

Höglic



DEUTSCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG WOCHENBERICHT 32/97

Berlin

7. August 1997

64. Jahrgang

Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland

SECHZEHNTER BERICHT

Deutsches Institut für
Wirtschaftsforschung, Berlin

Institut für Weltwirtschaft
an der Universität Kiel

Institut für
Wirtschaftsforschung Halle

Das Bundesministerium für Wirtschaft hat 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 vor¹.

Lage und Perspektiven der ostdeutschen Wirtschaft im Sommer 1997

In den Jahren 1990 und 1991 ging die gesamtwirtschaftliche Produktion auf dem Gebiet der früheren DDR 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

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 DIW-Wochenberichten 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, 26/96 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.

An dieser Stelle wird eine gekürzte Fassung des Berichtes veröffentlicht. Die Langfassung würde den Rahmen eines Wochenberichtes sprengen. Sie ist nachzulesen in den Kieler Diskussionsbeiträgen Nr. 302/303 und in der Forschungsreihe des IWH Nr. 6/97.

Tabelle 1
Kennziffern zur wirtschaftlichen Entwicklung
in Ostdeutschland

1991 = 100

| | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|
| Bruttoinlandsprodukt | | | | | |
| — jeweilige Preise | 126 | 150 | 168 | 181 | 189 |
| — Preise von 1991 | 108 | 117 | 129 | 136 | 139 |
| Erwerbstätige | 87 | 85 | 86 | 87 | 86 |
| Produktivität ¹⁾ | 145 | 176 | 195 | 207 | 220 |

¹⁾ Bruttoinlandsprodukt (in jeweiligen Preisen) je Erwerbstätigen.
Quelle: Statistisches Bundesamt.

nur noch in schleppendem Tempo. Auch die Produktivität stieg zunächst überaus kräftig, nicht zuletzt, weil in großem Umfang Personal abgebaut wurde. Aufgrund des starken Anstiegs der Löhne sanken die Lohnstückkosten jedoch nur wenig. Derzeit sind die Lohnstückkosten der Unternehmen (ohne Wohnungsvermietung) in Ostdeutschland immer noch um reichlich ein Fünftel höher als in Westdeutschland.

1996 erreichte die Produktivität in den neuen Bundesländern erst 60 vH des westdeutschen Niveaus, die Einkommen aus unselbständiger Tätigkeit dagegen 72 vH². Die im Vergleich zur Produktivität recht hohen Löhne behindern den Aufbau einer neuen wirtschaftlichen Basis³. 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 sein⁴.

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 verschafft 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 sie inzwischen aus verschiedenen Gründen immer weniger spielen. Dennoch wird sie eine starke Stütze bleiben. Denn auch bei einer weiteren Einschränkung der Bautätigkeit bleibt die Bau-

produktion 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

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 Bruttoinlandsproduktes 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.

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 die Zahl der Mitarbeiter in den letzten Jahren erheblich 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 sind⁵.

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.

Die ostdeutsche Wirtschaft in der überregionalen Arbeitsteilung

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 (vgl. Neunter Bericht). 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 Abnehmern in den alten Bundesländern; ein Fünftel

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.

Tabelle 2

Regionale Verteilung der Umsätze der ostdeutschen Industrie 1994 und 1996

| | Vom gesamten Umsatz entfallen ... vH auf die jeweilige Region | | | | | Insgesamt |
|--|---|--------------------|--------------------|-----------|-----------------|-----------|
| | Nähere Umgebung | Übrige neue Länder | Übrige alte Länder | Osteuropa | Übriges Ausland | |
| | 1994 | | | | | |
| 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 in Besitz der Treuhandnacheinrichtungen | 24 | 40 | 23 | 8 | 5 | 100 |
| Alle Unternehmen | 19 | 33 | 30 | 7 | 11 | 100 |
| | 1996 | | | | | |
| 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 in Besitz der Treuhandnacheinrichtungen | 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.

der Umsätze ging ins Ausland. 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 wurden, die neu gegründet worden sind 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 bei einigen weniger bedeutenden Zweigen wie der Herstellung von kunstgewerblichen Erzeugnissen und von Spielwaren steht dagegen der Fernabsatz im Vordergrund.

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

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 erzielen. 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 auf lokalen Märkten aktiv sind, als auch derjenigen, die Kunden andernorts in den neuen Bundesländern beliefern, gegenüber 1994 abgenommen hat. 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 vH und 50 vH ihrer Produktion außerhalb Ostdeutschlands 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. 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 neuen 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 hat⁶. Danach ergibt sich, daß im Vergleich der Jahre 1994 und 1996 immerhin die Hälfte aller Unternehmen den Anteil des Absatzes 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 nicht⁷. 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 wer-

⁶ 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.

⁷ Zu diesen Unternehmen zählen auch diejenigen, die weder 1994 noch 1996 Lieferungen in die alten Bundesländer oder in das Ausland hatten.

Tabelle 3

Regionale Verteilung der Umsätze der ostdeutschen Industrie nach ausgewählten Industriezweigen 1994 und 1996

| Gewerbebranche | Vom gesamten Umsatz entfallen ... vH auf die jeweilige Region | | | | | Insgesamt |
|---------------------------------------|---|--------------------|--------------------|-----------|-----------------|-----------|
| | Nähere Umgebung | Übrige neue Länder | Übrige alte Länder | Osteuropa | Übriges Ausland | |
| | 1994 | | | | | |
| 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 |
| Gesamte Industrie | 19 | 33 | 30 | 7 | 11 | 100 |
| | 1996 | | | | | |
| 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 |
| Gesamte Industrie | 15 | 28 | 36 | 5 | 16 | 100 |

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

den: 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 zusammenfassen⁸.

Keine Zweifel gibt es über die grundlegenden Entwicklungstendenzen. Anders als der Binnenabsatz brach der Export nach der Wirtschafts-, Währungs- und Sozialunion zunächst nicht ein, da er mit hohen staatlichen Mitteln gestützt wurde. Ab dem Frühjahr 1991 ging der Export der

⁸ 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, seitdem nicht mehr. 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 Unterneh-

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 nach Westeuropa und nach Übersee den Rückgang bei den Lieferungen nach Osteuropa mehr als aus. 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 auch 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 aus ehemaligen Kombinatenerzeugnissen, großer und mittlerer Unternehmen 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 sowie 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. 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. Viele Unternehmen zahlen für die Präsenz auf überregionalen Märkten einen hohen Preis. So macht der größte Teil der Unternehmen mit Fernabsatz keine Gewinne.

Dies ist freilich ein generelles Problem in der ostdeutschen Industrie. Häufiger als die auf lokale Märkte orien-

tierten 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. 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. 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. Fast alle Unternehmen der Steine-und-Erden-Industrie beliefern die Bauwirtschaft, ein erheblicher Teil beliefert auch staatliche Stellen, Industrieunternehmen, den Baufachhandel oder Handelsketten (vor allem Baumärkte). Auch die Unternehmen der Holzbearbeitung und des Stahl- und Leichtmetallbaus haben die Bauwirtschaft als Hauptabnehmer. Häufigster

noch ⁸⁾

men — 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 Ausfuhr 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.

Tabelle 4

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

| 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 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 ¹⁾ | | | | | | | |
| 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 |

¹⁾ Mehrfachnennungen möglich.
Quelle: Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995.

Kunde des Stahl- und Leichtmetallbaus ist dagegen die Industrie.

Stark auf die Industrie ausgerichtet sind 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 Pappeverarbeitung. 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 die Zeitungsverlage) 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.

