

# Handelsplattformen in der Agrifood-Wertschöpfungskette: Der Getreide- und Fleischsektor

MELANIE FRITZ, BONN

RALF HELBIG, BONN

GERHARD SCHIEFER, BONN

## Abstract

*The purpose of this paper is to locate electronic trade platforms acting in the value chains of cereal and meat products. Their existence possibly transforms the conventional way of marketing both product categories by disintermediation and enhanced vertical integration.*

## 1 Einführung

Dieser Beitrag hat zum Ziel, virtuelle Handelsplattformen und Online-Shops, die auf den Wertschöpfungsketten des Getreide- sowie des Fleischsektors agieren, aufzuzeigen und den entsprechenden Stufen der Wertschöpfungskette zuzuordnen. Besonders fokussiert wird dabei auf eventuelle Disintermediation sowie mögliche Steigerung der vertikalen Integration.

## 2 Getreidesektor

Im europäischen Raum werden alle Kettenstufen des Getreidesektors durch Handelsplattformen oder Online-Shops verbunden. Ansätze zur vertikalen Integration gehen vor allem von Marktplätzen aus, die wie z.B. Transora gleichzeitig über mehrere Stufen hinweg agieren. Disintermediation wird beispielsweise von Online-Shops demonstriert, die die Kettenstufen Industrie und Konsument verbinden und Industrieerzeugnisse direkt vertreiben. Auf dem nordamerikanischen Markt ist die große Anzahl an spezialisierten Handelsplattformen auffällig (Bakery Online, BeverageIndustry.org, Beverage Online, E-bevs). Agribuys oder Foodtrader.com sind Marktplätze, die über die gesamte Kette agieren und können somit als vertikale Marktplätze bezeichnet werden.

## 3 Fleischsektor

Fleischforum.de und meattraders.net sind vertikale Marktplätze für den europäischen Fleischsektor. Daneben fallen Plattformen auf, die die gesamte Nahrungsmittelbranche bedienen und unter anderem auch Fleisch und Fleischwaren vermitteln (z.B. efoodmanager). Vertikale Integration zwischen den Kettenstufen könnte durch diese Initiativen gesteigert werden. Auf dem nordamerikanischen Fleischsektor agieren mehrere Handelsplattformen, die als vertikale Marktplätze für den Fleischsektor einzustufen sind (CattleinfoNet, SellMEAT.com).

## 4 Zusammenfassung

In den untersuchten Sektoren existieren eine Vielzahl von virtuellen Handelsplattformen und Online-Shops. Die Mehrzahl der Handelsplattformen ist über mehrere Kettenstufen tätig. Dies könnte die vertikale Integration fördern. Anzumerken bleibt, dass die aufgeführten Handelsplattformen und Online-Shops aufgrund des enormen Wandels im Bereich der New Economy als temporäre Bestandsaufnahme anzusehen sind.

## 5 Literatur

FRITZ, M. (2000a): Handelsplattformen und Online-Shops für Getreide und Getreideerzeugnisse. Bericht B – 00/2, Bonn

FRITZ, M. (2000b): Handelsplattformen und Online-Shops für Fleisch und Fleischprodukte. Bericht B – 00/3, Bonn

