

# Wochenbericht

## Regulierung im Postsektor kaum gerechtfertigt

Seite 334

Bis Ende 2012 sollen alle europäischen Postmärkte vollständig liberalisiert sein. In der Diskussion um eine optimale Gestaltung der Marktbedingungen wird die Regulierung der Telekommunikationsindustrie oft zum Vergleich herangezogen. Doch der Vergleich hinkt, denn beide Sektoren sind höchst unterschiedlich.

von Sven Heitzler

## „Sinkende Preise und vielfältigere Angebote“

Seite 335

Fünf Fragen an Sven Heitzler

## Fortschritte bei der Exportorientierung von Dienstleistungsunternehmen

Seite 339

Im unternehmensnahen Dienstleistungsgewerbe hat die Exportorientierung in den letzten Jahren zugenommen. Dabei ist sowohl der Anteil der exportierenden Unternehmen als auch die Exportquote gestiegen. Angesichts der vorhandenen Exportpotentiale für deutsche Dienstleistungsunternehmen ist damit zu rechnen, dass sich dieser Trend fortsetzt.

von Alexander Eickelpasch

## 60 Jahre Soziale Marktwirtschaft – Kann sie die Globalisierung überleben?

Seite 348

Kommentar von Klaus F. Zimmermann

## Ausgewählte saisonbereinigte Konjunkturindikatoren

Zahlenbeilage

# Regulierung im Postsektor kaum gerechtfertigt

Sven Heitzler  
sheitzler@diw.de

*Die europäischen Postmärkte sollen bis spätestens Ende 2012 vollständig liberalisiert werden. Im Zuge dieser Entwicklung werden derzeit die nationalen Regulierungsrahmen den neuen Bedingungen angepasst, und es wird diskutiert, inwiefern die bisherigen Monopolanbieter (auch) zukünftig ihren Mitbewerbern Zugang zu ihren Netzen bieten müssen. Der Postsektor wird dabei häufig mit der Telekommunikationsbranche verglichen. Tatsächlich sind die Unterschiede zwischen beiden Industrien jedoch so erheblich, dass sich die Regulierung der Telekommunikation nicht auf den Postsektor übertragen lässt. Insbesondere Verpflichtungen zum Netzzugang und Endpreisregulierungen lassen sich im Postbereich kaum rechtfertigen. Im Zuge der Liberalisierung sollte daher eine Regulierungsstrategie verfolgt werden, die auf minimale Anforderungen, wie etwa den Zugang zu Adressverzeichnissen und Postfächern, setzt und so die bestmöglichen Voraussetzungen für effektiven Wettbewerb schafft.*

Innerhalb Europas haben Großbritannien, Finnland, Schweden und auch Deutschland am 1. Januar 2008 ihre Postmärkte vollständig für den Wettbewerb geöffnet. Die jüngste europäische Richtlinie erfordert, dass auch alle anderen Europäischen Staaten ihre Märkte bis Ende 2010 (in Ausnahmefällen bis Ende 2012) vollständig liberalisieren.<sup>1</sup> In diesem Kontext wird derzeit die Weiterentwicklung der jeweiligen nationalen Regulierungsrahmen für den Postsektor diskutiert. Dabei ist eine der Schlüsselfragen, ob die bisherigen Monopolanbieter auch nach der vollständigen Öffnung Mitbewerbern Zugang zu ihren Verteilnetzen gewähren müssen und zum Beispiel verpflichtet werden, Sendungen ihrer Mitbewerber zu transportieren und zuzustellen.

## **Erhebliche Unterschiede zwischen Post- und Telekommunikationsindustrie**

In der Diskussion um eine optimale Gestaltung der Marktbedingungen im Postbereich wird die Regulierung der Telekommunikationsindustrie oft zum Vergleich herangezogen. Beide Sektoren verbinden ihre eng verzahnten Schlüsselrollen in der Informationsgesellschaft und die Tatsache, dass bei beiden Netzwerkindustrien die Liberalisierung noch nicht vollständig abgeschlossen ist. Zudem verfügen die ehemaligen Monopolisten noch immer über erhebliche Marktanteile. In zentralen Bereichen bestehen jedoch erhebliche Unterschiede, die die direkte Vergleichbarkeit stark einschränken.

Bei Telekommunikationsnetzen handelt es sich zumindest im Bereich des Festnetzes um eine

<sup>1</sup> Richtlinie 2008/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Februar 2008 zur Änderung der Richtlinie 97/67/EG im Hinblick auf die Vollendung des Binnenmarktes der Postdienste der Gemeinschaft. Amtsblatt der Europäischen Union L 52/3, Brüssel, 27.2.2008.

Fünf Fragen an Sven Heitzler

## „Sinkende Preise und vielfältigere Angebote“

**Herr Heitzler, bis Ende 2012 sollen die europäischen Postmärkte vollständig liberalisiert sein. Welche Vor- und Nachteile hat ein liberalisierter Postsektor für den Verbraucher?**

Der Verbraucher hat mit sinkenden Preisen und erhöhter Vielfalt zu rechnen. Insgesamt werden die Anbieter auch untereinander im Qualitätswettbewerb stehen, sodass das Angebot schneller, besser und bedarfsgerechter wird. Andererseits muss der Verbraucher mit einer zunehmenden Unübersichtlichkeit rechnen und wird sich in Zukunft besser informieren müssen, so wie jetzt schon im Kommunikationsbereich.

**Der Streit über die Mindestlöhne und die PIN-AG hat gezeigt, dass ein Markteintritt in den Postsektor offenbar schwierig ist. Was müsste getan werden, um für mehr Wettbewerber und mehr Wettbewerb auf dem Postsektor zu sorgen?**

Grundsätzlich müssen für alle die gleichen Spielregeln und geregelte Bedingungen für den Marktzutritt gelten, sodass die Unternehmen langfristig planen können. Ungleichheiten herrschen im Hinblick auf die Universaldienstverpflichtung, das heißt flächendeckende Zustellung von Briefen, Päckchen und Paketen an sechs Werktagen in der Woche. Diese Leistung erbringt im Moment nur die Deutsche Post. Weiter gibt es Ungleichheiten bei der Infrastruktur und bei den Personalkosten, die bei der Deutschen Post erheblich höher sind als bei den anderen Unternehmen.

**Ist es den neuen Mitbewerbern überhaupt möglich, den Vorsprung, den die Deutsche Post als ehemaliger Monopolist hat, aufzuholen?**

Die Hauptmitbewerber sind nicht irgendwelche Garagenfirmen, sondern kommen zum Beispiel aus dem Verlagsumfeld und haben einen erheblichen finanziellen Hintergrund. Auch ausländische Anbieter wie der holländische Ex-Monopolist TNT versuchen den deutschen Markt zu erobern. Diese Unternehmen sind fast genau so groß wie die Deutsche Post. Konkurrenz ist also

möglich. Das lässt sich gut im Expresssektor beobachten, wo Firmen wie DHL, FedEx und UPS miteinander konkurrieren. Zusätzlich konkurrieren bereits viele kleine Anbieter selbst in strukturschwachen Regionen.

**Im Telekommunikationssektor hat man bereits Erfahrung mit der Regulierung des Marktes. Inwieweit lassen sich diese auf den Postsektor übertragen?**

Im Detail sind die Netze und die Kostenstrukturen im Post- und Telekommunikationsmarkt doch sehr unterschiedlich. Telekommunikationsnetze bilden eine feste Infrastruktur, die aus Leitungen besteht, die permanent miteinander verbunden sind und einen erheblichen Aufwand bei der ersten Installation erfordern. Postnetze hingegen bestehen aus Stützpunkten, die im Wesentlichen durch Fahrzeuge untereinander verbunden sind. Regulierungen, die im Telekommunikationsmarkt wirksam sind, kann man nicht eins zu eins übertragen.

**Wie kann man sicherstellen, dass die Verbraucher von einem liberalisierten**

**Postmarkt profitieren und keine Nachteile haben?**

Es gibt die Verpflichtung zum Universaldienst, also der flächendeckenden Zustellung von Briefen, Päckchen und Paketen mit definierten Maximallaufzeiten und Auflagen zur Erreichbarkeit von Postannahmestellen und Briefkästen, ebenso zur Rücklauf- und Fehlerquote sowie zum Umgang mit Beschwerden. Damit werden die Verbraucher bereits geschützt. Außerdem könnte man sich überlegen, inwiefern man den Preis für einzelne Postprodukte einer Genehmigungspflicht unterwirft oder solche Preise streng durch die Wettbewerbsaufsicht überwacht. Der Verbraucher wird auf jeden Fall von der Marktöffnung profitieren. Auf einzelne Produkte wie die Preise sollte man ein besonders scharfes Auge werfen. Wenn das nicht reicht, müssen sie reguliert werden.



Sven Heitzler  
Wissenschaftlicher  
Mitarbeiter,  
Abteilung  
Informations-  
gesellschaft  
und Wettbewerb  
am DIW Berlin

» „Die Konkurrenten der Deutschen Post sind nicht irgendwelche Garagenfirmen.“ «

Das Gespräch führte  
Erich Wittenberg.

Das Interview zum  
Anhören finden Sie auf  
[www.diw.de](http://www.diw.de)

physisch permanent verbundene Infrastruktur, wie sie auch bei Strom-, Gas- oder Wasserversorgungsnetzen anzutreffen ist. Während der Aufbau dieser Infrastrukturen mit sehr hohen, nicht umkehrbaren (sogenannten versunkenen) Anfangsinvestitionen verbunden ist, sind die Kosten für die Nutzung der Netze relativ gering. Bei Telekommunikationsnetzen ist es vor allem die Anbindung einzelner Haushalte über die sogenannte *letzte Meile*, die zu versunkenen Kosten beim Aufbau neuer Infrastrukturen führt.

Postnetzwerke hingegen sind logische Netze, deren Knoten von den Briefkästen oder Postfilialen, den Sortierzentren und den Briefkästen der Adressaten gebildet werden. Verbunden sind diese Knoten nur durch eine Prozesskette, bestehend aus den Aktivitäten des Einsammelns, Sortierens, Transportierens und Verteilens der Sendungen über verschiedenste Transportvehikel (Fahrräder, Transporter, Eisenbahnen und Flugzeuge). Die Kostenstruktur dieser Netze unterscheidet sich damit erheblich von der im Telekommunikationsbereich.