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 dar⁹. Von der Verfügbarkeit preisgünstiger Werkstoffe geht ein wichtiger Einfluß auf die Konkurrenzfähigkeit eines Unternehmens

⁹ In einer weiteren Abgrenzung umfaßt der Beschaffungsmarkt neben Vorprodukten auch finanzielle Mittel und den Produktionsfaktor Arbeit. Vgl. Mallok, J.: Engpässe in ostdeutschen Fabriken. Technikausstattung, Technikeinsatz und Produktivität. Berlin 1996, S. 123. — Das Hauptaugenmerk dieses Abschnittes liegt jedoch allein auf der Beschaffung der Vorprodukte, da die übrigen Komponenten bereits an anderer Stelle behandelt wurden, vgl. Vierzehnter Bericht.

aus¹⁰. 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* geringfügiger 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 volkswirt-

schaftlichen Gesamtrechnung, 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 (5,4 Prozentpunkte) besonders ausgeprägt. Zum anderen zeigen auch die — derzeit nur bis 1994 vorliegenden — Daten der Kostenstrukturstatistik für das verarbeitende Gewerbe eine höhere ostdeutsche Vorleistungsquote, 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 Prozentpunkten¹¹. In der Vergangenheit waren den genannten Quellen zufolge bei westdeutschen Unternehmen weitgehend konstante Vorleistungsquoten zu beobachten, während sie in den neuen Bundesländern 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.

Während in der volkswirtschaftlichen 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 Kostenstrukturanalyse¹² der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) hin, in

Tabelle 5
Vorleistungen¹⁾ nach Wirtschaftsbereichen in den neuen
und in den alten Bundesländern 1991 und 1995
in vH des Produktionswertes

| Wirtschaftsbereich | Neue Bundesländer | | Alte Bundesländer |
|-------------------------------------|-------------------|------|-------------------|
| | 1991 | 1995 | 1995 |
| Energie-, 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, Nachrichten | 60,8 | 59,4 | 48,1 |
| Dienstleistungsunternehmen | 47,0 | 39,7 | 34,3 |
| Unternehmen insgesamt | 70,5 | 64,8 | 62,4 |

¹⁾ Nach der Abgrenzung der VGR.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

¹⁰ Die hier synonym verwendeten Begriffe „Vorprodukte“, „Materialverbrauch“ und „Werkstoffe“ umfassen die Bezüge von Produktionsgütern, die im weiteren Produktionsprozeß eingesetzt werden (Rohstoffe inkl. Hilfs- und Betriebsstoffe, Halbfertig- und Fertigfabrikate). Davon abzugrenzen ist der weiter gefaßte Begriff der „Vorleistungen“ i.S. 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.

¹¹ Deutsche Bundesbank: Ertragslage und Finanzungsverhältnisse ostdeutscher Unternehmen im Jahre 1994. In: Monatsbericht Juli/1996.

¹² Die KfW faßt das Material, die bezogenen Waren und Leistungen zu einer Materialaufwandsquote zusammen.

Tabelle 6

**Zusammensetzung der Vorleistungen¹⁾
im Verarbeitenden Gewerbe²⁾ in den neuen
und in den alten Bundesländern 1994**
in vH des Bruttoproduktionswertes

| | Neue Bundesländer | Alte Bundesländer |
|---|-------------------|-------------------|
| Vorleistungen | 70,1 | 64,3 |
| davon: | | |
| 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 |

¹⁾ Nach der Abgrenzung der Kostenstrukturstatistik. —
²⁾ Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

der der untersuchte Unternehmensbestand nach Größenklassen unterteilt wird. In dieser Statistik sind die Unternehmen mit einem Umsatz über 50 Mill. DM nur in geringer Zahl vertreten, 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 bei den kleinen und mittleren Unternehmen die Materialquoten in Ost- und in Westdeutschland gleich groß sind.

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.

Tabelle 7

Vorleistungen¹⁾ in vH des Umsatzes nach Unternehmensgrößenklassen in den neuen und in den alten Bundesländern 1994

| Unternehmen mit einem Umsatz ... | Neue Bundesländer | Alte Bundesländer |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| unter 5 Mill. DM | 41,5 | 42,0 |
| 5 bis 50 Mill. DM | 55,8 | 55,4 |
| über 50 Mill. DM | 71,2 | 57,7 |

¹⁾ Nach Abgrenzung der KfW.

Quelle: Kreditanstalt für Wiederaufbau.

Die höheren Vorleistungsanteile können verschiedene Ursachen haben:

- Weisen ostdeutsche Unternehmen eine geringere Fertigungstiefe auf als westdeutsche, so kann allein dies zu einer höheren Vorleistungsquote führen. Darauf weisen Ergebnisse von Unternehmensbefragungen hin¹³. Eine Verringerung der Fertigungstiefe aufgrund eines Gewinnmaximierungskalküls der Unternehmen hat in der Regel Spezialisierungsgewinne zur Folge und kann prinzipiell positiv beurteilt werden. Ob dies auch in Ostdeutschland immer der Fall ist, läßt sich schwer sagen. Die Aufspaltung der ehemaligen Treuhand-Betriebe kann mitunter zu suboptimalen Strukturen geführt haben. Hierauf mögen die relativ hohen Materialquoten bei großen Unternehmen in Ostdeutschland hindeuten.
- Es mag auch sein, daß in Ostdeutschland wertschöpfungsarme Produktionen ein vergleichsweise hohes Gewicht haben. Dies impliziert ebenfalls verhältnismäßig hohe Vorleistungsquoten.
- 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 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 Warenbezug aus der eigenen Branche¹⁴. Ein eindeutiger Einfluß auf die Materialquote des verarbeitenden Gewerbes geht jedoch von der höheren Energieintensität der ostdeutschen Industrieunternehmen aus.
- 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 Ausschußquo-

¹³ Vgl. Fritsch, M.: Die ostdeutsche (Maschinenbau-)Industrie im Transformations- und Globalisierungsprozeß. In: Institut für Wirtschaftsforschung Halle (Hrsg.), Tagungsband „Innere und äußere Integration der deutschen Wirtschaft“ (erscheint in Kürze).

¹⁴ Vgl. Kraßnig, P.: Ergebnisse der Material- und Wareneingangserhebung im Bergbau und im verarbeitenden Gewerbe 1994. In: Wirtschaft und Statistik, Nr. 11/96.

ten dort nicht wesentlich von denen in der westdeutschen Industrie abweichen¹⁵.

- 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 Herstellern¹⁶. Dieser Unterschied dürfte sich seitdem noch nicht vollständig zurückgebildet haben. Dadurch ergibt sich *ceteris paribus* ein geringerer Bruttoproduktionswert und entsprechend eine höhere Materialquote der ostdeutschen Unternehmen.
- Es gibt schließlich Hinweise darauf, daß ostdeutsche Unternehmen für Vorleistungen höhere Preise zu zahlen haben als westdeutsche¹⁷. 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. Desweiteren 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 gestellt¹⁸. Diese Bezugsstrukturen hatten sich schon zu Beginn des Transformationsprozesses aufgrund des schlechteren Preis-Leistungs-Verhältnisses ostdeutscher Vorprodukte bzw. des Fehlens ostdeutscher Vorleistungsproduzenten herausgebildet¹⁹. Da die Möglichkeiten ostdeutscher Unternehmen eingeschränkt sind, höhere Vorleistungspreise auf die Produktpreise zu überwälzen, ergeben sich zwangsläufig höhere Vorleistungsquoten.

