

Multimedia: Beschäftigungszunahme im Medien- und Kommunikationssektor vielfach überschätzt ..	165
Konsumnachfrage ohne Kraft .....	173

DEUTSCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

# WOCHENBERICHT 10/96

Berlin

7. März 1996

63. Jahrgang

## Multimedia: Beschäftigungszunahme im Medien- und Kommunikationssektor vielfach überschätzt

*In vielen aktuellen Stellungnahmen aus Politik und Wirtschaft werden von einer beschleunigten Entwicklung der westlichen Industrieländer zu Informationsgesellschaften positive Effekte für Wirtschaftswachstum und Beschäftigung erwartet<sup>1</sup>. Den neuen digitalen Speicher- und Übertragungstechniken, die eine interaktive Nutzung von Text-, Graphik-, Ton- und Videoinformationen zulassen, kommt dabei eine zentrale Bedeutung zu. Die dadurch möglichen neuen Multimedia-Angebote für private Haushalte, aber auch ihre Nutzung in Unternehmen und im öffentlichen Sektor, werden zur Herausbildung neuer Märkte und zu einer insgesamt deutlich größeren Gesamtnachfrage nach Medien- und Kommunikations-(M+K-)Gütern führen. Mit einer schnellen Diffusion der neuen Programme und Dienste und deren Wirkungen auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft werden dabei die größten Beschäftigungspotentiale verbunden sein. Modellrechnungen zeigen allerdings, daß im M+K-Sektor selbst auch bei einer bis 2010 zu erwartenden Verdreifachung der inländischen Nachfrage die Beschäftigtenzahlen nur in geringem Umfang zunehmen dürften<sup>2</sup>.*

### Grundlagen der Analysen und Modellrechnungen

Im Rahmen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) sind die Wirtschaftszweige, deren Unternehmen sich schwerpunktmäßig mit der Produktion und Distribution von M+K-Gütern beschäftigen, nicht zu einem gemeinsamen Wirtschaftssektor zusammengefaßt. Sie werden vielmehr verschiedenen Sektoren des verarbeitenden Gewerbes (Büromaschinen/ADV, Elektrotechnik usw.) und mehreren Sektoren des Dienstleistungsbereiches (Groß- und Einzelhandel, Nachrichtenübermittlung usw.) zugeordnet.

Um die Auswirkungen einer veränderten inländischen Nachfrage nach M+K-Gütern auf die inländische Produktion und Distribution dieser Waren und Dienstleistungen quantifizieren zu können, wurden deshalb Unternehmen aus folgenden drei Teilbereichen zu einem „Medien- und Kommunikationssektor“ zusammengefaßt:

— Unternehmen, die schwerpunktmäßig Massenmedien (Druck- und elektronische Medien) herstellen oder vertreiben, bilden den Teilbereich Medien<sup>3</sup>,

— Unternehmen, die Unterhaltungselektronikprodukte, Büromaschinen und DV-Einrichtungen, nachrichtentechnische Geräte sowie fototechnische und -chemische Produkte herstellen oder vertreiben, bilden den Bereich der Medien- und Kommunikationstechnik,

<sup>1</sup> Vgl. beispielsweise Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit, Beschäftigung. Herausforderungen der Gegenwart und Wege ins 21. Jahrhundert, Weißbuch, Luxemburg 1993 (Bulletin der Europäischen Gemeinschaften, Beilage 6/93); sowie Bundesministerium für Wirtschaft: Bericht Info 2000. Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. Bonn 1996.

<sup>2</sup> Die Auswirkungen der neuen M+K-Techniken auf die künftige Entwicklung von Produktion und Beschäftigung im deutschen M+K-Sektor wurden im Rahmen einer Studie analysiert, die im vergangenen Jahr in Zusammenarbeit mit der Prognos AG, Basel, erstellt wurde. DIW/Prognos: Künftige Entwicklung des Medien-sektors. Berlin und Basel 1995. Gutachten im Auftrag des Bundesministers für Wirtschaft (Veröffentlichung in Vorbereitung als Beiträge zur Strukturforschung, Heft 162).

<sup>3</sup> Vgl. W. Seufert: Gesamtwirtschaftliche Position der Medien in Deutschland 1981-1992. Beiträge zur Strukturforschung, Heft 153. Berlin 1994.

— Unternehmen, die schwerpunktmäßig DV-Software und -Dienstleistungen, Telekommunikationsdienste und Postdienste anbieten, bilden den Bereich der Kommunikationsdienstleistungen.

Diese relativ breite Abgrenzung des M+K-Sektors wurde gewählt, da es durch die neuen M+K-Techniken sowohl zu einem Zusammenwachsen bisher spezialisierter Technik-Branchen (Unterhaltungselektronik, Nachrichtentechnik, DV-Technik, Fototechnik) als auch zu einer teilweisen Aufhebung der Grenzen zwischen Massen- und Individualkommunikationsdiensten kommen wird. Außerdem werden damit nicht nur Wirtschaftszweige betrachtet, für die die neuen Multimedia-Märkte ein Wachstumspotential darstellen, sondern auch diejenigen Wirtschaftszweige, die am stärksten von Substitutionseffekten betroffen sein dürften (z.B. Fotochemie, Postdienste).

Grundlage der Berechnungen ist eine von der Prognos AG vorgenommene Nachfrageprognose in Form eines Trend-Szenarios zur Entwicklung der inländischen Medien- und Kommunikationsgüter-Märkte bis 2000 bzw. 2010. In dieses Szenario gingen zum einen die aus heutiger Sicht wahrscheinlichen Einführungszeitpunkte für neue Multimedia-Programme und -Dienste ein, wobei noch vorhandene technische Engpässe und die notwendige Zeit zum Abbau regulatorischer Hindernisse berücksichtigt wurden. Zum anderen wurde von einem Weiterbestehen der bisherigen Nachfragetrends bei privaten Haushalten, Unternehmen und Staat ausgegangen<sup>4</sup>.

Im DIW wurden auf dieser Basis die möglichen Auswirkungen auf Produktion und Beschäftigung im inländischen M+K-Sektor berechnet. Ein Zuwachs bei der inländischen Nachfrage nach M+K-Gütern führt hierbei nicht zwangsläufig zu einem Wachstum der inländischen Produktion in gleichem Umfang. Wesentlich ist, ob sich der Außenhandelsaldo mit M+K-Gütern langfristig verbessern oder verschlechtern wird. Wie stark sich schließlich ein Produktionsanstieg im Inland auf die Erwerbstätigenzahlen des M+K-Sektors auswirken wird, hängt davon ab, ob Wertschöpfungsanteile in andere Sektoren verlagert werden und in welchem Tempo sich die Arbeitsproduktivität verbessert. In den Modellrechnungen wurde überwiegend eine Fortsetzung der seit 1980 festzustellenden Trends unterstellt. Berücksichtigt wurden jedoch auch einige bereits heute absehbare Strukturbrüche, wie beispielsweise der zusätzliche Produktivitätsschub, der mit der Deregulierung der Post- und Telekommunikationsmärkte verbunden sein wird<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Die Prognose von Marktentwicklungen für neue Angebote ist naturgemäß mit größeren Unsicherheiten behaftet als die für etablierte Produkte. Zusätzlich zum Trend-Szenario wurden deshalb noch zwei qualitative Szenarien entwickelt, die die Bandbreite der Entwicklungsmöglichkeiten nach oben und unten eingrenzen.

<sup>5</sup> So beabsichtigen Telekom AG und Postdienst AG, bis zum Jahr 2000 mindestens 90 000 der über 600 000 Beschäftigten abzubauen.

Tabelle 1

**Gesamtwirtschaftliches Gewicht des Medien- und Kommunikationssektors 1980 bis 1992**  
Anteile an der Gesamtwirtschaft in vH

	Westdeutschland						Deutschland 1992
	1980	1982	1984	1986	1988	1990	
<i>Produktionswert<sup>1)</sup></i>							
Medien	1,5	1,5	1,5	1,7	1,8	1,8	1,8
M + K-Technik	1,8	1,7	1,8	2,0	2,2	2,3	2,3
Kommunikationsdienstleistungen	1,2	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,6
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	4,4	4,5	4,6	5,1	5,5	5,7	5,6
<i>Bruttowertschöpfung<sup>1)</sup></i>							
Medien	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6
M + K-Technik	1,7	1,6	1,6	1,7	1,7	1,6	1,5
Kommunikationsdienstleistungen	2,7	2,9	2,9	2,9	3,0	3,0	3,0
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	6,1	6,1	6,2	6,2	6,4	6,4	6,1
<i>Erwerbstätige</i>							
Medien	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	1,4
M + K-Technik	1,7	1,6	1,6	1,6	1,7	1,8	1,5
Kommunikationsdienstleistungen	1,9	2,0	2,1	2,3	2,4	2,3	2,4
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	5,1	5,1	5,1	5,3	5,6	5,6	5,3

<sup>1)</sup> Zu jeweiligen Preisen.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

**Entwicklung des Medien- und Kommunikationssektors  
seit 1980**

Im Jahr 1992 — dem letzten Jahr, für das ausreichende Daten der amtlichen Statistik vorliegen — betrug der Produktionswert des M+K-Sektors rund 420 Mrd. DM. Die Bruttowertschöpfung lag bei 175 Mrd. DM; der M+K-Sektor hatte damit einen Anteil am Bruttoinlandsprodukt von etwas mehr als 6 vH<sup>6</sup>. Die Zahl der Erwerbstätigen lag mit 1,9 Mill. bei 5,3 vH der Gesamtbeschäftigung. Der jeweilige Anteil am Bruttoinlandsprodukt und an der Gesamtzahl der Erwerbstätigen hat in Westdeutschland im Zeitraum von 1980 bis 1990 laufend zugenommen. Nach dem Beitritt der neuen Bundesländer ist das gesamtwirtschaftliche Gewicht des M+K-Sektors — gemessen an der Ent-

wicklung dieser beiden Kennziffern — allerdings leicht zurückgegangen.

