

Brenke, Karl et al.

Working Paper — Digitized Version

Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland: Sechzehnter Bericht

Kieler Diskussionsbeiträge, No. 302/303

Provided in Cooperation with:

Kiel Institute for the World Economy – Leibniz Center for Research on Global Economic Challenges

Suggested Citation: Brenke, Karl et al. (1997) : Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland: Sechzehnter Bericht, Kieler Diskussionsbeiträge, No. 302/303, ISBN 3894561491, Institut für Weltwirtschaft (IfW), Kiel

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/967>

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.

KIELER DISKUSSIONSBEITRÄGE

K I E L D I S C U S S I O N P A P E R S

302/303

Deutsches Institut für
Wirtschaftsforschung, Berlin

Institut für
Wirtschaftsforschung Halle

Institut für Weltwirtschaft
an der Universität Kiel

Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland

Sechzehnter Bericht

769 987

Inhalt

A. Lage und Perspektiven der ostdeutschen Wirtschaft im Sommer 1997	3
I. Die Entwicklung im Überblick	3
II. Die Entwicklung in einzelnen Bereichen.....	5
1. Bauwirtschaft: Produktion trotz Rückgangs auf hohem Niveau.....	5
2. Verarbeitendes Gewerbe: Zunehmende Präsenz auf überregionalen Märkten.....	9
3. Dienstleistungsgewerbe: Angebotslücken bei produktionsnahen Dienstleistungen....	12
B. Die ostdeutsche Wirtschaft in der überregionalen Arbeitsteilung: Befunde und Hintergründe	21
I. Theoretische Erklärungsansätze.....	21
II. Empirische Ergebnisse	26
1. Absatzmärkte und Absatzkanäle	26
2. Beschaffungsmärkte.....	31
3. Preissetzungsverhalten, Kostenniveau und Marktanteile	37
4. Spezialisierungsmuster und Leistungsprofil	44
5. Unternehmensgröße, Produktspezialisierung und Marktorientierung	48
6. Spezifische Absatzprobleme ostdeutscher Konsumgüterhersteller	55
C. Schlußfolgerungen: Nur geringe Handlungsmöglichkeiten für die Wirtschaftspolitik	58
Anhang	60
Literaturverzeichnis	81
Schlagwortregister	83

Dieser Bericht wurde am 20. Juni 1997 abgeschlossen. Vom DIW haben Karl Brenke, Alexander Eickelpasch und Rolf-Dieter Postlep, vom IfW Katja Gerling und Klaus-Dieter Schmidt und vom IWH Siegfried Beer, Joachim Ragnitz und Jacqueline Rothfels mitgewirkt.

In den neuen Bundesländern hat sich der wirtschaftliche Horizont in letzter Zeit wieder aufgehellt — trotz der Wolken, die über die Bauwirtschaft hinwegziehen und deren Schatten auch andere Bereiche überdecken. Mit fortschreitender konjunktureller Erholung im Westen gewinnen nun auch im Osten die Wachstumskräfte erneut die Oberhand.

Von einer selbsttragenden Aufwärtsentwicklung ist die Wirtschaft in Ostdeutschland allerdings weit entfernt. Zur Wachstumsdynamik haben bisher vor allem jene Bereiche beigetragen, die überwiegend für lokale und regionale Märkte produzieren und die, wie die Bauwirtschaft, nach wie vor in hohem Maße von staatlichen Transfers abhängig sind. Ohne eine Verbreiterung ihrer Exportbasis kann die ostdeutsche Wirtschaft schwerlich eigenen Schwung entfalten. Hier zeigen sich zwar Fortschritte, doch sie sind noch nicht ausreichend.

Das Bundesministerium für Wirtschaft hat deshalb dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, dem Institut für Weltwirtschaft (IfW), Kiel, und dem Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) im Rahmen des Forschungsprojekts „Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland“ den Auftrag erteilt, neben einer Darstellung der wirtschaftlichen Lage das Thema „Die ostdeutsche Wirtschaft in der überregionalen Arbeitsteilung“ schwerpunktmäßig zu bearbeiten. Ziel der Untersuchung ist es, die Schwächen der Unternehmen im überregionalen Wettbewerb aufzuspüren. Die Institute legen hiermit ihren Bericht vor.¹

Das Forschungsprojekt soll der Wirtschaftspolitik und der Öffentlichkeit konsistente Informationen über die ostdeutsche Wirtschaft zur Verfügung stellen. Das ist leichter gesagt als getan. Denn die Institute können bei ihren Recherchen immer weniger auf den Ergebnissen der amtlichen Statistik aufbauen. Der Umfang der Daten, die vom Statistischen Bundesamt für Ostdeutschland getrennt aufbereitet werden, wird von Jahr zu Jahr geringer. Durch die Anfang 1995 eingeleitete Umstellung auf die Systematiken der EU ist zudem bei wichtigen Reihen die zeitliche Kontinuität nicht mehr gegeben. Der Bericht stützt sich deshalb in weiten Teilen auf eigene Erhebungen der Institute. Es ließen sich freilich nicht alle Lücken schließen.

A. Lage und Perspektiven der ostdeutschen Wirtschaft im Sommer 1997

I. Die Entwicklung im Überblick

Die Bildung der deutschen Wirtschafts-, Währungs- und Sozialunion wirkte auf die Wirtschaft der DDR wie ein Schock. Vor allem diejenigen Betriebe, die dem überregionalen Wettbewerb ausgesetzt waren, mußten drastische Absatzeinbußen hinnehmen. Betroffen war vor allem die Industrie. Die Produktionsrückgänge dort wirkten sich rasch auf andere Bereiche aus. So mußten der Abbau von Kohle und die Erzeugung von Strom in großem Umfang gedrosselt, und auch die Transporte der Bahn — dem bisher vorrangig genutzten Verkehrsträger — mußten stark eingeschränkt werden. Selbst in der Bauwirtschaft kam die Produktion ins Stocken, allerdings nur für kurze Zeit. Große Teile des Handels konnten dagegen zügig expandieren, einige andere — wie der staatliche Außenhandel — verloren allerdings ihre Existenzgrundlage. Uneinheitlich war die Entwicklung bei den Dienstleistungsunternehmen. In einigen Branchen, so bei den Kreditinstituten und Versicherungen, kam es schon im zweiten Halbjahr 1990 zu einer kräftigen Expansion. In anderen Branchen ging es indes nur zögerlich voran; eine Reihe handwerklicher Dienstleistungen, für die es in der DDR aufgrund der Mangelwirtschaft noch Nachfrage gab, verschwanden sogar vom Markt.

In den Jahren 1990 und 1991 ging die gesamtwirtschaftliche Produktion stark zurück. Auch kam es zu einem massiven Rückgang der Beschäftigung. Der Anstieg der Arbeitslosigkeit wurde allerdings durch umfangreiche arbeitsmarktpolitische Maßnahmen gebremst. Zudem wurde im Staatssektor und

bei staatlichen Unternehmen zunächst viel Personal gehalten. Auch die Bevölkerungsverluste durch Abwanderungen nach Westdeutschland, die bereits im Spätsommer 1989 eingesetzt hatten, sorgten für eine Entlastung des Arbeitsmarktes. Die Kehrseite war allerdings, daß sich unter den Abwanderern viele gut qualifizierte Arbeitskräfte befanden.

Seit 1992 geht es mit der ostdeutschen Wirtschaft wieder bergauf, anfänglich in raschem, in letzter Zeit jedoch nur noch in schleppendem Tempo (Tabellen 1 und A1). Auch die Produktivität stieg zunächst überaus kräftig (Tabelle A2), nicht zuletzt, weil in großem Umfang Personal abgebaut wurde (Tabelle A3). Aufgrund des starken Anstiegs der Löhne sanken die Lohnstückkosten jedoch nur wenig (Tabelle A4). Derzeit sind die Lohnstückkosten der Unternehmen (ohne Wohnungsvermietung) in Ostdeutschland immer noch um reichlich ein Fünftel höher als in Westdeutschland.

Im Jahr 1996 erreichte die Produktivität in den neuen Bundesländer erst 60 vH des westdeutschen Niveaus, die Einkommen aus unselbständiger Tätigkeit dagegen 72 vH.² Die im Vergleich zur Produktivität recht hohen Löhne behindern den Aufbau einer neuen wirtschaftlichen Basis.³ So wird es entsprechend länger dauern, bis der Abstand bei der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit zwischen neuen und alten Bundesländern eingeebnet ist. Dieses Ziel liegt immer noch in weiter Ferne: Im Jahr 1996 trugen die neuen Bundesländer erst 12 vH zur Wirtschaftsleistung in Gesamtdeutschland bei; gemessen an der Zahl der Einwohner sollten es aber 20 vH sein.⁴

Tabelle 1 – Kennziffern zur wirtschaftlichen Entwicklung in Ostdeutschland 1991–1996 (1991 = 100)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Bruttoinlandsprodukt in jeweiligen Preisen	100	126	150	168	181	189
Bruttoinlandsprodukt in Preisen von 1991	100	108	117	129	136	139
Erwerbstätige	100	87	85	86	87	86
Produktivität ^a	100	145	176	195	207	220

^aBruttoinlandsprodukt (in jeweiligen Preisen) je Erwerbstätigen.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Für dieses Jahr erwarten die sechs großen Wirtschaftsforschungsinstitute, daß das Bruttoinlandsprodukt in den neuen Bundesländern preisbereinigt nur vergleichsweise schwach und nicht stärker als in den alten Bundesländern expandiert (rund 2 vH). Hinter dieser Entwicklung verbergen sich expansive und kontraktive Einflüsse. Einen positiven Beitrag zum Wachstum leistet die fortschreitende konjunkturelle Erholung im Westen. Sie erschließt vor allem Unternehmen mit überregionalem Absatz neue Märkte. Der Gewinn an Wachstumsdynamik wird freilich durch den Rückgang der Bauproduktion zum großen Teil aufgewogen. Überdies wird die Entwicklung nicht nur von Anpassungserfolgen, sondern auch von Anpassungsdefiziten bestimmt. Das zeigt ein Blick auf die Entwicklungen in den einzelnen Wirtschaftszweigen:

Die *Bauwirtschaft* war lange Zeit der Schrittmacher im Aufbauprozeß. Diese Rolle kann er inzwischen aus verschiedenen Gründen immer weniger spielen. Dennoch wird er eine starke Stütze bleiben. Denn auch bei einer weiteren Einschränkung der Bautätigkeit bleibt die Bauproduktion pro Einwohner in den neuen Bundesländern noch immer erheblich höher als in den alten Bundesländern.

Im *Verarbeitenden Gewerbe*, bislang der Nachzügler, macht der Aufholprozeß Fortschritte. Immer mehr Unternehmen können auf überregionalen Märkten Fuß fassen. Durch die Errichtung neuer und die Modernisierung bestehender Produktionsstätten nehmen die Kapazitäten rasch zu, und offenbar gelingt es, sie auszulasten. Obwohl von der rückläufigen Bauproduktion dämpfende Einflüsse ausgehen, wächst die ostdeutsche Industrie vergleichsweise stark. Keine Frage ist, daß noch ein erheblicher Rückstand bei der Produktivität aufzuholen ist.

Das *Dienstleistungsgewerbe* konnte — von einem sehr niedrigen Niveau aus — von Anfang an stark wachsen, vor allem, weil dieser Sektor in der DDR wenig entwickelt war. Die Lücken im Angebot konnten inzwischen weitgehend geschlossen werden. Allerdings ist hier zu differenzieren: Recht dynamisch entwickelt sich der heterogene Bereich der Sonstigen Dienstleistungen. Im Kredit- und Versicherungsgewerbe hat sich dagegen die Expansion verlangsamt; dieser Bereich schöpft sein Potential bereits weitgehend aus.

Der *Handel*, dessen Struktur in Ostdeutschland stärker als in Westdeutschland vom Einzelhandel bestimmt wird, profitierte zunächst von einem großen Nachholbedarf. Anfangs konnte ein bedeutender Teil des Bedarfs nicht vor Ort befriedigt werden, da es an attraktiven Einkaufsmöglichkeiten mangelte. Das hat sich längst geändert, so daß kaum noch Kaufkraft in die alten Bundesländer abfließt. Eine stagnierende Entwicklung der Kaufkraft und ungünstige Beschäftigungsperspektiven wirken sich jedoch seit längerem dämpfend auf die Nachfrage aus. Der Einzelhandelsumsatz (preisbereinigt) hat im letzten Jahr nur schwach zugenommen. Dieser Trend hat sich im ersten Quartal 1997 fortgesetzt.

Der Sektor *Verkehr und Nachrichtenübermittlung* wird in Ostdeutschland in hohem Maße von Bahn, Post und Telekommunikation geprägt. Hier verlief die Entwicklung bis 1993 rückläufig. Das lag vor allem daran, daß das Transportaufkommen beim Güterverkehr wie beim Personenverkehr drastisch sank. Seither geht die Entwicklung aber wieder aufwärts. Bemerkbar machen sich einerseits Angebotsverbesserungen, andererseits eine steigende Nachfrage, nicht zuletzt infolge der allgemeinen wirtschaftlichen Erholung. Gleichwohl: Auch das Verkehrsgewerbe und die Nachrichtenübermittlung bekommen die nachlassende wirtschaftliche Dynamik in den neuen Bundesländern zu spüren. Problematisch ist, daß trotz kräftiger Produktivitätssteigerungen die Lohnstückkosten weiterhin viel zu hoch sind: Insbesondere die Deutsche Bahn und die Nachfolgeunternehmen der Deutschen Post beschäftigen weiterhin mehr Personal als betriebswirtschaftlich erforderlich ist.

Auch in der *öffentlichen Verwaltung* sind Personalüberhänge das Hauptproblem. Zwar wurde in den letzten Jahren in erheblichem Maße die Zahl der Mitarbeiter reduziert. Doch die Personalstärke (je Einwohner gerechnet) ist in Ostdeutschland noch immer deutlich größer als in Westdeutschland. Das mag daran liegen, daß in den neuen Bundesländern bestimmte Aufgaben — wie die Bereitstellung von Kindergartenplätzen — nicht in gleichem Maße wie in den alten Bundesländern an die Kirchen und an freie Träger der Wohlfahrtspflege übertragen werden können. Dies erklärt den Unterschied aber nur zum Teil. Nicht zu übersehen ist zudem, daß kommunale staatliche Stellen in den neuen Bundesländern vergleichsweise großzügig mit Personal ausgestattet sind.⁵

Insgesamt bleibt der Eindruck, daß der wirtschaftliche Aufbauprozess in den neuen Bundesländern aufgrund fälliger Strukturbereinigungen zwar langsamer vorankommt, aber nicht unterbrochen ist. Dafür spricht das weiterhin hohe Niveau der Investitionen. Denn das Wachstum des ostdeutschen Produktionspotentials, nicht das Wachstum der Produktion, ist der Gradmesser für Fortschritte im Aufbauprozess.

II. Die Entwicklung in einzelnen Bereichen

1. Bauwirtschaft: Produktion trotz Rückgangs auf hohem Niveau

Die Bauwirtschaft war jahrelang der Schrittmacher für die wirtschaftliche Entwicklung in Ostdeutschland. Diese Rolle hat sie inzwischen weitgehend verloren.

Der immense Nachholbedarf im Wohnungsbau, im gewerblichen Bau und im Bereich der Infrastruktur hat rasch zu einer kräftigen Ausdehnung der Bauinvestitionen in den neuen Bundesländern und Berlin-Ost geführt (Tabelle 2). Im Jahr 1995 erreichten die Bauinvestitionen mit rund 145 Mrd. DM ihren bisherigen Höhepunkt. Im Zeitraum von 1991 bis 1996 sind insgesamt 650 Mrd. DM in

Bauten investiert worden. Davon entfielen rund zwei Fünftel auf gewerbliche Bauten, weitere zwei Fünftel auf Wohnbauten und das restliche Fünftel auf Baumaßnahmen der öffentlichen Hand. Der Anteil der neuen Bundesländer an den gesamtdeutschen Bauinvestitionen betrug im Jahr 1996 rund ein Drittel und im Zeitraum von 1991 bis 1996 knapp ein Viertel.

Infolge der hohen Nachfragedynamik, die durch eine massive staatliche Förderung unterstützt worden ist, hat sich die Produktion des Baugewerbes kräftig erhöht. Von 1991 bis 1995 ist sie auf das Zweieinhalbfache gestiegen. Ihr Anteil an der gesamten Bruttowertschöpfung in Ostdeutschland ist von 11,8 vH auf 17,4 vH emporgeschneit (alte Bundesländer 1995: 5,1 vH).

Tabelle 2 – Entwicklung der Bauinvestitionen^a in Ostdeutschland 1991–1996 (Mrd. DM)

	Insgesamt	Unternehmen ^b			Staat
		zusammen	ohne Wohnungsbau	Wohnungsbau	
1991	49,9	38,5	21,8	16,7	11,5
1992	80,1	60,9	35,6	25,3	19,2
1993	100,8	79,7	45,0	34,7	21,1
1994	132,2	105,3	52,6	52,7	26,9
1995	145,1	118,7	55,7	63,0	26,4
1996	142,2	117,4	51,6	65,8	24,8
Summe 1991–1996	650,3	520,5	262,3	258,2	129,9

^aIn jeweiligen Preisen. — ^bEinschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

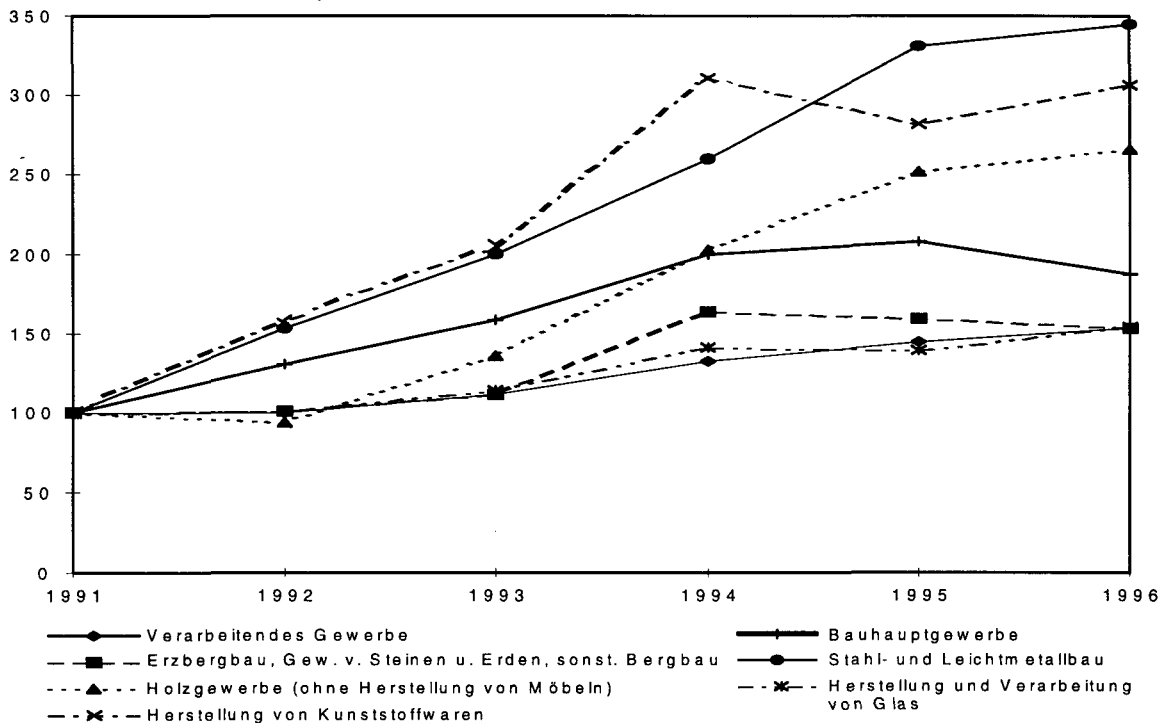
Die rege Bautätigkeit hat auf zahlreiche Wirtschaftszweige außerhalb des Baugewerbes ausgestrahlt. Berechnungen durch das IWH auf der Grundlage von Daten des Jahres 1994 erbrachten unter anderem, daß von den Bauinvestitionen knapp ein Drittel der Wertschöpfung und der Arbeitsplätze im Verarbeitenden Gewerbe direkt und indirekt abhängig waren,⁶ gut ein Viertel waren es im Dienstleistungsgewerbe und rund ein Fünftel im Handel und Verkehrsgewerbe (gewerbliche Wirtschaft insgesamt etwa 35 vH). Am deutlichsten profitierten jene Zweige, die für die Bauwirtschaft als Vorlieferant tätig sind. Deren Produktion hat sich von 1991 bis 1995 teilweise um mehr als das Zweieinhalbfache ausgeweitet (Schaubild 1).

Inzwischen konnten die dringlichsten Engpässe in der Infrastruktur (vor allem in der Telekommunikation und im Verkehrsnetz), im Handel und im Dienstleistungsbereich, in der Wohnungswirtschaft und im Umweltschutz beseitigt werden. Standortnachteile, die anfangs zuhauf bestanden und Investoren behinderten, konnten dadurch erheblich verringert werden. Dies hat aber zur Folge, daß die hohe Dynamik der Bautätigkeit und ihr Einfluß auf das gesamtwirtschaftliche Wachstum spürbar nachgelassen haben.

Erste Anzeichen für ein Abflauen der Bautätigkeit wurden bereits im Frühjahr 1995 sichtbar, als die saisonbereinigte Entwicklung der Auftragseingänge deutlich nach unten wies. Allein die kräftige Steigerung im Wohnungsbau bewirkte, daß zunächst noch ein ansehnlicher Zuwachs bei der Bauproduktion erreicht wurde (Tabelle A5).

Im Jahr 1996 haben sich die dämpfenden Einflüsse auf die Bauwirtschaft verstärkt. In der gewerblichen Wirtschaft ist die Erstwelle von Bauinvestitionen entweder bereits abgeebbt (z.B. im Handel, im Kredit- und Versicherungsgewerbe sowie im Gastgewerbe), oder sie hat ihren Scheitelpunkt erreicht (z.B. im Verarbeitenden Gewerbe).⁷ Bereits seit 1994 sind die Investitionen in eines der größten Infrastrukturvorhaben in den neuen Bundesländern, den Ausbau und die Modernisierung der Telekommunikationsnetze, rückläufig.⁸ Als Folge dieser Entwicklungen sind 1996 die Bauinvestitionen der Unternehmen zum ersten Mal geschrumpft.

Schaubild 1 – Entwicklung der Produktion im Bauhauptgewerbe und in ausgewählten Zweigen des Verarbeitenden Gewerbes in Ostdeutschland 1991–1996 (1991 = 100)^a



^a Betriebe von Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten; Verarbeitendes Gewerbe entsprechend der Klassifikation nach Statistisches Bundesamt (1994); Bauhauptgewerbe entsprechend der Klassifikation nach Statistisches Bundesamt (1980).

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Im öffentlichen Sektor beschränken die Maßnahmen zur Konsolidierung der Haushalte den Ausgabenspielraum. Im Jahr 1996 hat sich der Rückgang der Investitionen, der schon 1995 einsetzte, verstärkt. Seitens des Bundes, der Länder, Gemeinden und Gemeindeverbände wurden 1996 für Baumaßnahmen in den neuen Bundesländern (ohne Berlin-Ost) — nach der Statistik der Kassenergebnisse der öffentlichen Haushalte — 15,6 Mrd. DM verausgabt, das waren 15,5 vH weniger als 1994. Im Straßenbau fielen die Kürzungen besonders kräftig aus (17 vH). Mit geringeren Mitteln für Baumaßnahmen mußten 1996 auch die Schulen und der soziale Wohnungsbau auskommen. Während die Ausgaben für Baumaßnahmen insgesamt um etwa ein Siebtel verringert wurden, stiegen die Personalausgaben um ein Zehntel. Trotz der Reduzierung waren die Bauinvestitionen des Staates in Ostdeutschland 1996 aber mit rund 1 100 DM je Einwohner mehr als doppelt so hoch wie in Westdeutschland.

Der Wohnungsbau hat hingegen bis in die jüngste Zeit expandiert. Massive staatliche Fördermaßnahmen und weitere Verbesserungen der Rahmenbedingungen (etwa beim Ausweis von Baulandflächen durch die Gemeinden und bei der Klärung von Vermögensansprüchen) führten seit 1993 zu einer kräftigen Zunahme der Zahl fertiggestellter Wohnungen (Tabelle 3). Im vergangenen Jahr profitierte der Wohnungsbau (vor allem der Geschosswohnungsbau) auch davon, daß die Sonderabschreibungen in Höhe von 50 vH grundsätzlich nur noch bis zum Jahresende genutzt werden konnten. Insgesamt wurden 1996 rund 143 000 Wohnungen fertiggestellt, knapp 40 vH mehr als 1995. Das reichte aber nicht mehr aus, um die Einbußen im gewerblichen und öffentlichen Bau auszugleichen. Im Ausbaugewerbe war die Entwicklung dabei bis zuletzt aufwärts gerichtet. Der Rückgang der Produktion im Bauhauptgewerbe konnte damit freilich nicht voll kompensiert werden.

Tabelle 3 – Zahl der fertiggestellten Wohnungen in Wohn- und Nichtwohngebäuden in Ostdeutschland 1993–1996

	1993	1994	1995	1996
<i>Insgesamt^a</i>	23 598	67 704	104 214	143 376
darunter: in neuen Gebäuden				
Anzahl	21 879	62 495	95 872	130 421
Als Anteil der fertiggestellten Wohnungen insgesamt (vH)	92,7	92,3	92,0	91,0
Wohnungen in neuen Gebäuden				
in Wohngebäuden mit 1 Wohnung	10 479	23 121	30 574	34 384
in Wohngebäuden mit 2 Wohnungen	2 426	7 600	10 490	12 554
in Wohngebäuden mit 3 und mehr Wohnungen	6 959	28 343	49 042	78 215
darunter: Eigentumswohnungen	3 125	14 341	27 702	

^aEinschließlich Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

In diesem Jahr setzt sich der Rückgang der Bautätigkeit in Ostdeutschland fort. Dazu tragen die veränderten Förderregelungen bei, die seit Beginn des Jahres in Kraft sind. Davon ist vor allem der Wohnungsbau betroffen. Hier sind die Sätze für Sonderabschreibungen — in unterschiedlicher Höhe — reduziert worden: Für die Herstellung bzw. Anschaffung neuer Wohngebäude von 50 auf 25 vH und für Baumaßnahmen an Altbauten von 50 auf 40 vH. Dadurch soll unter anderem erreicht werden, daß die Sanierung und Modernisierung des Altbestandes an Wohnungen gegenüber dem Neubau an Bedeutung gewinnt und weitere Fehlentwicklungen im Wohnungsbau möglichst vermieden werden. Auch wegen des Vorzieheffekts dürfte 1997 eine geringere Zahl von Wohnungen gebaut werden als 1996. Das Ausmaß des Rückgangs läßt sich gegenwärtig aber schwer abschätzen.⁹

Im gewerblichen Bau sind neben den bereits erwähnten Einflüssen zusätzliche bremsende Einflüsse von weiterhin hohen Angebotsüberhängen bei Büroflächen¹⁰ und Verkaufsflächen und entsprechend fallenden Mietpreisen zu erwarten. Wegen der ungünstigen Entwicklung der Steuereinnahmen muß mit weiteren Konsequenzen bei den öffentlichen Bauinvestitionen gerechnet werden. Schon die Ende 1996 aufgestellten Haushaltsansätze der Gemeinden und Gemeindeverbände für das laufende Jahr lassen eine Minderung der Ausgaben für Baumaßnahmen um 13 vH erkennen (Michaelis 1997).

Um zusätzliche Bauinvestitionen zu mobilisieren und möglichst die Baukonjunktur zu „verstetigen“, haben in diesem Jahr sowohl der Bund als auch einzelne Länder¹¹ gesonderte Investitionsprogramme beschlossen. Das von der Bundesregierung aufgelegte Programm beinhaltet unter anderem weitere Zinsverbilligungen für Infrastrukturmaßnahmen im Rahmen bestehender Kreditprogramme (Infrastrukturprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau) und die Bereitstellung zusätzlicher zinsgünstiger Kredite für die Sanierung und Modernisierung von Plattenbauten und zur Wohneigentumsförderung für junge Familien. Mit der Durchführung der Programme sind die Förderbanken des Bundes, die Kreditanstalt für Wiederaufbau und die Deutsche Ausgleichsbank beauftragt worden.

Die Bautätigkeit in Ostdeutschland wird sich aller Voraussicht nach künftig weiter abschwächen.¹² Gleichwohl ist zu erwarten, daß sie noch für längere Zeit ein höheres Niveau aufweisen wird als in Westdeutschland. Der Modernisierungs- und Sanierungsbedarf bei Gebäuden und Infrastruktureinrichtungen ist noch groß. Vor allem im kommunalen Bereich sind weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Verkehrswege sowie zur Wasserver- und -entsorgung dringlich. Wie schnell die notwendigen Investitionen verwirklicht werden können, hängt maßgeblich von der Finanzausstattung der Länder und Kommunen ab, aber auch von den Renditen, die private Investoren auf diesem Gebiet erzielen können.

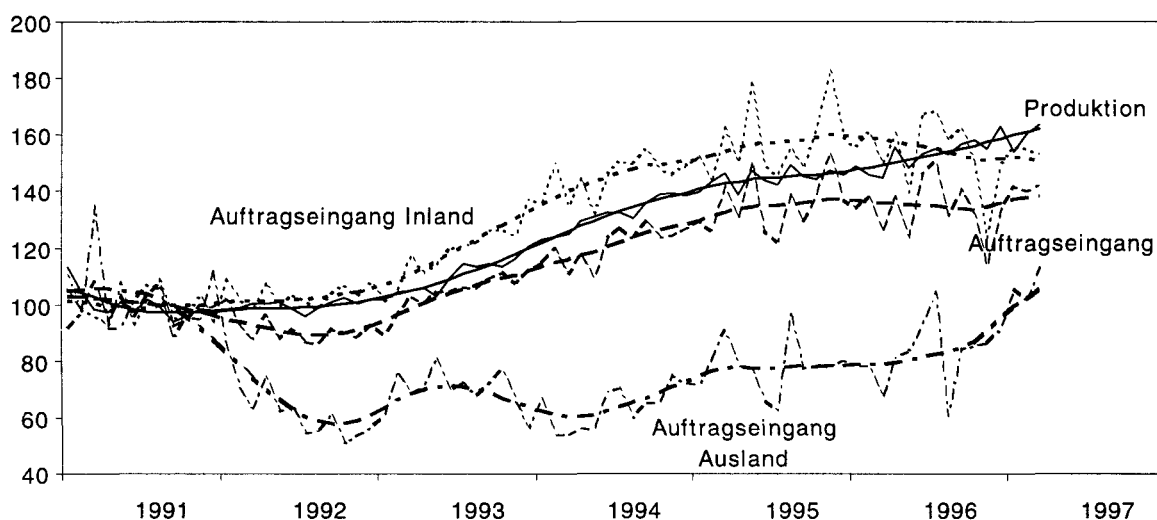
2. Verarbeitendes Gewerbe: Zunehmende Präsenz auf überregionalen Märkten

Wachstum auf breiterer Basis

Die Industrie war und ist noch immer die Achillesferse der ostdeutschen Wirtschaft. Das Problem ist die zu starke Ausrichtung auf lokale und regionale Märkte. Dies scheint sich jetzt zu ändern. Denn allmählich wird die Dynamik von überregional orientierten Zweigen bestimmt.

Die Expansion, die um die Jahreswende 1995/96 an Schwung verlor, hat sich in letzter Zeit wieder verstärkt (Schaubild 2 und Tabelle A6). Im ersten Quartal war die saison- und arbeitstäglichereinigte Produktion um 9 vH höher als im entsprechenden Quartal des Vorjahres. Zum Vergleich: Im ersten Quartal 1996 nahm sie gegenüber dem ersten Quartal 1995 nur um 2 vH zu. Bei den Auftragseingängen zeigt sich in der Grundtendenz eine ähnliche Entwicklung. Sie gingen im Jahresverlauf 1996 etwas zurück, steigen seit Ende des Jahres aber wieder an.

Schaubild 2 – Produktion und Auftragseingang im Verarbeitenden Gewerbe in Ostdeutschland Januar 1991–März 1997 (1991 = 100).



^aArbeitstäglic. — ^bVolumenindex. — ^cSaisonbereinigt nach dem Berliner Verfahren BV4, jeweils glatte Komponente (dicke Linie) und saisonbereinigte Werte (dünne Linie).

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Dabei fällt auf, daß die Impulse vor allem aus dem Ausland kommen.¹³ Die Auftragseingänge aus dem Inland entwickeln sich dagegen schwach. Die Konstellation von stagnierender Inlandsnachfrage und steigender Auslandsnachfrage hat es seit 1991 in Ostdeutschland nicht mehr gegeben. Dies zeigt, daß es der ostdeutschen Industrie zunehmend gelingt, auf internationalen Märkten Fuß zu fassen.

Die Unterschiede innerhalb der Industrie sind allerdings nach wie vor erheblich. Eine Reihe von Branchen, die sich nach der Wende rasch erholten, sind auch in jüngster Zeit kräftig gewachsen. Dazu zählen vor allem solche Branchen, die von der Bautätigkeit vor Ort profitieren. So konnten in der Wirtschaftsabteilung Glas, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden die Unternehmen im Jahr 1996 das hohe Produktionsniveau des Jahres 1995 abermals deutlich übertreffen. Auch die Unternehmen im Holzgewerbe konnten die Produktion weiter steigern, wenn auch mit einer geringeren Rate als vordem. Dabei weist innerhalb des Holzgewerbes vor allem die Herstellung von Konstruktionsteilen, Fertigbauteilen und Ausbauelementen aus Holz ein überdurchschnittlich hohes Wachstum aus. Weiter aufwärts geht es auch bei der Herstellung von Kunststoff- und Gummiwaren. Hier verdreifachte sich die Produktion seit 1991. Neben der Herstellung von Baubedarfsartikeln ist die Herstellung von Ver-

packungsmitteln aus Kunststoff stark gestiegen. Auch die Ernährungsindustrie, die inzwischen einen beachtlichen Anteil am ostdeutschen Markt hält, expandiert weiter. Die Entwicklung verläuft hier im einzelnen freilich recht differenziert. Kräftig wachsen die Obst- und Gemüseverarbeitung, die Herstellung von Ölen und Fetten, die Herstellung von Zucker sowie die Milchverarbeitung. Diese Zweige beliefern nicht nur lokale Märkte, sondern auch — mit Vorprodukten wie mit Fertigprodukten — überregionale Märkte. Vor allem die wenigen neuen oder modernisierten Betriebe prägen hier das Bild.

Es gibt aber auch Branchen, die auf lokale Märkte ausgerichtet sind, aber ihr anfängliches Expansionstempo nicht durchhalten konnten. So ist es bei den Zeitungsdruckereien infolge der in Ostdeutschland wie in Westdeutschland nachlassenden Nachfrage nach Zeitungen und Zeitschriften zu einem Rückgang bei der Produktion gekommen. In anderen Teilen der Druckindustrie wie bei den Setzereien und Reprografiebetrieben hielt dagegen das Produktionswachstum an. Auch in der metallverarbeitenden Industrie insgesamt hat sich das Expansionstempo verlangsamt: Einige baunahe Bereiche wie die Herstellung von Ausbauelementen aus Metall haben die Produktion zwar noch ausweiten können, andere Bereiche wie die Herstellung von Heizkörpern mußten sie dagegen drosseln.

Unter den im allgemeinen auf überregionale Märkte ausgerichteten Industriezweigen ist die Produktion mittlerweile erkennbar aufwärtsgerichtet, wenn auch noch nicht überall. Ins Auge springt vor allem die Entwicklung bei der Herstellung von EDV-Geräten. Im ersten Quartal 1997 war die Produktion um fast vier Fünftel höher als ein Jahr zuvor. Begonnen hat der steile Anstieg Ende 1995, als einige neuerrichtete Werke ihre Produktion aufnahmen. Ähnliches gilt auch für einige Teile der Chemischen Industrie, z.B. für die Waschmittelproduktion. Die meisten Großinvestitionen der Grundstoffchemie sind indes noch nicht abgeschlossen; die Produktion wird hier in Kürze aber ebenfalls kräftig anziehen.

Im Kraftwagenbau ist die Produktion im letzten Jahr nicht weiter gestiegen, freilich ist sie inzwischen dreimal so hoch wie 1991. Aufwärts geht es dagegen bei den Herstellern von Zulieferteilen für die Fahrzeugindustrie, wie elektrischen Ausrüstungen für Fahrzeuge sowie Akkumulatoren und Batterien. Das mag daran liegen, daß in zunehmendem Maße eigenständige ostdeutsche Unternehmen Zugang zu den Zuliefernetzwerken des Fahrzeugbaus finden. Denkbar ist aber auch, daß Unternehmen aus dem Westen, die schon in solchen Netzwerken verankert sind, Zulieferbetriebe in den neuen Bundesländern errichtet haben, die nun ihre Produktion aufnehmen.

Ein Problembereich der ostdeutschen Industrie bleibt der Maschinenbau, bei dem die Produktion — über alle Sparten hinweg — auf niedrigem Niveau stagnierte. Sorgen bereitet auch der Schiffbau. Hier ist die Produktion 1996 gegenüber dem Vorjahr nochmals deutlich zurückgegangen und mittlerweile gerade noch halb so hoch wie 1991.

Alles in allem deuten die verfügbaren Informationen darauf hin, daß sich das für die ersten Nachwende-Jahre typische Entwicklungsmuster der industriellen Produktion wandelt. Die Dynamik kommt mittlerweile nicht mehr nur von Unternehmen, die vorwiegend für lokale Märkte produzieren. Mehr und mehr schlagen sich in der Produktion auch die Investitionen von Unternehmen mit überregionalem Absatz nieder. Damit wird die ostdeutsche Wirtschaft zwar zunehmend in den internationalen Konjunkturverbund eingebunden, aber es vergrößert sich auch ihr Wachstumsspielraum.