Obwohl auch im Postbereich die *letzte Meile*, also die Zustellung der Sendungen vom Zustellstützpunkt (ZSP) zu den Adressaten, für den Großteil der Kosten verantwortlich ist, handelt es sich hier nicht um versunkene Investitionen. Die Zustellung zum Adressaten beruht überwiegend auf dem Einsatz von Arbeit und verursacht daher vor allem variable Kosten. Dass der Anteil variabler Kosten an den gesamten Kosten eines Postnetzes relativ hoch ist, wird deutlich, wenn man bedenkt, dass selbst beim Einsatz hochautomatisierter Sortierzentren etwa drei Viertel der Kosten auf den Faktor Arbeit zurückzuführen sind. Erfolgt die Bearbeitung der Sendungen manuell (wie in Entwicklungs- und Schwellenländern noch immer üblich), ist der Anteil der (variablen) Arbeitskosten noch deutlich höher.

Weitere Unterschiede zwischen den Netzen von Post und Telekommunikation ergeben sich aus der Lagerfähigkeit der Sendungen und den sich daraus ergebenden Echtzeitanforderungen sowie aus dem Verhalten der Netze bei Überfüllung. Postsendungen können im Gegensatz zu Telekommunikationsverbindungen problemlos über kurze Zeit gelagert und zusätzliche Netzkapazitäten (Transportkapazitäten) schnell bereitgestellt werden.

Diese verschiedenen Eigenschaften der Telekommunikations- und Postnetze spiegeln sich auch in den Tarifen für die Inanspruchnahme der Dienste wider: Während im Telekommunikationsbereich monatliche Grundgebühren für den Anschluss

an das Netz in Verbindung mit unterschiedlichen Tarifen für die Nutzung die Regel sind, werden Postdienstleistungen nahezu ausschließlich auf Basis der tatsächlichen Nutzung abgerechnet. Grundgebühren zur Deckung der Anschlusskosten und damit verbundene langfristige Verträge sind in aller Regel nicht zu beobachten.

### **Wettbewerbspotential auf Post- und Telekommunikationsmärkten**

Die unterschiedlichen Kostenstrukturen in beiden Sektoren führen nicht nur zu unterschiedlichen Tarifmodellen, sie bewirken vor allem, dass sich die Bedingungen, unter denen sich Wettbewerb in den beiden Sektoren entfalten kann, stark unterscheiden.

Die mit dem Marktzutritt im Telekommunikationssektor verbundenen Investitionen stellen hohe Eintrittsbarrieren dar, so dass sich selbst potenzieller Wettbewerb kaum entfalten kann. Hinzu kommt, dass auch aus volkswirtschaftlicher Sicht eine Duplizierung bestehender Netze nur dann sinnvoll ist, wenn entweder Kapazitätsengpässe vorliegen, oder neue Netze neue Eigenschaften, wie etwa höhere Übertragungsleistungen, haben.

In Postnetzen existieren demgegenüber nur geringe Markteintrittsbarrieren. Der hohe Anteil variabler Kosten führt dazu, dass Marktein- und -austritt relativ schnell möglich sind und sich der überwiegende Teil der Netze leicht replizieren lässt. Dies gilt auch für Gebiete, in denen bisher kein einziger Telekommunikationsanbieter bereit war, in einen entsprechenden Netzauf- beziehungsweise -ausbau zu investieren. Die Bundesnetzagentur bestätigt diese Einschätzung durch die Feststellung, dass parallel zur Marktliberalisierung im wesentlichen *End-to-End-Wettbewerb* (vom Einsammeln bis zum Zustellen) und vollständige Flächendeckung mit einer „bemerkenswert hohen Anzahl von Lizenznehmern in den neuen Bundesländern“ entstanden sind und „die dort inzwischen erreichte Lizenzdichte belegt, dass auch in strukturschwachen Gebieten eine Versorgung durch alternative Anbieter gegeben ist.“<sup>2</sup> Neben Kooperationen regionaler Anbieter verfügen auch Anbieter aus dem Paketbereich bereits über ein flächendeckendes Filialnetz und könnten dieses leicht für Briefsendungen einsetzen.<sup>3</sup> Zusätzlich erwartet die Regulierungsbehörde nach dem Wegfall der Exklusivlizenz der Deutschen Post

<sup>2</sup> Bundesnetzagentur: Lage und Entwicklung auf dem Gebiet des Postwesens. Tätigkeitsbericht 2006/2007, 46.

<sup>3</sup> Zum Beispiel Hermes, vgl. Bundesnetzagentur, a.a.O., 60.

AG seit dem 1.1.2008 einen weiteren Ausbau der Marktanteile der Wettbewerber wie in den Jahren 1999 bis 2006.<sup>4</sup>

Die zu beobachtenden Marktentwicklungen lassen vermuten, dass auf Postmärkten überall erhebliches Potential für Wettbewerb besteht. Weiterhin können Postdienstleistungen beispielsweise durch Angebote von Kurier- und Expressdienstleistern oder durch elektronische Kommunikationsmedien wie Telefax, e-Mail oder Kurznachrichten (SMS) in erheblichem Umfang substituiert werden.

Damit unterscheiden sich Post- und Telekommunikationsmärkte erheblich, was auch zu unterschiedlichen Regulierungserfordernissen führt. Innerhalb des Europäischen Regulierungsrahmens müssen für eine Regulierung grundsätzlich drei Kriterien erfüllt sein:

- Es müssen hohe und anhaltende Marktzutrittsschranken bestehen,
- es darf keine Tendenz zu effektivem Wettbewerb innerhalb eines definierten Zeithorizonts zu erwarten sein, und
- es muss sichergestellt sein, dass das Wettbewerbsrecht nur unzureichend geeignet ist, den Wettbewerbsbeschränkungen hinreichend zu begegnen.

### Regulierung in der Telekommunikation

Die Telekommunikationsregulierung basiert im Grundsatz auf der Überlegung, dass wegen der Markteintrittsbarrieren auch langfristig keine Tendenz zu einem effizienten Wettbewerb besteht und sich dieser ohne Regulierung nicht erreichen lässt. Kernstück der Regulierung ist dabei die Öffnung der bestehenden Netze für mögliche Wettbewerber. Können diese die bestehenden Infrastrukturen nutzen, sind Markteintrittsbarrieren nicht mehr vorhanden und aktueller wie auch potenzieller Wettbewerb führt zu einer besseren Nutzung bestehender Infrastrukturen.

Obgleich diese Überlegung grundsätzlich plausibel scheint, sind doch eine Reihe von Schwierigkeiten zu beachten: Konzeptionell gilt zunächst, dass eine Zugangsregulierung bestehender Netze immer auch den Wert neuer Netze beziehungsweise Investitionen reduziert. In dem Umfang, in dem bestehende Netze genutzt werden können, lohnt sich der Aufbau eigener Infrastrukturen

nicht. Zugangsregulierungen stehen damit dem Problem gegenüber, dass sie zwar die effiziente Nutzung bestehender Netze garantieren können, dass sie auf der anderen Seite aber nicht nur die Monopolstellung der bisherigen Anbieter zementieren, sondern auch die Anreize reduzieren, in neue Infrastrukturen zu investieren.

Zudem zeigt die Erfahrung aus dem Telekommunikationssektor, dass die Umsetzung der Zugangsregulierung mit einer Reihe praktischer Probleme verbunden ist. Werden die Zugangspreise auf Basis der gesamten Investitionskosten für die Erstellung des Netzes (Vollkostenrechnung) ermittelt, so sind sie tendenziell zu hoch, da Wettbewerber mehr als die Kosten zahlen müssen, die sie durch die Nutzung des Netzes verursachen. Dienen die *Kosten der effizienten Leistungserbringung* als Grundlage für die Zugangspreise, trägt das regulierte Unternehmen das Risiko, dass es nicht mehr seine gesamten Kosten decken kann. Dies kann zum Beispiel geschehen, wenn das Netz mit steigendem Bedarf ausgebaut wurde und dadurch die Betriebskosten höher sind, als sie es bei einer Neueinrichtung wären. Gleiches gilt auch, wenn die Kosten durch technologischen Fortschritt im Zeitverlauf gesunken sind.

Schließlich erfordern Zugangsregulierungen in aller Regel zusätzliche Eingriffe. Neben Qualitätsdefinitionen und Regelungen, um die Gleichbehandlung aller am Markt aktiver Unternehmen zu gewährleisten, muss auch das Verhältnis zwischen Zugangs- und Endkundenpreisen beachtet werden. Um effizienten Markteintritt sicherzustellen, muss zum Beispiel verhindert werden, dass das regulierte Unternehmen seine Endkundenpreise so niedrig setzt, dass sie unter den Zugangspreisen liegen. Durch die so entstehende Preis-Kosten-Schere hätten an sich effiziente Wettbewerber keinen Anreiz mehr, in den Markt einzutreten, und das regulierte Unternehmen könnte seine marktbeherrschende Stellung sichern.

Insgesamt zeigt sich damit, dass Zugangsregulierungen zwar die effiziente Nutzung von bestehenden Netzen gewährleisten können, dass sie auf der anderen Seite aber mit relativ hohen regulatorischen Kosten verbunden sein können.