Für in Ostdeutschland höhere Vorleistungsquoten gibt es also eine Vielzahl von Gründen. Welche Bedeutung den einzelnen Ursachen beizumessen ist, kann aufgrund der vorliegenden Daten nicht geklärt werden. Festzuhalten bleibt, daß in ostdeutschen Unternehmen mitunter 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, relativ ungünstiger Verhandlungsposition gegenüber den 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

Daß die ostdeutschen Unternehmen sich auf den Beschaffungsmärkten wesentlich stärker überregional orientieren, 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 werden²⁰. Wegen der Stilllegung vieler Produktionen oder der Veränderung von Produktlinien mußten die ostdeutschen Unternehmen oftmals auf westdeutsche Vorleistungsanbieter ausweichen. Aufgrund einer eingeschränkten regionalen Verfügbarkeit von Vorleistungen²¹ 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 IWH-Umfrage im Juli 1996 ergab, daß die Unternehmen Vorprodukte zu ungefähr gleichen Teilen aus Ost- und

¹⁵ Vgl. Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit: Produktionsstrukturen in der Investitionsgüterindustrie Sachsens — ein Vergleich mit den alten und neuen Bundesländern. Dresden 1996.

¹⁶ 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 allgemeine Schlußfolgerungen insofern erschwert sind. Vgl. Mallok, a.a.O., S. 129.

¹⁷ 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. Vgl. Mallok, a.a.O.

¹⁸ Vgl. Mallok, a.a.O.; Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit, a.a.O., S. 10.

¹⁹ Vgl. Mallok, a.a.O.; Eickelpasch, Alexander u.a.: 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 des DIW im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Brandenburg. Berlin 1996 (als Manuskript vervielfältigt), S. 55.

²⁰ Vgl. Eickelpasch, Alexander u.a., a.a.O.

²¹ Zwar hatten 1995 ostdeutsche Produzenten von Vorleistungsgütern (in der Abgrenzung der WZ 93) mit rund 48 vH am Inlandsumsatz ostdeutscher Industriebetriebe einen gleich hohen Anteil wie westdeutsche Vorleistungsproduzenten 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, Metallherstellung), waren es in Ostdeutschland 23 Prozentpunkte. Entsprechend geringer ist der Anteil der regional verfügbaren Vorleistungen für andere Branchen.

Tabelle 8

Regionale Struktur der Bezüge von Vorprodukten und Dienstleistungen ostdeutscher Industrieunternehmen im 1. Halbjahr 1996

| | Herkunftsregion | | | Nachrichtlich: Anzahl der Unternehmen |
|--|--|-------------------|---------|--|
| | Neue Bundesländer | Alte Bundesländer | Ausland | |
| | ... vH der Unternehmen ¹⁾ bezogen Vorprodukte ²⁾ | | | |
| <i>Vorprodukte</i> | 43 | 44 | 14 | 216 |
| Art der Vorprodukte | | | | |
| Grundstoffe ³⁾ | 45 | 38 | 16 | 145 |
| Halbfabrikate ³⁾ | 42 | 45 | 12 | 144 |
| Fertigteile ³⁾ | 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 |
| Treuhand-Unternehmen | 29 | 34 | 37 | 7 |
| Unternehmen nach Entstehung | | | | |
| Privatisierte Unternehmen | 43 | 44 | 13 | 174 |
| Neugründungen | 47 | 44 | 9 | 26 |
| Unternehmen nach Größe | | | | |
| 1 bis 49 Beschäftigte | 45 | 46 | 9 | 79 |
| 50 bis 99 Beschäftigte | 42 | 45 | 14 | 53 |
| 100 bis 249 Beschäftigte | 46 | 39 | 15 | 55 |
| 250 und mehr Beschäftigte | 38 | 47 | 15 | 29 |
| <i>Dienstleistungen</i> | 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 |
| Treuhand-Unternehmen | 87 | 13 | 0 | 7 |
| Unternehmen nach Entstehung | | | | |
| Privatisierte Unternehmen | 82 | 15 | 3 | 160 |
| Neugründungen | 89 | 11 | 0 | 21 |
| Unternehmen nach Größe | | | | |
| 1 bis 49 Beschäftigte | 91 | 9 | 0 | 73 |
| 50 bis 99 Beschäftigte | 87 | 10 | 3 | 42 |
| 100 bis 249 Beschäftigte | 77 | 18 | 2 | 48 |
| 250 und mehr Beschäftigte | 81 | 17 | 2 | 33 |

¹⁾ Unternehmen gewichtet mit der Zahl ihrer Beschäftigten. — ²⁾ Nur Grundstoffe, Halbfabrikate und Fertigteile. —
³⁾ Mehrfachnennungen möglich.
Quelle: Umfragen des IWH vom Juli 1996.

Westdeutschland bezogen, ein Siebtel stammte aus dem Ausland²². 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

erkennbar, daß sich die regionale Verteilung nicht wesentlich verändert hat. 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. Vgl.: Bedeutung westeuropäischer Märkte nimmt für ostdeutsche Industrie zu. Ergebnisse der Unternehmensbefragung des IWH im verarbeitenden Gewerbe Ostdeutschlands vom Jahr 1996 (als Manuskript vervielfältigt).

²² In der IWH-Industrienumfrage wird seit 1994 nach dem Produktionsort der direkt bezogenen Vorprodukte gefragt. Daraus ist

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 IWH-Umfrage²³.

Unternehmen des Grundstoff- und Produktionsgütergewerbes sowie des Verbrauchsgütergewerbes beschaffen in einem geringeren Ausmaß Produkte aus den neuen Bundesländern 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 den neuen Ländern 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 zugrunde liegenden Stichprobe der IWH-Umfrage zusammenhängen. Eine Befragung in der sächsischen Investitionsgüterindustrie ergab im Gegensatz dazu, daß drei Viertel der Vorleistungen überregional bezogen wurden²⁴.

Eine Differenzierung der befragten Unternehmen (ohne Unternehmen der Treuhand-Nachfolgesellschaften) nach den Eigentumsverhältnissen zeigt, daß die Bezugsstrukturen sich auch in Abhängigkeit von den Besitzverhältnissen 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 gleichgroßen 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 in ausländischem Eigentum beziehen einen höheren Anteil der Dienstleistungen aus den alten Bundesländern und dem Ausland. Ähnlich wie bei den Vorprodukten beschaffen neugegründete und kleinere Unternehmen Dienstleistungen bevorzugt aus den neuen Bundesländern. 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 wurden²⁵.

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 ihre Anstrengungen auf die Umstrukturierung der Produktions- und der Absatzseite konzentriert 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 wurden²⁶. 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.

Preissetzungsverhalten, Kostenniveau und Marktanteile

Unternehmen stehen grundsätzlich zwei Wege offen, ihre Marktanteile zu erhöhen²⁷:

- 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, 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 sich zweitens anschicken, die Preisführerschaft zu übernehmen. 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 produzie-

²³ Vgl. Eickelpasch, Alexander u.a., a.a.O. S. 50.

²⁴ Vgl. Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit, a.a.O., S. 10.

²⁵ Vgl. Eickelpasch, Alexander u.a., a.a.O., S. 47.

²⁶ 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. Vgl. Barjak, F.: Wirtschaftliche Lage und Wirtschaftsförderung an der deutsch-polnischen Grenze. In: *Wirtschaft im Wandel*, Nr. 7/97.

²⁷ Vgl. Porter, M. E.: *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*. New York 1985.

ren 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 erfolgversprechende 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 Warenpräsentation 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.

