

DEUTSCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

WOCHENBERICHT 29/98

Berlin

16. Juli 1998

65. Jahrgang

Innovationen im Dienstleistungssektor

Die Wachstumsdynamik der Wirtschaft wird immer stärker vom Dienstleistungssektor bestimmt. Dadurch erhält die Innovationstätigkeit in diesem Feld eine zentrale Funktion für die Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft. Dienstleistungen galten in der Vergangenheit als wenig technikintensive Wirtschaftszweige mit geringen Produktivitätsfortschritten und wenig Einfluß auf die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit eines Landes. Diese Vorstellung mußte bereits vor einiger Zeit revidiert werden. Insbesondere die Verbreitung der Informationstechnik, aber auch Deregulierungsschritte bewirkten, daß Dienstleistungen heute zu den dynamischen Bereichen gehören, die zunehmend auch für den Export an Bedeutung gewinnen. Die Innovationsintensität im Dienstleistungssektor variiert zwischen den Wirtschaftszweigen; sie steht in engem Zusammenhang mit der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnik. Trotz einer zunehmenden Angleichung von Produktionsprozessen in Industrie und Dienstleistungen sind spezifische Merkmale zu beobachten, die eine eigene Dynamik der Innovationsaktivitäten im Dienstleistungssektor entstehen lassen, die in der Innovationspolitik stärker berücksichtigt werden sollte.¹

Die Bedeutung von Innovationen als zentraler Voraussetzung für Produktivitätsfortschritte und damit für die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft wurde in der Vergangenheit beinahe ausschließlich für das produzierende Gewerbe untersucht.² Die Erkenntnis, daß mittlerweile weit mehr als die Hälfte des Sozialprodukts in Dienstleistungsbereichen erwirtschaftet wird, lenkt die Aufmerksamkeit aber immer mehr auf die Entwicklungsdynamik dieses Sektors und die Triebkräfte, die darauf einwirken.³ Die Informationen über Innovationen im Dienstleistungsbereich sind allerdings noch sehr begrenzt. Für Deutschland insgesamt wurde die statistische Erfassung von Dienstleistungsinnovationen durch Studien des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Zusammenarbeit mit dem Institut für Systemforschung und Innovation (ISI) entscheidend vorangetrieben.⁴ Speziell für Berlin hat das DIW eine Umfrage durchgeführt, die sowohl

¹ Der vorliegende Bericht beruht auf dem deutschen Teil eines von der Europäischen Union finanzierten international vergleichenden Projektes zu Dienstleistungsinnovationen: SI4S — Services in Innovation — Innovation in Services, Forschungsprojekt im Rahmen des TSER-Programmes, Kommission der Europäischen Gemeinschaften, Generaldirektion XII. Vgl. auch Johan Hauknes: Innovation in the Service Economy, STEP Report no. 7/96, Oslo 1996 und Brigitte Preissl: Service Innovation in Germany, DIW-SI4S Report Nr. 3, Berlin, August 1997 (unveröffentlicht).

² Vgl. z. B. Giovanni Dosi, Christopher Freeman, Richard Nelson, Gerald Silverberg, Luc Soete: Technical Change and Economic Theory, London, Pinter 1988.

³ Siehe z.B. Klaus Mangold (Hrsg.): Die Welt der Dienstleistung — Perspektiven für Arbeit und Gesellschaft im 21. Jahrhundert, Wiesbaden, Gabler 1998.

⁴ Vgl. Georg Licht, Christiane Hipp, Martin Kukuk, Gunnar Münt: Innovationen im Dienstleistungssektor — Empirischer Befund und wirtschaftspolitische Konsequenzen, Baden-Baden, Nomos 1997.

Tabelle 1

Anteil der Unternehmen, die von 1993 bis 1995
Innovationen durchgeführt haben
in %

Branche	Neue Bundesländer	Alte Bundesländer
Großhandel	63	53
Einzelhandel	77	50
Verkehr	62	57
Banken/Versicherungen	82	88
Mit Kreditgewerbe verbunden	78	63
Software	73	90
Beratung	64	80
Sonstige	63	64

Quelle: Vgl. G. Licht et al.: Innovationen im Dienstleistungssektor — Empirischer Befund und wirtschaftspolitische Konsequenzen, Baden-Baden, Nomos 1997. Erhebung 1995.

Industrie als auch Dienstleistungsunternehmen umfaßt.⁵ Da besonders in einem neuen Untersuchungsfeld oft in schriftlichen Befragungen zu wenig Detailinformationen erhoben werden können, führte das DIW im Rahmen eines Projektes zu Dienstleistungsinnovationen in Europa ergänzend Fallstudien in Dienstleistungsunternehmen verschiedener Branchen durch.⁶

Innovationsaktivitäten in Dienstleistungsbranchen

Wie nicht anders zu erwarten, sind nicht alle Dienstleistungsfirmen innovativ. Die Umfrage von ZEW und ISI ergab, daß in den alten Bundesländern 10 % (Software) bis 50 % (Einzelhandel), in den neuen Ländern 18 % (Finanzdienstleistungen) bis 38 % (Verkehr) der befragten Unternehmen von 1993 bis 1995 *keine* Innovationen vorgenommen hatten⁷ (Tabelle 1). Auffällig ist dabei der große Anteil von Nicht-Innovatoren unter den Handelsunternehmen der alten Bundesländer und den Verkehrsunternehmen in der Bundesrepublik insgesamt, da diese Branchen als intensive Nutzer von Informationstechnik zumindest erhebliche Innovationspotentiale aufweisen. Dagegen zeigen Dienstleistungen im Bereich Informationstechnik eine hohe Innovationsbereitschaft. Sie weist auf die großen Entwicklungspotentiale in der Informationstechnik und deren Rolle als Motor für Veränderungen hin. Bei Beratungsdiensten liegen hingegen in der Tätigkeit selbst nur geringe Möglichkeiten, innovative Verfahren anzuwenden, während die Beratungsinhalte sich ständig neuen Anforderungen anpassen müssen. Einige Unternehmen entwickeln allerdings bereits Verfahren, die durch die Bildung von „Bera-

tungsmodulen“ die Kombination von Standardisierungsvorteilen mit kundenspezifischen Serviceangeboten erlauben und damit eine Innovation in der Beratungsleistung selbst darstellen.

Da die ZEW/ISI-Studie die erste Erhebung dieser Art für Deutschland ist, muß zunächst offenbleiben, ob die Unterschiede zwischen den Wirtschaftszweigen Ausdruck der Branchenkonjunktur sind oder längerfristige Trends und strukturelle Unterschiede aufzeigen. Dies kann erst beurteilt werden, wenn die Innovationstätigkeit über mehrere Jahre systematisch beobachtet worden ist. Die Unterschiede zwischen den alten und den neuen Bundesländern weisen zur Zeit eher auf einen im Aufbau befindlichen Dienstleistungssektor als auf grundlegende Abweichungen der Entwicklungsdynamik hin.

Die von ZEW/ISI ermittelten Anteile innovierender Unternehmen dürften über den tatsächlichen Werten liegen. Hinweise dafür ergeben sich zum einen daraus, daß eher solche Unternehmen an der schriftlichen Befragung teilgenommen haben dürften, die tatsächlich innovativ sind, während die nicht innovativen sich nicht angesprochen fühlten. Zum anderen zeigt sich in Fallstudien, daß der Innovationsbegriff von den Befragten oft sehr weit ausgelegt wird. Zu beachten ist, daß die Zahlen keine Hinweise darauf geben, wie umfangreich die Innovationen sind, da das Vorliegen mehrerer Innovationen in einem Unternehmen nicht erfaßt wird.

Definition von Innovationen und Innovationstypen im Dienstleistungsbereich

Die vom DIW durchgeführten Fallstudien zeigen, daß die Leiter von Dienstleistungsunternehmen oft wenig mit dem Begriff „Innovation“ anfangen können. So geben Unternehmen teilweise an, keine Innovationen durchzuführen; eine Analyse der Beschreibung ihrer Aktivitäten zeigt aber, daß die betreffenden Firmen als durchaus innovativ anzusehen sind. In anderen Unternehmen werden alle Aktivitäten als „neu“ bezeichnet, da jede Dienstleistung einen Einzelfall mit jeweils neu zu findenden Lösungsstrategien darstellt.

Die meisten Innovationen, die im Rahmen der Fallstudien identifiziert wurden, sind zwar Neuheiten für das Unternehmen selbst oder für einen lokalen oder regionalen Markt; nur in Ausnahmefällen handelt es sich aber um Innovationen auf nationaler oder internationaler Ebene, die

⁵ Alexander Eickelpasch und Ingo Pfeiffer: Zukunftssicherung durch Innovation — Profil, Potential und Strategien der Unternehmen in Berlin, Berlin 1997.

⁶ Siehe Brigitte Preißl 1997, a. a. O. Folgende Branchen wurden in die Fallstudien einbezogen: Einzelhandel, Verlagswesen, FuE, Speditionen, informationstechnische Beratung und Entwicklung, Unternehmensberatung, technische Planung, Marketing, öffentliche Verwaltung.

⁷ Georg Licht et al., a. a. O., S. 29.

durch ihren Neuigkeitswert Wettbewerbsvorteile im In- und Ausland begründen sollen. Dienstleister unterscheiden sich hier offensichtlich von Produktionsunternehmen insofern, als der relevante Markt trotz Tendenzen zur Expansion und Internationalisierung immer noch im wesentlichen lokal definiert ist. In den Branchen, die in einem räumlich eng begrenzten Umfeld mit hohen Markteintrittsbarrieren agieren, erzeugt die Implementation von technischen oder organisatorischen Neuerungen auch dann eine Verbesserung der Wettbewerbsposition, wenn die entsprechende Aktivität für den deutschen oder einen noch größeren Markt nicht neu ist. Daher scheint es gerechtfertigt, in diesen Fällen — abweichend von einer sehr engen theoretischen Definition — von „Innovationen“ zu sprechen, auch wenn es sich nur um die Implementierungen von in anderen Regionen bereits vorhandenen Verfahren oder Dienstleistungen handelt.

In Innovationsanalysen wird in der Regel mit der Unterscheidung zwischen Produkt- und Prozeßinnovation gearbeitet, bei Dienstleistungen werden zudem organisatorische Innovationen identifiziert. Die Fallstudien ergaben weiterhin, daß die beiden Innovationstypen „Vertriebsinnovation“ (delivery innovation) und „Eroberung neuer Märkte“,⁸ die in der auf Industriebetriebe konzentrierten Forschung kaum berücksichtigt werden, im Dienstleistungssektor wichtige Phänomene beschreiben.