### Zugangsverpflichtungen im Postsektor

Bei Postnetzen bestehen grundsätzlich die Optionen des Zugangs zu den Abgangsbriefzentren (BZA), den Zielbriefzentren (BZE), den Zustellstützpunkten (ZSP), den Postfächern und den Zustellinformationen. Regulierungen können

<sup>4</sup> In der Summe stieg die Zahl aller Beschäftigten in der Branche in diesem Zeitraum leicht von 194 838 auf 196 266. Mittlerweile hat der Anstieg der Beschäftigung bei den Wettbewerbern den Stellenabbau bei der Deutschen Post AG überkompensiert. Bundesnetzagentur, a.a.O., 41.



nur dort gerechtfertigt werden, wo der Zugang zum Endkunden – ähnlich wie im Telekommunikationssektor – beschränkt ist. Dies gilt für den Zugang zu Postfächern und Adressverzeichnissen, ohne den Dienstleistungen wie Nachsendeaufträge oder das garantierte Zustellen von Behörden- oder Geschäftspost nicht möglich sind. Zugangsregulierungen zu den Briefzentren und Zustellstützpunkten sind generell nicht gerechtfertigt und können dies nur in Ausnahmefällen (wie beispielsweise in besonders dünn besiedelten und schwer erreichbaren Regionen) sein, da die entsprechenden Investitionskosten weder versunken noch so hoch sind, dass sie einen Markteintritt verhindern.<sup>5</sup> Allerdings müssen die Vor- und Nachteile sorgsam abgewogen und die Frage beantwortet werden, ob die tatsächliche und potenzielle Konkurrenz ausreichend intensiv ist, um effiziente Marktergebnisse zu erzeugen. Von Bedeutung ist hierbei vor allem auch der Wettbewerb von Unternehmen, die relativ enge Substitute durch andere Zustelldienste anbieten.<sup>6</sup>

In Großbritannien und in den USA beispielsweise werden der Netzzugang und die Preise reguliert. Im Ergebnis hat dies dazu geführt, dass Wettbewerber zwar in den Markt eingetreten sind, der Markteintritt aber vorwiegend auf lokaler Ebene erfolgte. Flächendeckende Angebote von Wettbewerbern sind nicht zu beobachten. Demgegenüber sprechen der hohe Wettbewerb auf den nicht regulierten Kurier-, Express- und Paketmärkten sowie die starke Nachfragemacht der großen Versender gegen eine solche Regulierung beziehungsweise für ihr Auslaufen.<sup>7</sup> In Deutschland erfolgt die Zugangsregulierung zu den Verteilzentren (BZA und BZE) zum einen auf der Grundlage des § 28 Postgesetz, der marktmächtige Unternehmen zum Angebot von Teilleistungen verpflichtet, zum anderen beruht sie auch auf einer Entscheidung des Bundeskartellamtes, das die Diskriminierung von Wettbe-

werbern gegenüber Großkunden auf der Basis des allgemeinen Wettbewerbsrechts untersagt hat.<sup>8</sup>

In der Postindustrie herrscht insbesondere im Geschäftskundenbereich ein hoher Wettbewerbsdruck. Hier sollte die nachträgliche Wettbewerbsaufsicht über Endpreise ausreichend und eine sektorspezifische Regulierung nicht notwendig sein. Mögliche Endpreisregulierungen zum Schutz der Verbraucher sollten daher auf Einzelpostsendungen begrenzt bleiben oder ebenfalls nur noch der nachträglichen Missbrauchsaufsicht unterliegen.

Beispiele für eine solche Zurückhaltung im Bereich der Preisregulierung finden sich in Deutschland, wo seit der vollständigen Marktöffnung im Januar 2008 nur noch für Sendungen mit einer Einlieferungsmenge von bis zu 50 Stück Preisobergrenzen gelten. Sie finden sich auch in Schweden, wo nur noch der Preis für Einzelbriefsendungen direkt reguliert wird. In Finnland erfolgt keinerlei Vorabgenehmigung mehr, die Preise für Postprodukte unterliegen lediglich der Anforderung „fair und kostengerecht“ zu sein, nachträglich erfolgt nur noch eine Missbrauchsaufsicht.

## Fazit

Postmärkte unterscheiden sich deutlich von Telekommunikationsmärkten und bieten erhebliches Potential für Wettbewerb. Parallel zur vollständigen Marktöffnung sollte ein minimalistischer Regulierungsansatz verfolgt werden, der sich auf gleiche Verpflichtungen für alle Anbieter (symmetrische Regulierung) hinsichtlich des Zugangs zu Postfachanlagen und Zustellinformationen, beispielsweise Nachsendedatenbanken, sowie eine minimale Preiskontrolle beschränkt. Ansonsten sollte vollständig auf nachträgliche Missbrauchskontrolle durch die Wettbewerbsbehörden gesetzt werden, um möglichst symmetrische Bedingungen für alle Marktteilnehmer und die bestmöglichen Voraussetzungen für effektiven Wettbewerb zu schaffen.

<sup>8</sup> Bundeskartellamt: Beschluss B9-55/03 vom 11.2.2005 nach Beschwerde mehrerer Mitbewerber, weil sie nicht die gleichen Konditionen wie Großversender eingeräumt bekommen hatten.

**JEL Classification:**  
L51, L13, D43

**Keywords:**  
Postal economics,  
Postal regulation,  
Telecommunications  
regulation,  
Transferability

<sup>5</sup> Vgl. De Bijl, P., van Damme, E., Larouche, P.: Light is Right. Competition and Access Regulation in an Open Postal Sector. Tilburg Law and Economics Center (TILEC), Tilburg University, NL, 2005.

<sup>6</sup> Inklusive Anbietern von Hybridpost, also Post, die digital versendet und erst am Zielort gedruckt und versendet wird.

<sup>7</sup> EU-weit werden 87,5 Prozent der Post von Unternehmen versendet, nur 12,5 Prozent von Privatpersonen und Kleinstunternehmen. Vgl. wik-Consult: Main Developments in the Postal Sector (2004–2006). Studie für die Europäische Kommission, GD Binnenmarkt und Dienstleistungen, 2006, 198.

# Fortschritte bei der Exportorientierung von Dienstleistungsunternehmen

*Im Zuge der zunehmenden Internationalisierung der deutschen Wirtschaft ist auch eine wachsende Exportorientierung der deutschen Dienstleistungswirtschaft zu erwarten. Über das Exportverhalten von Anbietern unternehmensnaher Dienstleistungen ist jedoch im Gegensatz zu Industrieunternehmen bislang wenig bekannt. Auf der Basis der im Jahr 2000 eingeführten Strukturerhebung im Dienstleistungsgewerbe ist es möglich, diese Lücke zumindest teilweise zu schließen. Die Untersuchung zeigt, dass im Verlauf der Jahre 2000 bis 2005 die Exportorientierung zugenommen hat. So ist sowohl der Anteil der exportierenden Unternehmen gestiegen als auch die Exportquote. Die Entwicklung unterscheidet sich dabei sowohl in den einzelnen Gewerbezweigen als auch nach Größenklassen. Kleine Unternehmen sind weniger stark exportorientiert als große. Die künftigen Exportchancen werden als günstig eingestuft. Zum einen erleichtern die modernen Kommunikationsmöglichkeiten den überregionalen und internationalen Austausch von Informationen. Zum anderen dürfte in den Ländern der Europäischen Union und anderswo der Bedarf an unternehmensnahen Diensten anhalten – nicht zuletzt im Gefolge von Direktinvestitionen deutscher Industrieunternehmen.*

In den letzten Jahren hat die Internationalisierung der Wirtschaft unvermindert zugenommen. Entsprechend wächst seit Jahrzehnten der Welt-handel schneller als die weltweite Wirtschaftsleistung. Die Internationalisierung wird vor allem vom Warenhandel bestimmt, zunehmend jedoch auch vom Austausch von Dienstleistungen. Volkswirtschaften, die am Wachstum der Weltmärkte teilhaben wollen, müssen also nicht nur beim Warenhandel sondern auch beim Dienstleistungshandel erfolgreich sein.

Die zunehmende Internationalisierung spiegelt sich auch in der deutschen Volkswirtschaft. Dies trifft insbesondere auf den deutschen Warenhandel zu: Im Jahr 2007 exportierten die deutschen Unternehmen nach den Angaben der Zahlungsbilanzstatistik Waren im Wert von 969 Milliarden Euro.<sup>1</sup> Das waren 62 Prozent mehr als im Jahr 2000. Darüber hinaus wurden auch Dienstleistungen in nicht unerheblichem Maße exportiert. 2007 belief sich der Export von Dienstleistungen (ohne Reiseverkehr) auf 135 Milliarden Euro. Die Expansion war mit 86 Prozent gegenüber 2000 sogar noch stärker. Der Export technologischer Dienstleistungen (Patente, Lizenzen, Forschung und Entwicklung, Ingenieur- und EDV-Leistungen) nahm in diesem Zeitraum um 47 Prozent zu (2007: 31 Milliarden Euro). Diese Leistungen werden jedoch im Gegensatz zu Waren häufig nicht von den Unternehmen exportiert, die sie produzieren. Nur knapp zwei Fünftel des Exports technologischer Dienstleistungen entfallen auf Unternehmen des unternehmensnahen Dienstleistungsgewerbes, knapp zwei Drittel auf Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes.

Verglichen mit dem Export von Waren stellt der Export von Dienstleistungen besondere Anforder-

Alexander Eickelpasch  
aeickelpasch@diw.de

<sup>1</sup> Vgl. Deutsche Bundesbank (Hrsg.): Zahlungsbilanzstatistik. Frankfurt/Main 2008.

rungen an die Unternehmen. Dienstleistungen sind meist keine standardisierten Produkte: Sie sind häufig auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten und setzen daher einen intensiven Kontakt mit den Kunden voraus. Dies ist in der Regel mit der Notwendigkeit räumlicher Nähe verbunden. Allerdings wird die damit einhergehende Einschränkung von Exportmöglichkeiten durch Entwicklungen in der Informations- und Kommunikationstechnologien aufgeweicht, da den Unternehmen, etwa im Rahmen des elektronischen Geschäftsverkehrs, neue Möglichkeiten der Interaktion mit Kunden beziehungsweise Lieferanten auch über größere Entfernungen hinweg entstehen.

Angesichts der skizzierten Entwicklungen ist zu erwarten, dass die Exportorientierung von Dienstleistungsunternehmen in den letzten Jahren zugenommen hat. Über das Exportverhalten von Dienstleistungsunternehmen ist jedoch, anders als bei Industrieunternehmen, wenig bekannt.<sup>2</sup> Dabei sind derartige Informationen besonders wichtig, um die Chancen der Internationalisierung von Dienstleistungsunternehmen, insbesondere von kleinen und mittleren Unternehmen, ausloten zu können. Die im Jahr 2000 eingeführte Dienstleistungsstatistik ermöglicht nun, diese Lücke zumindest teilweise zu schließen (Kasten).

Auf der Basis dieser Statistik untersucht der Bericht Entwicklungen und Perspektiven der Exporttätigkeit von Dienstleistungsunternehmen. Dazu werden das Exportverhalten der Unternehmen und die Exportquoten im unternehmensnahen Dienstleistungssektor analysiert. Die Unterschiede in Abhängigkeit vom Gewerbebranchen und der Größe der Unternehmen werden herausgearbeitet. Die Analyse erstreckt sich auf den Zeitraum 2000 bis 2005.