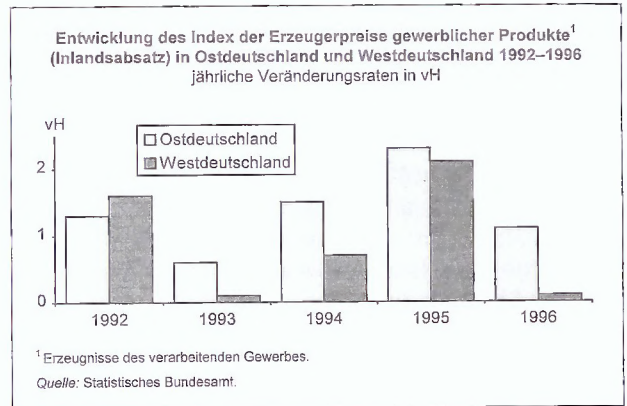
Preisniveau und Preisentwicklung bei Industriegütern aus ostdeutscher Produktion

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 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 ermittelt²⁸.

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 Jahre 1995 für die Tonne Bausand und Kies zur Herstellung von Beton nur 9,53 DM und damit 2,23 DM weniger als westdeutsche Produzenten. 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 mitunter 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.

Abbildung 1



Noch mehr Vorsicht ist beim Zeitvergleich geboten, wenn Durchschnittswerte für 1991 und 1995 gegenübergestellt werden. Denn etwaige Veränderungen können in erheblichem Maße auf Veränderungen in der Zusammensetzung des Güterbündels beruhen²⁹. 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.

Daß alles in allem bislang kein großer Spielraum für Preisanpassungen nach oben bestand, zeigt auch die Entwicklung beim Index der Erzeugerpreise für gewerbliche Produkte³⁰. Der Index ist im Zeitraum von 1991 bis 1996 in Ostdeutschland um insgesamt 6 1/2 vH und damit nur um 2 Prozentpunkte stärker als in Westdeutschland gestiegen.

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 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.

Tabelle 9

Werksabgabepreise (Durchschnittswerte) ausgewählter Erzeugnisse nach Regionen 1991 und 1995

| Erzeugnisse | 1991 | | Erzeugnisse | 1995 | |
|---|-------------------|------------------|--|-------------------------------|--------------------|
| | Durchschnittswert | | | Durchschnittswert | |
| | Ost-deutschland | West-deutschland | | Ost-deutschland ¹⁾ | Gesamt-deutschland |
| 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 ^{2),3)} | 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 ²⁾ | 3 319,72 |
| Trockentransformatoren über 0,010 bis 1 kVA (Stück) | 13,39 | 15,41 | Andere Transformatoren kleiner als 1 kVA (Stück) | 10,09 ³⁾ | 7,95 |
| Niederspannungsschaltfelder, -schränke und -tafeln unter 1000 V mit fest eingebauten Geräten (Stück) | 1 876,70 | 1 960,77 | Steuerschränke und Energieverteilungseinrichtungen unter 1000 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 ⁴⁾ | 3 701,16 |
| Alkydharzlacke (Tonnen) | 5 203,65 | 6 875,76 | Anstrichfarben und Lacke auf der Grundlage von Alkydharzen, lufttrocknend (Tonnen) | 4 509,95 ⁴⁾ | 6 531,99 |
| Säge-, Hobel- etc. Holzspäne (Tonnen) | 11,92 | 30,15 | Nadelholz in Plättchen- oder Schnitzelform, Hackschnitzel (Tonnen) | 13,84 ^{2),4)} | 71,00 |
| Tapeten aus Papier (Rolle) | 4,19 | 5,43 | Ordner, Schnellhefter, Einbände, Aktendeckel (Tonnen) | 4 768,20 ²⁾ | 4 748,57 |
| Stoff für Herren und Knabenoberbekleidung, auch für Herrenberufskleidung 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% bis 6%, 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 ²⁾ | 3 088,65 |
| Zigaretten (1000 Stück) | 13,57 | 32,56 | Natürliches Mineralwasser (Liter) | 0,43 ⁴⁾ | 0,46 |

¹⁾ Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen. — ²⁾ Brandenburg. — ³⁾ Mecklenburg-Vorpommern. — ⁴⁾ Sachsen.
Quellen: Statistisches Bundesamt; Statistische Berichte verschiedener Statistischer Landesämter; Berechnungen des IfW.

Dabei muß berücksichtigt werden, daß Anfang der neunziger Jahre ostdeutsche Hersteller ums Überleben kämpften. Damals mußten sie vielfach ihre Erzeugnisse unter Einstandspreisen verkaufen³¹. Erst seit 1993 sind sie wieder in der Lage, Boden gutzumachen.

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.

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.

Tabelle 10

Index der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte (Inlandsabsatz)
in Ostdeutschland und in Westdeutschland 1992 und 1996

| Erzeugnisklasse | 1992 | | 1996 | |
|---|----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| | Ostdeutschland | Westdeutschland | Ostdeutschland | Westdeutschland |
| Erzeugnisse des verarbeitenden Gewerbes insgesamt | 101,3 | 101,6 | 106,7 | 104,5 |
| darunter: | | | | |
| 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 -metallhalbzeuge | 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 |
| Baumaschinen 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.

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 Erzeugnisgruppen³², ist sie erkennbar. Bei Grundstoff- und Produktionsgütern, bei Verbrauchsgü-

tern sowie bei Ernährungsgütern, die zum Teil nur lokal oder regional abgesetzt werden, 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 ist das Bild aber uneinheitlich. 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

³² Der Index der Erzeugerpreise für gewerbliche Produkte wird weiterhin noch in der bisherigen Klassifikation nachgewiesen.

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, 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. 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 deshalb schwer zu sagen, was Ursache und was Wirkung ist. So rührt die im ganzen schwache Marktposition ostdeutscher Industrieunternehmen vordergründig betrachtet zwar aus

Tabelle 11

Anteile der ostdeutschen Industrie am gesamten deutschen Markt und die relative Preisentwicklung ihrer Güter gegenüber der westdeutschen Industrie

| Gewerbebezug | Marktanteile (in vH) ostdeutscher Unternehmen am gesamtdeutschen Markt ¹ 1994 | Erzeugnisgruppen | Relative Preisentwicklung ² 1996 gegenüber 1991 |
|--|--|--|--|
| Gew. und Verarb. 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 | Kunststoffzeugnisse | 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 |
| Bekleidungsindustrie | 1,5 | Feinmechanische und optische Erzeugnisse, Uhren | 0,88 |

¹ Inlandsumsatz deutscher Unternehmen zuzüglich Importe. — ² Preisindex Ostdeutschland/Preisindex Westdeutschland.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IfW.

Angebotsdefiziten. Das erschwert es ihnen, auskömmliche, oder zumindest 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 Umstrukturierungsmaßnahmen. 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

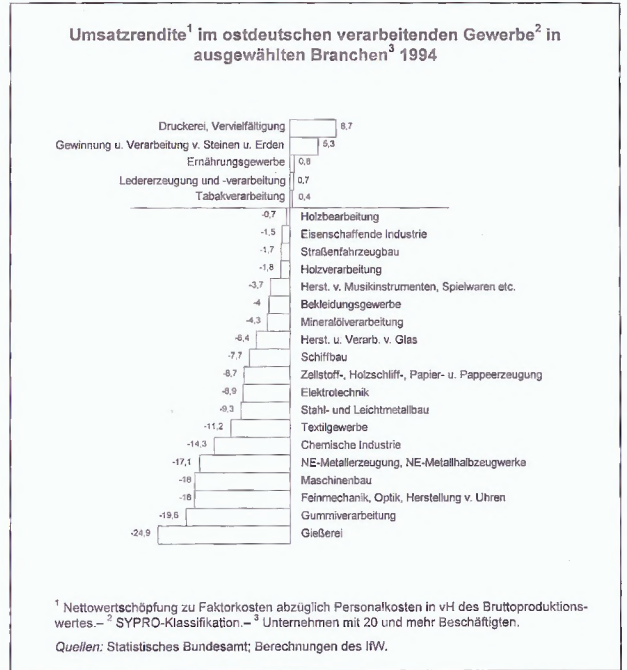
Die insgesamt schwache Marktposition muß sich letztlich in der Gewinn- und Verlustrechnung niederschlagen. Wo der Markt die volle Überwälzung der Kosten nicht zuläßt, und das trifft für einen sehr großen Teil der ostdeutschen Unternehmen noch immer zu, kann es nicht ausbleiben, daß rote Zahlen geschrieben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

Es überrascht nicht, daß die Investitionsgüterbranchen — bis auf den Straßenfahrzeugbau — sich allesamt in der unteren Hälfte der Rangskala wiederfinden. In diesen Branchen haben ostdeutsche Unternehmen mehr als anderswo mit Absatzproblemen zu kämpfen und folglich auch kaum

Abbildung 2



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 wohl 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 Produktführerschaft und die Preisführerschaft, erreichen.