Auf den ersten Blick scheinen empirische Untersuchungen recht unterschiedliche Ergebnisse für die Bedeutung der einzelnen Innovationen auszuweisen. Während ZEW/ISI eine eindeutige Dominanz der Prozeß- gegenüber den Produktinnovationen feststellen, haben nach der DIW-Studie die Produktinnovationen in Berlin die weitaus größere Bedeutung. Die Zurückhaltung bei den Prozeßinnovationen wird aber hier durch einen hohen Anteil von Firmen ausgeglichen, die organisatorische Innovationen betreiben.⁹ In der ZEW/ISI-Studie wird letzteren jedoch eine äußerst geringe Bedeutung beigemessen.¹⁰ Mit großer Wahrscheinlichkeit sind diese Diskrepanzen auf unterschiedliche Definitionen von Prozeß- und organisatorischen Innovationen zurückzuführen. Was von ZEW/ISI als Prozeßinnovation kategorisiert wird, gilt in der Berliner Umfrage als organisatorische Innovation. Nimmt man Prozeß- und organisatorische Innovationen zusammen und stellt sie Produktinnovationen gegenüber, verschwinden die Unterschiede zwischen den Befragungsergebnissen fast völlig. Diese Sachlage liegt in der besonderen Charakteristik von Dienstleistungen begründet: Die analytische Trennung von „Prozessen“ der Leistungserstellung von der „Organisation“ des Unternehmens ist für Dienstleistungen kaum möglich, da Produktionsprozesse meist nichts anderes darstellen als die Organisation einer Abfolge von Tätigkeiten. Die vom DIW im Rahmen von Fallstudien befragten Interviewpartner hatten kaum Schwierigkeiten, zwischen Produkt- und Prozeßinnovation zu unterscheiden, obwohl durch das Zusammenfallen von Prozessen der Dienstleistungserstellung mit der Dienstleistung

als Produkt, das traditionell als eines der Definitionsmerkmale für Dienstleistungen herangezogen wird, hier Probleme zu erwarten gewesen wären. Es scheint also, daß eine Zusammenfassung von Prozeß- und organisatorischen Innovationen auf der einen Seite und Produktinnovationen auf der anderen Seite zu brauchbareren Ergebnissen führt als die Benutzung von drei Kategorien.

Eine Reihe von Innovationen findet an der Schnittstelle zwischen Dienstleistern und Kunden statt (z. B. die Automatisierung des Verkaufs von Eintrittskarten) und betrifft damit die Form des Vertriebs der Dienstleistung. In den traditionell eher lokal ausgerichteten Dienstleistungsmärkten stellt die zunehmende Internationalisierung der Märkte eine Herausforderung für Unternehmen dar. In vielen Bereichen gibt es keinerlei Erfahrungen mit der Lieferung an räumlich entfernte Kunden, und das Eindringen in einen ausländischen Markt bildet eine der wichtigsten innovativen Veränderungen im Dienstleistungssektor. Die durch den europäischen Binnenmarkt verstärkte Präsenz ausländischer Anbieter von Dienstleistungen im deutschen Markt zwingt hier ansässige Firmen, ihrerseits auf neue Märkte auszuweichen.

Produktinnovationen zeichnen sich durch einige Besonderheiten aus: Da Dienstleistungen in der Regel weniger klar definiert sind als Waren, ist die Identifikation einer Innovation, also der Übergang von einer alten zu einer neuen Dienstleistung, oft schwer zu erkennen. Viele Innovationen bestehen aus kleinen Veränderungen oder Erweiterungen bestehender Leistungen. Sogenannte „radikale“ Innovationen kommen seltener vor. Nur wenige Dienstleistungsinnovationen sind für den nationalen Markt neu oder stellen Pionierleistungen dar.

Oft kann kaum festgestellt werden, ob die Innovation, die im Laufe der Erstellung einer Dienstleistung konzipiert wird, dem Kunden oder dem Dienstleister zuzuordnen ist. Dies gilt etwa bei der Entwicklung innovativer Umwelttechniken als Ingenieurleistung im Auftrag des Kunden. Hier kommt es darauf an, wer die Verwertungsrechte für die Innovation erhält, ob also der Dienstleister das neue Produkt oder Konzept auch über den aktuellen Fall hinaus weiter am Markt vertreiben darf. Wegen der hohen Wissensintensität vieler Dienstleistungen ist jedoch eine eindeutige Begrenzung von Verwertungsrechten oft schwierig, da kaum zu verhindern ist, daß auf im Laufe der Innovationsentwicklung angehäuften Wissen später wieder zurückgegriffen wird.

Der größte Teil der Dienstleistungsinnovationen, von denen in den Fallstudien berichtet wurde, stellte eine Kombination von vorhandenen Dienstleistungen zu neuen

⁸ Vgl. Joseph Schumpeter: The theory of economic development, Harvard University Press, Cambridge (Mass.) 1912, Reprint 1934.

⁹ Alexander Eickelpasch und Ingo Pfeiffer, a. a. O., S. 116 und 120.

¹⁰ Georg Licht et al., a. a. O., S. 23.

Leistungspaketen dar. Hier zeichnet sich eine Neuverteilung von Kompetenzen ab, bei denen bisher getrennte Leistungen integriert, eindeutig abgegrenzte Zuständigkeiten aufgegeben und Märkte neu definiert werden. Diese Tendenz kann als Reaktion auf den Bedarf der Nachfrager interpretiert werden, nicht einzelne Dienstleistungen zu erhalten, sondern *Problemlösungen* geliefert zu bekommen. Die Funktion des Dienstleisters besteht dann darin, die für die Erfüllung einer Aufgabe notwendigen Komponenten zusammenzustellen und die Arbeit der einzelnen Teillieferanten zu koordinieren. Innovativ sind nicht die einzelnen Dienstleistungskomponenten, sondern deren Zusammenstellung und die Bereitstellung aus einer Hand.

Prozeß- und organisatorische Innovationen lassen sich in drei Kategorien einteilen: Die erste umfaßt die Reorganisation der Prozesse der Dienstleistungserstellung. Die wichtigsten Innovationen betreffen hier Zentralisierungs- bzw. Dezentralisierungsphänomene, die Verlagerung von peripheren Unterstützungsfunktionen an externe Anbieter und eine Verschiebung der Arbeitsteilung innerhalb des Unternehmens.

Eine zweite Art von Prozeßinnovationen stellt die Automation von Dienstleistungen dar. Die (teilweise) Substitution von Menschen durch Maschinen zielt auf Produktivitätsverbesserungen. Oft werden nur Teilfunktionen (etwa die Verwaltung von Kundendateien oder das Ausfüllen von Formularen) automatisiert, um eine effiziente Leistungserstellung zu erreichen. Automationsprozesse wirken sich im Dienstleistungssektor anders aus als in der Industrie. Während die Qualität eines Produktes, das in industriellen Verfahren hergestellt wurde, außer in ästhetischer Hinsicht kaum von einem handgefertigten abweicht, ändert sich bei der Automatisierung von Dienstleistungen die Servicequalität. Dies kann zu einer Verbesserung führen, wenn etwa mehr Informationen abgerufen werden können, als einzelne Angestellte einer Dienstleistungsfirma zu geben in der Lage sind, oder wenn Zeitpunkt und Rhythmus der Informationsabfrage vom Kunden bestimmt und beliebige Wiederholungen vorgenommen werden können. Dienstleistungsinnovationen implizieren die Mitwirkung des Kunden, der nicht mehr, wie gewohnt, mit Personen kommunizieren kann, sondern von Automaten „bedient“ wird. Dies kann der Kunde als Minderung der Servicequalität ansehen, wenn nicht durch geeignete Maßnahmen — z.B. mit persönlichen Ansprechpartnern besetzte Telefondienste oder „helplines“ — eine Überforderung des Kunden vermieden wird.

Die dritte Gruppe der Prozeßinnovationen bilden durch Informationstechnik bedingte und induzierte Innovationen. Mit dem Einsatz von Informationstechnik (IT) nähern sich Prozesse der Dienstleistungserstellung industriellen Produktionsprozessen an, und es entstehen Potentiale für Rationalisierung und Produktivitätsfortschritte. Noch werden jedoch diese Potentiale nicht voll ausgeschöpft. Anders als bei technik- und wissensintensiven Dienstleistungen fehlen in den eher traditionellen Branchen wie

Hotel- und Gaststättengewerbe, Reinigungsdiensten und Teilen des Einzelhandels strategische Konzepte für innovative IT-Anwendungen. Die Technik wird eingesetzt, weil die meisten Wettbewerber es tun, aber nicht als Instrument zur Umsetzung eigener Innovationspläne.

Alle drei Kategorien von Prozeßinnovationen leisten einen Beitrag zur *Modularisierung* von Dienstleistungen. Dabei werden bestimmte Elemente des Leistungsprozesses standardisiert und als Module definiert, die in unterschiedlicher Kombination zu individuellen Servicepaketen zusammengefügt werden können. Diese neue Form der Dienstleistungserstellung ermöglicht die Kombination von stark rationalisierten Verfahren unter intensivem Einsatz von IT mit individuell ausgerichteten kundenorientierten Angeboten.

Technologie und Innovation

Die für Dienstleistungsinnovationen wichtigste Technologie ist die Informations- und Kommunikationstechnologie. Aber auch Umwelttechniken wie Recyclingverfahren oder Biotechnologie gewinnen an Bedeutung. IT spielt aber auch in diesen Bereichen eine Rolle, da alle Systeme mit IT-Komponenten arbeiten, von diesen gesteuert oder mit ihrer Hilfe entwickelt werden. Zum Teil werden mit Hilfe von IT Prozesse der Dienstleistungserstellung automatisiert, es erwachsen aber auch vielfältige neue Anforderungen, die Beschäftigung schaffende Innovationen auslösen. So revolutioniert IT die Zugangsmöglichkeiten zu Informationen; damit werden unübersehbare Mengen von Daten schnell und kostengünstig verfügbar. Es wächst aber auch der Bedarf an Spezialisten, die einerseits die vielfältigen technischen Möglichkeiten beherrschen und kreativ einsetzen können, andererseits über das notwendige Fachwissen verfügen, um unstrukturierte Information zu verwendbarem Wissen zu filtern und zusammenzustellen. Die Entwicklung entsprechender Dienstleistungsinnovationen im Zusammenhang mit Internetanwendungen ist in Deutschland noch relativ wenig fortgeschritten, wird aber aufgrund der steigenden Nachfrage und der bei Unternehmen und Konsumenten zunehmenden Medienkompetenz in den nächsten Jahren an Dynamik gewinnen.

Die Interaktion von Technologie und Innovation im Dienstleistungssektor läßt sich anhand von vier Prozessen darstellen:¹¹

- Substitution der Dienstleistung durch Technologie,
- Determinierung der Dienstleistung durch Technologie,
- Diffusion von Technologie durch Dienstleistungen,
- Produktion neuer Technologie durch Dienstleistungen.

Im Falle der Substitution der Dienstleistung durch Technik ist es den Kunden überlassen, die Technik zu bedienen, sie erhalten also eine aktive Rolle bei der Leistungserstellung. Die Akzeptanz dieser Rolle trägt entscheidend zum

¹¹ Vgl. Johan Hauknes a. a. O, S. 109-110.

Gelingen der Innovation bei. Solche Substitutionen können auch innerhalb eines Unternehmens vorkommen, wenn etwa Bibliotheks- oder Archivdienste in größeren Unternehmen automatisiert werden.¹² Beispiele für diese Art der Interaktion sind automatische Informationsdienste oder elektronische Eingangskontrollen.

