

Inhaltsverzeichnis

0 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	XXI
1 Zur Aufgabenstellung und zum Untersuchungsablauf der Studie sowie zur Stellung des Handels in der Gesamtwirtschaft	1
1.1 Aufgabenstellung der Untersuchung	1
1.2 Zum Untersuchungsablauf	3
1.3 Bedeutung und Entwicklung des Handels in der Gesamtwirtschaft	5
2 Systemwettbewerb in der Distribution von Konsumgütern	11
2.1 Elemente des dynamischen Wettbewerbs im Handel	11
2.2 Typisierung von Marktteilnehmern nach ihren Verhaltensweisen	19
2.3 Entwicklung von Angebots- und Betriebskonzepten im Konsumgütereinzelhandel	26
2.4 Veränderungen in der Arbeits- bzw. Funktionsteilung der Distribution von Konsumgütern	33

2.5 Wettbewerbsstrategien von größeren und kleineren Handelsunternehmen und -gruppen	41
2.5.1 Verstärkte Differenzierung der Handelsunternehmen und -gruppen nach ihrer absatzwirtschaftlichen Leistungsfähigkeit	41
2.5.2 Probleme der Zentralisierung und Dezentralisierung von Handels- bzw. Wettbewerbsfunktionen	42
2.5.3 Entwicklung eines unternehmens- und gruppen-spezifischen Leistungsprofils im Absatzmarkt	44
2.6 Größenbezogene bzw. konzentrierte Entwicklungen im Einzelhandel	45
3 Probleme der Machtbalance zwischen Industrie und Handel .	55
3.1 Zur Entwicklung der Marktbeziehungen zwischen Industrie und Handel	55
3.2 Konditionensysteme und ihre wettbewerblichen Wirkungen	59
3.2.1 Einführung	59
3.2.2 Struktur und Wirkungselemente des Konditionensystems	62
3.2.2.1 Klassifizierung und Beschreibung wichtiger Konditionenbereiche	62
3.2.2.2 Vorstellung ausgewählter Konditionenelemente und Versuch einer wettbewerbspolitischen Würdigung	66
3.3 Auswirkungen großer Fusionsvorhaben im Handel auf die Konditionensysteme	73

3.4	Zum Problem der Nachfragemacht im Handel	77
3.4.1	Das Phänomen der Nachfragemacht	77
3.4.2	Zur Entwicklung des Phänomens der Nachfragemacht im Handel	79
4	Markteintrittsbarrieren in der Distribution von Konsumgütern	83
4.1	Einführung und Abgrenzung des Untersuchungs- gegenstands	83
4.2	Systematisierung der verschiedenen Ebenen des Markt- eintritts in der Konsumgüterdistribution	85
4.3	Beschreibung ausgewählter Marktzutrittsbarrieren im Handel	88
4.3.1	Strukturelle Marktzutrittsschranken	88
4.3.2	Administrative Marktzutrittsschranken	94
4.3.3	Strategische Marktzutrittsschranken	96
4.3.4	Zusammenfassung und Bewertung	97
4.4	Konzentrations- und Kooperationsprozesse im Handel als Marktzutrittschürde für neue Produkte	100
4.4.1	Vorbemerkung	100
4.4.2	Die Auswirkungen der Ökonomisierung der Distribution auf die Markteinführungschancen für neue Produkte	102
4.4.3	Zusammenfassung und Bewertung	106

5	Stellung und Anpassungsaktivitäten der Kooperationen des Einzelhandels	109
5.1	Zur wettbewerbspolitischen Stellung der Kooperationen im Einzelhandel mit Konsumgütern	109
5.2	Die Entwicklung in wichtigen Kooperationsgruppen des Einzelhandels mit Nahrungs- und Genußmitteln	118
5.2.1	Die EDEKA-Gruppe	121
5.2.2	Die REWE-Gruppe	128
5.2.3	Die SPAR-Handelsgruppe	137
5.2.4	Die Markant-Gruppe	143
5.3	Entwicklung der Liefer- und Leistungsbeziehungen zwischen Mitgliedsunternehmen und Kooperationszentrale	149
5.3.1	Herausbildung einer intensiveren Zusammenarbeit	149
5.3.1.1	Zusammenarbeit in der Beschaffung	149
5.3.1.2	Zusammenarbeit im Absatz	153
5.3.2	Stellung der Mitgliedsunternehmen zu ihrer Kooperation	157
5.3.3	Wettbewerbspolitische Beurteilung der Entwicklungen der Liefer- und Leistungsbeziehungen	159
5.4	Problem der Bildung von Franchise-Gruppen innerhalb von Kooperationen	160
5.5	Handlungs- und Wettbewerbsfreiheit im kooperierenden Einzelhandel	170