1992 entfielen 48 vH der Bruttowertschöpfung des M+K-Sektors auf den Teilbereich Kommunikationsdienstleistungen, 27 vH auf den Teilbereich Medien und 25 vH auf die M+K-Technik. Im Zeitraum von 1980 bis 1992 kam es infolge des unterschiedlichen Wachstumstempos zu folgenden Strukturverschiebungen:

<sup>6</sup> In der aktuellen Diskussion werden oft anstelle von Wertschöpfungsgrößen reine Umsatzdaten mit dem Bruttoinlandsprodukt verglichen, was zu einer starken Überzeichnung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung der Produktion von Medien- und Kommunikationsgütern führt. So errechnen Booz, Allen & Hamilton für 1993 für sog. multimedienrelevante Teilmärkte einen „Anteil“ von 10 vH des Bruttoinlandsproduktes. Vgl. Booz, Allen & Hamilton: Zukunft Multimedia. Frankfurt/M. 1995, S. 44.

Tabelle 2

**Entwicklung des Medien- und Kommunikationssektors 1980 bis 1992**

	Westdeutschland						Deutschland 1992
	1980	1982	1984	1986	1988	1990	
	in Mrd. DM zu jeweiligen Preisen						
<i>Bruttowertschöpfung</i>							
Medien	22,2	23,9	27,9	29,7	34,0	39,0	46,8
M + K-Technik	23,7	23,3	26,1	29,9	32,2	36,8	43,4
Kommunikationsdienstleistungen	37,3	42,4	47,2	51,3	59,2	67,2	84,2
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	83,2	89,6	101,1	110,9	125,4	143,0	174,5
	in 1000						
<i>Erwerbstätige</i>							
Medien	385	379	362	384	415	445	509
M + K-Technik	466	434	415	441	470	499	554
Kommunikationsdienstleistungen	519	534	551	609	642	663	845
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	1 370	1 347	1 328	1 434	1 527	1 607	1 908
	in vH						
<i>Wertschöpfungsquote<sup>1)</sup></i>							
Medien	38,5	37,7	39,0	36,8	37,0	35,5	35,4
M + K-Technik	34,5	32,9	31,2	30,6	28,9	26,6	25,5
Kommunikationsdienstleistungen	84,1	81,3	81,1	77,8	75,7	71,6	70,4
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	48,8	48,1	47,4	45,4	44,5	41,8	41,4
<i>Gesamtwirtschaft</i>	35,4	35,2	35,1	37,0	37,7	37,4	37,7
	in 1000 DM						
<i>Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen</i>							
Medien	57,6	63,1	77,1	77,4	81,9	87,7	91,9
M + K-Technik	50,8	53,7	62,8	67,8	68,5	73,8	78,5
Kommunikationsdienstleistungen	71,9	79,4	85,6	84,2	92,2	101,3	99,7
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	60,7	66,5	76,1	77,4	82,1	89,0	91,4
<i>Gesamtwirtschaft</i>	50,5	55,3	61,6	66,7	71,4	78,9	79,2

<sup>1)</sup> Verhältnis von Bruttowertschöpfung zu Produktionswert.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

— Der Beitrag zur Bruttowertschöpfung des M+K-Sektors, der von Unternehmen mit der Produktion und Distribution von Medienprodukten geleistet wurde, hat sich von 1980 bis 1992 kaum verändert. Der Anteil der M+K-Technik hat sich in diesem Zeitraum dagegen

deutlich verringert, der der Kommunikationsdienstleistungen im gleichen Umfang erhöht.

— Innerhalb des traditionellen Mediensektors hat eine Verschiebung von den Druckmedien zu den elektronischen Medien stattgefunden. Trotzdem lag 1992 der

Tabelle 3

**Außenhandel mit Medien- und Kommunikationsgütern von 1980 bis 1992**  
in Mill. DM zu jeweiligen Preisen

	Westdeutschland						Deutschland 1992
	1980	1982	1984	1986	1988	1990	
<i>Ausfuhr</i>							
<i>Medien</i>	1 798	2 031	2 572	3 355	3 805	4 696	5 228
Druckmedien	1 445	1 605	1 853	2 235	2 547	2 861	3 132
Elektronische Medien	353	426	719	1 119	1 258	1 835	2 095
<i>M + K-Technik</i>	14 937	18 136	22 726	28 011	29 070	33 817	30 613
Unterhaltungselektronik	4 547	5 098	5 829	7 793	9 328	10 660	9 194
Nachrichtentechnik	2 526	3 282	3 656	3 979	3 987	4 825	5 229
Büromaschinen, ADV	5 231	6 863	10 057	12 791	11 802	14 050	12 060
Fototechnik/Fotochemie	2 633	2 893	3 184	3 448	3 953	4 282	4 130
<i>Kommunikationsdienste<sup>1)</sup></i>	1 317	1 679	1 823	2 096	2 362	2 540	3 560
<i>M + K-Güter insgesamt</i>	18 052	21 846	27 121	33 462	35 237	41 053	39 401
Anteil an der Ausfuhr insg. (vH)	4,9	4,9	5,4	6,1	6,0	5,8	5,8
<i>Ausfuhr insgesamt</i>	368 730	447 830	502 530	545 550	582 930	712 700	680 160
<i>Einfuhr</i>							
<i>Medien</i>	1 330	1 388	1 782	1 983	2 746	4 173	5 765
Druckmedien	623	654	750	780	964	1 182	1 410
Elektronische Medien	707	734	1 032	1 203	1 781	2 991	4 355
<i>M + K-Technik</i>	13 566	16 525	23 050	26 579	32 512	42 916	48 296
Unterhaltungselektronik	4 570	5 501	6 941	7 888	10 356	15 063	14 351
Nachrichtentechnik	1 066	1 417	1 603	1 778	2 668	3 436	4 651
Büromaschinen, ADV	5 581	7 143	11 758	13 989	15 845	20 420	24 900
Fototechnik/Fotochemie	2 349	2 464	2 749	2 924	3 643	3 998	4 394
<i>Kommunikationsdienste<sup>1)</sup></i>	1 036	1 759	2 029	2 329	2 524	3 420	3 780
<i>M + K-Güter insgesamt</i>	15 932	19 672	26 861	30 891	37 782	50 509	57 841
Anteil an der Einfuhr insg. (vH)	4,5	5,0	6,0	7,2	8,3	8,8	8,8
<i>Einfuhr insgesamt</i>	356 320	393 550	445 730	430 240	454 840	574 340	656 000
<i>Saldo: Ausfuhr-Einfuhr</i>							
<i>Medien</i>	468	642	790	1 372	1 059	523	-537
Druckmedien	822	950	1 103	1 456	1 582	1 679	1 723
Elektronische Medien	-354	-308	-313	-84	-523	-1 156	-2 260
<i>M + K-Technik</i>	1 371	1 611	-325	1 432	-3 442	-9 100	-17 683
Unterhaltungselektronik	-23	-403	-1 112	-95	-1 028	-4 403	-5 157
Nachrichtentechnik	1 460	1 866	2 054	2 201	1 319	1 388	578
Büromaschinen, ADV	-350	-280	-1 701	-1 198	-4 043	-6 370	-12 840
Fototechnik/Fotochemie	284	429	435	524	310	284	-265
<i>Kommunikationsdienste<sup>1)</sup></i>	281	-80	-206	-233	-162	-880	-220
<i>M + K-Güter insgesamt</i>	2 120	2 174	260	2 571	-2 545	-9 456	-18 440

<sup>1)</sup> Internationaler Zahlungsverkehr im Zusammenhang mit Post- und Telekommunikationsdiensten.

Quellen: Deutsche Bundesbank; Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

Anteil der Druckmedien an der Bruttowertschöpfung des Teilbereichs Medien noch bei drei Vierteln.

- Innerhalb des Teilbereichs M+K-Technik ist eine starke Verschiebung von den Produktionsunternehmen zu den Distributionsunternehmen feststellbar. Über ein Drittel der Bruttowertschöpfung entfiel 1992 auf die auf M+K-Technik spezialisierten Distributionsunternehmen.
- Innerhalb des Teilbereichs Kommunikationsdienstleistungen hat sich der Anteil der DV-Dienstleistungen an der Bruttowertschöpfung deutlich erhöht. 1992 lag der Anteil der Postdienste und der Telekom-Dienste zusammen aber noch bei über drei Vierteln.

Auffällig ist, daß es seit 1980 in allen Teilbereichen des M+K-Sektors zu einem Rückgang der Wertschöpfungsquoten gekommen ist. Die unterschiedliche Entwicklung von Produktionswert und Bruttowertschöpfung ist vor allem auf eine zunehmende Arbeitsteilung zwischen Unternehmen und die damit einhergehende geringere vertikale Integration der Produktionsprozesse zurückzuführen. Besonders stark war dieser Prozeß der Verschiebung von Wertschöpfungsanteilen zu den Vorleistern bei den Produzenten von M+K-Technik und bei den Anbietern von Kommunikationsdienstleistungen.

Die Wertschöpfung je Erwerbstätigen lag 1992 im M+K-Sektor mit rund 91 000 DM um 15 vH über dem Wert für die Gesamtwirtschaft. Diese Produktivitätskennziffer ist im Medienbereich — und dort insbesondere bei den elektronischen Medien — seit 1980 stärker gestiegen als in der Gesamtwirtschaft. Bei der M+K-Technik ist dagegen eine leicht unterdurchschnittliche Zunahme festzustellen. Deutlich unter der Entwicklung der Gesamtwirtschaft lag der Produktivitätsverlauf im Teilbereich Kommunikationsdienstleistungen.