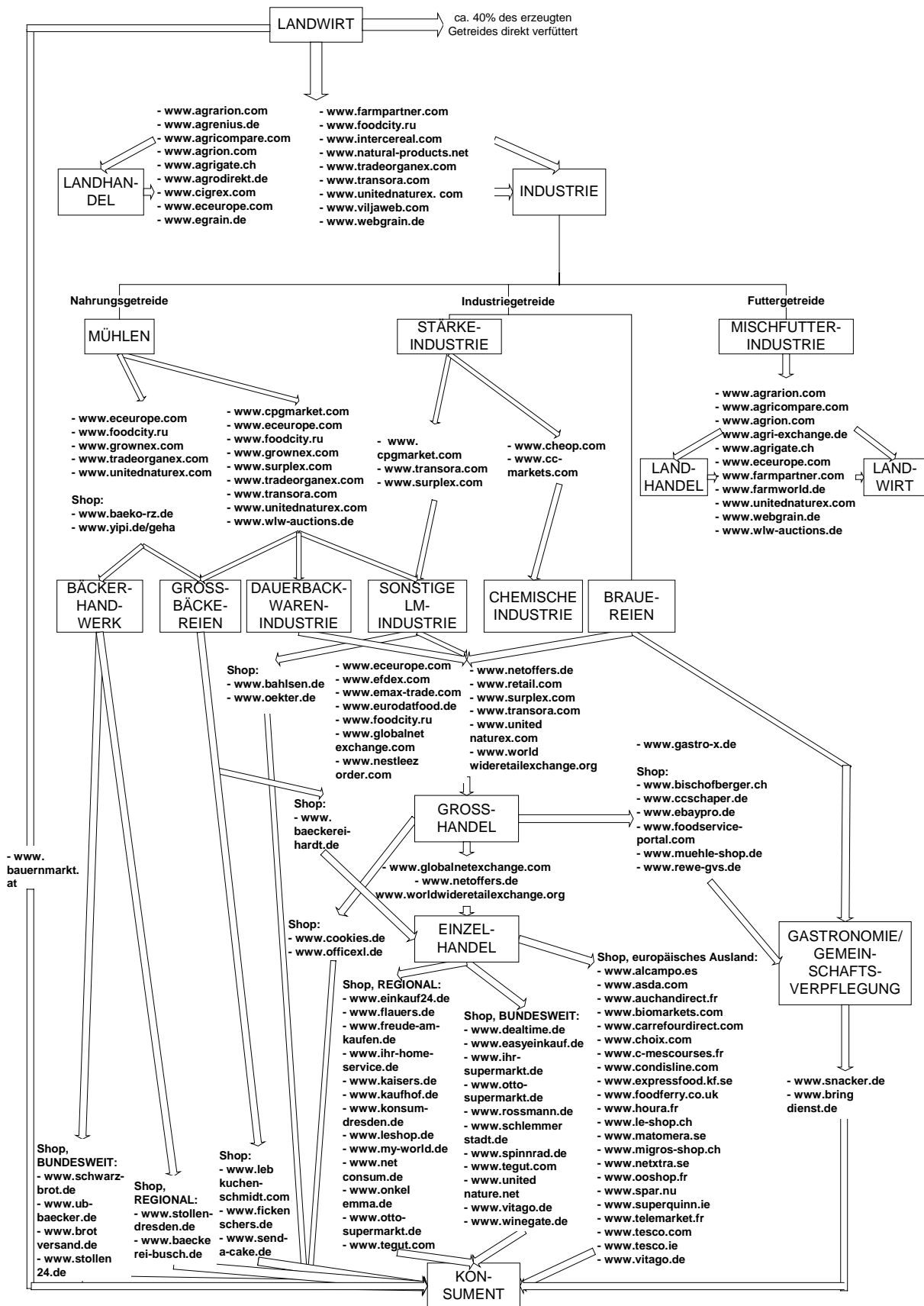


Abb. 1: Handelsplattformen und Online-Shops für Getreide und Getreideerzeugnisse in Europa (Quelle: Eigene Darstellung, verändert nach FRITZ 2000a)