### Exportorientierung nimmt deutlich zu

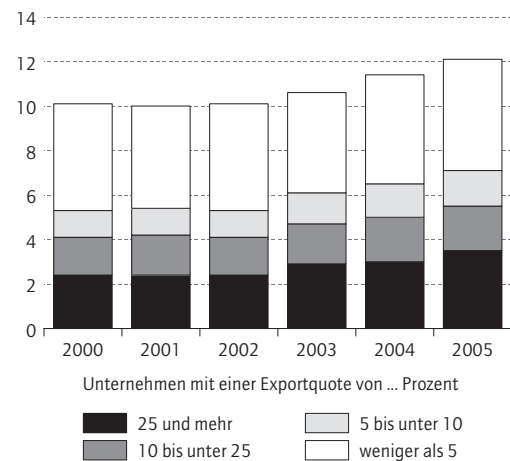
Im Jahr 2005 waren insgesamt 12,1 Prozent der Anbieter unternehmensnaher Dienstleistungen mehr oder minder stark im Export tätig (Abbildung 1). Fünf Prozent aller Dienstleistungsunternehmen exportierten nur einen geringen Teil ihrer Leistungen (Exportquote unter fünf Prozent des Umsatzes). Bei 1,6 Prozent aller Dienstleistungs-

<sup>2</sup> Verschiedentlich ist die Exporttätigkeit von Dienstleistungsunternehmen mithilfe der Umsatzsteuerstatistik untersucht worden. Die Aussagekraft der Statistik für Dienstleistungsexporte ist allerdings beschränkt. Vgl. Vogel, A.: Zur Exporttätigkeit unternehmensnaher Dienstleister in Niedersachsen – Erste Ergebnisse zu Export und Produktivität auf Basis des Umsatzsteuerstatistikpanels. Universität Lüneburg, Working Paper Series in Economics No. 82, Lüneburg 2008.

Abbildung 1

### Exporttätigkeit der Unternehmen in unternehmensnahen Dienstleistungszweigen

Anteil an allen Unternehmen in Prozent



Quellen: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2008

unternehmen erreichte die Exportquote zwischen fünf und zehn Prozent, bei 2,0 Prozent zwischen zehn und 25 Prozent und bei 3,5 Prozent mehr als 25 Prozent. In den Vorjahren war der Anteil der exportierenden Unternehmen noch geringer: Die Außenorientierung der Dienstleistungsunternehmen lag in den Jahren 2000 bis 2002 bei etwa einem Zehntel. Sie hat also erst in den letzten Jahren zugenommen. Bemerkenswert ist, dass unter den Unternehmen mit Exporten die Gruppe derjenigen mit einer hohen Exportquote (größer als 25 Prozent) deutlich zugenommen hat.

### Exportorientierung nach Branchen ...

In der Branche Forschung und Entwicklung ist der Anteil der exportierenden Unternehmen mit 36,0 Prozent am höchsten (Tabelle 1). Eine Erklärung für die hohe Exportaktivität könnte sein, dass hier nicht nur wirtschaftsnahe Forschungsunternehmen erfasst sind, sondern auch privatwirtschaftlich geführte Einheiten von Max-Planck-Gesellschaft, Fraunhofer-Gesellschaft, Großforschungseinrichtungen sowie anderen öffentlichen Forschungseinrichtungen des Bundes und der Länder. Diese Einrichtungen sind traditionell sehr stark international vernetzt. Hoch, mit einem Anteil von 20 und 30 Prozent, ist auch der Anteil exportierender Unternehmen bei den Untersuchungslabors, der Datenverarbeitung, der Schifffahrt, der Markt- und Meinungsforschung,



Tabelle 1

**Exporttätigkeit in den Zweigen unternehmensnaher Dienstleistungen**

Anteil der exportierenden Unternehmen in Prozent

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Unternehmensorientierte Dienstleistungen insgesamt</b>	<b>10,1</b>	<b>9,9</b>	<b>10,1</b>	<b>10,6</b>	<b>11,4</b>	<b>12,1</b>
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	12,5	12,6	12,5	12,2	13,1	13,7
Landverkehr	9,9	10,6	10,7	9,8	10,6	10,9
Schifffahrt	17,6	15,2	16,1	16,3	21,8	23,1
Luftfahrt	19,2	11,5	20,1	16,8	19,4	22,0
Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr	16,9	16,7	16,2	16,1	17,2	17,5
Nachrichtenübermittlung	7,1	7,3	6,9	8,8	6,6	8,2
Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung, wirtschaftliche Dienstleistungen a.n.g.	9,5	9,2	9,5	10,2	10,9	11,7
Grundstücks- und Wohnungswesen	0,8	0,9	0,9	0,9	1,1	0,8
Vermietung beweglicher Sachen ohne Bedienungspersonal	7,7	10,1	11,2	8,6	8,4	10,0
Datenverarbeitung und Datenbanken	23,3	22,4	24,2	24,6	24,8	25,5
Forschung und Entwicklung	29,1	27,4	32,3	32,9	35,3	36,0
Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen a.n.g.	11,0	10,4	10,9	11,8	12,7	13,9
<i>Darunter:</i>						
Rechtsberatung	15,3	16,2	6,5	18,5	17,2	17,7
Wirtschafts-/Buchprüfung, Steuerberatung, Buchführung	7,4	6,3	2,9	7,4	9,4	9,4
Markt- und Meinungsforschung, Unternehmens- und PR-beratung	19,4	15,8	2,6	18,8	19,1	22,5
Architektur- und Ingenieurbüros	7,5	7,0	16,1	9,0	11,5	12,8
Technische, physikalische und chemische Untersuchung	19,3	18,2	10,3	18,0	24,9	27,5
Werbung	17,2	17,6	20,3	17,9	18,4	21,3
<b>Unternehmen mit</b>						
1 bis 4 Beschäftigten	6,5	6,0	6,7	6,9	7,5	8,1
5 bis 9 Beschäftigten	9,8	9,5	9,5	9,8	10,6	11,9
10 bis 19 Beschäftigten	10,6	10,6	11,4	12,4	13,5	13,9
20 bis 49 Beschäftigten	15,1	15,5	16,0	15,8	16,9	17,8
50 bis 99 Beschäftigten	16,5	17,0	16,7	17,1	18,4	18,5
100 bis 249 Beschäftigten	19,5	20,9	19,1	17,8	17,5	19,0
250 und mehr Beschäftigten	17,4	18,4	18,6	16,7	18,4	17,9

Quellen: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2008

der Luftfahrt und der Werbung. Danach folgen die Bereiche Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr (17,7 Prozent) und die Rechtsberatung (17,5 Prozent). Die erstgenannte Branche umfasst im Wesentlichen das Speditionsgewerbe, der hohe Anteil exportierender Unternehmen ist daher nicht überraschend. Die hohe Außenorientierung in der Rechtsberatung kann auf international tätige Notariate und Patentanwaltskanzleien zurückgeführt werden. Sehr gering ist die Exportorientierung in eher ortsgebundenen Gewerbebezügen wie dem Grundstücks- und Wohnungswesen, der Nachrichtenübermittlung, der Wirtschaftsprüfung, der Steuerberatung und Buchführung, der Vermietung gewerblicher Sachen und dem Landverkehr.

In einigen Branchen hat die Exportorientierung zugenommen, in anderen ist sie gleich geblieben. Besonders stark nahm sie im Verlauf der Jahre 2000 bis 2005 bei Forschung und Entwicklung, bei Untersuchungslabors und bei Werbung und in der Schifffahrt zu. Diese Branchen waren bereits im Jahr 2000 überdurchschnittlich exportorientiert. Zu den Branchen, die anfangs recht

exportschwach waren und deren Internationalisierung deutlich zunahm, zählen die Architektur- und Ingenieurbüros. Hier stieg der Anteil der exportierenden Unternehmen von 7,5 Prozent im Jahr 2000 auf 12,8 Prozent im Jahr 2005. In anderen Branchen veränderte sich die Exportorientierung dagegen kaum. Dies betrifft sowohl exportstarke Branchen wie die Datenverarbeitung als auch exportschwache wie die Nachrichtenübermittlung.

**... und nach Größe**

Große Unternehmen haben in der Regel einen größeren Kundenkreis und Absatzradius sowie eine größere wirtschaftliche Leistungskraft als kleine Unternehmen. Daher sollte die Exportorientierung bei großen Unternehmen stärker ausgeprägt sein. Während dies für das verarbeitende Gewerbe bereits nachgewiesen wurde,<sup>3</sup> lagen bislang für den Dienstleistungs-

<sup>3</sup> Vgl. etwa Bernard, A. B., Wagner, J.: Exports and Success in German Manufacturing. In: Weltwirtschaftliches Archiv 133, 134–157.

## Strukturerhebung im Dienstleistungsgewerbe

Die jährliche Dienstleistungsstatistik,<sup>1</sup> die auf Initiative der Europäischen Union in Deutschland erstmals für das Jahr 2000 durchgeführt wurde, umfasst die Wirtschaftsabschnitte I (Verkehr und Nachrichtenübermittlung, Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen) und K (Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen) der Systematik der Wirtschaftszweige.<sup>2</sup> Aus diesen Bereichen werden von den Statistischen Landesämtern ausgewählte Unternehmen schriftlich befragt. Grundgesamtheit sind alle umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen sowie die Freien Berufe mit mindestens 17 500 Euro Jahresumsatz. Befragt werden davon höchstens 15 Prozent der Unternehmen. Die Zufallsstichprobe ist nach den

Kriterien Bundesland, Wirtschaftszweig und Umsatzgrößenklasse geschichtet. Die Statistischen Landesämter veröffentlichen die hochgerechneten Landesergebnisse, das Statistische Bundesamt die zusammengeführten Ergebnisse für alle Länder.

Die Statistik enthält unter anderem Informationen zum Umsatz, zum Export und zur Beschäftigung in den befragten Unternehmen.<sup>3</sup> Insgesamt werden 35 Merkmale erhoben. Kleinunternehmen (Unternehmen mit einem Jahresumsatz unter 250 000 Euro) werden mit einem verkürzten Merkmalskatalog von zwölf Merkmalen befragt. Für diese Untersuchung wurden die anonymisierten Einzelangaben der Jahre 2000<sup>4</sup> bis 2005 vom

<sup>1</sup> Vgl. im Einzelnen Pesch, K.-H. et al.: Unternehmensstrukturen in ausgewählten Dienstleistungsbereichen 2004. Wirtschaft und Statistik, 1/2007, 58–67.

<sup>2</sup> Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Klassifikation der Wirtschaftszweige mit Erläuterungen. Ausgabe 2003. Wiesbaden 2003.

<sup>3</sup> Tätige Personen, jedoch ohne Leiharbeiter.