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 abzugangen.

Konzentration auf Standardgüter mit regionalem Absatz

Hinweise auf die Spezialisierung ostdeutscher Unternehmen liefert die amtliche Produktionsstatistik³³. Faßt man die hergestellten Produkte nach bestimmten Kriterien

³³ Vgl. auch Horbach, J. und Ragnitz, J.: Wachstum und Schrumpfung: Sektoraler Strukturwandel. In: Pohl, R. (Hrsg.), Herausforderung Ostdeutschland. Halle 1995.

Tabelle 12

Produktionsstrukturen in Ostdeutschland und Westdeutschland nach Güterklassen 1995

Strukturanteile in vH

| Gewerbebezug | | Überregionale Handelbarkeit | | | Bauorientierung | | Technologiegehalt | | |
|-----------------------------------|---------------------|-----------------------------|--------|--------|-----------------|---------|-------------------|--------|------|
| | | leicht | mittel | schwer | baunah | baufern | niedrig | mittel | hoch |
| Ostdeutschland = O | Westdeutschland = W | | | | | | | | |
| Steine und Erden, sonstige | O | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 96,7 | 3,3 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Bergbauerzeugnisse | W | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 93,6 | 6,4 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Ernährungsgüter, | O | 0,0 | 72,4 | 27,6 | 0,0 | 100,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Tabakwaren | W | 0,0 | 77,3 | 22,7 | 0,0 | 100,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Textilien, Bekleidung, Leder und | O | 0,0 | 90,6 | 9,4 | 0,0 | 100,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Lederwaren | W | 0,0 | 90,3 | 9,1 | 0,0 | 100,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Holz, Papier, Verlagszeugnisse | 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- | O | 0,0 | 24,4 | 75,6 | 94,1 | 5,9 | 99,8 | 0,2 | 0,0 |
| Erzeugnisse | 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, Nachrichten- | O | 67,7 | 32,3 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,1 | 41,8 | 58,1 |
| technik | W | 70,5 | 29,5 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,2 | 56,3 | 43,5 |
| Medizin-, meß-, regelungstechni- | O | 44,2 | 55,8 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 1,2 | 44,2 | 54,5 |
| sche Erzeugnisse, optische | W | 17,5 | 82,5 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,2 | 17,5 | 82,4 |
| Erzeugnisse, Uhren | | | | | | | | | |
| Kraftwagen und -teile, sonstige | O | 27,2 | 72,8 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 16,6 | 82,7 | 0,7 |
| Fahrzeuge | W | 26,5 | 73,5 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 3,2 | 93,0 | 3,8 |
| Erzeugnisse des verarbeitenden | O | 10,3 | 67,8 | 21,9 | 18,5 | 81,5 | 70,0 | 26,2 | 3,9 |
| Gewerbes insgesamt | W | 14,5 | 72,0 | 13,5 | 11,3 | 88,7 | 53,6 | 39,8 | 6,6 |

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

zusammen, so fallen drei charakteristische Eigenheiten ins Auge: Von vergleichsweise großer Bedeutung sind in den neuen Ländern Produkte, die infolge hoher produkt-spezifischer 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 vergleichs-weise geringes technologisches Niveau³⁴ aufweisen. Dies korrespondiert mit Überlegungen zur Sektorstruktur der ostdeutschen Wirtschaft: Baunahe Wirtschaftszweige und auf regionale Märkte ausgerichtete Branchen haben dort ein höheres Gewicht als in Westdeutschland³⁵.

Die Ursachen für die Spezialisierung ostdeutscher Unternehmen auf unterdurchschnittlich handelbare und auf 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

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.

³⁵ Vgl. Ragnitz, J.: Spezialisierungsmuster in der ostdeutschen Industrie. In: Wirtschaft im Wandel, Nr. 6/95.

öffentliche Förderung sind der Ausbau der Infrastruktur, die Modernisierung des Wohnungsbestandes und die Errichtung von Gewerbegebäuden 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 hat³⁶.

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 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 herstellen, da sie hier am ehesten Wettbewerbsvorteile gegenüber Konkurrenten aus Ländern mit niedrigeren Löhnen 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 war³⁷.

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 nicht-preislichen Wettbewerbsfähigkeit, die potentielle Kunden auf Produkte anderer Hersteller ausweichen läßt. 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 Westen³⁸. Von den Herstellern selbst wird jedenfalls darin nicht der entscheidende Grund für Absatzprobleme gesehen: Nach einer Umfrage des IWH bei ostdeutschen MBO-Unternehmen³⁹ 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, Mängel bei der eigenen Leistungsfähigkeit unterzubewerten und 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 Angebotsspektrums 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, was darauf hindeutet, daß ostdeutsche Unternehmen die sich hier 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.

³⁶ Vgl. Horbach, J. und Ragnitz, J., a.a.O., S. 245.

³⁷ Vgl. Holst, K.: Technologisches Spezialisierungsmuster des verarbeitenden Gewerbes: Ein innerdeutscher Vergleich. In: *Wirtschaft im Wandel*, Nr. 7/97.

³⁸ Vgl. Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsschritte in Ostdeutschland. Vierzehnter Bericht.

³⁹ Vgl. Barjak, F. u.a.: Management-Buy-Outs in Ostdeutschland. In: *IWH-Sonderheft Nr. 2/96*.

Anpassungsstrategien der Unternehmen

Ostdeutsche Unternehmen haben sich in der Vergangenheit durchaus aktiv um eine Modernisierung des Produktspektrums bemüht. Das zeigen jedenfalls die Ergebnisse des Mannheimer Innovationspanels, die sich allerdings auf das Jahr 1993 beziehen⁴⁰. Danach erzielen Unternehmen in den neuen Bundesländern nach eigener Einschätzung trotz geringer FuE-Aktivitäten — und zwar in allen Branchen — einen höheren Anteil ihres Umsatzes mit Produkten, die „neu“ oder „verbessert“ sind, als westdeutsche Unternehmen. 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 Vereinheit-

lichung 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. Die Anstrengungen ostdeutscher Unternehmen richten sich in hohem Maße auf eine Verschlinkung der Produktpalette — stärker noch als bei westdeutschen Betrieben. Dies deutet auf eine Dominanz des Zieles 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 — unter anderem eine Folge des geringen Grades an Arbeitsteilung in der DDR-Wirtschaft. Insoweit mag sich die Situation heute etwas anders darstellen.

⁴⁰ Die Daten des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim, wurden vom IWH gesondert ausgewertet.

Tabelle 13

Struktur des Umsatzes nach dem Neuerungsgehalt ihrer Produkte in Ostdeutschland 1993
in vH der Umsätze

| Gewerbe­zweig | | ... vH des Umsatzes entfallen auf | | |
|---|---|-----------------------------------|----------------------|-----------------------|
| | | neue Produkte | verbesserte Produkte | unveränderte Produkte |
| Ostdeutschland = O | | | | |
| Westdeutschland = W | | | | |
| 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 |
| Verarbeitendes Gewerbe insgesamt | O | 30,5 | 34,2 | 35,4 |
| | W | 23,5 | 30,7 | 45,8 |

Quellen: Mannheimer Innovationspanel 1993; Berechnungen des IWH.