Viele Dienstleistungsinnovationen entstehen als Folge der Verbreitung neuer Technologien: Der Aufbau internationaler Informations- und Kommunikationsnetze erfordert Navigationssysteme oder Dienstleister, die die Informationsinputs für die Netze erstellen. Dienstleistung und Technologie stehen in einer komplementären Beziehung, Dienstleistungen erhalten innovative Impulse aus der Technikentwicklung, und die Technik bliebe ohne die Dienstleistung bedeutungslos.

Dienstleistungen spielen eine vielschichtige Rolle in der Diffusion neuer Technologien. Die Anpassung von Standardprodukten an individuelle Kundenanforderungen gehört zu den Wachstumsfeldern der Softwarelieferanten, die Implementation von IT-Systemen in Unternehmen fördert deren Verbreitung durch die Vereinfachung des Technologieeinstiegs und ermöglicht Dienstleistern die Ausweitung ihrer Angebotspalette bis hin zu Schulungsveranstaltungen und zum Betrieb von telefonischen Notdiensten. Die Auswahl geeigneter Systeme von der Analyse des Kundenbedarfs bis zur Definition der Anforderungen an die technischen Systeme begründet ein neues Servicesegment und etabliert eine neue Arbeitsteilung zwischen Dienstleistungsanbietern und Techniknutzern.

Dienstleistungsunternehmen produzieren neue Technik in Form von Planungsunterlagen und Ingenieurleistungen. Damit tragen sie zur Realisierung von Innovationen in den Industrien ihrer Kunden bei und leisten einen wichtigen Beitrag für die Innovationsfähigkeit der Volkswirtschaft insgesamt.

Forschung und Entwicklung im Dienstleistungssektor

Traditionelle FuE-Statistiken bescheinigen Dienstleistungsunternehmen eine extrem niedrige Forschungsintensität. Zum Teil ist dieser Befund allerdings auf die statistische Erfassung der entsprechenden Aktivitäten zurückzuführen. Anders als in Industrieunternehmen verfügen Anbieter von Dienstleistungen in der Regel nicht über eigene FuE-Abteilungen, und selten sind einzelne Personen ausschließlich mit FuE-Aufgaben betraut. Eine chronische Untererfassung von Dienstleistungsunternehmen bei der statistischen Erhebung von FuE-Indikatoren¹³ trägt zusätzlich zum negativen Bild bei. Da FuE im wesentlichen mit Technikforschung assoziiert wird und Dienstleistungen als wenig technologieintensiv gelten, scheint die geringe Bedeutung von FuE auch kaum verwunderlich. Die Vorstellung, FuE diene vor allem der Entwicklung technischer Neuheiten, läßt organisatorische Konzepte nicht als Produkt von FuE erscheinen. Da Dienstleistungsbetriebe aber

heute zu den intensiven Technikanwendern gehören und ihre Wachstums- und Entwicklungspotentiale entscheidend von neuen organisatorischen Konzepten abhängen, kann diese Sicht nicht mehr als angemessen gelten. Es ist daher auch zu fragen, ob das enge Konzept der Erfassung von FuE, das vorwiegend auf die Aufgaben von FuE-Abteilungen abstellt, ein brauchbares Instrument für die Analyse der Innovationsfähigkeit von Dienstleistungsbranchen darstellt. In einigen Studien wird daher mit breiteren Abgrenzungen gearbeitet.¹⁴

Erweitert man die allgemein übliche Definition von FuE und fragt nach „Forschungstätigkeiten, die der Entwicklung und Konzipierung von Innovationen dienen“, ergeben sowohl Umfragen als auch Fallstudien, daß im Dienstleistungssektor durchaus FuE stattfindet, die entsprechenden Aktivitäten aber organisatorisch anders zugeordnet werden als bei Industriebetrieben. Innovationen werden in großen Dienstleistungsunternehmen entweder in IT-Abteilungen oder in Organisations- und Planungsabteilungen konzipiert. In kleineren Firmen wird FuE projektbezogen in Teams mit wechselnder Zusammensetzung oder als Nebenprodukt von Kundenaufträgen betrieben. In einigen Branchen (Ingenieurdienstleistungen, Umwelttechnik und technische Fachplanung) gehört die Durchführung von FuE oft zu den für den Kunden zu erbringenden Leistungen. Dieser besitzt dann meist die Rechte am Forschungsergebnis. Es handelt sich also nicht um FuE-Aktivitäten, die direkt zu Innovationen im betreffenden Dienstleistungsunternehmen führen. Durch sie kann die Innovationsfähigkeit jedoch gestärkt werden, indem Wissen angeeignet wird, das das eigene Dienstleistungsangebot über den Einzelfall hinaus verbessert. Unabhängig von der Aneignung der Verwertungsrechte können so im Rahmen der Bearbeitung von Serviceprojekten durchgeführte Forschungsarbeiten dann als FuE bezeichnet werden, wenn die Ergebnisse dokumentiert und kodifiziert werden und damit als Grundlage für innovative Konzepte dauerhaft zur Verfügung stehen.

Besonders kleinere Firmen in nicht informationsintensiven Branchen betrachten FuE als zu kostspielig und können neben dem Tagesgeschäft keine personellen und materiellen Ressourcen dafür bereitstellen. Auch die gegenwärtige konjunkturelle Lage hindert diese Firmen in der Durchführung von Forschungsaktivitäten, da sie nicht erlaubt, finanzielle Mittel des Unternehmens durch nur langfristig amortisierbare Ausgaben zu binden.

¹² Vgl. Johan Hauknes, a. a. O., S. 109.

¹³ Vgl. Johan Hauknes, a. a. O., S. 57 und Mike Hales: Producer services and manufacturing production. A report for the OECD Science, Technology and Industry Group, July 1997, S. 28. In großen Teilen der Forschungsstatistik sind Dienstleistungen mit der Landwirtschaft als „Restliche Wirtschaftsabteilungen“ in einer Kategorie zusammengefaßt. Vgl. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie: Bundesbericht Forschung 1996, Bonn 1996, Teil VII.

¹⁴ Vgl. z.B., Georg Licht et al. a. a. O., S. 35.

Mit Ausnahme von Branchen, die auf FuE und technische Planung spezialisiert sind, konzentriert sich die FuE-Arbeit in Dienstleistungsfirmen auf die Konzipierung neuer Dienstleistungen und neuer organisatorischer Lösungen für interne Abläufe. Dabei stehen die Implementierung von IT-Systemen und die Anpassung von Strategien und Organisationsmustern an neue technologische Potentiale im Vordergrund. Technische Grundlagenforschung kommt dagegen — außer im Softwarebereich — weitaus seltener vor.

Innovationshemmnisse

Die Innovationsbereitschaft variiert stark zwischen den einzelnen Wirtschaftszweigen, aber auch innerhalb der Dienstleistungsbranchen gibt es deutliche Unterschiede. Als Gründe für eine geringe Neigung, innovativ tätig zu sein, sind zu nennen:¹⁵ (1) finanzielle Engpässe, (2) Defizite im Innovationsmanagement, (3) technische Probleme, (4) Absorptionskapazität des Marktes sowie (5) Regulierung und Förderungs politik.¹⁶ Wegen der Heterogenität des Dienstleistungssektors ist es schwierig, hier zu allgemeinen Aussagen zu kommen, so daß manche der im folgenden beschriebenen Hemmnisse für einzelne Dienstleistungsarten eher gelten als für andere. Es gibt aber auch Faktoren, die einer großen Zahl von Branchen gemeinsam sind. So gilt etwa generell, daß für größere Betriebe die meisten der zu nennenden Innovationshemmnisse weniger bedeutsam sind als für kleinere.

Finanzierungsprobleme stellen das bei weitem wichtigste Hemmnis für Innovationen dar. Dabei stehen insbesondere für kleine Unternehmen folgende Aspekte der Innovationsfinanzierung im Vordergrund:

- Die Unternehmen sehen sich nicht in der Lage, ausreichend Kapital zu akkumulieren, um längerfristige Innovationsprojekte finanzieren zu können.
- Generell fehlt es an Risikokapital für Innovationsprojekte.
- Banken zögern mit der Kreditvergabe für Dienstleistungsinnovationen, wenn wenige materielle Sicherheiten geboten werden können.
- Innovationsförderprogramme sind zu schwierig zu beantragen, die in Aussicht gestellten Fördermittel stehen in keinem Verhältnis zum Verwaltungsaufwand, und die Zahlungen werden oft erst nach der Fertigstellung des Projektes geleistet, was zu Liquiditätsengpässen beim innovierenden Unternehmen führt.

Defizite im Management von Innovationen betreffen eine ganze Reihe von Faktoren, die auch symptomatisch für den Nachholbedarf in der Entwicklung des Dienstleistungssektors in der Bundesrepublik Deutschland insgesamt sind.¹⁷ Schwierigkeiten treten bei der Beschaffung von Wissen und beim Management von großen, langfristig angelegten Projekten auf. Fehlende Erfahrung mit Netzwerken und Unternehmenskooperationen erschweren die Bildung von innovationsfördernder Zusammenarbeit im vorwettbewerb-

werblichen Bereich. Ein Mangel an Zielorientierung und strategischer Ausrichtung der Unternehmenspolitik hemmt die Innovationsfähigkeit und führt zu einer auf das vorhandene Angebot konzentrierten konservativen Servicephilosophie. Die (oft notwendige) Einbeziehung der Konsumenten in den Innovationsprozeß leidet sowohl an der fehlenden Umsetzungskompetenz als auch an der mangelnden Bereitschaft der Kunden, an der Entstehung und Durchführung von Serviceleistungen, für die sie bezahlen, selbst mitzuwirken. Besonders für lokal orientierte Unternehmen sind bei Innovationen, die die Eroberung neuer Märkte betreffen, Sprachprobleme noch immer eine wichtige Barriere.

Technische Probleme bei der Konzipierung und Umsetzung von Innovationen treten gelegentlich dann auf, wenn kleinere Unternehmen nicht über das Know-how verfügen, um ein Projekt tatsächlich umzusetzen und entweder keine externen Ansprechpartner für Unterstützung kennen oder sich ein Einkaufen von Expertisen nicht leisten können. Dies gilt etwa für die Realisierung von IT- und Multimedia-Projekten.

Konzepte für Dienstleistungsinnovationen können dann kaum realisiert werden, wenn die Adressaten nur sehr zögerlich bereit sind, sich auf neue Serviceangebote einzulassen. So sind Kunden oft konservativ und scheuen den Einsatz innovativer Dienstleistungen, etwa zur Verbesserung der Unternehmensdarstellung oder im Marketing. In anderen Fällen fehlten die Bereitschaft oder der finanzielle Spielraum, für qualitativ hochwertige Dienstleistungen zumindest kostendeckende Entgelte zu zahlen. Für vorbereitende Marktanalysen und innovationsbegleitende Markterschließungsmaßnahmen mangelt es meist sowohl an finanziellen Mitteln als auch an entsprechenden Management Erfahrungen. Ungünstige konjunkturelle Bedingungen in der Volkswirtschaft insgesamt sowie in den speziellen Märkten der Kunden beeinflussen die Absorptionskapazität für Dienstleistungsinnovationen.