<sup>4</sup> Für das Jahr 2000 muss von Untererfassungen ausgegangen werden. Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Qualitätsbericht. Jährliche Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich 2003. Wiesbaden 2005.

Tabelle

### Ausgewählte Merkmale der Unternehmen in unternehmensnahen Dienstleistungszweigen 2005

Anteil in Prozent

	Zahl der Unternehmen	Umsatz aus selbstständiger Tätigkeit	Auslandsumsatz	Tätige Personen
<b>Unternehmensorientierte Dienstleistungen insgesamt</b>	<b>183 863</b>	<b>625,2<sup>1</sup></b>	<b>37,6<sup>1</sup></b>	<b>5 097,3<sup>2</sup></b>
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	20,5	43,6	52,7	34,3
Landverkehr	10,9	8,9	3,1	10,9
Schifffahrt	1,1	3,0	27,4	0,6
Luftfahrt	0,1	1,9	0,9	1,1
Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr	7,0	14,5	17,0	9,8
Nachrichtenübermittlung	1,3	15,3	4,4	11,9
Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung, wirtschaftliche Dienstleistungen a.n.g.	79,5	56,4	47,3	65,7
Grundstücks- und Wohnungswesen	20,3	13,8	1,9	4,4
Vermietung beweglicher Sachen ohne Bedienungspersonal	2,4	4,5	1,4	1,3
Datenverarbeitung und Datenbanken	6,9	9,1	20,3	6,7
Forschung und Entwicklung	0,9	1,2	2,5	1,7
Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen a.n.g.	48,9	27,9	21,2	51,6
<i>Darunter:</i>				
Rechtsberatung	6,4	2,0	2,9	2,8
Wirtschafts-/Buchprüfung, Steuerberatung, Buchführung	9,2	2,7	0,9	4,8
Markt- und Meinungsforschung, Unternehmens- und PR-Beratung	4,8	2,5	3,0	2,1
Architektur- und Ingenieurbüros	10,0	4,2	5,2	4,8
Technische, physikalische und chemische Untersuchung	1,0	0,7	1,3	0,9
Werbung	3,8	2,5	1,1	3,3
<b>Unternehmen mit</b>				
bis zu 4 tätigen Personen	35,1	12,1	6,6	2,5
5 bis 9 tätigen Personen	26,5	6,4	4,1	6,5
10 bis 19 tätigen Personen	19,6	8,4	6,8	9,5
20 bis 49 tätigen Personen	11,4	11,1	10,4	12,4
50 bis 99 tätigen Personen	3,6	8,0	6,7	8,9
100 bis 249 tätigen Personen	2,4	10,5	16,2	13,4
250 und mehr tätigen Personen	1,3	43,6	49,2	46,8

<sup>1</sup> Milliarden Euro. <sup>2</sup> Tausend Personen am 30.9.

Quellen: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2008

Forschungsdatenzentrum der Statistischen Landesämter, Standort Berlin, bereitgestellt.<sup>5</sup>

Im Jahr 2005 waren in den Wirtschaftabschnitten I und K etwa 680 000 Unternehmen aktiv, die mit sechs Millionen tätigen Personen einen Umsatz von knapp 700 Milliarden Euro erwirtschafteten. Exportangaben werden nur für Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 250 000 Euro und mehr erhoben.<sup>6</sup> Dazu zählten

**5** Besonderer Dank gilt Anja Malchin und Ramona Pohl vom Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter, Standort Berlin, für die Aufbereitung der Daten und Karl-Heinz Pesch für wichtige Hinweise zu den Besonderheiten der Statistik.

**6** Abgefragt wird der Umsatz durch Auftraggeber mit Sitz im Ausland. Aufträge ausländischer Tochterunternehmen sind darin enthalten.

2005 knapp 184 000 Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 625 Milliarden Euro,<sup>7</sup> einem Export von knapp 38 Milliarden Euro und knapp 5,1 Millionen Erwerbstätigen. Weitere Informationen zur Verteilung von Unternehmen, Umsatz, Export und Beschäftigung nach Gewerbebranchen und Größenklassen sind der Tabelle zu entnehmen. Die Zielländer der Exporte werden von der Dienstleistungsstatistik nicht erfasst,<sup>8</sup> ebenso fehlen Angaben zu anderen Formen der außenwirtschaftlichen Aktivitäten der Unternehmen, wie Kooperationen, Direktinvestitionen oder Importe.

**7** Umsatz und Einnahmen aus selbständiger Tätigkeit ohne sonstige betriebliche Erträge.

**8** Vorgesahen ist die Erhebung von Exporten in EU-Länder und Nicht-EU-Länder ab dem Berichtsjahr 2008.

bereich nur wenige Informationen vor. Die Dienstleistungsstatistik zeigt folgendes Bild: Im Jahr 2005 hatten 8,1 Prozent der sehr kleinen Unternehmen (bis unter fünf Beschäftigte) und 11,9 Prozent der kleinen Unternehmen (fünf bis neun Beschäftigte) Kunden im Ausland. In der nächsten Größenklasse (zehn bis 19 Beschäftigte) war dieser Anteil mit 13,9 Prozent noch größer (Tabelle 2). Bemerkenswert ist, dass die Exportorientierung bei Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten bei 17,9 Prozent liegt. Sie ist damit niedriger als bei den Unternehmen mit 100 bis 249 Beschäftigten. Dieses überraschende Ergebnis lässt sich vermutlich damit begründen, dass größere Unternehmen ihre Auslandsgeschäfte eher nicht nur über den direkten Export,

sondern auch über eigene Niederlassungen oder Tochterunternehmen im Zielland abwickeln. Inwieweit diese Vermutung zutrifft, lässt sich anhand der Dienstleistungsstatistik jedoch nicht untersuchen, da Informationen über alle möglichen Formen außenwirtschaftlicher Aktivitäten nicht erhoben werden.

Im Verlauf der Jahre 2000 bis 2005 hat der Anteil der exportierenden Unternehmen nicht in allen Größenklassen zugenommen. Während die Exportaktivitäten von Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten stagnierten, nahm der Anteil exportierender Unternehmen bei kleinen Unternehmen mehr oder weniger deutlich zu.

Tabelle 2

### Exporttätigkeit in ausgewählten Zweigen unternehmensnaher Dienstleistungen nach Größenklassen 2005

Anteil der exportierenden Unternehmen in Prozent

	insgesamt	Unternehmen mit ... Beschäftigten						
		1 bis 4	5 bis 9	10 bis 19	20 bis 49	50 bis 99	100 bis 249	250 und mehr
<b>Unternehmensorientierte Dienstleistungen insgesamt</b>	12,1	8,1	11,9	13,9	17,8	18,5	19,0	17,9
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	13,7	13,1	11,9	11,7	16,0	20,0	20,2	20,1
Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung, wirtschaftliche Dienstleistungen a.n.g.	11,7	7,4	11,9	14,6	18,7	17,9	18,6	17,0
<i>Darunter:</i>								
Datenverarbeitung und Datenbanken	25,5	17,9	22,5	28,5	34,8	32,7	47,2	39,6
Forschung und Entwicklung	36,0	24,9	27,0	37,7	40,8	57,3	60,4	48,6
Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen a.n.g.	13,9	14,3	12,1	13,9	17,4	16,3	14,4	13,5
<i>Darunter:</i>								
Rechtsberatung	17,7	21,5	16,8	13,8	25,9	48,0	58,3	70,6
Wirtschafts- / Buchprüfung, Steuerberatung; Buchführung	9,4	12,4	5,8	10,0	16,5	16,8	41,1	26,7
Markt- und Meinungsforschung, Unternehmens- und PR-Beratung	22,5	17,1	20,5	31,3	40,4	40,2	48,0	36,1
Architektur- und Ingenieurbüros	12,8	11,1	8,6	13,7	22,0	45,0	59,8	47,1
Technische, physikalische und chemische Untersuchung	27,5	24,0	24,6	23,6	35,7	42,7	51,5	73,3
Werbung	21,3	19,1	19,1	25,5	26,6	25,4	28,3	19,3

Quellen: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2008

Die dargelegten Unterschiede der Exportaktivitäten in Abhängigkeit von der Größe finden sich auch bei der Betrachtung der meisten Gewerbezweige wieder, wie die Verteilung für das Jahr 2005 zeigt. Lediglich zwei Ausnahmen sind zu erwähnen: In der Rechtsberatung ist der Anteil der exportierenden Unternehmen bei den großen Unternehmen (250 und mehr Beschäftigte) am höchsten (70,6 Prozent). Gleiches gilt für die großen Unternehmen im Gewerbebranchen Technische, physikalische und chemische Untersuchung (73,3 Prozent).

### Exportquoten steigen

Im Jahr 2005 erreichten die Exporte unternehmensnaher Dienstleistungsunternehmen einen Wert von 37,6 Milliarden Euro, das waren 6,0 Prozent aller Umsätze (Abbildung 2).<sup>4</sup> Die Exportquote hat seit 2000 mit Ausnahme des Jahres 2001 zugenommen. Sie sind deutlich niedriger als der Anteil der Unternehmen mit Exporten, da ein Großteil der Unternehmen nur einen geringen Teil seiner Leistungen im Ausland absetzt.

Analog zur Exportbeteiligung differieren die Exportquoten zwischen den Gewerbebranchen (Tabelle 3). Innerhalb des Verkehrs- und Nachrichtensektors ist die Exportquote 2005 in weiten Teilen – mit Ausnahme der Schifffahrt (55,1 Prozent) – sehr niedrig. Überdurchschnittlich hoch ist die Exportquote in der Datenverarbeitung (13,5 Prozent), gefolgt von Forschung und Entwicklung (13,1 Prozent) und den Untersuchungslabors (11,5 Prozent). Mittlere Exportwerte erreichen die Rechtsberatung (8,8 Prozent), die Architektur- und Ingenieurbüros (7,5 Prozent), die Markt- und Meinungsforschung und das Speditionsgewerbe (7,0 Prozent).

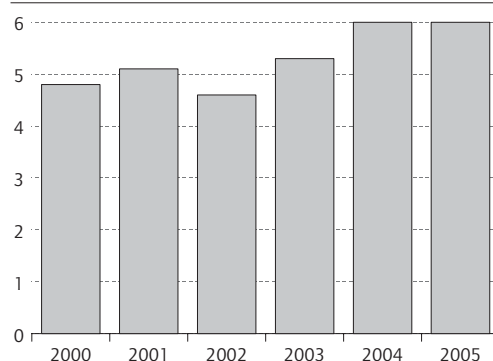
In der Gruppe der kleinen Unternehmen ist die Exportquote geringer als in der Gruppe der größeren Unternehmen. Bei den sehr großen Unternehmen (250 und mehr Beschäftigte) liegt die Exportquote unter der der Gruppe mit 100 bis 249 Beschäftigten.

