

**Vermarktungsbedingungen für Schlachtvieh und Fleisch
in hessischen Erzeugungsgebieten
mit unterschiedlicher Nähe zu den Verbrauchszentren**

Herbert Funk

Gießen 1986

INHALTSÜBERSICHT

	Seite
0 Einführung	1
0.1 Problemstellung	1
0.2 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands	2
1 Raumwirtschaftliche Grundlagen	5
1.1 Räumliche Differenzierung	5
1.2 Agglomeration und Marktnähe	8
1.3 Interregionaler Wettbewerb	11
1.3.1 Wettbewerb und Markttransparenz	11
1.3.2 Räumliche Konkurrenz	13
2 Schlachtvieherzeugung	16
2.1 Regionale Wettbewerbsstellung der Schlachtvieherzeugung	16
2.1.1 Bundesrepublik Deutschland innerhalb der EG	16
2.1.2 Hessen innerhalb des Bundesgebiets	17
2.2 Regionales Aufkommen an Schlachtvieh und Fleisch in Hessen	20
2.2.1 Schlachtrindvieh und Rindfleisch	20
2.2.2 Schlachtschweine und Schweinefleisch	21
3 Fleischverbrauch	26
3.1 Determinanten der Nachfrage	26
3.1.1 Bevölkerung	26
3.1.2 Kaufkraft	28
3.1.3 Preisverlauf und Nachfrageelastizitäten	30
3.1.4 Verbrauchsgewohnheiten und ihre Beeinflussung	32
3.2 Entwicklung und Struktur des Verbrauchs	34
4 Absatzwege	38
4.1 Selbstvermarktung	38
4.2 Direktabsatz an Verarbeiter	39
4.2.1 Rindvieh	39
4.2.2 Schweine	40
4.2.3 Entwicklung nach Institutionen	42

	Seite
4.3 Viehhandel und Genossenschaften	43
4.3.1 Entwicklung der Mengenanteile in der Erfassung	43
4.3.2 Beteiligung an der Ausfuhr	43
4.3.3 Kosten von Erfassung und Transport	44
4.4 Kooperative Vermarktungsformen	45
4.4.1 Horizontale Koordination	45
4.4.2 Vertikale Integration	47
5 Absatzmengen und Preisermittlung	50
5.1 Lebendviehmärkte	50
5.2 Meldungen der Schlachtbetriebe	51
5.3 Neuere Preisfindungssysteme	55
5.3.1 Preisfindungsstellen	55
5.3.2 Schlachtviehbörsen	56
5.4 Markttransparenz auf Teilmärkten	57
6 Erlössituation	60
6.1 Regionale Stellung Hessens	60
6.1.1 Schlachtungen und Fleischanfall	60
6.1.2 Preisniveau	60
6.1.3 Handelsklassenanteile und Schweineklassifizierung	64
6.2 Förderung der Vermarktungseffizienz	65
6.2.1 Preisinformation	65
6.2.2 Organisationsstrukturen	66
6.2.3 Beratung	67
7 Untersuchungsmethode	69
7.1 Begründung	69
7.2 Entwurf des Untersuchungsansatzes	70
7.3 Formulierung von Fragen	70
7.4 Stichprobenumfang	72
7.5 Erzeugerbefragung	74
7.5.1 Zielsetzung	74
7.5.2 Aufbau	74

	Seite
7.5.2.1 Auswahl der Regionen	74
7.5.2.2 Vorbereitung	75
7.5.2.3 Durchführung	75
7.5.2.4 Auswertung	76
7.6 Abnehmerbefragung	76
7.6.1 Zielsetzung	76
7.6.2 Aufbau	76
8 Ergebnisse der Erzeugerbefragung	79
8.1 Schlachtvieherzeugung	79
8.1.1 Standortorientierung	79
8.1.2 Rindviehhaltung	79
8.1.3 Schweinehaltung	83
8.2 Schlachtviehabsatz	85
8.2.1 Schlachtrindvieh	85
8.2.1.1 Absatzwege	86
8.2.1.2 Abrechnung	87
8.2.1.3 Erlöspreise	89
8.2.2 Schlachtschweine	91
8.2.2.1 Absatzwege	91
8.2.2.2 Abrechnung	92
8.2.2.3 Erlöspreise	95
8.3 Meinungsbild	97
8.3.1 Vorrangaspekte zum Schlachtviehverkauf	97
8.3.2 Einstufung der Abnehmer	97
8.3.3 Preisorientierung	99
8.3.4 Lieferverträge	100
8.3.5 Erzeugergemeinschaften	100
8.3.6 Schweinefleischklassifizierung	101
9 Ergebnisse der Abnehmerbefragung	102
9.1 Problembewertung	102
9.2 Lieferbeziehungen	102
9.2.1 Schlachtvieh	102
9.2.2 Fleisch	105
9.3 Abrechnung	106
9.4 Zukunftserwartungen	108

	Seite
9.4.1 Entwicklung der Schlachtkapazitäten	108
9.4.2 Geschlechtervermarktung	108
9.4.3 Schweinefleischqualität	110
9.4.3.1 Faktoren	110
9.4.3.2 Klassifizierung	111
9.4.3.3 Nachfrageentwicklung	113
10 Ergebnisse der Schlachtstättenbefragung (Autor: Jürgen WEGNER)	115
10.1 Zur Befragungsmethodik	115
10.2 Zahl und Trägerschaft der Betriebe	115
10.3 Schlachtkapazitäten und technische Ausstattung mit Schlachtanlagen	116
10.4 Schlachtungen	117
10.5 Verarbeitung und Absatz von Fleisch	124
10.6 Gebühren und Schlachtlöhne	125
10.7 Wirtschaftliche Situation öffentlicher Schlacht- höfe in Hessen	126
10.7.1 Ergebnisse der Haushaltsrechnungen	126
10.7.2 Auswertung der Betriebsabrechnungen	127
10.7.3 Kapazitätsauslastung und Kostenverlauf	131
11 Anpassungsmöglichkeiten an die regionalen Marktbe- dingungen	135
11.1 Strukturwandel und Standortorientierung	135
11.2 Produktqualität und Verbraucherberatung	137
11.3 Wahl des Absatzweges	140
11.4 Schlachtkapazitäten	144
11.5 Preisermittlung und Markttransparenz	146
12 Zusammenfassung	150
12.1 Abgeschwächtes Verbrauchswachstum als generelle Rahmenbedingung	150
12.2 Einfluß der EG-Agrarpreispolitik auf den inter- regionalen Wettbewerb	150
12.3 Erschließung von Rationalisierungsreserven in der Erzeugung	151
12.4 Rationalisierung der Verarbeitung	152

	Seite
12.5 Schlachtviehabsatz nach Absatzwegen	153
12.6 Verbesserung der Marktstellung landwirtschaftlicher Anbieter	154
12.7 Preisfindung und Preisinformation	155
12.8 Fleischbeschaffenheit und Fleischklassifizierung	157
13 Literatur	158
14 Anhang	165
14.1 Tabellen	166
14.2 Fragebogen	173