Sektorales Spezialisierungsmuster wandelt sich

Innerhalb weniger Jahre hat die ostdeutsche Industrie einen beispiellosen Strukturwandel durchgemacht. Auffällig ist der große Bedeutungsverlust von weiten Teilen der Investitionsgüterindustrie. Auf den Maschinenbau, einst der wichtigste Industriezweig der DDR, entfiel 1991 noch ein Anteil von 17 vH der Industrieproduktion Ostdeutschlands, derzeit sind es nur noch 9 vH (Tabelle 4). Andere Branchen, wie die Chemische Industrie und der Schiffbau, spielen heute ebenfalls nicht mehr die Rolle wie früher. Die ostdeutsche Industrie wird heute vom Ernährungsgewerbe und der Steine- und Erden-Industrie dominiert, die zusammen ein knappes Drittel zur Industrieproduktion beisteuern. Zum Vergleich: In der westdeutschen Industrie ist das Gewicht der beiden Branchen nicht einmal halb so

Tabelle 4 – Struktur des Produktionsvolumen des Verarbeitenden Gewerbes^a in Ostdeutschland nach Abteilungen 1991–1996 (vH)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Westdeutschland 1996
<i>Verarbeitendes Gewerbe</i>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ernährungsgewerbe	17,8	19,7	19,3	20,0	19,5	21,2	10,7
Tabakverarbeitung	2,3	1,9	1,8	1,7	1,5	1,6	1,4
Textilgewerbe	2,1	1,8	1,6	1,7	1,8	1,8	1,4
Bekleidungsgewerbe	1,1	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	1,1
Ledergewerbe	0,6	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,4
Holzgewerbe	1,0	1,0	1,3	1,7	1,9	1,9	1,5
Papiergewerbe	1,6	1,4	1,4	1,8	2,4	2,5	2,7
Druckgewerbe	0,9	1,0	0,9	0,9	0,9	0,8	1,7
Kokerei, Mineralölverarbeitung etc.	4,9	4,9	4,8	4,3	4,2	4,3	5,8
Chemische Industrie	11,5	10,3	8,1	7,3	7,8	7,6	11,2
Herstellung von Kunststoff- und Gummiwaren	2,3	3,1	3,6	4,5	4,0	4,0	4,2
Glasgewerbe, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	4,6	6,1	8,2	9,6	9,3	9,1	3,2
Metallerzeugung und -bearbeitung	6,4	6,5	5,9	5,3	5,4	5,2	4,8
Herstellung von Metallerzeugnissen	3,9	5,2	6,0	6,6	7,8	7,7	6,1
Maschinenbau	17,3	12,7	11,8	9,8	9,8	9,1	12,8
Herstellung von Büromaschinen, DV-Geräten und -einrichtungen	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	1,2	1,6
Herstellung von Geräten der Elektri- zitätserzeugung, -verteilung u.ä.	6,1	6,1	5,2	5,2	5,7	5,7	6,2
Rundfunk-, Fernseh- und Nach- richtentechnik	1,4	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3	2,2
Medizin-, Meß-, Steuer- und Rege- lungstechnik, Optik	1,9	1,9	2,1	2,3	2,1	2,1	2,5
Herstellung von Kraftwagen und -teilen	2,3	3,8	5,4	6,4	6,8	6,4	14,2
Sonstiger Fahrzeugbau	6,6	6,9	7,0	5,6	3,6	3,1	1,4
Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten etc.	2,8	2,8	3,0	2,8	2,9	2,8	2,7

^aOhne Recycling- und Verlagsgewerbe.

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

groß. Anders als früher gehört der Kraftwagenbau heute zu den bedeutenden Branchen in Ostdeutschland, hat jedoch bei weitem nicht den Stellenwert wie in Westdeutschland. Auf diese Branche entfallen in Ostdeutschland 6 vH der Produktion, in Westdeutschland dagegen 14 vH. Alles in allem hat sich eine Industriestruktur herausgebildet, in der im Vergleich mit der westdeutschen Industrie solche Branchen ein hohes Gewicht haben, die auf lokale und regionale Märkte ausgerichtet sind. Allerdings hält der Strukturwandel an, und vieles deutet darauf hin, daß er fortan eine andere Richtung nimmt. Zu erwarten ist, daß sich im groben die Strukturen im Osten an die im Westen (die sich freilich selbst sehr schnell wandeln) rasch angleichen. Denn auf lange Sicht bleibt für die ostdeutsche Industrie wenig Raum für eine Produktionsstruktur, die komplementär zu der in Westdeutschland ist.

Bedeutung für die Inlandsproduktion nimmt zu

Der Anteil der ostdeutschen Industrie an der gesamten deutschen Industrieproduktion hat in den letzten Jahren stetig zugenommen — von 4 vH im Jahr 1991 auf 6,3 vH im Jahr 1996 (Tabelle 5). Fast alle Zweige haben ihre Position verbessern können. Ausnahmen sind die Chemische Industrie und der Maschinenbau, deren Anteile sich nicht nennenswert verändert haben. Dennoch kann das nicht zufriedenstellen. Das Gewicht der ostdeutschen Industrie ist immer noch gering.

Tabelle 5 – Beitrag des Verarbeitenden Gewerbes^a in Ostdeutschland zum Produktionsvolumen des gesamten Verarbeitenden Gewerbes in Deutschland nach Abteilungen 1991–1996 (vH)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
<i>Verarbeitendes Gewerbe</i>	4,0	4,0	4,7	5,4	5,9	6,3
Ernährungsgewerbe	7,1	7,8	8,3	10,0	10,4	11,7
Tabakverarbeitung	5,4	4,8	5,2	5,6	6,0	7,1
Textilgewerbe	4,1	3,9	4,1	5,3	6,5	7,5
Bekleidungsgewerbe	2,4	1,7	1,9	2,3	2,4	2,3
Ledergewerbe	4,1	3,2	2,7	3,7	3,4	2,8
Holzgewerbe	3,0	2,7	4,0	5,5	6,9	7,6
Papiergewerbe	2,5	2,1	2,4	3,4	5,3	5,9
Druckgewerbe	2,1	2,3	2,4	2,9	3,0	3,1
Kokerei, Mineralölverarbeitung etc.	3,8	3,6	3,7	3,9	4,5	4,7
Chemische Industrie	4,7	4,1	3,6	3,6	4,2	4,3
Herstellung von Kunststoff- und Gummiwaren	2,2	2,9	3,9	5,4	5,3	6,0
Glasgewerbe, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	5,8	7,3	10,6	13,6	15,0	16,2
Metallerzeugung und -bearbeitung	4,9	5,2	5,7	5,6	6,3	6,8
Herstellung von Metallerzeugnissen	2,8	3,6	4,9	6,1	7,3	7,7
Maschinenbau	5,0	3,9	4,4	4,3	4,6	4,5
Herstellung von Büromaschinen, DV-Geräten und -einrichtungen	1,1	1,5	1,9	2,3	2,5	4,6
Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung u.ä.	4,0	3,9	4,0	4,4	5,5	5,8
Rundfunk-, Fernseh- und Nachrichtentechnik	2,7	2,5	2,9	3,4	4,0	3,7
Medizin-, Meß-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik	3,1	3,1	3,9	5,1	5,0	5,4
Herstellung von Kraftwagen und -teilen	0,7	1,1	2,0	2,6	3,0	2,9
Sonstiger Fahrzeugbau	12,9	13,8	16,3	16,7	12,7	12,7
Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten etc.	3,8	3,9	4,7	5,4	6,2	6,5
^a Ohne Recycling- und Verlagsgewerbe.						

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Eine differenzierte Aufbereitung der Umsätze zeigt, daß auch innerhalb der Branchen sehr große Unterschiede bestehen. Gegliedert nach ihrem Anteil am gesamten Branchenumsatz in Deutschland ergibt sich folgendes Bild. Den höchsten Anteil weisen die Hersteller von Schienenfahrzeugen auf, nämlich fast zwei Fünftel (Tabelle 6). Hoch sind auch die Anteile der Hersteller von Beton- und Zementerzeugnissen sowie von Transportbeton und die Anteile von Recyclingbetrieben und von Werften. Beachtliche Umsatzanteile erzielen schließlich die ostdeutschen Hersteller auf den Märkten für Grundnahrungsmittel (Zucker, Öle, Fette, Stärke, Mehl), für pharmazeutische Grundstoffe, für elektrische Kabel, für Fahrräder, für Musikinstrumente sowie für Schreibwaren. Hierbei handelt es sich sowohl um kleine als auch um große Absatzmärkte.

3. Dienstleistungsgewerbe: Angebotslücken bei produktionsnahen Dienstleistungen

Der Dienstleistungssektor in den neuen Bundesländern hat sich seit der Wende überaus dynamisch entwickelt. Das ist nicht verwunderlich, denn in der DDR war das Angebot bei Dienstleistungen ungenügend. Einige Dienste gab es überhaupt nicht, wie etwa moderne Finanzdienstleistungen, Unternehmens- und Steuerberatung, Leasing, Marketing oder Immobilienhandel. Andere Dienste waren qualitativ und quantitativ unzureichend und entsprachen nicht mehr den Wünschen der Nachfrager. Die Voraussetzungen für den Neuaufbau waren also günstig. In vielen Bereichen gab es anfänglich nur we-

Tabelle 6 – Umsatz von ausgewählten Wirtschaftsgruppen bzw. -klassen des Verarbeitenden Gewerbes in Ostdeutschland mit einem relativ hohen Anteil am gesamtdeutschen Umsatz 1996

Nr. der Systematik		Umsatz	
		Mill. DM	vH des gesamten Umsatzes deutscher Unternehmen
35.20	Schienenfahrzeugbau	2 010,4	36,1
26.66	Herstellung von Erzeugnissen aus Beton, Zement u. Gips	224,8	32,7
37.10	Recycling von Schrott	332,0	26,0
26.63	Herstellung von Transportbeton	1 799,5	24,5
35.11	Schiffbau (ohne Boots- und Yachtbau)	1 771,0	24,1
37.20	Recycling von nichtmetallischen Altmaterialien und Reststoffen	198,7	21,9
26.61	Herstellung von Betonerzeugnissen für den Bau und von Kalksandsteinen	3 315,6	21,8
26.40	Ziegelei, Herstellung von sonstiger Baukeramik	788,7	21,2
33.30	Herstellung von industriellen Prozeßsteuerungsanlagen+B49	452,3	20,8
15.83	Zuckerindustrie	1 287,3	20,0
15.43	Herstellung von Margarine und ähnlichen Nahrungsfetten	587,1	18,7
26.14	Herstellung von Glasfaser	238,8	18,1
25.23	Herstellung von Baubedarfsartikeln aus Kunststoff	1 916,9	16,1
22.12	Zeitungsverlag	2 654,9	15,8
28.11	Herstellung von Stahl- und Leichtmetallkonstruktionen	3 472,9	15,6
15.62	Herstellung von Stärke und Stärkeerzeugnissen	308,3	15,5
15.97	Herstellung von Malz	144,2	15,4
15.13	Fleischverarbeitung	3 410,9	15,3
25.12	Runderneuerung von Bereifungen	61,1	14,9
24.41	Herstellung von pharmazeutischen Grundstoffen	89,1	14,6
15.98	Mineralbrunnen, Herstellung von Erfrischungsgetränken	1 665,6	14,5
17.11	Baumwollaufbereitung und -spinnerei	279,0	14,4
35.42	Herstellung von Fahrrädern	183,9	14,2
36.30	Herstellung von Musikinstrumenten	104,9	14,1
26.12	Veredelung und Verarbeitung von Flachglas	672,7	14,0
15.81	Herstellung von Backwaren (ohne Dauerbackwaren)	1 807,1	13,7
26.21	Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen	231,1	13,2
15.7	Herstellung von Futtermitteln	1 322,0	12,9
34.20	Herstellung von Karosserien, Aufbauten und Anhängern	1 243,8	12,8
28.30	Herstellung von Dampfkesseln (ohne Zentralheizungskessel)	1 287,5	12,8
27.34	Herstellung von gezogenem Draht	295,9	12,7
15.96	Herstellung von Bier	2 404,6	12,5
31.30	Herstellung von isolierten Elektrokabeln, -leitungen u. -drähten	755,0	12,1
15.5	Milchverarbeitung	4 813,3	12,1
24.11	Herstellung von Industriegasen	210,0	12,0
21.23	Herstellung von Schreibwaren und Bürobedarf aus Papier, Karton und Pappe	414,7	11,3
17.71	Herstellung von Strumpfwaren	169,6	11,0
24.61	Herstellung von pyrotechnischen Erzeugnissen	112,4	10,7
27.51	Eisengießerei	578,4	10,5
17.60	Herstellung von gewirktem und gestricktem Stoff	131,5	10,2
15.91	Herstellung von Spirituosen	764,8	10,2
28.21	Herstellung von Tanks und Sammelbehältern	287,7	10,0
	<i>Verarbeitendes Gewerbe insgesamt</i>	125 489,8	6,1

Quelle: Statistisches Bundesamt.

nige Wettbewerber, so daß sich — ermuntert durch eine attraktive Förderung — der Markteintritt zu lohnen schien. Zudem erhöhte sich — gestützt durch hohe Transfers aus dem Westen — die Kaufkraft der Bevölkerung und mithin die Nachfrage nach Dienstleistungen rasch.

Gründungswelle läuft aus

Mit der Wende setzte folglich eine Gründungswelle im Dienstleistungssektor ein. Nach den Ergebnissen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ist die Zahl der Selbständigen kräftig angestiegen. Zwischen 1991 und 1996 haben sich — per saldo — reichlich 130 000 Personen im Dienstleistungsgewerbe selbständig gemacht. Damit hat sich die Zahl der Selbständigen in dieser Zeit um mehr als die Hälfte erhöht (Tabelle 7). Besonders stark war das Gründungsgeschehen bei der Gruppe, die zu den sogenannten sonstigen Dienstleistungen zusammengefaßt sind. Hier stieg die Zahl der Selbständigen auf mehr als das Anderthalbfache. Insgesamt beläuft sich der Anteil der Selbständigen an allen Erwerbstätigen in Ostdeutschland auf 15 vH, in Westdeutschland sind es 17 vH. Dabei gibt es große Unterschiede zwischen einzelnen Bereichen. Vergleichsweise hoch ist die Selbständigenquote im Osten bei den Sonstigen Dienstleistungen (19 vH), besonders niedrig ist sie im Verkehrsgewerbe (6 vH).

Tabelle 7 – Selbständige im Dienstleistungssektor in Ostdeutschland 1991–1996 (1 000 Personen)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	<i>Nachrichtlich:</i> Westdeutschland 1996
Handel und Verkehr	104	116	123	134	135	136	779
Handel	82	95	101	111	113	114	683
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	22	21	22	23	22	22	96
Dienstleistungsunternehmen	135	161	185	200	218	236	1 206
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	–	–	–	–	–	–	1
Sonstige Dienstleistungen	135	161	185	200	218	236	1 205
<i>Insgesamt</i>	239	277	308	334	353	372	1 985

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Nach den Angaben des Mikrozensus, der allerdings die Erwerbstätigen nach dem Wohnortkonzept erfaßt, waren im Mai 1995 knapp 4,1 Millionen Personen im tertiären Sektor (einschließlich Staat und Organisationen ohne Erwerbscharakter) tätig, das waren 60 vH aller ostdeutschen Erwerbstätigen (Tabelle 8). Schwerpunkte waren der Handel, das Verkehrsgewerbe, das Gesundheitswesen sowie die staatlichen Stellen. Die Bereiche Grundstückswesen, Vermietungen sowie Dienstleistungen für Unternehmen spielen demgegenüber nur eine nachrangige Rolle — lediglich knapp ein Zehntel aller Erwerbstätigen waren hier tätig. Der Vergleich mit der Struktur des Dienstleistungssektors in Westdeutschland zeigt, daß in Ostdeutschland die öffentliche Verwaltung und die konsumnahen Dienstleistungen eine größere Bedeutung haben. Die Defizite liegen bei den Kreditinstituten und Versicherungsunternehmen sowie bei anderen produktionsnahen Dienstleistungen. Bezogen auf 10 000 Einwohner sind dort zum Beispiel in der Datenverarbeitung zwölf Personen tätig, während es in Westdeutschland mehr als doppelt so viele sind. Ähnlich kraß ist die Relation bei anderen Dienstleistungen wie Forschung und Entwicklung, Werbung oder in der Steuer- und Wirtschaftsberatung. Dies dürfte daran liegen, daß derartige Leistungen von ostdeutschen Unternehmen selbst erbracht oder aus Westdeutschland bezogen wurden oder gar nicht vorhanden waren. Schließlich handelt es sich um hochspezialisiertes Fachwissen, das zu DDR-Zeiten nicht benötigt wurde und dessen Erwerb mit einem erheblichen Zeitaufwand verbunden ist. Deutlich höher als in Westdeutschland ist der Besatz mit Schutzdiensten und mit Reinigungsdiensten. Ähnliches gilt auch für den Besatz mit Architektur- und Ingenieurbüros, die unmittelbar von der regen Bautätigkeit vor Ort profitieren.

Tabelle 8 – Erwerbstätige^a in Dienstleistungsbereichen in Ost- und in Westdeutschland im Mai 1995

Wirtschaftsabteilung bzw. -gruppe ^b	Ostdeutschland			Westdeutschland		
	in 1 000	Struktur in vH	je 10 000 Einwohner	in 1 000	Struktur in vH	je 10 000 Einwohner
Handel und Gastgewerbe	1 066	26,0	688,8	5 122	28,7	772,1
Kfz-Handel und -reparatur, Tankstellen	142	3,5	91,8	570	3,2	85,9
Großhandel, Handelsvermittlung	133	3,2	85,9	973	5,5	146,7
Einzelhandel, Reparatur von Gebrauchsgütern	588	14,3	380,0	2 745	15,4	413,8
Gastgewerbe	203	5,0	131,2	834	4,7	125,7
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	438	10,7	283,0	1 593	8,9	240,1
Landverkehr, Transport Rohrleitungen	234	5,7	151,2	468	2,6	70,5
Schifffahrt	8	0,2	5,2	37	0,2	5,6
Luftfahrt	3	0,1	1,9	70	0,4	10,6
Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr, Verkehrsvermittlung	84	2,0	54,3	509	2,9	76,7
Nachrichtenübermittlung	109	2,7	70,4	509	2,9	76,7
Kredit- und Versicherungsgewerbe	145	3,5	93,7	1 148	6,4	173,0
Kreditgewerbe	86	2,1	55,6	732	4,1	110,3
Versicherungsgewerbe	47	1,1	30,4	323	1,8	48,7
Verbundene Tätigkeiten	12	0,3	7,8	93	0,5	14,0
Grundstückswesen, Vermietung, Dienstleistungen für Unternehmen	367	9,0	237,1	1 791	10,0	270,0
Grundstücks- und Wohnungswesen	50	1,2	32,3	152	0,9	22,9
Vermietung von beweglichen Sachen ohne Bedienungspersonal	8	0,2	5,2	31	0,2	4,7
Datenverarbeitung, Datenbanken	19	0,5	12,3	177	1,0	26,7
Forschung und Entwicklung	21	0,5	13,6	164	0,9	24,7
Erbringung von Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen	269	6,6	173,8	1 267	7,1	191,0
davon:						
Recht-, Steuer- und Wirtschaftsberatung, Markt- und Meinungsforschung, Beteiligungsgesellschaften	65	1,6	42,0	474	2,7	71,4
Architektur- und Ingenieurbüros	60	1,5	38,8	216	1,2	32,6
Technische, physikalische und chemische Untersuchungen	7	0,2	4,5	30	0,2	4,5
Werbung	14	0,3	9,0	109	0,6	16,4
Gewerbsmäßige Überlassung von Arbeitskräften	10	0,2	6,5	28	0,2	4,2
Detekteien, Schutzdienste	30	0,7	19,4	40	0,2	6,0
Reinigung von Gebäuden, Inventar und Verkehrsmitteln	56	1,4	6,2	185	1,0	27,9
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen	27	0,7	17,4	185	1,0	27,9
Öffentliche Verwaltung u.ä.	742	18,1	479,5	2 656	14,9	400,3
Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung	733	17,9	473,7	2 629	14,7	396,3
Exterritoriale Organisationen und Körperschaften	9	0,2	5,8	27	0,2	4,1
Öffentliche und private Dienstleistungen (ohne öffentliche Verwaltung)	1 340	32,7	865,9	5 530	31,0	833,6
Erziehung und Unterricht	429	10,5	277,2	1 399	7,8	210,9
Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen	555	13,5	358,6	2 596	14,6	391,3
Abwasser- und Abfallbeseitigung und sonstige Entsorgung	29	0,7	18,7	95	0,5	14,3
Interessenvertretungen, kirchliche und religiöse Vereinigungen	72	1,8	46,5	359	2,0	54,1
Kultur, Sport, Unterhaltung	89	2,2	57,5	358	2,0	54,0
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	160	3,9	103,4	612	3,4	92,2
Private Haushalte	6	0,1	3,9	111	0,6	16,7
Dienstleistungen insgesamt	4 098	100,0	2 648,1	17 840	100,0	2 689,1

^aErwerbstätige am Wohnort. — ^bKlassifikation nach Statistisches Bundesamt (1994).

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Außer den Angaben über die Beschäftigung gibt es nur wenige differenzierte und konsistente Informationen über den Dienstleistungssektor. Eine dieser Quellen ist (neben der Handels- und Gaststättenzählung von 1994) die 1995 durchgeführte Handwerkszählung. Im Rahmen dieser Totalerhebung wurden alle Handwerks- und handwerksähnlichen Betriebe unter anderem nach ihrem Umsatz und ihren Personalkosten des Jahres 1994 sowie nach den Beschäftigten im März 1995 gefragt. Damit sind für diese Betriebe Aussagen über Größe, Umsatzproduktivität und Lohnkostenbelastung im Ost-West-Vergleich möglich.

Der überwiegende Teil des Dienstleistungshandwerks entfällt demzufolge auf 3 Bereiche: Reparaturen (vor allem von Kraftfahrzeugen), Reinigungsgewerbe und persönliche Dienstleistungen (wie Friseure, Zahntechniker, Augenoptiker). Ostdeutsche Betriebe des Dienstleistungshandwerks sind im Durchschnitt nicht kleiner als westdeutsche Betriebe derselben Branche (Tabelle 9). Der Umsatz je Beschäftigten liegt aber in den meisten Handwerkszweigen deutlich unter dem Niveau westdeutscher Betriebe — im Kfz-Handwerk, dem umsatzstärksten Zweig, um etwa 40 vH. Gleichwohl dürfte die Kostenbelastung nicht viel höher sein, als im Westen, weil die Löhne und Gehälter — und damit auch die Personalnebenkosten — entsprechend niedriger sind.

Tabelle 9 – Kennziffern für das Dienstleistungshandwerk in Ost- und Westdeutschland 1994/95

	Beschäftigte je Unternehmen (Zahl)		Umsatz je Beschäftigten (1 000 DM)		Anteil der Löhne und Gehälter am Umsatz (vH)	
	Ostdeutschland	West- deutschland	Ostdeutschland	West- deutschland	Ostdeutschland	West- deutschland
Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kfz und Gebrauchsgütern	7	8	247,3	272,7	10,3	12,3
Kfz-Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kfz, Tankstellen	10	10	188,0	321,5	9,3	11,0
Handelsvermittlung und Großhandel	10	18	285,2	407,1	10,9	11,3
Einzelhandel, Reparatur von Gebrauchsgütern	4	6	134,8	154,4	19,7	17,5
Grundstücks-, Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen usw.	19	48	40,1	27,9	42,4	44,0
Erbringung sonstiger öffentlicher und persönlicher Dienstleistungen	7	5	32,1	40,1	42,2	37,3
<i>Insgesamt</i>	9	11	149	130,2		

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Ostdeutsche Dienstleistungsunternehmen haben in den letzten Jahren erhebliche Beträge investiert. Für den Zeitraum von 1991 bis 1996 summieren sie sich nach Schätzungen des ifo-Instituts auf knapp 290 Mrd. DM (Tabelle 10). Dies entspricht etwa der Hälfte aller Investitionen im Unternehmensbereich (ohne Wohnungsvermietung). Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, daß hierin auch die von Unternehmen anderer Wirtschaftsbereiche geleasteten Anlagegüter enthalten sind — nach dieser Rechnung werden Investitionen beim Eigentümer und nicht beim Nutzer verbucht.

Ein beträchtlicher Teil der Investitionen entfällt auf den Sektor Verkehr und Nachrichtenvermittlung. Der ganz überwiegende Teil davon wird von Bahn, Post und Telekom vorgenommen. Je Einwohner gerechnet liegen die investierten Summen hier um fast das Dreifache über dem westdeutschen Niveau. Im Handel hingegen sind die Investitionen je Einwohner gerechnet geringer als in Westdeutschland. Dies überrascht angesichts der zahllosen neuen Einkaufszentren und Verbrauchermärkte.

Tatsächlich wird hier aber die Investitionstätigkeit unterzeichnet. Zu berücksichtigen ist nämlich, daß vom Handel viele Immobilien wie Verkaufsräume in Gewerbeparks oder in innerstädtischen Ladenpassagen angemietet werden und daher als Investitionen im Bereich sonstige Dienstleistungen erscheinen. So werden für die sonstigen Dienstleistungen sehr hohe Investitionen ausgewiesen: Im Jahr 1996 wurden knapp 25 Mrd. DM bilanziert, das ist fast so viel wie im Verarbeitenden Gewerbe. Je Einwohner gerechnet wurde hier deutlich mehr als in Westdeutschland investiert. Ein Großteil der Investitionen dürften Bauobjekte zur Weitervermietung sein — wie Gewerbezentren, Ladenpassagen oder Hotels. Die Investitionen von Dienstleistungsunternehmen, die ihre Anlagen selbst nutzen, dürften wohl den geringeren Teil dieser Summe ausmachen.

Tabelle 10 – Investitionen in neue Anlagen in Ostdeutschland 1991–1996 (Mrd. DM)^a

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Land- und Forstwirtschaft	1,2	1,3	1,1	1,1	1,2	1,3
Produzierendes Gewerbe	29,8	39,3	47,5	49,9	51,8	51,5
Energie/Wasser, Bergbau	9,1	14,0	18,2	19,2	20,6	21,5
Verarbeitendes Gewerbe	17,3	21,0	24,2	25,5	26,5	26,0
Baugewerbe	3,5	4,3	5,1	5,2	4,7	4,0
Handel	4,4	5,3	5,7	6,0	5,8	5,7
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	16,9	23,0	24,8	26,8	27,5	27,9
Sonstige Dienstleistungsunternehmen ^{b,c}	7,3	11,0	17,0	22,0	24,3	24,6
<i>Unternehmen insgesamt^c</i>	59,7	79,8	96,0	105,8	110,6	111,0

^aStand: März 1996; Schätzungen des ifo Instituts, Eckdaten weitgehend abgestimmt mit der amtlichen Statistik; sektorale Zuordnung der Investitionen nach dem Eigentümerkonzept. — ^bEinschließlich Banken und Versicherungen. — ^cOhne Wohnungsvermietung.

Quelle: ifo Investorenrechnung Ost, Statistisches Bundesamt.

Produktionsnahe Dienstleistungsunternehmen ...

Um einen tieferen Einblick in die wirtschaftliche Lage des Dienstleistungssektors in Ostdeutschland zu bekommen, hat das DIW im Herbst 1996 erstmals Unternehmen befragt, die produktionsnahe Dienstleistungen erbringen. Produktionsnahe Dienstleistungen entwickeln sich in den westlichen Industriestaaten sehr dynamisch. Ausschlaggebend dafür ist zum einen, daß der Bedarf an solchen Dienstleistungen generell stark steigt, und zum anderen, daß Unternehmen immer mehr dazu übergehen, eine Reihe von Leistungen, die sie früher selbst erstellt haben, auf dem Markt nachzufragen.

Der Begriff „produktionsnahe Dienstleistungen“ sowie der mitunter synonym verwendete Begriff „unternehmensnahe Dienstleistungen“ ist allerdings nicht eindeutig bestimmt. Entsprechend gibt es auch keine verbindliche Konvention, nach der sich produktionsnahe Dienstleistungen von anderen Dienstleistungen abgrenzen lassen. Allgemeine Ansicht ist lediglich, daß es sich um Dienstleistungen handelt, die eng mit der Warenproduktion verbunden sind. Zumeist wird ein weiteres Abgrenzungskriterium eingeführt und zwar, daß es sich bei produktionsnahen Dienstleistungen um solche handelt, zu deren Erbringung im allgemeinen hochqualifizierte Arbeitskräfte erforderlich sind. Dieses Abgrenzungskriterium lag auch der Umfrage zugrunde. Demzufolge sind die an der Umfrage beteiligten Unternehmen nach folgenden Dienstleistungszweigen gruppiert worden:¹⁴

- EDV-Dienstleistungen (Hardware- und Softwareberatung, Softwareentwicklung und Datenverarbeitungsdienste),
- Ingenieurdienste für das Bauwesen (Architekten, Bauingenieuren, Statiker und Vermessungsbüros),
- andere Ingenieurdienste (private Forschungs- und Entwicklungslabors und Ingenieurbüros, die auf den Gebieten Elektrotechnik, Maschinenbau, Verfahrenstechnik, Energietechnik oder Industriedesign tätig sind oder die technische, physikalische oder chemische Untersuchungen durchführen),

- Wirtschafts- und Unternehmensberatung,
- Werbung sowie Markt- und Meinungsforschung sowie
- sonstige produktionsnahe Dienstleistungen (gewerbsmäßige Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften, Gebäudereinigung, Schreib- und Übersetzungsbüros, Abfallbeseitigung).

Insgesamt haben 1 100 produktionsnahe Dienstleistungsunternehmen verwertbare Fragebögen zurückgeschickt. Inwieweit diese ein repräsentatives Abbild ihres Bereichs darstellen, läßt sich nicht beurteilen, da es keine ausreichenden Informationen über die Grundgesamtheit gibt. Aufgrund der großen Zahl der eingegangenen Fragebögen ist aber die Wahrscheinlichkeit gering, daß es sich um atypische Gruppen von Unternehmen handelt.

Wie nicht anders zu erwarten, dominieren junge Unternehmen. Nur ein kleiner Teil ist aus der Privatisierung oder Reprivatisierung ehemaliger Treuhandunternehmen hervorgegangen oder wurde schon zu DDR-Zeiten privat geführt (Tabelle 11). Deren Leistungsprofil war damals ein anderes, da es so gut wie keine privaten Unternehmen gab, die produktionsnahe Dienstleistungen erbrachten. Beim weit überwiegenden Teil der produktionsnahen Dienstleister handelt es sich um eigenständige Unternehmen. Betriebe, die zu einem Unternehmensverbund oder Konzern mit Hauptsitz in Westdeutschland oder im Ausland gehören, gibt es nur wenige; diese sind aber vergleichsweise groß. Als „groß“ einzustufen sind schon Betriebe mit fünfzig und mehr Beschäftigten.

Tabelle 11 – Strukturen ostdeutscher produktionsnaher Dienstleistungsunternehmen 1996 (vH der Unternehmen insgesamt)

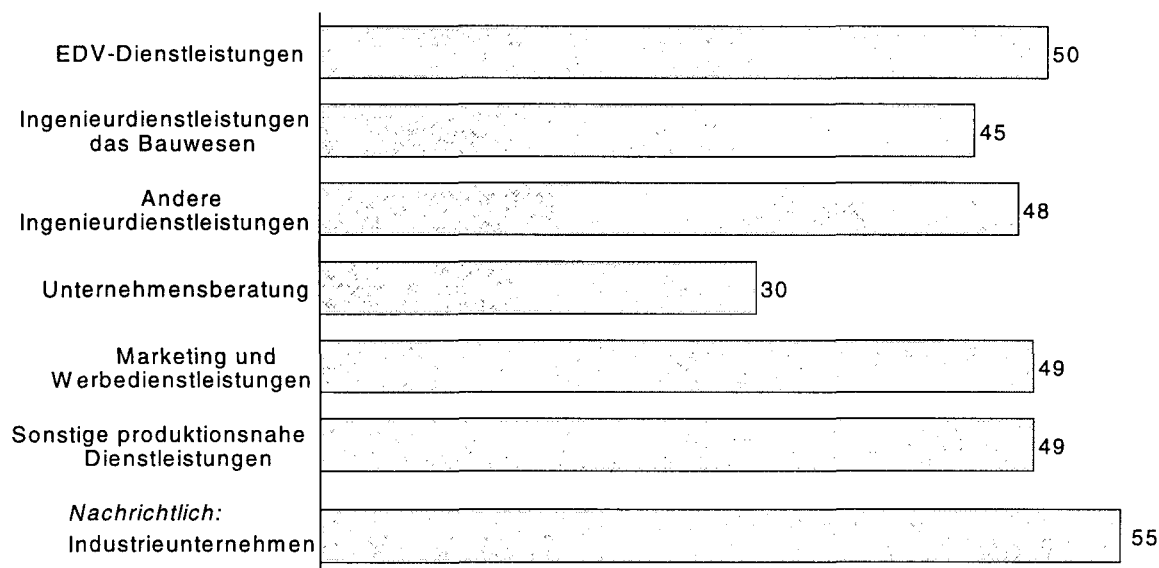
	EDV-Dienstleistungen	Ingenieurleistungen für das Bauwesen	Andere Ingenieurleistungen	Unternehmensberatung	Marketing- und Werbedienstleistungen	Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen
<i>Größenklasse</i>						
Unternehmen mit ... Beschäftigten						
1 bis 4	25	25	24	53	45	16
5 bis 9	34	27	31	28	32	18
10 bis 19	25	23	28	14	12	18
20 bis 49	10	18	15	3	6	29
50 bis 99	3	3	2	1	3	11
100 und mehr	3	3	1	1	3	8
<i>Eigentumsstatus</i>						
Eigenständige Unternehmen	93	95	93	93	92	89
Unternehmen im Besitz westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	7	5	7	7	8	11
<i>Entstehung</i>						
Unternehmen, die vor 1990 in privater Hand waren	4	2	4	5	6	5
Unternehmen, die nach 1989 gegründet wurden	87	78	85	87	88	81
Privatisierte und reprivatisierte Unternehmen	9	20	11	8	6	14

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

... melden eine im Vergleich zur Industrie günstigere Lage, ...

Aus der Umfrage ergibt sich ein zweigeteiltes Bild der wirtschaftlichen Lage. Die eine Hälfte der Unternehmen gibt an, sich im Wettbewerb behaupten zu können, die andere Hälfte hat große Schwierigkeiten. Vergleichsweise günstig ist die Situation bei den Unternehmensberatern, hier klagen nur 30 vH der Unternehmen über gravierende Wettbewerbsprobleme (Schaubild 3).

Schaubild 3 – Produktionsnahe Dienstleistungsunternehmen in Ostdeutschland mit großen Problemen im Herbst 1996



Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

An der Spitze der Problemliste stehen Finanzierungs- und Liquiditätsengpässe. Dieser Befund zieht sich durch alle Dienstleistungszweige (Tabelle A7):

- Für die finanziellen Probleme gibt es viele Gründe. Vielfach ist die Rentabilität unzureichend. Im Jahr 1996 hat knapp die Hälfte der erfaßten Dienstleistungsbetriebe keinen Gewinn gemacht; 1995 war der Anteil ebenso hoch (Tabelle A8). Die Längsschnittbetrachtung zeigt, daß zwei Drittel der Unternehmen, die 1995 keinen Gewinn aufwiesen, auch 1996 in den roten Zahlen waren.
- Neben der Rentabilität bereitet vielen Unternehmen die schlechte Zahlungsmoral der Kunden Sorgen. In einigen Branchen ist das bei fast vier Fünfteln der Fall. Dabei handelt es sich offenbar in der Mehrzahl um ostdeutsche Kunden. Ob die Klagen über die schlechte Zahlungsmoral berechtigt sind, läßt sich hier nicht klären, aber sie sind wohl ein weiterer Hinweis darauf, daß die finanzielle Situation vieler Dienstleistungsunternehmen angespannt ist. Zu diesem Bild paßt, daß die Hälfte der Dienstleistungsunternehmen angesichts der angespannten Finanzlage über zu hohe Personalkosten klagt.

Ostdeutsche Dienstleistungsbetriebe sind oft mit den kommunalen Verwaltungen unzufrieden. Das gilt besonders für Architekten sowie für Bau- und Vermessungsingenieure. Viele fühlen sich bei der Vergabe öffentlicher Aufträge benachteiligt, und etliche von ihnen bezweifeln, daß es dabei immer mit rechten Dingen zugeht. Beschwerden werden häufig auch darüber geführt, daß die Eintragungen in die Handelsregister oder ins Grundbuch zu lange dauern oder daß Beratungen über Wirtschaftsförderung unzureichend sind. Schließlich wird auch Unmut darüber geäußert, daß die örtliche Verwaltung die Verbesserung der Infrastruktur zu zögerlich angeht. Daneben nennen die Unternehmen noch eine Reihe anderer Probleme. So haben einige Schwierigkeiten, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Vor allem bei Unternehmensberatern und Werbebüros ist dies der Fall.

Reichlich ein Viertel der Dienstleistungsunternehmen ist freilich mit der Auslastung ausgesprochen zufrieden. Die Hälfte bezeichnet sie als normal und nur ein Fünftel klagt über Unterauslastung (Tabelle A9). Zum Vergleich: In der Industrie liegt dieser Anteil bei einem knappen Drittel. Bemerkenswerterweise beurteilen auch solche Unternehmen ihre Lage immer noch recht gut, die eng mit der Bauwirtschaft verflochten sind, wie Bauingenieure oder Architekten. Recht optimistisch wird auch die

Auftragslage eingeschätzt: Reichlich ein Viertel der Unternehmen beurteilt sie sehr positiv und nur eine kleine Minderheit als schlecht.

... sind auf Kunden vor Ort ausgerichtet ...

Wie zu erwarten war, bedienen die meisten Unternehmen im wesentlichen die Märkte in ihrer näheren Umgebung. Es gibt aber auch viele, die Geschäfte mit Kunden aus Westdeutschland oder dem Ausland machen (Tabelle A10). Solche Unternehmen finden sich vergleichsweise häufig in der Gruppe der EDV-Dienstleistungen. Unter den Ingenieurbüros, die keine baunahen Dienstleistungen erbringen, gibt es ebenfalls nicht wenige, die ihre Kunden in entfernteren Regionen haben. Im wesentlichen auf die Klientel in der näheren Umgebung sind dagegen Unternehmensberater und diejenigen Ingenieurbüros ausgerichtet, die baunahe Dienste leisten. Von diesen wird teilweise mehr als die Hälfte des gesamten Umsatzes in einem Umkreis von etwa 30 km getätigt (Tabelle A11). Mit Kunden in Ostdeutschland wickeln sie im Schnitt drei Viertel des Umsatzes ab; auf ausländischen Märkten sind sie praktisch nicht aktiv. Lediglich die EDV-Branche ist in bezug auf den überregionalen Absatz eine Ausnahme. Für sie ist der westdeutsche Raum ein wichtiger Absatzmarkt.

Ein Teil der Unternehmen — ein Viertel — sah sich im Herbst vergangenen Jahres nicht in der Lage, eine Umsatzprognose für 1997 abzugeben. Diejenigen Unternehmen, die Angaben gemacht haben, rechneten im Durchschnitt mit einem Zuwachs von rund 15 vH gegenüber dem Vorjahr (Tabelle A12). Aus dem Rahmen fallen nur die Architekten und Bauingenieure, die nur vergleichsweise geringe Umsatzsteigerungen erwarten. Ob die erhofften Umsatzzuwächse erreicht werden, bleibt abzuwarten. Immerhin hatten 1995 und 1996 viele Unternehmen eine Steigerung in dieser Größenordnung realisieren können.

... und investieren geringe Summen

Den Befragungsergebnissen zufolge wird von den ostdeutschen Dienstleistungsbetrieben auf breiter Front investiert: Im Jahr 1995 waren es reichlich vier Fünftel der befragten Unternehmen, und 1996 dürften es ebenso viele gewesen sein. Dabei zeigt sich über die verschiedenen Gewerbebezüge hinweg ein recht einheitliches Bild (Tabelle A13).