Ein einheitlicher, für alle Branchen beobachtbarer mittelfristiger Trend zu stärkerer Internationalisierung des Dienstleistungssektors ist nicht erkennbar. Zu den Branchen, in denen

Abbildung 2

### Exportquote in unternehmensnahen Dienstleistungszweigen

Ausfuhr in Prozent der Umsätze



Quellen: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2008

die Auslandsmärkte mehr oder weniger stark an Gewicht gewinnen, zählen die bereits im Ausland präsenten Branchen wie die Schifffahrt, die Spedition, die Datenverarbeitung, die Architektur- und Ingenieurbüros sowie die Untersuchungslabore. Branchen mit anfänglich geringer Exportquote wie die Rechtsberatung zählen ebenfalls zu dieser Gruppe. Etwa konstant geblieben ist die Exportquote in der Forschung und Entwicklung.

Innerhalb der Wirtschaftszweige sind die größen-spezifischen Exportunterschiede ähnlich ausgeprägt wie im gesamten Dienstleistungsgewerbe (Tabelle 4). Unter den kleinen Unternehmen ist die Exportquote unabhängig von der Branche geringer als bei größeren Unternehmen. Bei den sehr großen Unternehmen (mit 250 und mehr Beschäftigten) ist die Quote dagegen in den meisten Branchen geringer als bei den Unternehmen mit 100 bis 249 Beschäftigten.

Ein Vergleich mit Unternehmen in ausgewählten EU-Ländern sowie in Norwegen für 2004 zeigt, dass die Exportquote im deutschen unternehmensnahen Dienstleistungsgewerbe mit zehn Prozent unter dem Mittel der EU-Länder von 13 Prozent lag.<sup>5</sup> In einer Vielzahl von Branchen war sie ebenfalls niedriger als im Schnitt der ausgewählten EU-Länder. Deutlich höher war sie etwa in Dänemark und in Großbritannien.

<sup>4</sup> Über die Zielländer gibt die Dienstleistungsstatistik keine Auskunft. Einer parallel durchgeführten Pilotstudie des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2004 zufolge entfällt etwa die Hälfte des Exports auf Staaten der EU. Vgl. Redling, B.: Pilotstudie „Dienstleistungsumsätze nach Arten 2004“. In: Wirtschaft und Statistik Nr. 2/2007, 180–192.

<sup>5</sup> Vgl. Alajääskö, P.: Ausfuhren von unternehmensbezogenen Dienstleistungen. Statistik kurz gefasst: Industrie, Handel und Dienstleistungen, Nr. 74/2007, Luxemburg 2007.

Tabelle 3

**Exportquote in unternehmensnahen Dienstleistungszweigen**

Anteil am Umsatz in Prozent

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Unternehmensorientierte Dienstleistungen insgesamt</b>	<b>4,8</b>	<b>5,1</b>	<b>4,6</b>	<b>5,3</b>	<b>6,0</b>	<b>6,0</b>
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	6,2	6,6	5,8	5,6	7,7	7,3
Landverkehr	2,0	2,9	2,3	3,0	2,8	2,1
Schifffahrt	44,4	43,3	40,7	27,2	51,4	55,1
Luftfahrt	0,3	0,9	5,1	1,2	1,8	2,8
Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr	6,5	6,5	5,8	6,3	8,7	7,0
Nachrichtenübermittlung	3,3	2,5	2,3	3,1	2,0	1,7
Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung, wirtschaftliche Dienstleistungen a.n.g.	3,8	4,1	3,7	5,0	4,6	5,0
Grundstücks- und Wohnungswesen	0,2	0,3	0,2	0,4	0,4	0,8
Vermietung beweglicher Sachen ohne Bedienungspersonal	2,9	1,7	2,7	3,5	2,7	1,9
Datenverarbeitung und Datenbanken	9,8	10,2	7,0	12,4	12,4	13,5
Forschung und Entwicklung	15,4	16,9	13,9	12,1	14,1	13,1
Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen a.n.g.	3,7	3,8	4,2	5,0	4,1	4,6
<i>Darunter:</i>						
Rechtsberatung	4,8	6,8	5,5	5,5	8,4	8,8
Wirtschafts-/Buchprüfung, Steuerberatung, Buchführung	1,2	1,3	2,1	1,1	1,2	1,9
Markt- und Meinungsforschung, Unternehmens- und PR-beratung	6,6	6,6	7,3	6,5	4,8	7,0
Architektur- und Ingenieurbüros	7,6	6,1	5,8	6,8	7,2	7,5
Technische, physikalische und chemische Untersuchung	5,3	4,8	4,2	4,2	5,7	11,5
Werbung	2,5	3,2	2,6	2,8	2,5	2,6
<b>Unternehmen mit</b>						
1 bis 4 Beschäftigten	2,0	2,5	3,0	3,1	3,1	3,3
5 bis 9 Beschäftigten	2,4	2,9	2,9	3,0	3,0	3,9
10 bis 19 Beschäftigten	3,7	3,4	3,6	3,6	3,6	4,9
20 bis 49 Beschäftigten	3,7	4,3	4,3	4,6	4,6	5,7
50 bis 99 Beschäftigten	3,4	3,9	4,0	4,7	4,7	5,0
100 bis 249 Beschäftigten	3,8	5,3	6,3	6,0	6,0	9,3
250 und mehr Beschäftigten	7,0	7,1	5,3	6,6	6,6	6,8

Quellen: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2008

Tabelle 4

**Exportquote in ausgewählten Zweigen unternehmensnaher Dienstleistungen nach Größenklassen 2005**

Anteil am Umsatz in Prozent

	insgesamt	Unternehmen mit ... Beschäftigten						
		1 bis 4	5 bis 9	10 bis 19	20 bis 49	50 bis 99	100 bis 249	250 und mehr
<b>Unternehmensorientierte Dienstleistungen insgesamt</b>	<b>6,0</b>	<b>3,3</b>	<b>3,9</b>	<b>4,9</b>	<b>5,7</b>	<b>5,0</b>	<b>9,3</b>	<b>6,8</b>
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	7,3	15,2	8,6	8,6	7,3	5,7	14,9	5,8
Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung, wirtschaftliche Dienstleistungen a.n.g.	5,0	1,6	2,4	3,4	4,8	4,6	6,2	8,5
<i>Darunter:</i>								
Datenverarbeitung und Datenbanken	13,5	5,2	5,3	4,7	7,1	5,3	10,3	18,8
Forschung und Entwicklung	13,1	9,1	5,9	8,2	15,9	15,0	17,6	12,9
Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen a.n.g.	4,6	3,0	2,8	3,9	5,0	5,8	6,9	4,4
<i>Darunter:</i>								
Rechtsberatung	8,8	4,9	4,0	1,8	5,6	10,4	32,0	21,5
Wirtschafts-/Buchprüfung, Steuerberatung; Buchführung	1,9	0,8	0,3	1,3	0,3	0,2	0,8	5,4
Markt- und Meinungsforschung, Unternehmens- und PR-beratung	7,0	6,3	4,6	8,7	10,0	6,5	7,9	5,4
Architektur- und Ingenieurbüros	7,5	4,6	2,4	4,9	6,4	9,6	18,4	11,8
Technische, physikalische und chemische Untersuchung	11,5	1,6	9,3	14,2	7,5	13,6	7,0	17,1
Werbung	2,6	3,2	2,0	2,8	3,6	2,0	2,8	0,2

Quellen: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2008



## Fazit

Die Untersuchung zeigt, dass die Exportorientierung im unternehmensnahen Dienstleistungsgewerbe in den letzten Jahren zugenommen hat: So ist sowohl der Anteil der exportierenden Unternehmen als auch die Exportquote gestiegen. Die Exportorientierung zwischen den Gewerbezweigen ist sehr verschieden. Große Unternehmen sind international stärker eingebunden als kleine.

Die hier vorgestellten Angaben reichen nur bis zum Jahr 2005. Wie sich die Exporttätigkeit seitdem entwickelt hat, kann nur grob abgeschätzt werden.<sup>6</sup> Hinweise auf die Exportentwicklung bis zum aktuellen Rand lassen sich aus der Statistik der technologischen Dienstleistungen ableiten.<sup>7</sup> Die Exporte stiegen demnach in den Jahren 2006 und 2007 um jährlich etwas mehr als sechs Prozent. Zugleich ist der Konjunkturstatistik für das Dienstleistungsgewerbe zufolge der Umsatz in unternehmensnahen Dienstleistungszweigen in den Jahren 2006 und 2007 gegenüber den Vorjahren mit rund sechs Prozent jährlich weitaus stärker gestiegen als zuvor.<sup>8</sup> Beide Entwicklungen deuten darauf hin, dass auch die Exportorientierung der unternehmensnahen Dienstleistungsunternehmen zumindest nicht abgenommen hat.

Inwieweit deutsche Dienstleistungsunternehmen künftig noch stärker als bisher international präsent sind, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab. Von Bedeutung ist sicherlich die Marktentwicklung in den Zielländern. Innerhalb der Europäischen Union sind die Marktchancen für deutsche Unternehmen günstig, da insbesondere in den neuen EU-Mitgliedstaaten noch erhebliche Potentiale vorhanden sein dürften, etwa wegen des Modernisierungsbedarfs der öffentlichen Infrastruktur und des Auf- und Ausbaus industrieller Kapazitäten. Außerhalb der EU stellen China, Indien und die USA interessante Zielmärkte

dar.<sup>9</sup> Beim Export außerhalb der EU sind darüber hinaus auch die Wechselkursentwicklungen von Bedeutung. Viele Dienstleistungsunternehmen dürften den Verbund mit Industrieunternehmen nutzen, die in die Zielländer exportieren oder dort investieren.

Der Markterfolg hängt ferner von den Marktzugangsbedingungen ab. Innerhalb der EU ist mit der Verabschiedung der Dienstleistungsrichtlinie im Dezember 2006 bereits ein wichtiger Schritt in Richtung Liberalisierung getan worden. Die Umsetzung der Richtlinie durch die Mitgliedstaaten wird für Ende 2009 erwartet. Weitaus unklarer ist die Liberalisierung der Weltmärkte durch das GATS (General Agreement on Trade in Services). Seit 1995 laufen die Verhandlungen, ein konkretes Ergebnis ist derzeit noch nicht absehbar.

