ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Loose, Brigitte; Ludwig, Udo

Article

Das Inland – „Nährboden“ für Exportgeschäfte der ostdeutschen Industriebetriebe

Wirtschaft im Wandel

Provided in Cooperation with:
Halle Institute for Economic Research (IWH) – Member of the Leibniz Association

Suggested Citation: Loose, Brigitte; Ludwig, Udo (2003) : Das Inland – „Nährboden“ für Exportgeschäfte der ostdeutschen Industriebetriebe, Wirtschaft im Wandel, ISSN 2194-2129, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH), Halle (Saale), Vol. 9, Iss. 2, pp. 46-54

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/143228

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.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

zeugnisse (lange Lebensdauer, hohe Zuverlässigkeit der Investitionsgüter u. a.) besonders relevant ist, muss vielfach erst noch erworben werden. Newcomer haben es hier besonders schwer, vor allem auf überregionalen und ausländischen Märkten. Lernkurveneffekte dürften demzufolge bisher, ohne dies konkret zu belegen, in einem geringeren Maße realisiert worden sein als etwa bei Unternehmen in Westdeutschland.[21]

Generell ist davon auszugehen, dass sich der Wettbewerb in den nächsten Jahren weiter verschärfen wird. Dafür wird auch der Beitritt weiterer Länder zur EU sorgen. So entwickelte sich beispielsweise in Tschechien der Maschinenbau, der dort eine lange Tradition hat, nach dem Umbruch relativ günstig.[22] Die ostdeutschen Maschinenbaubetriebe sollten daher alle Möglichkeiten nutzen und Reserven ausschöpfen, um in der Wettbewerbsfähigkeit weiter voranzukommen.

Siegfried.Beer@iwh-halle.de

Das Inland – „Nährboden" für Exportgeschäfte der ostdeutschen Industriebetriebe

Im Jahr 2000 haben zwei von fünf Industriebetrieben aus Ostdeutschland Umsatz im Ausland erzielt. Damit hat sich die industrielle Exportbasis in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre um rund ein Viertel verbreitert. Notwendige Voraussetzung für die wachsende Orientierung auf die Auslandsmärkte war die Festigung der betrieblichen Position in Deutschland. Das zeigt die Analyse der Einzeldaten von 7 500 Industriebetrieben in den fünf ostdeutschen Flächenländern: Je stärker sich im Schnitt ein Betrieb am einheimischen Markt etabliert hat, desto größer ist seine Exportbeteiligung. Dies gilt umso mehr, je höher die Technologieintensität seiner Produktion ist.

Auch wenn die Orientierung auf die Auslandsmärkte im Management der exportierenden Betriebe inzwischen einen festen Platz in den Planungen einnimmt, dürften die eher durchschnittliche Technologieintensität der Produktion und die kleinbetriebliche Struktur des Verarbeitenden Gewerbes in Ostdeutschland die weitere Expansion des Auslandsumsatzes bremsen. Weil die Präsenz auf dem Inlandsmarkt der „Nährboden" für das Auslandsengagement ist, sind alle angebotsseitigen Maßnahmen zum Ausbau der industriellen Basis und zur Erhöhung der Technologieintensität der Produktion auch Schritte zur Stärkung der Exportfähigkeit der ostdeutschen Industriebetriebe. Das betrifft vor allem die Förderung von Innovationen (einschließlich Neugründungen) sowie eine auf die Bewahrung von Kostenvorteilen ausgerichtete Lohnpolitik der Tarifparteien.

Das ostdeutsche Verarbeitende Gewerbe hat seit der Privatisierung der früher staatlich gelenkten Betriebsstätten und der Gründung vieler neuer Unternehmen, der Modernisierung der Produktionsanlagen und der Erneuerung der Produktpalette deutlich an Wettbewerbsfähigkeit gewonnen und seine Produktion kräftig ausgeweitet. Gegenüber dem Tiefpunkt im Jahr 1992 war der Umsatz im Jahr 2000 mehr als doppelt so groß. Die Senkung der Kostenbelastung der Produktion Ende der neunziger Jahre auf das Niveau bei den Wettbewerbern aus den alten Bundesländern, gemessen an den durchschnittlichen Lohnstückkosten des Verarbeitenden Gewerbes, war dabei ein wichtiger Schritt zur Verbesserung der Angebotsbedingungen.

In der ersten Hälfte der neunziger Jahre richtete sich die Produktion vor allem an der Inlandsnachfrage auf den lokalen und regionalen Märkten in Deutschland aus,[23] in der zweiten Hälfte hat sich das Verarbeitende Gewerbe zunehmend an der Auslandsnachfrage orientiert.

---

[21] Zur Problematik, dies für die Gesamtheit der ostdeutschen Industrie zu belegen, vgl. RAGNITZ, J.; MÜLLER, G.; WÖLFL, A. u. a.: Produktivitätsunterschiede und Konvergenz von Wirtschaftsräumen – Das Beispiel der neuen Länder, a. a. O., S. 213 f.

[22] So stieg die Bruttowertschöpfung dieser Branche von 1993 bis 1999 um rund 170%, während die der gesamten Industrie um rund 110% zunahm. Vgl. Statistische Jahrbücher Tschechiens.

[23] Das Inland erstreckt sich hier laut amtlicher Statistik auf den gesamtdeutschen Wirtschaftsraum.