Exporte und Importe sind im Zeitraum 1980 bis 1992 bei allen Arten von M+K-Gütern stark gestiegen. Während sich die Exportquote (Exporte bezogen auf den Produktionswert) dabei jedoch kaum verändert hat (1992: 13 vH) ist die Importquote (Importe bezogen auf die Inlandsverfügbarkeit<sup>7</sup>) von 12 vH 1980 auf 18 vH 1992 gestiegen. Am höchsten war die Importquote 1992 mit über 49 vH bei den Gütern der M+K-Technik. Nach dem Beitritt der neuen Bundesländer hat das Außenhandelsdefizit bei M+K-Gütern besonders stark zugenommen. Eine Ursache dürfte der Nachholbedarf nach moderner M+K-Technik in den neuen Bundesländern gewesen sein. 1992 hat das Defizit insgesamt 18,5 Mrd. DM betragen. Davon entfielen 2,2 Mrd. DM auf die elektronischen Medien und 17,5 Mrd. DM auf die M+K-Technik. Positive Außenhandelsalden gab es 1992 nur noch im Bereich der Druckmedien und bei nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen.

### Entwicklungsbedingungen für Multimedia-Märkte

Die neuen Multimedia-Angebote werden in den nächsten Jahren das Mediennutzungs- und Informationsnachfrageverhalten von privaten Haushalten und Unternehmen

verändern. Insgesamt wird es zu einem Zuwachs der inländischen Gesamtnachfrage nach M+K-Gütern kommen, dabei wird ein Teil der bisherigen Nachfrage nach „alten“ M+K-Gütern substituiert werden. Zu unterscheiden sind dabei sog. Offline- und Online-Multimedia-Angebote:

- Bei der Offline-Variante befindet sich das interaktiv zu nutzende Angebot (z.B. Nachschlagewerke, Lernprogramme) auf einem Speichermedium, wobei durch digitale Kompressionsverfahren und die Steigerung der Speicherdichte die Qualität des Angebots gegenüber heute enorm steigen und auch zunehmend Videosequenzen umfassen wird.
- Unter Online-Multimedia versteht man die interaktive Nutzung von Programmen und Diensten, die auf externen Rechnern (sog. Servern) angeboten werden und über leitergebundene oder funkgestützte Telekommunikationsnetze abgerufen werden können. Zu unterscheiden sind neue Angebote, die lediglich die Auswahl aus einer großen Anzahl angelieferter Verteilprogramme ermöglichen (z.B. Near-Video-on-Demand durch zeitversetzte Programme gleichen Inhalts), und echte interaktive Dienste, bei denen auf ein gespeichertes Angebot individuell zugegriffen werden kann (z.B. Video-on-Demand) oder solche Angebote mit Kommunikationsdiensten verknüpft sind (z.B. elektronischer Warenhauskatalog mit Bestellmöglichkeiten).

Vor einer breiten Anwendung dieser Angebote sind jedoch auf der Angebots- wie auf der Nachfrageseite verschiedene Hemmnisse zu überwinden: *Technische Probleme* existieren insbesondere bei Online-Multimedia-Angeboten, beispielsweise bei der Entwicklung ausreichend leistungsfähiger Server. Außerdem werden hier neben einer technischen Aufrüstung der Endgeräte (TV-Apparate, PC etc.) in den privaten Haushalten und an den Arbeits- und Ausbildungsplätzen auch umfangreiche Investitionen notwendig, um auf den vorhandenen Telefon- und Kabelfernsehtzen interaktive Programme und -dienste mit Videosequenzen abwickeln zu können. Das Ausbautempo wird in Deutschland entscheidend vom Verhalten der Telekom AG abhängen, die — anders als in den meisten westlichen Industrieländern — neben dem öffentlichen Telefon- und Datennetz auch den größten Teil der Kabelfernsehtzen besitzt. Ausländische Erfahrungen lassen vermuten, daß durch einen Verkauf dieser Netze der Wettbewerbsdruck und damit das Innovationstempo erhöht werden könnte. Als Hindernis für eine schnelle Markteinführung digitaler Programmangebote hat sich zudem der fehlende Standard für die Abrechnungssysteme in den Digitaldecodern (sog. Set-Top-Boxen) erwiesen, bei denen sich bislang zwei Anbietergruppen blockieren<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Inlandsverfügbarkeit gleich inländische Produktion plus Importe abzüglich Exporte.

<sup>8</sup> Als Set-Top-Box wird das Zusatzgerät bezeichnet, das notwendig ist, um digitale Signale in PAL-Norm oder andere Formate umzuwandeln, und das die Software zur Auswahl und Abrechnung einzelner Programme und Dienste enthält.

Verzögernd wirkt auch die gegenwärtig noch vorhandene *Rechtsunsicherheit*. Zu regeln sind zum einen Probleme des Datenschutzes und der Datensicherheit — insbesondere für Finanztransaktionen — bei Online-Diensten. Die aktuelle Debatte um Angebotssperren im Internet hat außerdem das Problem unterschiedlicher Jugendschutz- und Strafrechtsregelungen bei grenzüberschreitenden Online-Angeboten deutlich werden lassen. Ähnliche Probleme gibt es wegen nationalen Unterschieden im Urheberrecht. Ein dringend zu lösendes Problem stellt außerdem die gegenwärtige Form der Rundfunkregulierung dar. Jeder neue Online-Multimedia-Dienst, der unter den Rundfunkbegriff fällt, muß bislang ein aufwendiges Lizenzierungsverfahren durchlaufen. Dieses Verfahren wird — wegen der Rundfunkhoheit der Länder — zusätzlich dadurch erschwert, daß sich bei nationalen Angeboten 15 voneinander unabhängige Landesmedienanstalten abstimmen müssen. Das im Vergleich zu Presseprodukten — zu denen rechtlich auch Multimedia-Offline-Angebote zählen — aufwendige Lizenzierungsverfahren ist nur mit der Sicherung der Meinungsvielfalt zu rechtfertigen. In Zukunft sollte es deshalb auf die von ihren Inhalten und Nutzerzahlen her meinungsrelevanten Programme beschränkt werden. Eine zentrale Regulierungsinstanz für das gesamte Bundesgebiet wäre zudem wesentlich effizienter.

Die künftige Entwicklung der Multimedia-Märkte wird schließlich von *der Akzeptanz und den Finanzierungspotentialen der Nachfrager* abhängen. Dabei besteht ein Dilemma: Die Nachfrage nach Multimedia-Angeboten und nach der entsprechenden technischen Ausstattung hängt von den Kosten und der Qualität dieser neuen Angebote ab. Preissenkungen durch Massenproduktion sowie umfangreiche Investitionen der Anbieter in Netzinfrastrukturen und in die Programmproduktion sind jedoch wiederum erst bei einem ausreichend großen Marktpotential zu erwarten. Starkes Marktwachstum wird deshalb wahrscheinlich erst nach einer mehrjährigen Anlaufphase eintreten, nachdem ein bestimmter Schwellenwert erreicht worden ist. Der Offline-Multimedia-Markt dürfte diesen Punkt aus den genannten Gründen vor dem Online-Multimedia-Markt erreichen.

#### **Entwicklung der inländischen Nachfrage nach M+K-Gütern bis 2010**

In den letzten Jahrzehnten ist der Anteil der Medien- und Kommunikationsausgaben am privaten Verbrauch kontinuierlich gestiegen<sup>9</sup>, und auch im Unternehmensbereich wächst der Kostenblock, der für die Optimierung interner und externer Kommunikationsabläufe, für die externe Informationsbeschaffung sowie für die Außendarstellung durch Werbung, Public Relations etc. verwendet wird<sup>10</sup>. Auf einem vergleichsweise sehr niedrigen Niveau liegt hingegen die Anwendung moderner Medien- und Kommunikationstechniken im öffentlichen Sektor<sup>11</sup>.

Im Jahr 1992 betrug nach den Berechnungen der Prognos AG die inländische Nachfrage der privaten Haushalte nach M+K-Gütern etwa 103 Mrd. DM. Hierin enthalten sind alle Ausgaben für M+K-Technik, Medienprodukte (einschließlich elektronischer Spiele) sowie Post- und Telekommunikationsgebühren. Im gleichen Jahr gaben Unternehmen und Staat für M+K-Güter etwa 211 Mrd. DM aus. Eingeschlossen sind hierbei auch alle Aufwendungen für Werbung, Sponsoring, Messen, Ausstellungen usw.

Dem Trendzenario zur künftigen Nachfrage nach Multimedia-Angeboten liegen folgende Grundannahmen zur Entwicklung des Angebots und zum Diffusionstempo zugrunde:

- Die grundlegenden technischen Probleme und Standardisierungsfragen für Offline-Multimedia-Angebote und für ein erweitertes TV-Programmangebot in Digitaltechnik werden 1996, die für interaktive Online-Programme und -Dienste 1998 gelöst sein;
- der regulative Rahmen wird bis 1997 den neuen Anforderungen angepaßt werden;
- die Akzeptanz und die Finanzierungsvoraussetzungen sind bei der Unternehmensnachfrage am günstigsten, das Diffusionstempo wird bei Großunternehmen höher sein als bei kleinen und mittleren Unternehmen;
- das Anwendungspotential ist zwar auch im staatlichen Bereich groß, die Finanzierungsengpässe sprechen jedoch gegen eine rasche Diffusion;
- bei der privaten Nachfrage gibt es keine grundsätzlichen Finanzierungsprobleme, die Veränderung des Mediennutzungs- und Kommunikationsverhaltens wird jedoch nur allmählich erfolgen.

Unter Berücksichtigung möglicher Substitutionseffekte der neuen Multimedia-Angebote wird die inländische Gesamtnachfrage nach M+K-Gütern unter diesen Annahmen im Jahr 2000 um 70 vH und im Jahr 2010 um 210 vH über dem Wert von 1992 (gerechnet zu jeweiligen Preisen) liegen. Dabei wird die Nachfrage von Unternehmen und des öffentlichen Sektors (+215 vH) etwas stärker zunehmen als die der privaten Haushalte (+200 vH). Der Nachfrageanstieg von Unternehmen und Staat wird damit die erwartete gesamtwirtschaftliche Entwicklung (+200 vH) übertreffen, der Zuwachs der privaten Nachfrage nach M+K-Gütern wird über dem erwarteten Anstieg des privaten Verbrauchs (+180 vH) liegen.

