

Schröder, Dieter

Article — Digitized Version

Prognosen über Regionalmärkte

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Schröder, Dieter (1966) : Prognosen über Regionalmärkte, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 46, Iss. 4, pp. 221-224

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/133589>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Prognosen über Regionalmärkte

Dr. Dieter Schröder, Basel

Die volkswirtschaftliche Konjunkturtheorie schenkt regionalen Aspekten eines Marktes nur wenig Beachtung. Da Unternehmen ihre Entscheidungen aber stets unter dem Blickwinkel der zweckmäßigsten Raumaufteilung treffen, bedürfen sie einer Orientierung über Regionalmärkte.

Eine verlässliche Beurteilung der gegenwärtigen und vor allem zukünftigen regionalen Marktgegebenheiten setzt eine gründliche Kenntnis der Wirtschaftskräfte des Teilraums und deren Entwicklungstendenzen voraus. Das Bundesgebiet einschließlich Westberlin z. B. ist ein so differenziertes und in seinen einzelnen Teilen ein so strukturell unterschiedliches Wirtschaftsgebiet, daß Zahlen, die etwas über die Absatzverhältnisse, Konsumgewohnheiten u.ä. des gesamten Marktbereichs aussagen, für die praktische Arbeit der Unternehmensplanung oftmals kaum verwertbar sind. Denn die Verhältnisse in den einzelnen Teilräumen weichen von festgestellten Durchschnittsgrößen des Gesamttraums erheblich ab. Steigende bzw. stagnierende oder abnehmende Bevölkerungsentwicklung, hohe bzw. geringe Bevölkerungsdichte, starker bzw. niedriger Industrieanteil, hohe bzw. niedrige Pro-Kopf-Anteile an den Einzelhandelsumsätzen und der Realsteuerkraft u. a. m. teilen den Gesamttraum in stark und schwach strukturierte Teilräume auf. Diese Raumverschiedenheiten mögen geographisch, historisch, wirtschaftlich oder gesellschaftspolitisch verursacht sein — in jedem Fall führen sie zu Ungleichheiten der wirtschaftlichen Dynamik in den Teilräumen, die nach Erforschung und Prognose verlangen.

ZIEL UND ZWECK REGIONALER MARKTPROGNOSEN

Ziel regionaler Marktprognosen ist es, der Unternehmensplanung die wahrscheinlichen Veränderungen jener regionalen Marktdaten zu liefern, die für die Planungsentscheidungen in einem Unternehmen benötigt werden. Welche Regionaldaten das sind und welche Planungsprobleme angesprochen werden, ist individuell verschieden. Allein schon aus diesem Grunde lassen sich keine allgemein gültigen „Rezepte“ geben.

Wenn von Regionalprognosen die Rede ist, so versteht man darunter gemeinhin Prognosen von regionalen Absatzpotentialen, d. h. von jenen Absatzmengen, in die sich das Unternehmen mit seinen konkurrierenden Anbietern teilen muß. Diese regionalen

Absatzpotentiale dienen als Grundlage für die Absatzplanung. Ferner werden jedoch auf die Zukunft bezogene Regionalinformationen ebenso für Planungsentscheidungen über Investitionen, Produktion, Lagerhaltung, Transportkosten, Personalwesen etc. benötigt. Und die erforderlichen Prognosedaten umfassen neben den Absatzmengen auch Preise, Transportkosten etc. Die Entscheidung der Mineralölwirtschaft beispielsweise, Raffinerien in Süddeutschland zu errichten, kam durch eine umfassende Prognose aller Daten der süddeutschen Regionalmärkte unter alternativen Bedingungen zustande. Die durch diese Raffinerien bedingte Reduzierung der Produktions- und Transportkosten schaffte erst die Voraussetzung dafür, daß sich ein entsprechendes Absatzpotential bilden konnte. — Um aber zu möglichst konkreten und verständlichen Aussagen zu gelangen, sollen die folgenden Ausführungen auf das Problem der Prognose von regionalen Absatzpotentialen beschränkt werden.

Bevor eine Regionalprognose in Angriff genommen wird, müssen zwei Voraussetzungen erfüllt sein:

- es muß eine überregionale Totalmarktprognose („Überregionalprognose“¹⁾) vorliegen
- es müssen Daten für die Vergangenheitsentwicklung der zu prognostizierenden Regionalgrößen vorhanden sein.