Die große Anzahl der Unternehmen mit Investitionen darf freilich nicht darüber hinwegtäuschen, daß die Vorhaben in der Regel sehr klein sind. So haben zwei Drittel der betreffenden Unternehmen 1995 weniger als jeweils 50 000 DM investiert, 1996 war es ähnlich. Dementsprechend niedrig sind auch die Summen in Relation zur Beschäftigung: Sie lagen im Schnitt der jeweiligen Branche bei etwa 10 000 DM (Tabelle A14). In der Industrie wurde in beiden Jahren mehr als das Doppelte aufgewandt.

Wie hoch die Investitionen für 1997 ausfallen werden, ist schwer einzuschätzen. Fast die Hälfte der Unternehmen hatte zum Zeitpunkt der Befragung in dieser Hinsicht noch keine Entscheidung getroffen (Tabelle A15). Die Unsicherheit ist offenbar sehr groß. Legt man die Angaben derjenigen Unternehmen zugrunde, die bereits klare Vorstellungen haben, so ist wohl mit einer Stagnation oder bestenfalls mit einer leichten Zunahme der Investitionstätigkeit dieser Unternehmen zu rechnen. Angesichts des schwachen Besatzes mit produktionsnahen Dienstleistungsbetrieben kann das nicht befriedigen, angesichts des schwachen Industriebesatzes aber auch nicht überraschen.

B. Die ostdeutsche Wirtschaft in der überregionalen Arbeitsteilung: Befunde und Hintergründe

Das zentrale Problem in Ostdeutschland ist und bleibt die unzureichende Wettbewerbsfähigkeit vieler Unternehmen. Sie zeigt sich vor allem in geringen Marktanteilen bei überregional handelbaren Gütern. Dort ist die Konkurrenz durch westdeutsche und ausländische Unternehmen in der Regel ungleich größer als bei nur lokal und regional handelbaren Gütern, die etwa wegen eines hohen Gewichts oder einer geringen Haltbarkeit nicht über größere Entfernungen transportiert werden können. Es erscheint daher nur konsequent, wenn sich ostdeutsche Unternehmen zunächst auf lokale und regionale Märkte konzentriert haben. Auf diesen Märkten sind jedoch die Absatzchancen begrenzt, nämlich durch die dort verfügbare Kaufkraft. Auf überregionalen Märkten lassen sich die Absatzgrenzen dagegen weit hinausschieben.

Die Teilnahme am überregionalen Gütertausch ist jedoch von einer Reihe von Voraussetzungen abhängig. Dazu gehört vor allem, daß die Unternehmen komparative Vorteile gegenüber ihren Konkurrenten entwickeln und diese zur Geltung bringen. Es ist zunächst in den Blick zu rücken, auf welche Weise das geschehen kann.

I. Theoretische Erklärungsansätze

Die Frage, wovon die Wettbewerbsfähigkeit auf überregionalen und insbesondere internationalen Märkten abhängt, beschäftigt die ökonomische Theorie seit jeher. Nach der Außenhandelstheorie kommt es letztlich darauf an, daß Unternehmen Spezialisierungsvorteile gegenüber anderen Unternehmen entwickeln. Spezialisierungsvorteile wiederum können von absoluten oder von relativen Kosten- und Preisvorteilen herrühren; sie können aber auch andere Ursachen haben wie spezifische Produktpräferenzen oder eine monopolistische Marktposition. Die vielfältigen Erscheinungsformen von überregionalem Handel lassen sich nicht mit einem Ansatz erklären. Die verschiedenen Ansätze sind häufig komplementär. Im folgenden werden einige wichtige Erklärungsmodelle und ihre wechselseitige Verzahnung diskutiert.

Relative Preisvorteile

Die traditionelle Außenhandelstheorie betont die Rolle der Spezialisierung aufgrund von relativen Preisvorteilen. Relative Preisvorteile können im wesentlichen auf dreierlei zurückgeführt werden: auf Unterschiede in der Produktivität der Produktionsfaktoren, auf Unterschiede in der Verfügbarkeit der Produktionsfaktoren oder auf Unterschiede in der Nachfrage nach Gütern (Ethier 1991; Siebert 1994; Rose und Sauernheimer 1995):

- Unterschiede in der Faktorproduktivität können durch Unterschiede in den natürlichen Standortbedingungen (etwa günstiges Klima und günstige geographische Lage) oder in der Effizienz von Produktionsfaktoren (etwa überlegene Produktionstechnik und hohe Qualifikation der Arbeitskräfte) begründet sein. In diesem Fall ist für die Unternehmen eines Landes die Spezialisierung auf solche Güter lohnend, bei deren Herstellung die produktiven Faktoren intensiv genutzt werden.
- Unterschiede in der Faktorverfügbarkeit können ebenfalls natürliche Ursachen haben (etwa reichliche Bodenverfügbarkeit), aber sie können auch von Unterschieden im Entwicklungsniveau herrühren (etwa eine reichliche Kapitalausstattung aufgrund eines hohen Pro-Kopf-Einkommens und einer hohen Sparquote). Es empfiehlt sich hier für die Unternehmen die Spezialisierung auf solche Güter, bei deren Herstellung die relativ reichlich vorhandenen Faktoren zum Einsatz kommen.

- Unterschiede in der Güternachfrage können daraus resultieren, daß aufgrund von abweichenden Produktpräferenzen die Güter eines Landes gegenüber denen eines anderen Landes bevorzugt werden. Dadurch steigt der Relativpreis dieser Güter. Die Unternehmen werden sich folglich auf die Herstellung solcher Güter spezialisieren, die vergleichsweise stark nachgefragt werden.

Es ist nicht zu übersehen, daß zahlreiche Unternehmen in Ostdeutschland im Preiswettbewerb gravierende Nachteile haben, denn ihre Produktionskosten sind höher als die der Konkurrenz. Langfristig können sie auch bei rohstoffintensiven und bei arbeitsintensiven Gütern solche Vorteile nicht erreichen. Denn hier bieten die Länder, die über umfangreiche und leicht abbaubare Rohstoffvorräte sowie über billige, wenig qualifizierte Arbeitskräfte verfügen, weitaus bessere Produktionsbedingungen. Die Vorteile sollten für die ostdeutschen Unternehmen vor allem in der Spezialisierung auf humankapitalintensive Produktionen liegen, die das reichlich vorhandene Reservoir an qualifizierten Arbeitskräften nutzen. Allerdings ist zur Zeit die Position der ostdeutschen Unternehmen gerade bei diesen Produktionen überaus schwach. Die einst strukturbestimmenden humankapitalintensiven Branchen, der Maschinenbau, die Elektrotechnik und der Schiffbau, haben den dramatischen Absatzrückgang nach der Wende nicht annähernd wettgemacht. Das derzeitige ostdeutsche industrielle Spezialisierungsmuster zeigt im Vergleich zum westdeutschen Muster ein deutliches Übergewicht bei Standardtechnik und ein Defizit bei höherwertiger Technik (Abschnitt B.II.4). Es steht also nicht im Einklang mit dem, was die Theorie für erforderlich hält.

Die komparativen Vorteile einer günstigen Faktorausstattung sind zudem kein Ruhekitzen. Nach der sogenannten Produktzyklustheorie (Vernon-Hirsch-These) kann ein entwickeltes Land die Vorteile einer guten Humankapitalausstattung nur eine befristete Zeit nutzen, nämlich solange es neue Produkte entwickelt und auf den Markt bringt (Innovations- und Ausreifungsphase). Danach gehen diese Vorteile an weniger entwickelte Länder über, die dann ihren Vorteil niedriger Lohnkosten zur Geltung bringen können (Standardisierungsphase). Hierin liegt eine weitere Ursache für die Schwächen vieler ostdeutscher Unternehmen im überregionalen Wettbewerb. Nach dem bisherigen Kenntnisstand sind ihre Innovationsaktivitäten spürbar geringer als die der westdeutschen Unternehmen. Aber auch bei der externen Wissensbeschaffung (Vergabe von Forschungsaufträgen, Übernahme von Lizenzproduktionen, Abschluß von Kooperationsverträgen) hinken sie hinterher (DIW et al. 1996).

Das bisherige Spezialisierungsmuster dürfte freilich auch aus der Konzentration auf solche Güter resultieren, die vornehmlich auf lokalen und regionalen Märkten abgesetzt werden. Eine solche Spezialisierung ist lohnend, wenn eine hohe Nachfrage vor Ort besteht. In der Literatur ist diese Konstellation als „Holländische Krankheit“ beschrieben worden. Danach kann eine rasche Zunahme des Volkseinkommens (in den Niederlanden als Folge von Erdgasfunden) einen Anstieg der relativen Preise für regional handelbare Güter bewirken. Dadurch erhöhen sich die Anreize für die Produktion dieser Güter. In Ostdeutschland haben die hohen konsumtiven Transfers aus Westdeutschland etwas ähnliches bewirkt. So schien es überdurchschnittlich profitabel, im Handel sowie in baunahen Branchen des Produzierenden Gewerbes zu investieren. Inzwischen sind dort aber Überkapazitäten entstanden, die auf die Preise drücken.

Unterschiedliche Käuferpräferenzen

Während es bei homogenen Produkten und homogenen Präferenzen letztlich auf Preisvorteile ankommt, spielen bei unterschiedlichen Präferenzen differenzierte Produkte die entscheidende Rolle. Den größeren Teil des Welthandels wickeln bekanntlich die fortgeschrittenen Industrieländer unter sich ab — und zwar mit Erzeugnissen, die sich hinsichtlich ihrer Beschaffenheit und ihres Verwendungszwecks ähneln, die gleichwohl von den Nachfragern unterschiedlich bewertet werden (intraindustrieller Handel). Differenzierte Erzeugnisse, für die die Nachfrager aufgrund von Präferenzen höhere Preise zu zahlen bereit sind, können auch dann überregional gehandelt werden, wenn sie — insbesondere aufgrund hoher Transportkosten — merklich teurer sind als lokale Erzeugnisse.

Die Voraussetzungen für intraindustriellen Handel zwischen zwei Ländern sind um so eher gegeben, je geringer die Unterschiede bei den Pro-Kopf-Einkommen und entsprechend die Unterschiede in den Nachfragestrukturen sind. Die Erfahrung zeigt, daß weniger entwickelte Länder mit geringem Pro-Kopf-Einkommen erst allmählich in eine intraindustrielle Arbeitsteilung hineinwachsen. Auch zwischen den Konsumenten in Ost- und Westdeutschland gibt es noch auffällige Präferenzunterschiede — die einen achten mehr auf den Preis und den Funktionalnutzen der Erzeugnisse, die anderen mehr auf den Geltungsnutzen. Dies könnte ein gewisses Hemmnis für eine intraindustrielle Arbeitsteilung sein. Will ein Unternehmen sowohl auf dem ostdeutschen als auch auf dem westdeutschen Markt Erfolg haben, so muß es möglicherweise Zielgruppen mit unterschiedlichen Präferenzen bedienen. Dies fällt ostdeutschen Unternehmen angesichts geringer Kapazitäten oftmals schwer.

Es ist zudem nicht einfach, Erzeugnisse auf den Markt zu bringen, die sich von anderen vorteilhaft abheben, so daß die Nachfrager einen Aufpreis dafür zu zahlen bereit sind. Für die Teilnahme an dieser Form der intraindustriellen Arbeitsteilung benötigen Unternehmen vor allem ein positives Image. Dies beinhaltet den Bekanntheitsgrad der Erzeugnisse — der sich insbesondere von deren hoher und gleichbleibender Gebrauchsqualität sowie von deren Preiswürdigkeit ableitet —, aber auch eine Reihe von Nebenleistungen wie zweckmäßige und attraktive Verpackung, sofortige Lieferung und zuverlässiger Kundendienst. Ein solches positives Image läßt sich nicht von heute auf morgen aufbauen. Bisher ist es überwiegend ostdeutschen Unternehmen in der Ernährungsindustrie gelungen, sich mit regionalen Spezialitäten einen hohen Bekanntheitsgrad zu schaffen. Entsprechend finden diese verstärkt Zugang zu den Märkten in Westdeutschland und im Ausland.

Neuere Untersuchungen zur Struktur des intraindustriellen Handels innerhalb der Europäischen Union belegen, daß sich die Außenhandelsmuster der entwickelten „Nordländer“ und die der weniger entwickelten „Südländer“ auffallend voneinander unterscheiden (Fontagné et. al 1997). Während bei ersteren die horizontale Spezialisierung (unterschiedliche Produkte von gleicher, hoher Qualität) überwiegt, dominiert bei letzteren die vertikale Spezialisierung (gleiche Produkte unterschiedlicher, geringerer Qualität). Nach der Süderweiterung der EU in den achtziger Jahren hat die vertikale Spezialisierung deutlich zugenommen, wobei sich der Preiswettbewerb von seiten der neuen Mitgliedsländer intensiviert hat. Daraus folgt: Solange die ostdeutschen Unternehmen im Qualitätswettbewerb (der oftmals ein Reputationswettbewerb ist) noch nicht mithalten können, müßten sie den Zugang zu den überregionalen Absatzmärkten über den Kosten- und Preiswettbewerb suchen. Mit dieser Strategie haben die Unternehmen aus den mittel- und osteuropäischen Transformationsländern inzwischen beachtliche Marktanteile im Westen erobert (Landesmann 1996). Diese Strategie stößt jedoch in Ostdeutschland auf enge Grenzen.

Steigende Skalenerträge

Eine Spezialisierung, sei es aufgrund von komparativen Kostenvorteilen oder aufgrund von unterschiedlichen Nachfragepräferenzen, führt in der Regel zu steigenden Stückzahlen bei der Produktion und damit zu fallenden Durchschnittskosten. Die Unternehmen können in diesem Fall die Preise für ihre Erzeugnisse senken, was ihnen Wettbewerbsvorteile verschafft. Allerdings sind dieser Form der Spezialisierung durch die Größe des Absatzmarktes Grenzen gesetzt, die sich nur durch eine räumliche Erweiterung des Absatzgebietes hinausschieben lassen. Es besteht eine wechselseitige Abhängigkeit: Die Spezialisierung erleichtert einerseits den Zugang zu überregionalen Märkten, nämlich über steigende Skalenerträge, andererseits schafft überregionaler Absatz die Voraussetzung für die Produktion größerer Serien. Es ist schwer, das eine ohne das andere zu erreichen.

Sinkende Durchschnittskosten lassen sich am ehesten bei der Produktion von Massengütern erzielen. Doch für eine Massenproduktion sind die Kapazitäten ostdeutscher Hersteller meistens viel zu klein. Die kleinen Losgrößen sind auch in anderer Hinsicht ein Handicap. Die Abnehmer — bei Konsumgütern sind es in der Regel große Handelsketten, bei Produktionsgütern sind es große Industrieun-

ternehmen — geben sich ungern mit vielen kleinen Lieferanten ab. Den Großabnehmern sind leistungsstarke Partner lieber.

Sinkende Durchschnittskosten stellen sich auch nicht wie selbstverständlich ein. Sie sind häufig erst das Ergebnis von Lernprozessen. Es braucht Zeit, um herauszufinden, wie Produktion, Logistik und Absatz effizient organisiert werden müssen, um die Kosten zu minimieren. Es gibt einige Hinweise dafür, daß viele ostdeutsche Unternehmen hier noch große Defizite haben, die sich in einer im Vergleich zur Konkurrenz geringeren Produktivität niederschlagen.

Positive Agglomerationseffekte

Sinkende Kosten sind nicht nur das Ergebnis der Spezialisierung, sondern oftmals auch der Konzentration der Produktion im Raum. Das erklärt, warum einzelne Regionen einen höheren Grad an interindustrieller Spezialisierung aufweisen als andere Regionen, die über eine ähnliche Ausstattung mit Produktionsfaktoren verfügen (Krugman 1991). Typische Agglomerationsindustrien, deren Produkte überregional gehandelt werden, sind die Chemische Industrie, die Eisen- und Stahlindustrie, der Maschinenbau, die Textil- und die Bekleidungsindustrie. Die Kostenvorteile rühren hier von einem engen räumlichen Produktionsverbund her: Wo mehrere Unternehmen aus einer oder aus mehreren ähnlichen Branchen an einem Ort produzieren, sind meistens die Arbeitskräfte mit den nötigen Fachkenntnissen vorhanden. Dort siedeln sich auch Unternehmen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen an, und das wiederum verkürzt die Transport- und Kommunikationswege. Zudem können Versorgungs- und Entsorgungs- oder Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen gemeinsam und damit billiger betrieben werden. Im Ergebnis kann sich im kleinräumigen Maßstab auch bei hochentwickelten Ländern eine komplementäre Arbeitsteilung herausbilden. So ist in Westdeutschland die Chemische Industrie an drei Standorten längs der Rheinschiene konzentriert, und der Maschinenbau hat im Ruhrgebiet und in Baden-Württemberg seine Schwerpunkte.

Die ostdeutsche Industrie besitzt im Augenblick erst wenige Agglomerationsschwerpunkte, aus denen ihr Führungsvorteile erwachsen. Ansiedlungsentscheidungen sind nach der Wende — auch unter dem Einfluß der Förderpolitik — oftmals ad hoc getroffen worden. Entsprechend buntscheckig ist vielerorts die Raumstruktur.

Kooperationsnetzwerke

Industrielle Produktion ist in hohem Maße Verbundproduktion — nicht nur in räumlicher, sondern rasch zunehmend auch in funktioneller Hinsicht. Sie vollzieht sich in meistens vertikal angereihten Wertschöpfungsketten, bestehend aus vielen, mitunter rechtlich und finanziell eng verflochtenen, mitunter auch unabhängigen Unternehmen (Håkansson 1989). Solche Ketten werden häufig von ihrem Ende her organisiert, sei es von großen Fertigwarenproduzenten, sei es von Handelsketten, die die wesentlichen Modalitäten der Kooperation wie Liefersortiment, Lieferqualität, Lieferumfang, Lieferzeit und Lieferpreis festlegen. Sie stellen mithin hohe Anforderungen an die Leistungsfähigkeit der einzelnen Glieder einer solchen Kette. Der Leistungsnachweis muß in der Regel vor dem Zutritt erbracht worden sein. Unternehmen aus dem Westen, die über ein langjähriges, gutes Standing verfügen, sind dabei den ostdeutschen Unternehmen meistens überlegen.

Die Vorteile einer Netzwerkkoooperation liegen auf der Hand. Sie bestehen, kurz gesagt, in einer Senkung der Transaktionskosten und einer Verringerung der Unsicherheit. Aber die Kooperation bringt auch Nachteile in Gestalt eines großen Koordinationsbedarfs mit sich. Netzwerkunternehmen müssen den Ressourcen- und Informationsfluß, die Produktion und den Absatz, die Investitionen und den Arbeitseinsatz und vieles mehr koordinieren. Hier kommt es vor allem auf ihre Organisationsstrukturen an — etwa ob die Partner hierarchisch oder dezentral geführt werden, ob sie auf Lager oder nach Auftrag produzieren, ob sie Massen- oder Einzelanfertigung betreiben, ob sie ihre Produkte in kompakter oder modularer Bauweise herstellen, ob sie totales Qualitätsmanagement praktizieren oder mit gewissen Fehlertoleranzen produzieren. Um es an einem Beispiel zu demonstrieren: Ein Unter-

nehmen, das auf die Bereitstellung fehlerfreier Komponenten angewiesen ist, wird nur Zulieferer akzeptieren, die in der Lage sind, die geforderten Standards zu garantieren. Es wird sich auf keine Kompromisse einlassen, denn anderenfalls setzt es die eigene Reputation aufs Spiel. Es ist nicht zu übersehen, daß viele ostdeutsche Unternehmen hier noch Probleme haben. Es nützt ihnen wenig, wenn sie mit ihren Erzeugnissen in qualitativer und preislicher Hinsicht zwar wettbewerbsfähig sind, aber anderswo Schwächen zeigen, wie etwa bei der Lieferschnelligkeit und -pünktlichkeit, bei der Gewährung von Rabatten, bei der Behandlung von Retouren und Kulanzansprüchen und ganz allgemein bei der Bereitschaft, auf Kundenwünsche angemessen einzugehen.

Die Schwierigkeiten, die Unternehmen beim Zutritt zu Kooperationsnetzwerken haben, sind häufig sogenannte Schnittstellenprobleme. Aus der Sicht der Netzwerkteilnehmer ist ein neuer Partner dann unerwünscht, wenn er keine kompatiblen Standards besitzt. In den Beziehungen zwischen Herstellern und Abnehmern spielen mittlerweile das sogenannte Electronic Data Interchange (EDI) oder die Bestellung über E-Mail eine wichtige Rolle: Es muß das richtige Produkt in der richtigen Menge und zum richtigen Zeitpunkt angeliefert werden. Elektronische Lieferscheine, die Kodierung der Waren mit Barcodes, das Tracking and Tracing über Satellitensysteme sind eine Voraussetzung für Lieferungen an Großabnehmer. Wer hierbei die Nase vorn hat, kann Nachzüglern auf lange Sicht den Zutritt versperren.

Globalisierung und Standortwettbewerb

Die meisten theoretischen Ansätze, mit denen sich überregionaler Handel erklären läßt, sind statisch. Sie beschreiben, wie sich die Unternehmen eines Landes unter den gegebenen Bedingungen in zweckmäßiger Weise spezialisieren, den Produktionsstandort wählen, Produktion, Logistik und Absatz organisieren und sich in Netzwerke integrieren. Die Standortbedingungen — und damit die Ausstattungsvorteile — eines Landes bleiben indes nicht unverändert bestehen. Unter dem Einfluß von Bevölkerungsentwicklung, Wirtschaftswachstum, technischem Fortschritt und wirtschaftspolitischen Entscheidungen verändern sich die Standortbedingungen fortlaufend. So verlieren die fortgeschrittenen Industrieländer ständig Vorteile bei der Produktion bestimmter Güter an die jungen Industrieländer und die Entwicklungsländer, weil der technische Fortschritt die Verlagerung von Produktionen an kostengünstigere Standorte erleichtert.

Viele Unternehmen in Ostdeutschland — und nicht nur dort — tun sich schwer, mit den neuen Herausforderungen fertig zu werden. Denn die Globalisierung bedeutet mehr als eine geographische Ausweitung der Beschaffungs- und Absatzmärkte. Sie verlangt auch ein höheres Maß an grenzüberschreitender Kooperation im Bereich der Produktion. Unternehmen müssen sich nicht nur in schon bestehende Netzwerke integrieren, sondern auch versuchen, Netze selbst zu knüpfen. Für die in der Mehrzahl kleinen, ostdeutschen Unternehmen sind die Hürden, die es dabei zu überwinden gilt, recht hoch. Es fehlen meistens die personellen und finanziellen Ressourcen, um mit Partnern im Ausland zusammenzuarbeiten. Aber das erklärt nicht alles. Anscheinend werden auch die Vorteile eines Joint-ventures nicht angemessen eingeschätzt.

Auffällig ist, wie wenig die ostdeutschen Unternehmen die Möglichkeiten einer Kooperation mit polnischen und tschechischen Unternehmen nutzen. Das gilt auch und gerade für Unternehmen, die ihren Standort im Grenzraum haben und mithin vergleichsweise geringe Transport- und Transaktionskosten hätten. Dabei sind Grenzregionen mit einem starken Gefälle bei den Produktionskosten für eine intersektorale Arbeitsteilung schlechthin prädestiniert. Die wirtschaftliche Situation im deutsch-polnischen und deutsch-tschechischen Grenzraum ist aber nicht besser als in vielen anderen Teilen der neuen Bundesländer (Barjak 1997).

Die ostdeutschen Unternehmen haben aber keine Wahl. Sie müssen sich den Herausforderungen der überregionalen Arbeitsteilung stellen. Dazu müssen sie trotz teilweise ungünstiger Standortbedingungen komparative Vorteile entwickeln und zur Geltung bringen.

II. Empirische Ergebnisse

1. Absatzmärkte und Absatzkanäle

Beim Übergang zur Marktwirtschaft mußte die Wirtschaft der DDR dramatische Absatzeinbußen hinnehmen. Schon in den Monaten vor der Bildung der Wirtschafts-, Währungs- und Sozialunion kam es zu spürbaren Absatzrückgängen, danach ging es dann rapide bergab. Während die Talfahrt der Exportnachfrage durch massive staatliche Stützung noch einige Zeit gebremst werden konnte, brach die Nachfrage auf dem Binnenmarkt schlagartig ein. Die Ostdeutschen ließen die Produkte der heimischen Hersteller links liegen und wandten sich solchen aus dem Westen zu. Die Absatzrückgänge bei Endprodukten setzten sich in einer Kettenreaktion beim Handel mit Vorprodukten fort, und weil viele ostdeutsche Unternehmen mit ihren Zulieferern unzufrieden waren, löste sich das Netzwerk bestehender Vorleistungsbeziehungen rasch auf.

Nach dem mit der Öffnung der Märkte eingetretenen Schock mußte die Wirtschaft in den neuen Bundesländern vom Fundament her neu aufgebaut werden. Bisher ist das vor allem dort gut gelungen, wo es vergleichsweise einfach war: Bei der Produktion von Gütern, die überwiegend in Ostdeutschland selbst abgesetzt werden. Aufgrund der hohen Transfers aus dem Westen stieg auch und gerade die Nachfrage nach lokal handelbaren Gütern. Daraus konnten nicht nur viele der jungen ostdeutschen Unternehmen Nutzen ziehen, sondern auch Investoren aus Westdeutschland und aus dem westlichen Ausland, von denen es nicht wenige deswegen in die neuen Bundesländer zog, weil die marktnahe Produktion Standortvorteile und damit schnelle Absatzerfolge versprach.

Im Rahmen dieser Berichterstattung sind die drei Institute zuletzt 1993 tiefergehend auf die Absatzschwerpunkte der ostdeutschen Industrie eingegangen (DIW et al. 1993). Im folgenden wird untersucht, welche Entwicklungen es seitdem gegeben hat. Hierzu wird vor allem auf die Umfragen des DIW bei ostdeutschen Unternehmen zurückgegriffen. Die amtliche Statistik stellt für eine solche Analyse nur bruchstückhafte Informationen bereit.

Regionale Absatzstruktur

Nach der letzten, im Herbst 1996 durchgeführten Befragung in der ostdeutschen Industrie machten die Unternehmen etwa ein Sechstel ihrer Umsätze mit Kunden in der näheren Umgebung, reichlich ein Viertel mit Kunden in anderen Regionen in den neuen Bundesländern, ein Drittel mit Kunden in den alten Bundesländern und ein Fünftel mit Kunden im Ausland (Tabelle 12). Wie nicht anders zu erwarten, haben sich vor allem kleinere Betriebe vergleichsweise häufig auf nahe Märkte orientiert. Bei diesen handelt es sich zumeist um Betriebe, die reprivatisiert worden sind, die neugegründet wurden oder die schon vor 1990 in privatem Eigentum waren. Die privatisierten Treuhandbetriebe sind dagegen etwas stärker (wenngleich nicht sehr stark) auf überregionale Märkte ausgerichtet. Eigenständige ostdeutsche Unternehmen setzen einen etwas größeren Teil ihrer Produktion auf dem ostdeutschen Markt ab als Töchter im Besitz westdeutscher oder ausländischer Mütter. Erhebliche Unterschiede in der regionalen Verteilung des Absatzes bestehen zwischen Industriezweigen. So liegt bei der Steine- und Erden-Industrie, dem Ernährungsgewerbe und bei den Druckereien der Absatzschwerpunkt auf den nahen Märkten. Bei der Eisenschaffenden Industrie, der NE-Metallerzeugung und -verarbeitung, der Textil- und der Bekleidungsindustrie, dem Straßenfahrzeugbau, dem Maschinenbau und der Elektrotechnik sowie einigen weniger bedeutenden Zweigen wie der Herstellung von kunstgewerblichen Erzeugnissen und von Spielwaren steht dagegen der Fernabsatz im Vordergrund (Tabelle 13).

Vergleicht man die Umfrageergebnisse über die Verteilung der Umsätze in den Jahren 1994 und 1996, so zeigt sich, daß ostdeutsche Unternehmen in zunehmendem Maße auf westdeutschen und ausländischen Märkten Fuß fassen. Diese Entwicklung, die mit einer Ausweitung des Absatzvolumens einhergeht, ist in nahezu allen Teilen der Industrie zu erkennen. Besonders stark ist sie in der Druckindustrie, in der Erzeugung und Verarbeitung von Eisen und von NE-Metallen, im Textil- und im Be-

kleidungsgewerbe ausgeprägt. Dagegen ist beim Stahl- und Leichtmetallbau, bei der Steine- und Erden-Industrie sowie beim Maschinenbau keine Veränderung zu beobachten.

Tabelle 12 – Regionale Verteilung der Umsätze der ostdeutschen Industrie 1994 und 1996 (vH)

	Vom gesamten Umsatz entfallen ... vH auf die jeweilige Region					Insgesamt
	Nähere Umgebung	Übrige neue Länder	Übrige alte Länder	Osteuropa	Übriges Ausland	
	<i>1994</i>					
Private Unternehmen	18	32	31	7	12	100
davon:						
Eigenständige Unternehmen	26	33	32	3	6	100
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	15	31	31	9	14	100
davon:						
Unternehmen, die vor 1990 in privater Hand waren	44	25	25	1	5	100
Reprivatisierte Unternehmen	20	39	24	9	8	100
Privatisierte Unternehmen	15	31	34	8	12	100
davon:						
Eigenständige Unternehmen	19	36	34	5	6	100
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	13	29	34	9	15	100
Unternehmen, die nach 1989 gegründet wurden	27	32	28	3	10	100
davon:						
Eigenständige Unternehmen	36	31	27	2	5	100
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	19	32	29	4	16	100
Unternehmen im Besitz der Treuhandnachfolgeeinrichtungen	24	40	23	8	5	100
Alle Unternehmen	19	33	30	7	11	100
	<i>1996</i>					
Private Unternehmen	16	28	35	5	16	100
davon:						
Eigenständige Unternehmen	17	31	35	4	13	100
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	15	26	36	5	18	100
davon:						
Unternehmen, die vor 1990 in privater Hand waren	29	28	30	3	11	100
Reprivatisierte Unternehmen	18	27	33	6	16	100
Privatisierte Unternehmen	13	27	36	6	18	100
davon:						
Eigenständige Unternehmen	11	30	36	5	17	100
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	14	25	36	6	19	100
Unternehmen, die nach 1989 gegründet wurden	22	31	35	2	10	100
davon:						
Eigenständige Unternehmen	26	31	34	2	7	100
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	19	32	35	1	13	100
Unternehmen im Besitz der Treuhandnachfolgeeinrichtungen	2	41	46	1	10	100
Alle Unternehmen	15	28	36	5	16	100

Quelle: Umfragen des DIW vom Frühjahr 1995 und vom Herbst 1996.

Tabelle 13 – Regionale Verteilung der Umsätze der ostdeutschen Industrie nach ausgewählten Industriezweigen 1994 und 1996 (vH)

	Vom gesamten Umsatz entfallen ... vH auf die jeweilige Region					Insgesamt
	Nähere Umgebung	Übrige neue Länder	Übrige alte Länder	Osteuropa	Übriges Ausland	
	<i>1994</i>					
Steine und Erden	43	48	8	0	1	100
Eisen, NE-Metalle, Gießereien	2	22	55	1	20	100
Chemie	4	46	19	18	13	100
Ziehereien, Mechanik, Stahlverformung	13	24	53	1	9	100
Stahl- und Leichtmetallbau	22	30	33	13	2	100
Maschinenbau	6	24	32	19	19	100
Straßenfahrzeugbau	15	18	55	8	5	100
Elektrotechnik	12	23	36	5	24	100
EBM-Waren	12	38	39	2	9	100
Holzverarbeitung	16	41	36	2	5	100
Druckereien	63	18	18	0	1	100
Kunststoffverarbeitung	18	23	40	7	12	100
Textil, Bekleidung	11	23	51	1	15	100
Ernährung, Tabak	31	47	13	5	4	100
<i>Industrie insgesamt</i>	19	33	30	7	11	100
	<i>1996</i>					
Steine und Erden	46	41	10	0	2	100
Eisen, NE-Metalle, Gießereien	2	11	53	2	33	100
Chemie	5	38	33	12	13	100
Ziehereien, Mechanik, Stahlverformung	24	20	42	2	12	100
Stahl- und Leichtmetallbau	15	43	31	2	11	100
Maschinenbau	10	20	35	12	23	100
Straßenfahrzeugbau	10	15	55	3	17	100
Elektrotechnik	6	18	44	6	26	100
EBM-Waren	14	27	49	3	8	100
Holzverarbeitung	14	44	35	1	6	100
Druckereien	30	22	31	7	10	100
Kunststoffverarbeitung	11	24	42	8	16	100
Textil, Bekleidung	4	17	52	3	24	100
Ernährung, Tabak	27	40	23	2	8	100
<i>Industrie insgesamt</i>	15	28	36	5	16	100

Quelle: Umfragen des DIW vom Frühjahr 1995 und vom Herbst 1996.

Auch im Hinblick auf Herkunft und Eigentumsstatus der Unternehmen zeigen sich Differenzen. Vor allem eigenständige ostdeutsche Unternehmen konnten in letzter Zeit zusätzliche Absatzerfolge auf den überregionalen Märkten erringen. Bei den neugegründeten Betrieben in westdeutscher und ausländischer Hand kam es indes zu keiner Veränderung in der regionalen Absatzstruktur. Das dürfte unter anderem daran liegen, daß hier ein erheblicher Teil der Produktionskapazitäten gezielt dafür geschaffen wurde, den ostdeutschen Markt zu beliefern. Bei den von Investoren aus dem Westen erworbenen Treuhandbetrieben ist eine solche Orientierung seltener anzutreffen. Diese Betriebe sind aufgrund ihrer Größe, ihres vorherigen Produktprogramms und im Hinblick auf die Qualifikation ihrer Arbeitskräfte in den allermeisten Fällen auf den Absatz auf überregionalen Märkten angewiesen. Dasselbe gilt für die eigenständigen ehemaligen Treuhandbetriebe.

Alles in allem zeigt sich, daß sowohl der Anteil derjenigen Unternehmen, die überwiegend nur auf lokalen Märkten aktiv sind, als auch derjenigen, die Kunden anderenorts in den neuen Bundesländern beliefern, gegenüber 1994 abgenommen hat (Tabelle A16). Deutlich erkennbar ist dies etwa bei den reprivatisierten Betrieben und bei den eigenständigen Betrieben. Hier hat der Anteil derjenigen Betriebe erheblich zugenommen, die zwischen 20 und 50 vH ihrer Produktion außerhalb Ostdeutsch-

lands absetzen. Bei den ehemaligen Treuhandunternehmen, die schon 1994 stark auf den Fernabsatz ausgerichtet waren, hat sich der Anteil der Unternehmen, die den allergrößten Teil ihres Umsatzes (75 vH und mehr) mit Kunden in Westdeutschland und im Ausland erwirtschaften, sogar verdoppelt.

Auch im Branchenquerschnitt zeigt sich, daß der Anteil des Fernabsatzes fast überall steigt (Tabelle A17). Ausnahmen sind im wesentlichen nur der Straßenfahrzeugbau, die Holzverarbeitung und das Ernährungsgewerbe. Beim Maschinenbau fällt auf, daß sich von 1994 bis 1996 zwar der Anteil derjenigen Unternehmen, die einen relativ großen Teil ihrer Produktion außerhalb der Bundesländer absetzen, erhöht hat, nicht aber der entsprechende Umsatzanteil der Branche. Das deutet darauf hin, daß auf den Märkten in den alten Bundesländern und im Ausland kleinere Maschinenbauunternehmen erfolgreich sind, während die größeren Unternehmen im Schnitt Umsatzanteile verlieren.

Zusätzlich wurde im Rahmen einer Längsschnittanalyse untersucht, wie sich die regionale Verteilung der Umsätze bei einzelnen Unternehmen im Zeitverlauf entwickelt hat.¹⁵ Danach ergibt sich, daß im Vergleich der Jahre 1994 und 1996 immerhin die Hälfte aller Unternehmen den Anteil am gesamten Absatz mit Kunden in den alten Bundesländern und im Ausland ausweiten konnte — die Hälfte davon sogar um mehr als 10 Prozentpunkte. Bei einem Viertel der Unternehmen veränderte sich das Gewicht des überregionalen Absatzes nicht.¹⁶ Und bei etwa einem weiteren Viertel ging der Umsatzanteil, der auf Märkte außerhalb der neuen Bundesländer entfällt, zurück. In den meisten Fällen machte der Rückgang allerdings weniger als 10 Prozentpunkte aus. Vergleichsweise häufig ist die Ausweitung des überregionalen Absatzes Unternehmen in der Chemischen Industrie und in der Elektrotechnik gelungen. In der Holzverarbeitung und im Straßenfahrzeugbau hat sich dagegen bei einer vergleichsweise großen Zahl von Unternehmen die Umsatzstruktur hin zu den ostdeutschen Märkten verschoben.

Exportmärkte

Zur Analyse der Exporttätigkeit der ostdeutschen Industrie können zusätzlich zu den eigenen Erhebungen die Zahlenwerke der amtlichen Statistik herangezogen werden: die monatliche Berichterstattung über das Verarbeitende Gewerbe und die Außenhandelsstatistik. Allerdings sind alle drei Quellen wegen methodischer Unterschiede kaum miteinander vergleichbar. Insbesondere lassen sich die verschiedenen Informationen über Höhe und Struktur der ostdeutschen Exportlieferungen bislang nicht zu einem stimmigen Bild zusammenfassen.¹⁷

Keine Zweifel gibt es über die grundlegenden Entwicklungstendenzen. Anders als der Binnenabsatz brach der Export nach dem Inkrafttreten der Wirtschafts-, Währungs- und Sozialunion zunächst nicht ein, da er mit hohen staatlichen Mitteln gestützt wurde. Ab dem Frühjahr 1991 ging der Export der ostdeutschen Industrie aber stark zurück, und zwar deshalb, weil immer weniger Güter auf den angestammten Märkten in Osteuropa abgesetzt werden konnten. Dieser Rückgang konnte zunächst nicht kompensiert werden. Erst seit 1994 gleichen die Lieferungen in das übrige Ausland den Rückgang bei den Lieferungen nach Osteuropa mehr als aus (Tabelle A18)¹⁸. Seitdem nehmen die Auslandslieferungen, nach den verfügbaren Daten zu urteilen, in der Summe sogar stärker zu als der Inlandsumsatz.

Daß die ostdeutschen Unternehmen weiterhin Absatzmärkte in Osteuropa verlieren, läßt sich an den Ergebnissen der DIW-Umfragen ablesen: Gingen 1994 noch zwei Fünftel aller Exporte der ostdeutschen Industrie dorthin, so war es zwei Jahre später nur noch ein Viertel. Gleichwohl dürfte dieser Anteil immer noch höher sein als bei der westdeutschen Industrie.