<sup>9</sup> Anteil der Informations- und Kommunikationsgüter am privaten Verbrauch nimmt zu. Bearb.: Wolfgang Seufert. In: Wochenbericht des DIW, Nr. 45/88, sowie Wolfgang Seufert, a.a.O.

<sup>10</sup> Vgl. Matthias-W. Stoetzer unter Mitarbeit von Wolfgang Rupert und Hans Schedl: Der Einsatz von Mehrwertdiensten in bundesdeutschen Unternehmen. Eine empirische Bestandsaufnahme. Bad Honnef 1993 (WIK-Diskussionspapier, Nr. 116).

<sup>11</sup> So dürfte der Anteil der M+K-Ausgaben an den staatlichen Investitionen und am Staatsverbrauch 1992 unter 2 vH gelegen haben.

### Auswirkungen auf die Produktion und die Beschäftigung im Inland

Nicht die gesamte künftige Nachfrage nach M+K-Gütern wird im inländischen M+K-Sektor nachfragewirksam. So wird insbesondere ein großer Teil der Distributionsleistung von Unternehmen erbracht, die nicht auf M+K-Güter spezialisiert sind. Auch ein großer Teil der Ausgaben für Werbung und Verkaufsförderung geht nicht an die Medien, sondern an andere Wirtschaftszweige.

Den Modellrechnungen, mit denen die Auswirkungen der prognostizierten Nachfrageentwicklung auf die Produktion und die Erwerbstätigkeit im M+K-Sektor der Größenordnung nach bestimmt werden, liegen außerdem folgende Annahmen zugrunde:

- Bei der Vertriebsstruktur, d.h. der Relation von ein- zu mehrstufigem Vertrieb für einzelne M+K-Güter, gibt es keine grundlegenden Veränderungen;
- die Exportquoten bleiben wie seit 1980 weitgehend stabil;
- die Importquoten steigen nicht weiter, sondern verharren auf dem Stand von 1992;
- die Wertschöpfungsquoten in den verschiedenen Wirtschaftszweigen des M+K-Sektors gehen weiter zurück, insbesondere bei den Post- und Telekommunikationsdiensten. Hier liegt die Wertschöpfungsquote zur Zeit noch über 70 vH;
- die Wertschöpfung je Erwerbstätigen wird sich in den meisten Wirtschaftszweigen parallel zur Gesamtwirtschaft entwickeln; bei den Produzenten von M+K-Technik

und bei den Anbietern von Kommunikationsdienstleistungen gibt es jedoch noch erhebliche Produktivitätsreserven.

Unter diesen Voraussetzungen wird sich der Produktionswert des M+K-Sektors zu jeweiligen Preisen bis 2010 um 190 vH auf etwa 1 225 Mrd. DM erhöhen, wobei das Außenhandelsdefizit bei M+K-Gütern von 18 Mrd. DM im Jahr 1992 auf 51 Mrd. DM im Jahr 2010 zunehmen wird. Die Wertschöpfung des M+K-Sektors expandiert im gleichen Zeitraum wegen der Verlagerung von Produktionsaktivitäten in die Zuliefersektoren nicht im gleichen Umfang wie der Produktionswert. Sie steigt bis 2010 um 180 vH auf etwa 485 Mrd. DM, d.h. nicht stärker als das Bruttoinlandsprodukt insgesamt.

Bei der Zahl der Erwerbstätigen ist unter den genannten Voraussetzungen mit einem Anstieg um etwa 10 vH auf 2,1 Mill. zu rechnen. Der stärkste relative Zuwachs ergibt sich für den Bereich der elektronischen Medien. Dieser Beschäftigungszuwachs wird allerdings durch Rückgänge im Druckmedienbereich fast vollständig kompensiert. Der Anteil der Erwerbstätigen im traditionellen Mediensektor an der Erwerbstätigenzahl des gesamten M+K-Sektors wird deshalb sogar leicht abnehmen. Während der Anteil der bei Kommunikationsdienstleistern und im Fachhandel für M+K-Technik beschäftigten Personen leicht steigen wird, bleibt der Erwerbstätigenanteil der Produzenten von M+K-Technik nahezu stabil.

Nicht berücksichtigt sind in diesen Zahlen zum einen die Erwerbstätigen, die in den Zuliefersektoren indirekt von der Nachfrage nach M+K-Gütern abhängig sind. Weitere Beschäftigungswirkungen wird es zum anderen durch die

Tabelle 4

Bruttowertschöpfung des Medien- und Kommunikationssektors 1992, 2000, 2010

	1992	2000	2010	1992	2000	2010	2000	2010
	Mrd. DM			Anteile in vH			1992 = 100	
<i>Medien</i>	47	75	139	27,0	27,3	28,7	159,6	295,7
Produktion	41	66	124	23,6	24,0	25,6	161,0	302,4
Distribution	6	9	15	3,4	3,3	3,1	150,0	250,0
Druckmedien	35	52	89	20,1	18,9	18,4	148,6	254,3
Elektronische Medien	12	23	50	6,9	8,4	10,3	191,7	416,7
<i>M + K-Technik</i>	43	64	99	24,7	23,3	20,4	148,8	230,2
Produktion	28	42	64	16,1	15,3	13,2	150,0	228,6
Distribution	15	22	35	8,6	8,0	7,2	146,7	233,3
<i>Kommunikationsdienste</i>	84	136	247	48,3	49,5	50,9	161,9	294,0
<i>M + K-Sektor insgesamt</i>	174	275	485	100,0	100,0	100,0	158,0	278,7
Produktion	153	244	435	87,9	88,7	89,7	159,5	284,3
Distribution	21	31	50	12,1	11,3	10,3	147,6	238,1
<i>Quelle: DIW-Modellrechnungen.</i>								

Tabelle 5

Erwerbstätige im Medien- und Kommunikationssektor 1992, 2000, 2010

	1992	2000	2010	1992	2000	2010	2000	2010
		1000		Anteile in vH			1992 = 100	
<i>Medien</i>	509	520	517	26,7	26,3	24,7	102,2	101,6
Produktion	424	440	438	22,2	22,3	21,0	103,8	103,3
Distribution	85	80	79	4,5	4,1	3,8	94,1	92,9
Druckmedien	416	393	366	21,8	19,9	17,5	94,5	88,0
Elektronische Medien	93	127	151	4,9	6,4	7,2	136,6	162,4
<i>M + K-Technik</i>	554	585	623	29,0	29,6	29,8	105,6	112,5
Produktion	309	315	332	16,2	15,9	15,9	101,9	107,4
Distribution	245	270	291	12,8	13,7	13,9	110,2	118,8
<i>Kommunikationsdienste</i>	845	870	950	44,3	44,1	45,5	103,0	112,4
M + K-Sektor insgesamt	1 908	1 975	2 090	100,0	100,0	100,0	103,5	109,5
Produktion	1 578	1 625	1 720	82,7	82,3	82,3	103,0	109,0
Distribution	330	350	370	17,3	17,7	17,7	106,1	112,1

Quelle: DIW-Modellrechnungen.

Anwendung der neuen M+K-Techniken in allen Wirtschaftsbereichen geben. In einer Studie für die Europäische Kommission werden diese Effekte sehr positiv eingeschätzt. Das Rationalisierungspotential der modernen M+K-Techniken kann danach zu einer Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der EU-Wirtschaft beitragen, durch die sich die langfristige Wachstumsrate in der EU um 0,2 vH-Punkte auf 2,6 vH erhöhen soll. Dies entspräche bis 2010 EU-weit rund 6 Mill. Arbeitsplätzen, die ohne eine Nutzung dieser Techniken nicht erhalten werden könnten<sup>12</sup>. Nach Schätzungen der Bundesregierung könnten hiervon 1,5 Mill. auf Deutschland entfallen. Voraussetzung ist allerdings eine rasche Diffusion der neuen Multimedia-Angebote, da nur ein zeitlicher Vorsprung gegenüber den wichtigsten Konkurrenten zu den beschriebenen Wirkungen führen kann<sup>13</sup>.

**Resümee**

Unter Berücksichtigung der wahrscheinlichen Marktentwicklung neuer Multimedia-Angebote wird die inländische Nachfrage nach Medien- und Kommunikationsgütern im Jahr 2010 etwa dreimal so hoch sein wie am Anfang der 90er Jahre. Der Nachfrageanstieg der Unternehmen wird dabei etwas über der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung liegen, der Nachfrageanstieg der privaten Haushalte über dem des gesamten privaten Verbrauchs. Eine Voraussetzung hierfür ist, daß die noch offenen technischen und regulativen Fragen bis 1998 geklärt werden können. Für das Tempo des Ausbaus der Telekommunikationsinfrastruktur sind künftig Wettbewerbs- und Innovationsdruck

entscheidend. Die Politik kann dazu einen Beitrag leisten, indem sie dafür sorgt, daß die Telekom AG ihre Kabelfernnetze verkauft. Wesentlich erscheint auch eine Beschränkung der aufwendigen Lizenzierung von Rundfunkanbietern auf meinungsrelevante Programme und ein effizienteres Regulierungsverfahren durch Schaffung einer bundeseinheitlichen Aufsichtsinstanz.

Die Zahl der Erwerbstätigen in den Unternehmen, die M+K-Güter herstellen und vertreiben, wird bis 2010 vor allem aufgrund der Produktivitätsentwicklung in weit geringerem Umfang steigen als die inländische Nachfrage. Modellrechnungen lassen einen Anstieg um 10 vH auf etwa 2,1 Mill. erwarten. Die verschiedentlich prognostizierten hohen positiven Beschäftigungseffekte der neuen M+K-Techniken können folglich nur zustande kommen, wenn das vorhandene Rationalisierungspotential dieser Techniken in allen Wirtschaftssektoren konsequent zur Steigerung der Effizienz und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit genutzt wird. Entsprechende Wettbewerbsvorsprünge lassen sich jedoch nur erzielen, wenn eine breite Anwendung der neuen Multimedia-Angebote schneller als bei den wichtigsten Wettbewerbern erfolgt.