5.5.1	Wirtschaftliche Selbständigkeit in Kooperationen	170
5.5.2	Selbständigkeit in der Beschaffung	171
5.5.3	Selbständigkeit im Absatz	174
5.6	Zu ausgewählten handels- und wettbewerbspolitischen Entwicklungen in den Kooperationen	176
5.6.1	Zunehmende Typenvielfalt von Kooperationen	176
5.6.2	Zur Internationalisierung der Beschaffung	177
5.6.3	Verstärkte Zusammenarbeit zwischen den Kooperationen	178
5.6.4	Zur wettbewerbspolitischen Wirkung des § 5 c GWB	179
6	Entwicklung der Europäisierung von Handelsunternehmen und Handelsgruppen	182
6.1	Einführung	182
6.2	Engagements deutscher Handelsunternehmen im europäischen Ausland	184
6.3	Engagements westeuropäischer Handelsunternehmen in der Bundesrepublik Deutschland	197
6.4	Europäische Einkaufsgruppen und ihre wirtschafts- politische Bedeutung	200

7 Finanz- und ertragswirtschaftliche Situation und Entwicklung im Handel	202
7.1 Problemhintergrund	202
7.2 Vorbemerkungen zur Datenlage	202
7.3 Finanzierungssituation im Einzelhandel	204
7.4 Finanzierungssituation im Großhandel	215
7.5 Finanzierungssituation im Verarbeitenden Gewerbe, insbesondere im Konsumgüterproduzierenden Gewerbe	226
7.6 Vergleich der Ertrags- und Finanzierungssituation und ihrer Entwicklung im Einzelhandel, dem Großhandel und dem Verarbeitenden Gewerbe anhand ausgewählter Indikatoren	234
7.7 Resümee	240
8 Bewertung der Untersuchungsergebnisse	242
8.1 Zunahme der gesamtbetrieblichen Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der umsatzstarken Handels- unternehmen	242
8.2 Stufenübergreifender Absatzwettbewerb und Zunahme der Reaktionsverbundenheit der Unternehmen	243
8.3 Notwendigkeit der Fortentwicklung der Handels- kooperationen	245
8.4 Wettbewerbsbeziehungen der marktführenden Handels- unternehmen und -kooperationen	246

**Exkurs: Marktstrukturelle Grundlagen des Austausch-
prozesses in der Ernährungswirtschaft**

von Rainer Lademann 249

Literaturverzeichnis 285

Tabellenverzeichnis

1.3/1	Anteil des Handels an allen Wirtschaftsbereichen in der Bundesrepublik Deutschland im Zeitraum 1980 bis 1990 in %	7
1.3/2	Entwicklung ausgewählter Indikatoren für den Handel in der Bundesrepublik Deutschland im Zeitraum 1980 bis 1990	8
2.1/1	Die 10 umsatzgrößten Unternehmen und Gruppen des Konsumgüter Einzelhandels 1992 - nach den inländischen Gesamt-Einzelhandelsumsätzen	13
2.1/2	Entwicklung der Umsatzstruktur des Kaufhof-Konzerns von 1986 bis 1991	16
2.2/1	Zahl und Umsätze der steuerpflichtigen Unternehmen im Handel nach Rechtsformen und Handelsstufen 1990 und 1980	20
2.2/2	Entwicklung der Zahl der Unternehmen im Einzelhandel nach Bereichen im Zeitraum 1980 bis 1990	25
2.3/1	Struktur der Tengelmann-Gruppe (Einzelhandel) 1989/90 und 1990/91 in der Bundesrepublik Deutschland	27
2.4/1	Entwicklung des Umsatzes von Handelsware in aus- gewählten Konsumgüterbranchen von 1977 bis 1985	36
2.4/2	Entwicklung der Anteile des Streckengeschäfts am Gesamtumsatz von Großhandelsunternehmen des Binnen- und Außenhandels (1980, 1985 und 1990)	39