Tabelle 1:
Umsatz des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes[a] im In- und Ausland seit der deutschen Vereinigung

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
	in Mio. Euro								
Inlandsumsatz	35 082	38 194	45 875	54 466	56 145	59 538	63 728	67 151	73 751
Auslandsumsatz	6 397	6 015	6 443	7 542	8 017	10 719	14 359	15 825	20 792
Gesamtumsatz	41 479	44 209	52 317	62 008	64 162	70 258	78 088	82 976	94 543
	Anteil in %								
Inlandsumsatz	84,6	86,4	87,7	87,8	87,5	84,7	81,6	80,9	78,0
Auslandsumsatz	15,4	13,6	12,3	12,2	12,5	15,3	18,4	19,1	22,0
Gesamtumsatz	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Veränderung gegenüber Vorjahr in %								
Inlandsumsatz	-1,7	8,9	20,1	18,7	3,1	6,0	7,0	5,4	9,8
Auslandsumsatz	-7,5	-6,0	7,1	17,1	6,3	33,7	34,0	10,2	31,4
Gesamtumsatz	-2,6	6,6	18,3	18,5	3,5	9,5	11,1	6,3	13,9

[a] Ergebnisse aus den Monatsberichten des Verarbeitenden Gewerbes der neuen Bundesländer einschließlich Berlin-Ost. Die Reihen enthalten mindestens zwei Strukturbrüche, einen im Jahr 1997 wegen der neu ausgerichteten Verbuchung des PKW-Absatzes als Inlands- und Auslandsumsatz und einen im Jahr 1998 infolge der Einbeziehung der Ergebnisse der Handwerkszählung.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

Sein Absatz außerhalb Deutschlands zog von Jahr zu Jahr an. Seit 1996 übertreffen die jährlichen Zuwachsraten des Auslandsumsatzes die seines Umsatzes in Deutschland deutlich, seit 1997 erreichen sie sogar Zweistelligkeit (vgl. Tabelle 1).

Zur Erklärung dieser Entwicklung bieten sich verschiedene Ansätze an, wie beispielsweise die Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen durch die Erlangung von Kosten- bzw. Produktvorteilen, die Marktsättigung im Inland, Lerneffekte in der Produktion und beim Vertrieb der Produkte. In diesem Beitrag stehen einzelne Seiten der Marktpräsenz der ostdeutschen Industriebetriebe im Mittelpunkt. Insbesondere wird untersucht, welche Betriebe ihre Produktion im Ausland absetzen, wie sich der betriebliche Auslandsumsatz entwickelt hat und wie die Akteure selbst die Entwicklung beurteilen.[24]

Da erfahrungsgemäß nicht alle Betriebe am Exportgeschäft teilhaben, können diese Fragen nicht mit Branchendaten beantwortet werden, sondern es sind betriebliche Einzeldaten erforderlich. Herangezogen werden die Angaben vom Betriebskreis der Monatsberichte des Verarbeitenden Gewerbes der fünf ostdeutschen Flächenländer.[25] Den zeitlichen Rahmen der Untersuchung bildet die zweite Hälfte der neunziger Jahre. Das Jahr 1995 markiert dabei für die Mehrzahl der privatisierten Betriebe eines der ersten Jahre für die Entwicklung unter privatwirtschaftlichen Bedingungen, das Jahr 2000 brachte einen Exportboom. Die empirischen Untersuchungen zum Auslandsengagement und dessen Entwicklung konzentrieren sich auf einen Vergleich der Jahresergebnisse der Betriebe in diesen beiden Jahren. Zugleich wird den betrieblichen Beweggründen für die Teilnahme am Exportgeschäft nachgegan-

[24] Für den neu aufgebauten Unternehmenssektor in den neuen Ländern ist der überregionale Absatz in Deutschland nicht weniger bedeutsam als der Umsatz im Ausland. Vgl. dazu: LOOSE, B.; LUDWIG, U.: Überregionale Absatzmärkte: Entwicklungschance für Betriebe des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes, in: IWH, Wirtschaft im Wandel 16/2001, S. 423-431.

[25] Die Angaben wurden vom Statistischen Landesamt Sachsen-Anhalt bereitgestellt und erfassen alle Betriebe von Unternehmen mit 20 Beschäftigten und mehr. Diese Betriebsstatistik bildet das Auslandsengagement auf regionaler Ebene adäquater als eine Unternehmensstatistik ab, da hier die Aktivitäten der so genannten Mehrländerunternehmen dem Ort des Entstehens und nicht dem Sitz der Unternehmenszentrale zugerechnet werden.

Tabelle 2:
Beteiligung der Betriebe am Export in den Jahren 1995 und 2000 nach Marktposition im Inland[a]
- Anteil der Betriebe in % -

Anteil des Betriebes am Inlandsmarkt [b]	Betriebe ohne Export		Betriebe mit Export	
	1995	2000	1995	2000
bis 0,02%	75,3	81,7	24,7	18,3
0,02% bis 0,1%	70,7	65,9	29,3	34,1
0,1% bis 0,2%	61,0	54,9	39,0	45,1
über 0,2%	45,2	37,2	54,8	62,8
Insgesamt	63,4	60,6	36,6	39,4

[a] Ergebnisse aus den Monatsberichten des Verarbeitenden Gewerbes der fünf ostdeutschen Flächenländer. – [b] Prozentualer Anteil des Inlandumsatzes des Betriebes am Inlandsumsatz aller Betriebe des entsprechenden Wirtschaftszweiges der fünf neuen Bundesländer.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

gen; die Grundlage dafür bildet das IWH-Industriepanel.[26]

Marktposition im Inland entscheidend für Beteiligung am Export

Eine industriespezifische Außenhandelstheorie hat Linder[27] entwickelt, die hier für den ostdeutschen Fall getestet werden soll. Danach bilden die beim Absatz auf dem einheimischen Markt gesammelten firmenspezifischen Erfahrungen die notwendige Bedingung für ein Exportengagement. Erst aus der gefestigten Marktposition im Inland heraus erfolge der Gang auf den Auslandsmarkt.