In bezug auf Innovationspolitik und Regulierung können sich folgende Faktoren negativ auf die Innovationstätigkeit auswirken: Markteintrittsbarrieren, wie sie in vielen Dienstleistungszweigen in Form von Regulierungsbestimmungen existieren, bremsen die Entwicklungsdynamik und dämpfen Innovationsanreize. Darüber hinaus legt die Technologie- und Innovationspolitik noch immer einen deutlichen Schwerpunkt auf die Branchen des verarbeitenden Gewerbes. Während das Fehlen von Schutzinstru-

¹⁵ Vgl. Brigitte Preissl: Barriers to Innovation, DIW-SI4S Report No. 6, June 1998, Berlin (unpublished).

¹⁶ Siehe auch Beirat des Forschungsprojekts „Dienstleistung 2000plus“: Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Dienstleistungssektors. In: Klaus Mangold, a. a. O., Anhang S. 216-270.

¹⁷ Siehe auch Erich Staudt, Bernd Kriegesmann, Claus Muschik, Mathias Nowicki: Wachstum durch Dienstleistungen? Entwicklungsreserven und Innovationsdefizite. In: Berichte aus der angewandten Innovationsforschung, Nr. 163, Bochum 1996.

menten, wie etwa auf Dienstleistungen zugeschnittene Patente, von den Firmen kaum als Problem angesehen wird,¹⁸ gehen erhebliche Verzögerungen von schwebenden Gesetzgebungsverfahren aus. Insbesondere in den Bereichen Umwelt- und Gesundheitsdienstleistungen sind regelrechte Lähmungserscheinungen zu beobachten, weil Dienstleistungsunternehmen nicht wissen, auf welche neue Gesetzeslage sie ihre Innovationsstrategien abstellen sollen.

Dienstleistungsinnovationen und Qualifikation

Dienstleistungen sind trotz der Einführung von Techniken, die Automatisierung ermöglichen, noch immer relativ arbeitsintensiv. In den stark an Bedeutung gewinnenden wissensintensiven¹⁹ Dienstleistungsbranchen sind die wesentlichen Inputs hoch qualifizierte Arbeitskräfte. Deren Qualifikationen müssen sich im Zuge von Innovationsprozessen flexibel an neue Anforderungen anpassen. Zu einem großen Teil werden neue Fähigkeiten durch learning-by-doing angeeignet. Etwa zwei Drittel der Dienstleistungsunternehmen investieren darüber hinaus in Weiterbildungsmaßnahmen.²⁰ Die Ausgaben hierfür lagen 1995 in den neuen Bundesländern im Durchschnitt aller Dienstleistungsbranchen mit 820 DM pro Kopf deutlich niedriger als in den alten Ländern, in denen 1 030 DM pro Kopf ausgegeben wurden.²¹ Zudem variieren die Ausgaben stark zwischen den Branchen.²² Mit fast 3 000 DM pro Kopf liegt die Softwareindustrie in Gesamtdeutschland an der Spitze, gefolgt von Finanzdienstleistungen und technischer Beratung mit rund 2 000 DM. Das Schlußlicht bilden Einzelhandel sowie Verkehr und Nachrichtenwesen mit etwas über 600 DM.²³ Die Weiterbildungsanstrengungen beziehen sich jedoch nicht ausschließlich auf Innovationen. Fragt man dagegen explizit, wie Arbeitskräfte für die Durchführung von Innovationen qualifiziert werden, ergeben sich drei Anforderungsbereiche mit unterschiedlichen Wissensvermittlungsstrategien:

Der erste Bereich betrifft allgemeine Fähigkeiten, die für innovative Tätigkeiten wichtig sind, z.B. kreatives Denken, Kundenorientierung oder Planungstechniken. Hier werden gezielt (meist externe) Kurse besucht, die sich mit Mitarbeitermotivierung, Total Quality Management, Kundendienstkonzepten oder Managementfragen beschäftigen.

Im zweiten Bereich geht es darum, Wissen über mögliche Innovationen und darüber, wie sie realisiert werden können, zu erhalten. Impulse hierfür kommen in der Regel von Konferenzen und Seminaren oder von Veranstaltungen der Informationstechnikanbieter sowie aus dem Studium von einschlägiger Literatur.

Der dritte Block umfaßt Fähigkeiten, die notwendig sind, um neue Dienste und Verfahren auch im Betrieb umsetzen zu können. Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sollen in die Lage versetzt werden, mit neuen Techniken umgehen zu können und neue Servicekonzepte mitzutragen. Die Quali-

fikation hierfür wird meist in innerbetrieblichen Schulungen und Einweisungen (auch mit externen Dozenten) vermittelt. Besonders in kleineren Firmen dominiert learning-by-doing als Qualifizierungsmaßnahme.

Ein Mangel an Fachkräften wurde (mit Ausnahme der Softwarebranche) nicht als Innovationshindernis angesehen. Fluktuation in der Belegschaft wird für die Beschaffung neuen Wissens genutzt. Der eigentliche Qualifikationsengpaß liegt jedoch nach Aussage vieler Dienstleistungsunternehmen bei Fähigkeiten, die schwer durch Lernen zu vermitteln sind, wie Motivation, Engagement, Mitdenken und Kreativität. Darüber hinaus ist Personal, das langjährige Erfahrung im Unternehmen hat, sich „im Geschäft auskennt“ oder ähnliche Berufspraxis mitbringt, eine knappe Ressource. Daher kommt es besonders darauf an, Arbeitskräfte zu finden, die eine gute Ausbildung in Grundqualifikationen besitzen, bereit sind, neue Erfahrungen im Arbeitsprozeß aufzunehmen und sich flexibel neuen Erfordernissen anzupassen, sowie darauf, Personal, das über entsprechende Qualifikationen verfügt und im Unternehmen gut eingearbeitet ist, zu halten.

Ausblick

Die Analyse von Dienstleistungsinnovationen muß die Heterogenität des Sektors berücksichtigen. Äußerst dynamische technik- und wissensorientierte Branchen stehen eher traditionellen mit geringen Veränderungspotentialen gegenüber. Einige Besonderheiten des Sektors ergeben sich aber auch daraus, daß hier ein erheblicher Anteil kleiner Unternehmen anzutreffen ist und Innovationshemmnisse nicht mit der Sektorzugehörigkeit, sondern mit der Größe der Unternehmen zusammenhängen. Die Erfassung der Innovationstätigkeit im Dienstleistungssektor wird zum einen dadurch erschwert, daß gängige Indikatoren hier nicht aussagekräftig sind, andererseits dadurch, daß die Abgrenzung von Innovationen wegen der besonderen Merkmale von Dienstleistungen oft nicht eindeutig ist. Dienstleistungsinnovationen werden durch die weitere Verbreitung der Informationstechnik an Dynamik gewinnen.

¹⁸ Dies liegt offensichtlich auch daran, daß Patente ein wenig geeinigtes Instrument zum Schutz von Dienstleistungsinnovationen darstellen und kaum andere Verfahren (z.B. Marken) zur Verfügung stehen. Siehe auch Beirat des Forschungsprojekts „Dienstleistung 2000plus“, a. a. O., S. 243.

¹⁹ Vgl. Simone Strambach: Wissensintensive unternehmensorientierte Dienstleistungen — ihre Bedeutung für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands. In: Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung des DIW, Nr. 2/97.

²⁰ Vgl. Georg Licht et al., a. a. O., S. 82.

²¹ Vgl. Georg Licht et al., a. a. O., S. 83. Ein Teil dieser Abweichungen läßt sich dadurch erklären, daß Weiterbildungsmaßnahmen in den neuen Bundesländern in der Regel billiger sind als in den alten.

²² Vgl. Georg Licht et al., a. a. O., S. 83.

²³ Vgl. Georg Licht et al., a. a. O., S. 83.

Zudem dürften von der europäischen Integration der Dienstleistungsmärkte und der stärkeren internationalen Orientierung vieler Unternehmen neue Impulse für innovative Serviceangebote und für neue Verfahren der Leistungserstellung ausgehen. Wichtig bleibt aber eine Verbesserung der Finanzierungsmöglichkeiten, insbesondere für kleinere Unternehmen. Hier bieten vor allem die Risikoka-

pitalvergabe, das Problem materieller Sicherheiten sowie die Überbrückung von Liquiditätslücken Ansatzpunkte für unterstützende Maßnahmen. Dienstleistungen sollten verstärkt Adressaten von Forschungs- und Innovationspolitik werden und bei der Überwindung ihrer Innovationsprobleme durch eine spezifische Ausgestaltung von Förderprogrammen unterstützt werden.

Europäische Schuhindustrie unter Druck

Stagnierende Nachfrage, zunehmender Wettbewerb durch neue Anbieter aus Billiglohnländern und einzelne nationale Märkte, die sich nur langsam für Importe öffnen, kennzeichnen derzeit die Lage auf dem Weltschuhmarkt. Von weltweit pro Jahr produzierten 10 Mrd. Paar Schuhen werden 7 Mrd. Paar in Asien hergestellt. Der EU-Anteil an der Weltschuhproduktion ist in den neunziger Jahren weiter zurückgegangen; er lag 1996 bei 11 %. Während die Exporte der EU-Länder von 1985 bis 1996 mengenmäßig nur um 10 % expandierten — ein Teil davon sind Reexporte von in Drittländern hergestellten Schuhen —, nahmen die Importe um 165 % zu. Allein 1996 stiegen sie um 8 %. Die Importe in Höhe von nun 805 Mill. Paar decken damit die Hälfte des EU-Verbrauchs. Obwohl die Schuhprodukte der EU im allgemeinen von höherer Qualität und somit teurer sind als die Asienimporte, übersteigt der Importwert — Mitte der achtziger Jahre erst halb so hoch wie die Exporte — inzwischen den Exportwert. Um angesichts hoher Personalkosten gegenüber den Hauptkonkurrenten aus Fernost wettbewerbsfähig zu bleiben, wurde weiter Personal abgebaut. In der mit einem Produktionswert von annähernd 20 Mrd. ECU und 310 000 Beschäftigten ohnehin kleinen Branche kam es verstärkt — ähnlich wie im Textil- und Bekleidungsgewerbe — zu Produktionsverlagerungen in Drittländer (Fernost, Nordafrika, Transformationsländer Mitteleuropas). Innerhalb der EU setzte sich die Verlagerung des Schwerpunkts der Schuhproduktion nach Süden (Italien, Portugal, Spanien) weiter fort.¹

Produktion

Im Jahre 1996 zählte die europäische Schuhindustrie² 15 700 Unternehmen mit insgesamt 310 000 Beschäftigten. Gegenüber Mitte der achtziger Jahre³ reduzierte sich die Zahl der Beschäftigten um ein Drittel, eine Folge der Standortoptimierung der Schuhindustrie, die wegen des relativ teuren Faktors Arbeit arbeitsintensive Fertig- oder Halbfertigerzeugnisse zunehmend aus Drittländern mit niedrigem Lohnniveau bezieht oder ganze Produktionsstu-

fen in Billiglohnländer auslagert. Trotz der zunehmenden Mechanisierung und Spezialisierung in der Schuhproduktion sind der Rationalisierung Grenzen gesetzt; dies betrifft insbesondere die arbeitsintensive Schäfteherstellung. Die europäische Schuhindustrie ist, was modische Aspekte anbetrifft, nach wie vor Marktführer und hat sich angesichts hoher Personalkosten auf die Produktion hochwertiger Schuhe mit Lederoberteil, guter Verarbeitung und Paßform spezialisiert.