<sup>12</sup> Vgl. METIER: The Impact of Advanced Communications on European Growth and Trade, Final Report for CEC. London 1995 (als Manuskript vervielfältigt).

<sup>13</sup> Zu diesem Zweck wurde anlässlich der G7-Konferenz zur Informationsgesellschaft in Brüssel im Jahr 1995 von den sieben führenden westlichen Industrieländern die Förderung von Pilotprojekten in ausgewählten Anwendungsbereichen (Verkehrstelematik, Telemedizin etc.) beschlossen.

## Konsumnachfrage ohne Kraft

### Der private Verbrauch in Deutschland im vierten Quartal 1995<sup>1</sup>

Die durch die Umstellung der statistischen Erhebungen in Deutschland auf ein EG-einheitliches System entstandenen Lücken im Nachweis wichtiger Daten sind teilweise noch nicht geschlossen worden. Eine detaillierte Berechnung des privaten Verbrauchs ist derzeit nur unter großen Schwierigkeiten möglich. Der für die kurzfristige Konsumentwicklung wichtigste Indikator — die Umsatzentwicklung im Einzelhandel — wird weiterhin nur als monatliche Veränderung des Gesamtumsatzes — ohne Branchengliederung — ausgewiesen. Einziger Anhaltspunkt für die strukturelle Entwicklung ist die Umsatzveränderung bei den Branchen des Facheinzelhandels in Westdeutschland. Diese Statistik hat allerdings den Nachteil einer geringeren Repräsentativität (z.B. sind Warenhäuser oder einige besonders strukturierte Branchen wie der Kraftfahrzeughandel nicht einbezogen); außerdem können aus diesen Daten keine Schlüsse auf die Situation in Ostdeutschland gezogen werden. Dennoch ist versucht worden, mit Hilfe dieses Indikators eine Übersicht über die aktuelle Entwicklung des privaten Verbrauchs für ganz Deutschland — auch differenziert nach Verwendungszwecken — zu geben.

#### Abschwächung nach der Jahresmitte

Die relativ gute Konsumententwicklung in der ersten Hälfte des vergangenen Jahres setzte sich nach der Jahresmitte erwartungsgemäß nicht fort<sup>2</sup>. Dem Rückgang der realen Nachfrage um etwa 1/2 vH im dritten Quartal folgte im letzten Jahresviertel eine weitere leichte Abschwächung (–0,3 vH). Trotz dieser Einbußen im zweiten Halbjahr errechnet sich für den Jahresdurchschnitt 1995 ein realer Zuwachs des privaten Verbrauchs von gut 1 vH.

Deutlich verlangsamt hat sich der Preisauftrieb. Nachdem die Teuerungsrate der Lebenshaltung im Frühjahr 1995 erstmals seit längerer Zeit im Vorjahresvergleich die 2-Prozent-Marke unterschritten hatte, stabilisierte sie sich in der Folgezeit etwas unterhalb dieser Marke. Eine weitere Dämpfung des Preisanstiegs verhinderte die Einführung des Vergleichsmietensystems in Ostdeutschland nach der Jahresmitte, die dort zu sprunghaften Mieterhöhungen — von 2 vH auf 9 1/2 vH im Vergleich zum Vorjahr — führte. Die Lebenshaltung verteuerte sich dadurch um einen Prozentpunkt auf 2 1/2 vH, ein deutlich stärkerer Anstieg als in Westdeutschland (1 1/2 vH).

Die Konsumschwäche in der zweiten Jahreshälfte 1995 ist ein Abbild der Einkommensentwicklung. Die Kaufkraft der privaten Haushalte, gemessen an den real verfügbaren Einkommen, sank in beiden Quartalen (Schaubild 1). Im dritten Jahresviertel wurden die Rückwirkungen dieser Einkommensentwicklung auf den privaten Verbrauch durch eine Zunahme der Sparquote noch verstärkt. Im vier-

ten Quartal konnte eine verringerte Spartätigkeit einen weiteren — wenn auch abgeschwächten — Rückgang des realen Konsums nicht verhindern.

Die nur geringe Expansion der (nominalen) verfügbaren Einkommen nach der Jahresmitte ist auch darauf zurückzuführen, daß sich der Abbau der Beschäftigung in nahezu unvermindertem Tempo fortsetzte und — spiegelbildlich dazu — die Arbeitslosigkeit weiter zunahm. Im Jahresendquartal hat dabei auch die Freisetzung von Arbeitskräften im Baugewerbe aufgrund der kalten Witterung eine Rolle gespielt; hier gab es einen beschleunigten Anstieg der Zahl der Arbeitslosen<sup>3</sup>. Die seit längerem schlechte Lage auf dem Arbeitsmarkt hat merkliche Spuren in der Einkommensentwicklung hinterlassen. Bei einer Betrachtung der verfügbaren Haushaltseinkommen nach den Hauptkomponenten zeigt sich dies ganz deutlich. Während in den vergangenen drei Jahren die Nettolohn- und -gehaltsumme — auch bedingt durch die gestiegene Abgabenbelastung — praktisch stagnierte und die Masseneinkommen (Nettolohn- und -gehaltsumme ergänzt um den Saldo der laufenden Übertragungen) nur mäßig expandierten, hatten allein die entnommenen Gewinne (einschl. Vermögenseinkommen) einen spürbaren Zuwachs zu verzeichnen. Für die Verbrauchsentwicklung war dies eine schlechte Konstellation, denn die Masseneinkommen sind die für die Konsumnachfrage wichtigste Einkommensgröße.

Kein anderer Bereich bekommt die flauere Verbrauchskonjunktur so stark zu spüren wie der Einzelhandel. Mit dem Rückgang des realen Umsatzes um 1 vH im letzten Viertel des vergangenen Jahres war hier die Entwicklung wiederum weit schlechter als beim Konsum insgesamt. Die Bilanz für 1995 insgesamt fiel damit ebenso ungünstig aus wie 1994. Mit einem Minus von 2 vH hatte der Einzelhandel das vierte Jahr hintereinander reale Umsatzverluste hinzunehmen.

#### Bedarfsbereiche

Die Frage, wie die privaten Haushalte hinsichtlich ihres Konsumverhaltens auf anhaltende Einkommensrestriktionen reagieren, ist von erheblicher Bedeutung für die kon-

<sup>1</sup> Analysiert werden in diesem Bericht — soweit nicht anders gekennzeichnet — vierteljährliche saisonbereinigte Zeitreihen. Die Saisonbereinigung wurde nach dem Berliner Verfahren (BV4) vorgenommen.

<sup>2</sup> Vgl. Wiederanstieg der Konsumnachfrage. Der private Verbrauch in Westdeutschland im zweiten Quartal 1995. Bearb.: Jochen Schmidt. In: Wochenbericht des DIW, Nr. 36/1995, S. 630 ff.

<sup>3</sup> Vgl. Ausgeprägte Wachstumsschwäche. Die ersten Ergebnisse der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung für die Bundesrepublik Deutschland für das vierte Quartal 1995. Bearb.: Karin Müller-Krumholz. In: Wochenbericht des DIW, Nr. 7/1996, S. 107 ff.

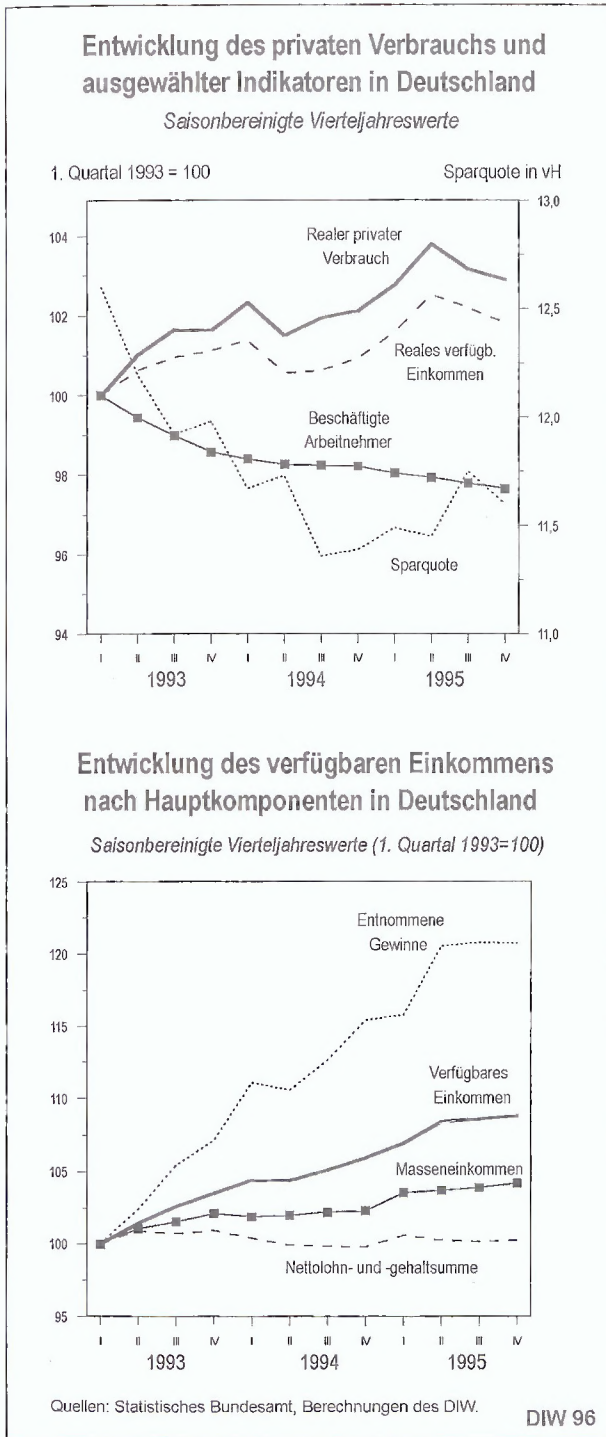
Der private Verbrauch in Deutschland 1995