Die Märkte in Osteuropa haben allerdings nicht für alle ostdeutschen Industrieunternehmen an Relevanz eingebüßt. Nach 1994 mußten hier im wesentlichen eine Reihe großer und mittlerer Unternehmen, die aus ehemaligen Kombinatn hervorgegangen sind, Absatzverluste hinnehmen — und zwar vor allem Unternehmen im Maschinenbau, in der Chemischen Industrie, im Stahl- und Leichtmetallbau (und hierbei insbesondere im Schienenfahrzeugbau), im Straßenfahrzeugbau und im Ernährungsgewerbe. In anderen Bereichen hat dagegen der Stellenwert Osteuropas als Absatzmarkt zugenommen — so bei der Druckindustrie, bei der Elektrotechnik, bei der Textil- und der Bekleidungsindustrie so-

wie bei der Kunststoffverarbeitung. Bemerkenswert ist auch, daß in fast allen Teilen der ostdeutschen Industrie der Anteil der Unternehmen, die Waren in die osteuropäischen Staaten ausführen, von 1994 bis 1996 gewachsen ist (Tabellen A19 und A20). Vor allem kleinen Unternehmen gelingt es zunehmend, mit Kunden dort ins Geschäft zu kommen. Der auf den Ost-Export entfallende Umsatzanteil liegt in den meisten Fällen allerdings unter 10 vH.

Bemerkenswert ist, daß nach den Ergebnissen der DIW-Umfrage der Anteil der Lieferungen in das westliche Ausland am gesamten Absatz in fast allen Bereichen der ostdeutschen Industrie zugenommen hat — vielerorts sogar in erheblichem Maße. Zum einen konnten diejenigen Unternehmen, die bereits 1994 in das westliche Ausland lieferten, ihre Ausfuhr nochmals steigern. Zum anderen hat sich auch die Zahl der Unternehmen, die erstmals auf diesen Märkten Fuß fassen konnten, spürbar erhöht. Bei einem Großteil dieser Unternehmen lag freilich die Exportquote unter 10 vH. Trotz beachtlicher Fortschritte in den letzten Jahren ist die Position der ostdeutschen Unternehmen auf den überregionalen Märkten aber noch schwach. So macht der größte Teil der Unternehmen mit Fernabsatz keine Gewinne (Tabelle A21).

Dies ist freilich ein generelles Problem in der ostdeutschen Industrie. Häufiger als die auf lokale Märkte orientierten Betriebe haben die auf überregionalen Absatz ausgerichteten Unternehmen aber Probleme mit dem Vertrieb. Die Ursache hierfür liegt auf der Hand: Um eine schlagkräftige Absatzorganisation aufzubauen, braucht es Zeit und Geld. Bei einem Teil der auf überregionalen Märkten bereits erfolgreichen Unternehmen gibt es zudem ein ganz anderes Problem, nämlich die Produktionskapazitäten der wachsenden Nachfrage anzupassen.

Abnehmerkreis

Nach der vorletzten, im Frühjahr 1995 durchgeführten DIW-Umfrage haben die ostdeutschen Industriebetriebe verschiedene Kundenkreise. Besonders häufig werden andere Industriebetriebe beliefert; das gilt besonders für Unternehmen, die außerhalb Ostdeutschlands aktiv sind (Tabelle 14). Unternehmen mit einem kleinen Absatzradius setzen ihre Waren dagegen vergleichsweise oft an das Baugewerbe und an private Haushalte ab, und auch die öffentliche Hand zählt nicht selten zu den Kunden. Große Handelsketten und kleinere Handelsunternehmen werden von einem Viertel bzw. einem Fünftel aller ostdeutschen Industrieunternehmen beliefert. Eine Ausnahme bilden die auf den Nahabsatz konzentrierten kleineren Industrieunternehmen: Diese haben kaum Chancen, mit den Handelsketten ins Geschäft zu kommen.

Welche Kunden beliefert und welche Absatzkanäle genutzt werden, hängt freilich vor allem davon ab, welche Waren angeboten werden. Die meisten Unternehmen der Steine-Erden-Industrie und der Holzbearbeitung beliefern die Bauwirtschaft. Stark auf die Industrie ausgerichtet sind dagegen die Eisenschaffende Industrie, die NE-Metall-verarbeitende Industrie, die Gießereien, die Ziehereien, die Stahlverformung, der Maschinenbau, die Gummiverarbeitung, die feinmechanische und optische Industrie, die Elektrotechnik und die Papier- und Papperverarbeitung. Handelsketten und übriger Handel werden vergleichsweise oft von der Chemieindustrie (insbesondere der Pharma- und Körperpflegemittelindustrie), von der Textil- und der Bekleidungsindustrie, von der Holzverarbeitung, von der Musikinstrumentenherstellung, von der Spielwarenindustrie, von den Verlagen und natürlich vom Ernährungsgewerbe beliefert. Unternehmen des Ernährungsgewerbes, der Holzverarbeitung und des Verlagsgewerbes (insbesondere den Zeitungsverlagen) verkaufen überdurchschnittlich viel direkt an Privatpersonen. Öffentliche Aufträge gehen der Umfrage zufolge häufig an Druckereien und Verlage, an den Stahl- und Leichtmetallbau, an die feinmechanische und optische Industrie, an den Schiffbau sowie an Recyclingunternehmen. Letztere haben nicht selten die Versorgungswirtschaft zum Kunden. Auch die Mineralölindustrie und die elektrotechnische Industrie liefern häufig dorthin. Zulieferer für Bahn und Post finden sich insbesondere unter den Betrieben der Druckindustrie sowie unter denen des Schienenfahrzeugbaus.

Tabelle 14 – Ostdeutsche Industrieunternehmen nach der regionalen Verteilung ihrer Umsätze 1994 und ihrem wichtigsten Kundenkreis

	Alle Unternehmen	Unternehmen, von deren Umsatz ein Anteil von ... entfällt					
		75 vH und mehr auf ihre nähere Umgebung und der Rest auf die neuen Bundesländer	weniger als 75 vH auf ihre nähere Umgebung und der Rest auf die neuen Bundesländer	bis zu 20 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	20 vH bis 50 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	50 bis 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	mehr als 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland
von den Unternehmen der Gruppe hatten ... vH den jeweiligen Kundenkreis ^a							
Industrieunternehmen	63	35	42	53	68	76	77
Baugewerbe	26	56	44	38	24	16	7
Handelsketten	20	8	23	22	18	21	24
Sonstiger Handel	27	23	33	33	27	27	22
Öffentliche Auftraggeber	20	27	26	27	23	16	9
Bahn, Post und andere öffentliche Unternehmen	6	3	3	9	10	7	5
Versorgungswirtschaft	10	6	14	14	11	9	7
Private Haushalte	19	44	24	27	17	11	7

^aMehrfachnennungen möglich.

Quelle: Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995.

2. Beschaffungsmärkte

Eine Beurteilung der Einbindung ostdeutscher Unternehmen in die überregionale Arbeitsteilung erfordert auch die Berücksichtigung der Märkte, auf denen sie ihre Vorleistungen beziehen. Während sich auf den Absatzmärkten der Grad der erreichten Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen widerspiegelt, kann die Situation auf den Beschaffungsmärkten als eine Determinante der Wettbewerbsfähigkeit angesehen werden: Die auf diesen Märkten bezogenen Vorprodukte stellen auf einzelbetrieblicher Ebene einen elementaren Produktionsfaktor dar.¹⁹ Von der Verfügbarkeit preisgünstiger Werkstoffe geht ein wesentlicher Einfluß auf die Konkurrenzfähigkeit eines Unternehmens aus.²⁰ Wenn es diese nur zu höheren Preisen als die Konkurrenten erwerben kann, besitzt es einen Wettbewerbsnachteil. Das schmälert die Produktivität, soweit es die höheren Vorleistungspreise nicht auf die Abnehmer überwälzen kann. Die Bruttowertschöpfung fällt dann ceteris paribus geringer aus als bei solchen Unternehmen, die über eine bessere Position auf den Beschaffungsmärkten verfügen.

Prinzipiell ist es dabei unerheblich, woher die Vorprodukte bezogen werden. Die mit der Lieferung von End- und Vorprodukten verbundenen Transportströme, die in den vergangenen Jahren stetig zugenommen haben, zeigen, daß es sich durchaus lohnen kann, Werkstoffe über größere Entfernungen zu beziehen. Aus unternehmerischer Sicht ist nur entscheidend, daß die anfallenden Transportkosten nicht so hoch sind, daß die Preisvorteile der Vorprodukte aufgezehrt werden.

Bedeutung der Vorleistungen und des Materialaufwands

Welche Bedeutung den Vorleistungen im ostdeutschen Produktionsprozeß im Vergleich zu Westdeutschland zukommt, läßt sich an der jeweiligen Vorleistungsquote (Anteil der Ausgaben für Vorleistungen am Bruttoproduktionswert) und der Materialquote (Anteil des Materialaufwands am Bruttoproduktionswert) ablesen.

Verschiedenen Quellen zufolge wenden ostdeutsche Unternehmen im Durchschnitt einen größeren Anteil ihres Bruttoproduktionswertes für Vorleistungen auf als westdeutsche. Dies ergibt sich zum einen aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (Tabelle 15), die für Ostdeutschland 1995 eine im Unternehmensdurchschnitt um rund 2,5 Prozentpunkte höhere Vorleistungsquote als für Westdeutschland auswies. Die Unterschiede sind im Verarbeitenden Gewerbe (4,5 Prozentpunkte), im Baugewerbe (5 Prozentpunkte) und im Sektor Verkehr, Nachrichtenübermittlung (11,3 Prozentpunkte) besonders ausgeprägt. Zum anderen zeigen auch die — derzeit nur bis 1994 vorliegenden — Daten der Kostenstrukturstatistik für das Verarbeitende Gewerbe eine höhere ostdeutsche Vorleistungsquote (Tabelle 16), die 1994 um knapp 6 Prozentpunkte und damit noch deutlicher über dem westdeutschen Vergleichswert lag. Bei den von der Deutschen Bundesbank durchgeführten Analysen der Jahresabschlüsse der Unternehmen, die am Wechselgeschäft teilnehmen, ergab sich sogar eine Differenz der Vorleistungsquoten von 7 Prozentpunkten (Deutsche Bundesbank 1996: 55). In der Vergangenheit waren den genannten Quellen zufolge bei westdeutschen Unternehmen weitgehend konstante Vorleistungsquoten zu beobachten, während sie in Ostdeutschland in den meisten Wirtschaftsbereichen gesunken sind. Dabei sind die ostdeutschen Produktionswerte um ein größeres Ausmaß angestiegen, als die Vorleistungsaufwendungen zugenommen haben. Infolgedessen hat sich die Differenz der Vorleistungsquoten im ost- und im westdeutschen Verarbeitenden Gewerbe, die gemäß der Kostenstrukturstatistik 1991 noch knapp 12 Prozentpunkte betragen hatte, bis 1994 halbiert.

Tabelle 15 – Vorleistungen^a nach Wirtschaftsbereichen in Ost- und Westdeutschland 1991 und 1995 (vH des Produktionswertes)

	Ostdeutschland		Westdeutschland
	1991	1995	1995
Energie- und Wasserversorgung, Bergbau	64,5	67,5	65,8
Verarbeitendes Gewerbe	70,7	67,7	63,2
Baugewerbe	53,4	57,7	52,7
Handel	83,1	85,6	85,1
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	60,8	59,4	48,1
Dienstleistungsunternehmen	47,0	39,7	34,3
<i>Unternehmen insgesamt</i>	70,5	64,8	62,4

^aNach der Abgrenzung der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Tabelle 16 – Zusammensetzung der Vorleistungen^a im Verarbeitenden Gewerbe^b in Ost- und Westdeutschland 1994 (vH des Bruttoproduktionswertes)

	Ostdeutschland	Westdeutschland
<i>Vorleistungen insgesamt</i>	70,1	64,3
Materialaufwand	46,5	37,6
Handelsware	5,8	10,9
Kosten für Lohnarbeiten	2,3	2,5
Kosten für sonstige industrielle/handwerkliche Dienstleistungen	3,2	2,0
Mieten und Pachten	1,6	1,7
Sonstige Kosten	10,7	9,7

^aNach der Abgrenzung der Kostenstrukturstatistik. — ^bBetriebe mit 20 und mehr Beschäftigten.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IWH.

Während in der Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der gesamte Unternehmensbestand berücksichtigt wird, liegt die Kostenstrukturstatistik nur für Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten vor. Sieht man von den unterschiedlichen Definitionen der Vorleistungen ab, lassen sich die höheren Vorleistungsquoten in der Kostenstrukturstatistik dahingehend interpretieren, daß bei den größeren ostdeutschen Unternehmen ein höherer Anteil des Bruttoproduktionswertes auf Vorleistungen entfällt als bei den kleineren. Hierauf deuten auch die Ergebnisse der Kostenstrukturanalyse²¹ der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) hin, in der der untersuchte Unternehmensbestand nach Größenklassen unterteilt wird (Tabelle 17). In dieser Statistik sind die Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mill. DM nur in geringer Zahl vertreten sind, da sie im allgemeinen nicht zu den Empfängern der von der KfW gewährten Wirtschaftsförderung gehören. Es zeigt sich ein im Verhältnis zu Westdeutschland durchschnittlich höherer Anteil von Material, bezogenen Waren und Leistungen am Umsatz bei den großen Unternehmen, während sich bei den kleinen und mittleren Unternehmen (Umsatz unter 5 Mill. DM bzw. zwischen 5 und 50 Mill. DM) die ost- und westdeutschen Materialquoten entsprechen.

Tabelle 17 – Vorleistungen^a nach Unternehmensgrößenklassen in Ost- und Westdeutschland 1995 (vH des Umsatzes)

	Ostdeutschland	Westdeutschland
Unternehmen mit unter 5 Mill. DM Umsatz	41,5	42,0
5 bis 50 Mill. DM Umsatz	55,8	55,4
über 50 Mill. DM Umsatz	71,2	57,7

^aNach Abgrenzung der Kreditanstalt für Wiederaufbau.

Quelle: Kreditanstalt für Wiederaufbau.

Die relativ hohen Vorleistungsquoten der ostdeutschen Industrieunternehmen werden nach den Ergebnissen der Kostenstrukturstatistik maßgeblich vom Materialaufwand verursacht, der bei den ostdeutschen Unternehmen im Mittel einen wesentlich höheren Anteil am Bruttoproduktionswert erreicht als bei den westdeutschen. Allerdings haben die Materialquoten bis 1994 abgenommen.

Die höheren Vorleistungsanteile können verschiedene Ursachen haben:

(1) Weisen ostdeutsche Unternehmen eine geringere Fertigungstiefe auf als westdeutsche, so kann allein dies zu einer höheren Vorleistungsquote führen. Darauf weisen Ergebnisse von Unternehmensbefragungen hin (Fritsch 1997). Eine Verringerung der Fertigungstiefe aufgrund eines Gewinnmaximierungskalküls der Unternehmen hat in der Regel Spezialisierungsgewinne zur Folge und kann prinzipiell positiv beurteilt werden (vgl. zu dieser These Deutsche Bundesbank 1996). Ob dies auch in Ostdeutschland immer der Fall ist, läßt sich schwer sagen. Die Aufspaltung der ehemaligen Treuhandbetriebe kann mitunter zu suboptimalen Strukturen geführt haben. Hierauf mögen die relativ hohen Materialquoten bei großen Unternehmen in Ostdeutschland hindeuten.

(2) Es mag auch sein, daß in Ostdeutschland wertschöpfungsarme Produktionen ein vergleichsweise hohes Gewicht haben. Dies impliziert ebenfalls verhältnismäßig hohe Vorleistungsquoten.

(3) In einigen Wirtschaftszweigen führt die von den westdeutschen Strukturen abweichende Spezialisierung innerhalb der Branche zu höheren Materialquoten. Ist der Anteil materialintensiver Produktionen am Bruttoproduktionswert einer Branche in Ostdeutschland höher als in Westdeutschland, so ergibt sich eine höhere Materialquote für den gesamten Wirtschaftszweig, als sich bei Zugrundelegen der westdeutschen Produktionsstruktur ergeben hätte. Allerdings gibt es auch Zweige, in denen das nicht so ist, so daß sich aus der Produktionsstruktur kein solcher Einfluß ableiten läßt. Auch läßt sich aufgrund der Wareneingangserhebung des Statistischen Bundesamtes, die derzeit für 1994 vorliegt, in den neuen Bundesländern keine abweichende Spezialisierung innerhalb der Branchen feststellen. In den meisten Wirtschaftsgruppen dominierte sowohl in Ost- als auch in Westdeutschland der Warenbe-

zug aus der eigenen Branche (Kraßnig 1996: 702). Ein eindeutiger Einfluß auf die Materialquote des Verarbeitenden Gewerbes geht jedoch von der höheren Energieintensität der ostdeutschen Industrieunternehmen aus.²²

(4) Eine ineffiziente Produktion, z.B. mit einem veralteten Maschinenbestand, die zu einem höheren Ausschuß führt, könnte ebenfalls höhere Vorleistungsquoten bedingen. Dieses Argument sollte allerdings nicht übergewichtet werden. So ergaben Erhebungen in der sächsischen Investitionsgüterindustrie, daß Ausschußquoten dort nicht wesentlich von denen in der westdeutschen Industrie abweichen (Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1996).

(5) Es scheint so, daß die ostdeutschen Unternehmen für ihre Endprodukte geringere Preise erzielen als westdeutsche Unternehmen. Unternehmensbefragungen zufolge waren die Absatzpreise für qualitativ gleichwertige Produkte 1993 bei ostdeutschen Herstellern im Mittel um 12 vH geringer als bei westdeutschen Herstellern.²³ Dieser Unterschied dürfte sich seitdem noch nicht vollständig zurückgebildet haben (Abschnitt B.II.3). Dadurch ergibt sich ceteris paribus ein geringerer Bruttoproduktionswert und entsprechend eine höhere Materialquote der ostdeutschen Unternehmen.

(6) Es gibt schließlich Hinweise darauf, daß ostdeutsche Unternehmen für Vorleistungen höhere Preise zu zahlen haben als westdeutsche.²⁴ Dies erklärt sich teilweise damit, daß die von ihnen bezogenen Mengen aufgrund der im Vergleich zu Westdeutschland unterdurchschnittlichen Betriebsgröße geringer sind. Bezugsgrößenabhängige Rabatte, Skonti und andere Zahlungsvergünstigungen können insofern nicht oder nur in geringerem Ausmaß in Anspruch genommen werden. Des weiteren ergaben Umfragen, daß ostdeutsche Unternehmen ihr Material häufiger von weiter entfernten Produzenten beziehen als westdeutsche Unternehmen. Hieraus resultieren höhere Transportkosten. Zudem werden von regional ansässigen Großhändlern verhältnismäßig hohe Handelsspannen in Rechnung gestellt (Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1996: 10; Mallok 1996). Diese Bezugsstrukturen hatten sich schon zu Beginn des Transformationsprozesses aufgrund des schlechteren Preis-Leistungs-Verhältnisses ostdeutscher Vorprodukte bzw. des Fehlens ostdeutscher Vorleistungsproduzenten herausgebildet (Mallok 1996; Eickelpasch et al. 1996: 55). Da die Möglichkeiten ostdeutscher Unternehmen eingeschränkt sind, höhere Vorleistungspreise auf die Produktpreise zu überwälzen, führt auch dieser Grund zu überdurchschnittlichen Vorleistungsquoten.

Die höheren Vorleistungsquoten ergeben sich aus dem Zusammenspiel aller genannten Faktoren. Welche Bedeutung den einzelnen Ursachen beizumessen ist, kann aufgrund der vorliegenden Daten nicht geklärt werden. Festzuhalten bleibt, daß in ostdeutschen Unternehmen aufgrund einer geringeren Fertigungstiefe oder wegen vergleichsweise niedriger Endproduktpreise im Durchschnitt ein höherer Teil des Bruttoproduktionswertes auf Vorleistungen entfällt als in westdeutschen Unternehmen. Zudem gibt es Anzeichen dafür, daß der Anteil der Vorleistungen am Bruttoproduktionswert durch höhere Vorleistungspreise — bedingt durch geringere Abnahmemengen, unzureichende Verhandlungspositionen gegenüber Zulieferern und durch den recht häufigen Bezug von Vorleistungen aus entfernteren Regionen — zusätzlich beeinflusst wird. Insofern weisen ostdeutsche Unternehmen auf der Beschaffungsseite Merkmale auf, die sich zum Teil nachteilig auf ihre Wettbewerbsfähigkeit auswirken.

Höhere Preise für Vorleistungen aufgrund regionaler Besonderheiten der Beschaffungsmärkte

Im Gegensatz zu der geringen Präsenz auf überregionalen Absatzmärkten gibt es Anzeichen dafür, daß die ostdeutschen Unternehmen sich auf den Beschaffungsmärkten wesentlich stärker überregional orientieren. Dies ist nicht überraschend, sondern eine unmittelbare Folge der relativ geringen industriellen Aktivität in den neuen Bundesländern. In einer Befragung im Land Brandenburg gab ein Drittel der Unternehmen an, daß die benötigten Vorprodukte in der umliegenden Region nicht angeboten werden (Eickelpasch et al. 1996: 55). Wegen der Stilllegung vieler Produktionen oder der Veränderung von Produktlinien mußten die ostdeutschen Unternehmen oftmals auf westdeutsche Vorlei-

stungsanbieter ausweichen. Aufgrund einer eingeschränkten regionalen Verfügbarkeit von Vorleistungen²⁵ können sich gegenüber Konkurrenten in anderen Regionen Wettbewerbsnachteile ergeben — es sei denn, daß Geschäftsverbindungen zu Mutterunternehmen im Westen zu günstigeren Bezugskonditionen führen. Weitere Wettbewerbsnachteile ergeben sich, wenn, wie bereits erwähnt, ostdeutsche Unternehmen aufgrund geringerer Bezugsmengen oder unzureichender Reputation höhere Preise für Vorleistungen zu zahlen haben.

Eine Umfrage des IWH im Juli 1996 ergab,²⁶ daß die Unternehmen Vorprodukte zu ungefähr gleichen Teilen aus Ost- und Westdeutschland bezogen, ein Siebtel stammte aus dem Ausland (Tabelle 18).

Tabelle 18 – Regionale Struktur der Bezüge von Vorprodukten und Dienstleistungen ostdeutscher Industrieunternehmen im 1. Halbjahr 1996 (vH der berücksichtigten Unternehmen^a)

	Herkunftsregion			Nachrichtlich:
	Ostdeutsch-land	Westdeutsch-land	Ausland	Anzahl der Unternehmen ^c
Vorprodukte ^b	43	44	14	216
Art der Vorprodukte ^c				
Grundstoffe	45	38	16	145
Halbfabrikate	42	45	12	144
Fertigteile	41	46	12	121
Unternehmen nach Hauptgruppen				
Grundstoff- und Produktionsgütergewerbe	36	45	19	38
Investitionsgüter produzierendes Gewerbe	45	46	9	120
Verbrauchsgüter produzierendes Gewerbe	36	40	24	40
Ernährungsgewerbe	61	28	11	18
Unternehmen nach Eigentumsstatus				
Private Unternehmen	43	44	13	200
westdeutscher Investoren	44	43	13	83
ausländischer Investoren	38	38	24	17
ostdeutscher Investoren	44	46	10	100
Treuhandunternehmen	29	34	37	7
Unternehmen nach Entstehung				
Privatisierte Unternehmen	43	44	13	174
Neugründungen	47	44	9	26
Unternehmen nach Größe				
1 bis 49	45	46	9	79
50 bis 99	42	45	14	53
100 bis 249	46	39	15	55
250 und mehr Beschäftigte	38	47	15	29
Dienstleistungen	83	15	2	196
Unternehmen nach Eigentumsstatus				
Private Unternehmen	83	14	2	181
westdeutscher Investoren	85	13	2	75
ausländischer Investoren	77	20	4	16
ostdeutscher Investoren	82	14	2	90
Treuhandunternehmen	87	13	0	7
Unternehmen nach Entstehung				
Privatisierte Unternehmen	82	15	3	160
Neugründungen	89	11	0	21
Unternehmen nach Größe				
1 bis 49	91	9	0	73
50 bis 99	87	10	3	42
100 bis 249	77	18	2	48
250 und mehr Beschäftigte	81	17	2	33

^aGewichtet mit der Zahl ihrer der Beschäftigten. — ^bNur Grundstoffe, Halbfabrikate und Fertigteile. — ^cMehrfachnennungen möglich.

Quelle: Umfrage des IWH vom Juli 1996.

Insgesamt wurden knapp 60 vH der Vorprodukte überregional beschafft. Eine Umfrage bei Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes in Brandenburg zeichnete 1995 ein ähnliches Bild: In ungefähr gleichem Ausmaß wurden Vorleistungen von Unternehmen aus den neuen und aus den alten Ländern bezogen. Der Auslandsanteil fiel mit rund einem Fünftel etwas höher aus als bei der Umfrage des IWH (Eickelpasch et al. 1996: 50).

Unternehmen des Grundstoff- und Produktionsgütergewerbes sowie des Verbrauchsgütergewerbes beschaffen in einem geringeren Ausmaß Produkte aus Ostdeutschland als Unternehmen des Ernährungsgewerbes und der Investitionsgüterindustrie. Die höheren Vor-Ort-Bezüge der Nahrungsmittelbranche sind leicht zu erklären. Diese Produkte sind wegen der meist kürzeren Haltbarkeit nur begrenzt überregional handelbar. Zudem werden Agrarprodukte, die als Vorleistungen dienen, in Ostdeutschland häufig selbst produziert. Außerdem mögen bei Nahrungsmittelproduzenten traditionelle Kunden-Lieferanten-Beziehungen noch eher intakt geblieben sein als in anderen Bereichen. Überraschend sind jedoch die vergleichsweise hohen Bezüge von ostdeutschen Vorprodukten durch das Investitionsgütergewerbe. Dies kann mit Besonderheiten der zugrundeliegenden Stichprobe der IWH-Umfrage zusammenhängen. Eine Befragung in der sächsischen Investitionsgüterindustrie ergab im Gegensatz dazu, daß drei Viertel der Vorleistungen überregional bezogen wurden (Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1996: 10).

Eine Differenzierung der befragten Unternehmen (ohne Unternehmen der Treuhandnachfolgegesellschaften) nach den Eigentumsverhältnissen zeigt, daß die Bezugsstrukturen sich auch in Abhängigkeit der Besitzverhältnisse unterscheiden: Unternehmen ausländischer Investoren beziehen einen erheblich größeren Anteil der Vorprodukte aus dem Ausland, sind also in hohem Maße in den Lieferverbund des Mutterunternehmens integriert. Unternehmen mit ostdeutschen Eigentümern und solchen im Besitz westdeutscher Eigentümer unterscheiden sich indes in dieser Hinsicht kaum. Insbesondere beziehen beide Gruppen einen gleich großen Teil ihrer Produkte aus den neuen Bundesländern. Mit zunehmender Betriebsgröße steigt der Anteil der im Ausland bezogenen Waren an, was nicht überraschen kann.

Die von den Unternehmen in Anspruch genommenen Dienstleistungen stammen nach der Umfrage des IWH zum weit überwiegenden Teil aus Ostdeutschland selbst. Auch hierin unterscheiden sich Unternehmen westdeutscher und ostdeutscher Eigentümer nicht wesentlich. Lediglich Unternehmen im ausländischen Eigentum beziehen einen höheren Anteil der Dienstleistungen aus Westdeutschland und dem Ausland. Ähnlich wie bei den Vorprodukten beschaffen neugegründete und kleinere Unternehmen Dienstleistungen bevorzugt aus Ostdeutschland. Größere Unternehmen stehen dagegen häufiger in Geschäftsbeziehungen zu Dienstleistern in Westdeutschland.

Die DIW-Umfrage bei brandenburgischen Unternehmen zeigt, daß Transport- und Marketingleistungen eher bei regional ansässigen Unternehmen, FuE- und Marktforschungsdienste hingegen überwiegend bei Dienstleistern aus den alten Bundesländern in Anspruch genommen wurden (Eickelpasch et al. 1996: 47).

Organisatorische Defizite auf der Beschaffungsseite der Unternehmen

Möglicherweise ist ein Grund für die unbefriedigende Situation auf der Beschaffungsseite auch darin zu sehen, daß ostdeutsche Unternehmen bisher größere Anstrengungen bei der Umstrukturierung der Produktions- und Absatzseite als bei der Umstrukturierung der Beschaffungsseite unternommen haben. Eine Befragung des IWH bei den von der Treuhandanstalt durch Management-Buy-Out privatisierten Unternehmen ergab, daß auf der Beschaffungsseite bisher vergleichsweise wenig Veränderungen umgesetzt wurden.²⁷ Der Beschaffung muß jedoch eine ebenso große Bedeutung eingeräumt werden wie den übrigen betrieblichen Funktionen, da auch von ihr ein Einfluß auf die preisliche Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen ausgeht. Die Mehrzahl der befragten Unternehmen scheint dies allerdings erkannt zu haben. Das wird daran ersichtlich, daß Unternehmen, die Verluste erwirtschaften, Veränderungen auf der Beschaffungsseite planen.

3. Preissetzungsverhalten, Kostenniveau und Marktanteile

Unternehmen stehen grundsätzlich zwei Wege offen, um ihre Marktanteile zu erhöhen (Porter 1985):

- Sie können erstens die Produktführerschaft anstreben. In diesem Fall müssen sich ihre Erzeugnisse vorteilhaft von denen der Konkurrenz abheben. Zu den Merkmalen, auf die es hier ankommt, gehören gute Gebrauchseigenschaften, gefälliges Design, lange Lebensdauer, bekannter Marken- oder Firmenname und zuverlässiger Service. Der Weg zur Erringung der Produktführerschaft ist freilich steinig und lang. Bisher haben sich nur wenige ostdeutsche Unternehmen mit einer eigenen Marke eine solche Stellung erobern können.
- Sie können zweitens die Preisführerschaft anstreben. Ostdeutsche Hersteller, die ihre Erzeugnisse nicht zu profilieren vermögen, können versuchen, diese durch eine Niedrigpreisstrategie in den Markt zu drücken. Freilich, ohne volle Kostendeckung kann kein Unternehmen auf Dauer überleben. Da ostdeutsche Hersteller eher mit höheren Kosten produzieren als ihre westlichen Konkurrenten, ist ihnen dieser Weg weitgehend verbaut. Trotzdem versuchen sich viele bei dem schwierigen Spagat.

Das hohe Kostenniveau ist die Achillesferse bei zahlreichen ostdeutschen Herstellern. Es begrenzt nicht nur die Preisflexibilität nach unten und damit den Spielraum für eine Niedrigpreisstrategie, also eine Spezialisierung bei No-Name-Produkten. Es erschwert auch erfolversprechende Schritte zur Aufwertung des Sortiments. Denn wo die Rendite schmal ist, fehlt in der Regel das Geld, um innovative Produkte zur Marktreife zu bringen, die Produktpalette zu arrondieren, Werbeaktivitäten zu finanzieren oder die Warenrepräsentation zu verbessern. Viele Unternehmen suchen deshalb den Ausweg in einer Konzentration auf das mittelpreisige Sortiment. Sie begeben sich damit auf schwieriges Gelände, denn nirgendwo anders ist die Gefahr so groß, zwischen potenten Wettbewerbern von „unten“ und von „oben“ zerrieben zu werden. Aber in der augenblicklichen Situation gibt es für viele wohl keine andere Wahl.

Preisniveau und Preisentwicklung bei Industriegütern aus ostdeutscher Produktion

Empirischen Untersuchungen zur preislichen Wettbewerbsfähigkeit ostdeutscher Unternehmen sind enge Grenzen gesetzt. Die amtliche Statistik liefert in der Regel keinen Nachweis über das Niveau, sondern nur über die Entwicklung von Preisen. Der Index der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte (beim Inlandsabsatz) zeigt also nur Veränderungen an. Er wird zudem für Ostdeutschland auch nicht in voller Tiefe, sondern lediglich für 34 (zweistellige) Gütergruppen veröffentlicht. Hilfsweise wurden deshalb aus den Wert- und Mengenangaben der Produktionsstatistik, die grundsätzlich in tieferer Gliederung (bis zu neunstelligen Meldenummern) verfügbar sind, die Preise ermittelt.²⁸

Ein Vergleich der Absatzpreise von gut einem Dutzend ausgewählter Industriegüter erhärtet die Vermutung, daß Produzenten in Ostdeutschland für ihre Produkte in vielen Fällen geringere Erlöse erzielen als die Konkurrenten in Westdeutschland. So bekamen sie im Jahr 1995 für die Tonne Bausand und Kies zur Herstellung von Beton nur 9,53 DM und damit 2,23 DM (22 vH) weniger als westdeutsche Produzenten (Tabelle 19). Ähnlich groß war der relative Preisabstand bei Betonpflastersteinen. Nur bei wenigen der ausgewählten Güter lagen die Abgabepreise im Osten etwas höher als im Westen, so bei Paletten und anderen Transportmitteln oder bei speziellen Büroartikeln wie Aktenordnern.

Beim Vergleich von Durchschnittswerten läßt sich nicht immer erkennen, ob und inwieweit die Unterschiede auch von der Produktbeschaffenheit herrühren. Dort, wo größere Unterschiede auftreten, ist dies sicherlich auch auf die Heterogenität der Güter zurückzuführen. So erklärt sich der im Osten nur etwa halb so hohe Fabrikabgabepreis für Brot auch damit, daß dort billigere Brotsorten, im Westen hingegen höherpreisige Sorten dominieren.

Tabelle 19 – Werksabgabepreise (Durchschnittswerte) ausgewählter Erzeugnisse nach Regionen 1991 und 1995 (DM)

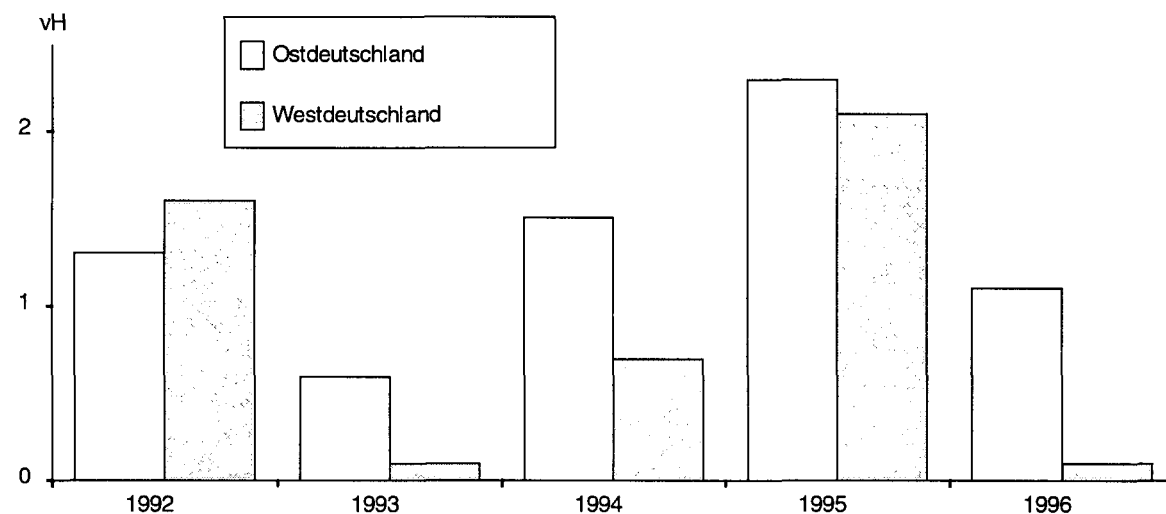
1991			1995		
Erzeugnisse	Durchschnittswert		Erzeugnisse	Durchschnittswert	
	Ostdeutschland	Westdeutschland		Ostdeutschland ^a	Gesamtdeutschland
Bausand und Baukies (Tonnen)	9,78	10,01	Bausand und Baukies zur Herstellung von Beton (Tonnen)	9,23	11,76
Betonpflastersteine aller Art (Tonnen)	86,25	75,27	Betonpflastersteine (Tonnen)	72,35	87,80
Gerüstkonstruktionen aus Stahl (Tonnen)	2 500,62	5 276,25	Stütz- und Trägerkonstruktionen aus Stahl (Tonnen)	3 791,64 ^{b,c}	3 820,76
Kraftwagenanhänger bis 10 t zulässiges Gesamtgewicht (Stück)	9 438,32	8 239,76	Einachsige Anhänger zur Beförderung von Gütern (Stück)	3 271,34 ^b	3 319,72
Trockentransformatoren über 0,010 bis 1 kVA (Stück)	13,39	15,41	Andere Transformatoren kleiner als 1 kVA (Stück)	10,09 ^c	7,95
Niederspannungsschaltfelder, -schränke und -tafeln unter 1 000 V mit fest eingebauten Geräten (Stück)	1 876,70	1 960,77	Steuerschranke und Energieverteilungseinrichtungen unter 1 000 V (Stück)	1 569,90	2 126,23
Paletten und andere stapelfähige Transportmittel (Tonnen)	2 429,75	3 111,61	Paletten und andere stapelfähige Transportmittel (Tonnen)	3 839,50 ^d	3 701,16
Alkydharzlacke (Tonnen)	5 203,65	6 875,76	Anstrichfarben und Lacke auf der Grundlage von Alkydharzen, lufttrocknend (Tonnen)	4 509,95 ^d	6 531,99
Säge-, Hobel- und Holzspäne etc. (Tonnen)	11,92	30,15	Nadelholz in Plättchen- oder Schnitzelform, Hackschnitzel (Tonnen)	13,84 ^{b,d}	71,00
Tapeten aus Papier (Rolle)	4,19	5,43	Ordner, Schnellhefter, Einbände, Aktendeckel (Tonnen)	4 768,20 ^b	4 748,57
Stoff für Herren- und Knabenoberbekleidung, auch für Herrenberufsbekleidung aus Wolle, Kammgarngewebe (Tonnen)	21 445,86	46 514,72	Gewebe aus natürlichen Spinnstoffen (ohne Baumwolle) für Herrenbekleidung (Tonnen)	15 029,45	45 317,98
Vollmilch und teilentrahmte Milch (Liter)	0,71	0,86	Milch und Rahm, Fettgehalt > 1–6 vH, nicht eingedickt (Liter)	0,74	0,78
Weizen- und Weizenmischbrot (Tonnen)	1 993,71	2 349,07	Frisches Brot ohne Zusatz von Honig, Eiern, Käse etc. (Tonnen)	1 823,68	3 088,65
Zigaretten (1 000 Stück)	13,57	32,56	Natürliches Mineralwasser (Liter)	0,43 ^{b,c}	0,46

^aBrandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen. — ^bBrandenburg. — ^cMecklenburg-Vorpommern. — ^dSachsen.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistische Berichte verschiedener Statistischer Landesämter, IfW.

Noch mehr Vorsicht ist beim Zeitvergleich geboten, wenn also Durchschnittswerte für 1991 und 1995 gegenübergestellt werden. Denn etwaige Veränderungen können in erheblichem Maße auf Veränderungen in der Zusammensetzung des Güterbündels beruhen.²⁹ Trotz dieser Vorbehalte läßt sich aber feststellen, daß die ostdeutschen Hersteller im ganzen gesehen ihren Preisrückstand zu den westdeutschen Herstellern nicht entscheidend verringern konnten. Bei einigen der aufgelisteten Erzeugnisse, so bei Baustoffen, ist der Abstand sogar größer geworden.