Der hier zum Test der Linder-Hypothese verwendete Indikator ist der einheimische Marktanteil eines Betriebes, gemessen als prozentualer Anteil seines inländischen Umsatzes am Gesamtumsatz aller Betriebe des entsprechenden Wirtschaftszweiges im Inland.[28] Je ausgeprägter der einheimische Umsatzanteil und damit die Marktstellung im Inland ist, umso größer müssten die Lerneffekte, das gesammelte Wissen und die Erfahrungen sein, die ein Betrieb in die Waagschale werfen kann, wenn er seine Absatzaktivitäten auf das Ausland ausdehnt. Folglich ist mit der größeren Marktstellung im Inland auch eine stärkere Beteiligung eines Betriebes am Export im Vergleich zu den anderen Betrieben der Branche zu erwarten.

Zum Test der Hypothese wird auf die Umsätze der ostdeutschen Industriebetriebe im Inland wie im Ausland zurückgegriffen. Laut Datenlage erstreckt sich das Inland auf den gesamtdeutschen Wirtschaftsraum. Verkäufe westdeutscher und ausländischer Filialbetriebe in den alten Bundesländern werden als Inlandsumsatz erfasst. Gruppiert man die 6 444 (1995) bzw. 7 546 (2000) Betriebe zunächst nach ihrer Teilnahme bzw. Nichtteilnahme am Exportgeschäft, so kann für ihre Gesamtheit der erwartete Zusammenhang nicht zurückgewiesen werden. Der Anteil der exportierenden Betriebe an der Gesamtzahl ist umso höher, je stärker ihre Marktstellung im Inland ist. So haben im Jahr 2000 in der Gruppe der größten Hersteller für den Inlandsmarkt rund 63% auch exportiert, dagegen in der Gruppe der kleinsten nur 18% (vgl. Tabelle 2). Der Vergleich der Angaben zwischen den Jahren 1995 und 2000 signalisiert zugleich eine deutliche Verschiebung innerhalb der am Inlandsmarkt stärksten Betriebe hin zu den Exporteuren.

[26] Die ausführliche Fassung der Untersuchungen zum Exportverhalten der ostdeutschen Industrie anhand amtlicher und nichtamtlicher Daten ist zu finden unter: LOOSE, B.; LUDWIG, U.: Der Exportsektor im ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbe und seine Bedeutung für das betriebliche Wachstum, in: IWH-Diskussionspapiere Nr. 169, Februar 2003.

[27] LINDER, S. B.: An Essay on Trade and Transformation, Stockholm/Göteborg/Uppsala/New York, 1961.

[28] Die hier verwendete Variable misst die Marktstellung eines Betriebes im Inland nur unvollständig, da die Hersteller aus den alten Bundesländern und die Importeure bei der Bestimmung der Marktgröße vernachlässigt werden. Dies beeinträchtigt jedoch das Ergebnis nicht, da die Relationen zwischen den Betrieben aus den fünf neuen Bundesländern davon nicht beeinflusst werden.

Tabelle 3:
Beteiligung der Betriebe am Export in den Jahren 1995 und 2000 nach verschiedenen Einflussgrößen[a]
- Anteil der Betriebe in % -

	Betriebe ohne Export		Betriebe mit Export		davon: Anteil des Exports am Umsatz						Gesamt
					bis 25%		25 bis 50%		mehr als 50%		Jeweiliges Jahr
	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000	
Produktionsstellung laut Umsatzanteil[b]											
bis 0,02%	81,5	87,2	18,5	12,8	14,0	10,3	2,0	1,6	2,5	0,9	100
0,02% bis 0,1%	71,1	66,6	28,9	33,4	22,5	24,9	3,8	5,8	2,5	2,8	100
0,1% bis 0,2%	58,4	50,3	41,6	49,7	32,3	33,5	5,7	10,2	3,7	6,0	100
über 0,2%	41,9	32,5	58,1	67,5	41,4	41,2	10,9	14,9	5,9	11,5	100
Größengruppen nach der Beschäftigtenzahl											
bis 49	75,5	72,2	24,5	27,8	19,2	20,8	3,2	4,4	2,1	2,6	100
50 bis 99	54,7	50,8	45,3	49,2	35,6	33,6	6,3	9,7	3,3	5,9	100
100 bis 249	45,2	38,6	54,8	61,4	39,4	39,5	9,2	13,8	6,3	8,0	100
250 und mehr	39,9	32,9	60,1	67,1	38,6	33,9	13,1	17,7	8,4	15,4	100
Technologieintensität[c]											
Wenig hochwertige Technik	67,3	65,3	32,7	34,7	25,6	25,1	4,5	6,0	2,6	3,6	100
Hochwertige Technik	47,6	42,9	52,4	57,1	34,8	35,3	10,1	13,2	7,5	8,7	100
Spitzentechnik	43,9	39,6	56,1	60,4	40,7	32,0	8,4	16,8	7,0	11,7	100
Insgesamt	63,4	60,6	36,6	39,4	27,5	27,0	5,6	7,6	3,5	4,8	100

[a] Ergebnisse aus den Monatsberichten des Verarbeitenden Gewerbes der fünf ostdeutschen Flächenländer. –[b] Prozentualer Anteil des Umsatzes des Betriebes am Gesamtumsatz aller Betriebe des entsprechenden Wirtschaftszweiges der fünf neuen Bundesländer. –[c] Die Einstufung der Betriebe nach ihrer Technologieintensität wird hier entsprechend der so genannten ISI/NIW-Hochtechnologieliste 2000 in der Abgrenzung WZ93 vorgenommen.