Nicht zuletzt entscheiden Strategie und Kompetenz der Unternehmen über deren Exporterfolg. Erfolg versprechend ist es offenbar, wenn Unternehmen aufgrund innovativer Nischenprodukte eine Quasi-Monopolstellung innehaben.<sup>10</sup> Darüber hinaus zeigt eine Studie des DIHK, dass vor allem Produktqualität, gute Kontakte in den Zielländern und qualifizierte Mitarbeiter maßgeblich zum Exporterfolg beitragen.<sup>11</sup> Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt eine Studie der EU.<sup>12</sup> Demnach erfordern internationale Geschäftstätigkeiten Sprachkenntnisse sowie Kenntnisse der ausländischen Marktgegebenheiten, der Gesetze und Vorschriften sowie der kulturellen Unterschiede. Hilfreich sind auch die persönlichen Erfahrungen, die ein Geschäftsführer oder für den Auslandsmarkt Verantwortlicher bereits im Ausland gesammelt hat. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen haben Probleme, die zusätzlichen Kosten aufzubringen. Häufig scheitert ein Engagement auch daran, dass Mitarbeiter nicht bereit sind, zeitweilig ins Ausland zu gehen.<sup>13</sup>

JEL Classification:  
F14, F23, L80

Keywords:  
Export,  
Service Industry,  
Small and medium sized  
enterprises

<sup>6</sup> Für den Spätsommer ist mit den Ergebnissen für 2006 zu rechnen.

<sup>7</sup> Vgl. Deutsche Bundesbank, a.a.O.

<sup>8</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Dienstleistungen. Konjunkturstatistische Erhebung in bestimmten Dienstleistungsbereichen. Umsatz- und Beschäftigungsindizes. 4. Vierteljahr 2007. Wiesbaden 2008.

<sup>9</sup> Vgl. DIHK (Hrsg.): Services Going International. Berlin 2006.

<sup>10</sup> Vgl. Redling, B.: a.a.O.

<sup>11</sup> Vgl. DIHK (Hrsg.), a.a.O.

<sup>12</sup> Vgl. Europäische Kommission (Hrsg.): Internationalisierung von KMU. Brüssel 2004.

<sup>13</sup> Vgl. etwa Winkler, J.: Die Internationalisierung mittelständischer Softwareunternehmen in Deutschland. Ergebnis von Expertengesprächen. INTERDIG Arbeitspapier, Universität Mannheim, 2006.

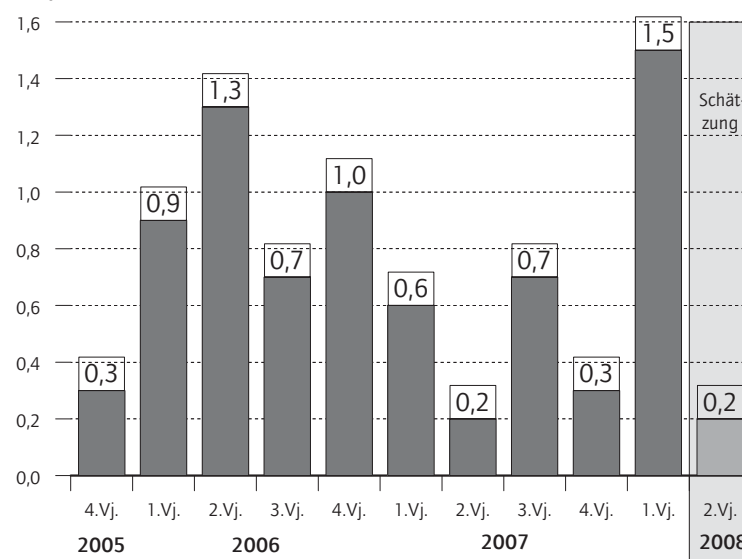
## Normalisierung nach kräftigem Jahresauftakt

Das DIW-Konjunkturbarometer gibt im Vergleich zum Vormonat nach und signalisiert nunmehr für das laufende Quartal ein Wachstum der Wirtschaftsleistung (gemessen am saison- und kalenderbereinigten Bruttoinlandsprodukt) von 0,2 Prozent. „Nach dem furiosen Jahresauftakt im Vorquartal ist das immer noch ein guter Wert“, so DIW-Konjunkturrexperte Stefan Kooths.

Für das Produzierende Gewerbe (ohne Bauwirtschaft) zeichnet sich nach dem rasanten Wachstum im Vorquartal (Wertschöpfungszuwachs von 1,7 Prozent) eine deutliche Dämpfung ab. Für das laufende Quartal ist nur noch mit einem Anstieg der Wirtschaftsleistung von knapp 0,4 Prozent zu rechnen. Dies wäre die niedrigste Rate seit drei Jahren. Insgesamt dürfte vor allem das Auslandsgeschäft der Investitionsgüterproduzenten die weitere Expansion tragen. In der Bauwirtschaft kommt es im zweiten Quartal voraussichtlich zu einem kräftigen Rückgang der Produktionstätigkeit. Das Minus gegenüber dem Vorquartal beläuft sich dabei auf 3,3 Prozent. Hierin spiegelt sich in erster Linie eine Normalisierung nach dem starken – auch durch die Witterungsbedingungen begünstigten – Wachstum im ersten Quartal wider. Insgesamt dürfte die Bauwirtschaft somit das erste Halbjahr mit einem Zuwachs von gut einem Prozent abschließen. Der Bereich Handel, Gaststätten und Verkehr, der noch im Vorquartal um 2,1 Prozent zulegen konnte (dem höchsten Anstieg seit acht Jahren), muss sich im laufenden Quartal auf nur noch sehr geringe Zuwächse von 0,2 Prozent einstellen. Deutlich stärker entwickeln sich hingegen die unternehmensnahen Dienstleistungen, die um 0,6 Prozent zulegen können. Für die übrigen Dienstleistungen wird ein Anstieg um knapp 0,3 Prozent erwartet.

Der deutliche Rückgang der laufenden Wachstumsrate ist nicht als konjunktureller Einbruch, sondern vielmehr als Normalisierung nach der sehr kräftigen Expansion im Winterquartal zu werten. Insgesamt wächst nach dieser Prognose die deutsche Volkswirtschaft im ersten Halbjahr stärker als im Durchschnitt der letzten acht Jahre über das Gesamtjahr.

Vorquartalswachstum in %



Bruttoinlandsprodukt in Deutschland (preis-, saison- und kalenderbereinigt)

© DIW Berlin 2008

### Impressum

DIW Berlin  
Mohrenstraße 58  
10117 Berlin  
Tel. +49-30-897 89-0  
Fax +49-30-897 89-200

### Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann  
(Präsident)  
Prof. Dr. Georg Meran  
(Vizepräsident)  
Prof. Dr. Tilman Brück  
Dr. habil. Christian Dreger  
Prof. Dr. Claudia Kemfert  
Prof. Dr. Viktor Steiner  
Prof. Dr. Gert G. Wagner  
Prof. Dr. Christian Wey

### Redaktion

Kurt Geppert  
PD Dr. Elke Holst  
Carel Mohn  
Vanessa von Schlippenbach  
Manfred Schmidt

### Pressestelle

Renate Bogdanovic  
Tel. +49 – 30 – 89789–249  
presse@diw.de

### Vertrieb

DIW Berlin Leserservice  
Postfach 7477649  
Offenburg  
leserservice@diw.de  
Tel. 01805–19 88 88, 14 Cent/min.  
Reklamationen können nur innerhalb  
von vier Wochen nach Erscheinen des  
Wochenberichts angenommen werden;  
danach wird der Heftpreis berechnet.

### Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–  
Einzelheft Euro 7,–  
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer  
und Versandkosten)  
Abbestellungen von Abonnements  
spätestens 6 Wochen vor Jahresende  
ISSN 0012-1304  
Bestellung unter leserservice@diw.de

### Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

### Druck

Baumgarten & Grützmaker GbR, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung  
– auch auszugsweise – nur mit  
Quellenangabe und unter Zusendung  
eines Belegexemplars an die  
Stabsabteilung Kommunikation des  
DIW Berlin (Kundenservice@diw.de)  
zulässig.

Gedruckt auf  
100 Prozent Recyclingpapier.

Der nächste Wochenbericht erscheint  
am 24. Juni 2008.



## 60 Jahre Soziale Marktwirtschaft – Kann sie die Globalisierung überleben?

Von Klaus F. Zimmermann\*

Als Direktor der Wirtschaftsverwaltung der drei westlichen Besatzungszonen Deutschlands hob Ludwig Erhard am 20. Juni 1948 die Preisbewirtschaftung nach dem Kriege auf und führte eine Währungsreform durch. Dies bot die Grundlage zur Entwicklung der Marktwirtschaft in Deutschland, die ausgehend von ordnungspolitischen Leitlinien des Ordoliberalismus in Anlehnung an Alfred Müller-Armack bald „Soziale Marktwirtschaft“ genannt wurde. War auch das Konzept in seiner Anfangsphase heftig umstritten, so bekennt sich heute der überwiegende Teil des politischen Spektrums der Bundesrepublik Deutschland zu dieser Sozialen Marktwirtschaft. Die soziale Bändigung der Marktkräfte machte die Disziplin des Wettbewerbs konsensfähig. Die deutsche Wirtschaftsgeschichte ist somit ein erfolgreicher Beleg für die mögliche Ko-Existenz des Sozialen und des Marktes.

Das Erfolgsmodell hat allerdings schwere Risse bekommen. In der Globalisierung erwies sich die faktische Sozialpolitik zunehmend als Unheil, denn die wachsenden Finanzierungslasten erdrückten zunehmend die Bereitschaft der Unternehmen, beschäftigungsintensiv zu produzieren. So können sich Arbeitslosigkeit und Ungleichheit ausbreiten. Wenn getrieben vom wirtschaftlichen Aufstieg der heutigen Entwicklungsländer der Abbau der weltweiten Ungleichheit vorankommt, dann wird der Druck auf die deutschen Sozialsysteme weiter zunehmen. Muss damit Sozialpolitik in der Globalisierung zu einem Ende kommen?