Verwendungszwecke	Jahr	Ursprungswerte						Saisonbereinigte Werte <sup>7)</sup>			
		1.Hj.	2.Hj.	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Mrd. DM zu jeweiligen Preisen											
Nahrungs- und Genußmittel <sup>1)</sup>	378,85	183,30	195,55	89,17	94,13	95,13	100,42	93,8	95,0	94,8	95,3
Kleidung, Schuhe	126,26	59,44	66,82	29,40	30,04	29,76	37,06	32,0	32,2	31,3	30,7
Wohnungsmieten <sup>2)</sup>	364,28	178,19	186,09	88,05	90,14	91,98	94,11	88,1	90,0	92,0	94,1
Haushaltsenergie <sup>3)</sup>	72,49	38,97	33,52	23,02	15,95	13,25	20,27	18,1	18,2	18,0	18,3
Haushaltsführung	169,68	81,89	87,79	40,65	41,24	40,17	47,63	42,8	43,1	42,3	41,5
Gesundheits- und Körperpflege	100,60	49,55	51,05	24,65	24,91	24,77	26,27	25,4	25,4	25,1	24,6
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	310,13	157,13	153,00	74,99	82,14	77,37	75,63	76,0	77,7	78,8	77,8
Bildung, Unterhaltung, Freizeit	189,50	90,26	99,24	45,28	44,98	46,02	53,22	47,1	47,4	47,6	47,5
Persönliche Ausstattung, Sonstiges <sup>4)</sup>	144,26	69,50	74,76	34,38	35,12	37,63	37,13	35,7	35,9	36,2	36,5
Privater Verbrauch <sup>5)</sup>	1 961,42	956,83	1004,59	471,02	485,81	484,96	519,63	484,8	491,9	491,4	493,3
Veränderung in vH gegenüber											
Vorjahr											
Vorquartal											
Nahrungs- und Genußmittel <sup>1)</sup>	1,2	1,3	1,2	0,1	2,4	1,0	1,4	-0,2	1,2	-0,2	0,5
Kleidung, Schuhe	-4,1	-3,9	-4,2	-5,8	-2,0	-4,3	-4,1	-0,7	0,6	-2,7	-1,9
Wohnungsmieten <sup>2)</sup>	9,0	9,0	9,0	9,1	8,9	8,9	9,1	2,1	2,2	2,3	2,3
Haushaltsenergie <sup>3)</sup>	-1,1	-2,0	-0,1	-2,0	-2,1	-2,4	1,5	1,2	0,1	-1,1	1,8
Haushaltsführung	-0,7	0,8	-2,1	-0,2	1,8	-0,8	-3,2	-0,3	0,7	-1,8	-2,1
Gesundheits- und Körperpflege	-0,9	1,1	-2,7	1,1	1,0	-1,3	-3,9	-1,2	0,1	-1,3	-1,9
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	4,1	3,4	4,9	1,9	4,8	6,7	3,1	1,2	2,2	1,5	-1,4
Bildung, Unterhaltung, Freizeit	1,0	1,1	0,9	0,7	1,6	1,5	0,4	-0,4	0,8	0,3	-0,2
Persönliche Ausstattung, Sonstiges <sup>4)</sup>	3,7	4,5	3,0	5,0	4,0	3,0	3,0	0,6	0,7	0,7	0,9
Privater Verbrauch <sup>5)</sup>	3,1	3,6	2,6	2,8	4,4	2,9	2,3	0,8	1,5	-0,1	0,4
Mrd. DM zu Preisen von 1991											
Nahrungs- und Genußmittel <sup>1)</sup>	350,67	169,21	181,46	82,63	86,58	88,05	93,41	87,0	87,9	87,7	88,1
Kleidung, Schuhe	117,56	55,47	62,09	27,46	28,01	27,73	34,36	29,9	30,0	29,2	28,5
Wohnungsmieten <sup>2)</sup>	274,23	135,62	138,61	67,33	68,29	68,87	69,74	67,5	68,3	68,9	69,6
Haushaltsenergie <sup>3)</sup>	69,27	37,18	32,09	21,94	15,24	12,74	19,35	17,3	17,3	17,2	17,5
Haushaltsführung	155,62	75,34	80,28	37,48	37,86	36,81	43,47	39,5	39,6	38,8	37,7
Gesundheits- und Körperpflege	89,29	44,00	45,29	22,04	21,96	22,01	23,28	22,8	22,5	22,3	21,7
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	274,52	139,35	135,17	66,71	72,64	68,38	66,79	67,7	68,9	69,7	68,4
Bildung, Unterhaltung, Freizeit	171,87	82,08	89,79	41,15	40,93	41,82	47,97	42,9	43,2	43,1	42,7
Persönliche Ausstattung, Sonstiges <sup>4)</sup>	118,07	57,57	60,50	28,57	29,00	29,74	30,76	29,8	29,4	29,5	29,8
Privater Verbrauch <sup>5)</sup>	1 718,49	839,47	879,02	412,21	427,26	427,17	451,85	428,0	432,4	429,6	428,6
Veränderung in vH gegenüber											
Vorjahr											
Vorquartal											
Nahrungs- und Genußmittel <sup>1)</sup>	0,0	-0,5	0,4	-1,8	0,8	0,0	0,8	-0,5	1,0	-0,2	0,4
Kleidung, Schuhe	-4,8	-4,7	-4,9	-6,6	-2,7	-5,0	-4,8	-0,7	0,4	-2,9	-2,3
Wohnungsmieten <sup>2)</sup>	4,9	5,1	4,7	5,1	5,1	4,7	4,7	1,6	1,1	0,9	1,1
Haushaltsenergie <sup>3)</sup>	-0,5	-1,3	0,5	-1,3	-1,3	-1,4	1,8	1,3	0,1	-0,9	1,7
Haushaltsführung	-2,1	-0,6	-3,5	-1,6	0,4	-2,2	-4,6	-0,5	0,3	-2,1	-2,8
Gesundheits- und Körperpflege	-2,7	-1,1	-4,2	-0,5	-1,7	-2,9	-5,5	-1,3	-1,0	-1,2	-2,6
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	3,2	2,4	4,0	1,0	3,7	5,9	2,1	1,6	1,7	1,3	-1,9
Bildung, Unterhaltung, Freizeit	-0,4	-0,3	-0,5	-0,9	0,3	0,1	-1,1	-0,7	0,5	-0,2	-0,9
Persönliche Ausstattung, Sonstiges <sup>4)</sup>	1,1	1,3	0,9	2,1	0,5	0,2	1,5	1,2	-1,1	0,2	1,2
Privater Verbrauch <sup>5)</sup>	1,2	1,6	0,8	0,7	2,5	1,1	0,6	0,6	1,0	-0,6	-0,3
Preisentwicklung <sup>6)</sup> : Veränderung in vH gegenüber											
Vorjahr											
Vorquartal											
Nahrungs- und Genußmittel <sup>1)</sup>	1,3	1,8	0,8	1,9	1,6	1,0	0,6	0,4	0,2	0,0	0,1
Kleidung, Schuhe	0,8	0,8	0,7	0,9	0,7	0,7	0,7	0,2	0,1	0,2	0,2
Wohnungsmieten <sup>2)</sup>	3,9	3,7	4,1	3,8	3,6	4,0	4,2	0,4	1,0	1,4	1,2
Haushaltsenergie <sup>3)</sup>	-0,7	-0,7	-0,6	-0,7	-0,8	-1,0	-0,3	-0,1	-0,2	-0,3	0,3
Haushaltsführung	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	0,3	0,4	0,4	0,4
Gesundheits- und Körperpflege	1,9	2,2	1,7	1,6	2,8	1,6	1,7	0,2	1,1	-0,2	0,5
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	0,9	1,0	0,9	0,9	1,0	0,8	1,0	-0,3	0,4	0,3	0,5
Bildung, Unterhaltung, Freizeit	1,5	1,5	1,5	1,6	1,3	1,4	1,5	0,4	0,2	0,4	0,4
Persönliche Ausstattung, Sonstiges <sup>4)</sup>	2,6	3,2	2,1	2,8	3,5	2,8	1,5	0,3	1,0	0,4	-0,2
Privater Verbrauch <sup>5)</sup>	1,9	2,0	1,8	2,1	1,9	1,8	1,8	0,3	0,4	0,5	0,5

1) Einschließlich Verzehr in Gaststätten. — 2) Einschließlich Mietwert der Eigentümerwohnungen. — 3) Elektrizität, Gas, Brennstoffe. — 4) Dienstleistungen des Beherbergungsgewerbes, der Banken, der Versicherungen u.a. — 5) Der private Verbrauch setzt sich zusammen aus den nach Verwendungszwecken unterteilten Käufen der privaten Haushalte im Inland (Inlandskonzept der VGR), dem Eigenverbrauch der Organisationen ohne Erwerbszweck und dem sogenannten Reisesaldo, d.h. dem privaten Verbrauch von Inländern in der übrigen Welt abzüglich des privaten Verbrauchs von Gebietsfremden im Inland. — 6) Auf der Basis 1991 = 100. Preisentwicklung nach VGR. — 7) Nach dem Berliner Verfahren (BV4). Die absoluten Werte wurden gerundet.

Quellen: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung des Statistischen Bundesamtes (Eckdaten); Berechnungen des DIW. Abweichungen in den Summen durch Rundung der Zahlen.