Tabelle 14

Innovationsziele von Unternehmen in Ostdeutschland und Westdeutschland 1993
Bewertungsskala von 1 (unbedeutend) bis 6 (sehr wichtig)

| Gewerbebranche | | Spezialisierung der Produktpalette | Verbreiterung der Produktpalette | Absatz in Osteuropa | Absatz in der EG | Umweltfreundlichkeit | Reduktion von Lohnkosten |
|---|---|------------------------------------|----------------------------------|---------------------|------------------|----------------------|--------------------------|
| Ostdeutschland = O Westdeutschland = W | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| 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 Kunststoffwaren | 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 Metallerzeugnissen | 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, Instrumentenbau | 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 |

Quellen: Mannheimer Innovationspanel 1993; Berechnungen des 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.

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 zeigen⁴¹, 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

⁴¹ Vgl. Schmidt, K.-D.: Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in International Business: A Survey of Recent Literature. In: Kiel Working Papers, Nr. 721.

Tabelle 15

Verteilung der Betriebe und der Beschäftigten im Bergbau und im verarbeitenden Gewerbe 1991 und 1994

| Betriebe mit ... Beschäftigten | Ostdeutschland | | | | Westdeutschland | | | |
|---|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|
| | 1991 ¹⁾ | | 1994 ¹⁾ | | 1991 ¹⁾ | | 1994 ¹⁾ | |
| | Betriebe | Beschäftigte | Betriebe | Beschäftigte | Betriebe | Beschäftigte | Betriebe | Beschäftigte |
| | Struktur in vH | | | | | | | |
| 1 — 19 | 11,8 | 0,6 | 13,1 | 1,6 | 11,6 | 0,7 | 11,7 | 0,9 |
| 20 — 49 | 28,4 | 4,2 | 43,2 | 14,8 | 37,6 | 7,7 | 39,2 | 8,8 |
| 50 — 99 | 21,5 | 6,8 | 22,8 | 16,7 | 21,8 | 9,5 | 21,5 | 10,4 |
| 100 — 199 | 16,8 | 10,7 | 12,4 | 18,2 | 13,5 | 11,8 | 13,5 | 13,0 |
| 200 — 499 | 12,8 | 17,5 | 6,1 | 19,0 | 9,9 | 18,9 | 9,3 | 19,7 |
| 500 — 999 | 4,5 | 14,0 | 1,6 | 11,4 | 3,3 | 14,0 | 3,0 | 14,0 |
| 1000 und mehr | 4,3 | 46,1 | 0,9 | 18,3 | 2,2 | 37,2 | 1,9 | 33,3 |
| Insgesamt | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Nachrichtlich: Beschäftigte je Betrieb | 223 | | 95 | | 160 | | 145 | |

¹⁾ Jeweils Ende September.
Quelle: Statistisches Bundesamt.

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, obwohl viele ihr Personal aufstocken konnten, geblieben. 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 drei Jahre weiter zurück. 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 noch eine ganz andere: 223 zu 160. In diesen Zahlen spiegelt sich in erster Linie das Schrumpfen der ostdeutschen Großbetriebe. 1991 war in den neuen Bundesländern noch fast die Hälfte der

Beschäftigten in Betrieben mit 1000 und mehr Beschäftigten tätig, 1994 war es nicht einmal mehr ein Fünftel.

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. 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. Beim Umsatz waren die Unterschiede noch größer. Inzwischen hat die Industrie in Ostdeutschland einen ausgesprochenen Kleinbetrieblichen Charakter.

Während in Westdeutschland im Branchenquerschnitt eine positive Korrelation zwischen Betriebsgröße und Handelsintensität besteht, ist in Ostdeutschland das Bild recht diffus. 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.

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. 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 reichlich 40 vH eine beachtliche Höhe. Allerdings: Diese Unternehmen haben 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.

Tabelle 16

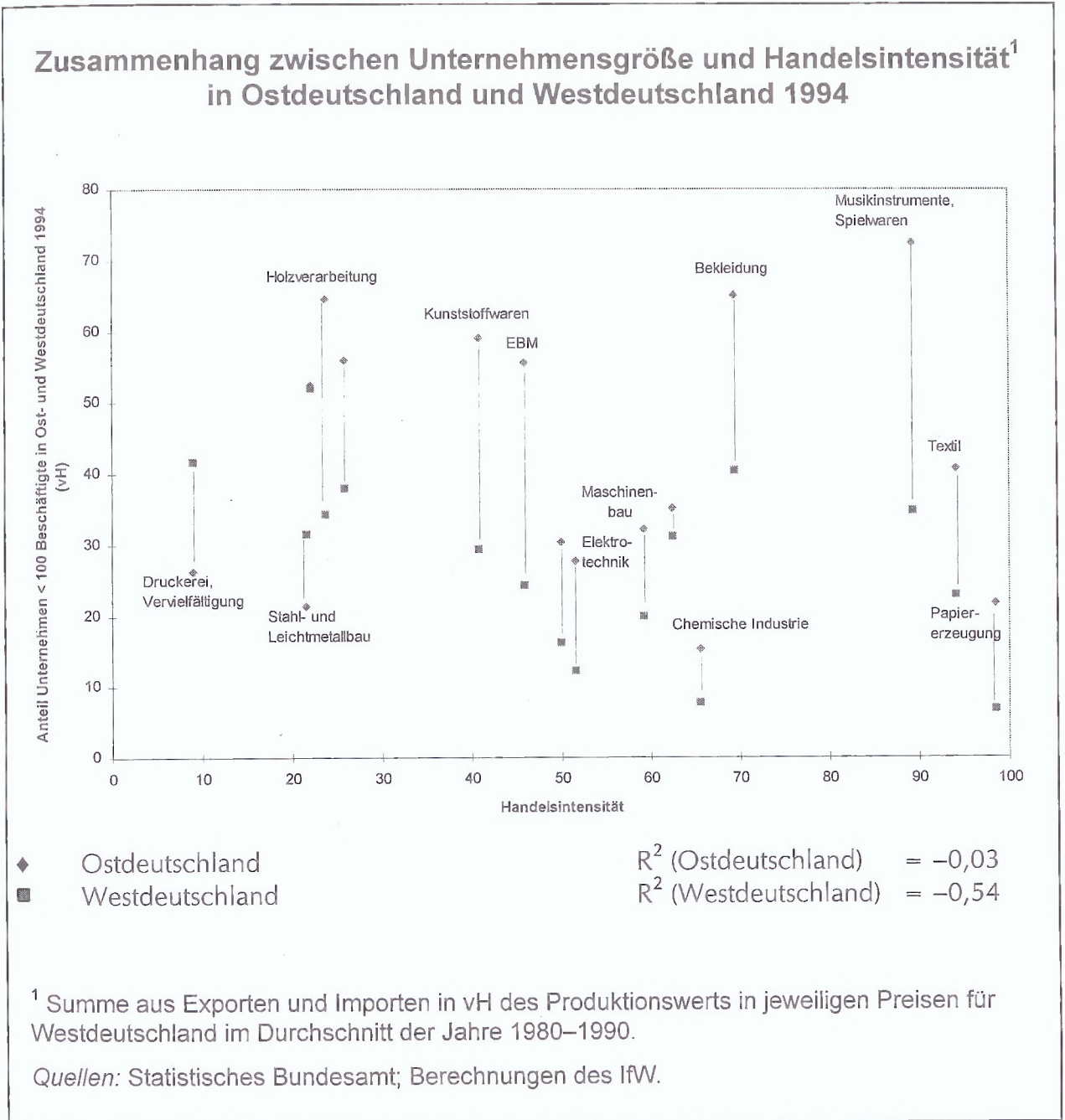
Beschäftigte und Umsatz je Betrieb in Zweigen des verarbeitenden Gewerbes in Ostdeutschland und in Westdeutschland 1994