Sozialpolitik im Überfluss des Wirtschaftswunders der 60er Jahre war einfach. Aber war sie auch erfolgreich? Kaum: Nach einer wissenschaftlichen Studie liegt zwar der Anteil der Ausgaben für das Sozialsystem am Sozialprodukt in der Spitzengruppe der europäischen Staaten, ihre Effizienz ist aber im internationalen Vergleich eher gering. Diese Verschwendung nimmt also Chancen, den Benachteiligten des reinen Marktes besser zu helfen. Gerechtigkeit in der Globalisierung bedeutet heute freier Zugang zu Lebenschancen, insbesondere bei der Bildung. Aber auch hier replizieren sich in Deutschland die Eliten, es fehlt an sozialer Mobilität.

Deutschland wird sich also auf Dauer den gehätschelten Widerspruch zwischen Sozialpolitik und ökonomischer Effizienz nicht mehr leisten können. Das spricht nicht gegen solidarische Politik für die Schwachen. Das heißt aber, dass Leistungsanreize und Risikobereitschaft, die Triebfedern der Marktwirtschaft, durch sozialpolitische Maßnahmen nicht gestört, sondern gestärkt werden müssen. Ökonomische Gesetze können nicht unbestraft auf Dauer ignoriert werden. Das sollten wir bei allen Jubelfeiern zum 60. Jahrestag der Sozialen Marktwirtschaft nicht vergessen.

\*Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann ist Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung.

**DEUTSCHLAND**Ausgewählte saisonbereinigte Konjunkturindikatoren<sup>1</sup>

		Arbeitslose		Offene Stellen		Auftragseingang (Volumen) <sup>2</sup>													
						Verarbeitendes Gewerbe						Vorleistungsgüter- produzenten	Investitionsgüter- produzenten	Gebrauchsgüter- produzenten	Verbrauchsgüter- produzenten				
		in 1 000				2000 = 100													
		mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.
2006	J	4 732		472		114,5		101,3		131,1		110,9		121,0		92,0		104,9	
	F	4 690	4 714	484	479	115,6	115,3	102,4	102,1	132,2	131,7	113,5	112,6	120,9	120,9	93,6	93,4	105,6	105,5
	M	4 669		498		115,6		102,5		131,9		113,4		120,7		94,7		105,9	
	A	4 640		517		118,6		104,1		136,8		116,8		124,0		94,8		107,3	
	M	4 565	4 599	539	528	117,8	117,5	105,2	104,3	133,6	134,1	116,1	116,7	122,8	121,9	96,0	94,7	106,7	106,8
	J	4 515		557		116,1		103,6		131,7		117,1		118,8		93,4		106,4	
	J	4 446		589		119,7		105,2		137,7		117,5		125,3		94,4		109,0	
	A	4 405	4 431	590	586	123,0	121,6	108,1	107,6	141,7	139,0	119,2	118,9	130,5	128,0	96,7	95,8	109,4	109,3
	S	4 367		603		122,2		109,6		137,8		119,9		128,3		96,3		109,6	
	O	4 289		621		121,3		108,4		137,3		120,9		125,7		94,6		110,3	
	N	4 208	4 249	633	626	121,2	122,1	108,0	108,6	137,7	138,9	120,8	121,3	125,0	126,7	97,8	96,4	112,4	111,6
	D	4 136		645		123,8		109,6		141,6		122,2		129,4		96,7		112,2	
2007	J	4 051		647		124,7		110,5		142,4		122,8		130,7		96,4		112,4	
	F	3 978	4 018	644	644	127,2	126,7	111,1	111,3	147,1	145,9	123,2	123,6	135,2	134,0	96,7	96,5	113,5	113,4
	M	3 911		638		128,2		112,3		148,2		124,8		136,0		96,5		114,2	
	A	3 859		633		127,7		111,7		147,7		123,6		135,9		95,7		114,8	
	M	3 837	3 851	627	631	130,3	130,8	112,4	112,7	152,7	153,3	125,4	125,1	139,3	140,6	97,9	97,6	116,7	116,2
	J	3 799		628		134,3		114,1		159,6		126,3		146,5		99,2		117,1	
	J	3 764		613		129,6		113,6		149,7		125,3		138,2		99,3		114,6	
	A	3 715	3 734	620	618	128,6	129,6	111,8	112,1	149,6	151,5	125,5	125,8	135,8	137,6	98,3	98,7	115,6	115,8
	S	3 646		613		130,6		110,9		155,3		126,7		138,8		98,6		117,3	
	O	3 613		603		134,9		114,5		160,6		126,9		147,0		105,6		115,9	
	N	3 569	3 588	598	601	137,0	136,1	117,0	116,1	162,1	161,1	129,4	128,4	150,3	148,6	96,4	100,4	114,8	115,4
	D	3 518		592		136,2		116,7		160,5		128,9		148,6		99,3		115,4	
2008	J	3 440		580		135,3		115,9		159,6		129,0		146,7		100,1		115,4	
	F	3 374	3 411	582	583	133,9	134,6	116,2	116,0	156,1	157,9	128,8	129,3	144,3	145,2	98,5	98,9	114,4	114,1
	M	3 324		582		134,5		115,8		157,9		130,2		144,7		98,1		112,6	
	A	3 315		574		134,1		117,3		155,2		129,1		144,8		100,8		111,4	
	M	3 298		566															
	J																		
	J																		
	A																		
	S																		
	O																		
	N																		
	D																		

<sup>1</sup> Saisonbereinigt nach dem Berliner Verfahren (BV4). Dieses Verfahren hat die Eigenschaft, dass sich beim Hinzufügen eines neuen Wertes davorliegende saisonbereinigte Werte in der Zeitreihe auch dann ändern können, wenn deren Ursprungswert unverändert geblieben ist. Die Vierteljahreswerte wurden aus den saisonbereinigten Monatswerten errechnet.

<sup>2</sup> Außerdem arbeitstäglich bereinigt.

**DEUTSCHLAND**noch: Ausgewählte saisonbereinigte Konjunkturindikatoren<sup>1</sup>

		Beschäftigte im Bergbau und im Verarbeitenden Gewerbe		Produktion <sup>2</sup>										Umsätze des Einzelhandels		Außenhandel (Spezialhandel) <sup>2</sup>			
				Verarbeitendes Gewerbe		Investitionsgüter- produzenten		Gebrauchsgüter- produzenten		Verbrauchsgüter- produzenten		Bauhaupt- gewerbe				Ausfuhr		Einfuhr	
		in 1 000		2000 = 100										2003 = 100		Mrd. Euro			
		mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.
2006	J	5 371		109,1		114,5		90,9		101,5		73,2		105,1		69,4		57,6	
	F	5 334	5 410	110,1	109,8	115,9	115,5	90,3	91,0	101,7	101,3	75,6	74,7	104,5	104,5	71,4	211,6	58,7	175,5
	M	5 301		110,3		116,1		91,8		100,7		75,3		103,8		70,8		59,3	
	A	5 271		111,7		116,1		92,6		103,2		79,4		103,8		73,2		61,0	
	M	5 246	5 260	112,7	112,4	118,9	117,6	95,4	93,4	101,9	102,8	82,1	80,9	106,7	105,0	71,6	218,1	59,6	182,1
	J	5 227		112,9		117,7		92,2		103,3		81,2		104,5		73,3		61,5	
	J	5 206		113,4		118,8		94,2		103,0		82,2		104,6		74,6		62,0	
	A	5 189	5 199	114,8	114,3	120,5	120,0	95,0	94,8	102,8	102,6	82,8	82,8	105,1	104,9	74,2	225,9	61,0	186,5
	S	5 176		114,7		120,7		95,3		102,1		83,3		104,9		77,1		63,4	
	O	5 160		115,1		120,5		94,6		102,5		83,4		104,0		78,8		63,4	
	N	5 152	5 156	117,1	116,9	123,4	122,9	96,6	96,4	104,0	103,9	86,1	85,2	104,8	105,1	79,5	237,9	63,8	191,4
	D	5 138		118,5		124,9		98,0		105,3		86,2		106,6		79,6		64,2	
2007	J	5 342		118,0		124,1		95,5		104,1		86,0		103,3		78,4		62,6	
	F	5 343	5 306	118,8	118,9	125,0	125,3	96,5	96,1	104,7	104,9	85,9	86,7	103,2	104,1	79,4	237,4	64,3	190,0
	M	5 328		119,8		126,7		96,2		105,8		88,3		105,7		79,6		63,1	
	A	5 324		119,3		126,1		93,0		105,9		82,7		104,1		80,5		64,2	
	M	5 314	5 319	120,2	120,0	127,1	127,2	94,2	94,1	106,4	105,7	80,7	81,5	102,2	103,4	81,4	243,7	63,9	192,9
	J	5 308		120,6		128,3		95,2		104,7		81,1		104,0		81,8		64,8	
	J	5 309		121,3		129,4		95,3		104,7		81,9		104,1		81,3		63,8	
	A	5 301	5 304	121,5	121,9	129,5	129,8	96,0	95,5	106,4	106,3	81,8	81,7	103,9	103,6	82,7	246,0	66,0	194,5
	S	5 298		123,0		130,5		95,2		107,9		81,5		102,8		82,1		64,8	
	O	5 308		123,8		134,1		96,7		106,2		83,6		105,9		81,1		64,6	
	N	5 315	5 311	123,1	123,4	132,9	133,1	94,2	94,9	105,7	106,0	81,3	82,6	104,0	103,5	81,9	245,5	65,2	196,4
	D	5 323		123,4		132,5		93,8		106,0		82,7		100,5		82,5		66,5	
2008	J	5 409		125,1		135,6		96,1		107,2		87,6		106,3		84,7		68,1	
	F	5 425	5 403	125,7	125,4	136,3	135,2	96,4	95,5	105,8	106,7	88,7	87,1	107,8	105,3	83,8	255,3	66,5	205,0
	M	5 430		125,6		133,7		93,9		107,2		84,9		101,9		86,8		70,4	
	A			126,5		138,6		100,7		103,2		85,3		105,3		83,9		66,0	
	M																		
	J																		
	J																		
	A																		
	S																		
	O																		
	N																		
	D																		

<sup>1</sup> Saisonbereinigt nach dem Berliner Verfahren (BV4). Dieses Verfahren hat die Eigenschaft, dass sich beim Hinzufügen eines neuen Wertes davorliegende saisonbereinigte Werte in der Zeitreihe auch dann ändern können, wenn deren Ursprungswert unverändert geblieben ist. Die Vierteljahreswerte wurden aus den saisonbereinigten Monatswerten errechnet.

<sup>2</sup> Außerdem arbeitstäglich bereinigt.