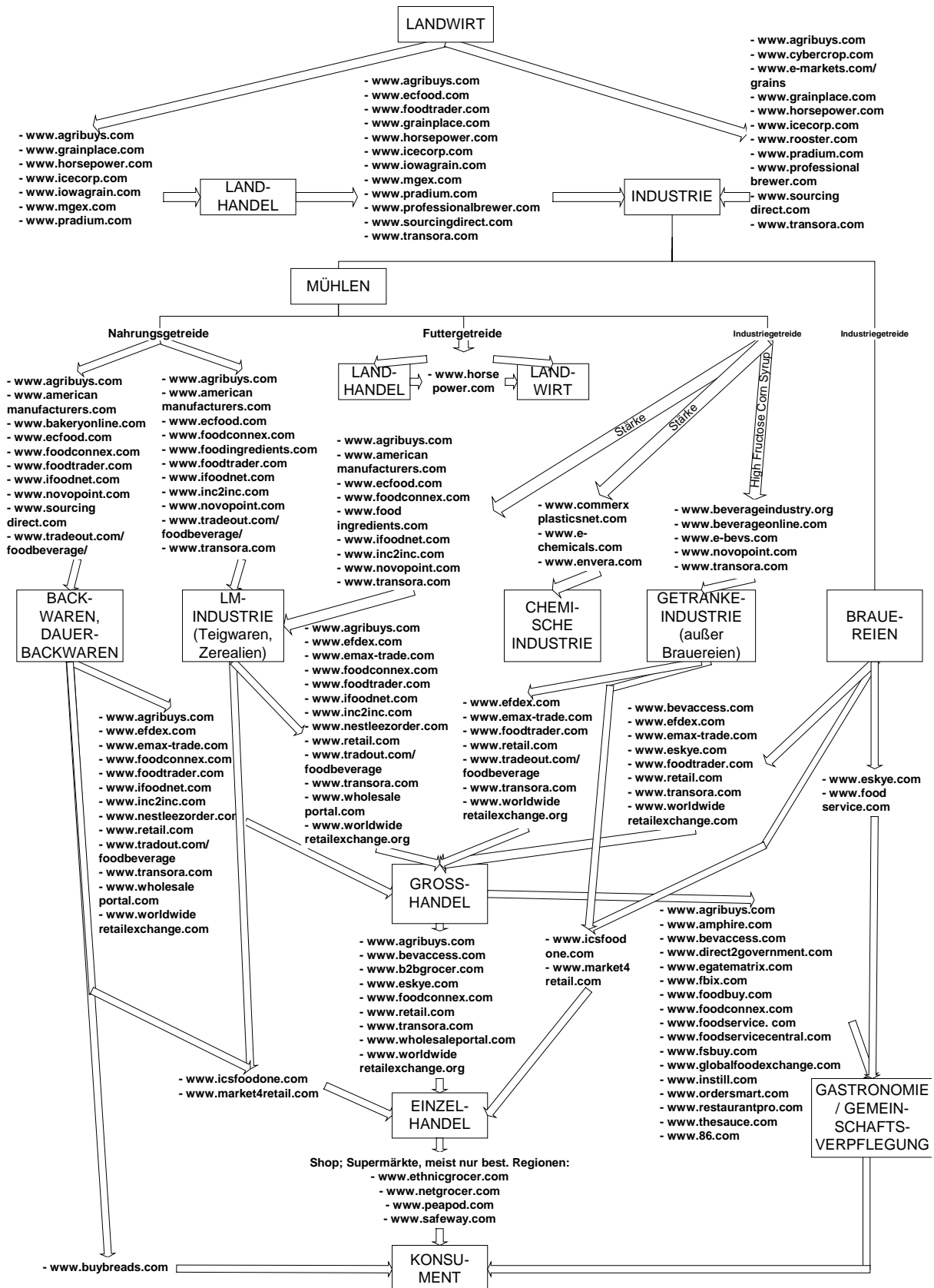


Abb. 2: Handelsplattformen und Online-Shops für Getreide und Getreideerzeugnisse in Nordamerika (Quelle: Eigene Darstellung, verändert nach FRITZ 2000a)