2.6/1	Entwicklung und Verteilung der Zahl der Unternehmen im Einzelhandel nach Umsatzgrößenklassen im Zeitraum 1980 bis 1990	47
2.6/2	Entwicklung und Verteilung der Umsätze im Einzelhandel nach Umsatzgrößenklassen im Zeitraum 1980 bis 1990 . .	48
2.6/3	Entwicklung der Umsätze je Unternehmen im Einzel- handel nach Bereichen im Zeitraum 1980 bis 1990	49
2.6/4	Umsatzanteil der größten Unternehmen im Einzelhandel nach Wirtschaftsbereichen im Jahr 1989	51
2.6/5	Gesamtumsätze der 10 größten Handelsunternehmen bzw. -gruppen 1989 und 1991	53
3.2.2.1/1	Rabattarten und sonstige Anlässe für Konditionen- spreizungen im Lebensmittelhandel	63
4.2/1	Typisierung von idealisierten Marktzutritten im Handel und in der Industrie unter Berücksichtigung der relevanten Markteintrittskosten	86
4.3/1	Übersicht über wesentliche Marktzutrittsschranken im Handel	89
4.4.2/1	Entwicklung des Sortimentsumfangs ausgewählter Angebotstypen im Lebensmitteleinzelhandel	103
5.1/1	Bedeutung der Einkaufskooperationen im Urteil von Mitgliedsunternehmen in ausgewählten Einzelhandels- branchen	112
5.1/2	Entwicklung der Zahl und des Umsatzes der koope- rierenden bzw. selbständigen Einzelhandelsunter- nehmen und der Filialgeschäfte im Lebensmittel- einzelhandel (1980, 1984, 1988 und 1991)	115

5.2/1	Gesamtumsatzentwicklung Inland der großen Gruppen des Lebensmittelhandels nach Zentral-, Großhandels- und Einzelhandelsstufe 1988 bis 1992	120
5.2.1/1	Entwicklung der EDEKA-Gruppe von 1985 bis 1992	123
5.2.2/1	Entwicklung der REWE-Handelsgruppe von 1988 bis 1992	132
5.2.2/2	Einzelhandelsentwicklung der REWE-Handelsgruppe in den Jahren 1980, 1985 sowie 1989 bis 1991	135
5.2.3/1	Entwicklung der SPAR Handels AG von 1988 bis 1992 . .	140
5.2.4/1	Entwicklung der Markant-Gruppe 1990 bis 1992	145
5.2.4/2	Entwicklung der Markant-Gruppe nach Vertriebstypen und Außenumsatz 1991 und 1992	147
5.3.1.1/1	Grad der Einkaufskonzentration bzw. Bezugsquote von Mitgliedsunternehmen von Handelskooperationen in ausgewählten Branchen nach Umsatzgrößenklassen . . .	152
5.3.1.2/1	Leistungspaket bzw. -angebot einer Kooperationsgruppe des Spielwarenhandels	154
5.3.1.2/2	Häufigkeit der Nutzung von Waren- und Dienstleistungsangeboten von Handelskooperationen im Nahrungs- und Genußmittelhandel	156
5.3.2/1	Stellung von Mitgliedsunternehmen zu ihrer Kooperationszentrale in ausgewählten Einzelhandelsbranchen . .	158
5.4/1	Stärkste Konkurrenten in ausgewählten Einzelhandelsbranchen im Urteil von kooperierenden Einzelhandelsunternehmen	161

