirten neue Formen der Preisfestlegung entwickelt werden sollten.

Schlussfolgerungen

Die empirisch durch Scannerdatenanalyse ermittelte Premium-Preis-Strategie mit einer Margenerhöhung für die gesamte Naturkosthandels-WSK (Bio-Landwirte, spezialisierte Bio-Molkereien, Bio-Großhändler, Bio-Fachhändler) hat sich als erfolgreich erwiesen, auch wenn die Landwirtebefragung zeigt, dass auf der Erzeugerstufe relativ große Unzufriedenheit herrscht. Eine mögliche Stärkung der Preisstrategie könnte deshalb in einer klaren Kommunikation einer fairen Wertschöpfung liegen. Das Marketing erfolgt bei dieser Strategie durch Ansprache altruistischer Fairnesspräferenzen, welche die Verbraucher dazu veranlassen, einen Aufpreis zu bezahlen. Solche können beispielsweise Sozialpräferenzen sein, die beinhalten, dass ein Teil der Konsumenten schutzbedürftige Marktakteure durch eine hohe Zahlungsbereitschaft unterstützen möchte. In der Marketingliteratur wird zunehmend über eine grundsätzliche „David (Erzeuger) gegen Goliath (LEH)“-Präferenz geforscht, bei der Verbraucher

machtbedingte Ungleichgewichte zwischen Marktpartnern ablehnen, was zu einer Mehrzahlungsbereitschaft für Kleinbetriebe führen kann (Gielissen *et al.* 2008). Für die traditionelle Naturkostbranche entstehen daraus beachtliche Chancen. Ein hohes Maß an Kommunikation und Transparenz in der WSK ist dabei notwendig, um die Fairnesspräferenz der Landwirte zu berücksichtigen.

Die festgestellte Preissynchronisation in der WSK Biomilch spricht außerdem dafür, dass eine Preiserhöhung seitens eines Händlers eine Anhebung der Preise für dieses Produkt auch bei anderen Anbietern nach sich ziehen kann. Dabei handelt es sich um keine konkrete Absprache der Preise. Das konkludente Preissetzungsverhalten der Marktakteure kann aber eine Margenausweitung und damit eine Steigerung der Wertschöpfung in der gesamten WSK Biomilch bedeuten.

Allerdings können auch ein solches Preissetzungsverhalten und die Ausweitung der Margen nicht die regulären Marktmechanismen ausschalten. Große Unterschiede bspw. in den Produktionskosten auf den Erzeugerbetrieben bleiben bestehen (Volling 2008). Letztlich verbleibt ein Spannungsfeld zwischen Markteffizienz, insbesondere in langfristiger Hinsicht, und der stärker wertorientierten Preiskommunikation entlang der gesamten WSK. Kartellrechtliche Grenzen erschweren zudem die notwendige intensive Kommunikation über Preise und Margenverteilung, da hier nur Erzeugerorganisationen vom Verbot der Preisabsprachen ausgenommen sind.

Literatur

- BioVista (2011): Marktforschung für den Bio- und Reformwaren-Fachhandel, URL: <http://www.biovista.de/>.
- BMELV (2012): Ökologischer Landbau in Deutschland, URL: http://www.bmelv.de/SharedDocs/Standardartikel/Landwirtschaft/Oekolandbau/OekologischerLandbauDeutschland.html;jsessionid=53304552EE0B0023C0D9AD850EA5265A.2_cid242#doc377838bodyText6 (Abruf: 04.12.2012).
- BÖLW (2011): Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011 - Bund Ökologische Landwirtschaft, URL: http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen__Daten__Fakten/ZDF2011.pdf (Abruf: 13.09.2012)
- Diller, H. (2000): Preispolitik, Kohlhammer, 3. Auflage, Stuttgart.
- Gielissen, R.; Dutilh, C. E.; Graafland, J. J. (2008): Perceptions of price fairness: An empirical research, Munich Personal RePEc Archive. München. URL: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/20275/> (Abruf: 13.09.2012).
- Hellberg-Bahr, A.; Pfeuffer, M.; Steffen, N.; Spiller, A.; Brümmer, B. (2010): Preisbildungssysteme in der Milchwirtschaft, Ein Überblick über die Supply Chain Milch, Diskussionspapier 1006, DARE der Georg-August-Universität Göttingen, Göttingen.
- Rawls, J.; Kelly, E. (2006): Gerechtigkeit als Fairness: Ein Neuentwurf, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Volling, O. (2008): Unternehmerseminar für Ökolandwirte, Ergebnisse der Betriebszweigauswertung des Berater-Praxis-Netzwerks, Arbeitskreis Milch, 14.10.2008.