ÜBERREGIONALPROGNOSE UND REGIONALPROGNOSE

Die erste Forderung leuchtet unmittelbar ein. Das Problem besteht also normalerweise darin, die Überregionalprognose regional aufzugliedern. Alle Bedingungen, die in der Überregionalprognose zu beachten sind, gilt es auch in der Regionalprognose zu berücksichtigen. So setzt z. B. eine Heizölabsatzprognose eine Prognose des Brennstoffbedarfs insgesamt und eine Prognose der Preisverhältnisse und der Substitutionselastizitäten der am Brennstoffmarkt konkurrierenden Energieträger voraus. Der regionalen Heizölprognose muß infolgedessen auch eine regionale Brennstoffprognose vorgeschaltet werden. Ebenso muß die Regionalprognose auf Abnehmerbereiche abstellen, wenn sich bei der Überregionalprognose herausgestellt hat, daß die Aufgliederung von Analyse und Prognose auf Abnehmerbereiche und die Gewinnung des globalen Ab-

¹⁾ Der Begriff Totalmarktprognose ist mehrdeutig — wir verwenden darum in diesem Zusammenhang den unschönen, aber präziseren Begriff „Überregionalprognose“.

satzpotentials aus der Addition der Sektorenprognosen zu wesentlich genaueren Ergebnissen führen.

Analog zur Prognose nach Abnehmerbereichen wird bisweilen gefordert, die Überregionalprognose aus der Addition der Regionalgrößen zu gewinnen. Auch dies ist keine Frage der Weltanschauung; sie muß vielmehr von Fall zu Fall nach Prüfung der ökonomischen Zusammenhänge, die der Nachfragebildung zugrunde liegen, entschieden werden. Hängt die Nachfrage eines potentiellen Abnehmers vom Wohnsitz oder Standort seines Betriebes ab, so ist die additive Methode angezeigt.²⁾ Ist das nicht der Fall, so gilt das Primat der Überregionalprognose. Basis jeder Prognose ist die Anwendbarkeit des Gesetzes der großen Zahl. Der wahrscheinliche Fehlerspielraum für die Überregionalprognose ist darum stets wesentlich geringer als jener der Regionalprognosen. Untergliedert man den Gesamtmarkt nur nach zehn Abnehmerbereichen und zehn Regionen, so erhält man bereits 100 Teilmärkte. Hinzu kommt, daß es um die den Regionalprognosen zugrunde zu legenden statistischen Informationen in der Regel wesentlich schlechter bestellt ist als um jene, die der Überregionalprognose zur Verfügung stehen.

Entscheidend ist jedoch folgende elementare ökonomische Überlegung: Ausschlaggebend für den Stahlbedarf der Automobilindustrie im Bundesgebiet sind unter anderem deren Produktionsentwicklung und die mögliche Substitution von Stahl durch Kunststoffe oder Leichtmetalle. Beides ist unabhängig vom Standort der einzelnen Betriebe. Der Entschluß beispielsweise der Opel-Werke, auf eine weitere Expansion in Rüsselsheim zu verzichten und ein Zweigwerk in Bochum zu errichten, ändert am Stahlbedarf im Bundesgebiet nichts, wohl aber am Stahlbedarf Nordrhein-Westfalens und Hessens. Der Mehranfall in einem Land wird ausgeglichen durch den Minderanfall im anderen.

Anders bei der sektoralen Aufgliederung: Das mögliche Mehr an Stahlbedarf der Automobilindustrie schlägt sich nicht in einem entsprechenden Minderbedarf der übrigen Industriezweige nieder. Das Beispiel läßt sich auch auf die Brennstoffprognose übertragen. Geht man jedoch zum Heizölabsatz über, so empfiehlt sich wiederum der additive Weg. Da die Substitutionsbedingungen zwischen Heizöl und anderen Brennstoffen regional unterschiedlich sind, ist es für den künftigen Heizölbedarf der Automobilindustrie nicht gleichgültig, ob diese in Hessen oder in Nordrhein-Westfalen stärker expandiert. Hier kann die Addition von Regionalprognosen — wenn man einmal das Gesetz der großen Zahl außer Betracht läßt — durchaus zu genaueren Überregionalprognosen führen.