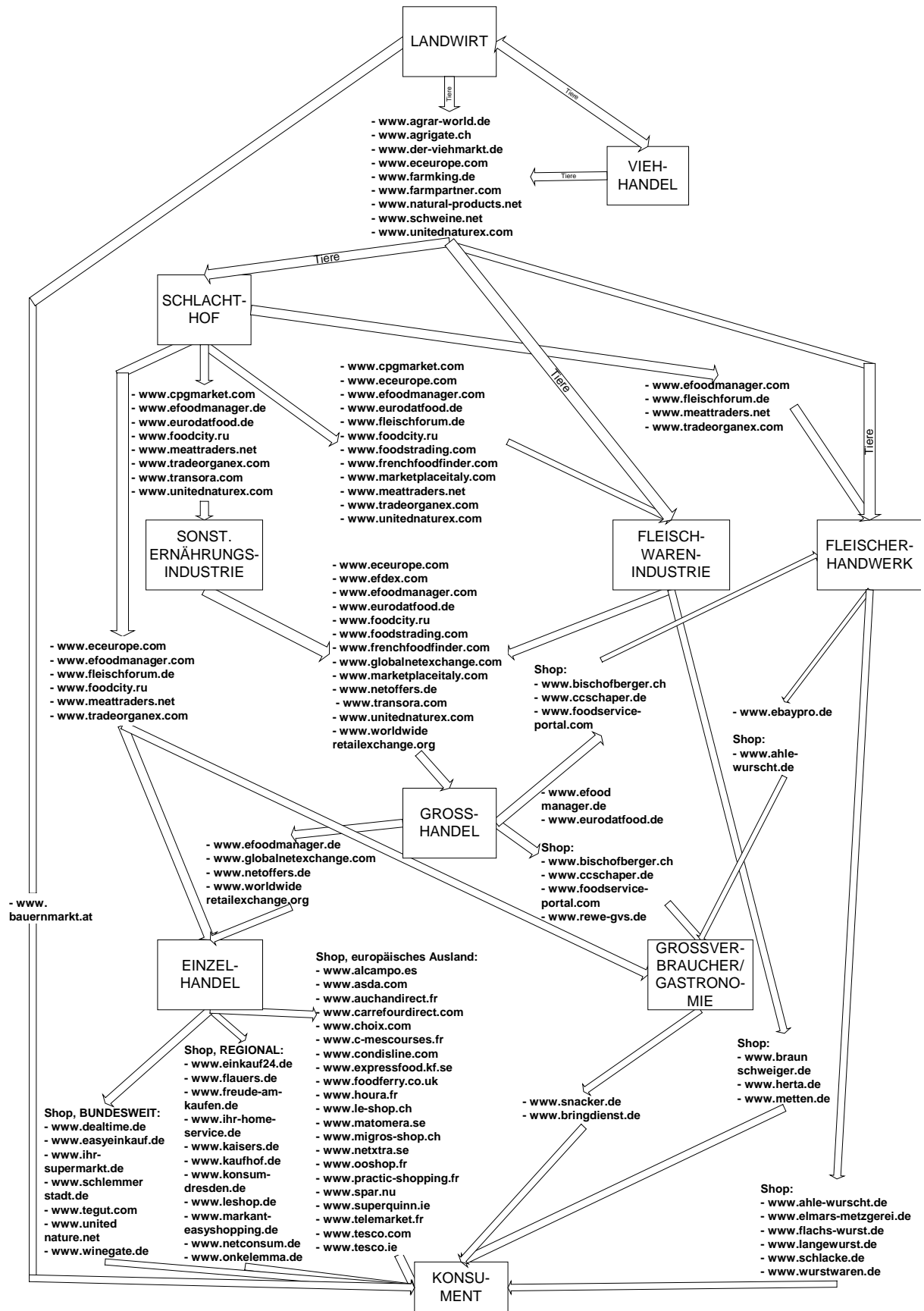


Abb. 3: Handelsplattformen und Online-Shops für Fleisch und Fleischprodukte in Europa (Quelle: Eigene Darstellung, verändert nach FRITZ 2000b)