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Berechnungen des IWH.

Exportengagement steigt mit Produktionsstärke

Die Linder-Hypothese bezieht sich auf die Evolution des Exportgeschäfts bis zu dem Punkt, an dem das Schwergewicht beim Absatz der Betriebe im Inland bleibt. Verkauft ein Betrieb mehr als die Hälfte seiner Erzeugnisse im Ausland, so dürften auch die Lerneffekte auf den Auslandsmärkten erheblich auf die Gesamtproduktion im Inland zurückwirken. Testet man das Auslandsengagement mit Bezug auf die Produktions- anstelle der Marktposition der Betriebe im Inland, so sind die Ergebnisse statistisch noch überzeugender. Gibt es zudem Skalen- oder Verbundeffekte der Produktion, sind aufgrund der Kostendegression den umsatzstärksten Betrieben die größten Chancen für den Ausbau des Exportgeschäfts einzuräumen, da ihnen dies zudem mehr Spielraum zur Deckung der unterschiedlich hohen Markttransaktionskosten je nach Lage des Absatzmarktes verschafft.

Auch diese Zusammenhänge können mit dem Datensatz nicht abgelehnt werden (vgl. Anhang).[29]

[29] Diese und die folgenden textlichen Darstellungen beschränken sich auf die wichtigsten der anhand der verwendeten Datenbasis identifizierbaren Einflussgrößen: Produktionsstellung der Betriebe, Betriebsgröße und Technologieintensität. Andere Bestimmungsgründe erwiesen sich entweder als vernachlässigbar oder sind nicht erfasst. So fehlt in der Datenbasis die Angabe des Eigentümerstatus der Betriebe, der nachweislich Einfluss auf das Exportengagement hat. Vgl. dazu LOOSE, B.; LUDWIG, U.: Der überregionale Absatz der Betriebe des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes, in: BELLMANN, L. (Hrsg.), Die ostdeutsche Wirtschaft in der internationalen Arbeitsteilung, Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung 263, Nürnberg 2002, S. 1-30. – LOOSE, B.; LUDWIG, U.: The Export Orientation of East German Manufacturing Industry in the Process of Economic Transformation: Evidence from Company Panel Data, in: STIERLE, M. H. and BIRRINGER, T. (Eds.): Economics of Transition: Theory, Experiences and EU Enlargement; INFER Annual Conference 2001, Verlag für Wissenschaft und Forschung, Berlin 2001, S. 261-284.

Je ausgeprägter die Stellung der Betriebe im Inland war, umso stärker schlugen sich im Jahr 1995 und noch mehr im Jahr 2000 die firmenspezifischen Vorteile der Betriebe in der Exportbeteiligung überhaupt und in den einzelnen Exportintensitätsgruppen relativ zu anderen Betrieben der Branche nieder. Verwendet wurde bei diesem Test als Maß für die Produktionsstärke der prozentuale Anteil des gesamten Umsatzes des Betriebes – also einschließlich der Verkäufe in das Ausland – am Umsatz aller Betriebe des entsprechenden Wirtschaftszweiges. Zu ähnlichen Ergebnissen führt die Auswertung der Betriebsdaten, wenn als Maß für die Produktionsstärke die Betriebsgröße genommen wird. Während beispielsweise unter den Betrieben mit weniger als 50 Beschäftigten im Jahr 2000 nur 28% Geschäfte mit dem Ausland tätigten, galt dies für 67% der größeren Betriebe mit mindestens 250 Beschäftigten. Auch stieg die Beteiligung am Export in den verschiedenen Exportintensitätsklassen mit der Betriebsgrößengruppe (vgl. Tabelle 3).[30]

Technisches Niveau der Produktion befördert Exportbeteiligung

Die von den Industriebetrieben im Ausland verkauften Produkte unterscheiden sich in ihrem technischen Niveau. Je ausgereifter ein Produkt ist, desto dringlicher muss im Interesse des Markterfolges der Informationsaustausch zwischen Herstellern und Verbrauchern funktionieren. Und dies geschieht zunächst vorrangig im Inland[31], nach der Festigung der Absatzposition aber auch im Ausland. Schlagende Beispiele für diese Zusammenhänge liefern selbst jene Branchen, in denen Deutschland zum so genannten „Lead Markt“ gehört, zum Beispiel im exportintensiven Maschinen- und Fahrzeugbau. Hier fragt der heimische Markt Innovationen nach, die sich später weltweit durchsetzen lassen.[32]

Misst man das technische Niveau der Erzeugnisse näherungsweise an der Technologieintensität der Hauptproduktion der Branche, der die Betriebe laut Zweigklassifikation von 1993 zugerechnet werden[33], so kann auch der Zusammenhang zwischen Auslandsumsatz und Technologieintensität anhand des Mikrodatensatzes nicht verworfen werden. Während unter den Betrieben mit wenig technologieintensiver Produktion nur jeder Dritte im Jahr 2000 auf den Auslandsmärkten präsent war, waren dies in der Gruppe mit Spitzentechnik drei von fünf. In der zuletzt genannten Gruppe setzten sogar 12% der Betriebe mehr als die Hälfte ihrer Produktion im Ausland ab, bei den weniger technologieintensiven Betrieben waren dies nur 4%.