BESCHAFFUNG REGIONALER MARKTDATEN

Die Beschaffung von Daten über die bisherige Entwicklung der zu prognostizierenden Regionalgrößen bildet

²⁾ So läßt sich zum Beispiel der überregionale Bedarf an Medikamenten für regionalspezifische Krankheiten (z. B. Kropf) nur durch die Addition von Regionalprognosen präzise ermitteln.

allgemein das schwierigste Problem und erfordert den größten Arbeitsaufwand. Der Datenmangel ist vielschichtig und tritt auf als

- Mangel an sekundärstatistischen Absatz- (Verbrauchs-) daten
- fehlende oder ungenügende regionale Untergliederung vorhandener Daten
- Inkongruenz zwischen betrieblichen Verkaufsbezirken und Verwaltungseinheiten.

Regionale Sekundärstatistik

Der Mangel an Absatzstatistiken für den Überregionalmarkt kann normalerweise leicht behoben werden. Der Absatz läßt sich annähernd aus der Differenz zwischen Produktion und Außenhandelsaldo ermitteln. Diese Differenz unterscheidet sich vom tatsächlichen Absatz — von Erhebungs- und Abgrenzungsfehlern der Produktions- und Außenhandelsstatistik sei abgesehen — durch die Lagerbestandsänderungen bei Herstellern und Händlern. Schwieriger aber ist die Beschaffung von Absatzstatistiken für den Regionalmarkt. Hier besteht ein offensichtlicher Mangel. Oftmals ist dieser Mangel aber auch nur begründet in der unzureichenden Kenntnis der Quellen für regionale Marktdaten. Denn auch in regionaler Untergliederung bietet die Sekundärstatistik eine ganze Reihe von Daten. Es würde zu weit führen, sie hier einzeln aufzuführen. Die Statistischen Landesämter geben hierzu sachdienliche Auskünfte.³⁾ Man sollte sich dabei aber nicht allein auf die Veröffentlichungsverzeichnisse stützen. Viele Daten, die bei den statistischen Ämtern anfallen, werden nicht veröffentlicht, können aber in Form von Sonderauswertungen gegen Kostenerstattung bezogen werden.

Hilfsmittel zur Beschaffung der Daten

Der einfachste und billigste Weg, realistische Absatzdaten in der für die Planung benötigten regionalen Untergliederung zu beschaffen, bestünde zweifellos darin, daß alle am Markt beteiligten Anbieter ihre eigenen Absatzdaten einer Clearing-Stelle vertraulich nennen und im Austausch dafür die benötigten Totalmarktdaten erhalten. Es ist unverständlich, daß die meisten Firmen aus übertriebenem Geheimhaltungsbedürfnis vor diesem Weg zurückschrecken und andererseits oft nicht unbeträchtliche Summen für die Datenbeschaffung durch Erhebungen ausgeben oder erhebliche Planungsrisiken eingehen. Soweit das nicht möglich ist, bieten sich andere Wege zum Ersatz an:

- Schätzung des regionalen Absatzpotentials durch die Bezirksvertretungen; ihr dürfte aus naheliegenden Gründen ein systematischer Fehler derart anhaften, daß die Addition dieser Schätzungen nur einen Bruchteil des überregionalen Absatzpotentials ausmacht. Hingegen können die Bezirksvertretungen für die Beschaffung einzelner Informationen oder zur Kontrolle geschätzter Daten sinnvoll herangezogen werden.

³⁾ Vgl. auch Clodwig Kapferer: Quellen für statistische Marktdaten. Führer durch die amtliche Statistik der Bundesrepublik Deutschland. Hamburg 1964, 139 S.

- Stichprobenerhebungen durch Marktforschungsinstitute.
- Schätzung der benötigten Daten mit Hilfe verfügbarer statistischer Unterlagen.

Ob der Erhebung oder der Schätzung der Vorrang gebührt, ist ein wirtschaftliches Problem. Die Erhebung lohnt sich nur dann, wenn die durch sie bewirkte Ertragssteigerung (durch Minderung des Planungsrisikos als Folge einer Einengung des Fehlerspielraums der Prognose) die Erhebungskosten übersteigt. In manchen Fällen bietet sich eine Kombination beider Wege an.