5.4/2	Die 20 größten Franchisesysteme nach der Zahl der Franchisenehmer in der Bundesrepublik Deutschland - Stand 31.12.1992	166
6.1/1	Direktinvestitionen deutscher und ausländischer Handelsunternehmen von 1989 bis 1991	183
6.2/1	Aktivitäten deutscher Unternehmen des Lebensmittelhandels in West-Europa - 1990, 1991 und 1992	192
6.2/2	Aktivitäten deutscher Unternehmen des Lebensmittelhandels in West-Europa - 1990, 1991 und 1992	193
6.2/3	Aktivitäten deutscher Unternehmen des Lebensmittelhandels in West-Europa - 1990, 1991 und 1992	194
6.2/4	Aktivitäten deutscher Unternehmen des Lebensmittelhandels in West-Europa - 1990, 1991 und 1992	195
6.2/5	Aktivitäten deutscher Unternehmen des Lebensmittelhandels in West-Europa - 1990, 1991 und 1992	196
6.3/1	Aktivitäten von europäischen Unternehmen des Lebensmittelhandels in der Bundesrepublik Deutschland 1990, 1991 und 1992	199
7.3/1	Struktur der Bilanzpassiva des Einzelhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	205
7.3/2	Struktur der Bilanzaktiva des Einzelhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	207
7.3/3	Erfolgsrechnung des Einzelhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Gesamtleistung	209
7.3/4	Erfolgsrechnung des Facheinzelhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % des Umsatzes	211

7.3/5	Kostenstruktur im Einzelhandel im Jahr 1989 in % der Gesamtleistung nach Größenklassen	212
7.3/6	Entwicklung der Gesamtkapitalrentabilität und des Fremdkapitalzinssatzes des Verarbeitenden Gewerbes, des konsumgüterproduzierenden Gewerbes, des Groß- handels und des Einzelhandels in den Jahren 1980 bis 1991	214
7.4/1	Struktur der Bilanzpassiva des Großhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	216
7.4/2	Struktur der Bilanzaktiva des Großhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	218
7.4/3	Erfolgsrechnung des Großhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Gesamtleistung	220
7.4/4	Erfolgsrechnung des Großhandels in den Jahren 1980 bis 1991 in % des Umsatzes	221
7.4/5	Betriebsergebnisrechnung des Großhandels für die Jahre 1980, 1984 und 1988 nach Bereichen in % der Gesamtleistung (Umsatz)	223
7.4/6	Rohertragsquoten des Großhandels in den Jahren 1980 bis 1991 nach Bereichen	224
7.4/7	Kostenstruktur im Großhandel im Jahr 1988 in % der Gesamtleistung nach Größenklassen	225
7.5/1	Struktur der Bilanzpassiva des Verarbeitenden Gewerbes in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	227
7.5/2	Struktur der Bilanzpassiva des konsumgüterprodu- zierenden Gewerbes in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	228

7.5/3	Struktur der Bilanzaktiva des Verarbeitenden Gewerbes in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	229
7.5/4	Struktur der Bilanzaktiva des Konsumgüterprodu- zierenden Gewerbes in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Bilanzsumme	230
7.5/5	Erfolgsrechnung des Konsumgüterproduzierenden Gewerbes in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Gesamtleistung	232
7.5/6	Erfolgsrechnung des Verarbeitenden Gewerbes in den Jahren 1980 bis 1991 in % der Gesamtleistung	233

Abbildungsverzeichnis

2.3/1	Marktanteile der Angebotstypen des Einzelhandels in der BR Deutschland	29
5.1/1	Marktanteile von Kooperationsgruppen in ausgewählten europäischen Ländern	110
5.1/2	Marktanteile wichtiger Betriebsformen des Einzel- handels in der BR Deutschland	114
5.1/3	Quantitative Bedeutung der Handelskooperationen auf den Absatz- und Beschaffungsmärkten	119
5.2.2/1	Struktur der REWE-Handelsgruppe	130
5.3.1.1/1	Grad der Einkaufskonzentration der kooperierenden Einzelhandelsunternehmen nach Branchen	151
7.6/1	Entwicklung der Rothertragsquoten in den Wirtschafts- bereichen Verarbeitendes Gewerbe, konsumgüterprodu- zierendes Gewerbe, Großhandel und Einzelhandel in % im Zeitraum 1980 bis 1990	236
7.6/2	Entwicklung des Anteils der Sachanlagen an der Bilanzsumme im Verarbeitenden Gewerbe, konsumgüter- produzierenden Gewerbe, Großhandel und Einzelhandel in % im Zeitraum 1980 bis 1990	238
7.6/3	Entwicklung der Eigenmittelquoten im Verarbeitenden Gewerbe, konsumgüterproduzierenden Gewerbe, Groß- und Einzelhandel in % im Zeitraum 1980 bis 1990	239