Exportstarke Betriebe mit höchsten Zuwächsen des Auslandsumsatzes

Die Analyse der betrieblichen Basis des Exportsektors im ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbe bliebe unvollständig, würde man nicht auch die Dynamik des Auslandsumsatzes in seinen verschiedenen Segmenten mit in das Bild nehmen. Hier zeigt sich: Der Export ist für sehr viele Betriebe kein kontinuierliches Geschäft. So waren 1995 von den 2 357 Betrieben mit Auslandsumsatz fünf Jahre danach 917 nicht exportaktiv. Im Jahr 2000 waren von den 2 971 Exportbetrieben fünf Jahre davor 1 531 nicht im Auslandsgeschäft vertreten. Neben einem Kernbereich von 1 440 Exportbetrieben – das sind in dieser Studie jene, die in beiden Stichjahren Exportgeschäfte betrieben haben – gab es eine nicht unbeträchtliche Zahl an Aussteigern aus dem und Einsteigern in das Exportgeschehen. Analysiert man zunächst den Kernbereich des Exports, so stellt sich die Frage, aus welchem Segment die Dynamik des Auslandsumsatzes gekommen ist.

Da mit wachsenden Erfahrungen die Chancen für die Expansion auf den Auslandsmärkten steigen, kann vermutet werden, dass der Auslandsumsatz

---

30 Zum Zusammenhang von Exportquote mit Produktionsanteil und Betriebsgröße vgl. auch WAGNER, J.: Exporterfolge niedersächsischer Betriebe. Eine empirische Untersuchung mit Betriebsdaten für das Verarbeitende Gewerbe (1978-1989), in: Produzieren in Niedersachsen. Empirische Untersuchung mit Betriebsdaten, Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung e. V., Hannover, 1992, S. 71.

31 Neben der allgemein größeren Vertrautheit der Produzenten mit den Gepflogenheiten auf dem einheimischen Markt sieht bereits Linder im Informationsaustausch bei Innovationen einen weiteren Grund für die Dominanz des Inlandsmarkts, bevor es zum Exporterfolg kommen kann. Vgl. LINDER, S. B., a. a. O., S. 88 f.

32 Vgl. BEISE, M.: Lead Markets – Country-Specific Success Factors of the Global Diffusion of Innovations, ZEW Economic Studies, Vol. 14, 2001.

33 Die Einstufung wurde laut ISI/NIW-Hochtechnologieliste vorgenommen. Siehe Indikatorenbericht zur technologischen Leistungsfähigkeit Deutschlands 2001, Annex, Übersicht 2, BMBF, Bonn, März 2002.

Tabelle 4:
Dynamik des Auslandsumsatzes im Kernbereich[a] des Exports
- Veränderung 2000 gegenüber 1995 in % -

	Exporteure nach der Exportintensität des Umsatzes			Kernbereich insgesamt
	bis 25%	25 bis 50%	mehr als 50%	
Fachliche Hauptgruppen				
Nahrungs- und Genussmittel	42,6	-12,8	54,9	17,1
Verbrauchsgüter[b]	56,7	45,7	105,8	66,2
Produktionsgüter	81,4	69,0	125,2	87,6
Investitions- und Gebrauchsgüter	26,4	244,7	297,0	219,1
darunter: Hauptbranchen (Auswahl)				
Fahrzeugbau	-9,6	340,9	512,7	325,1
Chemische Industrie	36,6	37,5	88,5	55,0
Maschinenbau	58,3	45,3	98,8	76,3
Nachrichtentechnik, Feinmechanik, Optik	95,8	259,3	72,2	90,3
DV-Geräte, Elektrotechnik	123,6	587,7	157,5	391,3
Betriebsgrößengruppen nach Beschäftigtenzahl				
bis 49	3,3	32,5	140,9	28,3
50 bis 99	23,7	115,6	115,4	77,3
100 bis 249	34,6	31,9	83,0	44,1
250 und mehr	64,1	139,5	269,0	189,8
Verarbeitendes Gewerbe	44,5	100,3	221,4	135,8

[a] „Schnittmenge“ der Exportbetriebe von 1995 und 2000. – [b] Ohne Nahrungs- und Genussmittel.

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Berechnungen des IWH.

bei den Betrieben am stärksten zunimmt, die überdurchschnittlich stark im Export engagiert sind oder sogar den Schwerpunkt ihrer Absatztätigkeit in das Ausland verlegt haben.