So ging z. B. die Marktforschung eines Schmierstoffanbieters von der Überlegung aus, daß der industrielle Schmierstoffverbrauch, der statistisch nicht erfaßt wird, abhängig ist von Zahl und Benutzungsdauer der eingesetzten Maschinen, daß die gleiche Abhängigkeit z. T. aber auch für den Stromverbrauch gilt, der statistisch erfaßt wird. Es wurden durch Repräsentativerhebungen branchenspezifische Relationen zwischen Stromverbrauch und Schmierstoffverbrauch ermittelt. Diese Relationen wurden auf den Stromverbrauch der einzelnen Branchen übertragen und so der Schmierstoffverbrauch je Branche geschätzt. Die Addition dieser geschätzten Zahlen je Abnehmerbereich ergab eine weitgehende Übereinstimmung mit dem statistisch bekannten Gesamtabsatz an Schmierstoffen. Abweichungen in einzelnen Jahren zeigten die Tendenz zum langfristigen Ausgleich. Offensichtlich lagen diesen Abweichungen Lagerbestandsänderungen zugrunde. Durch Wiederholungen dieser Erhebungen in größeren Zeitabständen konnten die technisch bedingten Veränderungen dieser Relationen erfaßt und, falls sie eine klare Entwicklungstendenz zeigten, prognostiziert werden. Der Stromverbrauch je Industriezweig ist auch für regionale Einheiten (z. B. Landkreise) verfügbar, so daß es möglich war, den Schmierstoffverbrauch für regionale Einheiten zu schätzen. Natürlich ist der Fehlerspielraum der Schätzung je Landkreis gerechnet wesentlich größer als für das Bundesgebiet. Eine gewisse Kompensation ist jedoch aus der Addition der einem Verkaufsbezirk zugehörigen Kreise zu erwarten — der in der Regel 10 und mehr Kreise umfassen dürfte.⁴⁾

Dieses Beispiel zeigt, wie sehr die Methode der Regionalprognose auf die Besonderheiten des zu untersuchenden Marktes und der verfügbaren Daten abstellen muß. Es zeigt aber auch, daß auf dem Schätzungswege relativ zuverlässige Absatzzahlen zu erhalten sind.

Nur eines ist unabdingbar: Es muß ein enger sachlicher Zusammenhang zwischen Schätzungsgröße und Hilfsgröße bestehen. Einwohnerzahlen und Pro-Kopf-Einkommen sind meist zu grob. In diesem Zusammenhang (und unter dieser Einschränkung) ist auf die regionalen „Kaufkraftkennziffern“ hinzuweisen⁵⁾, die von verschiedenen Marktforschungsinstituten für ver-

schiedene Absatzbereiche erarbeitet wurden. Sie können auch dann eine wesentliche Hilfe bieten, wenn sie nicht die benötigten spezifischen Daten liefern.

Verkaufsbezirke und Verwaltungseinheiten

Schwierigkeiten bereitet die Transformation der für Verwaltungseinheiten verfügbaren oder schätzbaren Daten auf Verkaufsbezirke. Verwaltungsgrenzen sind historischen Ursprungs, Verkaufsbezirke sollten dagegen nach Gesichtspunkten einer zweckmäßigen Absatzorganisation abgegrenzt werden. Sie bedürfen darum hin und wieder der Erneuerung, so störend sich Umorganisationen auch auf die eingefahrenen Gleise der Verkaufspolitik auswirken können.

Einer dieser Gesichtspunkte — und keineswegs der geringste — ist die Verfügbarkeit über wichtige absatzpolitische Informationen für die einzelnen Verkaufsbezirke. Einsichtsvolle Betriebe haben darum bei Neuabgrenzung ihrer Verkaufsbezirke die entsprechenden Wünsche der Marktforschung weitgehend berücksichtigt. Zumindest auf irgendeiner Stufe der Hierarchie beider Gliederungssysteme sollten gleiche Grenzen bestehen, so daß es möglich wird, Transformationen von einem zum anderen System vorzunehmen. Die ideale Transformationseinheit ist der Stadt- oder Landkreis. Nur in Ausnahmefällen wird es nicht möglich sein, die einzelnen Verkaufsbezirke aus ganzen Landkreisen zusammenzusetzen, ohne damit die Arbeit einer schlagkräftigen Absatzorganisation zu erschweren.

