

Schulmilchanbieter – Welchen Einfluss haben sie auf die Nachfrage nach Schulmilch in Nordrhein-Westfalen?

Daniela Weible

Johann Heinrich von Thünen-Institut (vTI), Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume, Wald und Fischerei, Institut für Marktanalyse und Agrarhandelspolitik (MA), Braunschweig

daniela.weible@vti.bund.de



*Vortrag anlässlich der 50. Jahrestagung der GEWISOLA
„Möglichkeiten und Grenzen der wissenschaftlichen Politikanalyse“
Braunschweig, 29.09. – 01.10.2010*

Copyright 2010 by authors. All rights reserved. Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright notice appears on all such copies.

SCHULMILCHANBIETER – WELCHEN EINFLUSS HABEN SIE AUF DIE NACHFRAGE NACH SCHULMILCH IN NORDRHEIN-WESTFALEN?

*Daniela Weible**

1 Einleitung

Kinder an schulischen Einrichtungen in Deutschland können täglich bis zu 250 ml Schulumilch zu einem subventionierten Preis erhalten. Aktuell beläuft sich die Beihilfe für Schulumilch auf 18,15 €/100 kg Milchäquivalent. Um zu gewährleisten, dass diese Beihilfe den Konsumenten erreicht, gelten Höchstabgabepreise für Schulumilcherzeugnisse (VO (EWG) 1080/1977).

Da der Schulumilchabsatz in Deutschland stark rückläufig ist, hat das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz in Zusammenarbeit mit weiteren Trägern das Bundesmodellvorhaben „Schulumilch im Fokus“ initiiert. Im Rahmen dieses Projekts soll die Relevanz einzelner Faktoren für die Nachfrage nach Schulumilch ermittelt werden. Das Projektdesign ist detailliert in SALAMON et al. (2010) dargestellt.

In einer solchen Betrachtung können die Anbieter von Schulumilch nicht vernachlässigt werden. Die Situation der Anbieter zeichnet sich einerseits durch den speziellen Vertrieb der Schulumilch und andererseits durch den engen Kontakt zur Nachfrageseite (den Schulen) aus. Aufgrund von verhältnismäßig hohen Logistikkosten in Kombination mit der abnehmenden Nachfrage ist die Durchführung des Schulumilchgeschäfts von Herausforderungen gekennzeichnet. Dieser Beitrag beschreibt zunächst kurz das Verhalten der Anbieter auf dem Schulumilchmarkt sowie die Beziehung zwischen Anbieter und Nachfrager. Darauf aufbauend wird der Frage nachgegangen, inwieweit Unterschiede zwischen den Anbietern einen Einfluss auf die Nachfrage nach Schulumilch haben.

2 Analyse des Anbieterverhaltens

In Nordrhein-Westfalen sind im untersuchten Schuljahr 2008/09 insgesamt 24 Anbieter als Schulumilchlieferanten registriert. Diese Unternehmen sind in der Wertschöpfungskette das unmittelbare Kettenglied vor den schulischen Einrichtungen. Mittels einer Online-Befragung dieser Anbieter wurden wesentliche Charakteristika, Problempunkte und Entwicklungen im Schulumilchgeschäft ermittelt.

Aus dem Stichprobenumfang von n=22 wurde eine Rücklaufquote von 15 (68 %) Teilnehmern erzielt. Zunächst lassen sich die 15 teilnehmenden Anbieter nach Art des Unternehmens in 7 Direktvermarkter, 5 Händler und 3 Molkereien unterteilen. Alle Unternehmen bieten pure Milch an, wie es in der VO (EG) Nr. 657/2008 vorgeschrieben ist. In Bezug auf die verschiedenen Geschmacksrichtungen sind Kakao (80 %), Vanille- (80 %) und Erdbeermilch (73 %) am häufigsten vertreten.

Die Befragung der Anbieter macht deutlich, dass sich einige wesentliche Unterschiede zwischen den Schulumilchlieferanten auf den Anbietertyp zurückführen lassen. Dazu zählen Unterschiede in der Durchführung der Belieferung (eigenes Fahrzeug vs. Spediteur), der zugrunde liegenden Motivation und dem Umsatzanteil des Schulumilchgeschäfts am Gesamtumsatz. Weitere Unterschiede, welche jedoch unabhängig vom Anbietertyp sind, zeigen sich in der Zahl der belieferten Schulen (zwischen ‚4‘ und ‚über 5000‘), beim Angebot weiterer Produkte (Nicht-Milchgetränke, Snacks) und zusätzlicher Leistungen (Kühlschrank, Werbemittel).

* Daniela Weible, Institut für Marktanalyse und Agrarhandelspolitik, Johann Heinrich von Thünen-Institut (vTI), Bundesallee 50, 38116 Braunschweig, daniela.weible@vti.bund.de.