Über 40 % des Produktionswertes von annähernd 20 Mrd. ECU werden in Italien erwirtschaftet, wo mehr als die Hälfte der Schuhunternehmen der EU ansässig ist (8 900 Unternehmen, 125 000 Beschäftigte). Der zweitwichtigste Schuhproduzent in der Europäischen Union ist Spanien (2 700 Unternehmen, 42 000 Beschäftigte), gefolgt von Portugal (1 500 Unternehmen, 53 000 Beschäftigte), das Frankreich inzwischen vom dritten Platz verdrängt hat. In Deutschland wurde die Beschäftigung besonders stark abgebaut: 1996 waren in 179 Unternehmen nur noch 20 000 Personen in der Schuhindustrie tätig. Damit hat sich innerhalb von zehn Jahren die Zahl der Beschäftigten in der deutschen Schuhindustrie halbiert.

Daß die europäische Schuhindustrie von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) dominiert wird und zu den am wenigsten konzentrierten Wirtschaftszweigen der

Tabelle 1

Zahl der Unternehmen und Erwerbstätigen
in der Schuhindustrie der EU 1996

Land	Unternehmen	Erwerbstätige in 1000
Italien	8 880	124,6
Spanien	2 697	41,6
Portugal	1 517	53,0
Großbritannien	500	25,0
Frankreich	248	27,7
Deutschland	179	20,2
Finnland	91	2,4
Niederlande ¹⁾	63	1,8
Österreich	34	4,6
Belgien/Luxemburg	34	0,8
Schweden ¹⁾	21	0,4
Dänemark	11	0,8
EU-15 ²⁾	15 691	313,5

¹⁾ Angaben für 1995. — ²⁾ Einschließlich Irland und Griechenland.

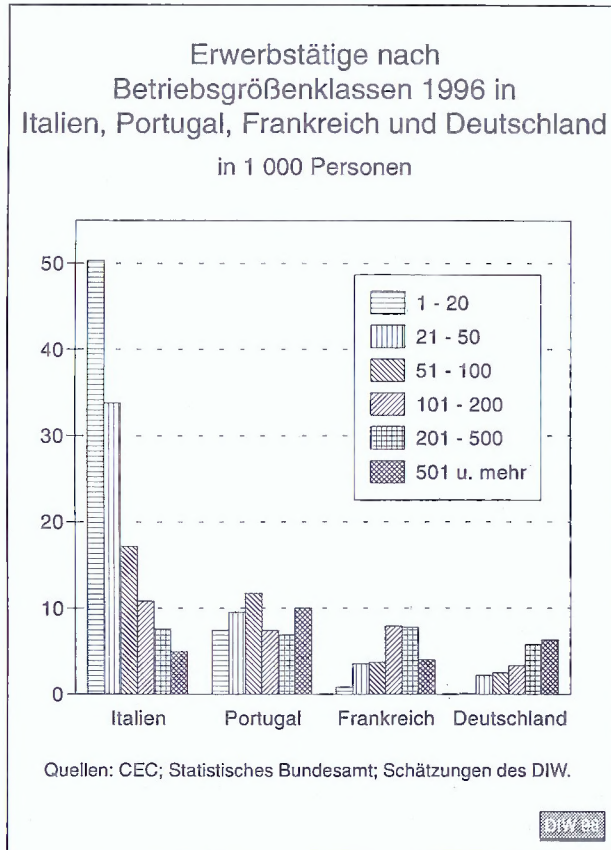
Quelle: CEC.

¹ Vgl. auch Schrumpfungsprozeß der deutschen Schuhproduktion hält an. Bearb.: Alfred Haid und Hans Wessels. In: Wochenbericht des DIW, Nr. 14/97.

² Aus Vergleichsgründen schließen die Angaben für die EU — wenn nicht anders angegeben — vor 1995 auch die Mengen und Werte für Österreich, Schweden und Finnland ein. Unter Schuhen wird die Gesamtheit von Leder-, Kunststoff-, Haus-, Textil-, Gummi- und sonstigen Schuhen verstanden.

³ European Confederation of the Footwear Industry (CEC): Statistics. — Fitzpatrick Associates: Schuhe. In: Panorama der EU-Industrie 95/96, S. 14-24 bis 14-33.

Abbildung 1



Europäischen Union zählt,⁴ wird besonders in Italien deutlich: Vier von fünf italienischen Schuhherstellern sind kleine Familienunternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten; die durchschnittliche Unternehmensgröße liegt hier bei 14 Beschäftigten. Höher ist sie in Portugal (35 Beschäftigten), am höchsten in Frankreich und Deutschland mit im Durchschnitt jeweils über 110 Beschäftigten.

Weltmarktanteile

Während die Weltschuhproduktion von 1990 bis 1995 um gut 2 % auf 10,1 Mrd. Paar stieg, reduzierte sich die Produktion in der Europäischen Union im gleichen Zeitraum um 7 % auf 1,1 Mrd. Paar. Der Anteil der Europäischen Union an der Weltschuhproduktion fiel damit von 12 % auf 11 %. Weit vor Europa ist Asien mit einem Anteil von 71 % größter Produzent. Auf die USA und Japan entfallen lediglich rund 3 bzw. 4 % der mengenmäßigen Weltschuhproduktion. Wertmäßig ist der Anteil Europas, der USA und Japans jedoch höher, weil hier im allgemeinen hochwertigere und damit auch teurere Schuhe hergestellt werden als in den asiatischen Entwicklungs- und Schwellenländern.⁵

Marktanteile innerhalb der EU

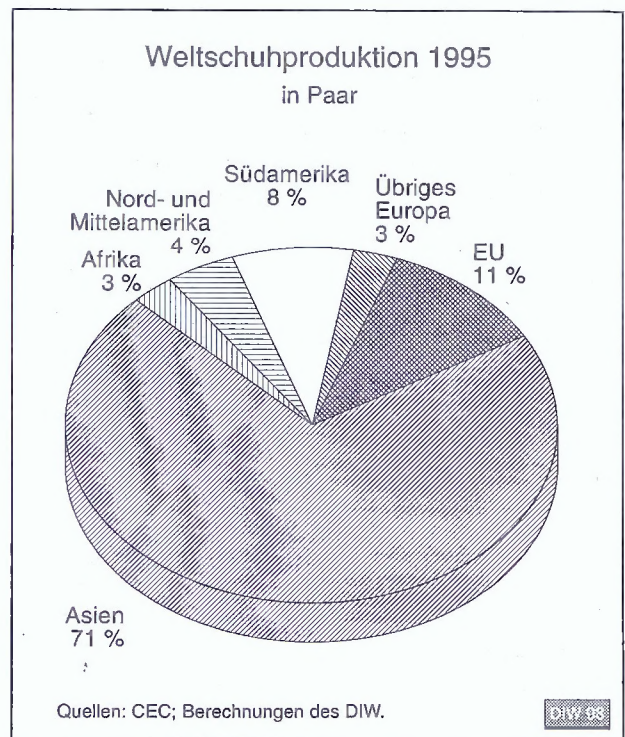
Europas Schuhproduzenten waren nicht in gleichem Maße erfolgreich: Während der Süden (Italien, Spanien,

Portugal) hinzugewann oder nur relativ kleine Umsatzverluste hinnehmen mußte, verzeichnete der Norden (einschl. Frankreich) deutliche Einbußen. Dies erklärt sich u.a. mit den umfangreichen Produktionsverlagerungen nach Spanien und Portugal aufgrund der dort niedrigeren Arbeitskosten. Portugal konnte innerhalb eines Jahrzehnts seine Produktion auf nun 100 Mill. Paar nahezu verdoppeln, während sich die Produktion in Frankreich und Großbritannien jeweils um ein Drittel verringerte; in Deutschland, Österreich, den Niederlanden und Finnland halbierte sie sich. Weitaus größter Produzent ist nach wie vor Italien mit einer Produktion von 482 Mill. Paar im Jahre 1996. Nach einem Produktionstief im Jahre 1989 nahm die Schuherzeugung hier wieder zu.

Importe, Exporte und Verbrauch

Während die Exporte der EU in Drittländer von 1990 bis 1996 nur um rund 10 % gesteigert werden konnten, erhöhten sich die EU-Importe aus Drittländern auf das Zweieinhalbfache. Grund sind neben einer stagnierenden Nach-

Abbildung 2



⁴ Konzentrationsgrad C5 = 5,8 % und Herfindahl-Index = 0,002. Vgl. S. Davies and B. Lyons: Industrial Organisation in the European Union. Structure, Strategy, and the Competitive Mechanism, Oxford 1996, S. 52.

⁵ Auch der Wertschöpfungsanteil der EU-Schuhindustrie ist deutlich höher als der Anteil der mengenmäßigen Produktion von 11 %, obwohl Lohnarbeiten (insbesondere von arbeitsintensiven Schäften) in nicht unerheblichem Umfang in Länder außerhalb der EU vergeben werden.

Tabelle 2

Schuhproduktion¹⁾ in den Ländern der EU²⁾
in Mill. Paar

	Italien	Spanien	Frankreich	Portugal	Großbritannien	Deutschland ³⁾	Griechenland	Dänemark	Niederlande	Belgien/Luxemburg	Irland	Österreich	Schweden	Finnland	EU insgesamt ²⁾
1985	524,5	225,6	199,3	56,0	144,2	86,7	22,0	6,9	9,4	5,3	2,9	24,4	4,5	12,3	1 324,1
1990	424,9	232,1	177,5	102,4	129,7	64,5	15,0	5,1	7,3	3,6	1,4	16,8	2,5	7,0	1 189,7
1991	433,4	205,4	169,2	102,2	120,1	77,7	14,5	5,4	7,0	3,5	1,0	15,4	2,0	5,4	1 162,3
1992	418,8	193,7	159,7	106,2	110,8	65,0	12,0	5,5	5,7	3,2	1,0	13,8	2,0	4,3	1 101,6
1993	451,7	185,5	154,5	101,2	112,7	56,3	13,0	5,8	6,3	2,3	1,0	13,1	1,5	4,3	1 109,1
1994	471,3	190,4	155,0	108,9	105,6	49,0	12,5	6,3	5,5	1,6	1,0	12,8	1,1	3,6	1 124,5
1995	476,2	187,0	151,7	96,5	103,1	46,5	12,0	6,4	5,5	1,3	1,0	12,4	1,0	3,7	1 104,3
1996	482,7	196,0	139,4	99,5	91,7	44,2	11,5	8,5	.	1,2	1,0	11,5	1,0	4,5	1 098,0
davon															
Lederschuhe	323,3	157,7	59,2	84,3	43,8	35,4	.	8,3	2,9 ⁵⁾	1,0	1,0	9,7	.	2,8 ⁵⁾	738,2
Kunststoffschuhe	68,8	9,3	14,8	1,9	.	.	.	0,0	.	.	0,0	0,6	.	0,0	.
Hausschuhe	29,7	3,5	49,1	4,1	.	.	.	0,0	.	.	0,0	1,0	.	0,1	.
Textilschuhe	15,2	25,5	16,4 ⁴⁾	1,4	.	.	.	0,0	.	.	0,0	0,0	.	0,1	.
Gummischuhe	5,0	0,0	.	0,2	.	.	.	0,1	.	.	0,0	0,0	.	0,6	.
Sonstige Schuhe	40,7	0,0	.	7,6	.	.	.	0,0	.	.	0,0	0,3	.	0,0	.