| | Ostdeutschland | | | | Westdeutschland | | | |
|--|--------------------------------------|------------------------------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|---|------------------------------------|
| | Alle Betriebe | | darunter: Betriebe mit 500 und mehr Beschäftigten | | Alle Betriebe | | darunter: Betriebe mit 500 und mehr Beschäftigten | |
| | Beschäftigte ¹⁾ (Zahl) | Umsatz ²⁾ (Mill. DM) | Beschäftigte ¹⁾ (Zahl) | Umsatz ²⁾ (Mill. DM) | Beschäftigte ¹⁾ (Zahl) | Umsatz ²⁾ (Mill. DM) | Beschäftigte ¹⁾ (Zahl) | Umsatz ²⁾ (Mill. DM) |
| Verarbeitendes Gewerbe insgesamt | 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 und 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 | . | . |
| Herstellung und Verarbeitung von Glas | 96 | 1,4 | . | . | 178 | 3,7 | . | . |
| Herstellung von 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- und Genussmittelgewerbe | 84 | 2,2 | 680 | 30,5 | 110 | 4,4 | 857 | 43,6 |

1) Ende September. — 2) Im September.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IfW.

Abbildung 3



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 vH auf 36 vH und der Absatz ins Ausland von 18 vH 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.

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 entfiel, 1996 gegenüber 1994 von im Durchschnitt 18 vH auf 20 vH und bei den Unternehmen mit 500 und

Tabelle 17

Regionale Verteilung der Umsätze ostdeutscher Industrieunternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen 1994 und 1996

| | Unternehmen mit ... Beschäftigten | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|------|-------|------|-------|------|-------|------|---------|------|---------|------|--------------|------|
| | 1—9 | | 10—19 | | 20—49 | | 50—99 | | 100—199 | | 200—499 | | 500 und mehr | |
| | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 |
| Vom gesamten Umsatz entfielen ... vH ... | | | | | | | | | | | | | | |
| auf die nähere Umgebung ¹⁾ | 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 |
| Insgesamt | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Nachrichtlich: Verteilung der Unternehmen in der Stichprobe (in vH) | · | 19 | · | 19 | · | 31 | · | 17 | · | 9 | · | 4 | · | 1 |

¹⁾ Absatzradius 30 km.
Quelle: Umfragen des DIW vom Frühjahr 1995 und Sommer 1996.

mehr Beschäftigten sogar von 31 vH auf 48 vH gestiegen. 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.

Nach einer Untersuchung des Instituts für Marktforschung, Leipzig, 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 Handel⁴². 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. 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. Als Hauptursachen für die Schwierigkeiten werden (in absteigender Reihenfolge) bestehende langjährige Geschäftsbeziehungen potentieller Kunden zu anderen Lieferanten, mangelnder Bekanntheitsgrad des 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 Möbeln vertreten).

Die Befunde des IfM werden durch Ergebnisse der Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995 gestützt. Danach tun

⁴² Vgl. Institut für Marktforschung, Leipzig: Stand und Perspektiven der absatzwirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ostdeutscher Produzenten. Teilstudie: Befragung des Handels. Leipzig 1995.

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.

Schlußfolgerungen: Nur geringe Handlungsmöglichkeiten für die Wirtschaftspolitik

Die Schwächen ostdeutscher Unternehmen beim überregionalen Absatz sind nicht zu übersehen. Immerhin

Tabelle 19
Industriegüterhersteller¹⁾ in Ostdeutschland mit Absatzbeziehungen zu Großunternehmen nach der Unternehmensgröße und der Art ihrer Erzeugnisse Ende 1994

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

¹⁾ Ausgewählte Unternehmen, die ihren Vertrieb eigenständig organisieren, in den Branchen Porzellan/Glas/Keramik, Möbel, Textil/Bekleidung und Elektrotechnik.
Quelle: Institut für Marktforschung, Leipzig.

stimmt es hoffnungsfroh, und hierfür gibt es untrügliche Anzeichen, daß ostdeutsche Unternehmen ihre Marktan-

Tabelle 18

Verteilung ostdeutscher Industrieunternehmen nach dem Schwerpunkt ihrer Umsätze und nach Beschäftigtengrößenklassen 1994 und 1996
 Struktur in vH

| | Unternehmen mit ... Beschäftigten | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|------|-------|------|-------|------|-------|------|---------|------|---------|------|--------------|------|
| | 1-9 | | 10-19 | | 20-49 | | 50-99 | | 100-199 | | 200-499 | | 500 und mehr | |
| | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 | 1994 | 1996 |
| Vom gesamten Umsatz entfielen ... | | | | | | | | | | | | | | |
| 75 vH auf die nähere Umgebung ¹⁾ und der Rest auf die neuen Bundesländer auf die alten Bundesländer und auf das Ausland | 31 | 28 | 19 | 13 | 10 | 11 | 7 | 11 | 7 | 6 | 3 | 4 | 11 | 4 |
| 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 |
| Insgesamt | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Nachrichtlich: Verteilung der Umsätze in der Stichprobe (in vH) | . | 1 | . | 3 | . | 11 | . | 14 | . | 16 | . | 20 | . | 35 |

¹⁾ Absatzradius 30 km.

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

teile 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.

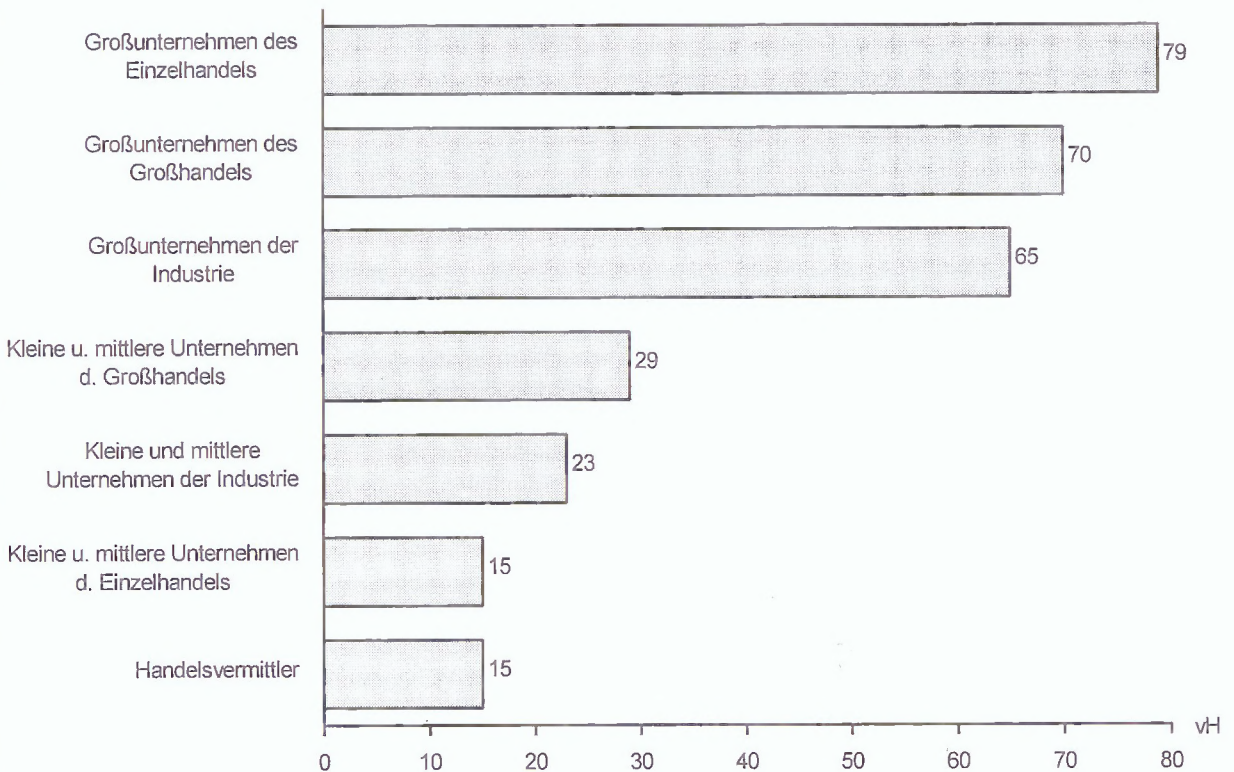
Die Botschaft, die sich wie ein roter Faden durch diesen Bericht zieht, lautet: Der Aufbau einer Wirtschaft, die sich auch im überregionalen Wettbewerb behaupten kann, braucht Zeit. Er kann nur so schnell vorankommen, wie die Unternehmen ihre Wettbewerbsschwächen überwinden. Für die Wirtschaftspolitik 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. Die schlechten Erfahrungen mit der Berlinförderung sollten eine Lehre sein. 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.