Schaubild 4 – Entwicklung des Index der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte^a (Inlandsabsatz) in Ostdeutschland und Westdeutschland 1992–1996 (jährliche Veränderungsrate in vH)



^aErzeugnisse des Verarbeitenden Gewerbes.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Daß alles in allem bislang kein großer Spielraum für Preisanpassungen nach oben bestand, zeigt auch die Entwicklung beim Index der Erzeugerpreise für gewerbliche Produkte.³⁰ Der Index ist im Zeitraum von 1991 bis 1996 in Ostdeutschland um insgesamt 6,5 vH und damit nur um 2 Prozentpunkte stärker als in Westdeutschland gestiegen. Dabei muß berücksichtigt werden, daß Anfang der neunziger Jahre ostdeutsche Hersteller ums Überleben kämpften. Damals mußten sie vielfach ihre Erzeugnisse unter Einstandspreisen verkaufen.³¹ Erst seit 1993 sind sie wieder in der Lage, Boden gutzumachen (Schaubild 4).

Wegen der räumlichen Interdependenz der Märkte besitzen Unternehmen, die auf überregionalen Märkten tätig sind, nur eine eingeschränkte Preisautonomie. Ihnen sind die Preise — jedenfalls wenn sie über keine marktbeherrschende Stellung verfügen — von den Konkurrenten aus anderen Regionen vorgegeben. Sie können zwar, soweit ihre Kosten dies zulassen, deren Preise unterbieten und damit möglicherweise ihre Marktanteile ausweiten. Aber sie können nicht höhere Preise durchsetzen, ohne Gefahr zu laufen, Marktanteile zu verlieren. Sie können sich allenfalls durch Produktdifferenzierung Preiserhöhungsspielräume verschaffen.

Während auf überregionalen Märkten die ostdeutschen Unternehmen in ihrer Gesamtheit — um es in der Sprache der Preistheorie auszudrücken — nur Mengenanpasser und nicht Preisfixierer sind, verfügen sie auf lokalen Märkten durchaus über eine gewisse Preisautonomie. Hier wird ihr Preissetzungsspielraum — abgesehen von der Kaufkraft und den Nachfragepräferenzen — nur von den Konkurrenten vor Ort bestimmt, die meistens unter ähnlichen Bedingungen produzieren. Eine solche Differenzierung zwischen der Preisentwicklung bei lokalen und bei überregional handelbaren Gütern ist aus der Statistik nicht ohne weiteres herauszulesen. Allenfalls auf hohem Aggregationsniveau, bei Er-

zeugnisgruppen (Einsteller),³² ist sie erkennbar. Bei Grundstoff- und Produktionsgütern, bei Verbrauchsgütern sowie bei Ernährungsgütern, die zum Teil nur lokal oder regional abgesetzt werden,

Tabelle 20 – Index der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte (Inlandsabsatz) in Ost- und Westdeutschland 1992 und 1996 (1991=100)

	1992		1996	
	Ostdeutschland	Westdeutschland	Ostdeutschland	Westdeutschland
<i>Erzeugnisse des Verarbeitenden Gewerbes insgesamt</i>	101,3	101,6	106,7	104,5
Grundstoff- und Produktionsgütergewerbe	100,4	98,8	107,5	100,0
Mineralölerzeugnisse	102,9	99,0	118,0	110,5
Steine und Erden, Asbestwaren, Schleifmittel	102,3	104,0	100,1	109,7
Eisen und Stahl	95,3	97,1	98,3	92,4
NE-Metalle und -Metallhalbzuge	95,6	94,3	98,6	95,8
Gießereierzeugnisse	98,5	102,6	104,0	103,6
Ziehereien und Kaltwalzwerke	103,1	96,8	110,6	94,9
Chemische Erzeugnisse	101,0	98,4	105,4	98,1
Schnittholz, Sperrholz und sonstiges bearbeitetes Holz	98,1	96,8	98,5	88,9
Holzstoff, Zellstoff, Papier und Pappe	92,5	90,6	94,9	86,8
Gummiwaren
Investitionsgütergewerbe	100,2	102,7	104,1	107,5
Erzeugnisse der Stahlverformung	.	.	108,9	101,2
Stahlbauerzeugnisse und Schienenfahrzeuge	101,1	103,2	104,5	108,1
Maschinenbauerzeugnisse	100,6	103,7	107,4	111,0
Straßenfahrzeuge	.	103,6	.	109,4
Boote und Yachten	102,1	105,8	113,7	109,8
Elektrotechnische Erzeugnisse	99,1	101,2	98,8	102,0
Feinmechanische und optische Erzeugnisse, Uhren	98,8	103,7	99,2	112,4
EBM-Waren	100,9	102,6	103,5	105,5
Büromaschinen usw.	.	99,6	.	90,4
Verbrauchsgütergewerbe	103,4	102,8	112,9	108,5
Musikinstrumente, Spielwaren usw.	98,9	102,2	109,3	104,1
Feinkeramische Erzeugnisse	108,2	107,2	114,7	112,1
Glas und Glaswaren	101,7	100,5	102,0	96,0
Holzwaren	.	.	109,5	114,0
Papier- und Pappwaren	99,9	100,3	109,1	102,2
Druckereierzeugnisse, Vervielfältigungen	104,6	101,4	145,8	108,4
Kunststofferzeugnisse	94,4	100,2	99,6	101,8
Leder	98,6	101,8	100,7	101,1
Lederwaren und Schuhe	102,8	102,7	98,5	108,1
Textilien	102,8	101,6	104,1	101,6
Bekleidung und konfektionierte Textilien	105,3	102,4	105,8	105,1
Nahrungs- und Genussmittelgewerbe	103,6	103,1	106,3	104,7

Quelle: Statistisches Bundesamt.

sind die Preise in Ostdeutschland stärker als in Westdeutschland, bei Investitionsgütern dagegen, die vorwiegend auf überregionalen Märkten abgesetzt werden, sind sie schwächer gestiegen. Auf der Ebene von Erzeugnisklassen (Zweisteller) ist das Bild aber uneinheitlich (Tabelle 20). So haben in Ostdeutschland die Hersteller von Baustoffen — anders als ihre Konkurrenten in Westdeutschland — die Preise nicht anheben können, obwohl sie vor Ort vergleichsweise gute Absatzchancen hatten und immer noch haben. Es gibt jedoch inzwischen beträchtliche Überkapazitäten, die auf den Markt drücken. Möglicherweise hat auch der intensive Wettbewerb von seiten polnischer und tschechischer Anbieter Preisanhebungen verhindert. Hingegen hat das Ernährungsgewerbe in Ostdeutschland, trotz der teilweise scharfen Konkurrenz überregionaler Anbieter, seine relative Preisposition etwas verbessern können, ohne vermutlich den Rückstand schon aufholen zu können. Dazu hat nicht nur ein spürbares „Upgrading“ der Produkte beigetragen, sondern auch, und nicht unabhängig davon, die Rückorientierung der Bevölkerung auf von früher her vertraute Marken. Viele Ernährungsgüter sind im Prinzip zwar überregional handelbar, jedoch setzen starke Präferenzen für lokale Spezialitäten dem überregionalen Wettbewerb Grenzen. Ähnliches gilt für Zeitungen und Zeitschriften. Seit 1991 sind Druckerzeugnisse in Ostdeutschland um fast die Hälfte teurer geworden (verglichen mit weniger als einem Zehntel in Westdeutschland). Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, daß bei Lokal- und Regionalzeitungen ein Nachholbedarf an Preiserhöhungen bestand. Diese Blätter müssen bisher kaum überregionale Substitutionskonkurrenz befürchten.

Preissetzungsverhalten und Marktanteile

Zahlreichen ostdeutschen Unternehmen, die in der Klemme stecken zwischen hohen Produktionskosten und geringer Akzeptanz ihrer Produkte, fällt es offensichtlich schwer, sich für eine bestimmte Absatzstrategie zu entscheiden und diese durchzuhalten. Kleinere Unternehmen tendieren zwar zu einer kostenorientierten statt zu einer absatzorientierten Preisstrategie (Meffert 1986; Wiedt-Nebbeling 1975), können diese aber in der Regel nicht durchhalten, weil die Konkurrenten billiger anbieten. Beim Absatz an Großabnehmer sind ihnen die Preise praktisch vorgegeben. Hier müssen sie damit rechnen, bei Preisanhebungen (oder bei der Verweigerung von geforderten Preissenkungen) nicht nur marginale Absatzmengen zu verlieren, sondern vollständig ausgelistet zu werden.

Entsprechend ist auf Branchenebene der Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Absatzpreise und der Marktposition alles andere als eng (Tabelle 21). In einigen Branchen, die überdurchschnittlich hohe Anteile am gesamtdeutschen Markt halten, wie in der Steine- und Erden-Industrie und im Stahl- und Leichtmetallbau, vermochten die ostdeutschen Hersteller ihre Preise nicht oder nur wenig anzuheben und mußten gegenüber den westdeutschen Konkurrenten sogar eine Verschlechterung ihrer Preisposition hinnehmen. In anderen Branchen vermochten die ostdeutschen Hersteller trotz einer zurückhaltenden Preispolitik ihre schwache Marktstellung nicht zu stabilisieren. Dazu gehören die Elektrotechnik und der Maschinenbau. In beiden Branchen, und das gilt auch für andere Investitionsgüterbranchen, ist Produktkompetenz generell wichtiger als Preisflexibilität. Unternehmen, die über keinen anerkannten Namen verfügen, kommen auch mit niedrigen Preisen schwer zum Zuge.

Die Interpretation der Befunde ist nicht einfach. Alles in allem hat man es mit einer Gemengelage sehr unterschiedlicher Einflußfaktoren zu tun. In vielen Fällen ist es deshalb schwer zu sagen, was Ursache und was Wirkung ist. So rührt die im ganzen schwache Marktposition ostdeutscher Industrieunternehmen vordergründig betrachtet zwar aus Angebotsdefiziten. Das erschwert es ihnen, auskömmliche, mindestens kostendeckende Preise zu erzielen. Aber die Angebotsdefizite können auch das Ergebnis einer schwachen Marktstellung sein. Wo nichts verdient wird, fehlt auch das Geld für die Produktentwicklung, für die Sortimentsarrondierung, für Marketingaktivitäten oder für den Kundendienst. Im einzelnen kann die Situation zusätzlich durch die spezifischen Nachfrage- und Konkurrenzbedingungen beeinflußt sein. So hängt die starke Marktposition der Baustoffhersteller in Ostdeutschland sicherlich mit der regionalen Sonderkonjunktur zusammen. Sie kann aber auch auf eine hohe preisliche Wettbewerbsfähigkeit zurückzuführen sein — als Ergebnis früher und konsequenter Um-

Tabelle 21 – Marktanteile der ostdeutschen Industrie am gesamten deutschen Markt^a 1994 und die relative Preisentwicklung^b ihrer Güter gegenüber der westdeutschen Industrie 1996 gegenüber 1991

Wirtschaftszweige	Marktanteile (vH)	Erzeugnisklassen	Relative Preisentwicklung
Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden	16,1	Druckereierzeugnisse, Vervielfältigungen	1,35
Stahl- und Leichtmetallbau, Schienenfahrzeugbau	15,2	Erzeugnisse der Ziehereien und Kaltwalzwerke	1,17
Nahrungs- und Genußmittelgewerbe	8,4	Holzstoff, Zellstoff, Papier und Pappe	1,09
Herstellung und Verarbeitung von Glas	7,2	Erzeugnisse der Stahlverformung	1,08
Gießerei	5,9	Chemische Erzeugnisse	1,07
Holzverarbeitung	5,8	Papier- und Pappwaren	1,07
Feinkeramik	5,4	Mineralölerzeugnisse	1,07
Herstellung von Kunststoffwaren	4,9	Glas und Glaswaren	1,06
Maschinenbau	4,8	Eisen und Stahl	1,06
Druckerei, Vervielfältigung	4,7	Musikinstrumente, Spielwaren usw.	1,05
Eisenschaffende Industrie	4,5	NE-Metalle und -Metallhalbzeuge	1,03
Ziehereien, Kaltwalzwerke, Mechanik	4,1	Feinkeramische Erzeugnisse	1,02
Stahlverformung usw.	4,1	Textilien	1,02
Elektrotechnik	4,1	Erzeugnisse des Nahrungs- und Genußmittelgewerbes	1,02
Herstellung von EBM-Waren	3,5	Bekleidung und konfektionierte Textilien	1,01
NE-Metallerzeugung, NE-Metallhalbzeugwerke	3,4	Gießereierzeugnisse	1,00
Feinmechanik, Optik, Herstellung von Uhren	3,2	EBM-Waren	0,98
Chemische Industrie	3,2	Kunststoff erzeugnisse	0,98
Papier- und Pappeverarbeitung	3,1	Stahlbauerzeugnisse und Schienenfahrzeuge	0,97
Textilgewerbe	2,7	Maschinenbauerzeugnisse	0,97
Mineralölverarbeitung	2,4	Elektrotechnische Erzeugnisse	0,97
Zellstoff-, Holzschliff-, Papier- und Pappeerzeugung	2,3	Holzwaren	0,96
Musikinstrumente, Spielwaren usw.	2,3	Steine und Erden, Asbestwaren, Schleifmittel	0,91
Lederverarbeitung	1,7	Lederwaren und Schuhe	0,91
Bekleidungsgewerbe	1,5	Feinmechanische und optische Erzeugnisse, Uhren	0,88

^aInlandsumsatz deutscher Unternehmen zuzüglich Importe. — ^bPreisindex Ostdeutschland/Preisindex Westdeutschland.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IfW.

strukturierungsmaßnahmen. Ein weiterer Grund können geringere Durchschnittskosten als Folge einer hohen Kapazitätsauslastung sein, die wiederum aus einer regionalen Sonderkonjunktur in Ostdeutschland resultieren mag.

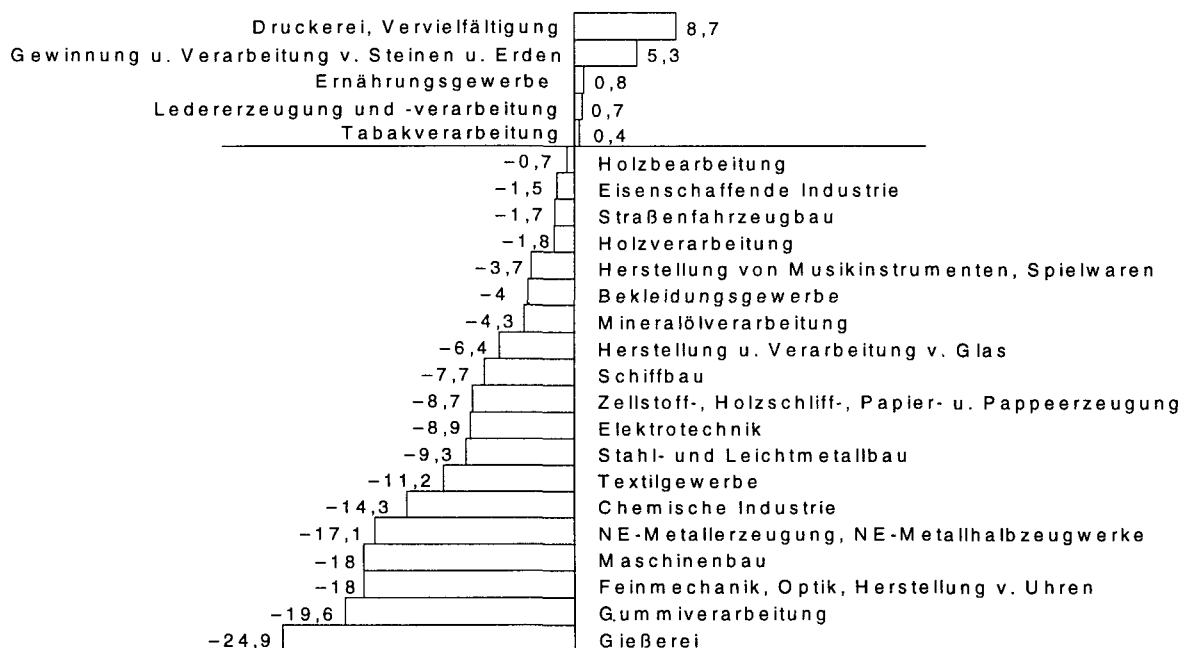
Kostenniveau und Ertragslage

Die insgesamt schwache Marktposition muß sich letztlich in der Gewinn- und Verlustrechnung niederschlagen. Wo der Markt die volle Überwälzung der Kosten nicht zuläßt, und das trifft für einen sehr großen Teil der ostdeutschen Unternehmen noch immer zu, kann es nicht ausbleiben, daß rote Zahlen geschrieben werden.

Die Ergebnisse der Kostenstrukturstatistik zeigen, daß sich im Branchenquerschnitt bei den Produktionskosten die ostdeutschen Industrieunternehmen vergleichsweise wenig unterscheiden. Sie unterscheiden sich aber im Hinblick auf ihre Möglichkeiten, die Kosten an die Abnehmer weiterzugeben, weil sie häufig unter recht ungleichen Marktconstellationen operieren. Die Hersteller von lokal und regional gehandelten Gütern dürften sich in vielen Fällen in einer besseren Situation befinden als die Hersteller von überregional gehandelten Gütern.

Ein Blick auf die Umsatzrenditen im Verarbeitenden Gewerbe, wie sie sich aus der letztverfügbaren Kostenstrukturstatistik für das Jahr 1994 errechnen lassen, zeigt, daß nur wenige Branchen ein positives oder ein ausgeglichenes Ergebnis erzielten (Schaubild 5). Nicht von ungefähr führen die Druckindustrie und die Steine- und Erden-Industrie die Rangfolge mit großem Abstand an, gefolgt von der Ernährungsindustrie, der (allerdings inzwischen unbedeutenden) Lederwarenindustrie und der Tabakverarbeitung. Bemerkenswert ist, daß nur in zwei Branchen ordentliche Erträge erwirtschaftet werden konnten, nämlich in der Druckindustrie, wo beträchtliche Preiserhöhungsspielräume ausgeschöpft werden konnten, und in der Steine- und Erden-Industrie, wo ostdeutsche Unternehmen zwar keine Preiserhöhungsspielräume besaßen, aber auf eine kräftige Nachfrage trafen.

Schaubild 5 – Umsatzrendite^a im ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbe^b in ausgewählten Branchen^c 1994



^aNettowertschöpfung zu Faktorkosten abzüglich Personalkosten in vH des Bruttoproduktionswertes. — ^bSYPRO-Klassifikation. — ^cUnternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IfW.

Es überrascht nicht, daß die Investitionsgüterbranchen, bis auf den Straßenfahrzeugbau, sich alleamt in der unteren Hälfte der Rangskala wiederfinden. In diesen Branchen haben ostdeutsche Unternehmen mehr als anderswo mit Absatzproblemen zu kämpfen und folglich auch kaum Spielraum für Preiserhöhungen. So erwirtschafteten die Unternehmen des Maschinenbaus sowie der Feinmechanik und Optik im Jahre 1994 im Durchschnitt Verluste in Höhe von fast 20 vH des Umsatzes. Hier ist die Mehrzahl der Unternehmen von einer hinreichenden Wettbewerbsfähigkeit noch weit entfernt.

Die hohen Verluste lassen sich nur mit Hilfe einer Doppelstrategie reduzieren: mit einschneidenden Kostensenkungen und mit einer konsequenten Ausrichtung auf marktgängige Produkte. Beides muß simultan angestrebt werden. Denn fürs erste können die meisten Unternehmen weder das eine noch das andere, die Preisführerschaft oder die Produktführerschaft, erreichen.

4. Spezialisierungsmuster und Leistungsprofil

Wenn es vielen ostdeutschen Unternehmen schwerfällt, auf überregionalen Märkten Fuß zu fassen, kann dies auch damit zu tun haben, daß das Leistungsprofil der Unternehmen nicht stimmt, daß also Sortiment und Serviceangebote nicht ausreichend an die Wünsche potentieller Kunden angepaßt sind. Genau das aber ist nötig, um der etablierten Konkurrenz Marktanteile abzuja-gen.

Konzentration auf Standardgüter mit regionalem Absatz

Hinweise auf die Spezialisierung ostdeutscher Unternehmen liefert die amtliche Produktionsstatistik.³³ Faßt man die hergestellten Produkte nach bestimmten Kriterien zusammen, so fallen drei charakteristische Eigenheiten ins Auge: Von vergleichsweise großer Bedeutung sind in den neuen Ländern Produkte, die infolge hoher produktspezifischer Transportkosten oder geringer Lagerfähigkeit als schwer handelbar gelten müssen, sodann Produkte, die bevorzugt in der Bauwirtschaft Verwendung finden, und schließlich Waren, die im allgemeinen ein vergleichsweise geringes technologisches Niveau³⁴ aufweisen (Tabelle 22). Dies korrespondiert mit Überlegungen zur Sektorstruktur der ostdeutschen Wirtschaft. Baunahe Wirtschaftszweige und auf regionale Märkte ausgerichtete Branchen haben dort ein höheres Gewicht als in Westdeutschland (Ragnitz 1995).

Die Ursachen für die Spezialisierung ostdeutscher Unternehmen auf unterdurchschnittlich gehandelte und baunahe Güter — beides hängt eng miteinander zusammen — sind in den Besonderheiten des Transformationsprozesses zu sehen. Eine bedeutsame Rolle spielte, daß sich die ostdeutschen Unternehmen auf einem für sie gänzlich unbekanntem Terrain erst neu orientieren mußten, ohne daß ihnen hierfür eine lange Vorbereitungszeit blieb. Viele haben sich deshalb auf Produktionen konzentriert, bei denen der Wettbewerbsdruck weniger stark spürbar war und Produktideen mit geringem Aufwand adaptiert werden konnten. Das gilt auch und gerade für viele Existenzgründer.

Darüber hinaus spiegelt das beschriebene Spezialisierungsmuster die Nachfragesituation in den neuen Ländern wider. Zu nennen ist insbesondere die sehr dynamische Entwicklung der Baunachfrage. Unterstützt durch die öffentliche Förderung sind der Ausbau der Infrastruktur, die Modernisierung des Wohnungsbestandes und der Aufbau gewerblicher Produktionsstätten vorangetrieben worden. Unternehmen aus dem Bausektor und aus den baunahen Zweigen des Verarbeitenden Gewerbes konnten schon allein wegen der räumlichen Nähe zu den Baustellen hiervon profitieren. Ähnliches gilt aber auch für andere Zweige, die lokal und regional handelbare Güter herstellen. Um die Nachfrage zu befriedigen, war häufig die Produktion vor Ort erforderlich. Dies erklärt, weshalb gerade ostdeutsche Unternehmen, aber auch Investoren von anderswo, sich oft auf diese Produktionen konzentriert haben.

Hinzu kommt, daß hohe Lohnstückkosten bei lokal und regional gehandelten Gütern nur wenig ins Gewicht fallen, denn alle unmittelbaren Konkurrenten sind hier mit ähnlichen Problemen konfrontiert. Insoweit ist bei diesen Gütern eine Überwälzung hoher Kosten in die Preise leichter möglich. Bei überregional handelbaren Gütern ist dies hingegen nicht in gleichem Maße möglich, implizieren doch Preiserhöhungen hier — sofern ein hinreichendes Markenbewußtsein seitens der Nachfrager noch

nicht entwickelt ist — unmittelbare Marktanteilsverluste zugunsten überregionaler Konkurrenz. Auch dies erklärt, weshalb sich das genannte Spezialisierungsmuster in der ostdeutschen Industrie seit Anfang der neunziger Jahre nur wenig verändert hat.³⁵

Tabelle 22 – Produktionsstrukturen in Ostdeutschland und Westdeutschland nach Güterklassen 1995 (vH)^a

		Überregionale Handelbarkeit			Bauorientierung		Technologiegehalt		
		leicht	mittel	schwer	baunah	baufern	niedrig	mittel	hoch
Steine und Erden, sonstige Bergbauerzeugnisse	O	0,0	0,0	100,0	96,7	3,3	100,0	0,0	0,0
	W	0,0	0,0	100,0	93,6	6,4	100,0	0,0	0,0
Ernährungsgüter, Tabakwaren	O	0,0	72,4	27,6	0,0	100,0	100,0	0,0	0,0
	W	0,0	77,3	22,7	0,0	100,0	100,0	0,0	0,0
Textilien, Bekleidung, Leder und Lederwaren	O	0,0	90,6	9,4	0,0	100,0	100,0	0,0	0,0
	W	0,0	90,3	9,1	0,0	100,0	100,0	0,0	0,0
Holz, Papier, Verlagserzeugnisse	O	3,5	80,4	16,1	13,1	86,9	100,0	0,0	0,0
	W	5,8	69,4	24,8	9,3	90,7	100,0	0,0	0,0
Chemische Erzeugnisse	O	21,3	52,8	25,9	3,6	96,4	55,1	26,4	18,5
	W	20,0	61,7	18,3	8,0	92,0	39,8	42,6	17,6
Gummi- und Kunststoffwaren	O	0,0	96,9	3,1	62,1	37,9	100,0	0,0	0,0
	W	0,0	98,2	1,8	42,2	57,8	100,0	0,0	0,0
Glas, Keramik, Steine- und Erden-Erzeugnisse	O	0,0	24,4	75,6	94,1	5,9	99,8	0,2	0,0
	W	0,0	28,3	71,7	87,4	12,6	99,0	1,0	0,0
Eisen und NE-Metalle	O	0,0	51,2	48,8	11,7	88,3	100,0	0,0	0,0
	W	0,0	53,4	46,6	11,5	88,5	100,0	0,0	0,0
Metallerzeugnisse	O	2,9	55,3	41,8	48,6	51,4	100,0	0,0	0,0
	W	7,9	68,3	23,8	39,9	60,1	100,0	0,0	0,0
Maschinen	O	0,0	100,0	0,0	8,8	91,2	6,2	90,9	2,9
	W	0,0	100,0	0,0	4,8	95,2	8,8	87,9	3,3
Büromaschinen, Nachrichtentechnik	O	67,7	32,3	0,0	0,0	100,0	0,1	41,8	58,1
	W	70,5	29,5	0,0	0,0	100,0	0,2	56,3	43,5
Medizin-, meß-, regelungstechnische Erzeugnisse, optische Erzeugnisse, Uhren	O	44,2	55,8	0,0	0,0	100,0	1,2	44,2	54,5
	W	17,5	82,5	0,0	0,0	100,0	0,2	17,5	82,4
Kraftwagen und -teile, sonstige Fahrzeuge	O	27,2	72,8	0,0	0,0	100,0	16,6	82,7	0,7
	W	26,5	73,5	0,0	0,0	100,0	3,2	93,0	3,8
<i>Erzeugnisse des Verarbeitenden Gewerbes insgesamt</i>	O	10,3	67,8	21,9	18,5	81,5	70,0	26,2	3,9
	W	14,5	72,0	13,5	11,3	88,7	53,6	39,8	6,6

^aO=Ostdeutschland, W=Westdeutschland.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IWH.

Die beschriebene Produktionsstruktur ostdeutscher Unternehmen ist ein Baustein zur Erklärung der geringen Präsenz ostdeutscher Unternehmen auf westlichen Märkten: Bei überregional wenig handelbaren Gütern ist eine Ausweitung der Absatzmärkte von den bestehenden Standorten aus schon allein aufgrund der Produkteigenschaften schwer möglich, und auch eine Forcierung der unternehmerischen Anstrengungen zur Erschließung neuer Märkte würde hier in der Regel nur wenig nützen. Auf längere Sicht ist diese Spezialisierung problematisch, da nicht damit zu rechnen ist, daß auf lokalen Märkten die Nachfrage künftig weiter stark steigt, jedenfalls nicht, wenn — wie es das Ziel der Wirtschaftspolitik sein muß — die Transferleistungen zurückgeführt werden sollen.

Darüber hinaus erschwert auch die Spezialisierung auf Produkte mit einem tendenziell geringen Technologiegehalt es dem ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbe, auf westdeutschen und ausländischen Märkten Fuß zu fassen. Unter den Bedingungen hoher Lohnsätze in Deutschland sollten ostdeutsche Betriebe nämlich — ähnlich wie westdeutsche Unternehmen — vermehrt humankapitalintensivere Produkte aus dem Bereich der Spitzentechnologie und der höherwertigen Technik herstel-

len, da sie hier am ehesten Wettbewerbsvorteile gegenüber Konkurrenten aus Ländern mit günstigeren Produktionskosten erreichen können. Das bisherige Spezialisierungsmuster ist ebenfalls mit den Besonderheiten des Transformationsprozesses zu erklären, denn wegen der Notwendigkeit einer schnellen Umstrukturierung der Produktion haben sich ostdeutsche Unternehmen vielfach auf solche Produkte konzentriert, bei denen der anfängliche Rückstand auf technologisch fortgeschrittenere Wettbewerber vergleichsweise gering war (Holst 1997).

Mängel im Leistungsspektrum?

Es muß nicht nur die Spezialisierung sein, die es ostdeutschen Unternehmen schwer macht, neue Absatzmärkte in Westdeutschland und im Ausland zu erschließen. Denkbar sind auch Schwächen bei der nichtpreislichen Wettbewerbsfähigkeit, die potentielle Kunden auf Produkte anderer Hersteller abweichen läßt.³⁶ Es ist allerdings schwierig, hierüber ein allgemeingültiges Urteil zu fällen. Es spricht manches dafür, daß Produkte ostdeutscher Provenienz hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses vom Handel und von den Kunden nicht unbedingt schlechter eingeschätzt werden als Güter konkurrierender Hersteller aus dem Westen.³⁷ Auch von den Herstellern selbst wird darin nicht der entscheidende Grund für Absatzprobleme gesehen: Nach einer Umfrage des IWH bei ostdeutschen Management-By-Out-Unternehmen (Barjak et al. 1996) spielen Qualitäts- und Serviceprobleme (7 vH) oder eine nicht dem Markt angepaßte Angebotspalette (1 vH) nur eine untergeordnete Rolle. Das muß jedoch nicht viel bedeuten, denn Unternehmen neigen dazu, ihre eigene Leistungsfähigkeit überzubewerten und unternehmensexterne — von ihnen nicht selbst zu verantwortende — Faktoren wie einen hohen Verdrängungswettbewerb oder branchenspezifische Strukturprobleme überzubewerten.

Für die Attraktivität des Angebots ist freilich nicht allein die Qualität des Produkts ausschlaggebend. Ebenso wichtig ist der Service, den ein Unternehmen bietet. Gerade bei weitgehend standardisierter Massenware könnte eine Ergänzung des Angebotspektrums durch begleitende Dienstleistungen hilfreich sein, neue Kunden zu gewinnen und an sich zu binden. Tatsächlich liegt in vielen Zweigen des Verarbeitenden Gewerbes der Anteil der Umsätze aus Dienstleistungen am Gesamtumsatz jedoch deutlich unter westdeutschem Niveau (Tabelle A22), was darauf hindeutet, daß ostdeutsche Unternehmen die sich hierin bietenden Chancen zur Erhöhung ihrer Wettbewerbsfähigkeit noch nicht vollends nutzen. Zu bedenken ist überdies, daß in vielen Zweigen in Ostdeutschland Reparaturbetriebe eine deutlich größere Rolle spielen als Produktionsbetriebe (wie in der Elektrotechnik). Der Dienstleistungsanteil bei ostdeutschen Produktionsbetrieben wird deshalb — im Vergleich zu westdeutschen Betrieben — sogar noch überzeichnet.

Anpassungsstrategien der Unternehmen

Ostdeutsche Unternehmen haben sich in der Vergangenheit durchaus aktiv um eine Modernisierung des Produktspektrums bemüht. So zeigen die Ergebnisse des Mannheimer Innovationspanels, die sich freilich auf das Jahr 1993 beziehen, daß Unternehmen in den neuen Bundesländern trotz regional geringerer FuE-Aktivitäten in allen Branchen einen im Vergleich zu westdeutschen Unternehmen höheren Anteil ihres Umsatzes mit Produkten erzielen, die sie als „neu“ oder „verbessert“ einschätzen (Tabelle 23). Allerdings dürfte es sich dabei vielfach nicht um echte Marktneuheiten handeln, denen am ehesten Marktchancen einzuräumen wären. Es ist zu vermuten, daß der Vergleichsmaßstab ostdeutscher Unternehmen oftmals noch die Produkte aus DDR-Zeiten waren. Insoweit sollte man die Aussagen der Unternehmen in diesem Punkt nicht überbewerten.

Die Daten des Mannheimer Innovationspanels liefern einige interessante Hinweise auf die Motive betrieblicher Innovationen in ostdeutschen Unternehmen. Grundsätzlich können verschiedene Strategien der Sortimentsgestaltung erfolgreich sein: So kann durch eine Vereinheitlichung der Ausführungsformen von Endprodukten (Spezialisierung) eine Kostendegression erreicht werden; eine Differenzierung des Fertigungsprogramms könnte hingegen die Bedürfnisse verschiedener Gruppen von Nachfragern befriedigen helfen und auf diese Weise eine bessere Ausnutzung vorhandener Anlagen

ermöglichen (Wöhe 1984). Die Anstrengungen ostdeutscher Unternehmen richten sich in hohem Maße auf eine Verschlankung der Produktpalette — stärker noch als bei westdeutschen Betrieben (Tabelle 24). Dies deutet auf eine Dominanz des Ziels der Kostenminimierung hin. Dazu paßt auch, daß die Reduktion der Lohnkostenbelastung als Innovationsziel eine wichtige Rolle spielt. Allerdings ist bei der Interpretation dieser Ergebnisse wiederum einschränkend zu berücksichtigen, daß viele ostdeutsche Unternehmen im Jahre 1993 noch eine verhältnismäßig breite Produktpalette anboten — eine Folge auch des geringen Grades an Arbeitsteilung in der DDR-Wirtschaft. Insoweit mag sich die Situation heute etwas anders darstellen.

Tabelle 23 – Struktur des Umsatzes von Unternehmen nach dem Neuerungsgehalt ihrer Produkte in Ost- und Westdeutschland 1993 (vH der Umsätze)^a

		...vH des Umsatzes entfallen auf		
		neue Produkte	verbesserte Produkte	unveränderte Produkte
Ernährungsgewerbe	O	28,9	41,1	30,0
	W	21,4	28,2	50,4
Holz-, Papiergewerbe	O	40,0	28,4	31,6
	W	25,0	27,9	47,1
Chemie, Mineralölverarbeitung	O	27,2	30,2	42,6
	W	22,8	27,9	49,3
Herstellung von Kunststoffwaren	O	30,0	33,7	36,3
	W	21,3	32,8	45,9
Herstellung von Glas, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	O	35,6	32,8	31,7
	W	17,8	28,1	54,2
Herstellung von Metallerzeugnissen	O	21,8	36,4	41,8
	W	15,1	29,9	55,0
Stahl- und Leichtmetallbau	O	24,8	33,9	41,3
	W	19,7	28,1	52,2
Maschinenbau	O	33,0	32,3	34,7
	W	23,8	32,3	43,9
EDV, Elektrotechnik	O	34,6	36,4	29,1
	W	27,2	32,0	40,8
Feinmechanik, Optik, Instrumentenbau	O	26,1	34,2	39,7
	W	27,3	32,2	40,6
Fahrzeugbau	O	22,6	38,7	38,7
	W	25,1	32,6	42,4
<i>Verarbeitendes Gewerbe insgesamt</i>	O	30,5	34,2	35,4
	W	23,5	30,7	45,8

^aO=Ostdeutschland, W=Westdeutschland.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel 1993, IWH.

Anpassungen in der Produktionsstruktur sind freilich nur ein Weg, das eigene Angebot optimal zu gestalten. Möglich ist es auch, durch Zukauf von Produkten anderer Hersteller das eigene Sortiment abzurunden. Diese Möglichkeit wird von ostdeutschen Unternehmen — folgt man den Ergebnissen der Kostenstrukturerhebung im Verarbeitenden Gewerbe aus dem Jahre 1994 — bislang in deutlich geringerem Maße wahrgenommen als von westdeutschen Unternehmen: Im Westen ist der Anteil der Aufwendungen für Handelsware an den gesamten Vorleistungen etwa doppelt so hoch wie im Osten (Tabelle A23).

Tabelle 24 – Innovationsziele von Unternehmen in Ost- und Westdeutschland 1993 (Bewertungsskala von 1 (unbedeutend) bis 6 (sehr wichtig))^a

		Spezialisierung der Produkt- palette	Verbreiterung der Produkt- palette	Absatz in Osteuropa	Absatz in der EG	Umwelt- freundlich- keit	Reduktion von Lohn- kosten
Ernährungsgewerbe	O	3,9	1,9	2,5	2,7	3,2	4,1
	W	3,6	2,2	2,0	3,3	3,3	4,1
Holz-, Papiergewerbe	O	4,0	2,2	2,1	2,7	3,3	4,2
	W	4,0	2,3	2,1	2,7	3,4	4,0
Chemie, Mineralölverarbeitung	O	4,3	2,4	3,2	3,2	4,2	4,3
	W	3,9	2,4	2,7	3,3	3,9	3,5
Herstellung von Kunststoff- waren	O	4,2	2,1	2,4	2,9	3,7	3,8
	W	4,1	2,7	2,4	3,4	3,6	4,4
Herstellung von Glas, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	O	4,1	2,2	2,5	2,5	3,0	3,9
	W	3,9	2,4	2,0	2,9	3,2	4,2
Herstellung von Metallerzeug- nissen	O	4,4	3,1	2,4	3,2	3,0	4,3
	W	3,7	1,8	2,4	3,6	3,0	4,0
Stahl- und Leichtmetallbau	O	3,9	2,1	2,4	2,8	3,3	4,1
	W	3,8	2,3	2,3	3,2	3,2	4,4
Maschinenbau	O	4,0	2,6	3,1	3,2	3,3	4,1
	W	3,9	2,4	2,8	3,5	3,5	4,1
EDV, Elektrotechnik	O	4,0	1,9	2,9	3,3	3,5	4,2
	W	3,8	2,4	2,4	3,3	3,1	4,2
Feinmechanik, Optik, Instru- mentenbau	O	3,5	2,5	3,3	3,2	3,1	3,5
	W	3,9	2,5	2,5	3,5	3,2	4,0
Fahrzeugbau	O	4,2	2,4	2,9	3,1	3,3	3,9
	W	3,8	2,3	2,4	3,2	3,4	4,4
Verarbeitendes Gewerbe insgesamt	O	4,0	2,3	2,7	3,0	3,3	4,1
	W	3,9	2,4	2,5	3,3	3,4	4,1

^aO=Ostdeutschland, W=Westdeutschland.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel 1993, IWH.

5. Unternehmensgröße, Produktspezialisierung und Marktorientierung

Um auf überregionalen Märkten bestehen zu können, bedarf es einer entsprechenden Kompetenz. Diese dürfte bei größeren Unternehmen eher vorhanden sein als bei kleineren. Größere Unternehmen können leichter Vorteile aus Massen- und Verbundproduktion erzielen. Sie haben besseren Zugang zu Marktinformationen, größere personelle und finanzielle Ressourcen, um den Vertrieb zu organisieren, und verfügen meistens über einen bekannten Namen. Kleinere Unternehmen haben dem zwar einiges andere entgegenzusetzen, insbesondere die Fähigkeit zur raschen Anpassung an wirtschaftliche Veränderungen. Aber die Vorteile wiegen die Nachteile häufig nicht auf. Kleine Unternehmen sind, wie zahlreiche Untersuchungen zeigen (Schmidt 1996), eher „local players“ denn „global players“. So gesehen läßt sich die schwache Position der ostdeutschen Wirtschaft auf überregionalen Märkten auch mit dem auffällig großen Anteil kleiner Unternehmen erklären.