1) Schätzungen des CEC. — 2) Für alle Jahre auf Basis EU-15. — 3) Deutschland: bis 1990 Westdeutschland, danach alte und neue Bundesländer. — 4) Einschl. Gummi- und sonstige Schuhe. — 5) Unterteilung nach Obermaterial für 1995.

Quelle: CEC.

frage und der Wechselkursentwicklung u.a. die für EU-Länder weitgehend abgeschotteten nationalen Absatzmärkte einzelner Entwicklungs- und Schwellenländer sowie Japans. Damit hat sich der bis 1970 ausgewiesene Handelsüberschuß der EU im Schuhgewerbe in ein Handelsdefizit gewandelt. Das größte Handelsdefizit gegenüber Nicht-EU-Ländern entfällt mit fast 1 Mrd. ECU auf Deutschland; Italien, Spanien und Portugal hingegen weisen hier einen Handelsüberschuß auf.

Große Probleme bereiten den Schuhproduzenten in der Europäischen Union vor allem die Billigimporte. Dabei handelt es sich zwar vorwiegend um Nicht-Lederschuhe, deren Produktion in der EU im allgemeinen eine untergeordnete Rolle spielt; aber auch die importierten Lederschuhe aus Drittländern haben inzwischen — bei einem mengenmäßigen Anteil von mehr als einem Viertel — stark an Bedeutung gewonnen. Die Hälfte dieser Schuhe wird von Deutschland und Großbritannien bezogen. Ein großer Teil dieser Lederschuhe aus Drittländern wird von Tochterunternehmen europäischer Schuhhersteller gefertigt oder in deren Auftrag produziert. Binnen Jahresfrist erhöhten sich 1996 die Importe von Schuhen der EU um 8 % auf 805 Mill. Paar. Am stärksten war die Zunahme bei Kunststoffschuhen (21 %) und Hausschuhen (11 %). Bescheiden waren die Zuwachsraten bei Lederschuhen (4 %) und Textilschuhen (3 %). Drei Viertel aller Drittländerimporte kommen aus sechs Ländern: China (337 Mill. Paar;

Zuwachs 1996 knapp 14 %), Indonesien (100 Mill. Paar), Vietnam (97 Mill. Paar), Thailand (32 Mill. Paar), Taiwan und Indien (je 22 Mill. Paar). Fünf dieser sechs Länder waren 1985 im Weltschuhhandel so gut wie nicht vertreten: China lieferte Mitte der achtziger Jahre 72 Mill. Paar, Indien 8 Mill. Paar, Thailand 5 Mill. Paar, Indonesien 1 Mill. Paar und Vietnam 30 000 Paar in die EU. Die rasante Entwicklung wird auch daran deutlich, daß China seine Importe in die Europäische Union nahezu verfünffacht hat. Dies ging auch zu Lasten von Taiwan, das in dieser Zeit fast zwei Drittel seines Absatzes in die EU eingebüßt hat und auf Platz fünf zurückgefallen ist. Zur Entfaltung der Produktions- und Exportaktivitäten der oben erwähnten Länder hat die Förderung seitens der Europäischen Union durch Transfer von Know-how beigetragen. Zum Teil wurden von Ländern der EU auch Produktionsanlagen einschließlich Software geliefert.

Der Verbrauch, d.h. die Inlandsversorgung der Europäischen Union, erhöhte sich 1996 um 2 % auf 1,6 Mrd. Paar Schuhe, wobei jedes zweite in der EU gekaufte Paar inzwischen aus Drittländern kommt; 1985 war es erst jedes dritte Paar. Wertmäßig ist der Anteil des Verbrauchs von Schuhen aus der EU aber noch doppelt so hoch wie aus Drittländern.

Größter Importeur von Schuhen aus Drittländern ist Deutschland (170 Mill. Paar Schuhe) mit einem Anteil von 21 %, gefolgt von Großbritannien (19 %), Frankreich (16 %)

Tabelle 3

Schuhimporte der EU¹⁾ aus ausgewählten Drittländern
in Mill. Paar

Länder	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Insgesamt	303,6	562,1	705,3	739,0	731,3	786,9	748,2	804,7
darunter:								
China	72,3	164,8	234,8	293,2	296,7	301,4	295,1	337,5
Indonesien	1,0	47,4	81,7	86,0	86,7	104,2	102,5	99,8
Vietnam	0,0	0,7	2,3	12,3	32,8	58,1	76,8	97,2
Thailand	5,3	58,8	72,1	70,0	61,1	51,3	37,7	32,3
Taiwan	63,7	58,4	58,2	37,1	21,5	17,3	20,7	22,0
Indien	8,4	17,1	15,5	14,7	18,4	21,0	19,7	21,8
Rumänien	6,6	3,0	3,3	4,4	7,8	13,2	17,4	20,0
Brasilien	6,6	21,1	22,8	24,6	23,2	17,8	15,4	12,8
Hongkong	27,3	14,3	12,3	9,8	15,2	12,4	9,5	12,7
Philippinen	4,9	8,3	11,5	11,2	11,8	11,9	13,8	9,1
Südkorea	37,5	70,4	72,3	55,0	30,4	20,5	15,3	9,1

¹⁾ Deutschland: bis 1990 Westdeutschland, danach alte und neue Bundesländer; EU: bis 1994 EU-12, danach EU-15.

Quelle: CEC.

und Italien (14 %). Den höchsten jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch gab es 1996 in Frankreich mit 5,5 Paar. Auch Dänemark (5,1 Paar) und Großbritannien (5,0 Paar) lagen noch über dem EU-Durchschnitt von 4,3 Paar, der etwa dem Pro-Kopf-Verbrauch in Deutschland entspricht.

Abnehmerstruktur

Hauptabnehmer von Schuhen sind die privaten Haushalte. Da die Ausgaben für Schuhe stark konjunktur- und

preisreagibel sind, ist die Nachfrage auch ein Spiegelbild der Konjunktur in den einzelnen Ländern. Für den internationalen Handel spielen neben den Herstellungskosten die Wechselkurse eine entscheidende Rolle. So war mit dem Kursverfall des Dollar in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre auch das Exportvolumen der EU in Länder wie USA und Kanada rückläufig.

Angesichts des von Billigproduzenten ausgehenden Wettbewerbsdrucks liegt der wesentliche Wettbewerbsvorteil der EU-Schuhproduzenten in günstigen Lieferzeiten

Tabelle 4

Schuhexporte der EU¹⁾ in ausgewählte Drittländer
in Mill. Paar

Länder	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Insgesamt	288,9	263,4	254,8	271,4	291,9	339,7	306,6	319,1
darunter:								
USA	126,4	70,8	55,0	56,8	62,4	84,8	79,8	83,9
Schweiz	23,4	25,5	26,1	27,0	29,0	28,0	29,3	27,3
UdSSR bzw. Rußland ²⁾	10,7	10,9	19,0	17,5	24,3	24,6	20,2	27,1
Saudi-Arabien	9,4	7,9	11,4	9,0	15,8	16,4	20,0	17,8
Vereinigte Emirate	1,3	1,6	2,8	3,4	6,4	10,0	16,0	16,4
Japan	2,2	5,3	4,9	5,1	7,1	11,0	14,6	15,1
Kanada	12,2	10,4	9,4	9,1	9,7	11,1	11,7	9,9

¹⁾ Deutschland: bis 1990 Westdeutschland, danach alte und neue Bundesländer; EU: bis 1994 EU-12, danach EU-15. — ²⁾ Bis 1991 UdSSR, danach Rußland.

Quelle: CEC.

(hohe Flexibilität) und einem hochwertigen Angebot von Lederschuhen (Design, Styling). Dementsprechend handelt es sich bei den EU-Exporten in Drittländer um qualitativ hochwertige Lederschuhe, mit denen vor allem Industrieländer wie die USA, die Schweiz, Japan und Kanada, aber auch Ölförderländer wie Saudi-Arabien und die Vereinigten Arabischen Emirate beliefert werden. Dabei spielen neben dem Export von Schuhen aus der Produktion in der EU auch Re-Exporte von Schuhen, die aus Drittländern importiert werden (z.B. Sportschuhe), eine zunehmende Rolle.

Wettbewerb

Die Vielzahl von Unternehmen im Europäischen Binnenmarkt, der freie innergemeinschaftliche Handel und ein weitgehend unbeschränkter Zugang von Anbietern aus Drittländern sorgen für einen vergleichsweise hohen Wettbewerbsdruck auf dem EU-Markt. Zur Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit setzen europäische Produzenten verstärkt auf die Erweiterung ihrer Produktpalette; Unternehmen mit stark modeabhängigen Produkten gehen zu kleineren Losgrößen über. Durch computerunterstützte Konstruktion (CAD) ist die Zeitspanne zwischen Konstruktion und Produktionsbeginn mittlerweile auf wenige Stunden verkürzt. So kann schnell auf neue Modeströmungen

Abbildung 3

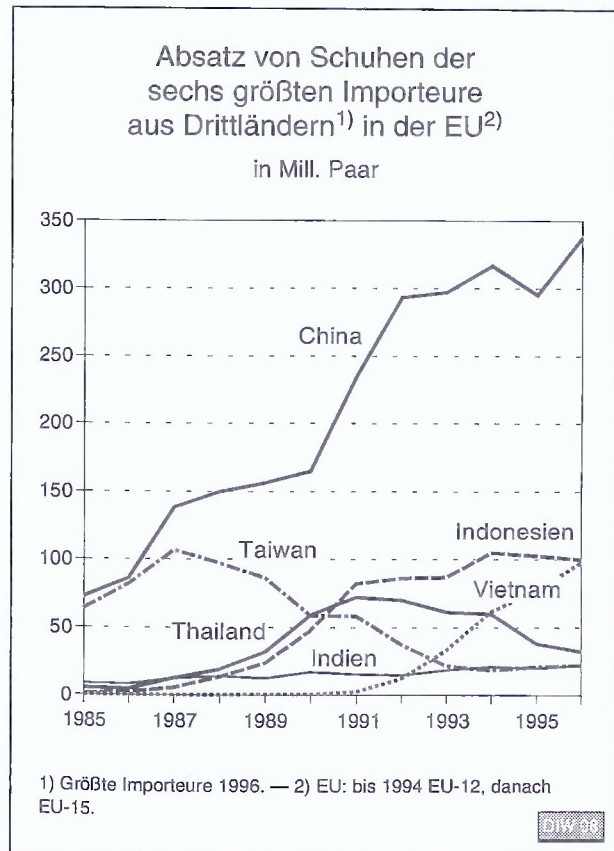
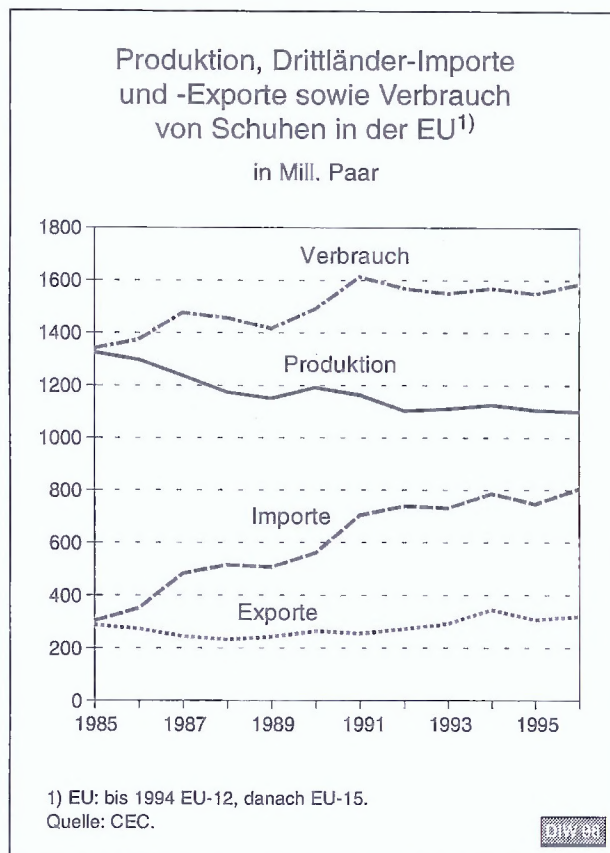