Die Regionalprognose wird hinsichtlich ihrer regionalen Untergliederung also normalerweise zwei Stufen durchlaufen. In der ersten Stufe stellen Analyse und Prognose auf Kreise ab; erst in der zweiten Stufe erfolgt die Transformation auf die Verkaufsbezirke. Soweit nur Teile eines Kreises einem Verkaufsbezirk angehören, gilt es, durch Schlüsselzahlen das für den Landkreis ermittelte Absatzpotential auf die entsprechenden Teile aufzugliedern. Der zweifellos nicht gering zu veranschlagende Fehlerspielraum dieser Schätzung kann dann hingenommen werden, wenn der Anteil der Kreisteile am gesamten Verkaufsbezirk relativ gering ist. Welche Schlüsselzahlen dazu benutzt werden, ist nur im konkreten Einzelfall zu klären. Unter den für Gemeinden verfügbaren Daten sind jene auszuwählen, deren räumliche Verteilung innerhalb des Kreises jener des Absatzpotentials mutmaßlich am nächsten kommt. Für Konsumgüter kann man sich vielfach mit Bevölkerungszahlen und Kaufkraftkennziffern begnügen. Für Investitionsgüter sind diese Zahlen zumeist wertlos.

Bei Anwendung des für die Vergangenheit ermittelten Verteilungsschlüssels für Kreisteile auf die Prognose wird leicht vergessen, daß die räumliche Verteilung des Absatzpotentials innerhalb eines Kreises sich in Zukunft genauso ändern kann wie jene zwischen den Kreisen. Der Verteilungsschlüssel muß also ebenfalls — und nach den gleichen Gesichtspunkten — prognostiziert werden.

⁴⁾ Das Bundesgebiet hat 565 Stadt- und Landkreise.

⁵⁾ Vgl. Wolfgang K. A. Disch: Regionale Kaufkraftkennziffern im Europamarkt. In: WIRTSCHAFTSDIENST, Hamburg 1962, Heft 1, S. V. ff.

Häufig wird der heutige Zustand der räumlichen Verteilung des Absatzpotentials mit sehr viel Akribie ermittelt, deren Prognose dagegen recht oberflächlich vorgenommen. Wohl kaum noch hält man die Anteile der einzelnen Verkaufsbezirke am überregionalen Absatzpotential konstant. Häufiger schon „dynamisiert“ man die Regionalprognose durch Trendextrapolationen dieser Anteile. Für kurze Zeiträume und unter der Voraussetzung stetiger Entwicklungen kann diese „naive“ Methode zu brauchbaren Ergebnissen führen. Gerade die letzten Jahre haben jedoch gezeigt, daß Entwicklungsumbrüche in der regionalen Verteilung von Wirtschaft und Bevölkerung eher die Regel als die Ausnahme bilden. Man wird also auch bei der Prognose der regionalen Verteilung auf die Dauer nicht umhin können, von der Trendanalyse zur Kausalanalyse vorzudringen, und man wird dabei sehr bald an das Problem der interdependenten Beziehungen zwischen allen wirtschaftlichen Bereichen gelangen, das zu lösen die Prognose immer weiterer Daten erforderlich macht — und damit die Kapazität einer einzelbetrieblichen Marktforschung überfordert.

Eine erste Verbesserung ist dadurch zu erzielen, daß man von der überregionalen Prognose des Absatzpotentials je Abnehmerbereich ausgeht und zunächst deren räumliche Verteilung auf die Verkaufsbezirke konstant hält. Regionale Wachstumsunterschiede resultieren in der Regel in erster Linie daraus, daß sich die Wachstumsraten der einzelnen Abnehmerbereiche voneinander unterscheiden und gleichzeitig die Abnehmerstrukturen in den einzelnen Regionen verschieden sind.⁶⁾ Dominieren in einem Verkaufsbezirk Abnehmersektoren mit überregional überdurchschnittlich wachsendem Absatzpotential, so folgt daraus normalerweise ein überdurchschnittliches Wachstum des Absatzpotentials im Verkaufsbezirk insgesamt. Überwiegen hingegen Abnehmerbereiche mit geringem Wachstum oder gar sinkendem Absatzpotential, so ist eine unterdurchschnittliche Entwicklung, in Extremfällen sogar ein Rückgang des gesamten regionalen Absatzpotentials die Folge.

