

GLIEDERUNG

1. Problem, Fragestellung und Vorgehensweise	1
2. Agrarmarkt und Landwarenhandel	6
2.1 Darstellung der Handelsbeziehungen	6
2.1.1 Charakterisierung des Agrarmarktes	8
2.1.2 Begriffsbestimmung	10
2.1.3 Marktvolumen	10
2.2 Marktgegebenheiten im Bezugs- und Absatzbereich	14
2.2.1 Zur Marktform	14
2.2.2 Struktur des Absatzmarktes	18
2.2.2.1 Einführende Bemerkungen	18
2.2.2.2 Getreide	19
2.2.2.3 Kartoffeln und Ölsaaten	21
2.2.3 Struktur der Beschaffungsmärkte	26
2.2.3.1 Einführende Bemerkungen	26
2.2.3.2 Die wichtigsten Teilmärkte des landwirtschaftlichen Beschaffungsmarktes	29
2.2.3.3 Zukauffuttermittel	31
2.2.3.4 Handelsdünger	35
2.2.3.4.1 Handelskonditionen und Absatzwege	37
2.2.3.4.2 Stickstoffdüngemittel	38
2.2.3.4.3 Phosphat- und Kalidüngemittel	40
2.2.3.5 Pflanzenschutz- und Schädlingsbekämpfungsmittel	42
2.2.3.6 Zusammenfassende Betrachtung	45
2.2.4 Bestimmung des Gesamthandelsvolumens für den Bereich des Landwarenhandels	47
2.2.4.1 Darstellung der Berechnungsmethode	47
2.2.4.2 Darstellung der Berechnungsergebnisse	49
3. Struktur des Landwarenhandels in der Bundesrepublik Deutschland	51
3.1 Genossenschaftlicher Landwarenhandel	51
3.1.1 Zum Status der Genossenschaften	51
3.1.2 Aufbau und Organisation	55
3.1.2.1 Genossenschaftswirtschaften	55
3.1.2.2 Genossenschaftsverbände	58
3.1.2.3 Genossenschaftliche Gesamtstruktur	60

	<u>Seite</u>
3.1.3 Zur Problematik des Förderungsauftrages	63
3.1.4 Zur Problematik der Gewinnverwendung	65
3.1.5 Primärgenossenschaftlicher Aufbau	70
3.1.5.1 Anzahl und Größe	73
3.1.5.2 Räumliche Verteilung	82
3.1.6 Sekundärgenossenschaften	85
3.1.7 Zusammengefaßte Ergebnisse und Bestimmung von Umsatzanteilen des genossenschaftlichen Landwaren- handels	89
3.2 Privater Landwarenhandel	91
3.2.1 Morphologische Aspekte	93
3.2.2 Vereinigungen des Landwarenhandels	93
3.2.3 Struktur des privaten Landwarenhandels	99
3.2.4 Zusammengefaßte Ergebnisse und Bestimmung von Umsatzanteilen im privaten Landwarenhandel	100
3.3 Sonstige in der Untersuchung nicht erfaßte Landwaren- handelsunternehmen	118
4. Regionale Aspekte des Landwarenhandels	119
4.1 Analyse regionaler Preisdifferenzen	119
4.2 Regionale Verteilungsdichte	124
4.3 Zusammenfassende Bewertung der regionalen Aspekte	133
5. Möglichkeiten der Beurteilung der Wettbewerbssituation im Landwarenhandel	136
5.1 Grundzüge der Wettbewerbstheorie	136
5.1.1 Begriff und Konzepte	136
5.1.1.1 Klassische Wettbewerbstheorie	137
5.1.1.2 Ansätze einer dynamischen Wettbewerbs- theorie	141
5.1.2 Wettbewerbsfunktionen und Wettbewerbsintensität	143
5.1.3 Austausch- und Parallelprozeß	149

	<u>Seite</u>
5.2 Kriterien zur Beurteilung von Wettbewerb	151
5.2.1 Marktstellung und Marktorganisation	152
5.2.2 Abweichungen vom wirksamen Wettbewerb	159
5.2.3 Wettbewerbstests	161
6. Beurteilung der Wettbewerbssituation	165
6.1 Mit Hilfe von objektiven Kriterien	165
6.2 Mit Hilfe subjektiver Kriterien	176
6.2.1 Befragungsteilnehmer	176
6.2.2 Befragungsbogen	177
6.2.3 Befragungsergebnisse	177
7. Schlußbemerkungen	183
7.1 Zusammenfassung	183
7.2 Folgerungen	187
Literaturverzeichnis	
Anhang	