Für das Verarbeitende Gewerbe insgesamt sowie für die zu Hauptgruppen und Größengruppen zusammengefassten Betriebe lässt sich dieser Zusammenhang belegen (vgl. Tabelle 4). Auf Industriezweigebene wird die Vermutung nicht uneingeschränkt erfüllt. Zwar überwiegt die Zahl der Branchen im betrieblichen Kernbereich des Exports, bei denen der Umsatzanstieg im Ausland am dynamischsten in den exportintensivsten Betriebsgruppen verlief, so vor allem bei den in Ostdeutschland stark vertretenen Fahrzeug- und Maschinenbauern sowie der chemischen Industrie. Im Bereich Nachrichtentechnik, Feinmechanik und Optik sowie bei den Herstellern von Datenverarbeitungsgeräten und elektrotechnischen Erzeugnissen kommt aber der Zuwachs des Auslandsumsatzes vor allem von den Betrieben mit mittlerer, jedoch immer noch überdurchschnittlich starker Exportorientierung. Auch hier gilt: Hat ein Betrieb im Ausland erst eine feste Marktposition errungen, dürfte eine weitere Ausdehnung aufgrund der bereits errungenen Marktakzeptanz, der Markterfahrung, der Kontakte und Kooperationen leichter sein als in einem früheren Stadium.[34]

Kräftiger Zuwachs des Auslandsumsatzes durch Neueinsteiger in das Exportgeschäft

Der Auslandsumsatz ist über alle Exportbetriebe hinweg in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre um das 1,6fache gestiegen. Neben dem Ausbau des Auslandsgeschäfts im Kernbereich ist diese Zunahme auf die Erweiterung des Exportsektors um 614 Betriebe, das entspricht rund einem Viertel des Bestandes im Jahre 1995, zurückzuführen (vgl. Tabelle 5). Als Neueinsteiger in den Export sind per

[34] In einzelnen Branchen des Produktionsgütergewerbes kam die stärkste Dynamik von den Betrieben mit unterdurchschnittlicher Exportorientierung. Hier überwogen wohl andere Einflussgrößen. Beispielsweise könnte das Erreichen der Kapazitätsgrenze oder der optimalen Betriebsgröße die Expansion der überdurchschnittlich stark orientierten Betriebe begrenzt haben.

Tabelle 5:
Exportbeteiligung und Exportdynamik in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre nach Betriebsgruppen des Verarbeitenden Gewerbes

	Zahl der Exportbetriebe			Zuwachs des Auslandsumsatzes in %	
	1995	2000	Kernbereich	Alle Exportbetriebe[a]	Kernbereich
	Gesamtzahl				
Gütergruppen					
Nahrungs- und Genussmittel	177	183	114	49,9	17,1
Verbrauchsgüter[b]	559	527	326	77,3	66,2
Produktionsgüter	566	787	360	155,1	87,6
Investitions- und Gebrauchsgüter	1 055	1 474	640	207,5	219,1
Größengruppen					
bis 49	855	1 220	436	140,7	28,3
50 bis 99	665	841	436	183,0	77,3
100 bis 249	557	649	405	112,8	44,1
250 und mehr	280	261	163	177,1	189,8
Verarbeitendes Gewerbe	2 357	2 971	1 440	161,4	135,8

[a] Einschließlich Saldo aus Neueinsteigern in das und Aussteigern aus dem Exportgeschäft. – [b] Ohne Nahrungs- und Genussmittel.

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Berechnungen des IWH.

saldo vor allem kleine und mittelgroße Betriebe im Investitions- und Gebrauchsgütergewerbe sowie im Produktionsgütergewerbe hinzugekommen.

Aufgrund der noch fehlenden Auslandserfahrungen ist für Neueinsteiger ein unterdurchschnittlicher Auslandsumsatz pro Betrieb zu erwarten. Die Dynamik des Auslandsgeschäfts für die „gestandenen" Exporteure dürfte dann höher als die der Betriebe im Saldobereich von Einsteigern und Aussteigern vermutet werden. Diese Erwartung wird nicht enttäuscht. Der Auslandsumsatz insgesamt bzw. im Durchschnitt pro Betrieb ist im Kernbereich zwischen 1995 und 2000 um das 1,4fache gestiegen. Bei den Neueinsteigern betrug der Auslandsumsatz im Jahr 2000 nur rund 40% des Auslandsumsatzes eines Betriebes im Kernbereich, bei den Aussteigern im Durchschnitt 20% des Engagements eines Kernbetriebes. Im Saldobereich zwischen Ein- und Aussteigern hat sich der Export pro Betrieb im Durchschnitt „nur" verdoppelt. Sein Zuwachs ist damit deutlich hinter dem Anstieg im Kernbereich zurückgeblieben.

Bei dieser aggregierten Analyse verschwinden einige Unterschiede auf Branchen- und Größenebene zwischen dem Kernbereich und den Aus- bzw. Einsteigern. Der Anstieg des Auslandsumsatzes ging im betrachteten Zeitraum beispielsweise nicht in jedem Falle mit einer Erweiterung der betrieblichen Exportbasis einher, so nicht bei den Herstellern von Verbrauchsgütern und bei den „großen" Betrieben mit mindestens 250 Beschäftigten. Auch der Auslandsumsatz über alle Exportbetriebe stieg nicht immer stärker als der im Kernbereich. Bei den Investitions- und Gebrauchsgüterherstellern hat er zum Beispiel trotz deutlicher Ausdehnung der betrieblichen Exportbasis mit 207% weniger zugenommen als im betrieblichen Kernbereich mit 219%.