Unternehmensgrößen und sektorale Spezialisierung im Ost-West-Vergleich

Die Unternehmenslandschaft in den neuen Bundesländern hat sich seit der Wende gravierend verändert. Vorher prägten große Kombinate und Volkseigene Betriebe mit mehreren tausend Beschäftigten das Bild. Nur im Handwerk, im Handel und im Dienstleistungssektor gab es eine nennenswerte Zahl von kleinen Unternehmen. Dies waren meistens private und genossenschaftliche Betriebe, denen eine wichtige Aufgabe bei der Versorgung der Bevölkerung zukam. Seit der Wende sind indes einige hunderttausend neue Unternehmen gegründet worden. Diese haben in der Regel klein angefangen — nach

den Zahlen der deutschen Ausgleichsbank im Durchschnitt mit rund vier Beschäftigten — und sind es auch geblieben, obwohl viele ihr Personal aufstocken konnten. Der ganz überwiegende Teil der Neugründungen hat im Handwerk, Handel, Verkehrsgewerbe und in den Dienstleistungsbereichen stattgefunden, also dort, wo überwiegend für lokale und regionale Märkte produziert wird. In der Industrie hat es dagegen relativ wenig Neugründungen gegeben. Dort dominieren die privatisierten und reprivatisierten ehemaligen Treuhandunternehmen.

Für einen umfassenden Vergleich der Unternehmensgrößenstrukturen in Ostdeutschland und Westdeutschland fehlen allerdings die Daten. Die erste und bisher einzige Arbeitsstättenzählung in den neuen Bundesländern fand Ende 1990 statt, die letzte Erhebung in den alten Bundesländern liegt noch weiter zurück (1987). Von der amtlichen Statistik wird nur das Produzierende Gewerbe gut abgedeckt. Für das Verarbeitende Gewerbe liegen die Daten allerdings erst bis zum Jahre 1994 vor. Seither dürfte sich der Trend zu kleineren Unternehmensgrößen weiter fortgesetzt haben, aber nicht nur im Osten, sondern auch im Westen. Am Gesamtbild hat sich daher vermutlich nicht viel geändert.

Im Durchschnitt beschäftigten Betriebe des Bergbaus und des Verarbeitenden Gewerbes im Jahre 1994 in Ostdeutschland 95 und in Westdeutschland 145 Mitarbeiter; im Jahre 1991 war die Relation 223 und 160, noch eine ganz andere (Tabelle 25): 223 zu 160. In diesen Zahlen spiegelt sich in erster Linie das Schrumpfen der ostdeutschen Großbetriebe. Im Jahr 1991 war in den neuen Bundesländern noch fast die Hälfte der Beschäftigten in Betrieben mit 1 000 und mehr Beschäftigten tätig, 1994 war es nicht einmal mehr ein Fünftel.

Tabelle 25 – Verteilung der Betriebe und der Beschäftigten nach Größenklassen im Bergbau und im Verarbeitenden Gewerbe in Ost- und Westdeutschland 1991 und 1994^a (Anteile in vH)

Zahl der Beschäftigten	Ostdeutschland				Westdeutschland			
	1991		1994		1991		1994	
	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte
1 bis 19	11,8	0,6	13,1	1,6	11,6	0,7	11,7	0,9
20 bis 49	28,4	4,2	43,2	14,8	37,6	7,7	39,2	8,8
50 bis 99	21,5	6,8	22,8	16,7	21,8	9,5	21,5	10,4
100 bis 199	16,8	10,7	12,4	18,2	13,5	11,8	13,5	13,0
200 bis 499	12,8	17,5	6,1	19,0	9,9	18,9	9,3	19,7
500 bis 999	4,5	14,0	1,6	11,4	3,3	14,0	3,0	14,0
1 000 und mehr	4,3	46,1	0,9	18,3	2,2	37,2	1,9	33,3
<i>Nachrichtlich:</i> Durchschnittliche Beschäftigtenzahl je Betrieb	223		95		160		145	

^aJeweils Ende September.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Was besonders ins Gewicht fällt: Der Anteil größerer Betriebe an den gesamten Betrieben ist — verglichen mit Westdeutschland — häufig gerade in jenen Branchen besonders gering, in denen Erzeugnisse vorzugsweise für den überregionalen Absatz hergestellt werden, die also eine hohe Handelsintensität aufweisen. Im Jahr 1994 waren die durchschnittlichen Betriebsgrößen gemessen an der Beschäftigtenzahl in Ostdeutschland im Maschinenbau um ein Drittel, in der Elektrotechnik und in der Chemischen Industrie um die Hälfte und im Straßenfahrzeugbau um drei Viertel geringer als in Westdeutschland (Tabelle 26). Beim Umsatz waren die Unterschiede noch größer. Inzwischen hat die Industrie in Ostdeutschland einen ausgesprochen kleinbetrieblichen Charakter.

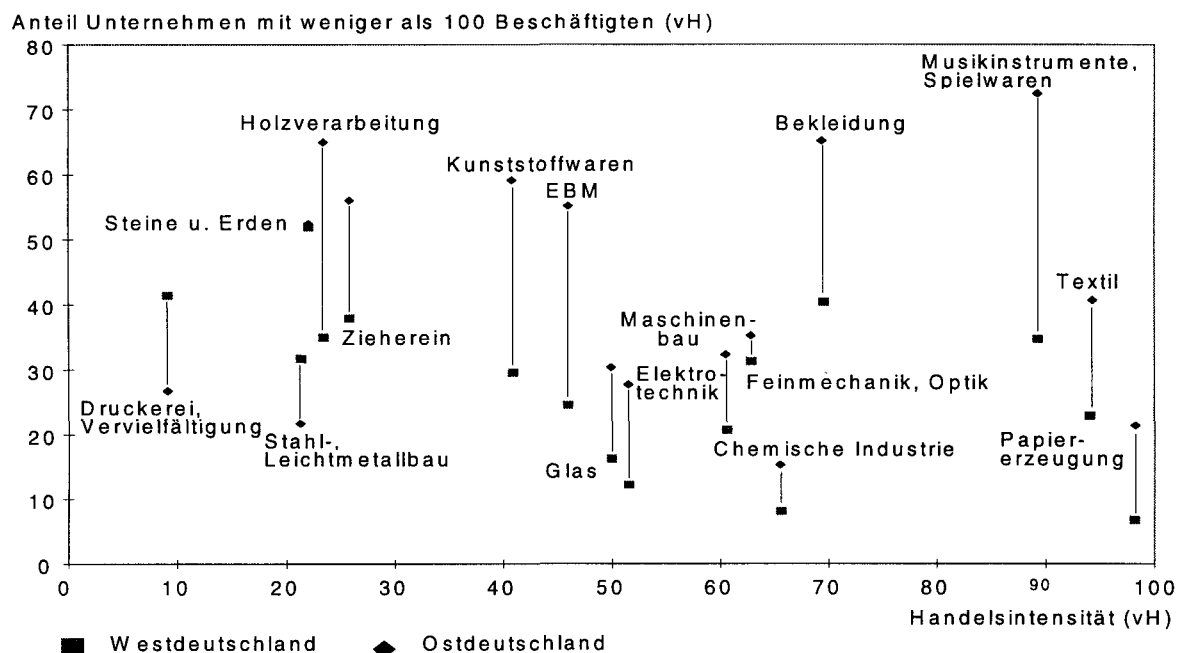
Tabelle 26 – Beschäftigte und Umsatz je Betrieb in Branchen des Verarbeitenden Gewerbes in Ost- und Westdeutschland 1994^a

	Ostdeutschland				Westdeutschland			
	Alle Betriebe		darunter: mit 500 und mehr Beschäftigten		Alle Betriebe		darunter: mit 500 und mehr Beschäftigten	
	Beschäftigte (Anzahl)	Umsatz (Mill. DM)	Beschäftigte (Anzahl)	Umsatz (Mill. DM)	Beschäftigte (Anzahl)	Umsatz (Mill. DM)	Beschäftigte (Anzahl)	Umsatz (Mill. DM)
<i>Insgesamt</i>	90	1,5	1 047	18,2	145	3,9	1 392	45,6
Grundstoff- und Produktionsgütergewerbe	95	2,1	1 204	24,6	148	5,6	1 583	66,1
Steine u. Erden	54	1,4	.	.	45	1,4	.	.
Chemische Industrie	189	3,3	1 614	23,8	327	11,2	1 980	66,7
Gummiverarbeitung	111	1,4	.	.	288	6,1	.	.
Investitionsgüter produzierendes Gewerbe	102	1,4	1 047	16,3	172	4,2	1 529	45,0
Stahl- und Leichtmetallbau	140	1,3	1 127	8,2	106	2,3	997	28,8
Maschinenbau	99	1,1	935	12,0	149	3,1	1 116	28,6
Straßenfahrzeugbau	73	1,9	.	.	300	8,8	.	.
Elektrotechnik	113	1,6	859	14,5	224	5,7	1 313	38,9
EBM-Waren	59	0,8	.	.	120	2,4	881	20,8
Verbrauchsgüter produzierendes Gewerbe	66	0,8	775	9,2	102	2,1	881	20,4
Feinkeramik	147	0,9	.	.	207	2,4	.	.
Herst. u. Verarb. von Glas	96	1,4	.	.	178	3,7	.	.
Herst. v. Kunststoffwaren	59	1,1	.	.	110	2,3	.	.
Textilgewerbe	86	0,8	607	3,9	126	2,6	830	18,8
Bekleidungs-gewerbe	55	0,4	–	–	82	1,9	800	24,0
Nahrungs- u. Genussmittelgewerbe	84	2,2	680	30,5	110	4,4	857	43,6

^aBeschäftigte: Ende September; Umsatz: im September; Verarbeitendes Gewerbe: SYPRO-Klassifikation.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IfW.

Während in Westdeutschland im Branchenquerschnitt eine positive Korrelation zwischen Betriebsgröße und Handelsintensität besteht, ist in Ostdeutschland das Bild recht diffus (Schaubild 6). Das liegt vor allem daran, daß dort das Verarbeitende Gewerbe über alle Branchen hinweg von industriellen Kleinbetrieben und Handwerksbetrieben mit zumeist nur schwacher überregionaler Absatzorientierung bestimmt wird. So hatte selbst im Straßenfahrzeugbau die großbetriebliche Fertigung in den beiden Montagewerken Eisenach und Zwickau-Mosel im Jahre 1994 ein vergleichsweise geringes Gewicht.

Schaubild 6 – Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Handelsintensität^a in Ost- und Westdeutschland 1994

^aSumme aus Exporten und Importen in vH des Produktionswertes in jeweiligen Preisen für Westdeutschland im Durchschnitt der Jahre 1980–1990 (Klodt, Stehn et al. 1994). R^2 (Westdeutschland) = $-0,54$; R^2 (Ostdeutschland) = $-0,03$.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IfW.

Unternehmensgröße und überregionale Absatzorientierung

Die Schwäche beim überregionalen Absatz zeigt sich nicht nur bei kleineren Unternehmen, doch ist sie hier ausgeprägter als bei größeren Unternehmen. Dies machen die Ergebnisse der Befragung des DIW beim Verarbeitenden Gewerbe in Ostdeutschland deutlich. Bei Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten entfiel im Jahre 1996 fast die Hälfte ihres Absatzes auf die nähere Umgebung, bei Unternehmen mit 10 bis 19 Beschäftigten war es noch ein Drittel. Zum Vergleich: Im Durchschnitt erzielten die ostdeutschen Unternehmen etwa ein knappes Sechstel ihrer Umsätze in einem Radius von 30 km (Tabelle 27). Faßt man den örtlichen Absatz und den Absatz in den neuen Bundesländern zusammen, dann zeigt sich die regionale Ausrichtung noch deutlicher: Kleinere und mittlere Unternehmen mit bis zu 200 Beschäftigten (das sind rund 95 vH aller Unternehmen in der Stichprobe) erzielen hier mindestens die Hälfte ihres Umsatzes. Entsprechend anders ist das Bild beim überregionalen Absatz. Erwartungsgemäß spielt der Auslandsumsatz bei kleineren und mittleren Unternehmen eine vergleichsweise geringe Rolle. Bei größeren Unternehmen (500 und mehr Beschäftigte) hat er jedoch mit einem Anteil am Gesamtumsatz von rund 30 vH eine beachtliche Höhe. Allerdings haben diese Unternehmen längst nicht das Gewicht wie in Westdeutschland. Weniger ausgeprägt ist die Differenzierung beim Absatz in die alten Bundesländer. Hier haben kleinere und mittlere Unternehmen einen Umsatzanteil von einem Viertel bis einem Drittel — nicht viel weniger als größere Unternehmen.

Bemerkenswert ist, daß nach den Ergebnissen der DIW-Umfrage die Umorientierung auf überregionale Märkte Fortschritte macht. So ist im Zeitraum von 1994 bis 1996 der Anteil des Absatzes in die alten Bundesländer von 30 auf 36 vH und der Absatz ins Ausland von 18 auf 20 vH gestiegen. Entsprechend sind die Anteile beim Absatz in die nähere Umgebung und beim Absatz in die neuen Bundesländer gesunken. Beim Auslandsumsatz sind erstmals deutliche Anteilsgewinne auf westlichen Märkten zu erkennen, denen jedoch weitere Anteilsverluste auf osteuropäischen Märkten gegenüberstehen. Diese Verluste gehen im wesentlichen auf das Konto der größeren Unternehmen (Abschnitt B.II.1).

Tabelle 27 – Regionale Verteilung der Umsätze ostdeutscher Industrieunternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen 1994 und 1996

Vom Gesamtumsatz entfielen ... vH	Unternehmen mit ... Beschäftigten													
	1 bis 9		10 bis 19		20 bis 49		50 bis 99		100 bis 199		200 bis 499		500 und mehr	
	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996
auf die nähere Umgebung ^a	55	45	45	33	31	29	18	21	22	16	18	12	10	8
auf die neuen Bundesländer	23	25	26	29	35	32	36	31	34	32	34	26	30	27
auf die alten Bundesländer	19	23	26	31	28	31	32	34	30	37	31	39	32	37
auf das Ausland	3	7	3	7	6	8	14	14	14	15	17	23	28	29
darunter: Osteuropa	1	2	1	2	2	2	5	4	6	3	7	8	11	5
<i>Nachrichtlich:</i> Verteilung der Unternehmen in der Stichprobe (vH)	.	19	.	19	.	31	.	17	.	9	.	4	.	1
^a Absatzradius 30 km.														

Quelle: Umfragen des DIW vom Frühjahr 1995 und Sommer 1996.

Tabelle 28 – Verteilung ostdeutscher Unternehmen nach dem Schwerpunkt ihrer Umsätze und nach Beschäftigtengrößenklassen 1994 und 1996

Vom Gesamtumsatz entfielen ... vH	Unternehmen mit ... Beschäftigten													
	1 bis 9		10 bis 19		20 bis 49		50 bis 99		100 bis 199		200 bis 499		500 und mehr	
	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996	1994	1996
75 vH auf die nähere Umgebung und der Rest auf die neuen Bundesländer	31	28	19	13	10	11	7	11	7	6	3	4	11	4
auf die alten Bundesländer und das Ausland														
weniger als 10 vH	15	14	15	13	18	15	11	12	7	12	13	8	4	15
zwischen 10 und 29 vH	16	15	15	17	16	17	16	15	16	10	14	8	18	6
zwischen 30 und 59 vH	10	17	18	20	20	22	20	18	19	16	13	16	9	17
zwischen 60 und 85 vH	15	12	19	18	19	20	26	21	30	28	28	25	27	10
mehr als 85 vH	14	15	14	18	18	17	21	23	21	28	29	40	31	48
<i>Nachrichtlich:</i> Verteilung der Umsätze in der Stichprobe (vH)	.	1	.	3	.	11	.	14	.	16	.	20	.	35

Quelle: Umfragen des DIW vom Frühjahr 1995 und Sommer 1996.

Die Verbesserung der Absatzstruktur weg vom Nahabsatz und hin zum Fernabsatz zeigt sich fast durchgängig in allen Größenklassen und auch unabhängig davon, ob die Unternehmen bisher einen kleinen Teil ihres Umsatzes auf überregionalen Märkten erzielten oder einen großen. So ist der Anteil der Unternehmen, bei denen mehr als 85 vH ihres Umsatzes auf die alten Bundesländer und auf das Ausland entfielen, 1996 gegenüber 1994 von im Durchschnitt 18 vH auf 20 vH und bei den Unternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten sogar von 31 vH auf 48 vH gestiegen (Tabelle 28). Es gibt also durchaus Unternehmen — große wie kleine —, die bereits in hohem Maße in die überregionale Arbeitsteilung integriert sind. Das Problem ist, daß diese bislang noch deutlich in der Minderheit sind.

Unternehmensgröße und Marktzugang

Ein Haupthindernis ist, daß die in der Mehrzahl kleineren Hersteller in Ostdeutschland häufig Großabnehmern gegenüberstehen, sei es in der Industrie, sei es im Handel. Und auch der Absatz an kleinere Abnehmer führt meistens über den Großhandel, bei dem wiederum umsatzstarke Firmen den Ton angeben. Bei Großabnehmern sind die Marktzugangshürden für diese Hersteller im allgemeinen recht hoch.

Tabelle 29 – Industriegüterhersteller in Ostdeutschland mit Absatzbeziehungen zu Großunternehmen nach der Unternehmensgröße und der Art der Erzeugnisse Ende 1994 (vH)^a

Unternehmen mit ... Beschäftigten	Von den Unternehmen haben Absatzbeziehungen zu Großunternehmen	
	insgesamt	darunter: mit einem Umsatzanteil von mehr als 60 vH
1 bis 49	66	11
50 bis 99	78	17
100 und mehr	92	33
Insgesamt	76	18
<i>Nachrichtlich:</i>		
Vorwiegend Absatz von Produktionsgütern	90	26
Vorwiegend Absatz von Konsumgütern	66	14

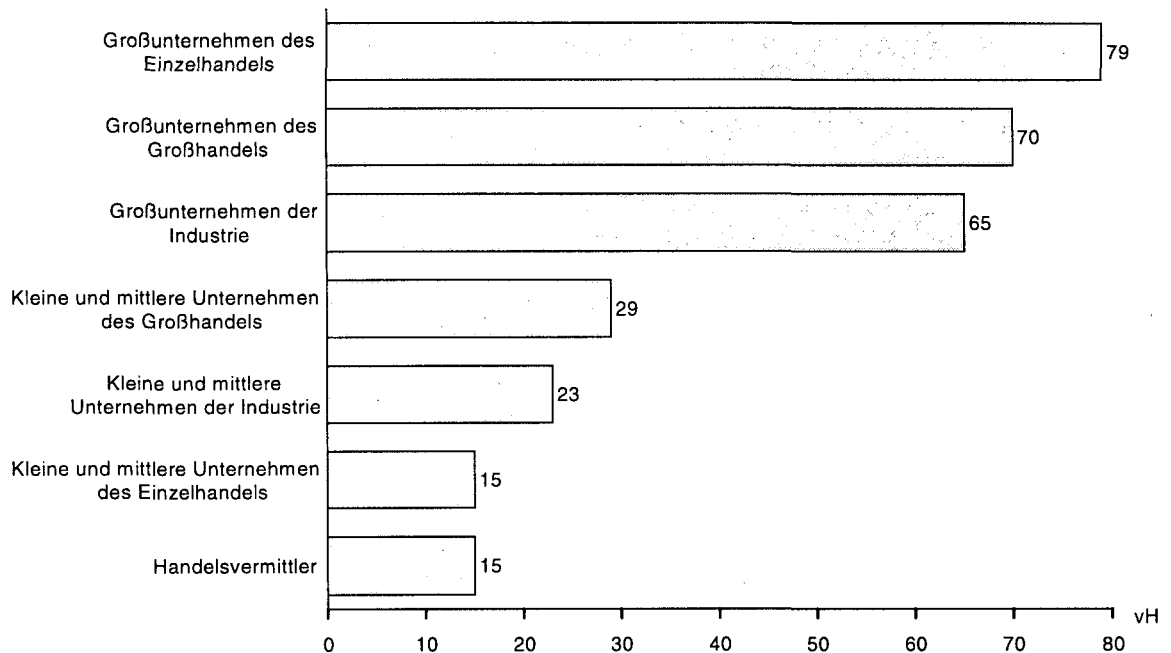
^aAusgewählte Unternehmen, die ihren Vertrieb eigenständig organisieren, in den Branchen Porzellan/Glas/Keramik, Möbel, Textil/Bekleidung und Elektrotechnik.

Quelle: Institut für Marktforschung, Leipzig.

Nach einer Untersuchung des Instituts für Marktforschung (IfM 1995a, 1995b)³⁸ hatte Ende 1994 zwar ein großer Teil der befragten Hersteller in Ostdeutschland Lieferbeziehungen zu Großabnehmern, vor allem zu solchen in der Industrie, weniger zu solchen im Handel (Tabelle A24). Aber gemessen am Umsatz spielten diese Absatzkanäle eine vergleichsweise geringe Rolle. Im Schnitt setzten die Hersteller etwa ein Drittel ihrer Erzeugnisse an große Industrie- und Handelsbetriebe ab. Die Hauptabnehmer ostdeutscher Hersteller sind, wie bereits erwähnt, mittelständische Unternehmen im Handel und in der gewerblichen Wirtschaft.

Auch wenn sehr viele kleine Unternehmen Geschäftsbeziehungen zu Großabnehmern unterhalten — bei den Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten waren es immerhin zwei Drittel —, sind die getätigten Umsätze eher unbedeutend (Tabelle 29). Kleineren Unternehmen fällt es offenbar schwer, angesichts der geringen Breite ihres Sortiments eine dauerhafte Beziehung zu Handelsketten oder Industriefirmen aufzubauen. Sie fungieren häufig als „Lückenfüller“, die mit wenigen Produkten für kurze Zeiträume gelistet werden. Ein recht hoher Prozentsatz klagt deshalb darüber, daß er große oder sogar sehr große Schwierigkeiten hat, Zugang zu Großabnehmern zu finden (Schaubild 7). Als Hauptursachen für die Schwierigkeiten werden (in absteigender Reihenfolge) bestehende langjährige Geschäftsbeziehungen potentieller Kunden zu anderen Lieferanten, mangelnder Bekanntheitsgrad des

Schaubild 7 – Einschätzung der Schwierigkeiten bei der Aufnahme von Lieferbeziehungen durch ostdeutsche Hersteller^a nach Absatzkanälen Ende 1994 (Anteil der Unternehmen mit sehr großen und großen Problemen in vH)



^aAusgewählte Unternehmen, die ihren Vertrieb eigenständig organisieren, in den Branchen Porzellan/Glas/Keramik, Möbel, Textilien/Bekleidung und Elektrotechnik.

Quelle: Institut für Marktforschung, Leipzig.

eigenen Unternehmens und der eigenen Erzeugnisse sowie allgemein verbreitete Vorbehalte gegenüber ostdeutschen Herstellern genannt. Klagen werden insbesondere über den Preisdruck seitens der Abnehmer geführt. Auffällig ist, daß Hersteller von Produktionsgütern leichter Zugang zu Großabnehmern finden als Hersteller von Konsumgütern. Offenbar gelingt dies bei namenlosen Standarderzeugnissen (in der Befragung stehen hierfür Porzellan-, Glas- und Keramikerzeugnisse sowie bestimmte elektrotechnische Erzeugnisse) eher als bei anderen Artikeln, bei denen Hersteller- und Handelsmarken eine wichtige Rolle spielen (diese sind in der Befragung durch Textilien und Bekleidung sowie Möbel vertreten).

Die Befunde des IfM werden durch Ergebnisse der Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995 gestützt (Tabelle 30). Danach tun sich kleine Unternehmen enorm schwer, Zugang zu den großen Handelsketten zu finden. Von den Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten war nicht einmal jedes zehnte von den großen Filialunternehmen gelistet, bei den mittleren Betrieben (100 bis unter 500 Beschäftigte) war es dagegen jedes dritte. Bei Lieferungen an die Industrieunternehmen und an kleinere und mittlere Handelsunternehmen wirken sich dagegen Größenklassenunterschiede kaum aus. Bei Lieferungen an die Bauwirtschaft sind Kleinbetriebe offenbar sogar im Vorteil: Beinahe jedes dritte Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten unterhält Geschäftsbeziehungen zu Bauunternehmen. Auffällig ist die starke Stellung kleinerer Unternehmen bei Lieferungen an die öffentliche Hand. Dies ist ein Indiz dafür, daß kleinere Unternehmen bei der Auftragsvergabe durch staatliche Stellen gegenüber größeren Unternehmen zumindest nicht diskriminiert werden, wie das mitunter behauptet wird.

Als Fazit bleibt festzuhalten: Auch wenn die Probleme ostdeutscher Hersteller vielerlei Ursachen haben, so hängen sie doch offensichtlich auch mit der suboptimalen Unternehmensgrößenstruktur zusammen. Viele sind einfach zu klein, um im überregionalen Absatz erfolgreich zu sein.

Tabelle 30 – Abnehmerstruktur bei ostdeutschen Industrieunternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen 1995

...vH der Unternehmen liefern an ... ^a	Unternehmen mit ... Beschäftigten						
	1 bis 9	10 bis 19	20 bis 49	50 bis 99	100 bis 199	200 bis 499	500 und mehr
Industrie	59,5	67,6	62,0	57,9	60,4	60,9	71,2
Baugewerbe	29,6	27,7	25,4	25,4	18,8	13,6	7,7
Handelsketten	8,9	15,0	24,0	27,1	32,1	37,3	17,3
Sonstiger Handel	24,9	24,4	29,4	29,8	31,3	21,8	13,5
Öffentliche Hand	19,5	18,4	19,6	22,0	18,3	16,4	23,1
Bahn, Post	4,2	4,6	5,7	8,1	8,8	10,0	21,2
Versorgungswirtschaft	9,6	7,7	6,6	9,8	14,2	14,5	19,2
Private Haushalte	28,2	20,5	18,5	14,9	15,8	8,2	13,5

^aMehrfachnennungen möglich.

Quelle: Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995.

6. Spezifische Absatzprobleme ostdeutscher Konsumgüterhersteller

Mitte Mai 1997 haben die Spitzenvertreter von Industrie und Handel im Rahmen der vom Bundeskanzler angeregten „Gemeinschaftsinitiative für jährlich 100 000 Arbeitsplätze in Ostdeutschland“ angekündigt, sie wollten die Einkäufe bei Herstellern in Ostdeutschland in den nächsten Jahren merklich erhöhen. Die Vertreter des Einzelhandels haben dabei eine frühere Zusage bekräftigt, die Einkäufe bis Ende 1998 gegenüber 1995 „möglichst“ zu verdoppeln. Derzeit haben ostdeutsche Konsumgüter am Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels — je nach der Abgrenzung — einen Anteil von etwa 2 bis 4 vH.³⁹ Die Zusage wurde jedoch mit einer Reihe von Kautelen versehen. So wird erwartet, daß die Hersteller ihr Angebot deutlich verbessern. Die Bundesregierung will gemeinsam mit dem Handel das Gespräch mit Herstellern suchen mit dem Ziel, die Produktionsmöglichkeiten bei Konsumgütern zu erweitern (*VWD-Neue Bundesländer* vom 24. Februar 1997).

Der Hinweis auf das teilweise noch unbefriedigende Angebot ostdeutscher Hersteller macht eines deutlich: Die Absatzprobleme lassen sich nicht nur und nicht einmal in erster Linie mit unzureichender Einkaufsbereitschaft auf seiten der Abnehmer erklären, wie es häufig unterstellt wird. Publicitätsträchtige Aktionen zugunsten von Osterzeugnissen mögen zwar gut gemeint sein, aber sie müssen wirkungslos bleiben, wenn es nicht gelingt, die Ursache der Misere zu beseitigen.

Die Absatzprobleme ostdeutscher Hersteller von Industriegütern sind wiederholt erörtert worden.⁴⁰ Die Schwachstellen sind längst erkannt und hinreichend bekannt. Es sind, anders als noch in den ersten Jahren nach der Wende, inzwischen nicht mehr die Gebrauchseigenschaften oder das Aussehen der Erzeugnisse, sondern der unzureichende Bekanntheitsgrad der Hersteller und ihrer Marken, die fehlende beziehungsweise falsche Marktstrategie oder die ungenügende Marktbearbeitung. Zu alledem kommt die Entschlossenheit der etablierten Anbieter, ihre Marktanteile zu verteidigen.

Nichtmarktgerechte Erzeugnisse

Erzeugnisse aus ostdeutscher Produktion lassen sich inzwischen in den meisten Fällen nicht mehr von solchen aus westdeutscher Produktion unterscheiden. Doch gerade darin liegt ein Teil des Problems: Die Erzeugnisse heben sich häufig zu wenig von der breiten Masse der „namenlosen“ Produkte ab. Nur wenigen Herstellern ist es gelungen, ein positives Markenimage aufzubauen. Die viel zitierten ostdeutschen Erfolgsmarken hatten meistens schon vor der Wende einen guten Klang im Osten, sind aber im Westen nach wie vor wenig bekannt. Die Bekanntheit von Ostprodukten im Westen beschränkt sich meistens auf Gattungsbegriffe wie Dresdner Christstollen, Thüringer Rostbratwurst oder Jenaer Glas. Erzeugnisse aus ostdeutscher Herstellung tragen oftmals einen westdeutschen Markennamen. Ihre Herkunft ist nur aus der — kleingedruckten — Angabe der Produktionsstätte ersichtlich.

Die geographische Herkunft eines Erzeugnisses ist aber für den Konsumenten auch allenfalls im Food-Bereich, bei lokalen oder regionalen Spezialitäten, von Interesse. Einen Kaufanreiz löst sie allein in der Regel nicht aus.

Eine Verbesserung der Absatzchancen für ostdeutsche Produkte muß somit zuallererst am Produktimage den Hebel ansetzen. Befragungen des Handels und anderer Abnehmer zeigen, daß die Hersteller in den neuen Bundesländern hier ihre größten Schwachstellen haben (IfM 1995b). Käufer haben heute ein ausgeprägtes und stabiles Markenbewußtsein. Mit einer Marke assoziieren sie typische Produktmerkmale wie gute Gebrauchseigenschaften, solide und gleichbleibende Qualität, lange Haltbarkeit, guten After-Sales-Service, einfache Vergleichbarkeit mit anderen Erzeugnissen und Preiswürdigkeit. Selbst bei standardisierten Produkten ohne richtige Unterscheidungsmöglichkeit, die sich normalerweise nur über den Preis verkaufen, wird intensiv an der Schaffung von Handelsmarken gearbeitet (z.B. regionale Herkunftsbezeichnung bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen).

Bei der Kreierung eines marktgängigen Markenangebots besitzen die Hersteller in Ostdeutschland zwei Möglichkeiten:

- Sie können sich aus eigener Kraft die nötige Reputation verschaffen, indem sie ihre Produkte auf vorteilhafte Weise von den Produkten der Konkurrenz abheben. Eine Marke läßt sich aber meistens nur langfristig aufbauen. Man beginnt damit am besten vor Ort unter Ausnutzung dortiger Standortvorteile (regionale Spezialitäten). Dies dürfte für die in der Mehrzahl kleinen und mittleren Unternehmen in Ostdeutschland, die fürs erste gar nicht die Kraft zur flächendeckenden überregionalen Distribution haben, ohnehin die gebotene Strategie sein.
- Sie können sich unter die Fittiche eines namhaften Produktions- oder Handelsunternehmens begeben und dessen Marken produzieren. Sie müssen dann allerdings dessen Bedingungen akzeptieren. Für den Einstieg mag das sinnvoll sein, weil die enge Kooperation manche Vorteile bietet. Sie verschafft oftmals das notwendige Produkt- und Produktions-Know-how, sie sichert den Absatz, und sie erspart Kosten für Marketingaktivitäten. Die Kooperation geht allerdings zu Lasten der unternehmerischen Eigenständigkeit. Deshalb ist sie für zahlreiche Unternehmen keine Lösung.

Man kann es drehen und wenden, wie man will: Die Hürden, die ostdeutsche Unternehmen überwinden müssen, wenn sie auf überregionalen Märkten Fuß fassen wollen, sind wegen der Konzentration des Einkaufs- und Beschaffungswesens hoch — sowohl in der Industrie als auch im Handel geben Großabnehmer den Ton an (vgl. dazu auch Abschnitt B.III.3).

Unzureichende Sortimentsarrondierung

Große Produktions- und Handelsunternehmen bevorzugen das Single Sourcing. Es ist für sie einfacher, mit wenigen großen Lieferanten zusammenzuarbeiten als mit vielen kleinen. Bevorzugt gelistet werden solche Hersteller, die ein umfassendes Sortiment führen — und zwar im Hinblick auf Stückzahlen wie im Hinblick auf Sortimentsvielfalt. So legen die großen Handelsketten Wert darauf, daß in ihren Filialen überall die gleichen Erzeugnisse geführt werden. Entsprechend wird eine flächendeckend einheitliche Präsentation angestrebt. Auch wird von den Herstellern erwartet, daß sie ihr Sortiment arrondieren, indem sie möglichst eine komplette Produktfamilie anbieten. Hier sind bekannte Markenhersteller wiederum im Vorteil, weil sie dem Konsumenten eine umfassende Kompetenz auch im Randbereich versprechen.

Ostdeutsche Hersteller tun sich mit alledem noch schwer. Angebotsbreite und -tiefe sind häufig nicht optimal. Das Sortiment ist entweder zu groß (das heißt, es fehlt teilweise die Produktkompetenz) oder aber zu klein (das heißt, es fehlt an der richtigen Abrundung). Zudem produzieren sie meistens nicht die Stückzahlen, die Großabnehmer für eine umfassende Distribution benötigen.

Eine erfolgreiche Produktarrondierung läßt sich allerdings nicht von heute auf morgen erreichen. Zunächst kann hier die Kooperation mit anderen Herstellern oder Handelsunternehmen, insbesondere

durch Anschluß an Verbundgruppen, Abhilfe schaffen. Doch nach allem, was man weiß, ist die Bereitschaft dazu nicht allzu groß.

Ungenügende Marketing- und Serviceaktivitäten

Kein Produkt verkauft sich von selbst. Neue, dem Kunden unbekannte Produkte können oftmals nur mit großem Aufwand in den Markt gedrückt werden, wo sie, wohl gemerkt, meistens andere Produkte herausdrängen müssen. Den renommierten Großherstellern aus dem Westen gelingt dies ungleich leichter, denn sie können von ihrem bekannten Namen profitieren. So können sie neue Produkte leicht im Austausch gegen alte in die Regale bringen. Falls es erforderlich ist, können sie auch aufwendige Verkaufskampagnen finanzieren. Den zumeist kleinen ostdeutschen Herstellern fehlen hierfür die Mittel.

Verkaufen ist indes nicht nur eine Frage des Geldes. Manchen ostdeutschen Herstellern fehlt wohl auch das Talent, die eigenen Erzeugnisse ins Licht zu rücken. Oftmals sind sie den ausgebufften Einkaufsprofis von Großabnehmern nicht gewachsen. Solche Defizite lassen sich ebenfalls nur mit der Zeit beheben.

Überbesetzte Märkte, stabile Käuferpräferenzen

Die Märkte warten nicht auf neue Anbieter. Die Plätze in den Verkaufsregalen sind in fester Hand und werden entschlossen verteidigt. Und weil viele Märkte nur schwach expandieren oder gar stagnieren, können ostdeutsche Hersteller den Absatz nur dann ausweiten, wenn sie den Konkurrenten Marktanteile abnehmen. Das gelingt ihnen in aller Regel nur, wenn sie besser und/oder billiger als diese sind.

Auf vielen Märkten gibt es ausgeprägte Beharrungstendenzen. Die Kunden haben relativ stabile Präferenzen für vertraute Marken, in der Regel für solche westlicher Hersteller. Dem Handel kommt das entgegen, denn der Einkauf, die Lagerhaltung und die Regalpflege werden einfacher. Letztlich müssen die ostdeutschen Hersteller erreichen, daß die Konsumenten ihre Kaufgewohnheiten ändern. So etwas geht nicht von heute auf morgen. Zwar zeigen Marktanalysen, daß die Konsumenten ein wachsendes Interesse an „Ostprodukten“ haben. Aber bisher sind das überwiegend Lippenbekenntnisse. Anderenfalls würden die Hersteller in Ostdeutschland nicht derartig gravierende Absatzprobleme haben.

Die Gründe für den Kauf von Ostprodukten sind recht diffus. Sie unterscheiden sich zudem in den alten und in den neuen Bundesländern (Tabelle 31). Ostdeutsche Konsumenten geben an, daß sie Ost-

Tabelle 31 – Gründe für den Kauf von ostdeutschen Erzeugnissen^a durch Endverbraucher aus der Sicht des Facheinzelhandels in Ost- und Westdeutschland Ende 1994

	...vH der Befragten halten nebenstehende Gründe für ganz oder teilweise zutreffend	
	Westdeutschland	Ostdeutschland
Ostdeutsche Produkte werden gekauft, ...		
aus Zufall	91	55
weil sie billiger sind	74	33
weil sie besser gefallen	32	46
weil sie eine höhere Qualität haben als vergleichbare Westprodukte	24	48
weil früher gute Erfahrungen gesammelt wurden	48	86
um Arbeitsplätze im Osten zu erhalten	55	77

^aProdukte der Branchen Porzellan; Glas, Keramik; Möbel; Textilien, Bekleidung; Elektrogeräte/-technik.

Quelle: IfM (1995b).

produkte hauptsächlich deshalb kaufen, weil sie damit früher gute Erfahrungen gemacht haben, aber auch, weil sie Arbeitsplätze in der Region sichern wollen. Westdeutsche Konsumenten meinen, daß sie eher sporadisch und zufällig an Ostprodukte geraten. Das Motiv der Arbeitsplatzsicherung spielt bei ihnen zwar auch eine Rolle, aber nicht in dem Maße wie bei ostdeutschen Konsumenten. Bemerkenswert ist, daß nach den Befragungsergebnissen in den neuen Bundesländern die eigenen Erzeugnisse wegen eines Qualitätsvorteils und nicht wegen eines Preisvorteils vorgezogen werden; in den alten Bundesländern ist es gerade umgekehrt.

Alles in allem orientieren sich die Konsumenten bei ihren Kaufentscheidungen an Kriterien, die vornehmlich das Produkt betreffen — sein hoher Gebrauchsnutzen, sein vorteilhaftes Aussehen, sein guter Ruf und sein günstiger Preis. Sie interessieren sich aber weniger für seine Herkunft. Deshalb ist mit Imagewerbung für ostdeutsche Produkte nur wenig zu erreichen.

C. Schlußfolgerungen: Nur geringe Handlungsmöglichkeiten für die Wirtschaftspolitik

Die Schwächen ostdeutscher Unternehmen beim überregionalen Absatz sind nicht zu übersehen. Immerhin stimmt es hoffnungsfroh, und hierfür gibt es untrügliche Anzeichen, daß ostdeutsche Unternehmen ihre Marktanteile stetig ausweiten, auch und gerade auf überregionalen Märkten. Dies zeigt, daß der Zug in die richtige Richtung rollt, wenngleich das Tempo noch zu wünschen übrigläßt.