Abbildung 4



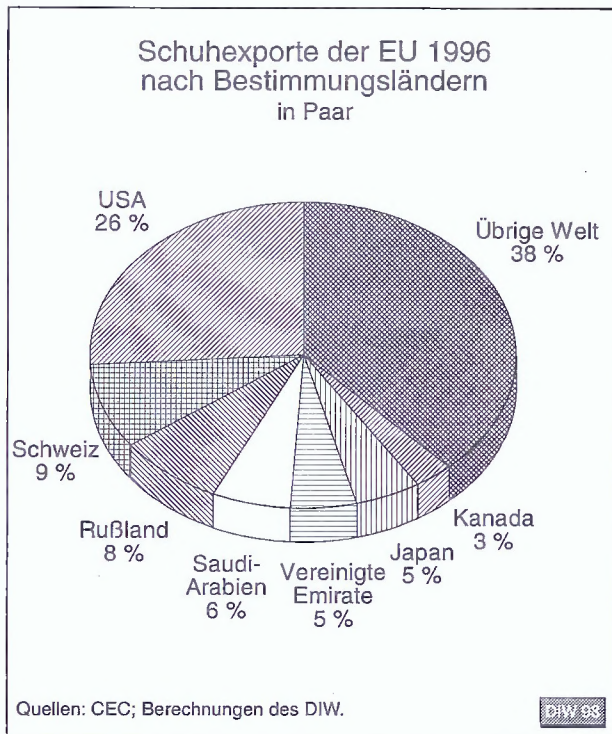
reagiert werden. Verstärkt werden CAD-Systeme in Verbindung mit computerunterstützter Fertigung (CAM) und computerintegrierter Fertigung (CIM) eingesetzt.

Produktionsverlagerungen wurden insbesondere von Unternehmen in Ländern mit vergleichsweise hohen Arbeitskosten durchgeführt. Dabei kam es zu Verlagerungen sowohl innerhalb der EU (insbesondere nach Spanien und Portugal)⁶ als auch in Entwicklungs- und Schwellenländer (z.B. Südkorea, China, Thailand, Vietnam und Indien).⁷ Europäische Sportschuhproduzenten haben —

⁶ Das französische Unternehmen Charles Jourdan hat seine Produktionsstätten aus dem Rhone-Tal nach Spanien verlagert. Der französische Hersteller Eram betreibt neben einer Reihe von Werken in Frankreich auch Produktionsstätten in Portugal und Spanien. Viele deutsche Schuhhersteller produzieren in Portugal. Das britische Unternehmen Clarks unterhält zwei Werke in Portugal. Das dänische Unternehmen Eccolet besitzt neben den Produktionsstätten in Dänemark auch solche in Portugal und in Tschechien.

⁷ Eine Reihe von französischen Unternehmen vergibt Unteraufträge an Tunesien, Marokko und China. Wortmann (Deutschland) unterhält Produktionsstätten in Taiwan, Hongkong, China, Thailand und Brasilien. Adidas und Puma, die führenden europäischen Sportschuhhersteller, verlegten in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre weite Teile ihrer Produktion in den Fernen Osten. Immer beliebter wird auch Vietnam als Produktionsstandort. Die italienischen Unternehmen Diadora, Simond und Ferragamo errichteten Anfang der neunziger Jahre Produktionsanlagen in China.

Abbildung 5



ebenso wie die amerikanische Konkurrenz — ihre Produktion zu großen Teilen schon früh nach Fernost verlagert. Ausschlaggebend war hierbei nicht allein die Lohnhöhe,

sondern auch die jeweils am Produktionsstandort zu erzielende Arbeitsproduktivität. Wegen der nicht allzu hohen Anforderungen an die Qualifikation der Arbeitskräfte ist Schuhproduktion heute in nahezu allen Ländern möglich. Allerdings mangelt es in einigen Billiglohnländern teilweise immer noch an der Zuverlässigkeit des Personals und einer wirksamen Qualitätskontrolle.

Eine weitere strategische Variante stellt die Lohnveredlung dar, bei der Fertig- oder Halbfertigerzeugnisse (insbesondere Schäfte) aus dem Ausland bezogen und größtenteils über Marketingmethoden und strenge Qualitätskontrollen aufgewertet werden, um zu einem höheren Verkaufspreis dann wieder exportiert zu werden. Hier hatte Deutschland eine Vorreiterrolle, als es in den siebziger Jahren die Schäfteherstellung nach Jugoslawien verlagerte, die heute zum Teil in den Transformationsländern Mitteleuropas vorgenommen wird. Die Tendenz zur Verlagerung von Produktionsanlagen in diese Länder wird jedoch nur solange anhalten, wie dort die Arbeitskosten deutlich unter denjenigen Deutschlands liegen und im Vergleich zu Entwicklungsländern nicht zu hoch sind.

Perspektiven

Die jüngsten Abwertungen der Währungen der ost- und südostasiatischen Länder verbilligen die Schuhe aus diesen Ländern. Da ein Ende der Krise in naher Zukunft nicht zu erwarten ist, dürfte der Importdruck auf die EU noch weiter steigen, wenn die Länder die Produktion von Schuhen aufrechterhalten können.

Tabelle 5

**Schuhexporte der EU-Länder in ausgewählte Drittländer 1996
in Mill. Paar**

Lieferland	Bezugs- länder insgesamt	darunter						
		USA	Schweiz	Rußland	Saudi- Arabien	Vereinigte Emirate	Japan	Kanada
Italien	176,8	49,7	12,9	12,7	13,9	14,8	7,1	5,3
Spanien	54,3	21,4	1,4	2,7	2,4	0,6	4,1	1,6
Deutschland	17,6	2,7	4,2	3,9	0,1	0,1	0,4	0,5
Portugal	14,6	2,8	2,4	4,2	0,0	0,0	0,6	0,8
Frankreich	19,8	1,1	4,6	0,2	0,8	0,4	1,4	0,3
Großbritannien	16,5	4,5	0,5	0,4	0,3	0,5	1,1	0,8
Niederlande	4,7	0,3	0,2	0,6	0,0	0,0	0,1	0,3
Österreich	4,2	0,1	0,9	1,0	0,0	0,0	0,2	0,0
Übrige Länder	10,6	1,2	0,3	1,4	0,2	0,0	0,1	0,1
Alle EU-Länder	319,1	84,0	27,3	27,1	17,8	16,4	15,1	9,9

Quelle: CEC.

Wiederholte Beschwerden der europäischen Schuhindustrie wegen angeblicher Dumpingpraktiken einzelner Länder aus Fernost haben dazu geführt, daß die Europäische Kommission seit dem 1. April 1998 Sonderzölle auf Einfuhren spezieller Lederschuhe aus China, Thailand und Indonesien sowie bestimmter Textilschuhe aus China und Indonesien erhebt. Inwieweit dies den Importdruck auf die europäische Schuhindustrie verringern hilft, bleibt offen. Eine Reihe von Entwicklungsländern, die in die EU exportieren, profitiert jedoch weiterhin vom Allgemeinen Präferenzsystem (APS), unter dessen Bestimmungen rund 40 % sämtlicher EU-Importe fallen.⁸

Von europäischen Schuhherstellern wird außerdem kritisiert, daß — mit Ausnahme von Thailand, das sich in den letzten drei Jahren etwas öffnete — diese Länder für die europäischen Schuhproduzenten als Absatzmärkte weitgehend verschlossen sind. Umgekehrt haben die dominierenden Importeure nahezu unbeschränkten Marktzutritt in der EU. Kritische Stimmen wenden sich auch dagegen, daß einzelne Länder, die inzwischen starke Konkurrenten für die EU-Schuhproduzenten geworden sind, seitens der Europäischen Union immer noch technische Hilfe zur Ent-

wicklung ihrer Kapazitäten im eigenen Land bekommen und Unterstützung für ihre Exportaktivitäten in der EU erhalten.

Um Chancengleichheit für die EU-Schuhproduzenten wiederherzustellen, hat das Europäische Parlament schon 1993 Exportfördermaßnahmen beschlossen, mit dem Ziel, den Zugang zu Märkten in Drittländern zu erleichtern. Trotz nicht gänzlich zufriedenstellender GATT-Ergebnisse im Hinblick auf die Verbesserung des Zugangs zu den schnell wachsenden Märkten in Asien sind gewisse Fortschritte in einzelnen Ländern (Thailand, Korea) sichtbar. Auch Japan, der lukrativste Exportmarkt, hat sich in der Vergangenheit durch protektionistische Maßnahmen weitgehend abgeschottet, um seine heimische Produktion steigern zu können; innerhalb der nächsten Jahre werden die Zölle aber erheblich gesenkt werden. Dennoch wird die Welthandelsorganisation (WTO) nicht umhinkommen, sich mit den nichttarifären Handelshemmnissen zu befassen.

⁸ Seit Januar 1995 ist ein überarbeitetes APS in Kraft, wobei Zölle an die Stelle von Quoten und Import-Obergrenzen treten.

Aus den Veröffentlichungen des DIW

Beiträge zur Strukturforschung

Erscheinen seit 1967.