Schaubild 1



junktuelle Entwicklung. Erfahrungsgemäß versuchen die Haushalte zunächst, mit Hilfe einer Reduzierung der Sparfähigkeit das Niveau der einmal erreichten Ausgaben zu halten. Erst wenn hier Grenzen erreicht sind, die nicht ohne weiteres unterschritten werden können, werden innerhalb des privaten Verbrauchs Prioritäten gesetzt. Dabei stehen jene Ausgabenbereiche nicht zur Disposition, die vertraglich über längere Fristen mehr oder weniger fixiert sind; an vorderster Stelle stehen hier die Mietausgaben. Dann gibt

es einige Bereiche, bei denen die Ausgaben aufgrund relativ starrer Verhaltensmuster kaum reduziert werden; dies gilt etwa für die Inanspruchnahme bestimmter Dienstleistungen (z.B. von Banken und Versicherungen). Schließlich ist beim Konsum etlicher Verbrauchsgüter (Nahrungsmittel, Haushaltsenergie u.a.) das Einsparpotential von vornherein begrenzt. Die Manövriermasse vermindert sich deshalb erheblich. Zu den Kategorien, die hier verbleiben, zählen hauptsächlich langlebige Konsumgüter, bei denen der Anschaffungszeitpunkt in der Regel variiert werden kann.

Die Grundstrukturen dieses Musters sind auch bei der Nachfrage im Berichtszeitraum zu erkennen (vgl. Tabelle). Ohne Schwankungen sind die Ausgaben für *Mieten* anhaltend aufwärts gerichtet. Mit dem realen Anstieg von 1 vH im letzten Jahresviertel errechnet sich für 1995 insgesamt ein Plus von 5 vH. Aufgrund der relativ kräftigen Mieterhöhungen (4 vH im Jahresdurchschnitt) expandierten die Ausgaben um 9 vH. Nunmehr entfallen 18½ vH der Konsumausgaben auf die Mieten — ein Anstieg um 4 Prozentpunkte binnen vier Jahren.

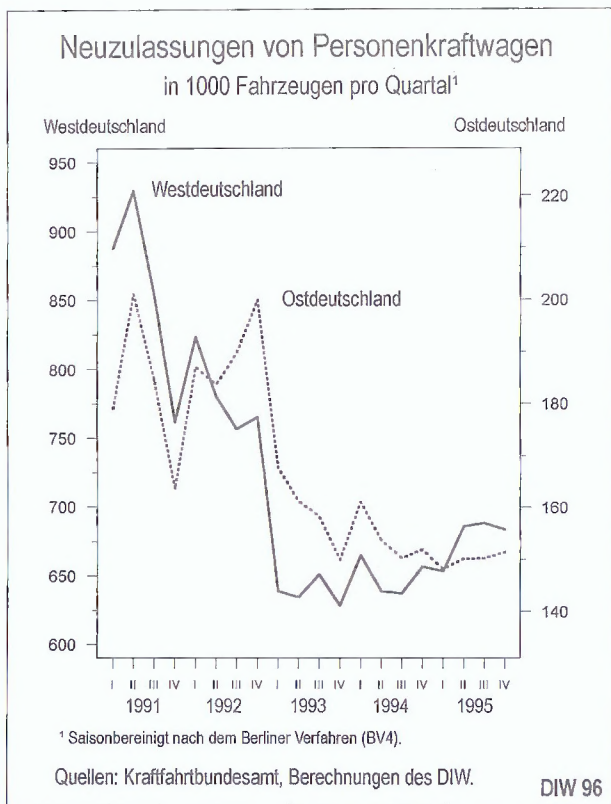
Vergleichsweise stabil ist auch die Entwicklung beim Verwendungszweck *persönliche Ausstattung, sonstige Waren und Dienstleistungen*, dem u.a. die Dienstleistungen von Banken und Versicherungen zugerechnet sind. Die Ausgaben stiegen im Berichtsquartal nominal wie real um rund 1 vH. Leicht expansiv war auch die reale Nachfrage nach *Nahrungs- und Genußmitteln* (+ ½ vH). Mit diesem Anstieg im Jahresendquartal wurde das Jahresergebnis so weit verbessert, daß wenigstens das Niveau vom Vorjahr wieder erreicht wurde.

Bei allen anderen Verwendungszwecken war die reale Nachfrage schwächer als im dritten Jahresviertel; einige hatten erhebliche Einbußen zu verzeichnen. Allen voran sind hier *Kleidung und Schuhe* sowie Güter der *Haushaltsführung* zu nennen, die schon im dritten Quartal mit kräftigen Nachfrageverlusten konfrontiert waren und im Berichtszeitraum nochmals einen kräftigen Rückgang — um 2½ bzw. 3 vH — hinzunehmen hatten. Bei den Haushaltsgütern fällt vor allem das beträchtliche Minus von 4½ vH (Vorjahresabstand -7 vH) beim Absatz von Einrichtungsgegenständen ins Auge. Nachdem diese Sparte lange Zeit von rezessiven Tendenzen verschont geblieben war, ist sie nun offensichtlich auch in deren Sog geraten.

Besonders eklatant ist die anhaltende Schwäche bei der Nachfrage nach Kleidung und Schuhen. Sie war schon 1994 regelrecht eingebrochen und hat sich auch 1995 nicht erholt. Im Gegenteil: Die Talfahrt verstärkte sich in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahres nochmals, so daß das Ergebnis für 1995 insgesamt mit einem Minus von knapp 5 vH noch schlechter ausfiel als im Jahr davor (-4 vH).

Die rückläufige Nachfrageentwicklung bei *Verkehr und Nachrichtenübermittlung* im letzten Jahresviertel (real -2 vH) ist weniger negativ zu bewerten, denn in den Quartalen zuvor hatte es hier kräftige Zuwächse gegeben. Dies

Schaubild 2



dokumentiert auch der Vorjahresvergleich, bei dem sich trotz der jüngsten Abschwächung ein reales Plus von 2 vH errechnet. Maßgeblich bestimmt wurde diese Entwicklung von der spürbaren Belebung bei den Käufen von Personenkraftwagen. Erstmals seit dem schweren Einbruch 1993 war die Zahl der Pkw-Neuzulassungen wieder deutlich nach oben gerichtet (1995 gegenüber 1994: +3,2 vH), ist allerdings von dem einstigen Niveau noch weit entfernt. Eine Differenzierung zwischen West- und Ostdeutschland zeigt einen gravierenden Unterschied. Eine Belebung der Nachfrage ist nämlich nur im früheren Bundesgebiet zu registrieren. In den neuen Bundesländern verharrt das Niveau der Neuzulassungen seit dem Frühjahr 1994 bei saisonbereinigt rund 150 000 Fahrzeugen pro Quartal (Schaubild 2). Die Bilanz für das Jahr 1995 fällt sogar negativ aus (-2,3 vH).

**Ausblick**

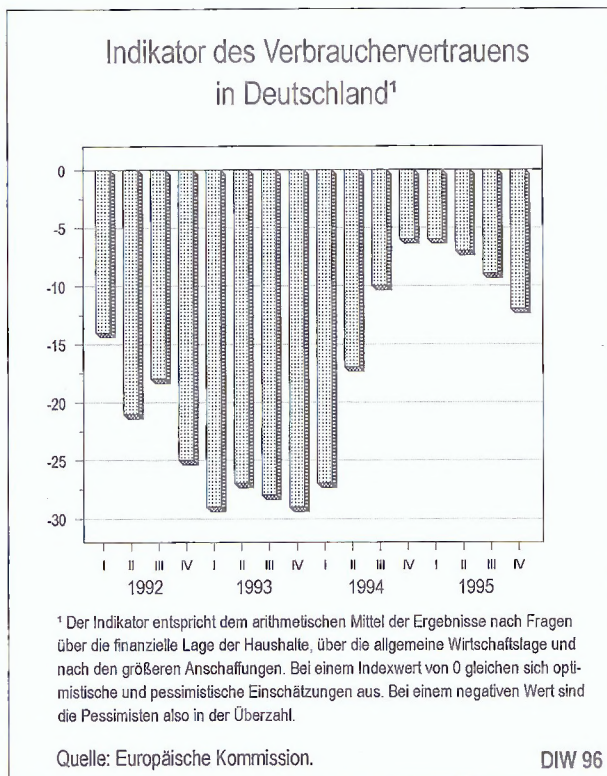
Nachdem der Konsumnachfrage auch im vergangenen Jahr der rechte Schwung fehlte, richten sich nun die Hoffnungen auf 1996. Die Voraussetzungen sind insgesamt nicht ungünstig. Mit dem Inkrafttreten des „Jahressteuergesetzes 1996“, durch das infolge der steuerlichen Freistellung des Existenzminimums und der Neuregelung des Familienlastenausgleichs die Einkommen per saldo entlastet werden, wird der für Konsumausgaben zur Verfüg-

ung stehende Spielraum ausgeweitet. Auch wenn man die belastenden Effekte — gestiegene Beiträge zur Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung — gegenrechnet, bleibt die Nettoentlastung ausreichend hoch, um der Verbrauchskonjunktur fühlbare Impulse zu geben. Dies gilt um so mehr, als diese Mittel in erster Linie Haushalten mit geringem Einkommen — und in der Regel hoher Konsumneigung — zugute kommen. Berücksichtigt man zudem das ruhige Preisklima, muß man auch bei realer Betrachtung kaum Abstriche machen.

Indes sind auch retardierende Momente auszumachen. Kurzfristig haben sich die witterungsbedingten Produktionsausfälle am Jahresanfang mit entsprechenden Einkommenseinbußen negativ ausgewirkt. Weit schwerer wiegt aber, daß die wirtschaftliche Erholung schon Anfang 1995 ins Stocken geriet und zuletzt sogar eine rezessionsähnliche Entwicklung zu verzeichnen ist. Das hat die Aussichten der privaten Haushalte verdüstert und könnte zu vermehrtem Sparen Anlaß geben. Bei sinkender Beschäftigung und nur moderaten Tarifierhebungen sind die Bedingungen für eine durchgreifende Belebung des privaten Verbrauchs schlecht.