Abbildung 4

Einschätzung der Schwierigkeiten bei der Aufnahme von Lieferbeziehungen durch ostdeutsche Hersteller¹ nach Absatzkanälen Ende 1994

Anteil der Unternehmen mit sehr großen und mit großen Problemen in vH



¹ Ausgewählte Unternehmen, die ihren Vertrieb eigenständig organisieren, in den Branchen Porzellan/Glas/Keramik, Möbel, Textilien/Bekleidung und Elektrotechnik.

Quelle: Institut für Marktforschung, Leipzig.

Tabelle 20

Abnehmerstruktur bei ostdeutschen Industrieunternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen 1995

| | Unternehmen mit ... Beschäftigten | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-------------|-------------|--------------|
| | 1 bis 9 | 10 bis 19 | 20 bis 49 | 50 bis 99 | 100 bis 199 | 200 bis 499 | 500 und mehr |
| | ... vH der Unternehmen lieferten an ... ¹⁾ | | | | | | |
| 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 |
| ¹⁾ Mehrfachnennungen möglich. <i>Quelle:</i> Umfrage des DIW vom Frühjahr 1995. | | | | | | | |

— Auch wird vorgeschlagen, ostdeutschen Unternehmen finanzielle Vermarktungshilfen zu gewähren. Dies kann sinnvoll sein, wenn auf diese Weise 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 Großunternehmer 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 dem 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 weitere sechs Jahre finanzielle Hilfen auf hohem Niveau zu. Ziel des Programms ist die Stär-

kung 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 — sollen zunächst bis Ende 1998 beibehalten werden. 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.

Aus den Veröffentlichungen des DIW Beiträge zur Strukturforchung

Erscheinen seit 1967.

- 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 1.299,— / 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 891,— / 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 1.153,— / 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 964,— / 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 1.197,— / 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 964,— / sFr 132,—.
- Heft 161 **Bisherige und künftige Versorgung der osteuropäischen Länder mit den Stahlveredlern Mangan, Chrom, Nickel und Molybdän.** Von Peter Eggert, Eberhard Wellig, Ilse Häusser, Aribert Kampe, Manfred Kraft, Jochen Parchmann, Helmut Schmidt und Gerhard Winkler. 364 S. 1995. (3-428-08609-0). DM 178,— / öS 1.299,— / sFr 178,—.
- Heft 162 **Künftige Entwicklung des Medien- und Kommunikationssektors in Deutschland.** Von Klaus Schrape, Wolfgang Seufert, Hansjörg Haas, Daniel Hürst und Sabine Gafke. 212 S. 1996. (3-428-08766-6). DM 132,— / öS 964,— / sFr 132,—.
- Heft 163 **Verflechtungsanalysen für die Volkswirtschaft der DDR am Vorabend der deutschen Vereinigung.** Von Udo Ludwig, Reiner Stäglin, Carsten Stahmer unter Mitarbeit von Karl-Heinz Siehdnel. 283 S. 1996. (3-428-08879-4). DM 156,— / öS 1.139,— / sFr 138,—.
- Heft 164 **Expertise über die Anstoßwirkungen öffentlicher Mittel in der Städtebauförderung.** Von Vera Lessat unter Mitarbeit von Klaus-Peter Gaulke und Josef Rother. 102 S. 1996. (3-428-08902-2). DM 98,— / öS 715,— / sFr 89,—.
- Heft 165 **FuE-Aktivitäten, Außenhandel und Wirtschaftsstrukturen: Die technologische Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft im internationalen Vergleich.** Von Florian Straßberger, Marian Beise, Heike Belitz, Ludger Lindlar, Dieter Schumacher und Harald Trabold. 211 S. 1996. (3-428-08920-0). DM 132,— / öS 964,— / sFr 117,50.
- Heft 166 **Entwicklung von Bevölkerung und Wirtschaft in Deutschland bis zum Jahr 2010 — Ergebnisse quantitativer Szenarien.** Von Martin Gornig, Bernd Görzig, Claudius Schmidt-Faber und Erika Schulz. 169 S. 1997. (3-428-09126-4). DM 118,— / öS 861,— / sFr 105,—.
- Heft 167 **Ostmitteleuropa auf dem Weg in die EU — Transformation, Verflechtung, Reformbedarf.** Von Christian Weise, Herbert Brücker, Fritz Franzmeyer, Maria Lodahl, Uta Möbius, Siegfried Schultz, Dieter Schumacher und Harald Trabold, unter Mitarbeit von Silke Boger und David Rusnok. 348 S. 1997. (3-428-09133-7). DM 178,— / öS 1.299,— / sFr 158,—.
- Heft 168 **Lage und Perspektiven der deutschen Schienenfahrzeugindustrie.** Von Rainer Hopf, Hartmut Kuhfeld, Heike Link, Jörg-Peter Weiß und Hans Wessels unter Mitarbeit von Alfred Haid und Kurt Hornschild. 242 S. 1997. (3-428-09141-8). DM 144,— / öS 1.051,— / sFr 128,—.

Herausgeber: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Königin-Luise-Str. 5, D-14195 Berlin
Telefon (0 30) 89 789-0 — Telefax (0 30) 89 789-200
DIW-Internet-Homepage: <http://www.diw-berlin.de>

Präsident: Prof. Dr. Lutz Hoffmann.

Abteilungsleiterkollegium: Dr. Heiner Flassbeck, Dr. Kurt Hornschild, Prof. Dr. Rolf-Dieter Postlep,
Wolfram Schrettli, Ph. D., Dr. Bernhard Seidel, Dr. Hans-Joachim Ziesing.

Präsident und Abteilungsleiter sind gemeinsam für die wissenschaftliche Leitung verantwortlich.

Schriftleitung: Kurt Geppert, Jochen Schmidt, Dieter Teichmann.

Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland.

Sechzehnter Bericht, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin / Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel / Institut für Wirtschaftsforschung Halle

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 210,—, vierteljährlich DM 65,—, Einzelnummer DM 15,—.

Zuzüglich Versandkosten

ISSN 0012-1304

— Hierzu 1 Prospekt des Verlages Duncker & Humblot —