

KONZENTRATION (3) /

Die Gewinnentwicklung in der Ernährungsindustrie

„Der Handel besitzt bei den führenden Marken keine Ausweichmöglichkeiten“

Von RAINER LADEMANN

HAMBURG. Die Gewinnentwicklung im Lebensmittelhandel ist bei Licht betrachtet alles andere als ein Indiz für nachlassende Wettbewerbsintensität oder gar monopolistische Verhaltensspielräume der führenden Unternehmen. Obwohl die Publizitätslage kein zuverlässiges Bild von der Ertragskraft des Lebensmittelhandels liefert, ist die mittlere Umsatzrentabilität auf rund 1 % vor Steuern zu veranschlagen.

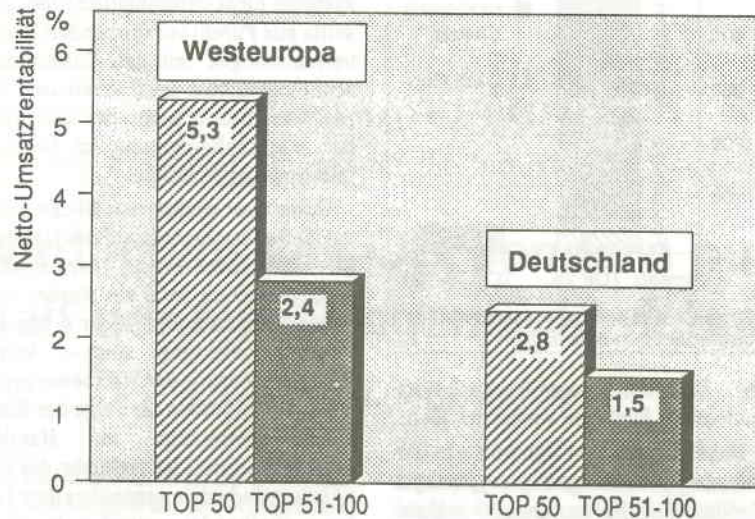
Perspektivisch ist von einer eher sinkenden Tendenz auszugehen, da der Flächendruck im Handel regional und national zugenommen hat und die Preis/Leistungsorientierung sowie

Einkaufsmobilität der Verbraucher noch ausgeprägter geworden sind. Daß hierbei die Größe der Unternehmen keinen zwingenden Zusammenhang mit der Gewinnhöhe aufweist, zeigen die Geschäftsberichte vieler Unternehmen, so auch der Asko AG.

Nach Berechnungen der GWH (Gesellschaft für Wettbewerbsforschung und Handelsentwicklung mbH) läßt sich für die Ernährungsindustrie feststellen, daß die Umsatzrenditen tendenziell auf einem stabilen Niveau höher liegen und gleichzeitig ein starker positiver Zusammenhang mit der Unternehmensgröße besteht.

Ertragskraft in der Lebensmittel-Industrie

Vergleich Deutschland und Westeuropa 1990



Quelle: Berechnungen der GWH nach Geschäftsberichten und Jahresabschlüssen; © Handelsblatt-Grafik

Positiver Zusammenhang mit der Unternehmensgröße

So beträgt die mittlere Umsatzrendite nach Steuern der größten 50 Unternehmen der Ernährungsindustrie rund 2,8 %. Das Verfolgerfeld (Unternehmen der Rangplätze 51 bis 100) erzielten dagegen nur noch eine Umsatzrendite von 1,5 %.

Hierbei spielt der Internationalisierungsgrad des Geschäfts eine entscheidende Rolle: Überwiegend national tätige Hersteller aus den Top 100 erwirtschaften einen Gewinn nach Steuern von ca. 2 % vom Umsatz, überwiegend international agierende Konzerne in Deutschland dagegen rund 3,5 %.