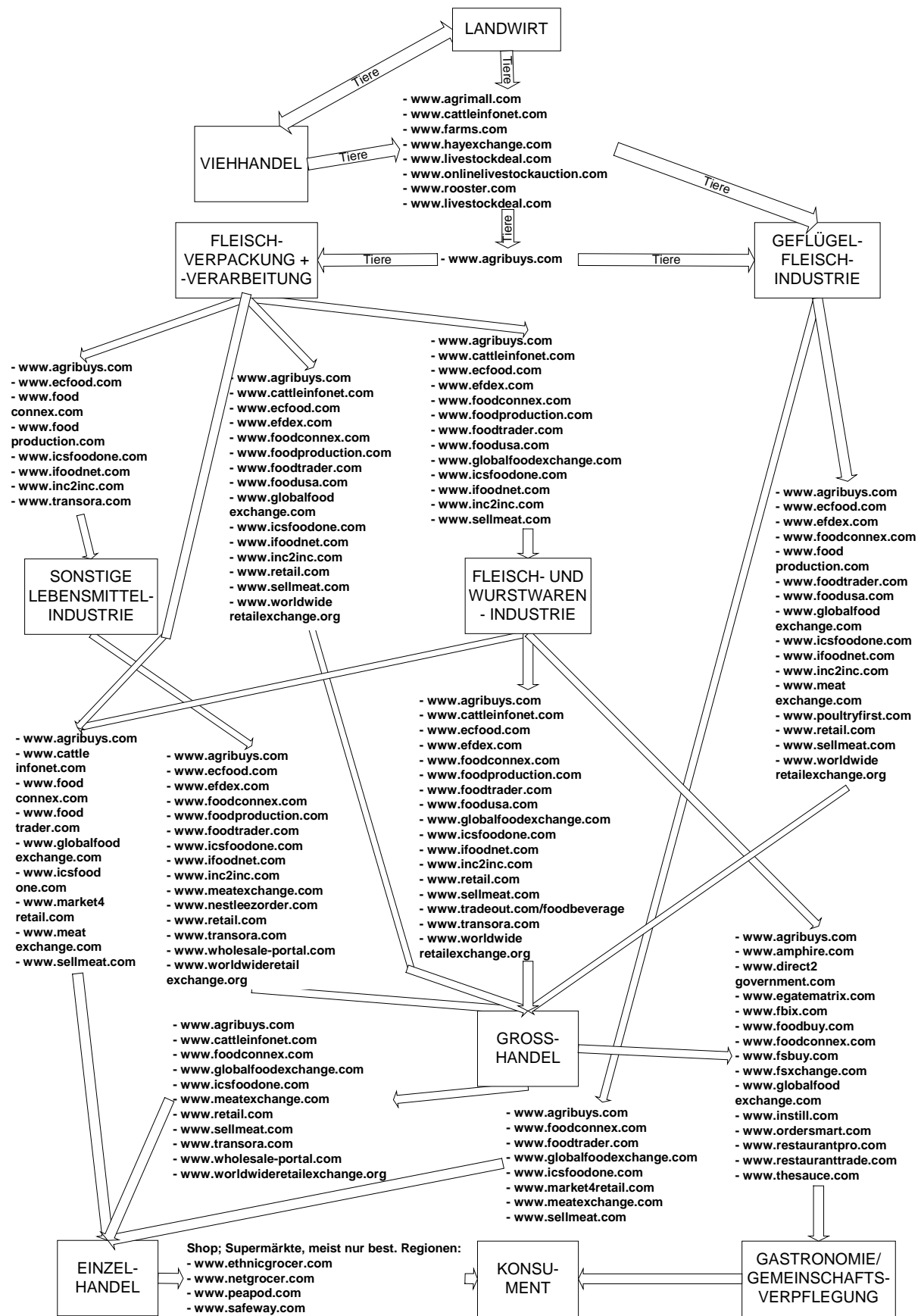


Abb. 4: Handelsplattformen und Online-Shops für Fleisch und Fleischprodukte in Nordamerika (Quelle: Eigene Darstellung, verändert nach FRITZ 2000b)