Die Wirkung der Lerneffekte im Auslandsgeschäft zeigt sich auch in den verschiedenen Betriebsgrößenklassen: Wegen der Skaleneffekte steigt nicht nur die Exportquote mit der Größe des Betriebes, in den einzelnen Größenklassen ist auch der Exportzuwachs der im Ausland überdurchschnittlich engagierten Betriebe im Vergleich zu den anderen stärker. Dabei geht die Expansion der bestehenden „großen" Betriebe mit mindestens 250 Beschäftigten sehr wesentlich auf den Exportanstieg im Kernbereich insgesamt zurück. Bei den kleinen und mittleren Betrieben spielt neben der Auswei-

tung des Auslandsgeschäfts in den bestehenden Exportbetrieben die Neuaufnahme von Auslandsgeschäften eine nicht unbeträchtliche Rolle.

Exportorientierung der Unternehmen laut IWH-Industriepanel

Um zu prüfen, inwieweit Aussagen aus der statistischen Analyse durch das Exportverhalten des betrieblichen Managements gestützt werden, wurde unter Verwendung des IWH-Industriepanels den Beweggründen für das Exportgeschäft, den Hemmnissen und zukünftigen Effekten von Exportaktivitäten nachgegangen.

Mehr als die Hälfte der vom IWH aktuell befragten 190 Exportunternehmen in den neuen Bundesländern[35] bemüht sich systematisch um Auslandsaufträge. Für reichlich ein Drittel war die Akquisition im Ausland vor allem wegen der Sättigung des Inlandsmarktes notwendig geworden. Diese Unternehmen gehören – wohl aufgrund der bereits im Inland gesammelten Erfahrungen – zur Gruppe mit der höchsten Exportintensität. Die erreichten Erfolge im Auslandsgeschäft gründen sich für etwa zwei Drittel der Unternehmen auf die besonderen Eigenschaften der von Ihnen exportierten Produkte. Für jeweils ein Drittel der Unternehmen zeichnen die günstigen Verkaufspreise bei Exportgütern, der gute Service und die exklusive Kenntnis der Kunden und Märkte für die errungenen Marktpositionen im Ausland verantwortlich.

Die gewachsene Bedeutung der Auslandsmärkte spiegelt sich auch in den Planungen der Unternehmen wider. Danach sind von den Exportaktivitäten in der nahen Zukunft überwiegend positive Produktionseffekte zu erwarten. Etwa 70% der Unternehmen erwarten im Zusammenhang mit der Ausdehnung ihrer Exportgeschäfte – wenn auch überwiegend moderate – Umsatzsteigerungen; dies ist bei mehr als 60% der Fälle mit einer Festigung der Marktposition im Ausland und bei reichlich der Hälfte der Unternehmen mit Gewinnzuwachs verbunden. Allerdings deuten die Umfragedaten auch darauf hin, dass die Expansion im Ausland wegen der derzeit ausgeprägten Unterauslastung der Kapazitäten eher geringe Beschäftigungs- und Investitionseffekte auslösen wird. Positive Auswirkungen auf die Beschäftigung sieht für die nahe Zukunft nur ein Viertel der befragten Exporteure, von zusätzlichen Investitionen geht nur ein Siebentel aus.

Allerdings weisen die Umfragedaten auch auf Probleme hin. Zum einen dürfte die starke Zuweisung der Absatzhemmnisse auf äußere, nicht von den Unternehmen beeinflussbare Faktoren auf die mangelnde Wahrnehmung innerbetrieblicher Schwachstellen durch das Management hindeuten. So werden Probleme beim zukünftigen Absatz ins Ausland gerade von den Unternehmen als relevant eingeschätzt, die dem hohen Konkurrenzdruck auf den Auslandsmärkten als Absatzhemmnis große Bedeutung beimessen, bei denen aber der Export kein verbindliches Managementziel darstellt.

Zum anderen besteht eine enge Korrelation zwischen den vom Management erwarteten Expansionsmöglichkeiten im Ausland und Finanzierungsengpässen. Die Unternehmen, die in ihrem Produktsegment von einem weitgehend gesättigten Binnenmarkt ausgehen, gleichzeitig aber hinsichtlich Marktposition, Umsatz, Investitionen und Gewinn im Ausland Chancen für eine Erweiterung sehen, melden finanzielle Schranken bei der Erschließung neuer Märkte. Das sind häufiger Betriebe aus technologieintensiven Branchen. Jungen, zukunftsträchtigen Unternehmen ist deshalb weiterhin der Marktzugang finanziell zu erleichtern.

Ausblick

Wird sich die Expansion des Auslandsumsatzes des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes in dem zuletzt beobachteten hohen Tempo fortsetzen? Die Exportmöglichkeiten stoßen sowohl aus der Sicht der kleinbetrieblichen Struktur der industriellen Exportbasis als auch aus der Sicht der vergleichsweise geringen Technologieintensität der tatsächlichen und der potentiellen Exportgüter auf enge Schranken.