Die Botschaft, die sich wie ein roter Faden durch diesen Bericht zieht, lautet: Der Aufbau einer Wirtschaft, die sich auch im überregionalen Wettbewerb behaupten kann, braucht Zeit. Er kann nur so schnell vorankommen, wie die Unternehmen ihre Wettbewerbsschwächen überwinden. Für die Wirtschaftspolitik mag solche Einsicht unbequem sein. Von ihr wird rasche Abhilfe erwartet — daß sie den Unternehmen mit verschiedenen Maßnahmen tatkräftig unter die Arme greift:

- Mitunter wird vorgeschlagen, ostdeutschen Unternehmen steuerliche Absatzpräferenzen einzuräumen. Davon ist abzuraten. Solche Absatzpräferenzen vermindern zwar den Wettbewerbsdruck auf die geförderten Betriebe. Sie setzen aber keine Anreize zur Beseitigung von Schwächen in der betrieblichen Wettbewerbsposition. Im Gegenteil: Im schlimmsten Fall sorgen sie dafür, daß sich an den Unzulänglichkeiten nichts ändert, etwa wenn der durch sie geschaffene finanzielle Spielraum für Lohnerhöhungen ausgeschöpft wird. Die schlechten Erfahrungen mit der Berlin-Förderung sollten eine Lehre sein.
- Auch wird vorgeschlagen, ostdeutschen Unternehmen finanzielle Vermarktungshilfen zu gewähren. Dies kann sinnvoll sein, wenn dadurch Informationslücken geschlossen werden. Man sollte aber die Erwartungen nicht zu hoch schrauben — im allgemeinen sind die Marktteilnehmer über das Angebot hinreichend informiert.
- Schließlich soll der Staat auf Großabnehmer einwirken, mehr ostdeutsche Produkte ins Sortiment zu nehmen. Doch auch hier sollte man sich keine Illusionen machen; solange das Angebot noch unzureichend ist, wird kaum ein Großabnehmer sein Einkaufsverhalten grundlegend ändern.

Insgesamt hat der Staat in Sachen Förderung des überregionalen Absatzes ostdeutscher Produkte nur wenige direkte Handlungsmöglichkeiten. Um im Bild zu bleiben: Der Staat kann dafür sorgen, daß für den Zug die Signale auf freie Fahrt stehen. Aber er sollte sich nicht mit auf den Tender schwingen, denn er kann auf die Fahrgeschwindigkeit ohnehin keinen Einfluß nehmen. Hier muß er sich nolens volens in Geduld üben.

Die Bundesregierung hat inzwischen ein neues mittelfristiges Förderprogramm auf den Weg gebracht. Es sichert den Unternehmen nach dem Auslaufen der jetzigen Maßnahmen Ende 1998 für wei-

tere sechs Jahre finanzielle Hilfen auf hohem Niveau zu. Ziel des Programms ist die Stärkung der Investitions- und Innovationskraft und damit die Überwindung der Wettbewerbsschwächen der Unternehmen. Wie man einzelne Punkte des Programms auch beurteilen mag: Der dort vorgezeichnete Weg ist nach Ansicht der drei Institute die einzig nachhaltig wirksame und damit erfolgversprechende Form der Absatzförderung. Im Ergebnis wird nur so eine Verbreiterung der Exportbasis in den neuen Bundesländern möglich sein.

Das Programm enthält keine neuen spezifischen Instrumente zur direkten Absatzförderung. Die bisherigen Maßnahmen — im wesentlichen finanzielle Hilfen für die Beteiligung an Messen sowie für die Vermarktung von Erzeugnissen im Ausland — werden zunächst bis Ende 1998 beibehalten. Der Verzicht auf zusätzliche Maßnahmen ist im Prinzip richtig, denn die Absatzschwäche ostdeutscher Unternehmen ist zu einem guten Teil auch ein strukturelles Problem. Ostdeutschland weist heute einen starken Besatz mit Kleinbetrieben auf. Dies ist in mancherlei Hinsicht eine Entwicklungsbarriere: Vielen kleinen Unternehmen mangelt es an der Kompetenz, die notwendig ist, um überregionale Märkte zu erschließen. Fehlende Kompetenz kann die Wirtschaftspolitik kaum kompensieren, und das ist auch nicht ihre Aufgabe. Sie hat lediglich Standortdefizite zu beseitigen und auszugleichen und so den Boden für Wachstum zu bereiten. Darauf sollte sie sich in Ostdeutschland weiterhin konzentrieren.

Anhang

Tabelle A1 – Entwicklung und Struktur der Bruttowertschöpfung^a in Ostdeutschland 1991–1996

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	<i>Veränderung gegenüber dem Vorjahr in vH</i>					
Land- und Forstwirtschaft	x	-1,0	-6,0	-12,1	12,5	7,0
Produzierendes Gewerbe	x	18,8	15,0	18,6	7,8	3,0
Bergbau, Energie	x	-12,5	7,9	-10,7	-6,8	2,3
Verarbeitendes Gewerbe	x	7,6	11,3	17,1	7,3	8,3
Baugewerbe	x	55,4	21,4	29,6	11,4	-1,1
Handel und Verkehr	x	15,7	14,0	8,1	5,4	1,1
Handel	x	26,3	9,6	6,0	4,8	2,8
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	x	-3,7	24,5	12,6	6,7	-2,3
Dienstleistungsunternehmen	x	47,2	33,8	15,5	9,7	8,5
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	x	1,8	9,2	7,7	3,7	4,3
Wohnungsvermietung	x	.	120,4	16,2	7,5	14,6
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	x	36,1	25,8	17,0	11,6	7,6
Staat, private Haushalte	x	28,3	12,5	3,9	5,1	3,6
Staat	x	26,5	11,9	1,6	3,7	2,5
Private Haushalte, Org. ohne Erwerbszweck	x	45,5	17,7	21,2	14,0	9,9
Bruttoinlandsprodukt	x	26,3	18,5	12,3	7,5	4,6
	<i>Struktur in vH</i>					
Land- und Forstwirtschaft	3	3	2	2	2	2
Produzierendes Gewerbe	36	34	33	35	35	34
Bergbau, Energie	8	5	5	4	3	3
Verarbeitendes Gewerbe	17	14	13	14	14	14
Baugewerbe	12	14	15	17	18	17
Handel und Verkehr	14	13	12	12	12	11
Handel	9	9	8	8	8	8
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	5	4	4	4	4	4
Dienstleistungsunternehmen	22	26	29	30	30	31
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	6	5	4	4	4	4
Wohnungsvermietung	.	3	6	6	6	6
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	17	18	19	20	20	21
Staat, private Haushalte	25	25	24	22	21	21
Staat	22	22	21	19	18	18
Private Haushalte, Org. ohne Erwerbszweck	2	3	3	3	3	3
Bruttoinlandsprodukt	100	100	100	100	100	100
	<i>Anteil Ostdeutschlands an der Wertschöpfung der gesamten Bundesrepublik in vH</i>					
Land- und Forstwirtschaft	16,9	16,9	17,7	15,8	17,1	17,9
Produzierendes Gewerbe	7,0	8,0	9,6	10,9	11,5	11,8
Bergbau, Energie	17,7	15,4	16,6	15,0	14,0	15,5
Verarbeitendes Gewerbe	4,2	4,5	5,3	6,1	6,3	6,8
Baugewerbe	15,0	19,8	23,1	27,5	29,6	30,1
Handel und Verkehr	7,1	7,7	8,7	9,1	9,3	9,5
Handel	7,2	8,7	9,5	9,8	10,0	10,2
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	6,8	6,1	7,3	8,0	8,2	8,3
Dienstleistungsunternehmen	5,5	7,1	8,6	9,2	9,5	9,6
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	8,7	8,0	8,1	8,2	8,2	8,1
Wohnungsvermietung	.	3,8	7,3	7,8	7,7	8,2
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	6,7	8,0	9,2	10,0	10,5	10,6
Staat, private Haushalte	13,3	15,4	16,5	16,7	16,9	17,2
Staat	14,6	16,7	17,9	17,9	18,0	18,2
Private Haushalte, Org. ohne Erwerbszweck	7,3	9,4	10,4	11,8	12,5	13,2
Bruttoinlandsprodukt	7,6	8,8	10,2	11,0	11,3	11,5

^aIn jeweiligen Preisen.

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Tabelle A2 – Entwicklung der Produktivität^a in Ostdeutschland 1991–1996

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	<i>1991 = 100</i>					
Land- und Forstwirtschaft	100	159	181	164	186	213
Produzierendes Gewerbe	100	156	189	221	235	252
Bergbau, Energie	100	116	155	165	167	202
Verarbeitendes Gewerbe	100	169	221	274	298	334
Baugewerbe	100	137	146	169	179	182
Handel und Verkehr	100	125	145	156	166	171
Handel	100	133	144	146	150	155
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	100	108	142	170	192	198
Dienstleistungsunternehmen	100	117	130	137	141	145
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	100	93	97	105	109	113
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	100	126	143	151	156	161
Staat, private Haushalte	100	132	157	167	178	189
Staat	100	133	161	173	187	199
Private Haushalte, Org. o. Erwerbszweck	100	123	137	146	154	167
<i>Alle Wirtschaftsbereiche</i>	100	140	166	183	194	205
	<i>Westdeutschland = 100</i>					
Land- und Forstwirtschaft	44	67	82	69	74	78
Produzierendes Gewerbe	29	43	53	58	59	62
Bergbau, Energie	42	47	62	64	62	79
Verarbeitendes Gewerbe	20	32	42	49	51	55
Baugewerbe	48	60	65	73	77	77
Handel und Verkehr	34	41	47	49	50	51
Handel	43	57	62	61	60	61
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	22	23	29	33	34	35
Dienstleistungsunternehmen	46	50	54	54	54	54
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	105	90	89	90	89	87
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	40	46	51	52	52	52
Staat, private Haushalte	50	62	72	75	77	81
Staat	49	61	71	75	78	81
Private Haushalte, Org. o. Erwerbszweck	51	60	65	68	69	74
<i>Alle Wirtschaftsbereiche</i>	35	47	55	57	59	60

^aBruttowertschöpfung (unbereinigt) bzw. Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätigen in jeweiligen Preisen, ohne Wohnungsvermietung.

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Tabelle A3 – Entwicklung und Struktur der Erwerbstätigkeit in Ostdeutschland 1991–1996

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	<i>1991 = 100</i>					
Land- und Forstwirtschaft	100	62	51	50	50	46
Produzierendes Gewerbe	100	76	72	73	74	71
Bergbau, Energie	100	76	61	51	47	40
Verarbeitendes Gewerbe	100	64	54	51	50	49
Baugewerbe	100	113	129	145	152	148
Handel und Verkehr	100	92	91	91	91	89
Handel	100	95	96	101	102	102
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	100	89	84	79	75	71
Dienstleistungsunternehmen	100	108	119	131	141	146
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	100	110	114	114	114	114
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	100	108	120	133	143	149
Staat, private Haushalte	100	98	92	90	88	86
Staat	100	95	88	83	80	77
Private Haushalte, Org. o. Erwerbszweck	100	118	125	142	153	156
<i>Alle Wirtschaftsbereiche</i>	<i>100</i>	<i>87</i>	<i>85</i>	<i>86</i>	<i>87</i>	<i>86</i>
	<i>Struktur in vH</i>					
Land- und Forstwirtschaft	6	4	4	4	4	3
Produzierendes Gewerbe	41	36	35	35	35	34
Bergbau, Energie	3	3	2	2	2	1
Verarbeitendes Gewerbe	28	20	18	17	16	16
Baugewerbe	10	13	15	16	17	17
Handel und Verkehr	17	18	18	18	18	18
Handel	10	10	11	11	11	11
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	7	8	7	7	6	6
Dienstleistungsunternehmen	13	16	18	19	21	22
Wohnungsvermietung	1	1	2	2	1	2
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	12	14	16	18	19	20
Staat, private Haushalte	23	26	25	24	24	23
Staat	21	22	21	20	19	18
Private Haushalte, Org. o. Erwerbszweck	3	4	4	5	5	5
<i>Alle Wirtschaftsbereiche</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
	<i>Erwerbstätige je Einwohner, Westdeutschland = 100</i>					
Land- und Forstwirtschaft	188	125	111	114	120	119
Produzierendes Gewerbe	105	83	84	90	93	94
Bergbau, Energie	204	161	135	117	113	99
Verarbeitendes Gewerbe	91	60	56	56	57	57
Baugewerbe	147	169	194	219	233	240
Handel und Verkehr	90	84	84	87	88	88
Handel	72	69	71	76	79	80
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	132	119	116	113	111	109
Dienstleistungsunternehmen	67	71	77	83	88	90
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	36	40	42	42	43	44
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	73	77	84	91	96	97
Staat, private Haushalte	122	120	115	113	112	110
Staat	141	136	129	124	121	118
Private Haushalte, Org. o. Erwerbszweck	62	72	75	83	88	88
<i>Alle Wirtschaftsbereiche</i>	<i>101</i>	<i>89</i>	<i>90</i>	<i>93</i>	<i>96</i>	<i>96</i>

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Tabelle A4 – Entwicklung der Lohnstückkosten in Ostdeutschland 1991–1996 (Bruttoeinkommen aus unselbständiger Arbeit in vH der Bruttowertschöpfung der Arbeitnehmer)^a

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Land- und Forstwirtschaft	125	98	110	132	125	117
Produzierendes Gewerbe	102	95	87	83	82	79
Bergbau, Energie	57	68	56	55	59	51
Verarbeitendes Gewerbe	132	116	99	95	96	91
Baugewerbe	89	83	85	79	75	75
Handel und Verkehr	96	111	113	110	108	108
Handel	74	83	91	93	97	99
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	136	176	158	141	126	125
Dienstleistungsunternehmen ^b	51	53	54	52	56	56
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	24	34	36	35	36	37
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	60	57	57	55	59	59
Staat, private Haushalte	96	96	96	95	95	94
Staat	96	96	96	95	95	94
Private Haushalte, Org. o. Erwerbszweck	94	95	95	95	95	95
<i>Alle Wirtschaftsbereiche^b</i>	89	88	85	83	83	81
				<i>Westdeutschland = 100</i>		
Land- und Forstwirtschaft	130	100	101	125	123	120
Produzierendes Gewerbe	147	134	118	114	114	110
Bergbau, Energie	112	130	106	107	115	90
Verarbeitendes Gewerbe	187	160	131	128	131	125
Baugewerbe	123	118	117	106	101	102
Handel und Verkehr	136	152	150	148	147	145
Handel	98	105	110	114	119	120
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	217	279	252	228	212	205
Dienstleistungsunternehmen ^b	121	126	130	128	137	141
Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen	46	65	71	73	77	81
Sonstige Dienstleistungsunternehmen	157	151	153	147	157	159
Staat, private Haushalte	103	103	103	102	102	102
Staat	103	103	103	102	102	102
Private Haushalte, Org. o. Erwerbszweck	101	102	102	102	103	102
<i>Alle Wirtschaftsbereiche^b</i>	132	129	124	123	124	122

^aIn jeweiligen Preisen. — ^bOhne Wohnungsvermietung.

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Tabelle A5 – Produktionsindex^a und Indizes des Auftragseingangs^b für das Bauhauptgewerbe in Ostdeutschland 1994–1997
(Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in vH)

	Produktionsindex	Indizes des Auftragseingangs			
		insgesamt	Hochbau gesamt	darunter: Wohnungsbau	Tiefbau gesamt
1994					
1. Vj.	28,1	33,3	40,1	95,4	22,6
2. Vj.	23,6	29,8	39,4	67,4	17,2
3. Vj.	23,0	19,7	22,4	49,5	16,2
4. Vj.	33,0	14,2	18,1	33,5	8,1
1995					
1. Vj.	14,9	14,7	20,5	25,5	4,0
2. Vj.	7,2	5,3	9,3	22,2	-1,0
3. Vj.	3,8	2,5	2,8	16,0	2,0
4. Vj.	-5,4	-11,7	-14,8	-11,0	-6,3
1996					
1. Vj.	-36,1	-13,5	-12,0	-2,6	-16,6
2. Vj.	-6,8	-2,7	-1,4	10,7	-5,1
3. Vj.	-4,1	-2,2	0,3	12,9	-5,8
4. Vj.	2,9	-0,7	5,3	17,9	-9,9
1997					
1. Vj.	23,2	-9,7	-13,2	1,9	-1,9
1994	26,7	23,2	28,6	56,3	15,4
1995	4,4	2,0	3,6	12,0	-0,6
1996	-9,9	-4,6	-2,2	9,7	-8,8

^aArbeitstäglich bereinigter Wert; ab 1996 geschätzt; Betriebe von Unternehmen mit 20 Beschäftigten und mehr; Abgrenzung nach Statistisches Bundesamt (1980). — ^bVolumenindex; Betriebe von Unternehmen mit 20 Beschäftigten und mehr; Abgrenzung nach Statistisches Bundesamt (1994).

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Tabelle A6 – Produktion^a im Verarbeitenden Gewerbe^b in Ostdeutschland nach Abteilungen 1995–1997 (1. Vierteljahr 1991 = 100)

	1995				1996				1997
	1. Vj.	2. Vj.	3. Vj.	4. Vj.	1. Vj.	2. Vj.	3. Vj.	4. Vj.	1. Vj.
<i>Verarbeitendes Gewerbe insgesamt</i>	143,0	143,1	145,5	145,7	146,3	152,4	154,8	158,8	159,5
Ernährungsgewerbe	151,6	153,4	156,7	164,7	168,5	180,4	183,6	194,4	188,8
Tabakverarbeitung	93,9	93,1	93,2	93,9	100,8	105,8	111,3	112,7	113,3
Textilgewerbe	121,1	121,0	120,3	119,2	119,3	125,2	131,7	134,2	134,1
Bekleidungsgewerbe	60,7	64,1	61,2	59,3	58,2	56,0	55,4	53,9	51,7
Ledergewerbe	56,6	52,7	49,2	43,9	39,9	38,9	37,1	37,5	39,0
Holzgewerbe	243,1	249,2	254,1	251,9	254,5	262,7	270,0	275,8	260,9
Papiergewerbe	186,5	216,3	218,8	220,3	225,4	218,1	232,9	242,9	242,5
Druckgewerbe	138,4	132,7	135,4	136,0	128,0	137,3	139,0	140,5	151,4
Kokerei, Mineralölverarbeitung etc.	121,7	115,3	123,9	120,3	126,5	130,1	129,7	134,1	125,6
Chemische Industrie	95,4	97,5	94,7	91,8	96,0	97,0	100,6	97,5	95,8
Herstellung von Kunststoff- und Gummiwaren	248,6	247,9	239,8	225,9	246,8	246,8	260,3	275,9	287,8
Glasgewerbe, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	297,6	281,1	278,1	267,9	258,6	299,5	307,3	307,1	315,9
Metallerzeugung u. -bearbeitung	119,0	121,1	118,9	118,9	120,9	119,9	120,1	122,1	129,2
Herstellung von Metallerzeugnissen	270,7	282,0	301,2	296,8	290,2	299,4	294,3	314,8	314,7
Maschinenbau	81,4	77,5	82,5	84,8	80,1	84,3	81,6	77,9	83,2
Herstellung von Büromaschinen, DV-Geräten und -einrichtungen	177,1	155,5	178,9	184,3	243,0	303,4	370,1	530,4	440,6
Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung u.ä.	131,6	135,2	134,6	139,0	134,5	139,3	146,0	147,9	145,2
Rundfunk-, Fernseh- und Nachrichtentechnik	162,0	159,8	148,4	139,1	149,1	145,2	152,2	162,0	180,5
Medizin-, Meß-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik	134,9	148,9	168,7	151,3	176,5	162,8	144,9	173,5	164,2
Herstellung v. Kraftwagen und -teilen	323,9	337,0	350,6	370,3	358,6	347,7	352,1	330,9	345,5
Sonstiger Fahrzeugbau	85,0	79,7	70,5	65,6	69,4	69,8	72,8	67,0	68,0
Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten etc.	141,5	145,1	146,1	147,8	143,7	147,2	153,1	154,7	150,3

^aArbeitstäglich- und saisonbereinigt nach dem Berliner Verfahren BV4. — ^bOhne Recycling- und Verlagsgewerbe.

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Tabelle A7 – Probleme ostdeutscher produktionsnaher Dienstleistungsunternehmen 1996

	EDV-Dienstleistungen	Ingenieurleistungen für das Bauwesen	Andere Ingenieurleistungen	Unternehmensberatung	Marketing- und Werbedienstleistungen	Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen
	... vH der Unternehmen der jeweiligen Gruppe nannten als großes Problem ...					
Die Personalkosten sind zu hoch ^a	53	68	57	40	52	55
Die Sozialversicherungsbeiträge für die Arbeitnehmer steigen zu schnell ^a	61	43	51	49	52	66
Der Konkurrenzdruck nimmt zu	39	52	50	25	29	46
Die Zahlungsmoral der Kunden ist schlecht	48	77	63	56	79	57
Das Eigenkapital ist zu gering	59	61	52	42	52	51
Die Liquiditätslage ist angespannt	52	44	43	35	51	28
Die Löhne und Gehälter steigen zu schnell ^a	23	29	17	14	22	33
Die Finanzierungsmittel für Investitionen fehlen	46	36	34	30	45	34
Zu hohe Belastung durch Zinsen und/oder Tilgung	21	30	16	15	25	29
Es fehlen Sicherheiten, um Kredite zu erhalten	51	35	36	40	50	38
Die Anbieter vergleichbarer Produkte sind preiswerter	19	16	18	10	13	29
Die kommunale Verwaltung ist schwerfällig	39	72	56	49	48	56
Der Vertrieb ist unzureichend	42	6	16	18	14	9
Qualifiziertes Personal ist schwer zu bekommen	35	26	30	43	45	41
Die Infrastruktur am Standort ist unzureichend	23	14	20	20	29	36
Die Produktionsanlagen und -gebäude sind veraltet	3	2	2	1	5	9
Der innerbetriebliche Arbeitsablauf ist noch nicht optimal	16	7	10	9	8	17
Grundstücks- und Gewerbeflächen sind knapp bzw. teuer	18	24	14	23	30	29
Der Kundendienst/Service reicht noch nicht aus	9	4	6	8	9	14

^aAngaben für Unternehmen mit fünf und mehr Beschäftigten (einschließlich der tätigen Inhaber und mithelfenden Familienangehörigen).

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A8 – Ertragslage ostdeutscher produktionsnaher Dienstleistungsunternehmen 1995 und 1996

	EDV-Dienstleistungen	Ingenieurleistungen für das Bauwesen	Andere Ingenieurleistungen	Unternehmensberatung	Marketing- und Werbedienstleistungen	Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen
	... vH der Unternehmen der jeweiligen Gruppe gaben die jeweilige Antwort					
Im Geschäftsabschluß 1995 gab es ...						
deutliche Verluste	18	10	12	11	16	16
ein ausgeglichenes Ergebnis	33	20	30	32	25	16
einen geringen Gewinn	30	33	27	21	31	37
einen akzeptablen Gewinn	16	35	26	28	25	21
Keine Angabe über Geschäftsabschluß 1995	3	5	2	8	4	10
Im Geschäftsabschluß 1996 kommt es zu ...						
deutlichen Verlusten	10	8	12	11	15	10
einem ausgeglichenen Ergebnis	38	23	33	33	25	29
einem geringen Gewinn	35	21	34	30	33	32
einem akzeptablen Gewinn	13	25	16	18	18	18
Geschäftsabschluß 1996 nicht abzuschätzen	4	13	5	8	9	11

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A9 – Kapazitätsauslastung und Auftragslage ostdeutscher produktionsnaher Dienstleistungsunternehmen 1996

	EDV-Dienstleistungen	Ingenieurleistungen für das Bauwesen	Andere Ingenieurleistungen	Unternehmensberatung	Marketing- und Werbeleistungen	Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen
	... vH der Unternehmen der jeweiligen Gruppe gaben die jeweilige Antwort					
Die Kapazitätsauslastung ist...						
eher gut	28	29	26	35	28	22
normal	49	50	53	52	49	62
eher schlecht	23	21	22	14	23	16
<i>Unternehmen insgesamt</i>	100	100	100	100	100	100
Die Auftragslage ist...						
eher gut	22	33	24	27	31	24
befriedigend	52	42	54	53	52	63
eher schlecht	26	25	22	20	17	13
<i>Unternehmen insgesamt</i>	100	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A10 – Absatzschwerpunkte der ostdeutschen produktionsnahen Dienstleistungsunternehmen nach Gewerbebranchen 1996

	EDV-Dienstleistungen	Ingenieurleistungen für das Bauwesen	Andere Ingenieurleistungen	Unternehmensberatung	Marketing- und Werbeleistungen	Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen
	Strukturen in vH					
Unternehmen, von deren Umsatz ... entfallen						
mehr als 90 vH auf die nähere Umgebung	12	34	21	31	24	25
mehr als 90 vH auf die neuen Bundesländer sowie ...						
50 bis 90 vH auf die nähere Umgebung	34	42	28	29	42	32
weniger als 50 vH auf die nähere Umgebung	9	8	22	16	12	7
10 bis 33 vH auf die alten Bundesländer und auf das Ausland	17	4	12	11	15	7
mehr als 33 vH auf die alten Bundesländer und auf das Ausland	28	10	17	13	7	29
<i>Insgesamt</i>	100	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Table A11 – Regionale Verteilung der Umsätze von ostdeutschen produktionsnahen Dienstleistungsunternehmen nach Gewerbebezügen 1996

	Vom gesamten Umsatz entfallen ... vH auf die jeweilige Region					Umsatz insgesamt
	Nähere Umgebung ^a	Übrige neue Länder	Übrige alte Länder	Osteuropa	Übriges Ausland	
EDV-Dienstleistungen	26	42	29	1	2	100
Ingenieurdienstleistungen für das Bauwesen	57	28	15	0	0	100
Andere Ingenieurdienstleistungen	38	46	13	1	2	100
Unternehmensberatung	52	33	12	2	1	100
Marketing- und Werbedienstleistungen	59	25	13	0	3	100
Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen	47	22	30	0	1	100

^aIm Radius von etwa 30 km.

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Table A12 – Erwartungen der ostdeutschen produktionsnahen Dienstleistungsunternehmen über die regionale Ausrichtung ihrer Umsätze nach Gewerbebezügen 1997 gegenüber 1996

	Veränderung des Umsatzes in vH ...			
	in der näheren Umgebung ^a	anderswo in den neuen Ländern	anderswo in den alten Ländern oder im Ausland	insgesamt
EDV-Dienstleistungen	8	11	17	13
Ingenieurdienstleistungen für das Bauwesen	2	9	8	5
Andere Ingenieurdienstleistungen	4	10	60	15
Unternehmensberatung	15	18	26	18
Marketing- und Werbedienstleistungen	9	10	60	18
Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen	14	18	14	15

^aIm Radius von etwa 30 km.

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A13 – Investitionstätigkeit ostdeutscher produktionsnaher Dienstleistungsunternehmen 1995 und 1996 (Struktur in vH)

	EDV-Dienstleistungen	Ingenieurleistungen für das Bauwesen	Andere Ingenieurleistungen	Unternehmensberatung	Marketing- und Werbedienstleistungen	Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen
	1995					
Investitionen vorgenommen	85	84	86	74	81	62
Keine Investitionen vorgenommen	15	16	14	26	19	38
Leasing-Investitionen vorgenommen	40	49	39	27	40	41
Keine Leasing-Investitionen vorgenommen	60	51	61	73	60	59
<i>Unternehmen insgesamt</i>	100	100	100	100	100	100
	1996					
Investitionen vorgenommen	83	75	80	66	73	65
Keine Investitionen vorgenommen	10	20	12	24	14	23
Investitionen nicht absehbar	7	5	8	10	13	12
Leasing-Investitionen vorgenommen	41	38	36	26	40	40
Keine Leasing-Investitionen vorgenommen	53	59	60	64	52	50
Leasing-Investitionen nicht absehbar	6	3	4	10	8	10
<i>Unternehmen insgesamt</i>	100	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A14 – Investitionen je Beschäftigten^a in ostdeutschen produktionsnahen Dienstleistungsunternehmen nach Gewerbezweigen 1995–1997 (DM)

	1995	1996	1997 ^b
EDV-Dienstleistungen	12 900	11 900	11 100
Ingenieurdienste	10 500	8 600	10 200
Architektur	10 700	5 200	3 200
Unternehmensberatung	6 200	7 000	20 000
Werbedienstleistungen	14 600	15 400	24 100
Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen	25 100	8 400	11 000

^aStand: August 1996. — ^bPlanansätze.

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A15 – Pläne der ostdeutschen produktionsnahen Dienstleistungsunternehmen zu ihren Investitionen und Leasing-Investitionen nach Gewerbezweigen für 1997

	... vH der Unternehmen ...					
	haben keine Investitionen geplant	haben Investitionen geplant	können ihre Investitionen nicht absehen	haben keine Leasing-Investitionen geplant	haben Leasing-Investitionen geplant	können ihre Leasing-Investitionen nicht absehen
EDV-Dienstleistungen	5	42	53	36	19	45
Ingenieurdienste	10	45	45	46	17	37
Architektur	12	42	46	56	19	25
Unternehmensberatung	18	41	42	52	12	37
Werbedienstleistungen	10	36	54	45	16	39
Sonstige produktionsnahe Dienstleistungen	15	37	48	43	18	40

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A16 – Ostdeutsche Industrieunternehmen nach der regionalen Verteilung ihrer Umsätze sowie nach Eigentumsstatus und Entstehung 1994 und 1996

	Private Unternehmen	davon:		davon:								Unternehmen im Besitz der Treuhandnachfolgeeinrichtungen
		Eigenständige Unternehmen	Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	Unternehmen, die vor 1990 in privater Hand waren	Reprivatisierte frühere Treuhandunternehmen	Privatisierte frühere Treuhandunternehmen			Nach 1989 gegründete Unternehmen			
						Insgesamt	davon:		Insgesamt	davon:		
							Eigenständige Unternehmen	Unternehmen im Eigentum westdeutscher o. ausländischer Unternehmen		Eigenständige Unternehmen	Unternehmen im Eigentum westdeutscher o. ausländischer Unternehmen	
... vH des Unternehmens der Gruppe machten die jeweiligen Angaben												
<i>1994</i>												
Unternehmen, von deren Umsatz ... entfallen 75 vH und mehr auf ihre nähere Umgebung und der Rest auf die neuen Bundesländer weniger als 75 vH auf ihre nähere Umgebung und der Rest auf die neuen Bundesländer	13	13	11	33	11	6	6	5	17	16	20	13
bis zu 20 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	10	11	7	11	12	7	7	5	12	13	9	3
20 vH bis 50 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	16	17	13	17	17	15	16	12	16	16	13	17
50 vH bis 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	17	16	19	13	17	19	19	20	16	15	16	23
mehr als 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	17	18	16	5	18	23	24	20	15	15	11	23
<i>Insgesamt</i>	27	25	34	22	25	31	27	37	27	25	32	20
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<i>1996</i>												
Unternehmen, von deren Umsatz ... entfallen 75 vH und mehr auf ihre nähere Umgebung und der Rest auf die neuen Bundesländer weniger als 75 vH auf ihre nähere Umgebung und der Rest auf die neuen Bundesländer	12	12	11	28	10	5	6	4	15	14	18	4
bis zu 20 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	9	9	8	11	7	7	9	4	11	10	13	4
20 vH bis 50 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	16	17	13	19	19	14	14	13	17	18	13	21
50 vH bis 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	19	21	15	16	23	19	21	13	19	21	15	17
mehr als 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	14	14	14	9	15	18	18	20	11	11	10	13
<i>Insgesamt</i>	30	27	39	17	27	37	33	46	27	26	31	42
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995 und vom Herbst 1996.

Tabelle A17 – Ostdeutsche Industrieunternehmen nach der regionalen Verteilung ihrer Umsätze und nach Industriezweigen 1994 und 1996

	Steine und Erden	Eisen, NE-Metalle, Gießereien	Chemie	Zichereien, Mechanik, Stahlverformung	Stahl-, Leichtmetallbau	Maschinenbau	Straßenfahrzeugbau	Elektrotechnik	EBM-Waren	Holzverarbeitung	Druckereien	Kunststoffverarbeitung	Textil, Bekleidung	Ernährung, Tabak
	...vH der Unternehmen des Industriezweiges hatten die jeweilige regionale Umsatzverteilung													
	1994													
Unternehmen, von deren Umsatz ...														
75 vH und mehr auf ihre nähere Umgebung	51	0	5	10	4	6	0	7	7	10	33	7	3	22
weniger als 75 vH auf ihre nähere Umgebung	20	2	10	9	12	6	6	4	9	8	5	13	6	21
bis zu 20 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	13	6	22	14	22	13	10	12	16	22	37	10	12	27
20 vH bis 50 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	8	14	19	16	31	20	13	15	19	23	17	12	18	12
50 vH bis 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	3	45	18	21	20	22	27	19	19	18	5	20	24	6
mehr als 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	4	33	27	30	12	34	44	44	30	19	4	38	37	13
und der Rest auf die neuen Bundesländer entfallen														
<i>Insgesamt</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	1996													
Unternehmen, von deren Umsatz														
75 vH und mehr auf ihre nähere Umgebung	36	2	5	11	6	4	10	4	8	10	29	6	4	26
weniger als 75 vH auf ihre nähere Umgebung	24	2	1	8	10	3	3	3	8	12	10	9	3	18
bis zu 20 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	20	8	17	20	21	12	8	7	17	21	33	10	9	28
20 vH bis 50 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	12	8	28	22	37	23	19	16	18	25	19	21	18	13
50 vH bis 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	3	21	15	12	11	20	24	18	19	16	4	18	17	6
mehr als 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	5	60	34	27	15	39	36	51	32	39	5	36	50	9
und der Rest auf die neuen Bundesländer entfallen														
<i>Insgesamt</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995 und vom Herbst 1996.

Tabelle A18 – Ausfuhr Ostdeutschlands nach Ländergruppen 1991–1995

	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in vH				Struktur in vH				
	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995
Europa	-26,2	-16,3	0,7	12,8	90	84	81	79	78
EU- und EFTA-Länder	5,0	-24,4	40,9	26,6	23	31	27	37	41
GUS-Länder	.	-11,6	-29,4	-17,2	.	40	41	28	20
Baltische Staaten	.	26,2	117,1	-18,5	.	1	1	1	1
CEFTA-5-Länder	.	.	-15,5	40,8	.	11	10	11	14
Afrika	93,2	-60,5	10,7	-7,9	2	4	2	2	1
Amerika	-11,5	26,7	25,3	45,9	3	3	4	5	7
darunter:									
NAFTA-Länder	29,3	38,0	60,4	34,1	1	2	2	4	4
Asien	23,5	18,6	9,0	12,2	6	9	13	14	13
Australien und Ozeanien	23,8	35,9	159,3	37,3	0	0	0	0	0
Insgesamt	-21,0	-13,4	3,3	14,1	100	100	100	100	100

Quelle: Statistisches Bundesamt, DIW.

Tabelle A19 – Ostdeutsche Unternehmen mit Auslandsumsatz nach Eigentumsstatus und Entstehung 1994 und 1996 (Anteil in vH)

	Alle Unternehmen mit Exporten		Unternehmen mit Exporten nach Osteuropa		Unternehmen mit Exporten in das übrige Ausland	
	1994	1996	1994	1996	1994	1996
Private Unternehmen	35	42	16	19	30	38
davon:						
Eigenständige Unternehmen	31	39	12	16	27	35
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	46	51	27	27	40	47
davon:						
Unternehmen, die vor 1990 in privater Hand waren	18	28	2	9	17	24
Reprivatisierte Unternehmen	37	43	14	19	30	38
Privatisierte Unternehmen	46	55	25	29	41	51
davon:						
Eigenständige Unternehmen	41	50	20	25	37	45
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	56	68	35	39	49	63
Unternehmen, die nach 1989 gegründet wurden	26	33	10	12	22	30
davon:						
Eigenständige Unternehmen	25	33	8	11	22	30
Unternehmen im Eigentum westdeutscher oder ausländischer Unternehmen	31	34	14	13	25	30
Unternehmen im Besitz der Treuhandnachfolgeeinrichtungen	53	67	30	33	47	58
Alle Unternehmen	35	42	16	19	30	38

Quelle: Umfragen des DIW vom Frühjahr 1995 und vom Herbst 1996.

Tabelle A20 – Ostdeutsche Unternehmen mit Auslandsumsatz nach ausgewählten Industriezweigen 1994 und 1996 (Anteil in vH)

	Alle Unternehmen mit Exporten		Unternehmen mit Exporten nach Osteuropa		Unternehmen mit Exporten in das übrige Ausland	
	1994	1996	1994	1996	1994	1996
Steine und Erden	7	10	5	6	6	8
Eisen, NE-Metalle, Gießereien	47	68	18	23	45	65
Chemie	57	71	39	51	51	62
Ziehereien, Mechanik, Stahlverformung	27	24	7	8	24	21
Stahl-, Leichtmetallbau	15	22	8	9	12	19
Maschinenbau	40	58	23	28	34	51
Straßenfahrzeugbau	42	50	27	27	35	43
Elektrotechnik	46	60	23	28	41	56
EBM-Waren	45	43	20	18	37	38
Holzverarbeitung	30	30	13	8	23	26
Druckereien	8	10	1	5	8	10
Kunststoffverarbeitung	34	44	15	16	29	39
Textil, Bekleidung	45	68	11	22	52	64
Ernährung, Tabak	26	23	14	13	18	19
<i>Industrie insgesamt</i>	35	42	16	19	30	38

Quelle: Umfragen des DIW vom Frühjahr 1995 und vom Herbst 1996.

Tabelle A21 – Ostdeutsche Industrieunternehmen nach ihren Absatzschwerpunkten und ausgewählten Merkmalen 1996

	Alle Unternehmen	davon: Unternehmen, von deren Umsatz ...						davon: Unternehmen ...	
		75 vH und mehr auf ihre nähere Umgebung	weniger als 75 vH auf ihre nähere Umgebung	bis zu 20 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	20 bis 50 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	50 bis 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	mehr als 75 vH auf die alten Bundesländer und das Ausland	mit Export nach Westeuropa oder Übersee	ohne Export nach Westeuropa oder Übersee
		... und der Rest auf die neuen Bundesländer entfällt							
... vH des Unternehmens der Gruppe machten die jeweilige Angabe									
<i>Erwartete Ertragsentwicklung 1996</i>									
Unternehmen ...									
mit einem akzeptablen Gewinn	14	17	12	16	13	12	14	15	14
mit einem geringen Gewinn	28	29	32	26	31	26	27	29	26
mit einem ausgeglichenen Ergebnis	36	34	34	39	38	40	35	37	36
mit deutlichen Verlusten	21	20	22	19	18	22	23	24	19
<i>Unzureichender Anlagenbestand der Unternehmen</i>									
Die Ausrüstungen sind zum Teil oder weitgehend veraltet	25	19	21	24	24	26	26	26	23
Die Bauten sind zum Teil oder weitgehend veraltet	44	40	38	44	43	48	47	47	42
Der Bestand an Ausrüstungen ist zu klein	21	15	20	22	24	24	25	25	21
<i>Große Probleme der Unternehmen</i>									
Personalkosten sind zu hoch	62	58	64	58	62	64	58	61	60
Vertrieb ist unzureichend	22	17	18	20	22	21	24	25	19
Vergleichbare Anbieter sind preiswerter	32	34	39	30	27	32	33	32	31
Finanzierungsmittel für Investitionen fehlen	39	36	37	38	40	37	40	38	39
Eigenkapital ist zu gering	51	49	49	54	56	48	50	51	52
Liquiditätsslage ist angespannt	47	39	52	49	49	49	45	48	47

Quelle: Umfrage des DIW vom Herbst 1996.