Eine Verfeinerung dieser Regionalprognose nach Sektoren ist dadurch zu erreichen, daß man die Ursachen der regionalen Wachstumsunterschiede in jedem Abnehmerbereich untersucht. Vor naiven Trendextrapolationen ist indessen stets zu warnen. Auch dort, wo die Vergangenheit stetige Entwicklungstrends zeigt, ist das noch keine Rechtfertigung dafür, diese in die Zukunft zu verlängern. So zeigt sich z. B., daß die PKW-Dichte, die in den Landgemeinden unter dem Bundesdurchschnitt liegt, dort schneller zunimmt als in den Großstädten, wo sie den Bundesdurchschnitt übertrifft. Diese Entwicklungsunterschiede können doch offensichtlich nur so lange anhalten, bis alle Gemeindegrößenklassen den Bundesdurchschnitt erreicht haben.

⁶⁾ Diese Feststellung gilt in erster Linie für Investitionsgüter und Produktionsmittel.

Der Entwicklungstrend ist hier also nicht linear, sondern er nähert sich asymptotisch dem Durchschnitt.

Es lassen sich eine ganze Reihe von Entwicklungsunterschieden feststellen, die zu einer Nivellierung regionalspezifischer Verhaltensweisen führen und damit gleichsam sich selbst aufheben. Das gilt jedoch nicht für alle Wachstumsunterschiede. Der PKW-Bestand hängt ja nicht nur von der PKW-Dichte, sondern auch von der absoluten Bevölkerungszahl ab. Regionale Entwicklungsunterschiede der Bevölkerung — Basis für alle Konsumgüter und für viele Betriebe mit regionalen Absatzbereichen und damit für deren Materialbedarf — wird es hingegen immer geben. Sie sind weniger auf unterschiedliche Geburtenüberschüsse und deren Verursachungsfaktoren (Altersstruktur, Fruchtbarkeit, Sterblichkeit), als auf die regionalspezifischen Entwicklungsunterschiede des Arbeitsplatzangebotes zurückzuführen.

Ausschlaggebend für das regionale Arbeitsplatzangebot sind die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen in den einzelnen Branchen einer Volkswirtschaft, die Branchenstruktur der Region und die branchenspezifischen regionalen Standortbedingungen. Veränderungen der regionalen Wachstumsunterschiede des Arbeitsplatzangebotes und damit der Bevölkerung einzelner Regionen können herrühren sowohl aus einer Verschiebung der Wachstumsakzente zwischen den einzelnen Branchen⁷⁾ als auch aus der Veränderung der relativen branchenspezifischen Standortbedingungen der einzelnen Regionen.⁸⁾ Diese Zusammenhänge, die hier nur angedeutet werden können, lassen deutlich werden, daß die Regionalprognose für Konsumgüter, die unter anderem auf Bevölkerung und Pro-Kopf-Einkommen abstellen muß, mindestens ebenso wie die Regionalprognose für Produktionsgüter eine Analyse und Prognose der interdependenten Beziehungen zwischen Sektoren und Regionen voraussetzt. Im Gegensatz dazu kann sich die Überregionalprognose für Konsumgüter mit der Vorschaltung einer globalen Prognose von Bevölkerung und Sozialprodukt weitgehend ohne Berücksichtigung von wirtschaftlichen Strukturwandlungen begnügen. Dieser Unterschied wird oftmals übersehen.⁹⁾ Es liegt auf der Hand, daß derart komplizierte Prognosewerte nicht mehr von einzelnen Marktforschern und Marktforschungsabteilungen einzelner Unternehmen zu bewältigen sind. Hier wird sich die Arbeitsteilung zwischen außerbetrieblich erstellten Grundlagenprognosen und darauf aufbauenden innerbetrieblichen Spezialprognosen mehr und mehr durchsetzen können.

⁷⁾ So hatte z. B. 1950 bis 1955 der Schiffbau die höchste Beschäftigungszunahme, 1956 bis 1962 hingegen war die Beschäftigtenzahl im Schiffbau rückläufig. Die Folgen für das Arbeitsplatzangebot in den Küstenstädten liegen auf der Hand.

⁸⁾ Die Errichtung von Raffinerien in Süddeutschland führte praktisch zur Nivellierung der regionalen Energiepreisunterschiede, die zuvor bis zu 50 % differierten. Das führt zu einer beträchtlichen Verbesserung der Wachstumschancen energieintensiver Industrien in Süddeutschland und zu entsprechender Verschlechterung in den bisher bevorzugten Gebieten.

⁹⁾ Von Mitte 1961 (Volkszählung) bis Ende 1964 schwankte die Bevölkerungsveränderung in den Kreisen zwischen - 3 % (Braunschweig) und + 24 % (Wolfsburg).