Die Technologieintensität der Produktion ist im Verarbeitenden Gewerbe der fünf neuen Länder relativ schwach. Zwar hat sich die Zahl der Betriebe in den Hochtechnologiebereichen in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre absolut erhöht (um knapp 300 Betriebe insgesamt bzw. um 225 Betriebe im Export), das relative Gewicht der technologieintensivsten Gruppe im Export nahm mit einem Prozentpunkt aber nur verhalten zu, und der Anteil

[35] Von den insgesamt 450 im November 2002 angeschriebenen Industriebetrieben liegen 316 Antworten vor. Rund 190 von ihnen (60%) sind im Ausland tätig, und ihre Antworten wurden in die Auswertung einbezogen.

der Produzenten hochwertiger Technik hat sich im betrachteten Zeitraum nahezu nicht verändert. Nur dank eines sehr kräftigen Exportanstiegs im Kernbereich konnte der Beitrag der ostdeutschen Hochtechnologiebereiche am gesamtdeutschen Export von 2% auf 4,7% gesteigert werden. Genau darauf dürften sich die Hoffnungen in der Zukunft richten. Eine weitere Ausdehnung der internationalen Orientierung ist von dem Sechstel der Exportbetriebe zu erwarten, die technologieintensiv produzieren, aber gegenwärtig nur unterdurchschnittlich am Export teilnehmen. Gewisse Effekte sind wohl auch bei den 640 Hochtechnologieunternehmen zu unterstellen, die bisher nur im Inland tätig sind, aber mit den dort gesammelten Erfahrungen früher oder später den Schritt ins Auslandsgeschäft wagen werden. Wegen der allgemein höheren Wachstumspotentiale technologieorientierter Unternehmen, aber auch höherer Risiken ist es angebracht, das Gründungsgeschehen in diesem Sektor weiterhin zu unterstützen.

Ein weiteres Hemmnis ergibt sich aus der kleinbetrieblichen Struktur im ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbe. Fast ein Drittel der exportierenden Betriebe insgesamt sind Kleinbetriebe mit bis zu 50 Beschäftigten und weniger als 25% Auslandsanteil am Umsatz. Zwar sind in dem betrachteten Zeitraum von 1995 bis 2000 erhebliche Verschiebungen von den Betrieben mit geringfügiger zu den Betrieben mit überdurchschnittlich starker Exportorientierung in allen Größengruppen erfolgt, und das Exportgeschehen ist aufgrund von Neueinsteigern deutlich angewachsen. Es fehlt jedoch an dem für Industriewirtschaften typischen Anteil größerer Unternehmen. Ihre Zahl hat absolut und relativ in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre sogar weiter abgenommen. Da der Ausbau der Exportbasis wegen der Skaleneffekte der Produktion und den Markterfahrungen vor allem über die marktstärksten Betriebe erfolgt, ergeben sich hieraus Schranken für eine weiterhin schnelle Expansion. Allerdings nährt die Vielzahl von kleinen und bislang schwach auslandsmarktorientierten Betrieben auch Hoffnungen für die Zukunft auf eine, wenn auch nur schrittweise Ausdehnung der Exportbasis aus dem Betriebsbestand heraus.

Brigitte.Loose@iwh-halle.de
Udo.Ludwig@iwh-halle.de

Anhang:

Die Schätzung der Exportbeteiligung der Betriebe.

Der Zusammenhang zwischen der Exportbeteiligung der Betriebe und den erklärenden Variablen wurde anhand folgender Schätzgleichung ermittelt:

$$\frac{\text{Prob (event)}}{\text{Prob (no event)}} = e^{B_0 * e^{B_1 X_1 * e^{B_2 X_2 * \ldots * e^{B_p X_p}}}}$$

In dieser Gleichung wird die Beteiligung am Export mit 1, die Nichtbeteiligung mit 0 skaliert. Der Exponent B_i [Exp(B_i)] zeigt an, um welchen Faktor sich die Chance für eine Beteiligung am Export ändert, wenn die erklärende Variable X_i um eine Einheit zunimmt. Werte größer 1 bedeuten steigende, Werte unter 1 sinkende Chancen.

Tabelle:
Ergebnisse der logistischen Regression[a]

Unabhängige Variable	Exp (B_i) 1995	Exp (B_i) 2000
Betriebsgrößenklassen *(1:20-49, 2:50-99, 3:100-249, 4: >=250 Beschäftigte)*	1,3801	1,1906
Log. des Produktionsanteils	1,3637	1,6919
Technologieintensität *(1: Wenig hochwertige Technik, 2: Hochwertige u. Spitzentechnik)*	2,4575	2,1256
Dummy:		
Verbrauchsgüter	2,2434	2,5621
Produktionsgüter	1,2189	1,8017
Investitions- bzw. Gebrauchsgüter	1,2878	2,7117
Referenzgröße: Nahrungs- und Genussmittel		
Fälle	6 444	7 546
Nagelkerke R^2 [b]	0,179	0,241
Anteil korrekt vorhergesagter Werte	70%	70%
Werte des naiven Modells [c]	63%	61%

[a] Ergebnisse aus den Monatsberichten des Verarbeitenden Gewerbes der fünf ostdeutschen Flächenländer. – [b] Das Nagelkerke R^2 quantifiziert den Anteil der erklärten Streuung im logistischen Regressionsmodell: $R^2 = R^2/(1-(L(0))^{2/N})$. In Analogie zum R^2 des linearen Regressionsmodells erreicht es den Wert 1, wenn die gesamte Streuung erklärt ist. – [c] Prozentsatz der korrekt vorhergesagten Werte, der sich ergibt, wenn alle Fälle den Unternehmen ohne Auslandsabsatz zugeordnet werden.

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Berechnungen des IWH.

Die Exportbeteiligung wurde nicht nur auf ihren Zusammenhang mit dem Produktionsanteil der Betriebe, ihrer Größe und der Technologieintensität, sondern auch mit der Humankapitalintensität und der Betriebsart (Ein- oder Mehrbetriebsunternehmen) statistisch getestet. Alle Merkmale zusammengenommen können die Beteiligung im Jahr 2000 zu 24% auf einem Signifikanzniveau von 0,01 erklären.