Das Vertrauen in eine baldige Besserung der wirtschaftlichen Lage ist gering. Sämtliche Klimaindikatoren signalisieren eher Skepsis als Optimismus. Angefangen bei der Frühjahrsumfrage des DIHT, die die Stimmung in den Unternehmen auf dem Tiefpunkt sieht, über das Stim-

Schaubild 3



mungsbarometer im Einzelhandel, das weiter gefallen ist, bis zum Indikator des Verbrauchervertrauens, der aus dem pessimistischen Bereich nicht herauskommt: Eine tragfähige Basis für eine nachhaltige Besserung ist dies sicherlich nicht. Das Konsumklima hat sich seit letztem Sommer sogar wieder etwas verschlechtert (Schaubild 3). Damit hat sich die Aufwärtsbewegung, die im Frühjahr 1994 eingesetzt hatte, zunächst nicht fortgesetzt. Vor allem hinsichtlich der allgemeinen Wirtschaftslage — sowohl in den zurückliegenden als auch in den kommenden 12 Monaten — sind die Verbraucher erheblich pessimistischer als zuvor.

Wieweit sich die anfangs angesprochenen positiven Faktoren durchsetzen können, bleibt abzuwarten. Ohne Zweifel werden sich die steuerlichen Einkommensenlastungen in der Konsumnachfrage niederschlagen. Schwer einzuschätzen ist dagegen, in welchem Maße dies durch die hemmenden Einflüsse zunichte gemacht wird. Eins ist jedenfalls ziemlich sicher: Wenn der private Verbrauch die ihm für 1996 zugeordnete Rolle als Konjunkturmotor erfüllen soll, ist er auf eine spürbare Verbesserung der Wirtschaftslage angewiesen.

## Aus den Veröffentlichungen des DIW Beiträge zur Strukturforchung

Erscheinen seit 1967.

- Heft 143 **Untersuchungen zur Einkommensverteilung und -umverteilung in der DDR 1988 nach Haushaltsgruppen und Einkommensgrößenklassen auf der methodischen Grundlage der Verteilungsrechnung des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung.** Von Klaus-Dietrich Bedau, Jürgen Boje, Dietmar Dathe, Ruth Grunert, Volker Meinhardt, Jochen Schmidt, Heinz Vortmann. 193 S. 1993. (3-428-07833-0). DM 106,— / öS 827,— / sFr 106,—.
- Heft 144 **Modellrechnung zu den steuerlichen Effekten des Wohnungsbaus mit Bezug auf globale Ergebnisse der Einkommenssteuerstatistik.** Von Bernd Bartholmai. 95 S. 1993. (3-428-07838-1). DM 82,— / öS 640,— / sFr 82,—.
- Heft 145 **Die Bedeutung des internationalen Dienstleistungshandels für die Bundesrepublik Deutschland.** Von Hans J. Petersen, Fritz Franzmeyer, Herbert Lahmann, Siegfried Schultz und Christian Weise. 311 S. 1993. (3-428-07841-1). DM 158,— / öS 1.233,— / sFr 158,—.
- Heft 146 **Analyse der direkten und indirekten Förderungseffekte für einen Wohnungsbaujahrgang am Beispiel Hamburgs.** Von Bernd Bartholmai. 110 S. 1993. (3-428-07862-4). DM 88,— / öS 687,— / sFr 88,—.
- Heft 147 **Finanzielle und finanzpolitische Konsequenzen eines gemeinsamen Bundeslandes Berlin-Brandenburg.** Von Dieter Vesper. 138 S. 1993. (3-428-07897-7). DM 96,— / öS 749,— / sFr 96,—.
- Heft 148 **Die Weltbevölkerung von den Anfängen des anatomisch modernen Menschen bis zu den Problemen seiner Überlebensfähigkeit im 21. Jahrhundert.** Von Rolf Krengel. 124 S. 1994. (3-428-07993-0). DM 98,— / öS 765,— / sFr 98,—.
- Heft 149 **Berechnung und Bewertung der Verkehrsinfrastruktur in den neuen Bundesländern.** Von Heinz Enderlein, Uwe Kunert und Heike Link. 178 S. 1994. (3-428-07992-2). DM 114,— / öS 890,— / sFr 114,—.
- Heft 150 **Quantitative Szenarien zur Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung in Deutschland bis zum Jahr 2000.** Von Bernd Görzig, Martin Gornig und Erika Schulz. 114 S. 1994. (3-428-08001-7). DM 98,— / öS 765,— / sFr 98,—.
- Heft 151 **Wechselwirkungen zwischen Infrastrukturausstattung, strukturellem Wandel und Wirtschaftswachstum.** Von Stefan Bach, Martin Gornig, Frank Stille und Ulrich Voigt. 249 S. 1994. (3-428-08188-9). DM 138,— / öS 1077,— / sFr 138,—.
- Heft 152 **Arbeitslosenstruktur und Bewegungen bei Arbeitslosigkeit und Beschäftigung in Berlin.** Von Klaus-Peter Gaulke. 179 S. 1994. (3-428-08187-0). DM 118,— / öS 921,— / sFr 118,—.
- Heft 153 **Gesamtwirtschaftliche Position der Medien in Deutschland 1982-1992.** Von Wolfgang Seufert. 263 S. 1994. (3-428-08255-9). DM 142,— / öS 1108,— / sFr 142,—.
- Heft 154 **Zeitreihen für das Bauvolumen in der Bundesrepublik Deutschland.** Von Bernd Bartholmai unter Mitarbeit von Jochen A. Hübener, Manfred Melzer, Joachim Schintke und Nicolai Mynter. 115 S. 1994. (3-428-08256-7). DM 98,— / öS 765,— / sFr 98,—.
- Heft 155 **Technologische Wettbewerbsfähigkeit der Bundesrepublik Deutschland — Theoretische und empirische Aspekte einer international vergleichenden Analyse.** Von Dieter Schumacher, Heike Belitz, Alfred Haid, Kurt Hornschild, Hans J. Petersen, Florian Straßberger, Harald Trabold unter Mitarbeit von Marian Beise. 369 S. 1995. (3-428-08360-1). DM 178,— / öS 1.389,— / sFr 178,—.
- Heft 156 **Aufbau des industriellen Mittelstands in den neuen Bundesländern.** Von Heike Belitz, Dietmar Edler, Frank Fleischer, Kurt Hornschild, Angela Scherzinger und Florian Straßberger. 191 S. 1995. (3-428-08372-5). DM 122,— / öS 952,— / sFr 122,—.
- Heft 157 **Wirtschaftliche Aspekte einer Vereinigung der Länder Brandenburg und Berlin.** Von Thomas Döring, Kurt Geppert, Manfred Horn, Eckhard Kutter und Dieter Vesper. 304 S. 1995. (3-428-08373-3). DM 158,— / öS 1.233,— / sFr 158,—.
- Heft 158 **Industriegüterimporte der EG aus Lateinamerika — Rahmenbedingungen und Perspektiven —.** Von Hans J. Petersen, Uta Möbius, Katharina Müller, Siegfried Schultz und Christian Weise. 218 S. 1995. (3-428-08393-8). DM 132,— / öS 1.030,— / sFr 132,—.
- Heft 159 **Ein System von Input-Output-Tabellen für die Bundesrepublik Deutschland — Konzeption, Erstellung, Auswertung.** Von Utz-Peter Reich, Reiner Stäglin, Carsten Stahmer unter Mitarbeit von Joachim Schintke und Wolfgang Eichmann. 324 S. 1995. (3-428-08394-6). DM 164,— / öS 1.280,— / sFr 164,—.
- Heft 160 **Auslandsinvestitionen ostasiatischer Länder in Europa und in der Bundesrepublik Deutschland.** Von Siegfried Schultz. 225 S. 1995. (3-428-08408-X). DM 132,— / öS 1.030,— / sFr 132,—.
- Heft 161 **Bisherige und künftige Versorgung der osteuropäischen Länder mit den Stahlveredlern Mangan, Chrom, Nickel und Molybdän.** Von Peter Eggert, Eberhard Wettig, Ilse Häusser, Aribert Kampe, Manfred Kraft, Jochen Parchmann, Helmut Schmidt und Gerhard Winkler. 364 S. 1995. (3-428-08609-0). DM 178,— / öS 1.389,— / sFr 178,—.

---

Herausgeber: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Königin-Luise-Str. 5, D-14195 Berlin  
Telefon (0 30) 89 789-0 — Telefax (0 30) 89 789-200

Präsident: Prof. Dr. Lutz Hoffmann.

Abschleiferkollegium: Dr. Heiner Flassbeck, Dr. Fritz Franzmeyer, Dr. Kurt Hornschild,  
Prof. Dr. Wolfgang Kirner, Prof. Dr. Eckhard Kutter, Dr. Rolf-Dieter Postlep, Dr. Wolfram Schreittl, Dr. Bernhard Seidel, Dr. Hans-Joachim Ziesing.

Präsident und Abschleifer sind gemeinsam für die wissenschaftliche Leitung verantwortlich.

Schriftleitung: Dr. Klaus Henkner, in Vertretung Kurt Geppert und Dr. Ulrich Weißenburger.

*Multimedia: Beschäftigungszunahme im Medien- und Kommunikationssektor vielfach überschätzt.* Bearbeitet von Wolfgang Seufert. —  
*Konsumnachfrage ohne Kraft.* Bearbeitet von Jochen Schmidt.

Verlag Duncker & Humblot GmbH, Carl-Heinrich-Becker-Weg 9, D-12165 Berlin, Telefon (0 30) 7 90 00 60.

Nachdruck und sonstige Verbreitung — auch auszugsweise — nur mit Quellenangabe zulässig.

Druck: ZIPPEL-Druck, Oranienburger Str. 170, D-13437 Berlin.

Bezugspreis für den Jahrgang DM 150,—, vierteljährlich DM 45,—, Einzelnummer DM 5,—.

Zuzüglich Versandkosten

ISSN 0012-1304