Tabelle A22 – Anteile des Umsatzes aus Dienstleistungen am Bruttoproduktionswert im Verarbeitenden Gewerbe^a Ost- und Westdeutschlands 1994 (vH)

	Ostdeutschland	Westdeutschland
Grundstoff- und Produktionsgütergewerbe	2,8	3,5
Mineralölverarbeitung	11,1	10,1
Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden	0,8	0,8
Eisenschaffende Industrie	0,5	1,5
NE-Metallerzeugung, NE-Metallhalbzeugwerke	0,8	4,1
Gießerei	2,2	0,6
Chemische Industrie	3,2	1,7
Holzbearbeitung	0,8	0,8
Zellstoff-, Holzschliff-, Papier- und Pappeerzeugung	0,2	0,6
Gummiverarbeitung	0,6	0,7
Investitionsgüter produzierendes Gewerbe	11,8	4,3
Stahl- und Leichtmetallbau, Schienenfahrzeugbau	13,9	10,3
Maschinenbau	9,8	5,6
Straßenfahrzeugbau, Reparatur von Kraftfahrzeugen usw.	12,1	2,2
Schiffbau	14,1	7,6
Luft- und Raumfahrzeugbau	.	8,6
Elektrotechnik, Reparatur von Haushaltsgeräten	14,9	4,7
Feinmechanik, Optik, Herstellung von Uhren	3,3	4,5
Herstellung von Eisen-, Blech- und Metallwaren	4,4	1,7
Herstellung von Büromaschinen, ADV-Geräten und -einrichtungen	.	0,3
Verbrauchsgüter produzierendes Gewerbe	4,2	1,9
Herstellung von Musikinstrumenten, Spielwaren, Füllhaltern usw.	2,8	1,5
Feinkeramik	0,6	0,1
Herstellung und Verarbeitung von Glas	0,5	0,7
Holzverarbeitung	3,0	0,8
Papier- und Pappeverarbeitung	1,3	1,0
Druckerei, Vervielfältigung	0,5	2,8
Herstellung von Kunststoffwaren	.	0,7
Ledererzeugung	.	10,1
Lederverarbeitung	7,4	1,7
Textilgewerbe	10,4	4,9
Bekleidungs-gewerbe	19,8	4,0
Reparatur von Gebrauchsgütern (ohne elektrische Geräte)	.	20,7
Nahrungs- und Genußmittelgewerbe	1,0	0,8
Ernährungsgewerbe	1,0	0,8
Tabakverarbeitung	0,2	1,3

^aBetriebe mit 20 Beschäftigten und mehr; Ergebnisse der Kostenstrukturerhebung 1994.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IWH.

Tabelle A23 – Aufwand für zugekaufte Handelsware als Anteil an den Vorleistungen^a im Verarbeitenden Gewerbe in Ost- und Westdeutschland 1991 und 1994 (vH)^b

	1991		1994	
	O	W	O	W
Grundstoff- und Produktionsgütergewerbe	4,2	21,5	5,1	22,4
Mineralölverarbeitung	8,1	42,7	1,2	46,0
Gewinnung und Verarbeitung von Steinen und Erden	5,3	13,0	7,5	13,3
Eisenschaffende Industrie	2,0	2,5	0,6	5,7
NE-Metallerzeugung, NE-Metallhalbzeugwerke	1,9	11,7	1,2	11,7
Gießerei	0,6	12,1	2,8	9,3
Chemische Industrie	3,7	19,7	7,0	19,1
Holzbearbeitung	2,4	9,1	6,0	11,9
Zellstoff-, Holzschliff-, Papier- und Pappeerzeugung	2,7	8,3	0,7	8,6
Gummiverarbeitung	9,0	31,9	8,8	31,3
Investitionsgüter produzierendes Gewerbe	9,7	16,4	10,4	16,4
Stahl- und Leichtmetallbau, Schienenfahrzeugbau	.	.	3,5	7,5
Maschinenbau	.	.	6,0	10,8
Straßenfahrzeugbau, Reparatur von Kfz usw.	.	.	24,9	17,6
Schiffbau	.	.	0,4	4,8
Luft- und Raumfahrzeugbau	.	.	–	1,4
Elektrotechnik, Reparatur von Haushaltsgeräten	.	.	6,4	21,0
Feinmechanik, Optik, Herstellung von Uhren	.	.	13,8	26,8
Herstellung von Eisen-, Blech- und Metallwaren	.	.	8,4	10,2
Herstellung von Büromaschinen, ADV-Geräten	.	.	.	36,9
Verbrauchsgüter produzierendes Gewerbe	3,5	10,4	6,0	10,0
Herstellung von Musikinstrumenten, Spielwaren, Füllhaltern usw.	4,6	11,2	9,2	9,3
Feinkeramik	1,7	17,2	8,5	23,4
Herstellung und Verarbeitung von Glas	0,8	16,5	7,8	13,6
Holzverarbeitung	4,4	9,7	8,4	8,7
Papier- und Pappeverarbeitung	3,5	9,6	5,8	8,9
Druckerei, Vervielfältigung	5,2	4,0	1,3	3,0
Herstellung von Kunststoffwaren	5,1	10,8	–	11,4
Ledererzeugung	1,9	1,5	–	1,1
Lederverarbeitung	5,6	19,6	12,0	17,3
Textilgewerbe	1,6	10,3	6,7	11,3
Bekleidungs-gewerbe	5,0	11,2	5,8	10,1
Reparatur von Gebrauchsgütern (ohne elektrische Geräte)	29,3	6,9	–	3,8
Nahrungs- und Genussmittelgewerbe	12,3	14,3	9,1	14,8
Ernährungsgewerbe	12,1	13,0	9,2	13,6
Tabakverarbeitung	20,4	38,4	0,0	37,5
<i>Verarbeitendes Gewerbe insgesamt</i>	7,9	16,7	8,2	17,0

^aIn Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten. — ^bO=Ostdeutschland, W=Westdeutschland.

Quelle: Statistisches Bundesamt, IWH.

Tabelle A24 – Kunden und Vertriebswege von Industriegüterherstellern^a in Ostdeutschland Ende 1994

	...vH der befragten Unternehmen liefern an ^b ...	Die befragten Unternehmen erzielen ...vH ihres Umsatzes mit ...
Produktionsgüterhersteller mit		
Lieferungen an		
Großabnehmer	.	35
der Industrie	71	26
des Handels	29	9
Kleine und mittlere Abnehmer	.	53
der Industrie	69	31
des Großhandels	44	22
Handwerksbetriebe	40	4
Handelsvermittler	31	8
Konsumgüterhersteller mit		
Lieferungen an		
Großabnehmer	.	33
des Einzelhandels	48	20
des Großhandels	33	13
Kleine und mittlere Abnehmer	.	57
des Einzelhandels	83	45
des Großhandels	44	12
Handelsvermittler	36	5
Private Haushalte	38	5

^aAusgewählte Unternehmen, die ihren Vertrieb eigenständig organisieren, in den Branchen Porzellan/Glas/Keramik, Möbel, Textilien/Bekleidung und Elektrotechnik. — ^bMehrfachnennungen möglich.

Quelle: IfM (1995a).

Endnoten

- 1 Frühere Berichte wurden vom Institut für Weltwirtschaft in den Kieler Diskussionsbeiträgen Nr. 168, 169, 176, 178, 183, 190/191, 198/199, 205/206, 218/219, 231, 236/237, 245, 256/257, 277/278 und 286/287 veröffentlicht, vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung in den *Wochenberichten* des DIW Nr. 12/91, 24/91, 39–40/91, 51–52/91, 12–13/92, 39/92, 52/92, 13/93, 41/93, 15/94, 31/94, 3/95, 27–28/95, 27/96 und 3/97. Vom Institut für Wirtschaftsforschung Halle wurden die letzten 7 Berichte in dessen Forschungsreihe veröffentlicht, und zwar in den Nummern 6/93, 1/94, 6/94, 1/95, 2/95, 7/96 und 2/97.
- 2 Dabei ist zu berücksichtigen, daß es wohl Unterschiede in der Struktur der Arbeitsplätze zwischen Ost- und Westdeutschland gibt. In Ostdeutschland dürfte das erforderliche Qualifikationsniveau der Arbeitnehmer im Durchschnitt geringer sein, etwa weil sich dort überwiegend ausführende Unternehmensfunktionen befinden, die leitenden Funktionen dagegen in den alten Bundesländern wahrgenommen werden. Dieses Muster findet sich vor allem bei Finanzdienstleistungen und beim Handel, zum Teil auch bei der Industrie. Bei vergleichbaren Tätigkeiten dürften sich deshalb die Arbeitseinkommen in Ostdeutschland stärker an das westdeutsche Niveau angepaßt haben, als es diese Zahl suggeriert.
- 3 Viele Betriebe in Ostdeutschland koppeln sich von den Tariflohnsteigerungen ab und zahlen geringere als die tariflich vereinbarten Arbeitsentgelte. Abweichungen vom Tarifniveau nach unten sind freilich nur innerhalb einer gewissen Bandbreite möglich. Auch bei diesen Betrieben ist letztlich die allgemeine Tarifentwicklung — und nicht die eigene Leistungskraft — die Richtschnur.
- 4 Nach wie vor wird in Ostdeutschland wesentlich weniger produziert als konsumiert und investiert. Angaben über die Verwendung des Bruttoinlandsprodukts sind für die neuen Bundesländer nur bis zum Jahr 1994 verfügbar. Seitdem schätzt das Statistische Bundesamt die Verwendungsseite der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung nur noch für Deutschland insgesamt. Im Jahr 1994 war in Ostdeutschland der Wert der verbrauchten Güter (letzte inländische Verwendung) um ein Drittel höher als der Wert der dort produzierten Güter. Weil seitdem die Produktion nur wenig gewachsen ist, die Investitionen auf hohem Niveau geblieben sind und der Verbrauch von Privathaushalten und Staat eher zu- als abgenommen hat, dürfte sich an dem Mißverhältnis zwischen Produktion einerseits und Konsum und Investitionen andererseits wenig geändert haben.
- 5 Ein prägnantes Beispiel dafür ist das Land Berlin, in dem die kommunalen Verwaltungseinheiten — die sogenannten Bezirksverwaltungen — im West- wie im Ostteil der Stadt dieselben Aufgaben zu erfüllen haben. Kamen 1995 im ehemaligen Westberlin auf 1 000 Einwohner 37 Beschäftigte in den Bezirksverwaltungen, so betrug die Zahl in den östlichen Bezirken Berlins 44. Noch größer ist der Unterschied, wenn berücksichtigt wird, daß in den westlichen Bezirken Berlins ein Viertel der Beschäftigten einer Teilzeitbeschäftigung nachgeht, in den östlichen Bezirken der Stadt dagegen nur ein Elftel. Seit 1995 dürfte sich der Unterschied nur wenig verringert haben. Überdies ist zu berücksichtigen, daß im früheren West-Berlin die Personalausstattung des öffentlichen Dienstes höher ist als in vergleichbaren westdeutschen Städten.
- 6 In folgenden Zweigen war die Abhängigkeit von der Bauproduktion überdurchschnittlich stark: Industrie der Steine und Erden (zu etwa drei Vierteln), Stahl- und Leichtmetallbau (zu etwa zwei Dritteln) und Eisen-, Blech- und Metallwarenindustrie (zu etwa drei Fünfteln) (IWH 1996a).
- 7 Darauf deutet auch die stark rückläufige Entwicklung der mit Mitteln im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ und des Europäischen Regionalfonds geförderten Investitionsvorhaben der gewerblichen Wirtschaft hin. Während 1994 rund 7 400 Vorhaben mit einem Investitionsvolumen von 31 Mrd. DM bewilligt wurden, waren es 1996 rund 4 600 Vorhaben mit einem Volumen von knapp 22 Mrd. DM.
- 8 Die Investitionen der TELEKOM betragen 10 Mrd. DM 1993, 7,9 Mrd. DM 1994, rund 6 Mrd. DM 1995 und rund 5 Mrd. DM 1996 (vorläufig). Das Sonderprogramm TELEKOM 2000 soll 1997 abgeschlossen sein. Der Gesamtumfang der Investitionen wird dann etwa 50 Mrd. DM betragen; ursprünglich waren rund 60 Mrd. DM angesetzt gewesen.
- 9 In Kenntnis der bevorstehenden Absenkung der Höhe der Sonderabschreibungen haben Investoren nach Mitteln und Wegen gesucht, um die hohen Sonderabschreibungen für Kapitalanleger auch 1997 in Anspruch nehmen zu können. Die Frage ist aber, ob diese Gestaltungsvarianten alle von den Finanzverwaltungen akzeptiert werden.
- 10 Ende 1996 war beispielsweise in Leipzig etwa ein Drittel der Büroflächen nicht belegt. Gestiegene Umsätze aus Vermietungen resultieren häufig aus Umzügen in besser ausgestattete Büros.
- 11 Beispielsweise sieht das Programm des Landes Sachsen-Anhalt u.a. Maßnahmen zum vorzeitigen Baubeginn von Fernstraßenprojekten des Bundes, zur Stadtanierung und Dorferneuerung, zur Sanierung und Erneuerung von Schul-, Hochschul- und Verwaltungsbauten sowie für den Umweltschutz (insbesondere Abwasseranlagen) im Umfang von 1 Mrd. DM vor. Damit soll die Auftragslage kleiner und mittlerer Unternehmen verbessert und die Beschäftigung erhöht werden.
- 12 Eine etwas andere Einschätzung gibt das ifo-Institut. In einer neueren Prognose geht es davon aus, daß die realen Bauinvestitionen im Jahr 2000 etwa das Niveau des Jahres 1997 erreichen werden (Gluch 1997).

- 13 Die Auftragseingänge sind im Falle Ostdeutschlands allerdings nur ein bedingt tauglicher Konjunkturindikator, da die industrielle Basis dort schmal ist und wenige Großaufträge kurzfristig das Bild erheblich beeinflussen können, wie sich das an den starken monatlichen Schwankungen ablesen läßt.
- 14 Die Abgrenzung wurde nach Statistisches Bundesamt (1994) vorgenommen.
- 15 Einbezogen wurden nur solche Unternehmen, die an den beiden letzten Umfragen des DIW teilgenommen haben. Ausgeklammert sind also diejenigen Unternehmen, die erst nach der vorletzten Umfrage entstanden sind bzw. zu Industrieunternehmen geworden sind, und diejenigen, die danach aus dem Bestand an Industrieunternehmen ausgeschieden sind, beispielsweise durch Geschäftsaufgabe.
- 16 Zu diesen Unternehmen zählen auch diejenigen, die weder 1994 noch 1996 Lieferungen in die alten Bundesländer oder in das Ausland hatten.
- 17 Von der Statistik des Außenhandels (Spezialhandel) werden grundsätzlich alle Lieferungen von Waren, die von der Bundesrepublik in das Ausland gehen, nachgewiesen. Bis zum Jahre 1995 lieferte das Statistische Bundesamt auch Informationen über die ostdeutsche und über die westdeutsche Ausfuhr. Die Aussagekraft dieser Statistik war ohnehin immer zweifelhaft, da nur die direkten Exporte — also diejenigen Lieferungen, die unmittelbar vom Hersteller in das Ausland geschickt werden — regional richtig zugeordnet werden. Bei den indirekten Exporten — Auslandslieferungen, die über eigenständige Exporteure oder über verbundene Betriebe des exportierenden Unternehmens erfolgen — ist das nicht gewährleistet. Im Falle Ostdeutschlands bereitet das große Probleme, denn ein großer Teil der Produktion dort erfolgt im Auftrag und für Rechnung westdeutscher Unternehmen — und in vielen Fällen dürften in Ostdeutschland hergestellte Waren über diese exportiert werden. Vielfach erfolgen Lieferungen auch unter Einschaltung westdeutscher Handelshäuser. Daß die Außenhandelsstatistik die Exporte Ostdeutschlands erheblich unterschätzt (und dadurch die Exporte Westdeutschlands überschätzt), läßt sich damit belegen, daß 1995 die nachgewiesene Ausfuhr Ostdeutschlands geringer war als die Auslandsumsätze des Verarbeitenden Gewerbes nach der monatlichen Berichterstattung. Zwar dürfte auch in den neuen Bundesländern das Verarbeitende Gewerbe der wichtigste Exportsektor sein, hinzuzuzählen wären zu den gesamten Ausfuhren aber noch die Auslandslieferungen anderer Wirtschaftszweige (wie der Landwirtschaft und des Bergbaus) sowie gebrauchte Industriegüter.
- Erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Höhe der Exporte gibt es auch zwischen der amtlichen Berichterstattung über das Verarbeitende Gewerbe und den Industrieerhebungen des DIW: Die Ergebnisse der DIW-Umfragen zeigen deutlich höhere Exportquoten als die amtliche Statistik. Da die Berichtskreise der beiden Quellen nicht sehr stark voneinander differieren, muß das andere Gründe haben. Ein Grund dafür könnte sein, daß die amtliche Berichterstattung über das Verarbeitende Gewerbe die Innenlieferungen von ostdeutschen Betrieben an Muttergesellschaften in Westdeutschland (oder zu anderen dort ansässigen Unternehmensteilen), die von diesen dann exportiert werden, unzureichend erfaßt.
- 18 Der Export der ostdeutschen Industrie nach Osteuropa ist nur bis zum Jahr 1995 dokumentiert. Danach waren die Lieferungen in die GUS weiterhin stark rückläufig. Die Lieferungen in die CEFTA-5 steigen jedoch inzwischen wieder kräftig an.
- 19 In einer weiteren Abgrenzung umfaßt der Beschaffungsmarkt neben Vorprodukten auch finanzielle Mittel und den Produktionsfaktor Arbeit (Mallok 1996: 123). Das Hauptaugenmerk dieses Abschnitts liegt jedoch allein auf der Beschaffung der Vorprodukte, da die übrigen Komponenten bereits an anderer Stelle behandelt wurden (DIW et al. 1996).
- 20 Die hier synonym verwendeten Begriffe „Vorprodukte“, „Materialverbrauch“ und „Werkstoffe“ umfassen die Bezüge von Produktionsgütern, die im weiteren Produktionsprozeß eingesetzt werden (Rohstoffe einschließlich Hilfs- und Betriebsstoffe, Halbfertig- und Fertigfabrikate). Davon abzugrenzen ist der weiter gefaßte Begriff der „Vorleistungen“ im Sinne der Kostenstrukturstatistik, der zusätzlich zum Materialverbrauch die bezogene Handelsware, die Kosten für Lohnarbeiten, Mieten und Pachten und sonstige Kosten (z.B. die Kosten für den Transport von Gütern durch fremde Unternehmen, Bankspesen) beinhaltet. Zu der Definition der Vorleistungen in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ergibt sich eine geringfügige Abweichung insofern, als dort Lohnarbeiten (als Entgelt des Produktionsfaktors Arbeit) und Pacht (als Einkommen aus Vermögen) nicht zu den Vorleistungen gezählt werden.
- 21 Die Kreditanstalt für Wiederaufbau faßt das Material sowie die bezogenen Waren und Leistungen zu einer Materialaufwandsquote zusammen.
- 22 Während im westdeutschen Verarbeitenden Gewerbe der Energieverbrauch einen Anteil von 2,1 vH am Bruttoproduktionswert ausmacht, sind es in der ostdeutschen Industrie 4,4 vH (Laschke 1996).
- 23 Dies wurde mit einem „matched-pair“-Ansatz ermittelt, durch den strukturelle Verzerrungen weitgehend ausgeschlossen werden können. Es muß jedoch berücksichtigt werden, daß nur 52 Unternehmenspaare untersucht wurden und allgemeingültige Schlußfolgerungen insofern erschwert sind (Mallok 1996: 129).
- 24 Unternehmensvergleiche ergaben, daß 1993 ostdeutsche Unternehmen im Mittel um 6 vH höhere Preise für den Bezug von Vorprodukten aus den alten Bundesländern aufzuwenden hatten als vergleichbare westdeutsche Unternehmen (Mallok 1996).
- 25 Zwar hatten 1995 ostdeutsche Produzenten von Vorleistungsgütern (in der Abgrenzung Statistisches Bundesamt (1994)) mit rund 48 vH am Inlandsumsatz ostdeutscher Industriebetriebe einen gleich hohen Anteil wie westdeutsche Vorlei-

stungsgüterproduzenten am westdeutschen Inlandsumsatz. Zu berücksichtigen ist jedoch die unterschiedliche Zusammensetzung der Vorleistungsproduktionen. Während in den alten Bundesländern lediglich 13 Prozentpunkte auf Branchen mit regionaler und baunaher Ausrichtung entfielen (Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden, Glasgewerbe, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden, Metallserzeugnisse), waren es in Ostdeutschland 23 Prozentpunkte. Entsprechend geringer ist der Anteil der regional verfügbaren Vorleistungen für andere Branchen.

- 26 In der IWH-Industrienumfrage wird seit 1994 nach dem Produktionsort der direkt bezogenen Vorprodukte gefragt. Aus der Umfrag ist erkennbar, daß sich die regionale Verteilung nicht wesentlich verändert hat (IWH 1996b). Bei der Interpretation der Ergebnisse muß jedoch berücksichtigt werden, daß nur eine kleine Zahl von Unternehmen befragt wird und sich die abgeleiteten Aussagen deswegen unter Umständen auf eine geringe Anzahl von Antworten beziehen.
- 27 Ähnlich gering fielen die Reorganisationsvorhaben in der Lagerhaltung und in der allgemeinen Verwaltung aus, die größten Veränderungen fanden in der EDV, im Marketing und der Fertigung statt (Barjak et al. 1996: 89).
- 28 Im statistischen Sinne handelt es sich dabei um Durchschnittswerte, bei denen die Wertangaben durch die Mengenangaben (Gewicht oder Zahl) dividiert werden. Durchschnittswerte sind nur für hinreichend homogene Güter, in erster Linie für standardisierte Massenerzeugnisse, aussagefähig. Bei heterogenen Gütern kommen darin auch deren Unterschiede wie Gebrauchseigenschaften, technischer Stand oder Qualität zum Ausdruck. Entsprechend können dort Veränderungen bei den Durchschnittswerten nicht ohne weiteres als Preisveränderungen interpretiert werden, denn sie werden vielfach auch auf Veränderungen in der Beschaffenheit zurückgehen.
- Die Angaben für die neuen Bundesländer insgesamt sind allerdings nur für die Jahre 1991 und 1992 aufbereitet worden. Inzwischen werden sie von den jeweiligen Statistischen Landesämtern einzeln nachgewiesen, allerdings in unterschiedlicher Gliederungstiefe und wegen der geringen Zahl der meldenden Unternehmen nur sehr lückenhaft. Für diesen Bericht konnten aktuelle Angaben (1995) nur von drei Bundesländern (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen) verwendet werden.
- 29 Es kommt hinzu, daß 1995 die Gütersystematik umgestellt wurde.
- 30 Im Index ist nur die Entwicklung beim Inlandsabsatz erfaßt. Die Preise beim Auslandsabsatz werden für Ostdeutschland nicht getrennt nachgewiesen. Es ist jedoch zu vermuten, daß sich diese nicht nennenswert anders entwickelt haben als die Preise beim Inlandsabsatz.
- 31 Im Zuge des Übergangs zur Marktwirtschaft sind in Ostdeutschland die Preise für Erzeugnisse des Verarbeitenden Gewerbes auf der Produzentenstufe von Anfang bis Mitte 1990 um ein Drittel gesunken. Von Mitte 1990 bis Ende 1991 haben sie nochmals um 5 vH nachgegeben; in Westdeutschland sind sie dagegen im gleichen Zeitraum um 2 vH gestiegen.
- 32 Der Index der Erzeugerpreise für gewerbliche Produkte wird weiterhin noch in der bisherigen Klassifikation nachgewiesen.
- 33 Zu diesem Verfahren vgl. auch Horbach und Ragnitz (1995: 243–249).
- 34 Hierbei wurde auf ein bewährtes Verfahren zurückgegriffen, die einzelnen Güter nach dem Grad ihrer typischen FuE-Intensitäten den Bereichen der Spitzentechnologie, der höherwertigen Technik und der Standardtechnik zuzuordnen (Grupp und Gehrke 1994).
- 35 Horbach und Ragnitz (1995: 245) analysieren die Entwicklung von 1991 bis 1994.
- 36 Vgl. zu einer Analyse verschiedener Determinanten der Wettbewerbsfähigkeit ostdeutscher Unternehmen z.B. DIW et al. (1996).
- 37 Vgl. hierzu die in DIW et al. (1996) getroffenen Aussagen.
- 38 Die Befragung deckt nur die Gütergruppen Porzellan-, Glas- und Keramikerzeugnisse, elektrotechnische Erzeugnisse, Möbel sowie Textilien und Bekleidung ab, sie ist also nicht repräsentativ für die gesamte Industrie. Trotzdem erscheinen die Ergebnisse verallgemeinerungsfähig.
- 39 Ostdeutsche Erzeugnisse können danach abgegrenzt werden, ob sie in den neuen Bundesländern hergestellt werden, einen ostdeutschen Produzenten haben oder eine ostdeutsche Marke tragen. Beispielsweise kann eine ostdeutsche Marke von einem westdeutschen Unternehmen in den neuen und in den alten Bundesländern produziert werden.
- 40 Vgl. dazu IfM (1995a, 1995b), Nassua (1993) sowie ifo Institut für Wirtschaftsforschung und Forschungsstelle für den Handel Berlin, *Entwicklung des Handels in den neuen Bundesländern*, 1.–11. Bericht aus den Jahren 1991–1997, München und Berlin.

Literaturverzeichnis

- Barjak, F. (1997). Wirtschaftliche Lage und Wirtschaftsförderung an der deutsch-polnischen Grenze. *Wirtschaft im Wandel* 3 (7): 16–21.
- Barjak, F., G. Heimpold, M. Junkernheinrich, B. Loose und R. Skopp (1996). Management-Buy-Outs in Ostdeutschland. Sonderheft des Instituts für Wirtschaftsforschung Halle 2/1996. Halle.
- Deutsche Bundesbank (1996). Ertragslage und Finanzierungsverhältnisse ostdeutscher Unternehmen im Jahre 1994. *Monatsbericht* 48 (7): 49–62.
- DIW, IfW und IWH (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin, Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel und Institut für Wirtschaftsforschung Halle) (1993). Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland. Neunter Bericht. Kieler Diskussionsbeiträge 218/219. Institut für Weltwirtschaft, Kiel.
- (1996). Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland. Vierzehnter Bericht. Kieler Diskussionsbeiträge 277/278. Institut für Weltwirtschaft, Kiel.
- Eickelpasch, A., V. Lessat, I. Pfeifer, C. Grothe, J. Möller und D. Wirth (1996). Untersuchung der Bezüge und Lieferungen der brandenburger Wirtschaft von und zu Unternehmen innerhalb des Landes, mit Berlin und dem übrigen Bundesgebiet sowie zum Ausland. Gutachten im Auftrage des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Brandenburg. Berlin.
- Ethier, W. I. (1991). *Moderne Außenwirtschaftstheorie*. München.
- Fontagné, L., M. Freudenberg, E. Gordo, C. Martin und N. Péridy (1997). *Trade Pattern inside the Single Market*. Report for the European Commission (in Druck).
- Fritsch, M. (1997). Die ostdeutsche (Maschinenbau-)Industrie im Transformations- und Globalisierungsprozeß. In Institut für Wirtschaftsforschung Halle (Hrsg.), Tagungsband *Innere und äußere Integration der deutschen Wirtschaft*. IWH-Sonderheft (in Druck).
- Gluch, E. (1997). Ostdeutsche Bauinvestitionen bis zum Jahr 2000 tendenziell rückläufig. *ifo Schnelldienst* 50 (8): 3–7.
- Grupp, H., und B. Gehrke (1994). *Innovationspotential und Hochtechnologie*. Heidelberg.
- Håkansson, H. (1989). *Corporate Technological Behaviour — Co-operation and Networks*. London.
- Holst, K. (1997). Technologische Spezialisierungsmuster des Verarbeitenden Gewerbes: Ein innerdeutscher Vergleich. *Wirtschaft im Wandel* 3 (7): 10–15.
- Horbach, J., und J. Ragnitz (1995). Wachstum und Schrumpfung: Sektoraler Strukturwandel. In R. Pohl (Hrsg.), *Herausforderung Ostdeutschland*. Berlin.
- IfM (Institut für Marktforschung, Leipzig) (1995a). Stand und Perspektiven der absatzwirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ostdeutscher Produzenten. Teilstudie: Befragung der Produzenten. Leipzig.
- (1995b). Stand und Perspektiven der absatzwirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ostdeutscher Produzenten. Teilstudie: Befragung des Handels. Leipzig.
- IWH (Institut für Wirtschaftsforschung Halle) (1996a). Aktuelle Trends: Relativ hohe Bauabhängigkeit der ostdeutschen Wirtschaft. *Wirtschaft im Wandel* 2 (11): 2.
- (1996b). Hoher Lohnkostendruck in der ostdeutschen Industrie: Ein Drittel der Unternehmen kann die Personalkosten nicht aus der zu geringen Wertschöpfung begleichen. Ergebnisse der Unternehmensbefragung des IWH im Verarbeitenden Gewerbe Ostdeutschlands, Berichtsmonat Mai 1996, Forschungsauftrag Nr. 18/96 des BMWi. Halle (unveröffentlicht).
- Klodt, H., J. Stehn et al. (1994). *Standort Deutschland: Strukturelle Herausforderungen im neuen Europa*. Kieler Studien 265. Tübingen.
- Kraßnig, P. (1996). Ergebnisse der Material- und Wareneingangserhebung im Bergbau und im Verarbeitenden Gewerbe 1994. *Wirtschaft und Statistik* (11): 696–702.

- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge, Mass.
- Landesmann, M. (1996). Emerging Patterns of European Industrial Specialization: Implication for Labour Market Dynamics in Eastern and Western Europe. Forschungsberichte 230. Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche, Wien.
- Laschke, B. (1996). Industrie in den neuen Bundesländern weiterhin energieintensiv. *Wirtschaft im Wandel* 2 (9): 15–19.
- Mallok, J. (1996). *Engpässe in ostdeutschen Fabriken: Technikausstattung, Technikeinsatz und Produktivität im Ost-West-Vergleich*. Berlin.
- Meffert, H. (1986). *Marketing*. Wiesbaden.
- Michaelis, E. (1997). Kommunal финанzen 1997. *Wirtschaft und Statistik* (4): 258.
- Nassua, T. (1993). *Absatzprobleme von Konsumgütern aus den neuen Bundesländern*. ifo Studien zu Handels- und Dienstleistungsfragen 43. München.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*. New York.
- Ragnitz, J. (1995). Strukturwandel in der ostdeutschen Industrie. *Wirtschaft im Wandel* (6): 7–12.
- Rose, K., und K. Sauernheimer (1995). *Theorie der Außenwirtschaft*. München.
- Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit (1996). Produktionsstrukturen in der Investitionsgüterindustrie Sachsens — ein Vergleich mit den alten und neuen Bundesländern. Studien 6. Dresden.
- Schmidt, K.-D. (1996). Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in International Business: A Survey of Recent Literature. Kieler Arbeitspapiere 721. Institut für Weltwirtschaft, Kiel.
- Siebert, H. (1994). *Außenwirtschaft*. Stuttgart.
- Statistisches Bundesamt (1980). *Klassifikation der Wirtschaftszweige mit Erläuterungen. Ausgabe 1979*. Stuttgart.
- (1994). *Klassifikation der Wirtschaftszweige mit Erläuterungen. Ausgabe 1993*. Stuttgart.
- Wiedt-Nebbeling, S. (1975). *Industrielle Preissetzung*. Tübingen.
- Wöhe, G. (1984). *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. München.

Stichwortverzeichnis

- Absatzförderung, s. Wirtschaftsförderung
Absatzkanäle 30, 53 f.
Absatzpräferenzen, steuerliche 58
Agglomerationseffekte 24
Arbeitslosigkeit 3
Auftragslage 6, 9
Auslandsnachfrage 9
Auslandsumsatz, s. Export
Außenhandelsstatistik 29
Außenhandelstheorie 21 ff.
- Baugewerbe 3 f., 5 ff., 19, 30, 32, 44, 54
Bauinvestitionen 5 ff.
Bautätigkeit 4, 6, 8 f., 14
Bauwirtschaft, s. Baugewerbe
Bekleidungsindustrie 24, 26, 29 f., 53 f.
Beschaffung 25, 31, 34, 36
Beschaffungsmärkte, s. Beschaffung
Betriebsgröße 34, 48 ff., 53 f.
Bruttoinlandsprodukt 4
Bruttoproduktionswert, s. Produktionswert
Bruttowertschöpfung, s. Wertschöpfung
- Chemische Industrie 10 f., 24, 26, 29 f., 49
- Dienstleistungen, s. Dienstleistungsgewerbe
Dienstleistungsgewerbe 3, 5 f., 12 ff., 35 f., 46, 48 f.
Dienstleistungshandwerk 3, 16
Druckindustrie 26, 29 f., 43
- Einzelhandel 5, 55
Elektrotechnik 22, 26, 29 f., 41, 46, 49, 54
Ernährungsgewerbe 10, 23, 26, 29 f., 36, 40 f., 43
Export 26, 29 f.
- Faktorverfügbarkeit 21 f., 31
Fernabsatz 21, 29
Fertigungstiefe 33 f.
Finanzdienstleistungen 3, 12
- Glasindustrie 7, 10
Globalisierung 25
Grenzregionen 25
Großhandel 34, 53
- Grundstoff- und Produktionsgütergewerbe 30, 36, 54
- Handel 3, 5 ff., 14, 16, 21 f., 26, 46, 49, 55 ff., 53 f.
Handelsintensität 51
Handelsketten 23 f., 30, 54, 56
Handelsmarken, s. Marke
Handwerk 14, 48, 51
Holzgewerbe 7, 10, 29 f.
Humankapital 22, 46
- Index der Erzeugerpreise 37 ff.
Industrie, s. Verarbeitendes Gewerbe
Infrastruktur 5 f., 8, 19, 45
Innovationen 22, 37, 46 ff., 59
Innovationsaktivitäten, s. Innovationen
Intraindustrieller Handel 22 f.
Investitionen 4, 8 f., 10, 16 f., 20, 22, 24, 59
Investitionsgütergewerbe 10, 34
Investitionstätigkeit, s. Investitionen
- Kapazitätsauslastung 4, 23, 43
Keramikindustrie 10
Komparative Vorteile 21 f., 25
Konsumgüter 54 f.
Kostenbelastung, s. Kostenniveau
Kostenniveau 16, 22, 37, 43
Kostenstrukturstatistik 31 ff., 43, 47
Kraftwagenbau 10 f., 26, 29, 43, 46, 49 ff.
Kredit- und Versicherungsgewerbe 3, 5, 7, 14
Kunststoffverarbeitung 7, 10, 29
- Leasing 12
Leistungsprofil 18, 44
Lohnstückkosten 4 f., 44
Lokale Güter, s. lokale Märkte
Lokale Märkte 3, 9 f., 21 f., 26, 28, 30, 40, 43, 44, 49
- Marke 37, 44, 54 ff.
Markenbewußtsein, s. Marke
Markenname, s. Marke
Marktanteil 21, 23, 36, 40 f., 42, 44 f., 51, 55, 57 f.

- Maschinenbau 10 f., 17, 22, 26, 29, 30, 41 ff., 49
- Materialquote, s. Vorleistungsquote
- Materialverbrauch 31 ff.
- Netzwerke 10, 24 f.
- Niedrigpreisstrategie 37
- Öffentlicher Sektor 4 ff., 7 f., 14, 19, 30, 54
- Osteuropa 29, 51
- Präferenzen 21 ff., 41, 57
- Preisentwicklung 37, 40
- Preisführerschaft 37, 44
- Preissetzungsverhalten 37, 41
- Preistheorie 40
- Preisvorteile, s. komparative Vorteile
- Preiswettbewerb 21 ff.
- Privatisierung 18, 26, 49
- Produktdifferenzierung 22, 40
- Produktführerschaft 37, 44
- Produktimage 23, 55 f.
- Produktionsfaktoren 21 f., 24, 31
- Produktionsnahe Dienstleistungen 14, 17 ff.
- Produktionsstatistik 37, 44
- Produktionsstruktur 33
- Produktionswert 9, 31 ff.
- Produktivität 4 f., 16, 21, 24, 31
- Produktspezialisierung, s. Spezialisierung
- Produktzyklustheorie 22
- Qualitätswettbewerb 23
- Reputation 23 f., 35, 56
- Schiffbau 10 f., 22, 30
- Schnittstellenprobleme 25
- Selbständige 14
- Skalenerträge, steigende 23
- Sonderabschreibungen 7 f.
- Sonstige Dienstleistungen, s. Dienstleistungsgewerbe
- Sortiment 44, 47 f., 87, 92
- Spezialisierung 21 ff., 25, 33, 37, 44 ff., 47 f.
- Staatssektor, s. öffentlicher Sektor
- Standortbedingungen 6, 21, 25 f. 56, 59
- Standortnachteile, s. Standortbedingungen
- Steine- und Erden-Industrie 6 f., 9 f., 26, 30, 41 ff.
- Straßenfahrzeugbau, s. Kraftwagenbau
- Strukturwandel, sektoraler 11
- Technischer Fortschritt 25
- Technologie 44 f.
- Telekommunikation 5 ff.
- Textilindustrie 24, 26, 29 f., 53
- Transaktionskosten 24
- Transfers 14, 22, 26, 45
- Transportkosten 23, 31, 34, 44
- Treuhandunternehmen 18, 26 ff., 33, 36, 49
- Überregional handelbare Güter, s. überregionale Märkte
- Überregionale Arbeitsteilung 3, 21, 25, 31, 53
- Überregionale Märkte 4, 9 f., 20 ff., 26, 30, 34, 36, 40 f., 43 f., 49, 51, 53, 56, 58 f.
- Umsatz, s. Absatz
- Umsatzrendite 37, 43
- Unternehmensberater 14, 18 ff.
- Unternehmensgröße, s. Betriebsgröße
- Verarbeitendes Gewerbe 3 f., 6 f., 9 ff., 17, 19, 21, 26, 29 ff., 32 ff., 40, 43, 46 ff., 53 ff.
- Verbrauchsgütergewerbe 36, 40
- Verkehr und Nachrichtenübermittlung 5 ff., 14, 16, 32, 49
- Vertrieb 30, 49
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung 4, 14, 31 ff.
- Vorleistungen 26, 31 ff., 48
- Vorprodukte, s. Vorleistungen
- Wertschöpfung 6, 24, 31, 33 f.
- Wettbewerbsfähigkeit 18, 21, 25, 31, 34, 36 f., 41, 43, 46
- Wirtschaftsförderung 6 ff., 14, 19, 24, 33, 45, 96
- Wohnungsbau 5 ff.
- Wohnungswirtschaft 6
- Zulieferernetzwerke, s. Netzwerke