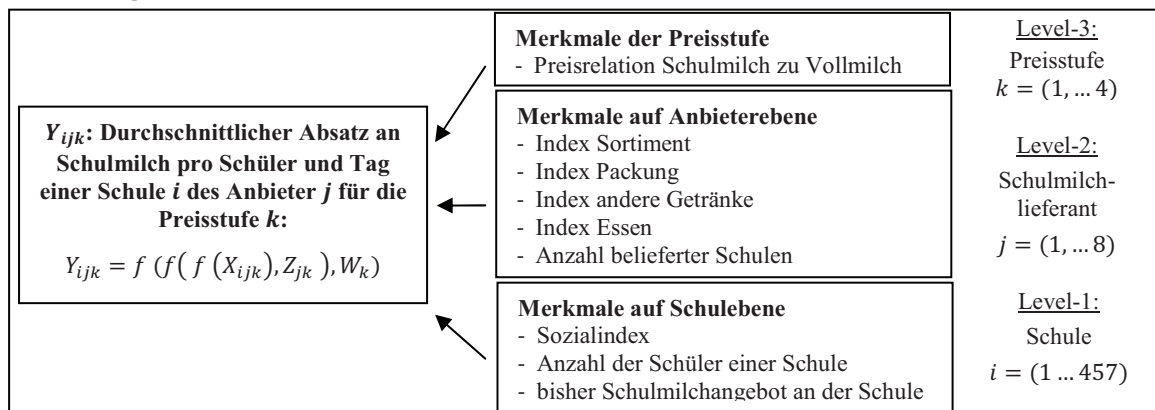
3 Multilevel-Analyse

Die Multilevel-Analyse basiert auf den Ansätzen der Regressionsanalyse, berücksichtigt jedoch die Interaktionen zwischen den exogenen Individual- und Kontextmerkmalen, indem sie mehrere Ebenen (Levels) eines Datensatzes unterscheidet (HECK und THOMAS, 2009).

Im Fall der Schulmilch können die anbieterspezifischen Merkmale nicht alleine zur Erklärung des Schulmilchkonsums herangezogen werden, sondern diese müssen im Kontext weiterer relevanter Ebenen und der damit verbundenen Erklärungsfaktoren in die Analyse mit einbezogen werden. Dadurch können Interaktionen zwischen den Betrachtungseinheiten berücksichtigt und ihre Stärke bzw. ihr Zusammenhang quantifiziert werden (HOX, 2002: 3). Ob Kinder Schulmilch in Schulen konsumieren, hängt in erster Linie von dem Preis der Schulmilch, individuellen Gegebenheiten, dem Umfeld der jeweiligen Schule und Klasse sowie dem Verhalten des jeweiligen Anbieters ab.

Im Modell wird der durchschnittliche Schulmilchabsatz der Schüler einer Schule anhand von Eigenschaften der Schule, des Anbieters und des Preises erklärt. Die Daten beinhalten schulweise erfasste Absatzzahlen der Anbieter. Abbildung 1 veranschaulicht die dreistufige Struktur des Schätzmodells und fasst die einbezogenen Variablen zusammen.

Abbildung 1: Die Ebenen im Schätzmodell



Quelle: Eigene Darstellung.

4 Bewertung der Analysen und Schlussfolgerung

Der Multilevel-Ansatz zur Analyse der vorliegenden Problemstellung erweist sich für die Daten, die sich durch unterschiedliche Betrachtungsebenen auszeichnen, als eine geeignete Methode. Sowohl der Preis als auch Merkmale der Schulmilchlieferanten und der Schulen spielen eine Rolle bei der Erklärung des Schulmilchabsatzes. Dabei ist der Preis ein sehr wichtiger Einflussfaktor der Schulmilchnachfrage. Wie zu erwarten, steigt die Nachfrage mit sinkendem Schulmilchpreis. Auf Anbieterebene hat die Variable „Index Sortiment“ einen Einfluss. Weiterhin ist die Größe der Schule entscheidend. Dabei wird an Schulen mit einer größeren Anzahl an Schülern, weniger Schulmilch pro Schüler und Schultag abgesetzt. Das Modell macht zudem deutlich, dass es einer größeren Auswahl an erklärenden Variablen Bedarf, um den Absatz besser beschreiben zu können.

Literatur

- HECK, R.H. und S.L. THOMAS (2009): An Introduction to Multilevel Modeling Techniques. 2. Aufl., Routledge, New York.
- HOX, J. (2002): Multilevel Analysis: Techniques and Applications. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associate, New Jersey.
- SALAMON, P., C. PFAU, M. GRILLENBERGER, I.B. CHRISTOPH, A. STRAßBURG, S.A. WEBER, G. PETER, A. GONZALEZ, J. BONFIG und D. WEIBLE (2010): School Milk Demand: Design and First Results of the German Federal Research Project ‘Schulmilch im Fokus’. In: Landbauforschung, Vol. 60, Heft 2, S. 1-10.