- 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 Siehdnfeld. 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,—.
- Heft 169 **Wirtschaftliche Verflechtung zwischen EU und GUS — Niedriges Niveau, großes Potential, vage Perspektiven.** Von Christian Weise, Herbert Brücker, Maria Lodahl, Uta Möbius, Siegfried Schultz, Dieter Schumacher, Harald Trabold und Ulrich Weißenburger (†) unter Mitarbeit von Silke Boger, Ulrike Ludden und David Rusnok. 210 S. 1997. (3-428-09344-5). DM 142,— / öS 1.037,— / sFr 126,50.
- Heft 170 **Lage und Perspektiven der Unternehmen in Ostdeutschland — Ergebnisse einer Umfrage.** Von Karl Brenke und Alexander Eickelpasch, unter Mitarbeit von Lorenz Blume. 124 S. 1997. (3-428-09361-5). DM 112,— / öS 818,— / sFr 99,50.
- Heft 171 **Europäische Strukturfonds in Sachsen: Zwischenevaluierung für die Jahre 1994 bis 1996.** Von Kornelia Hagen und Kathleen Toepel. 249 S. 1997. (3-428-09389-5). DM 156,— / öS 1.139,— / sFr 138,—.
- Heft 172 **Situation und Perspektiven der deutschen Raumfahrtindustrie — Eine ordnungspolitische Analyse.** Von Bernhard Wieland, Talat Mahmood und Lars-Hendrick Röller, Projektleitung: Kurt Hornschild. 210 S. 1998. (3-428-09440-9). DM 142,— / öS 1.037,— / sFr 126,50.
- Heft 173 **Auswertung von Statistiken über die Vermögensverteilung in Deutschland.** Von Klaus-Dietrich Bedau. 127 S. 1998. (3-428-09481-6). DM 112,— / öS 818,— / sFr 99,50.
- Heft 174 **Effizienz von Maßnahmen zur Verbrauchseinschränkung bei Mineralölversorgungsstörungen.** Von Rainer Hopf, Jutta Kloas, Heilwig Rieke, Martin Schmied und Franz Wittke (DIW); Klaus Lindner und Dieter Merten (IE). 239 S. 1998. (3-428-09482-4). DM 156,— / öS 1.139,— / sFr 138,—.
- Heft 175 **Wirkung und Wirksamkeit der EU-Binnenmarktmaßnahmen — Evaluierung des Studienprogramms der Europäischen Kommission.** Von Christian Weise, Stefan Bach, Heike Link, Uta Möbius, Bernhard Seidel, Wolfgang Seufert und Harald Trabold. 173 S. 1998. (3-428-09579-0). DM 132,— / öS 964,— / sFr 117,50.
- Heft 176 **Zum Einfluß betrieblicher und sektoraler Differenzierung der Arbeitskosten und sonstiger Regelungen auf die Beschäftigung im Strukturwandel.** Von Bernd Görzig, Wolfgang Scheremet und Frank Stille. 315 S. 1998. (3-428-09580-4). DM 178,— / öS 1.299,— / sFr 158,—.

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 Schrettel, 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.

Innovationen im Dienstleistungssektor. Bearbeitet von Brigitte Preissl. —

Europäische Schuhindustrie unter Druck. Bearbeitet von Alfred Haid und Hans Wessels.

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

DEUTSCHLAND

Ausgewählte saisonbereinigte Konjunkturindikatoren¹⁾

		Arbeitslose		Offene Stellen		Auftragseingang (Volumen) ²⁾													
						Verarbeitendes Gewerbe						Vorleistungs- güter- produzenten	Investitions- güter- produzenten	Gebrauchs- güter- produzenten	Verbrauchs- güter- produzenten				
		Insgesamt		Inland		Ausland													
		in 1000				1995 = 100													
mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.		
1996	J	3808		325		98,4		97,6		99,9		97,5		98,9		100,9		98,3	
	F	3888	3876	323	326	96,8	97,9	94,8	96,2	100,6	101,0	94,9	96,1	99,6	99,9	98,7	100,2	94,7	96,8
	M	3933		330		98,4		96,1		102,4		95,8		101,2		100,9		97,5	
	A	3921		333		98,7		96,6		102,4		97,7		99,6		100,9		97,6	
	m	3931	3934	330	331	98,9	99,2	95,5	96,9	105,1	103,4	98,6	98,3	98,6	100,1	101,9	101,5	98,3	97,7
	J	3952		331		100,1		98,5		102,8		98,6		102,1		101,6		97,1	
	J	3979		327		99,7		96,2		106,1		99,5		99,9		101,8		96,7	
	A	4002	4005	324	326	100,4	99,7	97,2	96,5	106,2	105,5	100,8	100,4	99,5	98,5	103,9	102,2	97,2	97,4
	S	4036		328		99,0		96,1		104,3		100,8		96,2		101,0		98,2	
	O	4078		329		101,6		97,5		108,9		101,8		101,7		103,5		96,6	
1997	N	4123	4116	328	329	101,0	100,9	96,0	96,6	110,2	108,7	102,0	101,8	100,5	100,3	102,2	102,3	96,3	96,6
	D	4149		332		100,2		96,4		107,1		101,7		98,7		101,1		96,9	
	J	4260		329		102,1		96,1		112,9		103,0		101,8		102,4		97,4	
	F	4260	4260	332	329	103,3	103,0	97,8	97,2	113,3	113,5	105,7	105,0	100,7	101,2	103,0	102,9	100,0	98,5
	M	4262		326		103,5		97,6		114,2		106,2		101,1		103,4		98,2	
	A	4311		322		105,0		98,0		117,5		106,0		105,7		103,4		96,6	
	M	4374	4364	326	326	104,5	104,9	98,3	97,9	115,6	117,7	106,5	106,9	104,2	104,4	102,5	103,2	95,6	96,6
	J	4407		331		105,3		97,3		119,9		108,3		103,4		103,8		97,5	
	J	4431		335		105,8		99,0		117,9		108,6		104,2		104,1		97,3	
	A	4472	4466	345	341	106,4	106,9	98,4	98,8	120,8	121,4	108,1	108,7	107,5	107,7	101,5	103,5	96,4	96,1
1998	S	4495		345		108,6		99,1		125,6		109,5		111,3		104,9		94,6	
	O	4500		347		108,3		100,0		123,2		110,2		109,8		102,9		95,8	
	N	4500	4504	357	355	108,7	109,0	101,1	100,7	122,2	124,0	111,8	111,2	108,4	110,0	103,0	103,6	97,5	97,2
	D	4515		364		110,1		101,0		126,5		111,6		111,9		105,0		98,4	
	J	4419		373		109,9		103,3		121,9		111,1		112,6		105,9		95,1	
	F	4413	4416	388	389	111,1	110,6	103,9	103,5	124,0	123,4	111,2	111,3	114,8	113,8	108,6	107,4	96,4	95,5
	M	4418		407		110,9		103,4		124,4		111,6		114,0		107,8		95,1	
	A	4388		427		110,6		103,1		124,2		111,8		112,0		110,2		96,7	
	M	4326	4330	444	439	111,4		103,8		124,9		111,7		114,7		108,4		97,0	
	J	4278		447															
J																			
A																			
S																			
O																			
N																			
D																			

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

— ²⁾ Außerdem arbeitstäglich bereinigt.

Quellen: Bundesanstalt für Arbeit und Statistisches Bundesamt.

		Beschäftigte im Bergbau und im Verarbeitenden Gewerbe	Produktion ²⁾										Umsätze des Einzelhandels		Außenhandel (Spezialhandel) ²⁾				
			Verarbeitendes Gewerbe		Investitionsgüter- produzenten		Gebrauchsgüter- produzenten		Verbrauchsgüter- produzenten		Bauhaupt- gewerbe				Ausfuhr		Einfuhr		
			in 1000		1995 = 100										1995 = 100		Mrd. DM		
		mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.
1996	J	6668		99,7		101,5		100,6		98,3		94,5		99,6		64,4		57,5	
	F	6638	6637	96,4	98,9	100,5	100,6	101,5	101,3	98,5	98,5	82,3	88,3	101,6	100,4	63,0	190,7	54,7	168,2
	M	6608		98,5		99,9		101,7		98,7		88,2		100,0		63,3		55,9	
	A	6581		98,9		101,0		99,3		100,1		94,1		100,7		65,2		57,5	
	M	6556	6554	99,5	99,1	100,8	100,7	101,5	100,1	99,9	99,9	95,4	94,8	99,9	99,8	64,0	192,8	55,6	170,2
	J	6527		98,9		100,4		99,4		99,8		94,9		98,8		63,6		57,0	
	J	6500		99,0		100,0		100,1		98,8		95,0		101,1		66,3		57,1	
	A	6477	6477	100,6	100,0	101,5	101,1	103,6	101,3	99,5	99,3	94,6	94,8	101,7	100,7	65,9	197,1	57,2	172,1
	S	6455		100,4		101,7		100,2		99,7		94,9		99,2		65,0		57,8	
	O	6436		100,5		101,7		100,6		99,5		93,3		100,6		68,1		58,4	
1997	N	6415	6417	101,0	100,6	102,5	101,7	100,2	100,0	99,7	99,4	91,5	93,4	100,9	100,1	67,7	203,4	59,1	177,2
	D	6401		100,3		100,8		99,3		99,0		95,4		98,9		67,6		59,7	
	J	6377		100,6		102,6		99,5		99,8		87,0		101,2		67,9		59,4	
	F	6361	6360	101,8	101,5	103,0	102,8	97,7	97,7	100,2	100,2	95,9	92,4	98,7	99,5	70,4	210,7	62,0	183,8
	M	6344		102,2		102,8		96,0		100,7		94,4		98,7		72,4		62,3	
	A	6332		102,7		104,8		101,8		97,9		91,1		100,5		69,3		59,9	
	M	6315	6317	102,1	103,0	103,8	105,1	95,6	99,5	99,1	98,7	87,2	89,1	99,3	100,2	73,4	217,0	64,5	187,2
	J	6307		104,3		106,8		101,0		99,0		89,0		100,8		74,3		62,7	
	J	6298		105,5		108,2		103,2		100,0		89,3		100,0		74,0		64,1	
	A	6290	6290	103,2	104,3	105,3	106,8	95,3	99,5	99,3	99,5	86,6	88,0	96,5	98,9	74,8	225,9	65,5	194,1
1998	S	6283		104,3		107,0		100,0		99,1		88,0		100,3		77,1		64,5	
	O	6282		105,7		108,4		100,1		99,6		88,4		101,4		75,4		66,4	
	N	6278	6278	106,0	106,3	108,1	108,6	100,9	100,8	99,7	100,1	88,8	88,3	97,2	99,7	78,0	232,0	67,4	199,5
	D	6275		107,1		109,2		101,3		100,9		87,6		100,4		78,6		65,7	
	J	6293		107,6		109,4		102,1		100,2		96,0		99,1		79,3		68,7	
	F	6292	6293	108,5	108,6	112,0	112,4	107,6	106,7	98,4	98,9	89,5	90,0	99,2	99,7	80,1	238,4	67,9	203,4
	M	6296		109,6		115,8		110,3		98,1		84,5		100,7		79,0		66,8	
	A	6297		109,1		112,5		106,7		100,9		80,2		99,3		84,4		72,3	
	M			110,6		114,8		112,3		99,4		82,7							
	J																		
J																			
A																			
S																			
O																			
N																			
D																			

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

— 2) Außerdem arbeitstäglich bereinigt.

Quellen: Bundesanstalt für Arbeit und Statistisches Bundesamt.