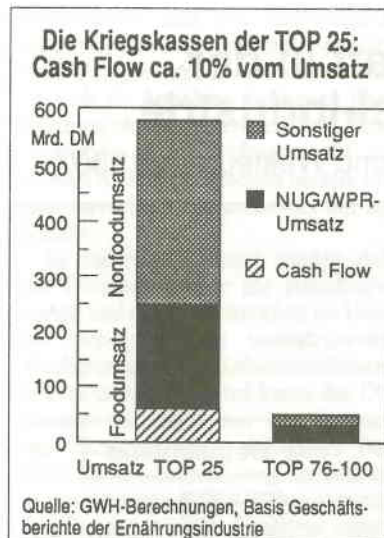
Ein Blick auf die europäischen Gewinnstrukturen in der Ernährungsindustrie zeigt indes, daß die größten 50 deutschen Hersteller nur etwas mehr als die Hälfte der 50 führenden Unternehmen in Europa verdienen, die es auf durchschnittlich 5,4 % Umsatzrendite nach Steuern bringen. Hierbei ist zu berücksichtigen, daß die Konzentration im deutschen Lebensmittelhandel im westeuropäischen Maßstab nur als durchschnittlich und daher

noch als steigerungsfähig gilt. Es ist somit derzeit nicht erkennbar, daß im Lebensmittelhandel nachfragemachtbedingte Gewinnverlagerungen zu Lasten der Industrie entstanden sind, trotz der unbestrittenen Konzentration im Handel.

Der Grund liegt eindeutig darin, daß der Handel bei den führenden Markenartikeln keine Ausweichmöglichkeiten besitzt: Wenn im Lebensmittelhandel 30 % der Artikel 70 % der Roherträge erzielen, erscheinen die Kasandrarufer des Markenverbandes von der nachfragemachtbedingten Auszehrung der Industrie unangebracht.

Keine schlechtere Wettbewerbsposition

Als Ergebnis bleibt festzuhalten: Die Ernährungswirtschaft befindet sich inmitten eines durch die europäische Marktintegration ausgelösten bzw. verschärften Strukturwandels. Dieser drückt sich vor allem in der Anpassung der Unternehmensgrößen an die neuen Dimensionen des Europäischen Binnenmarktes aus. Die durch „economies of scale“ erzielbaren Wettbewerbsvorteile veranlassen sowohl Industrie als auch den Handel,



das Unternehmensgrößenwachstum auch durch Fusionen voranzutreiben.

Dabei kommt dem Handel die in der Industrie immer noch ausgeprägte Konditionendifferenzierung zugute. Konditionenanpassung wird auch beim Zusammenschlußvorhaben Metro/Asko als ein wesentlicher Bestandteil des strategischen Kalküls vermutet, denn die Metro liegt nach einer Aufstellung von M + M Eurodata unter den Top-Nachfragern im Lebensmittelhandel derzeit auf Rang acht und würde zusammen mit Asko

wahrscheinlich auf Rang sechs aufsteigen.

Wer aber in der Ernährungsindustrie vor dem Erfahrungshintergrund der vergangenen Fusionen und mit Blick auf Europa seine Konditionensysteme nicht vereinheitlicht hat, der sollte aus Furcht vor drohenden Nachverhandlungen mit den Zusammenschlußbeteiligten nach Austausch ihrer Konditionen nicht das Gespenst der Marktbeherrschung im Lebensmittelhandel bemühen.

Unter dem nüchternen Blickwinkel der Tatsachen besteht auf der Hersteller- und Handelsstufe der Ernährungswirtschaft wohl ein starker Anreiz zur Konzentration, aber — wie die Gewinnentwicklung zeigt — keine Verschlechterung der Wettbewerbsposition der Industrie als Folge der Konzentrationsvorgänge im Handel. Marktstrukturell ist vielmehr die Ernährungsindustrie gegenüber dem Lebensmittelhandel weiterhin im Vorteil, der mit der Verwirklichung des Europäischen Binnenmarktes eher noch an Bedeutung gewinnen wird.

Der Autor ist geschäftsführender Gesellschafter der GWH Dr. Lademann & Partner, Gesellschaft für Wettbewerbsforschung und Handelsentwicklung mbH, Hamburg.